

## المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

Social Responsibility and Business Ethics in Small and Medium sized Enterprises

سيهام شيخاوي

جامعة بومرداس – الجزائر

[sihemiry@yahoo.fr](mailto:sihemiry@yahoo.fr)

Received: 05/08/2019

ليلى مطالي

جامعة بومرداس – الجزائر

[metalileila@yahoo.fr](mailto:metalileila@yahoo.fr)

Accepted: 26/11/2019

Published: 28/12/2019

ملخص:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال تعبيراً لمنظمات الأعمال عن مساهمتها في المجتمع الذي تعيش فيه، بما يساهم في تحسين صورتها لدى زبائنها، عاملها ومختلف المتعاملين معها، فضلا عن تحقيق الأرباح على المدى البعيد. تهدف هذه الورقة البحثية الى تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال ومؤشرات تبنيها من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها نموذجا خاصا من منظمات الاعمال وأحد أهم محركات التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وقد خلصت الدراسة الى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز ببعض الخصائص التي تحد من تبنيها لمفهوم وبرامج المسؤولية الاجتماعية، كارتباطها بقيم وقناعة المسيرين، حيث تشكل الرؤية الإستراتيجية لمسير المؤسسة الدافع الأكبر بنسبة 51.5%؛ متبوعا بالمزايا التنافسية المنتظر تحقيقها (36.1%)، إلا أنها لا تتوفر على الكفاءات المالية و البشرية اللازمة، وهو ما يتطلب تقديم الدعم المالي لها، بما يساعدها في تحقيق أهدافها وأهداف المجتمع ككل. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الأخلاقيات، أخلاقيات الأعمال، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، القيم.

تصنيف JEL: M14، M141.

### Abstract:

Social responsibility and business ethics refer to business practices that benefit society, and therefore, improving its image among customers, workers and stakeholders, as well as long term profitability. This paper aims to address the concept of social responsibility and business ethics and the indicators adopted by small and medium enterprises (SMEs) as one of the most important engines of economic and social development.

The study concluded that SMEs have some characteristics that limit their adoption of social responsibility practices, as they are closely associated with the values and conviction of managers, where the strategic vision of the manager is the main motivation by 51.5%; followed by the expected competitive advantages (36.1%), However, they do not have the necessary financial and human competencies, which requires financial resources, to help them achieve their goals and those of the society as a whole.

**Key words:** Corporate Social Responsibility; Ethics; Business ethics; Small and medium sized enterprises; Values.

**Jel Classification Codes:** M14، M141.

\*المؤلف المرسل: ليلى مطالي، الإيميل المنبي: [l.metalil@univ-boumerdes.dz](mailto:l.metalil@univ-boumerdes.dz)

### 1. مقدمة :

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وأخلاقيات العمل أحد المفاهيم الحديثة التي فرضتها جملة من العوامل التي تميز بيئة الأعمال اليوم، منها شدة المنافسة، وتغير سلوكيات وتطلعات المستهلكين الذين أصبحوا يبحثون عن منتجات وخدمات ذات جودة وتراعي الجوانب الصحية والبيئية، وغيرها. كما أن منظمات الأعمال تتعرض اليوم لضغوط متزايدة من الإدارة والقوانين لتحسين أخلاقيات العمل لديها، وتفرض عليها احترام بعض الشروط كتلك المتعلقة بالبيئة، الصحة، والجانب الاجتماعي للأفراد، سواء كانوا داخل المنظمة أو خارجها.

وبالمقابل، فإن المسؤولية الاجتماعية أصبحت إحدى الوسائل التي تستعملها المؤسسات لتحسين صورتها لدى المتعاملين معها، سواء كانوا عاملين، مساهمين، زبائن، أو المجتمع بشكل عام، وهي تعتبر من ضمن أولويات العديد من منظمات الأعمال في الدول المتطورة.

#### 1.1. إشكالية البحث:

إذا كانت المؤسسات الكبيرة لديها من الإمكانيات التي تسمح لها بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية مع ما تتطلبه من موارد مالية وكفاءات بشرية تتيح لها متابعة هذه البرامج، فإن غيرها من المؤسسات وبشكل خاص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز بمحدودية رأسمالها ومواردها البشرية، مما قد يؤثر على اهتمامها وممارستها لمسئوليتها الاجتماعية.

وفي هذا الإطار، نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى الإجابة على الإشكالية التالية:

ما هي مكانة المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال ضمن اهتمامات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

2.1. أسئلة الدراسة: من أجل الإجابة على السؤال الرئيسي، نضع الأسئلة الجزئية التالية:

- ما هو مفهوم المسؤولية الاجتماعية وما علاقتها بأخلاقيات الأعمال؟
- ما هي العوامل التي تشجع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تبني وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية؟
- وما هي العوامل التي قد تعيقها في ذلك؟

3.1. فرضيات البحث: لقد تم بناء الدراسة على الفرضيات الأساسية التالية:

- المسؤولية الاجتماعية هي التزام أخلاقي قبل ان تكون مسؤولية قانونية؛
- تعاني أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من ضعف الإمكانيات و المقومات التي تجعل منها مسؤولة اجتماعيا؛
- تشكل قيم المسيرين و التزامهم الحلقة الأقوى في تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

4.1. الهدف من دراسة الموضوع:

يهدف من خلال هذه الدراسة الى إبراز أهمية التحلي بالمسؤولية الاجتماعية من قبل منظمات الأعمال خاصة الصغيرة والمتوسطة منها، و هذا باعتبارها التزاما يجعل المؤسسة مسؤولة عما تقوم به من أعمال بشكل قانوني وأخلاقي معا، مما يساهم في تحسين صورتها، و تعزيز سمعة منتجها، رغم كل العوائق التي قد تحول دون تبنيها لهذا المفهوم.

