

## The reality of the SMEs' commitment to dimensions of CSR from the customer's perspective A study of the opinions of a sample of enterprises customers in khenchela

MAATOUB Said<sup>1</sup>, KARAOUI Ahlem<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Doctor, Management Science, Faculty of Economic, commerce and Management Sciences/ Setif University I, Algeria, m.saidtrainer@gmail.com.

<sup>2</sup> Doctor, Management Science, Faculty of Economic, commerce and Management Sciences/ Setif University I, Algeria, mayare7@hotmail.fr

### ARTICLE INFO

Article history:

Received: 03/01/2021

Accepted: 30/12/2023/

Online: 30/05/2024

Keywords:

social responsibility

small and medium

enterprises

Stakeholders

Consumer protection

Environment protection

JEL Code:M12, M14

### ABSTRACT

This study aimed to identify the commitment of small and medium enterprises' to the social responsibility dimensions among their customers. To this end, a survey was conducted to investigate the opinions of the clients of these enterprises through the state of Khenchela. A descriptive approach was used to present and analyze the concepts and the results of the study. 140 questionnaires were administered to SMEs clients in Khenchela. The findings confirmed the commitment of SMEs to social responsibility dimensions.

واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر العملاء

دراسة لآراء عينة من عملاء المؤسسات بولاية خنشلة

معطوب السعيد<sup>1</sup>، قراوي أحلام<sup>2</sup>

<sup>1</sup> دكتور، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير/جامعة سطيف I، الجزائر، m.saidtrainer@gmail.com.

<sup>2</sup> دكتورة، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير/جامعة سطيف I، الجزائر، mayare7@hotmail.fr.

### معلومات المقال

استقبال: 2021-01-03

قبول: 2023-12-30

نشر: 2024/05/30

### الكلمات المفتاحية

المسؤولية الاجتماعية

المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة

أصحاب المصلحة

حماية المستهلك

حماية البيئة

JEL Code:M12, M14

### المخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها من خلال دراسة استطلاعية لآراء عينة من عملاء هذه المؤسسات بولاية خنشلة، وقد تم استخدام المنهج الوصفي لعرض مفاهيم وتحليل نتائج الدراسة، كما تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع بياناتها، حيث تم تحليل بيانات 140 استبيان تم توزيعها على عينة من عملاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة، وقد توصلت الدراسة إلى تأكيد التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها بدرجة متوسطة.

## - مقدمة:

مع تنامي التطور الاقتصادي والتكنولوجي، ظهر مفهوم جديد لإبراز علاقة الشركة ببيئتها الداخلية والخارجية تحت مسمى المسؤولية الاجتماعية، فاستحوذت بذلك هذه الفكرة على سياسة معظم الشركات بصفة أكبر ولم يعد تقييمها يعتمد على ربحيتها فحسب، الأمر الذي دفعها إلى الاهتمام بالجوانب البيئية والاجتماعية على غرار اهتمامها بالجوانب الاقتصادية التي باتت لا تكفي لبناء سمعتها وبقائها واستمراريتها.

وعلى غرار كبرى الشركات تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليوم وفي ظل تحليلها بالمسؤولية الاجتماعية إلى تحقيق متطلبات الأطراف ذات المصلحة من المساهمين، العمال، المجتمع... إلخ، سعياً منها لتحسين علاقتها بهم، كل هذا بهدف زيادة حصتها السوقية، تقليل المخاطر التي تواجهها، تحسين صورتها فتعزيز ميزات التنافسية، مما يسمح لها بالنمو والتطور والمساهمة بشكل فعال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى المحلي والوطني.

وفي إطار توجه الجزائر نحو اقتصاد السوق وتبنيها للعديد من الآليات والممارسات التي سمحت بإنشاء وتطوير العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الأمر الذي كان له انعكاس مباشر وإيجابي على معدلات النمو والتنمية من جهة والتقليل من معدلات البطالة والفقر من جهة أخرى، وذلك من خلال تبني هذه المؤسسات لمفاهيم وممارسات المسؤولية الاجتماعية، أين تمثل هذه الأخيرة بأبعادها الاقتصادية، القانونية، الأخلاقية والخيرية، التزام تتعهد به المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اتجاه المجتمع المحلي للمساهمة في توفير متطلباته وتحسين ظروف حياة أفرادها، فهي بذلك ألية أو مدخل يساهم وبشكل فعال في تقوية الروابط بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبين أفراد المجتمع المحلي الذي تعمل على توفير متطلباته الاقتصادية والاجتماعية.

