

## محددات الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية

### من طرف المؤسسات الاقتصادية بالجزائر

- دراسة ميدانية -

محمد براق

أستاذ التعليم العالي

المدرسة العليا للتجارة - الجزائر

محمد علاء الدين جناي

أستاذ مساعد بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

جامعة البليدة 2 - الجزائر



#### ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في مدى إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية في الجزائر، حيث تم التعرض إلى الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية. أما فيما يخص الجانب الميداني فقد تم اختبار مدى إدراك المؤسسات في الجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وكذا الوقوف على المعوقات التي تحد من الإفصاح عن هذه المسؤولية، من خلال الاعتماد على استبانة وزعت على خمس (05) مؤسسات اقتصادية في الجزائر، وقد خلصت الدراسة إلى أن هذه المؤسسات لها تأييدا وإدراك واضح لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع، مما يعكس المدخل الحديث لهذه الأخيرة، كما أن هناك عدة معوقات تحد من الإفصاح عن هذه المسؤولية بالتقارير المالية.

**الكلمات المفتاحية:** المسؤولية الاجتماعية، الإفصاح، المعوقات، التقارير المالية.

#### Résumé :

*Cette étude vise à rechercher la compréhension du concept de la responsabilité sociale dans les entreprises économiques en Algérie, où on a été traité le cadre conceptuel de la responsabilité sociale. Et sur le terrain, on a été testé la mesure dans laquelle les entreprises en Algérie reconnaissent le concept de responsabilité sociale, ainsi que les limites de la divulgation de cette responsabilité, a été examinée en s'appuyant sur un questionnaire distribué à cinq (05) entreprises économiques en Algérie. Ces entreprises ont une compréhension claire du concept de responsabilité sociale au sens large, reflétant l'approche moderne de cette dernière, et il existe plusieurs obstacles à la divulgation de cette responsabilité.*

**Mot clés :** La responsabilité sociale, la divulgation, obstacles, les rapports financiers.

## المقدمة

زاد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مع تفاقم حدة الآثار السلبية للأزمة المالية العالمية، وصارت من الركائز الأساسية التي يجب أن تقوم عليها المؤسسات الاقتصادية في بيئة استثمارية تتسم بالديناميكية، ولم يقتصر الأمر على ذلك، بل قامت الكثير من المنظمات والهيئات بتأكيد مزايا هذا المفهوم والحث على تطبيقه في كافة المؤسسات الاقتصادية مع التأكيد على مسؤوليتها تجاه المجتمع .

كما يضمن قيام المؤسسات الاقتصادية بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، والمساهمة في إنجاح أهدافها، علاوة على المساهمة في سد احتياجات المجتمع ومتطلباته الحياتية والمعيشية الضرورية، فضلا عن توفير فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي. لذا، تتبع أهمية الدراسة في أنها توضح أهمية التزام وإدراك المؤسسات الاقتصادية بالجزائر بمسؤوليتها الاجتماعية. كما يهدف هذا إلى إبراز النقاط الآتية:

- معرفة الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية؛
- التعرف على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وعلاقتها بحوكمة المؤسسات؛
- معرفة المعوقات التي تحد من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية من طرف المؤسسات الاقتصادية في الجزائر.

وعلى ضوء ما سبق ذكره، يمكن طرح السؤال الرئيس للمداخلة كما يلي:

**ما هي معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟**

للإجابة على الإشكالية، يتم وضع الفرضيات الموالية:

- تدرك المؤسسات الاقتصادية في الجزائر المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع.
- توجد عدة معوقات للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية من طرف المؤسسات الاقتصادية في الجزائر.
- ومن أجل الإحاطة قدر الممكن بموضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، يتم تناول الموضوع من خلال المحاور الآتية:
- الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات؛
- الدراسة الميدانية.

### 1. الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

تطورت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كنتيجة طبيعية لإخفاق المؤسسات في الاستجابة لاحتياجات بيئتها الاجتماعية ولمصالح الأطراف الأخرى فيها. لذلك ستم معالجة الإطار المفاهيمي والتطور الحاصل في المسؤولية الاجتماعية بالتعرض إلى العناصر الموالية:

#### 1.1. نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية كان منذ بدايات عصر الثورة الصناعية، بالرغم من أن هذا المصطلح لم يستعمل صراحة في ذلك الوقت، حيث سادت أفكار تعتبر أن للمؤسسة التزامات اجتماعية يجب أداؤها. كما كان التركيز على جانب المسيرين ورجال الأعمال ومسؤولياتهم الاجتماعية، وكانت المسؤولية الاجتماعية تتم من خلال الهبات والمساعدات الخيرية المختلفة.

وفي العشرينيات من القرن الماضي بدأ المفهوم يتبلور تدريجياً من خلال مجموعة من المسيرين الذين عبروا صراحة على أهمية هذا الموضوع، هؤلاء القادة ممن يساهمون في الأعمال الخيرية أيدوا فكرة أن المؤسسات عليها المساهمة في تحسين المستوى الاجتماعي، ثم صارت المسؤولية الاجتماعية حديث الرأي العام بدء من سنوات الثلاثينيات من القرن العشرين، نتيجة للأزمة المالية العالمية آنذاك، حيث تزايد الضغط على المسيرين وأصبح يتعين عليهم عدم الاهتمام فقط بالملاك وحملة الأسهم إنما الاهتمام بأطراف أخرى، ومنهم العاملين والمستهلكين.<sup>1</sup>

أما في الخمسينيات من القرن العشرين وتحديدًا سنة 1953، أصدر هوارد باون Howard Bowen كتابه "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال"، حيث يعود له الفضل في وضع مصطلح المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في علم إدارة الأعمال، ومع نهاية القرن العشرين ومع التطور السريع لمنظمات الأعمال وكذا التمييز بين الملكية والإدارة تم انتشار وتبني هذا المفهوم على نطاق واسع.<sup>2</sup>

وما بين الستينيات والسبعينيات من القرن 20، ظهرت تحركات اجتماعية تهتم بمواضيع مثل الأثر البيئي لمنظمات الأعمال، توجهاتها السياسية، المساواة في التعامل بين الجنسين، والتمييز العنصري.<sup>3</sup>

وقد شهدت فترة التسعينيات الكثير من الفضائح والأزمات الاقتصادية التي كان لها أثر اجتماعي سلبي، مما أثار اهتمام الحكومات ووسائل الإعلام وغيرها من الأطراف، حيث تزايد الاهتمام بموضوعات أخلاقيات الأعمال والتنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية مع نهاية فترة الثمانينيات .