5.1. أسباب اختيار الموضوع: وقع اختيارنا على موضوع الدراسة نظرا لعدة أسباب، على رأسها:

- الأهمية التي أصبح يحتلها موضوع المسؤولية الاجتماعية ضمن اهتمامات منظمات الأعمال الحديثة؛
- التعرف على أهمية أخلاقيات العمل بالنسبة للمؤسسات و دورها في تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية؛
- نظرا لحدثة الموضوع وأصالته، خاصة إذا ما تم وصله بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- الأهمية المتزايدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

## 6.1. منهج الدراسة

من أجل دراسة موضوع البحث ومعالجته من مختلف أبعاده وجوانبه وتوضيح الهدف منه اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم جمع البيانات والمعلومات المتوفرة من مصادرها ومعالجتها بطريقة علمية موضوعية للوصول إلى النتائج المتوقعة للبحث.

## 7.1. تقسيمات البحث.

للإجابة على التساؤلات المطروحة، تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور رئيسية على النحو التالي:

- أولاً: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال؛
- ثانياً: أخلاقيات العمل وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال؛
- ثالثاً: دوافع ومعوقات تبني المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

## 8.1. الدراسات السابقة:

## • دراسة مقدم وهيبة (2011):

هدف البحث إلى دراسة واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في عينة من المؤسسات الاقتصادية الواقعة في بعض ولايات الغرب الجزائري، وقد أظهرت الدراسة غياب أي فلسفة أو رؤية واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة، حيث أن هذه المؤسسات تمارس مسؤولياتها الاجتماعية بشكل متوسط عموماً. فقد كانت ممارستها جيدة تجاه كل من: المساهمين و المستهلكين، في حين تمارس بشكل متوسط مسؤولياتها البيئية و مسؤولياتها تجاه العاملين والموردين، ولا تمارس مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع. كما كشفت الدراسة عن غياب أي تأثير لمتغيرات: العمر و الحجم والملكية و طبيعة النشاط على ممارسة المؤسسات عينة الدراسة لمسؤولياتها الاجتماعية، كما كشفت الدراسة عن عدد من العراقيل التي تحول دون ممارسة المؤسسات الاقتصادية لمسؤولياتها الاجتماعية منها نقص المصادر المالية لتمويل برامج المسؤولية الاجتماعية.

## • دراسة بودراع، أمينة (2013):

حاولت الدراسة التعرف على دور أخلاقيات الأعمال في تحسين أداء العاملين، في منظمات الأعمال، و قد هدفت الى تحليل أخلاقيات الأعمال بمتغيراتها الفرعية (ثقافة المنظمة، القيم الشخصية، أنظمة المنظمة) ودورها في تحسين أداء العاملين، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات كان أبرزها: إنّ القيم الشخصية هي البعد الأكثر تأثيراً في البنوك محل الدراسة، مما يعني أن إطار المنظمة الأخلاقي محكوم بقيم مؤسسها وعاملها، وتناسب أخلاقيات الأعمال تناسباً طردياً مع تحسين أداء العاملين.

## • دراسة دويدي هاجر (2015):

هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على مدى تأثير أخلاقيات الأعمال على أداء المؤسسة الاقتصادية بالتطبيق على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وقد بينت نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائية بين مختلف عناصر أخلاقيات الأعمال (المؤسسة، المسير، العامل) وأداء العامل (باعتداده على أداء المهمة والأداء السياقي) وذلك بدرجات متفاوتة، حيث كانت أخلاقيات العامل لها أكبر تأثير على أداء العامل مقارنة بالأبعاد الأخرى لمتغير أخلاقيات الأعمال، كما ثبت وجود علاقة دالة إحصائية للمتغير الوسيط الثقة التنظيمية بأخلاقيات الأعمال من جهة وأداء العامل من جهة أخرى، أين أبرزت هذه العلاقة أقوى دلالة من بين التغيرات الكلية.

• دراسة منصور أحلام وبن عمر آسيا (2017):

تناولت الدراسة موضوع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وطرق دعمها في الجزائر، وتوصلت الى ان هذه المؤسسات أصبحت تؤدي دورا فعالا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة نظرا لمساهمتها في إيرادات الخزينة وتنوع المداخل خارج المحروقات، وخلصت الدراسة الى ضرورة تقديم المزيد من الدعم للوكالات الناشطة سواء من الناحية المادية أو التقنية ومرافقة أصحاب المشاريع للخروج بنتائج اجابية ، و إصدار تشريعات قانونية مشجعة و□فزة للاستثمار وتفعيلها على أرض الواقع بإلغاء العراقيل البيروقراطية، إضافة الى ضرورة دعم المستثمرين ومساندم، بتزويدهم بالمعلومات الخاصة بمناخ الاستثمار وبيئته ، وتقديم دراسات فرص الاستثمار.

2. الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة

2.1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

يشهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تغيرات جوهرية، مع تطور المجتمع وتوقعاته. ولا يوجد تعريف للمسؤولية الاجتماعية يحظى بقبول عالمي، إلا أن مجمل التعريفات تتفق حول التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه. ونورد فيما يلي بعض هذه التعريفات:

- من بين التعريفات الأولى التي قدمت للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يمكن ذكر تعريف (Bowen 1953) في كتابه "المسؤوليات الاجتماعية لرجل الأعمال"، «Social Responsibilities of the businessman» حيث عرفها على أنها مجموعة الالتزامات التي تنشأ عنها مجموعة من السياسات والقرارات وخطط العمل بما يتفق مع أهداف المجتمع وقيمه (M, 2012).
- وتعرف منظمة الأمم المتحدة المسؤولية الاجتماعية للشركات، على أنها توسّع المفهوم باستخدام عبارة «تحلي الشركات بروح المواطنة العالمية»، التي تغطي كلا من حقوق ومسؤوليات الشركات عبر الوطنية في السياق الدولي. وبإمكان الشركات عبر الوطنية أن تظهر تحليها بروح المواطنة الصالحة عن طريق اعتناق واستصدار عدد من القيم والمبادئ المتفق عليها عالميا في ممارسات فرادى الشركات وفي دعم السياسات العامة الملائمة على السواء في مجالات حقوق الإنسان، وفي ظروف العمل وحماية البيئة (حسين 2011, p. 228).
- وقد تم تعريف المسؤولية الاجتماعية من طرف الإتحاد الأوروبي على أنها إدماج المؤسسات للانشغالات الاجتماعية والبيئية في العمليات التجارية وكذا في علاقاتها مع أصحاب المصلحة (D, 2008، صفحة 136).
- كما عرفها المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة على أنها التزام مؤسسات الأعمال المتواصل بالسلوك الأخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرها فضلا عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة (حسين، 2011، صفحة 228).
- المسؤولية الاجتماعية للمنظمة هي التزام أخلاقي بين المنظمة والمجتمع، تسعى من خلاله المنظمة إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع بشكل عام، والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها المستقبلي (وهيبة، 2014).
- كما يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية تتلخص في مراعاة المؤسسات في حساباتها الاقتصادية، للأثار الخارجية السلبية التي يمكن أن تسببها للمجتمع ككل (Diaye و Benhamou، 2016، صفحة 21).
- وعلى الرغم من تنوع التعاريف التي قدمت للمسؤولية الاجتماعية، إلا أنه يلاحظ أنها تتفق في التزام الشركة بالتعامل أخلاقيا ضمن البيئة التي تنشط فيها، سواء البيئة الداخلية وما تضمه من موارد بشرية، أو الخارجية سواء كانت الطبيعية، أو المجتمع بشكل عام.

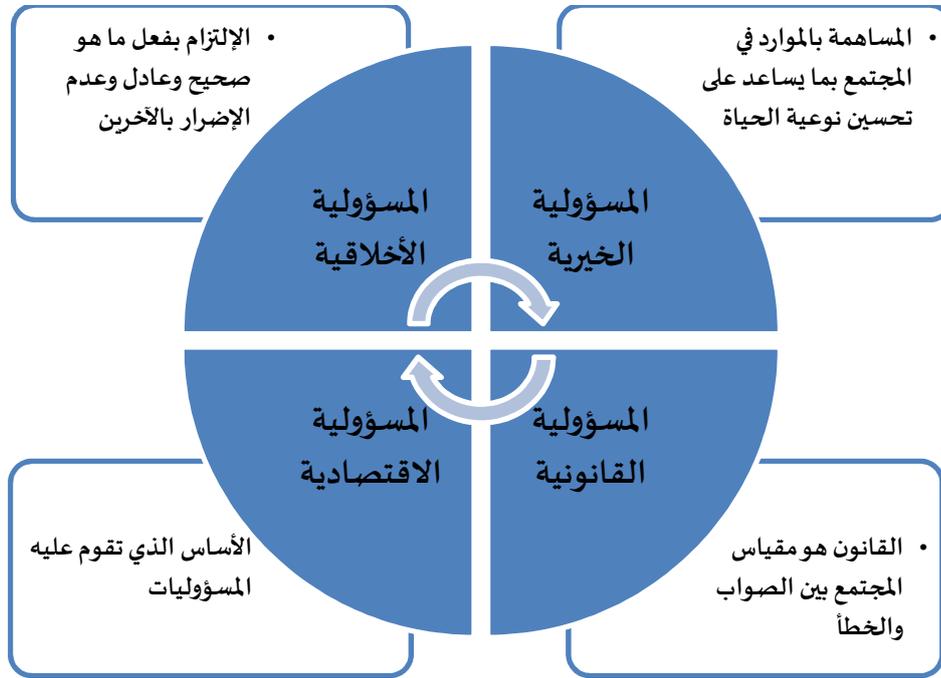
## 2.2. أبعاد المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

يعتبر هرم أرشي ب. كارول (1991) Archie B. Carroll من أول نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ حيث أشار إلى أن هناك أربعة أنواع أو أبعاد للمسؤولية الاجتماعية هي كالتالي:

- المسؤولية الخيرية Philanthropic Responsibility؛
- المسؤولية الأخلاقية Ethical Responsibility؛
- المسؤولية القانونية Legal Responsibility؛
- المسؤولية الاقتصادية Economic Responsibility.

هذه الأنواع أو الأبعاد يجب وضعها في الاعتبار عند تخطيط وتنفيذ وتقويم برامج المسؤولية الاجتماعية من جانب أي منظمة بهدف المساهمة في خدمة وتنمية المجتمع (النصر، 2015، صفحة 39).

الشكل 1: أنواع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تجاه المجتمع



المصدر: أبو النصر، مدحت محمد (2015)، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات - المواصفة القياسية ISO 26000، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، ص 43.