## - اشكالية الدراسة:

بناء على ما تم تقديمه فقد جاءت هذه الدراسة للإجابة على سؤال رئيسي تمت صياغته كالتالي: **ما واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها؟** وللإجابة على اشكالية الدراسة فقد تمت صياغة الأسئلة الفرعية كما يلي:

- ما واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الاقتصادي من وجهة نظر عملائها؟
- ما واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد القانوني من وجهة نظر عملائها؟
- ما واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الأخلاقي من وجهة نظر عملائها؟
- ما واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الخيري من وجهة نظر عملائها؟

## - فرضيات الدراسة:

توافقاً مع أهداف الدراسة وبناء على السؤال الرئيسي فقد تمت صياغة الفرضية الرئيسية للدراسة كالتالي: **تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها؟** وبهدف اختبار هذه الفرضية فقد تمت صياغة الفرضيات الفرعية كما يلي:

- تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الاقتصادي من وجهة نظر عملائها.
- تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد القانوني من وجهة نظر عملائها.
- ما واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الأخلاقي من وجهة نظر عملائها.

- ما واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الخيري من وجهة نظر عملائها.
- أهداف الدراسة:
  - تمثلت أهداف الدراسة في ما يلي:
  - التعرف على المفاهيم النظرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وأبعاده المختلفة؛
  - التعرف على مستوى التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها؛
  - الدراسات السابقة:
  - مكي هشام وبوطيبة عبد الرحمان (2017)، القياس المتعدد الأبعاد لتطبيقات المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. توصل الباحثان من خلال دراستهما إلى أن هناك تطبيق منخفض لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة لتحقيق التنمية المستدامة، وأنه هناك اختلاف في مدى التطبيق بين كل مؤسسة وأخرى، إلا أنه ووفقا للتحليل متعدد الأبعاد تبين تلازم تطبيق البعد الخيري وتطبيق البعد الاقتصادي، وكذا تلازم تطبيق البعد القانوني والأخلاقي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة، وتم اقتراح أن تكون المؤسسات مسؤولة اجتماعيا أكثر، برفع المدى المنخفض لتطبيق الأبعاد الأربعة معا، فالتطبيق المنحاز وبمدى منخفض لبعدين دون الآخرين يطرح عديد التساؤلات حول مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة.
  - قاشي خالد و بودرجة رمزي (2017)، واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية في ظل الحوكمة المؤسسية - دراسة حالة عينة من مؤسسات الصناعات الغذائية الجزائرية. توصل الباحثان إلى وجود مستوى مرتفع للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية محل الدراسة، وهذا نتيجة للخصوصية التنظيمية التي تتميز بها مؤسسات الصناعات الغذائية، كما تبين اهتمامها بالقيام بحملات تسويقية خيرية ودعم الأنشطة الرياضية، فيما أبدت نقصا في الالتزام برفاهية المجتمع ودعم الأنشطة التعليمية والثقافية، كما توصلت الدراسة إلى وجود مستوى مرتفع جدا لمسؤولية المؤسسات الصناعات الغذائية اتجاه حماية المستهلك نتيجة النشاط المتزايد لجمعيات حماية المستهلك، إضافة إلى زيادة الوعي لدى المستهلكين بحقوقهم والذي بدفع بالمؤسسات إلى الالتزام بها، كما تم التوصل إلى وجود مستوى مرتفع جدا للمسؤولية اتجاه أخلاقيات الأعمال، سواء بمجال المنتج، التسعير، التوزيع والترويج، وكذا التوصل إلى وجود مستوى مرتفع للمسؤولية البيئية بفضل اعتمادها على مواد أولية ذات تأثير سلبي ضئيل على البيئة.
  - بن علي آمال و آخرون (2018)، تطبيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموارد البشرية في المؤسسة الاقتصادية. -دراسة حالة شركة Condor إلكترونيكس ببرج بوعرييج. توصل الباحثون إلى أن الشركة تقدم برامج مكثفة ومتنوعة لمواردها البشرية كمسؤولية اجتماعية والتي تعتبرها الركيزة الأساسية للتفوق والتميز وأن الاستثمار فيها هو الأساس الذي لا بد من تركيز الاهتمام فيه، وأنه عليها الاهتمام بالتطبيق الفعلي لبرامج المسؤولية الاجتماعية لإنجاح الاستثمار المحلي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المدى

البعيد، ورفع عدد المؤسسات الحاصلة على مواصفة ISO26000، وضرورة توعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز دورها الاجتماعي مما يحسن من سمعتها فاستمرار نشاطها.