انتشر الوعي الجماعي الذي يفيد بأن الأداء الاقتصادي لا يؤدي بالضرورة إلى الرفاه الاجتماعي، بل يمكن أن يؤدي إلى تدمير البيئة وانعدام الأمن الوظيفي، وغيرها من المشكلات الاجتماعية، وباتت المنظمات تواجه ضغوطات من أطراف كثيرة لحثها على الوفاء بالتزاماتها الاجتماعية.

## 2.1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

لم يكن مصطلح المسؤولية الاجتماعية أحد المصطلحات المستخدمة في الفكر المحاسبي، وقد ورد هذا الاصطلاح لأول مرة في عام 1923 حين أشار شيلدون Sheldon إلى أن مسؤولية أي مؤسسة هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية وأن بقاء أي مؤسسة واستمرارها يحتم عليها أن تلتزم وتستوفي مسؤوليتها الاجتماعية عند أداء وظائفها المختلفة وأخذت الدول إصدار أحكام ذات مغزى ودلالة حول أهمية الوفاء من قبل المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية.

كما أنه لا يوجد تعريف واحد رسمي محدد ومتفق عليه للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، بل أن هناك تعاريف عديدة، ومع تعدد هذه التعاريف تتعدد صور المبادرات والفعاليات حسب طبيعة بيئة العمل المحيطة، ونطاق نشاط المؤسسة، وما تتمتع به من قدرات مالية وبشرية، وبالتالي فإن تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ليس ثابتًا، بل هو تعريف ديناميكي، وواقعي ومتطور، يتلاءم مع المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية .

وعلى هذا الأساس، أورد العديد من الباحثين ومن وجهات نظر متعددة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ويمكن استعراض بعض هذه التعريفات بهدف إظهار وجهات النظر المختلفة.

فمنهم من يعتبر أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات "تستند إلى اعتبارات أخلاقية تركز على الأهداف بشكل التزامات بعيدة المدى آخذة في الاعتبار مبادرات المؤسسات الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات وبما يعزز صورتها في المجتمع " .<sup>4</sup>

في حين هناك من يعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بأنها "الالتزام المستمر من قبل المؤسسات بالتصرف أخلاقياً، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين وعائلاتهم والمجتمع ككل، حيث يرى بعض مؤيدي حوكمة المؤسسات ضرورة ربطها بنظرية أصحاب الشأن أو المصالح، ليمتد نطاقها ويشمل كل ما له صلة بالمؤسسة والمجتمع ككل".<sup>5</sup>

وفي هذا الإطار عرف دريكار *Drucker* سنة 1977 المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" وقد شكل هذا التعريف منطلق لدراسات لاحقة فتحت الباب واسعا لدراسة الموضوع في اتجاهات وتوجهات مختلفة".<sup>6</sup>

في حين عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بأنها "التزام المؤسسة وأصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد".<sup>7</sup>

كما أن هناك تعريفا شائعا يستخدم من طرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة يعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بأنها "الالتزام المستمر للمؤسسات بالمشاركة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والإقليمي بغرض تحسين جودة حياتهم".<sup>8</sup>

إذن فمن خلال استعراض بعض التعاريف الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فإن ذلك يقود الباحثين إلى محاولة وضع تصور للمسؤولية الاجتماعية من خلال الإشارة إلى الأبعاد التي ينطوي عليها، حيث إن أغلب التعاريف السابقة قد تباينت في مضامينها ومحتواها، ولكنها تركز على أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تمثل مجموعة من السياسات والإجراءات والأفعال، إضافة إلى الاعتبارات الأخلاقية والالتزامات التي تتعهد المؤسسة وتؤمن بها أكثر من كونها أداء للتعامل مع المجتمع وتطبيقها للعديد من الأنشطة كجزء من متطلبات مساهمتها بالمجتمع على نحو فعال دون إلحاق الضرر بالمجتمع، بهدف تحقيق الرفاهية للمجتمع وبناء صورة ذهنية إيجابية وبما ينسجم مع قدراتها وإمكاناتها.

### 3.1. أهم النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية

من أجل إيجاد الأسباب التي تفسر ظاهرة المسؤولية الاجتماعية، سيتم التعرض أولاً إلى أفكار هوارد باون *Howard Bowen*، ثم القيام بتحليل النموذجين الاقتصاديين الأكثر أهمية وهما نموذج المساهمين "Shareholders" ونموذج أصحاب المصالح "Stakeholders"، والذين يوضحان دور بالمجتمع، وهذا على النحو الآتي:

#### 1.3.1. أعمال هوارد باون *Howard Bowen*

من المهم قبل الحديث عن نموذجي المساهمين وأصحاب المصالح أن يتم التعرض للعمل الكبير الذي قام به العالم هوارد باون، والذي كان له دورا كبيرا في تأكيد أهمية فكرة المسؤولية الاجتماعية، فقد كان لتأسيس الحقل الأكاديمي المعروف باسم "المنظمة والمجتمع" والذي أسس لأول مرة بالولايات المتحدة الأمريكية خلال سنوات الخمسينيات، والذي ساهم باون *Bowen* في جانب كبير من نقاشاته حيث قدم مساهمة علمية كبيرة، وفيما يلي أهم الأفكار التي طرحها هذا العالم<sup>9</sup>:

- قدم تعريف للمسؤولية الاجتماعية بأنها "مصطلح المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال سيتم استعمالها بشكل كبير مستقبلا، وستحول اهتمام رجال الأعمال لإتباع سياسات، اتخاذ قرارات ومتابعة التوجهات المرغوبة والمتوافقة مع أهداف وقيم مجتمعنا"، هذا التعريف حسب باون *Bowen* لا يعني أنه ولكون رجال الأعمال أفراد من المجتمع لا يحق لهم انتقاد

القيم المتعارف عليها وتقديم وجهة النظر الخاصة بهم، لكن في نفس الوقت وباعتبارهم أعضاء في المجتمع عليهم ألا يكونوا غير مباينين بهذه القيم .

- مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يأخذ في الحسبان الجانب الطوعي لرجال الأعمال سيتحول إلى وسيلة عملية لحل المشاكل الاقتصادية بشكل أكثر شمولاً من الطريقة التي كانوا يتبعونها. وبالنظر للأهمية المتزايدة للمسؤولية الاجتماعية أشار باون Bowen وبطريقة ملفتة بأن الحوار المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية لن يجد فقط القبول لدى المدراء بل سيصبح موضة بالنسبة لهم، وقد كان توجهه نحو المستوى الاجتماعي الكلي "Macro-sociale" حيث كان رهانه متعلق بالتوجه بالاقتصاد الأمريكي إلى الفصل بين جودة المجتمع والمصلحة الخاصة، وقام كذلك بإدخال مرادفات للمسؤولية الاجتماعية التي لا تزال مستخدمة إلى يومنا هذا: مسؤولية المجتمع، الالتزامات الاجتماعية وأخلاقيات المؤسسة.

- بعد أكثر من خمسين سنة من التطور صار مفهوم المسؤولية الاجتماعية حالياً يملك صفة الالتزام الإرادي لمدراء المؤسسات، وقد قام أتباع Bowen بتطوير كبير لنظريته وقاموا بإنشاء حقل أكاديمي آخر "المؤسسة داخل المجتمع"، هذا العالم ينتمي للمدرسة الكثرية ويمكن القول بأنه طبق عبارة أستاذه الشهيرة "الأفكار تقود العالم".

### 2.3.1. نموذج المساهمين Shareholders

هذه النظرية تركز أساساً على أعمال الاقتصادي ميلتون فريدمان (Friedman Milton) والحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد الذي أشار في سنة 1970 في إحدى مقالاته "المؤسسة لها مسؤولية اجتماعية واحدة تتمثل في استخدام مواردها وممارسة أنشطتها التي تمكنها من تعظيم أرباحها، بشرط واحد فقط وهو احترام قواعد اللعبة، أي ممارسة النشاط ضمن منافسة حرة ومفتوحة دون خداع أو غش"، وبعد عرضه لهذه الأفكار، هذا العالم ومن خلال ميولاته كان عالماً نقدياً حيث أصبح رائداً للمدرسة النيوليبرالية، ومقولته الشهيرة "الربح هو المعيار الوحيد لكل القيم" في كتابه "الرأسمالية والحرية"<sup>10</sup>.

وحتى بعد مرور ثلاثين سنة وبالرغم من تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية لم يغير فريدمان Friedman موقفه تجاهها، والسؤال المطروح لماذا تهجم فريدمان على المسؤولية الاجتماعية إلى هذا الحد، والإجابة في الحقيقة مختفية وراء رأيه الذي يزعم بأن مفهومي المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والأداء المالي للمنظمات هما مفهومين متناقضين، لأن أهداف كل منهما يقصي الأخرى، ولذلك نصب فريدمان Friedman نفسه كمدافع عن الأداء المالي للمنظمة، حيث يرى بأن دفع الأموال من أجل نتائج غير أكيدة لن يكون أبداً في صالح المؤسسة، ولهذا فهي تعتبر تبذير يقلل من الربح النهائي لها<sup>11</sup>.

### 3.3.1. نموذج أصحاب المصالح Stakeholders

الأبحاث النظرية المتعلقة بأخلاق المنظمات طورت خلال سنوات الستينيات، إلى غاية صدور إشكالية أصحاب المصالح، حيث كان للعديد من المنظرين نصيب من النقاش فيما بينهم من أجل التعريف بخصائص أصحاب المصالح، ونذكر من بينهم أهمهم العالم إدوارد فريمان Edward Freeman والعالم أرشي كارول Archie Carroll. هذا النموذج يركز على فرضية مختلفة تماماً عن فرضية المساهمين، وتتمثل في كون المؤسسة لا يمكنها أن تحصر توجهها لهدف واحد فقط وهو الربح، فهي لا يمكنها بأي حال أن تبقى منطقية على نفسها، لذلك يجب أن تكون مسؤولة تجاه كل من يتواجد ضمن الرهانات المتعلقة بالأنشطة التي تديرها سواء كانوا أفراد أو مجموعة من الأفراد أو المجتمع ككل .

ويعرف أصحاب المصالح على أنهم الأطراف الذين لديهم مصالح أو منافع في الجانب التنظيمي، حيث يمكنهم التأثير على هذا الجانب. ويعرفون أيضا بأهم الأفراد والجماعات من داخل المؤسسة (مديرين، أعضاء، موظفون) أو من خارج المؤسسة (الدولة، الزبائن، الموردين، البنوك، المساهمين... إلخ) الذين لهم متطلبات تجاه المؤسسة، ولهم حقوق ومنافع في أنشطة المؤسسة السابقة والحالية والمستقبلية. وبما أن أنشطة المؤسسة تجد نفسها في مقابل أطراف متزايدة باستمرار بسبب التطور الحاصل على الصعيد الاجتماعي والسياسي والتكنولوجي وتطور مؤسسات المجتمع المدني، فإن أخذ مصالح هذه الفئات وبشكل متوازن ويرضي الجميع أصبحت مسألة محفوفة بالكثير من المخاطر.<sup>12</sup>