كما لخص البعض أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات في ثلاثة أبعاد كما يلي (حسين، 2011، الصفحات 233-234):

- **البعد الاقتصادي:** البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية لا يشير إلى الربح كجانب من جوانب الأعمال التجارية، إنما يشير إلى الإلتزام بالممارسات الأخلاقية داخل المؤسسات مثل الحوكمة المؤسسية، ومنع الرشوة والفساد، وحماية حقوق المستهلك، والاستثمار الأخلاقي. وضمن هذا السياق فعلى المؤسسات أن تقوم بتبني وتطبيق مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي، واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون في اتخاذ القرارات وتنفيذها وتطوير دليل للحكومة المؤسسية خاص بها.
- **البعد الاجتماعي:** على المؤسسة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعيش فيه، وتحسين ورعاية شؤون العاملين فيها بما ينعكس إيجاباً على زيادة إنتاجيتهم، وتنمية قدراتهم الفنية، وتوفير الأمن المهني والوظيفي، والرعاية الصحية والمجتمعية لهم، ويعد النمط الإداري المنفتح الذي تعمل به المؤسسة حاسماً حيث أن لاعتبار سلوكها الاجتماعي تأثير يتجاوز حدود المؤسسة نفسها.

• البعد البيئي: لا بد للمؤسسة أن تعي الآثار البيئية المترتبة عن عملياتها ومنتجاتها، والقضاء على الإنبعاثات السامة والنفايات، وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلبا على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد. وعلى المؤسسة أن تعي جميع الجوانب البيئية المباشرة وغير المباشرة ذات الصلة في تأدية نشاطاتها وتصنيع منتجاتها، كما عليها استخدام معايير معينة لمعرفة تلك الجوانب البيئية ذات الأثر المتميز، لتتمكن بالتالي من التحسين الفعّال لأدائها البيئي.

ومن الواجب على تلك المعايير المحددة من قبل المؤسسة نفسها أن تكون شاملة، مُثبّته (يمكن إثباتها)، وموثقة ومعمول بها.

### 3.2. تقييم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

هناك أربعة مؤشرات أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، نوردتها في ما يلي (بوزيد، 2011،

صفحة 58):

• مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتفاء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك.

• مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: ويشمل كافة تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتفاء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك.

• مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع: يتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

• مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: ويشمل كافة تكاليف الأداء التي تصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

### 3. أخلاقيات العمل وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

يأخذ الحديث عن أخلاقيات الأعمال مسارات عديدة تتناسب مع ثقافة الشعوب وطبيعة حضاراتها وهويتها السياسية والاقتصادية. فلا يقتصر وجود الأخلاق على مجتمع دون غيره، إلا أنه في ظل تدني معايير الأخلاق المتعارف عليها أصبح البحث عن الأخلاق مطلباً رئيسياً للمجتمعات المتقدمة والمتخلفة على حد سواء، سنحاول فيما يلي التعرف أكثر على جوانب هذا المفهوم، ثم نبين العلاقة بينه وبين مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

### 1.3. مفهوم الأخلاق وأخلاقيات العمل

يرجع أصل كلمة "أخلاق" إلى اللفظ اللاتيني (Morals) ، والتي تعني أشكال التقاليد أو العادات الخاصة بالتصرفات (النصر، 2015، صفحة 410).

والأخلاق كما يعرفها معجم علم الأخلاق، هي شكل من أشكال الوعي الاجتماعي تقوم بمهمة ضبط وتنظيم سلوك الناس في كافة مجالات الحياة الاجتماعية دون استثناء، في العمل، في المنزل، في العلم في الأسرة والأماكن العامة (مقبل، صفحة 145)، وعادة ما يتم عادة الخلط بينها وبين مفهوم الأخلاقيات (Ethique)، والتي تمثل منهج لتطبيق القيم الأخلاقية لتحقيق الغاية منها، حيث تشمل الأخلاق الأخلاقيات لتضعها في سياقها الملائم للحالة أو الموقف فالأخلاق تأمر والأخلاقيات توصي (Le morale commande, L'Éthique recommande) (هاجر، 2015، الصفحات 17-19).

وتعرف أخلاقيات العمل بأنها "مجموعة المبادئ السلوكية والقيم التي تحكم سلوك الفرد أو الجماعة في التمييز بين الصواب والخطأ (وهيبة، 2014) (وهيبة م.، 2014، صفحة 93). وهناك ثلاثة مصادر لأخلاقيات العمل هي (سعد، 2012، صفحة 13)

- القوانين والتشريعات التي تتمثل بالمعايير القانونية الموثقة، إذ تتحدد سلوكيات الأفراد والمنظمات والقيم الأخلاقية بتطبيق هذه القوانين والتشريعات.
  - العمليات التربوية والاجتماعية والمعتقدات الدينية التي تستند إلى القيم المشتركة بين الأفراد.
  - الاعتقادات الشخصية للفرد التي من خلالها تتحدد المعايير المرتبطة بسلوك الفرد وحرته في التصرف المناسب وفق ذلك.
- كما نجد أيضا مصطلح " أخلاقيات المهنة (La Déontologie) " ، ويطلق عليه أيضا "أخلاقيات العمل" والذي يشير إلى الالتزام بالقيم الأخلاقية داخل العمل ويعني الدراسة المنهجية للخيار الأخلاقي الذي يتم من خلاله اختيار ما هو جيد في العمل (يوسف، 2013، الصفحات 117-118).

وبشكل عام؛ أخلاقيات العمل هي الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما، وتوضح ما هو مقبول أو صحيح وما هو مرفوض أو خاطئ بشكل نسبي في ضوء المعايير السائدة في المجتمع بحكم العرف والقانون، والذي تلعب فيه ثقافة المنظمة والقيم وأنظمة المنظمة وأصحاب المصالح دورا أساسيا في تحديده (سعد، 2012، صفحة 12).