## 1- الاطار النظري للدراسة:

### 1-1- تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات:

مفهوم يستمر في النمو من حيث الأهمية والتأثير بصورة مستمرة، له العديد من التعاريف حيث يرى Holms أن المسؤولية الاجتماعية التزاما على المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل من خلال المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية، مكافحة التلوث، خلق فرص عمل، حل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها (لغويل و زمالي، 2016، صفحة 302).

أما Lord Holme and Richard Watts فقد اعتبرها الالتزام المستمر من جانب الشركات بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين نوعية الحياة للعمال وأسرههم، فضلا عن المجتمع المحلي والمجتمع ككل (Fontaine, 2013, p. 112)، وقد أنشأ Carroll تصورا للمسؤولية الاجتماعية للشركات في شكل هرم، واعتبر أن مسؤوليتها ذات طبيعة اقتصادية، لذا فإن التزامها الأساسي هو أن تعمل بربح مع متابعة النمو بشكل شرعي والتوفير للمجتمع السلع والخدمات بأسعار عادلة، حيث حدد المسؤولية القانونية، الأخلاقية والخيرية بجانب مسؤوليتها الاقتصادية كأربعة أجزاء للمسؤولية الاجتماعية للشركات (Keinert, 2008, p. 69).

ويرى Davis أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام صانعي القرار باتخاذ الإجراءات التي تحمي وتحسن رفاهية المجتمع إلى جانب مصالحهم الخاصة (Carroll, 2016, p. 2)، كما عرفها Christian BRODHAG على أنها "الأخذ بعين الاعتبار بصفة طوعية للاهتمامات الاجتماعية والبيئية من طرف المؤسسات أثناء أدائهم لأنشطتهم التجارية وكذلك في علاقاتهم مع أصحاب المصالح. فالمسؤولية الاجتماعية لا تعني فقط المطابقة لكل ما هو التزامات قانونية سارية المفعول، ولكن أيضا الذهاب لما هو أبعد من ذلك ويكون بالاستثمار في الرأسمال البشري وفي البيئة وفي العلاقات بين أصحاب المصالح (جعفري و العايب، 2020، الصفحات 60-61).

مما سبق يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية التزام يقع على عاتق الشركة اتجاه المجتمع الذي تعمل به، مراعية في ذلك القيم، الأخلاق، الشفافية، الالتزام بالقوانين ومختلف تطلعات هذا المجتمع لبقائها واستمراريتها.

### 2-1- مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

تقوم المسؤولية الاجتماعية على عدة مبادئ يمكن جمعها في النقاط التالية: (زرزار و غياد، 2017، الصفحات 133-134)

- المبدأ الأول: حماية البيئة من الأخطار المحيطة بها؛
- المبدأ الثاني: القيم والأخلاقيات؛
- المبدأ الثالث: المساءلة والشفافية؛
- المبدأ الرابع: تعزيز الشراكة المتوازنة بين القطاع العام، الخاص والمستفيد؛
- المبدأ الخامس: المنافسة الشريفة؛
- المبدأ السادس: الصحة والسلامة المهنية؛

- المبدأ السابع: العدالة والأمانة مع شركاء العمل؛
- المبدأ الثامن: جودة السلع والخدمات المقدمة والتي تستجيب لتطلعات أفراد المجتمع؛
- المبدأ التاسع: تعزيز ثقافة المجتمع.

### 3-1- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات:

جاءت مساهمة Carroll في توسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل شمولي، حيث تناولها بأربعة أبعاد رئيسية هي:

#### 1-3-1- البعد الاقتصادي:

ويقتضي استخدام الموارد بكفاءة لتنتج الشركة سلعا و خدمات بجودة عالية، كما يقتضي هذا البعد المنافسة العادلة عن طريق احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين، إضافة إلى منع الاحتكار والأضرار بالمستهلكين (فلاق، 2019، صفحة 53).

#### 2-3-1- البعد القانوني:

يندرج تحت هذا البعد على سبيل المثال احترام الشركة للوائح والتعليمات المنظمة للعمل بها والتي وضعتها لنفسها، واحترام قوانين العمل في المجتمع، واحترام قوانين المجتمع الأخرى بصفة عامة واحترام المواثيق والمعاهدات الوطنية والإقليمية والدولية، وعدم اقرار أي جرائم في حق العاملين أو العملاء أو المجتمع (مدحت، 2015، صفحة 40).