#### 4.1. مجالات المسؤولية الاجتماعية

تغطي المسؤولية الاجتماعية أطرافا مختلفة في المؤسسة، يمكن توضيحها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (1) مجالات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

المالكون	حماية أصول المؤسسة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمؤسسة تعظيم قيمة السهم والمؤسسة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب وأجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم وترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين ونقلهم، ظروف عمل مناسبة.
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة وجودة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها.
المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة ونزيهة.
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية والصدق في التعامل.
المجتمع	توفير فرص عمل، احترام العادات والتقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصدق في التعامل، المساهمة في حالة الكوارث.
البيئة	التشجير وقيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء والهواء والتربة، الاستخدام الأمثل للموارد وخصوصا غير المتجددة منها.
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل والتدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية، تسديد الالتزامات الضريبية.
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها.

المصدر: محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر، 2007، ص ص : 70-

72.

#### 5.1. أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتكون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من أربعة أبعاد والتي يجب أن تضطلع بها إدارة المؤسسات لكي تستطيع التطور والنماء والبقاء وتحقيق الأهداف المختلفة، وهي كما يلي<sup>13</sup> :

- البعد الاقتصادي، عمل ما يجب عمله من أجل تحقيق الأرباح.
- البعد القانوني، عمل ما يفرضه العرف والقانون أي إطاعة القانون.
- البعد الأخلاقي، عمل ما هو صحيح ونافع.
- البعد الخيري (الإنساني)، عمل ما يخدم المجتمع ويساهم في رفاهيته.

### 6.1. المسؤولية الاجتماعية بين المؤيدين والمعارضين

سيتم التعرض إلى الحجج المؤيدة والمعارضة لتبني المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى أهمية تبنيها في المؤسسات الاقتصادية، وهذا على النحو الآتي:

#### 1.6.1. الحجج المؤيدة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية

يمكن حصر حجج المؤيدين لتبني المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:<sup>14</sup>

- المؤسسة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تتواجد فيه لذا عليها أن تؤدي دورا كبيرا في تحقيق أهدافه المختلفة.
- تزداد الأرباح على المدى البعيد إذا تبنت المؤسسة دورا اجتماعيا.
- الدور الاجتماعي هو رد فعل على النقد الموجه للمؤسسة، وهو اهتمامها بالأرباح وإهمال المتطلبات الاجتماعية.
- الصورة العامة للمؤسسة ستكون أفضل حينما تؤدي دورا اجتماعيا (تحسين السمعة).
- التقليل من إجراءات الحكومة وقوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون المؤسسات.
- المسؤولية الاجتماعية شكل من أشكال التدابير الوقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلا أم آجلا.

#### 2.6.1. الحجج المعارضة للقيام بمهام المسؤولية الاجتماعية

تنطلق الحجج المعارضة من اعتبار أن الالتزام الاجتماعي يتعارض مع الهدف الرئيسي للمؤسسة وهو تحقيق الربح، أما الحجج الأخرى فهي كما يلي:<sup>15</sup>

- الالتزام بمهام المسؤولية الاجتماعية يحول المؤسسة إلى شكل لا يختلف عما هو سائد في المؤسسات الحكومية.
- إذا انفردت المؤسسة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، فإن ذلك يعني تحملها تكلفة إضافية تنعكس على زيادة أسعار السلع التي تتعامل بها، وبالتالي تنعكس سلبا على موقفها وقوتها التنافسية في السوق.
- محدودية الخبرة والمهارة المتاحة لدى المؤسسات الاقتصادية في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عملها.
- تُضعف الأهداف الرئيسية الأخرى للمؤسسات لكونها تستنزف طاقة ليست بالقليلة من جهد المؤسسة، كما أن المشكلات الاجتماعية هي من مسؤولية الدولة فقط.

#### 7.1. أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية

في ظل تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، يطرح السؤال حول الأسباب التي تشجع المؤسسات على الالتزام بهذه المسؤولية خاصة في ضوء ما تنطوي عليه من أعباء مالية ومادية، وتشير التجارب الدولية إلى أن أهمية تبني الدور الاجتماعي يتمثل فيما يلي:<sup>16</sup>

### 1.7.1. تحسين الأداء المالي

البحوث التي أُجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات قد بينت وجود صلة حقيقية بين الممارسات المسؤولية اجتماعياً للشركات والأداء المالي الإيجابي.

### 2.7.1. تخفيض تكاليف التشغيل

هنالك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف مثل تقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ العالمي أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية. كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها. والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة، والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتصلة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين شديدي الحماس للعمل، والفعالية والكفاءة الإنتاجية، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.

### 3.7.1. تحسين سمعة المؤسسات

تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين المؤسسات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه المؤسسات ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري ويسهم التزام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها.<sup>17</sup>

### 4.7.1. تعزيز المبيعات وولاء العملاء

يدفع المستهلكين بالعودة بصورة ملحوظة إلى تميم النقاء البيئي والمنتجات الطبيعية إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة. على الرغم من أن المؤسسات الاقتصادية يجب عليها أن تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجودة السلع، وتوفرها، وسلامتها وملاءمتها، فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء أو عدم الشراء، بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة، وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثياً.

### 5.7.1. زيادة الإنتاجية والجودة

الجهود التي تبذلها المؤسسات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء وتعزيز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.

### 6.7.1. زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم

يسهل على المؤسسات الاقتصادية المسؤولة اجتماعياً تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والحفاظ عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب، ويتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة. ولهذا السبب، ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات متسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض من حيث القيم ويعزز بيئة العمل.



### 8.1. الدوافع التي تشجع المؤسسات على الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية

تتمثل الدوافع التي تشجع المؤسسات الاقتصادية على الالتزام بمسئولياتها الاجتماعية فيما يلي: 18.