### 2.3. مستويات أخلاقيات الأعمال

- تؤثر الأعمال التي تقوم بها المنظمات بالمنظمات الأخرى، وتؤثر أيضا بالأفراد في داخل المنظمة، فضلا عن زبائنها، لذا فإن المنظمات تواجه مختلف المعضلات الأخلاقية في أعمالها وتظهر هذه المعضلات في ثلاثة مستويات هي (أمينة، 2013، صفحة 33):
- **على المستوى الفردي:** فعلى المستوى الفردي يتركز موضوع الأخلاقيات على أنشطة الأفراد على المستوى الوظيفي إذا كانت ممزوجة بالقيم الأخلاقية، والكيفية التي يؤديون بها أعمالهم، وتصرفاتهم اتجاه مدراءهم وزملائهم فضلا عن زبائن المنظمة، وعند هذا المستوى يؤخذ بالحسبان ظروف العمل المحيطة بأفراد المنظمة وفيما إذا كانت مناسبة ومحفزة للعمل.
  - **على المستوى التنظيمي:** أما على المستوى التنظيمي فيؤخذ في الاعتبار ما تقوم به المنظمات من أنشطة بشكل عام، إذ تكون المنظمات مسؤولة عما تقوم به من أعمال سواء اتجاه المنظمات الأخرى أو تجاه أفرادها، وعليها أن تتحمل العواقب المترتبة عن تلك الأعمال، فإلى جانب الكيان القانوني الذي تتمتع به المنظمة فإن لها كيانا معنويا أو أخلاقيا، يجعلها مسؤولة عما تقوم به من أعمال بشكل قانوني وأخلاقي معا، وفي حالة السلوك غير الأخلاقي لبعض الأفراد في المنظمة ينبغي عليها أن تتخذ الإجراءات القانونية فضلا عن الأخلاقية في قراراتها.
  - **على المستوى الاقتصادي:** وفي هذا المستوى تظهر أخلاقيات الأعمال لتشمل ما تقوم به المنظمات من أعمال تؤثر في الظروف الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بها، وفيما إذا كانت الأخلاقيات مندمجة في أعمال المنظمات.
  - ونجد أنه عند المستويين الفردي والتنظيمي يتبادر إلى ذهننا التساؤل التالي: أيصنع الأفراد المنظمة؟ أم المنظمة هي التي تصنع الأفراد؟ ومغزى السؤال أيهما يصنع أخلاقيات الأعمال؟ وهذا ما حاول الباحثان Tshuridu and Perryer الإجابة عليه، حيث أجابا على هذا التساؤل بمدى تغلب أحد الأطراف على الآخر، فإذا كان الفرد هو الذي يصنع المنظمة ففي هذه الحالة على المنظمة أن توظف أفرادا خلوفاً يتصرفون بشكل أخلاقي كي تكون أخلاقية، وإذا كانت المنظمة هي التي تصنع الأفراد فإنها تحتاج إلى تكوين المناخ والثقافة الأخلاقية التي من شأنها أن تؤثر على سلوك الأفراد الذين يعملون فيها.

### 3.3. المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل:

في البدء لابد من التأكيد على أن الممارسة الأخلاقية في المنظمات كانت أسبق لدى الأفراد من ممارسة المسؤولية الاجتماعية، حيث اهتم الأفراد بتجنب الرشوة والغش والسرقة في معاملاتهم ونشاطاتهم في الماضي وظلت حتى وقتنا الحاضر، في

حين أن الكثير من المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية ارتبطت بالتطورات الحديثة في المجتمع، كما هو الحال في الدعوات المتمثلة في مسؤولية المنظمات اتجاه حماية متلقي الخدمة، والمسؤولية اتجاه البيئة حيث أن هذه المفاهيم وغيرها أصبحت تمثل موقفاً اجتماعياً ووعياً جديداً (خليل، 2014، صفحة 66).

ولقد أشار الغالبي والعامري (2008) إلى أنه هناك تماثل بين أخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية إذ أن حركة المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا إحدى جوانب منهج شامل من أخلاقيات العمل (خليل، 2014، صفحة 66).

ولكن بالرغم من أن المسؤولية الاجتماعية تحمل بعداً أخلاقياً، إلا أن تطور هذا المفهوم يكمن في النموذج الاقتصادي ذاته (وهو النموذج القائم على الكفاءة وتعظيم الربح) وبالمصلحة الذاتية، الصرفة التي لم تعد قادرة بأشكالها القديمة على مجازاة التطور في المفاهيم والممارسات الجديدة، فتحوّلت إلى نمط المصلحة الذاتية المنتورة الأكثر توازناً، ويتضح هذا التحليل من خلال (وهيبة م.، 2014، الصفحات 93-94):

- الإخلال بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن ينجم عنه متابعات قضائية، وبالتالي تكاليف تتحملها المنظمة. فالمسؤولية الاجتماعية هي نتاج تحليل رشيد للمنفعة العائدة في ظل ظروف جيدة؛
- أثبت التحليل الاقتصادي لمنظمات الأعمال أن المسؤولية الاجتماعية مردود للشركة، فهي وسيلة فعالة لتعزيز سمعة الشركة وتحسين صورتها إزاء المستهلكين؛
- القانون الجديد للمسؤولية الاجتماعية قائم على التلويح بالتشريع لإلزام المنظمات بالتزامها بمسؤوليتها الاجتماعية. وفي حالة عدم تبنيها فإن القانون معني بفرضه عليها. لذلك فإن تبني المسؤولية الاجتماعية يجنب المنظمة الوقوع تحت طائلة القوانين الحالية وتبني القوانين الجديدة.

وفي هذا السياق، يؤكد الطه (2002) أن الأخلاقيات في السلوك العام للأفراد في المنظمة تمثل الأساس لتطور مفاهيم جديدة لأخلاقيات الإدارة والعمل التي تطورت بدورها فيما بعد، فالممارسة الأخلاقية التي تتمثل ببعدها رسمي ضمن القانون من جانب يكون لها بعد آخر أخلاقي من جانب آخر يتمثل في الالتزام بالمبادرات التي تعبر عن النزعات الأخلاقية أكثر من الامتثال لقانون مفروض (شجاع، 2013، صفحة 08).