#### 3-3-1- البعد الأخلاقي:

على الرغم من أن البعد الاقتصادي والقانوني يجسدان المعايير الأخلاقية حول الإنصاف والعدالة، فإن البعد الأخلاقي تشمل تلك الأنشطة والممارسات التي يتوقعها أو يحظرها المجتمع على الرغم من عدم تقنينها في القانون، مجسدة بذلك القواعد أو المعايير أو التوقعات التي تعكس ما يعتبره المستهلكون، العاملون، المساهمون والمجتمع المحلي عادلا ونزيها أو يتماشى مع احترام أو حماية حقوق أصحاب المصلحة (Carroll A. B., 1991, p. 41).

#### 4-3-1- البعد الخيري:

يشمل العمل الخيري أي شكل من أشكال العطاء، على الرغم من أنه ليس مسؤولية بالمعنى الحرفي فطبيعة هذه الأنشطة تقديرية بحتة وطوعية لا يفرضها القانون، إلا أن معظم الشركات تشارك في الأعمال الخيرية كطريقة عملية لإثبات وتعزيز سمعة الشركة (Kandal, 2019, p. 31).

#### 4-1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه أهم أصحاب المصلحة:

تلتزم الشركات بممارسة المسؤولية الاجتماعية اتجاه أطراف عديدة ترتبط بها، يؤثرن ويتأثرون بنشاطاتها من بينهم ما يلي:

#### 1-4-1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين:

يمكن تقسيمها إلى ثلاث مراحل أساسية أولا قبل التحاق العامل بالشركة أي قبل عملية التوظيف، وثانيا بعد اختيار العامل ونجاحه في عملية التوظيف، ثالثا بعد انتهاء عقد العمل الذي يربط المؤسسة بالعامل سواء بالتقاعد أو العجز

أو الوفاة أو العزل أو غيرها من أسباب انتهاء العقد، ويمكن تلخيص مسؤولية إدارة الموارد البشرية في النقاط التالية (مرزق و دبون، 2017، الصفحات 177-179):

- الإعلان الصادق عن الوظائف الشاغرة وعدم احتواءه على أي نوع من التمييز سواء من ناحية الجنس أو بسبب الإعاقة؛
  - عدم وضع معايير لها صلة بالعمل ممكن أن تؤدي إلى الإقصاء؛
  - توفير الخدمات للعاملين كالنقل والإطعام والإسكان والخدمات الصحية؛
  - توفير بيئة عمل آمنة وسليمة؛
  - تحفيز المورد البشري، وعدم الاكتفاء بالتحفيز المادي، بل يجب أن يحظى بقدر كاف من التقدير والاحترام؛
  - تحقيق العدالة الوظيفية؛
  - تقديم أجور ومرتبات تتناسب والجهد المبذول من طرف العمال؛
  - ضمان الحق في الترقية؛
  - توفير دورات تدريبية مستمرة لتنمية المهارات؛
  - القضاء على كل أشكال التمييز؛
  - الاستمرار في تقديم الخدمات الصحية والتأمينات.
- 2-4-1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء:**

تتمثل الأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء فيما يلي (فلاق، 2019، الصفحات 58-59):

- القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات العملاء.
- تعبئة المنتجات بشكل يؤدي إلى تقليل احتمال التعرض لأي إصابة عند الاستخدام.
- أنشطة خاصة بتحقيق رضا العملاء.
- وضع بيانات على عبوة المنتج للتعريف بالحدود ومخاطر الاستخدام، تاريخ ومدة الصلاحية.
- القيام ببرامج إعلامية تعرف العميل بخصائص المنتج، طرق ومجالات استخدامه.
- توفير مراكز لصيانة المنتجات.

### **3-4-1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين:**

من خلال تعظيم قيمة السهم وتحقيق أقصى أرباح ممكنة، حماية أصول الشركة، الحق في الحصول على المعلومات الكافية عن أداء الشركة، التعامل العادل مع المساهمين من دون أي تمييز، إشراك المساهمين في القرارات الهامة بالشركة (فضالة و قرومي، 2017، صفحة 45).

### **4-4-1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع:**

يعتبر المجتمع أهم طرف من أطراف المصلحة الأمر الذي يتطلب من الشركات مضاعفة نشاطاتها اتجاهه من خلال ما يلي (حشوف و زيد، 2017، الصفحات 334-335):

- التبرع للمنظمات والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية؛
- المساهمة في مجال التعليم من خلال إقامة معاهد ومختبرات؛

- توفير فرص عمل لأفراد المجتمع خاصة فئة المعاقين منهم؛
- رعاية مراكز الطفولة والمسنين بالمجتمع؛
- تدعيم الأنشطة الرياضية؛
- مساعدة أفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية.