- الحاجة إلى توفير مناخ أفضل لممارسة الأعمال، ومستوى أفضل من الحوكمة والشفافية والمصارحة الطوعية، واحترام القوانين.
- إرساء بعض القيم الهامة لدى العاملين بالمؤسسات لتحفيزهم على احترام قيم العمل والتميز، ويشجع ذلك على اجتذاب أفضل العناصر البشرية والعمالة المؤهلة والمدربة.
- الاهتمام برفع مستوى الإنتاجية لمواجهة زيادة حدة المنافسة عالميا ومحليا.
- تحسين العلاقة بين المؤسسات ومختلف أصحاب المصالح من مستهلكين وموردين والمؤسسات عابرة القارات من خلال سلاسل التوريد العالمية.
- استخدام برامج المسؤولية الاجتماعية كأداة للمتابعة والتقييم داخل المؤسسات.
- الالتزام بالاتفاقيات الدولية خاصة في ضوء انضمام الجزائر للميثاق العالمي للأمم المتحدة واستجابة لمبادرات البنك الدولي والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة.
- الوفاء بالالتزامات المترتبة على إقامة علاقات تجارية واقتصادية مع الاتحاد الأوروبي وما يترتب على ذلك من ضرورة تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية.

### 2. دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية

قام الباحثين بإعداد استبانة لمعرفة مدى إدراك المؤسسات الاقتصادية بالجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والمعوقات التي تحد من الإفصاح عنها، تكونت الأداة من قسمين، تضمن القسم الأول المحاور المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومعوقات الإفصاح عنها، أما القسم الثاني فتضمن البيانات العامة، كما تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في جميع أسئلة الاستبانة.

#### 1.2. مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة المستهدف من أعضاء مجلس الإدارة، وكذلك الموظف بالشؤون المالية والمحاسبية والمراجعين الداخليين، وهذا في مجموعة من المؤسسات الاقتصادية المتنوعة والمنتشرة وطنيا والتي تجاوبت مع الباحثين. وقد تم اختيار هذه المؤسسات دون غيرها لأنها تقوم بدور ريادي في القطاع الخاص، وعددها خمس (10) مؤسسات اقتصادية موزعة على أربعة قطاعات هي: الصناعي، التجاري، الخدماتي والبنوك.

#### 2.2. عينة الدراسة

تم توزيع 43 استبانة، وتم التسليم باليد للمؤسسات العاملة بالجزائر العاصمة، واستخدام البريد الإلكتروني والفاكس للمؤسسات العاملة خارج العاصمة، ورعي أن يكون المحيب عليها من متخذي القرار وله علاقة بالشؤون المالية والتسيير، لأن موضع الدراسة يتطلب تطبيقه إدراك متخذي القرار لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. ويبلغ حجم مجتمع الدراسة 43 موظف وموظفة، وقد تم استخدام أسلوب المسح الشامل لجمع البيانات المتعلقة بمشكلة الدراسة، وقد تم توزيع الاستبانة على جميع أفراد مجتمع الدراسة، وتم استرداد 34 استبانة، وبعد تفحص الاستبانات استبعد منها أربع (4) استبانات لعدم صلاحيتها إما لنقص المعلومات الواردة فيها أو لأن المحيب ليس له علاقة بموضوع الدراسة، وبذلك يكون عدد الاستبانات الخاضعة للدراسة ثلاثون (30) استبانة.

### 3.2. اختبار صدق الاستبانة

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لأسئلة الاستبيان.

الجدول رقم (2): معامل الارتباط بين معدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لفقرات الاستبيان

المحور	محتوى المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الأول	إدراك المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية	** 0.683	0.000
الثاني	محددات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الاقتصادية في الجزائر	ضعف النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية	** 0.425
		ضعف ثقافة المؤسسة بالقضايا الاجتماعية والبيئية	* 0.421
		زيادة التكاليف المترتبة عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية	* 0.317

المصدر: تم إعداد الجدول اعتماداً على الاستبانة ونتائج برنامج SPSS.

ويتبين من الجدول رقم (2) أن جميع معاملات الارتباط لمحاور الاستبانة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، حيث أن مستوى الدلالة لكل محور أقل من 0.05 وقيمة  $r$  المحسوبة أكبر من قيمة  $r$  الجدولية والتي تساوي 0.304، وبذلك تعد محاور الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

### 3.3.2. تحليل خصائص العينة

يسمح تحليل خصائص العينة بالاطلاع على صفات أفراد عينة الدراسة الميدانية، كما يبرز الجهة المستهدفة، وتعتبر خصائص العينة متغيرات تخضع للدراسة الإحصائية لأجل فهمها وتبسيطها، حيث بعد معالجة بيانات الاستبانة المتعلقة بالمتغيرات الشخصية لأفراد العينة تم الحصول على النتائج الآتية:

الجدول رقم (4): خصائص العينة

النسبة	التكرار	البيان
		المتغير
		الدرجة العلمية
-	-	أقل من ليسانس
50.0%	15	ليسانس

23.3%	7	ماجستير
6.7%	2	دكتوراه
20.00%	6	مؤهلات أخرى
100%	30	المجموع
<b>التخصص العلمي</b>		
36.7%	11	محاسبة
3.3%	1	مراجعة
40.00%	12	مالية
16.7%	5	إدارة أعمال
3.3%	1	تخصصات أخرى
100%	30	المجموع
<b>المركز الوظيفي</b>		
-	-	مدير عام
13.3%	4	مدير مالي ومحاسبي
26.7%	8	نائب المدير المالي والمحاسبي
30.0%	9	مراجع داخلي
30.0%	9	وظيفة أخرى
100%	30	المجموع
<b>الخبرة المهنية</b>		
53.3%	16	أقل من 5 سنوات
20.0%	6	من 5 - 10 سنوات
23.3%	7	من 11 - 15 سنة
3.3%	1	أكثر من 15 سنة
100%	30	المجموع
<b>القطاع المنتمية إليه المؤسسة</b>		
63.3%	19	قطاع الصناعة
16.7%	4	قطاع الخدمات
13.3%	5	القطاع التجاري
6.7%	2	قطاعات أخرى
100%	30	المجموع