#### 4. دوافع ومعوقات تبني المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تمثل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جزءاً حيوياً من اقتصاد أي دولة، وعلى الرغم من أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لهذا النوع من المؤسسات؛ إلا أن الملاحظ أنها لا تعطى الأولوية في برامجها وسياساتها، وهو ما يمكن إرجاعه لعدد من العوامل سيتم عرضها فيما يلي، بعد التعريف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية.

##### 1.4 مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

من الصعب إيجاد تعريف موحد لهذا النوع من المؤسسات، حيث أنه يختلف من دولة لأخرى، اعتماداً على معياري الحجم لعدد العمال أو رأس المال، فما يبدو مؤسسة صغيرة أو متوسطة في بلد متطور قد يكون مصنفاً كمؤسسة كبيرة في بلد نام والعكس صحيح. نورد فيما يلي بعض التعاريف المعتمدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي:

##### • التعريف المعتمد من طرف البنك الدولي:

عرف البنك الدولي يعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستخدام معيار عدد العمال حيث عرفها على أنها تلك المؤسسات التي توظف أقل من 50 عاملاً. ويصنف المؤسسات التي يعمل بها أقل من 10 عمال بالمشروعات المتناهية الصغر، والتي بها ما بين 10 و50 عاملاً تعتبر مؤسسات صغيرة، وما بين 50 و100 عاملاً فهي مصنفة مؤسسات متوسطة (آسيا، 2017، صفحة 04).

ولقد اختلف الاقتصاديون في التفرقة بين المشروعات الكبيرة والصغيرة حيث أن الاعتبار القائم بالتفرقة على أساس حجم العمال خاطئ. فمثلا مطبعة تشغل 10 عمال تعتبر كبيرة، أما مصنع يشغل 100 عامل فهو يعتبر صغير هذا في الصناعة وهذا ما يجعل التفرقة تتم على أساس الإنتاج الكبير والإنتاج الصغير في المشروعات التي تعمل في فرع واحد، أما الزراعة فتدخل عوامل أخرى للتفرقة كمساحة الأرض، خصوبة الأرض طرق الزراعة، وغيرها (ايت عيسى، 2009، صفحة 273).

#### • التعريف المعتمد لإدارة المؤسسات الصغيرة الأمريكية (SBA):

وضعت هذه الإدارة عدداً من المعايير التي يعتمد عليها في تحديد ماهية المؤسسة الصغيرة كأساس في تقرير أولوية الحصول على التسهيلات والمساعدات الحكومية، أو تقرير إعفائها من جزء أو من كل الضرائب المستحقة عليها. ومن أهم هذه المعايير (حكمت، دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة في تنويع الاقتصاد العراقي، 2012):

- أن لا تزيد القيمة المضافة السنوية للمؤسسة عن 4.5 مليون دولار؛
- أن لا تزيد الأرباح الصافية المتحققة خلال عامين عن 450 مليون دولار؛
- أن لا يزيد رأس المال المستثمر عن 9 ملايين دولار؛
- أن لا يزيد عدد العاملين في المؤسسة الصغيرة عن 250 عاملاً؛
- محدودية نصيب المؤسسة من السوق.

#### • التعريف المعتمد للسوق الأوروبية المشتركة\* (ECC):

تعتبر هذه السوق المؤسسة الصغيرة هي كل مؤسسة تمارس نشاطاً اقتصادياً ويقل عدد العاملين فيها عن 100 عامل، بينما تتبنى ألمانيا، وهي إحدى دول السوق الأوروبية المشتركة - تعريفاً آخر للمؤسسات الصغيرة حيث تعتبرها المؤسسة التي تمارس نشاطاً اقتصادياً ويقل عدد العمال فيها عن 200 عاملاً (حكمت، 2012).

#### • تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إن التعريف المعتمد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر هو التعريف الوارد في القانون رقم 17-2 المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1938 الموافق ل 10 جانفي 2017، والذي يتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهو التعريف القانوني والرسمي للجزائر، حيث تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع و / أو الخدمات:

- تشغل من واحد (1) إلى مائتين وخمسين (250) شخصاً؛
- لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة (4) ملايين دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار (1) دينار جزائري؛
- تستوفي معايير الاستقلالية (الديمقراطية،،، 2017، صفحة 5).

ويمكن تلخيص تعريف ومعايير تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في الجدول التالي:

نوع المؤسسة	عدد العمال	رقم الأعمال	الحصيلة السنوية
مؤسسة صغيرة جدا	من 1 إلى 9	أقل من 40 مليون دج	أقل من 20 مليون دج
مؤسسة صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 400 مليون دج	أقل من 200 مليون دج
مؤسسة متوسطة	من 50 إلى 250	من 400 مليون إلى 4 ملايين دج	من 200 مليون إلى مليار دج

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المواد: 8، 9، 10: الجريدة الرسمية، العدد 02، الصادرة بتاريخ 11 جانفي 2017، ص 6.

2.4. أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

أثبتت التجارب والدراسات الاقتصادية أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمثل أهم محرك للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك في جميع الاقتصاديات على اختلاف مستويات تطورها، فهذا القطاع أثبت تعاظم دوره في استراتيجيات التنمية الشاملة، وحسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) فإن هذه المؤسسات تمثل حوالي 95% من المؤسسات، 70% عبارة عن مؤسسات عائلية، كما أن أغلبها مؤسسات مصغرة وصغيرة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تمثل مؤسسات التي تشغل أقل من 19 عامل 70% وفي فرنسا تمثل 81%، وهي تقوم بدور كبير في الاقتصاد لهذا زادت عناية مختلف الدول بتنمية وتطوير هذا القطاع (الدين، 2018، صفحة 221).