#### 5-4-1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة:

وتتمثل في حماية البيئة من الأضرار الناتجة عن نشاط الشركة، المساهمة في حملات حماية البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية وكذا تبني سياسة بيئية رشيدة. (مقدم، 2011، صفحة 7).

#### 2- الاطار العملي للدراسة:

##### 1-2- الطريقة والأدوات:

بهدف التعرف على وجهة نظر العملاء حول واقع التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية تم تحديد كل من مجتمع، عينة الدراسة، الأدوات المستخدمة لجمع وتحليل البيانات كما يلي:

##### 1-1-2- مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في عملاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة بولاية خنشلة، وبما أنه من غير الممكن ضبط وتحديد مفردات هذا المجتمع بشكل دقيق، فقد تم الاعتماد على العينة القصدية، والتي كان عددها 140 عميلا موزعين على 07 مؤسسات بمعدل 20 عميل لكل مؤسسة.

##### 2-1-2- أدوات الدراسة:

بهدف جمع بيانات الدراسة، تم استخدام الاستبيان كأداة لذلك، حيث تم تصميمه وفقا لما جاء في الاطار النظري للدراسة وبطريقة تخدم أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وقد تضمن الاستبيان أربعة محاور أساسية، بحيث يمثل كل محور بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية: (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي والبعد الخيري).

وبهدف اختبار صدق وثبات الاستبيان، فقد تم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين ليتم إخراجهم في شكله النهائي على ضوء ما قدموه من ملاحظات وتوصيات، كما تم توزيعه على عينة تجريبية تكونت من 20 عميلا من عملاء المؤسسات محل الدراسة، ليتم بعدها القيام بالاختبارات الإحصائية التالية:

#### جدول رقم (01): الاختبارات الإحصائية لصدق وثبات أداة الدراسة

مستوى المعنوية	معامل الاتساق الداخلي		معامل ألفا كرونباخ	المحور
	معامل الارتباط سبيرمان	معامل الارتباط بيرسون		
0.000	0.640**	0.676**	0.746	البعد الاقتصادي
0.000	0.725**	0.748**	0.814	البعد القانوني
0.000	0.848**	0.845**	0.831	البعد الأخلاقي
0.000	0.835**	0.833**	0.829	البعد الخيري

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

تظهر النتائج المعروضة في الجدول أعلاه صدق وثبات عبارات الاستبيان وفعاليتها في قياس ما وضعت لقياسه، حيث تؤكد قيمة معامل ألفا كرونباخ التي تجاوزت 0.7 لكل الأبعاد ثبات وصدق النتائج لو أعيد الاختبار مع نفس الأفراد وفي نفس الظروف، كما أنه ومن خلال قيم معاملات الارتباط التي تنحصر على الترتيب بين 0.676 و 0.845 بمستوى معنوية أقل من 0.05 بالنسبة لمعامل الارتباط بيرسون و 0.640 و 0.848 بمستوى معنوية أقل من 0.05 بالنسبة لمعامل الارتباط سبيرمان يظهر الارتباط القوي جدا بين أبعاد الاستبيان، وهو ما يعني أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تعكس بشكل فعلي ثبات وصدق عبارات الاستبيان.

## 2-2- تحليل نتائج الاستبيان:

يهدف تحليل نتائج الاستبيان ومعرفة مستوى التزام المؤسسات محل الدراسة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، سيتم الاعتماد على قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارات وأبعاد الاستبيان.

### 1-2-2- البعد الاقتصادي:

تضمن هذا البعد مجموعة من الأسئلة التي كانت تهدف إلى معرفة مستوى أو واقع التزام المؤسسات محل الدراسة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها، والجدول التالي يوضح النتائج المتعلقة بذلك.

جدول رقم (02): تحليل نتائج البعد الاقتصادي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية	مستوى الالتزام
1	تقدم المؤسسة منتجاتها بسعر مناسب.	3,01	1,011	0,867	متوسط
2	تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة.	2,98	1,035	0,807	متوسط
3	تستجيب المؤسسة لتطوير منتجاتها حسب متطلبات عملائها.	3,12	1,076	0,184	متوسط
4	تعمل المؤسسة على استقبال الشكاوى والاقتراحات وتأخذها بعين الاعتبار.	3,16	1,029	0,061	متوسط
5	تقدم المؤسسة خدمات ما بعد البيع	3,35	1,045	0,000	متوسط
6	تسعى المؤسسة إلى تعظيم حصتها السوقية	3,31	1,018	0,000	متوسط
	<b>البعد الاقتصادي</b>	<b>3,15</b>	<b>0,687</b>	<b>0,008</b>	<b>متوسط</b>