المصدر: تم إعداد الجدول اعتمادا على الاستبانة ونتائج برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم (4)، أن هناك تنوعاً في المؤهلات العلمية حيث إن ما نسبته 73.3% من أفراد العينة هم من حملة الليسانس والمجستير، بالإضافة إلى أن معظم أفراد العينة من حملة الشهادات الجامعية، وهذا مدلول إيجابي حيث إن أفراد العينة يتمتعون بمؤهلات علمية عالية تساعدهم على فهم أسئلة الاستبانة. كما يتضح أن 76.7% من المستجوبين يحملون تخصص المحاسبة والمالية، وهذا ما يدل أن غالبية المستجوبين لديهم المعرفة المحاسبية والمالية التي تمكنهم من فهم فقرات ومصطلحات الاستبانة والإجابة على أسئلتها بمهنية عالية مما يعطي نتائج أقرب للواقع وبجودة عالية.

وأن هناك تنوعاً في المراكز الوظيفية والمستويات الإدارية لأفراد العينة، مما يعني أن معظم أفراد الدراسة من ذوي الخبرة العالية. وكذا المستجوبين لديهم خبرة أكثر من 5 سنوات، وهذا يدل على أن غالبية المستجوبين على معرفة ودراية وإطلاع على عمل المؤسسات الاقتصادية والكيفية التي تتعاطى بها المؤسسات مع حوكمة المؤسسات ومسؤوليتها الاجتماعية.

أما بالنسبة للقطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة، فقطاع الصناعة يمثل 63.3% من عينة الدراسة، وهذا مؤشر جيد لأن قطاع الصناعة هو أكبر وأهم القطاعات المرتبطة بأهمية تحمل المسؤولية الاجتماعية، خاصة في مجال التلوث البيئي بكافة أشكاله سواء الهواء أو المياه أو الضوضاء أو الأرض، يليه قطاع الخدمات والذي له دور مهم أيضاً اتجاه المسؤولية الاجتماعية، ولا يغفل أيضاً دور باقي القطاعات في مجال تحمل المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحيط بها.

#### 4.2. المعالجة الإحصائية للدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

تم استخدام اختبار ستودنت t للعينة الواحدة (One Sample T test)، الذي يفيد في اكتشاف وجود اختلاف معنوي لمتوسط المجتمع،<sup>19</sup> والذي يساعد في تحديد موافقة أفراد العينة من عدمها على ما تتضمنه الفقرات في الجداول والتي سيأتي تحليلها لاحقاً. كما يساهم تحديد مجال الفئات للمتوسط المرجح درجة إجابة أفراد العينة، من خلال الاستعانة بالمتوسط الحسابي.

#### 1.4.2. تحليل فقرات المحور الأول: إدراك المسؤولية الاجتماعية

يبين الجدول رقم (5)، آراء أفراد عينة الدراسة في المحور الأول

الجدول رقم (5): نتائج آراء عينة الدراسة حول المحور الأول: إدراك المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات

#### الاقتصادية

الرقم	فقرات المحور الأول	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	النتيجة
1	المسؤولية الوحيدة للمؤسسة هي إنتاج سلع وخدمات بهدف تحقيق الربح، وبهذه الطريقة تساهم في رفاهية المجتمع.	3.53	1.306	14.818	0.000	3
2	الأثر الاجتماعي للنشاطات الاقتصادية للمؤسسة يجعلها مسؤولة اجتماعياً بصفقتها وحدة اقتصادية عاملة (المسؤولية عن الأثر الاجتماعي للنشاط الاقتصادي).	3.53	0.860	22,494	0.000	2
3	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتجاوز مسؤوليتها كوحدة اقتصادية، بل تتضمن تفاعل المؤسسة مع المجتمع المحلي عبر الأنشطة الاجتماعية. بمعناها الواسع من خلال برامج	3.83	0.461	45.531	0.000	1

					وخطط تنمية اجتماعية للإسهام في تحقيق التنمية المستدامة وتحسين مستوى رفاهية المجتمع. وبناء عليه، فإن المسؤولية الاجتماعية تتأتى من كون المؤسسة وحدة اقتصادية واجتماعية معاً.
	0.000	28.34	0.7022	3.63	جميع الفقرات

المصدر: تم إعداد الجدول اعتماداً على الاستبانة ونتائج برنامج SPSS.

يتبين من الجدول رقم (5)، أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور الثاني يساوي 3.63 وقيمة t المحسوبة تساوي 28.34 وهي أكبر من قيمة t الجدولية 2.042، ومستوي الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يدل على أن معظم أفراد العينة لديهم تأييداً وإدراكاً واضحاً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع، مما يعكس المدخل الحديث لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وبناء عليه، فإن المسؤولية الاجتماعية تتأتى من كون المؤسسة وحدة اقتصادية واجتماعية معاً. وبالتالي، يتم إثبات الفرضية الأولى القائلة "المؤسسات الاقتصادية في الجزائر بمختلف القطاعات لديها إدراكاً وتأييداً واضحاً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع".