ويمكن تلخيص أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي كما يلي (آسيا، 2017، الصفحات 8-7):

1.2.4. الأهمية الاقتصادية: وتتمثل في:

- تكوين الإطارات المحلية: تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تكوين الأفراد وتدريبهم على المهارات؛
- توزيع الصناعات وتنوع الهيكل الصناعي: تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا أساسيا في توزيع الصناعات الجديدة على المدن الصغيرة والأرياف، إضافة إلى الدور الأساسي الذي تلعبه في مجال تنوع الهيكل الصناعي؛
- تقديم منتجات وخدمات جديدة: إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصدر للأفكار الجديدة والابتكارات الحديثة بحيث تقوم بإنتاج السلع والخدمات المبتكرة؛
- المحافظة على استمرارية المنافسة: ففي عصر التطورات السريعة تصبح المنافسة أداة التغيير من خلال الابتكار والتحسين؛
- تعبئة الموارد المالية: تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في تعبئة الموارد المالية الخاصة والكفاءات المحلية، بالإضافة إلى زيادة الادخار وتوجيهه نحو المجالات الاستثمارية<sup>2</sup>.

2.2.4. الأهمية الاجتماعية: تشمل ما يلي:

- تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع؛
- المساهمة في التوزيع العادل للدخول في ظل وجود عدد هائل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- التخفيف من المشكلات الاجتماعية: ويتم ذلك من خلال ما توفره هذه المؤسسات من مناصب الشغل سواء لصاحب المؤسسة أو غيره؛
- تمنح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصة للأفراد لإشباع رغباتهم واحتياجاتهم من خلال التعبير عن آرائهم وخبراتهم.

3.4. دوافع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني مفهوم وبرامج المسؤولية الاجتماعية:

مما لا شك فيه أن تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمفهوم وبرامج المسؤولية الاجتماعية ذو علاقة وثيقة بالخصائص التي تميزها عن المؤسسات الكبيرة، والتالي تشجع أو تعيق توجهها نحو تطبيق هذا النوع من البرامج. فمن خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ مرونتها ووجود علاقات مباشرة وشخصية مع العملاء والعاملين، وبالمقابل، فهي تتميز بمواردها المحدودة التي تحد من قدراتها المالية، الإنتاجية والتسويقية وغيرها. فخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تجعلها تهتم بالتركيز على تبسيط الإجراءات الإدارية والمحاسبية معتمدة على قوة الاتصالات الشخصية بين العاملين والعملاء، وتعتمد على نسبة قليلة من المعدات والآلات مما يقلل من تكلفة إنتاجها (وعواطف، 2011، صفحة 7).

كما أنه في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، غالبا ما يكون مستوى الالتزام الاجتماعي والبيئي انعكاسا للالتزام الاجتماعي والبيئي للمسير (Novethic، 2015). ففي هذا النوع من المؤسسات عادة ما تكون الدوافع الأساسية لتبني برامج المسؤولية

الاجتماعية هي المعتقدات والقيم الشخصية للمسيرين، فضلا عن إمكانية تأثر هذه المؤسسات بضغوط الشركات الكبيرة التي تتعامل معها، أو المنافسة. وفي هذا الصدد؛ أكد تقرير صادر عن اللجنة الأوروبية سنة 2004 حول دوافع تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمسؤولية الاجتماعية أنها قد تكون مرتبطة بعوامل داخلية (مثل: الصحة، ومشاكل الأفراد، وغيرها)، التسويق (مثل التأثير على العلامة التجارية) أو إلى عوامل خارجية مثل التشريعات. كما يمكن إرجاع اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمسؤولية الاجتماعية إلى المزايا المنتظرة منها؛ مثل تحفيز الموظفين واكتساب عملاء جدد بالإضافة إلى تحسين سمعتها لدى الأطراف أصحاب المصلحة سواء الداخليين أو الخارجيين (صفحة 188). وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة هدفت لقياس مدى إدراك وتبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمفهوم وبرامج المسؤولية الاجتماعية، حيث شملت 313 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، وبينت أن من أهم العوامل التي تشجع على تطبيق برامج المسؤولية فيها ما يلي (« Mettre en »: 2015):

- الرؤية الإستراتيجية لمسير المؤسسة بنسبة 51.5%؛
- تحقيق المزايا التنافسية بنسبة 36.1%؛
- مشاركة العمال بنسبة 35.5%.

حيث تظهر النتائج أن حافز ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتمثل أساسا في القيم الشخصية للمسيرين، ومدى تبنيهم لهذا المفهوم، متبوعا بالمزايا التنافسية المتوقعة تحقيقها، كما يعتبر إشراك العمال في برامج المسؤولية الاجتماعية عاملا مهما على المؤسسة استغلاله لتحقيق الأهداف المنتظرة من البرنامج.

#### 4.4. معوقات تطبيق مفهوم وبرامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن الأسباب التي تعوق تبني مفهوم وبرامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ناجمة أساسا عن خصائص هذه الأخيرة. فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز بصغر رأس مالها واعتمادها على مصادر تمويل داخلية، بسبب صعوبة حصولها على تمويل خارجي بقيوده التي تعطي الحق للممول بالتدخل في إدارة شؤون العمل، مما يزيد من حدة المخاطر المالية الممكنة التعرض لها. لذلك فأغلبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إذا اضطرت إلى التمويل الخارجي فهي تفضل القروض الصغيرة أو التمويل من مصادر غير رسمية حتى وإن كانت تكلفتها عالية مقابل الحصول على حرية التصرف في إدارة المؤسسة (وعواطف، 2011، صفحة 6).