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال النتائج التي يعرضها الجدول رقم (02)، يتبين أن المتوسط الحسابي لهذا البعد قد بلغ 3,15 بانحراف معياري قدره 0,687، حيث جاء ترتيب هذا البعد في المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بنسبة قبول متوسطة، وبلغ أعلى متوسط في العبارة 5 بمقدار 3,35 بانحراف معياري قدره 1,045، والتي تشير إلى أن المؤسسات محل الدراسة تقدم خدمات ما بعد البيع سعياً منها لإرضاء عملائها والمحافظة عليهم، بينما كان أقل متوسط في العبارة 2 بمقدار 2,98 بانحراف معياري قدره 1,035 والتي تشير إلى أن المؤسسات محل الدراسة تقدم منتجات ذات جودة بدرجة متوسطة.

### 2-2-2- البعد القانوني:



تضمن هذا البعد مجموعة من الأسئلة التي كانت تهدف إلى معرفة مستوى أو واقع التزام المؤسسات محل الدراسة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها، والجدول التالي يوضح النتائج المتعلقة بذلك.

جدول رقم (03): تحليل نتائج البعد القانوني

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية	مستوى الالتزام
7	توفر المؤسسة كل المعلومات الضرورية وبكل شفافية عند إبرام العقود.	2,66	1,078	0,000	متوسط
8	تلتزم المؤسسة بالتعويض في حالة إلحاق الضرر.	3,09	1,052	0,298	متوسط
9	تقدم المؤسسة منتجات بمواد غير مقلدة.	3,21	1,056	0,022	متوسط
10	تتبع المؤسسة قواعد منافسة عادلة.	3,02	1,128	0,823	متوسط
11	تتعامل المؤسسة مع العملاء دون تمييز وعنصرية.	3,37	1,027	0,000	متوسط
12	تقدم المؤسسة دعاية نزيهة.	3,28	1,011	0,001	متوسط
	<b>البعد القانوني</b>	<b>3,10</b>	<b>0,762</b>	<b>0,106</b>	<b>متوسط</b>

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

يعرض الجدول أعلاه نتائج تحليل البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية، حيث يتبين أن المتوسط الحسابي لهذا البعد قد بلغ 3,10 بانحراف معياري قدره 0,762، حيث جاء ترتيب هذا البعد في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية بنسبة قبول متوسطة، وبلغ أعلى متوسط في العبارة 11 بمقدار 3,37 بانحراف معياري قدره 1,027، والذي تشير إلى أن المؤسسات محل الدراسة تتعامل مع عملائها دون تمييز وعنصرية، بينما كان أقل متوسط في العبارة رقم 7 بمقدار 2,66 بانحراف معياري قدره 1,078 والتي تشير إلى أن المؤسسات محل الدراسة توفر بدرجة متوسطة المعلومات الضرورية عند إبرام العقود.

### 3-2-2- البعد الأخلاقي:

تضمن هذا البعد مجموعة من الأسئلة التي كانت تهدف إلى معرفة مستوى أو واقع التزام المؤسسات محل الدراسة بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها، والجدول التالي يوضح النتائج المتعلقة بذلك.

جدول رقم (04): تحليل نتائج البعد الأخلاقي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية	مستوى الالتزام
13	تقدم المؤسسة منتجات لا تلحق ضرر بصحة المستهلك.	3,10	1,006	0,241	متوسط
14	لا تلجأ المؤسسة إلى الطرق غير أخلاقية في معاملاتها.	3,08	1,106	0,402	متوسط
15	تنشر المؤسسة كافة المعلومات الضرورية حول منتجاتها بمختلف الطرق.	3,12	1,102	0,195	متوسط

متوسط	0,170	1,042	3,12	تقدم المؤسسة منتجات تتماشى مع عادات المجتمع وتقاليد.	16
متوسط	0,001	1,108	3,32	تقدم المؤسسة منتجات صديقة للبيئة.	17
متوسط	0,479	1,191	3,07	منتجات المؤسسة قابلة للتدوير	18
<b>متوسط</b>	<b>0,048</b>	<b>0,806</b>	<b>3,13</b>	<b>البعد الأخلاقي</b>	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال النتائج التي يعرضها الجدول رقم (04) يظهر أن المتوسط الحسابي للبعد الأخلاقي قد بلغ 3,13 بانحراف معياري قدره 0,806، حيث جاء ترتيب هذا البعد في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية بنسبة قبول متوسطة، وبلغ أعلى متوسط في العبارة 17 بمقدار 3,32 بانحراف معياري قدره 1,108، والتي تشير إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخنشة تقدم منتجات صديقة للبيئة بغية تحسين صورتها من وجهة نظر عملائها والمجتمع ككل، بينما كان أقل متوسط في العبارة 18 بمقدار 3,07 بانحراف معياري قدره 1,191 والتي تشير إلى أن منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخنشة قابلة للتدوير بدرجة متوسطة.