#### 2.4.2. تحليل فقرات المحور الثاني: معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية

يتم دراسة تحليل فقرات المحور الثاني كالاتي:

##### 1.2.4.2. تحليل فقرات الجانب الأول

يبين الجدول رقم (6)، آراء أفراد عينة الدراسة في الجانب الأول

الجدول رقم (6): نتائج آراء عينة الدراسة حول الجانب الأول: ضعف النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

الرقم	فقرات الجانب الأول	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	التفسير
1	عدم وجود نصوص تشريعية وتنظيمية تشجع المؤسسات الاقتصادية على الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية.	3.50	1.009	19.007	0.000	3
2	ضعف رقابة أجهزة السلطة الوطنية الجزائرية في المجال الاجتماعي والبيئي يعيق من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية.	3.43	0.858	21.908	0.000	1
3	نادراً ما تطبق العقوبات القانونية على المؤسسات الاقتصادية التي تمتنع على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	3.23	0.971	18.231	0.000	4
4	عدم وجود معايير محاسبية لقياس وعرض الآثار الاجتماعية لنشاطات المؤسسات الاقتصادية.	3.47	0.973	19.511	0.000	2
	جميع الفقرات	3.55	0.722	25.161	0.000	

المصدر: تم إعداد الجدول اعتماداً على الاستبانة ونتائج برنامج SPSS.

كما سبق، يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات الجانب الأول يساوي 3.55 وقيمة t المحسوبة تساوي 25.161 وهي أكبر من قيمة t الجدولية 2.042، ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05، مما يدل على أن موافقة أفراد العينة على ضعف في النصوص التشريعية والتنظيمية تلزم المؤسسات الاقتصادية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، على أنها السبيل الوحيد لضمان تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها.

ومن خلال نتائج فقرات الجانب الأول المرتبطة بضعف النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية، أجمعت الآراء على الموافقة. فتلاحظ موافقة العينة على عدم وجود نصوص تشريعية وتنظيمية تشجع المؤسسات الاقتصادية على الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية. بمتوسط حسابي يساوي 3.50 وهو ما يشير إلى الموافقة، وكذلك إلى ضعف رقابة أجهزة السلطة الوطنية الجزائرية في المجال الاجتماعي والبيئي التي من شأنها أن تعيق من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية.

وبالنسبة للفقرة المتعلقة بعدم وجود معايير محاسبية لقياس وعرض الآثار الاجتماعية لنشاطات المؤسسات الاقتصادية، اتضح أن أفراد العينة أجابوا بالحياد أو الموافقة ولكن بتردد، وهذا ما يفسر المتوسط الحسابي الذي يساوي 3.47 الذي يقترب من الحياد.

#### 2.2.4.2. تحليل فقرات الجانب الثاني

يبين الجدول رقم (7)، آراء أفراد عينة الدراسة في الجانب الثاني

الجدول رقم (7): نتائج آراء عينة الدراسة حول الجانب الثاني: ضعف ثقافة المؤسسة بالقضايا الاجتماعية والبيئية

الرقم	فقرات الجانب الثاني	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة مستوى	النتيجة
1	ضعف إدراك المؤسسات الاقتصادية لمسؤوليتها اتجاه المجتمع والبيئة.	3.50	1.009	19.007	0.000	4
2	هناك تفاوت بين المؤسسات الاقتصادية وثقافة المجتمع الجزائري فيما يتعلق بمتطلبات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	3.43	0.858	21.908	0.000	2
3	لا تنظر المؤسسات الاقتصادية إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها واجب يؤدي إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية.	3.53	0.629	30.777	0.000	1
4	لا يطلب أصحاب المصالح في المؤسسات الاقتصادية معلومات ذات دلالات اجتماعية.	3.43	0.858	21.908	0.000	2
	جميع الفقرات	3.47	0.484	39.324	0.000	

المصدر: تم إعداد الجدول اعتمادا على الاستبانة ونتائج برنامج SPSS.

كما سبق، يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات الجانب الثاني يساوي 3.47 وقيمة t المحسوبة تساوي 39.324 وهي أكبر من قيمة t الجدولية 2.042، ومستوي الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05، مما يدل على أن هناك موافقة تميل إلى الحياد لأفراد العينة فيما يخص معوق الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية يتعلق بضعف ثقافة المؤسسة بالقضايا الاجتماعية والبيئية.

ويلاحظ من تحليل إجابات أفراد العينة في الفقرة الأولى والثالثة المتعلقة بضعف إدراك المؤسسات الاقتصادية لمسؤوليتها اتجاه المجتمع والبيئة، وبعدم نظر المؤسسات الاقتصادية إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها واجب يؤدي إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية وجود تباين بين أفراد العينة، حيث بلغ الانحراف المعياري 1.009، 0.629 على التوالي، والمتوسط الحسابي 3.50، 3.53 على التوالي. وبالتالي، يوجد نوع من التردد أو الحياد تجاه إدراك المؤسسات الاقتصادية لمسؤوليتها اتجاه المجتمع والبيئة.

في حين يؤيد أفراد العينة في الفقرتين الثانية والرابعة المتعلقة بوجود تفاوت بين المؤسسات الاقتصادية وثقافة المجتمع الجزائري فيما يتعلق بمتطلبات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وأن أصحاب المصالح في المؤسسات الاقتصادية لا يطلبون معلومات ذات دلالات اجتماعية.

### 3.2.4.3. تحليل فقرات الجانب الثالث

يبين الجدول رقم (8)، آراء أفراد عينة الدراسة في الجانب الثالث

الجدول رقم (8): نتائج الجانب الثالث: زيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

الترتيب	مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فقرات الجانب الثالث	الرقم
4	0.000	16.503	1.029	3.10	عدم كفاية الموارد المالية التي تمكن المؤسسات الاقتصادية من تدريب موظفيها عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	1
2	0.000	22.885	0.774	3.23	ترى المؤسسات الاقتصادية أن العوائد المالية المتوقعة من إفصاحها عن المسؤولية الاجتماعية أقل من تكاليف الإفصاح عنها.	2
1	0.000	30.777	0.629	3.53	لا يؤثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على قدرة المؤسسات الاقتصادية على الحصول على التمويل.	3
3	0.000	21.908	0.858	3.43	تتجنب المؤسسات الاقتصادية الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية التي من الممكن أن تلحق الضرر بصورة المؤسسة في أذهان أصحاب المصالح.	4
	0.000	31.581	0.576	3.325	جميع الفقرات	

المصدر: تم إعداد الجدول اعتمادا على الاستبانة ونتائج برنامج SPSS.

كما سبق، يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات الجانب الثالث يساوي 3.325 وقيمة t المحسوبة تساوي 31.581 وهي أكبر من قيمة t الجدولية 2.042، ومستوي الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05، مما يدل على أن هناك موافقة أفراد العينة في تأثير زيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. من خلال ما تم الوصول إليه من تحليل للجوانب الثلاثة للفرضية الثانية، يمكن قبول الفرضية القائلة بوجود معوقات للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تؤثر على التقارير المالية للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر.

## خاتمة

بعد تحليل ومناقشة الجوانب النظرية والعملية للدراسة، تم التوصل إلى عدة نتائج، أهمها:

- المؤسسات الاقتصادية في الجزائر بمختلف القطاعات لديها إدراكاً وتأييداً واضحاً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع، مما يعكس المدخل الحديث لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- المؤسسات مطالبة بتطبيق قواعد حوكمة المؤسسات من أجل تحقيق المسؤولية تجاه أصحاب المصالح وبالتالي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعاتها عند القيام بممارسة أعمالها. وبالتالي، تمثل قواعد الحوكمة الصورة والمجسم الحقيقي لتطبيق المسؤولية الاجتماعية.
- لا تتوفر نصوص تشريعية وتنظيمية تلزم المؤسسات الاقتصادية بالمحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، حيث يعتبر توفرها السبيل الوحيد لضمان تطبيقها.
- التقارير المقدمة من بعض المؤسسات الاقتصادية تعرض بعض الأنشطة الاجتماعية بصورة وصفية، ويكاد يكون الإفصاح الاجتماعي معدوماً عند البعض الآخر.
- تؤثر محددات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تأثيراً ذا دلالة إحصائية على التقارير المالية للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر، وهذا من خلال ضعف ثقافة المؤسسة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وزيادة التكاليف المترتبة في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

## كما يمكن إيجاز أهم الاقتراحات كالاتي:

- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الجزائر لا تزال دون المستوى المطلوب، حيث تتبلور من كونها ممارسة جزئية فردية. لذا، يتطلب الأمر مزيداً من الجهود من كافة الأطراف ذات العلاقة من المؤسسات نفسها والحكومة والجهات التشريعية والمجتمع.
- على المؤسسات أن تغير موقفها اتجاه تنمية العلاقة مع المجتمع المحلي من اعتبارها تكلفة إضافية لا داعي لها، بل عليها أن تدرك وتعي جيداً بأنها تعيش ضمن بيئة محيطة بها وهو المجتمع المحلي تستفيد منه وتحقق أهدافها من خلاله.
- على المؤسسات أن تأخذ خطوات جديدة لرفع مستوى تنمية علاقتها مع المجتمع المحلي، من خلال الاهتمام بمشكلاته وقضاياها الاجتماعية كالحمد من الفقر والبطالة. مما يؤثر إيجابياً على نظرة المجتمع نحو المؤسسة.



<sup>1</sup> Delphine Gendre-Aegerter, **La perception du dirigeant de pme de sa responsabilité sociale :une approche par la cartographie cognitive**, THÈSE présentée à la Faculté des Sciences économiques et sociales de l'Université de Fribourg (Suisse) pour l'obtention du grade de Docteur ès Sciences économiques et sociales, Fribourg, France, 2008, p-p:129-130.

<sup>2</sup> بلقاسم زايري ووهيبة مقدم، تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر (دراسة تطبيقية)،

الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة يشار، 14-15 فيفري 2012، ص: 10.

<sup>3</sup> Delphine Gendre-Aegerter, **Op.cit**, 2008, p:130.

<sup>4</sup> Stephen, Robbins, Management : Concept and Applicatin, Prentice- Hall, Inc, U.S.A,1999, p :147

<sup>5</sup> أحمد علي خضر، مرجع سبق ذكره، 2012، ص: 191.

<sup>6</sup> طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان،

الطبعة الثالثة، 2010، ص: 49

<sup>7</sup> Marie Françoise Gruyonnard et Frédérique Willard, **Management environnemental au développement durable**, ADEME, France, 2004, p : 68

<sup>8</sup> Dilek Cetindamara Kristoffer Husoy, "Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of The United Nations Global Compact", **Journal of Business Ethics**, 2007, p: 167.

<sup>9</sup> Floriane BOUYOUD, **Le management stratégique de la responsabilité sociale des entreprises**, Thèse de Doctorat en management, le CNAM, Paris, 2010, p: 57.

<sup>10</sup> Michel Capron et Françoise Quairrel Lanoizelée, **Mythes et réalités de l'entreprise responsable : acteurs , enjeux, stratégies**, éditions la découverte, Paris, 2004, p:94

<sup>11</sup> Marie D'HUART et Serge DE BACKER, **Responsabilité sociétale**, Les publications de l'IEPF, Canada, 2007, p : 17.

<sup>12</sup> طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، 2010، ص: 79.

<sup>13</sup> فريد فهمي زيادة، وظائف منظمات الأعمال، اليازوري، عمان، الأردن، 2009، ص: 271.

<sup>14</sup> طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع، دار

وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2008، ص ص: 69-71.

<sup>15</sup> ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص 53.

<sup>16</sup> طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، مرجع سبق ذكره، 2005، ص: 65

<sup>17</sup> عبد الرزاق مولاي لخضر وبوزيد سايح، دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، ملتقى دولي حول: الاقتصاد الإسلامي، الواقع..وراهانات المستقبل، المركز الجامعي بغيرداية، الجزائر، 23-24 فيفري 2011، ص: 9.

<sup>18</sup> عبد الرزاق مولاي لخضر وبوزيد سايح، المرجع نفسه، ص: 9.

<sup>19</sup> سعيد زغلول بشير، دليلك إلى...البرنامج الإحصائي SPSS، المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية، الإصدار العاشر،

بغداد، 2003، ص: 119.