#### 4-2-2- البعد الخيري:

تضمن هذا البعد مجموعة من الأسئلة التي كانت تهدف إلى معرفة مستوى أو واقع التزام المؤسسات محل الدراسة بالبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها، والجدول التالي يوضح النتائج المتعلقة بذلك.

#### جدول رقم (05): تحليل نتائج البعد الخيري

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية	مستوى الالتزام
19	تساهم المؤسسة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع.	3,14	1,015	0,241	متوسط
20	تقدم المؤسسة تبرعات ومساعدات للمجتمع ومؤسساته الخيرية.	3,09	1,086	0,402	متوسط
21	تقوم المؤسسة بالمشاركة في التظاهرات العلمية والوطنية.	3,11	1,093	0,195	متوسط
22	تشارك المؤسسة في نشاطات حماية البيئة.	3,09	1,031	0,170	متوسط
23	تشارك المؤسسة في نشاطات توعية لحماية المستهلك.	3,33	1,109	0,001	متوسط
24	تدعو المؤسسة عملائها للمشاركة في الحملات الخيرية.	3,04	1,181	0,479	متوسط
	<b>البعد الخيري</b>	<b>3,13</b>	<b>0,798</b>	<b>0,046</b>	<b>متوسط</b>

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

يعرض الجدول رقم (05) نتائج تحليل البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية، حيث يتبين أن المتوسط الحسابي لهذا البعد قد بلغ 3,13 بانحراف معياري قدره 0,798، حيث جاء ترتيب هذا البعد في المرتبة الثانية أيضا من حيث الأهمية النسبية بنسبة قبول متوسطة، وبلغ أعلى متوسط في العبارة 23 بمقدار 3,33 بانحراف معياري قدره 1,109، والتي تشير إلى المؤسسات محل الدراسة تشارك في نشاطات توعية لحماية المستهلك تحت مسمى المؤسسة المواطنة، بينما كان أقل متوسط في العبارة 24 بمقدار 3,04 بانحراف معياري قدره 1,181 والتي تشير إلى أن المؤسسات محل الدراسة تدعو بدرجة متوسطة عملائها للمشاركة في الحملات الخيرية.

### 3-2- اختبارات الفرضيات:

يهدف اختبار فرضيات الدراسة تم الاعتماد على النتائج المعروضة في الجدول التالي:  
الجدول رقم (06): تحليل أبعاد المسؤولية الاجتماعية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية	مستوى الالتزام	الأهمية النسبية
البعد الاقتصادي	3,15	0,687	0,008	متوسط	1
البعد القانوني	3,10	0,762	0,106	متوسط	3
البعد الأخلاقي	3,13	0,806	0,048	متوسط	2
البعد الخيري	3,13	0,798	0,046	متوسط	2
المسؤولية الاجتماعية	3,13	0,595	0,009	متوسط	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

#### 1-3-2- الفرضية الأولى:

من خلال النتائج المعروضة في الجدول رقم (06) يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي للبعد الاقتصادي والتي بلغت 3.15 أكبر من قيمة المتوسط الفرضي 3 مع انحراف معياري قدره 0,687 وبمستوى معنوية أقل من 0.05 مما يعني أنه دال احصائياً، وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها "تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها"

#### 2-3-2- الفرضية الثانية:

من خلال النتائج المعروضة في الجدول رقم (06) يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي للبعد الأخلاقي والتي بلغت 3.10 أكبر من قيمة المتوسط الفرضي 3 مع انحراف معياري قدره 0,762 وبمستوى معنوية 0,106 وهي أكبر من النسبة المعنوية المقبولة 0.05 مما يعني أنه غير دال احصائياً، وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية التي مفادها "لا تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها"

#### 3-3-2- الفرضية الثالثة:

من خلال النتائج المعروضة في الجدول رقم (06) يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي للبعد الاقتصادي والتي بلغت 3.13 أكبر من قيمة المتوسط الفرضي 3 مع انحراف معياري قدره 0,806 وبمستوى معنوية أقل من 0.05 مما يعني أنه دال احصائياً، وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها "تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها"

#### 4-3-2- الفرضية الرابعة:

من خلال النتائج المعروضة في الجدول رقم (06) يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي للبعد الاقتصادي والتي بلغت 3.13 أكبر من قيمة المتوسط الفرضي 3 مع انحراف معياري قدره 0,798 وبمستوى معنوية أقل من 0.05 مما يعني

أنه دال احصائيا، وعليه يتم رفض الفرضية الصفريية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها "تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بالبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها"  
**5-3-2- الفرضية الرئيسية:**

تشير النتائج المعروضة في الجدول رقم (06) إلى أن قيمة المتوسط الحسابي للمسؤولية الاجتماعية والتي بلغت 3.15 أكبر من قيمة المتوسط الفرضي 3 وبمستوى معنوية أقل من 0.05 مما يعني أنه دال احصائيا، وتنعكس قيمة الانحراف المعياري 0,595 تجانس إجابات أفراد العينة، وعليه يتم رفض الفرضية الصفريية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها "تلتزم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عملائها"  
**- خاتمة: نتائج الدراسة والتوصيات**

من خلال التحليل النظري لمفاهيم الدراسة والتحليل الاحصائي لنتائج الاستبيان توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة تلتزم وبدرجة متوسطة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة عملائها، حيث أظهرت النتائج أن المؤسسات محل الدراسة ومن وجهة نظر عملائها تلتزم بدرجة متوسطة بكل من البعد الاقتصادي، الأخلاقي والخيري، فيما لا تلتزم نهائيا بالبعد القانوني، أي أن العملاء يعتقدون أن علاقتهم القانونية بهذه المؤسسات تحمل بين طياتها الكثير من المخاطر والأضرار.

في الأخير، وبناء على كل ما سبق يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة تبني مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية وترسيخ ممارستها في أوساط الموظفين؛
- ضرورة التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية خنشلة بواجباتها القانونية اتجاها عملائها؛
- تكثيف المؤسسات محل الدراسة للأنشطة والفعاليات التي من شأنها المساهمة في نشر وترسيخ ثقافة حماية البيئة في الأوساط المجتمعية والاقتصادية؛
- ضرورة انخراط المؤسسات محل الدراسة بشكل أكبر في الأعمال الخيرية مما ينعكس بالإيجاب على صورتها الذهنية لدى العملاء والمجتمع بشكل عام.

- قائمة المصادر والمراجع:

- 1- Carroll, A. B. (1991). **The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.** *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- 2- Carroll, A. B. (2016). **Carroll's pyramid of CSR: taking another.** *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1, 1-8.
- 3- Fontaine, M. (2013). **Corporate Social Responsibility and Sustainability: The New Bottom Line.** *International Journal of Business and Social Science*, 4(4), 110-119.
- 4- Kandal, N. S. (2019). **Corporate Social Responsibility.** India: Wolters Kluwer.
- 5- Keinert, C. (2008). **Corporate Social Responsibility as an International Strategy.** Austria: physica-verlag.
- 6- العياشي زرزار، و كريمة غباد. (2017). **المسؤولية الاجتماعية في الإسلام: قراءة في المنهج النبوي لقيادة المسؤولية الاجتماعية.** مجلة العلوم الاجتماعية(23)، 128-147.
- 7- جعفري أسماء، العايب عبد الرحمن. (2020). **المسؤولية الاجتماعية للشركات وممارسات إدارة الموارد البشرية - حالة بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.** مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية. (5)1، 58-70.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/138990>

- 8- خالد فضالة، و حميد قرومي. (2017). دور تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة معارف(25)، 39-57.
- 9- سميرة لغويل، و نوال زمالي. (2016). المسؤولية الاجتماعية: المفهوم ، الأبعاد، المعايير. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية.(27)، 301-308.
- 10- عبد الله مرزق، و عبد القادر ديون. (2017). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية تجاه الموارد البشرية. مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، 3(2)، 166-181.
- 11- عمار حشوف وجابر زيد. (2017). المسؤولية الاجتماعية والبرامج تحسين جودة حياة العمل في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية- **مجمع سونطراك نموذجاً** -يوم دراسي: مكانة وممارسة المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية .جامعة بسكرة - الجزائر.
- 12- محمد أبو النصر مدحت. (2015). المسؤولية الاجتماعية للشركات و المنظمات: المواصفة القياسية ISO 26000. مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر .
- 13- محمد فلاق. (2019). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال. الاردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 14- وهيبه مقدم. (2011). سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال (دراسة حالة ثلاثة شركات عربية). الملتقى الدولي الخامس: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة. الشلف- الجزائر.