وهناك من يرى أن المشاكل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن أن تصنف إلى:

- مشكلات داخلية: كنقص الخبرة والإمكانيات، وقصور في الإدارة والأنظمة وقصور الجهود التسويقية؛
- مشكلات خارجية: كعدم وجود دعم حكومي كاف أو هذا ما يفسر أن هناك قيودا تشريعية تحد من نشاط هذه المؤسسات، وإضافة إلى منافسة المؤسسات الكبرى لها، وعدم توفير التمويل الكافي لها (ايت عيسى، 2009، صفحة 276).
- وتفسر هذه القيود إلى حد ما؛ عدم اهتمام هذه المؤسسات ببرامج المسؤولية الاجتماعية، لما تتطلبه من تمويل، حيث أظهرت نتائج الدراسة السابقة التي أجريت على عدد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن من أهم العوامل التي تعيق تطبيق برامج المسؤولية فيها ما يلي (Ordre des Experts Comptables):
- عدم وجود الوقت الكافي لتطبيق هذا النوع من البرامج، أي أنها لا تعتبرها ضمن أولوياتها بنسبة 35.8%؛
- عدم وجود الميزانية الكافية لتمويل هذا النوع من البرامج بنسبة 32.6%؛

## المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

- كما يعتبر الحجم الصغير لهذه المؤسسات ضمن معوقات تطبيقها بنسبة 23.3%؛
  - بالإضافة إلى نقص الكفاءات الداخلية التي تضمن تطبيق وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية بنسبة 24.6%
- ويظهر الجدول التالي ترتيب معوقات تبني المسؤولية الاجتماعية حسب حجم المؤسسة.

جدول 2: العوامل التي تعيق تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (تبعاً لحجم المؤسسة)

عدد المستخدمين	العامل 1	العامل 2	العامل 3
من 0 إلى 9	نقص في الميزانية	عدم توفر الوقت (لا تشكل أولوية)	حجم المؤسسة صغير
من 10 إلى 49	عدم توفر الوقت (لا تشكل أولوية)	نقص في الميزانية	عدم توفر الكفاءات اللازمة
من 50 إلى 249	• غياب ثقافة مشتركة في المؤسسة • عدم توفر الوقت (لا تشكل أولوية)		نقص في الميزانية

Source : CCI France (2013), Baromètre RSE des PME, disponible sur :

[http://www.cci.fr/c/document\\_library/get\\_file?uuid=26214805-3dd4-4545-8ec1-01819823e72a&groupId=11000](http://www.cci.fr/c/document_library/get_file?uuid=26214805-3dd4-4545-8ec1-01819823e72a&groupId=11000),

consulté le : 18/10/2019.

فعلى الرغم من أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسات، إلا عدم إدراك أهميتها من طرف المسيرين يعد أحد العقبات الرئيسية أمام تنفيذها، حيث بينت دراسة استقصائية أجريت في فرنسا عام 2014 على عينة شملت 336 مسيراً، أن 35% منهم لم يسبق لهم وأن سمعوا بالمسؤولية الاجتماعية للشركات أو التنمية المستدامة في إطار الشركات (2015، صفحة 4). وهو ما يتفق مع النتيجة التي توصلت إليها مقدم وهيبة (2014)، حيث أظهر نتائج الدراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية في بعض ولايات الغرب الجزائري، غياب أي فلسفة أو رؤية واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية، حيث أن هذه المؤسسات ليس لها أي فلسفة مؤيدة ولا معارضة للمسؤولية الاجتماعية، مما يعني غياب الوعي بخصوص هذا المفهوم وأهميته (وهيبة م، 2011).

كما أن النظر لبرامج المسؤولية الاجتماعية من زاوية التكاليف المنجزة عنها يشكل عاملاً معيقاً لتبني المسيرين لهذا المفهوم وتطبيق برامجه كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول 2: تأثير التكاليف على تبني برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من طرف المسيرين

عدد المستخدمين	4 - 1	49 - 5	99 - 50	100 - 249
الممارسات البيئية ينجر عنها تكاليف مرتفعة يفضل تجنبها.	69.2 %	74.8 %	73.2 %	80 %
ممارسات إدارة الموارد البشرية ينجر عنها تكاليف مرتفعة يفضل تجنبها.	70.8 %	76.2 %	75.6 %	86.2 %
ممارسات المشاركة المجتمعية ينجر عنها تكاليف مرتفعة يفضل تجنبها.	68.4 %	75 %	76.8 %	81.2 %

Source: Adapté de: F. Labelle et al.; (2015), Pratiques et attitudes à propos de la RSE en contexte de PME Premiers résultats d'une étude quantitative, Laboratoire de recherche sur le Développement Durable en contexte de PME, Antigonish, p. 18.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسة السابقة التي قامت بها مقدم وهيبة، حيث بينت أن العراقيل المالية تشكل أكبر عائق في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات عينة الدراسة (وهيبة م، 2011).

وباعتبار أن تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية يعتبر كتكلفة بالنسبة لمنظمات الأعمال، كما أنه يؤثر سلبا على أرباحها، في مقابل أرباح مستقبلية صعبة التقدير على المدى القصير والمتوسط، وبشكل خاص بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبالتالي فإن تقديم الدعم المالي لهذه المؤسسات سيسمح لها بتقليص الفرق بين التكلفة الحقيقية على المدى القصير والربح المتوقع (Diaye و Benhamou، 2016، صفحة 82)

وكما تمت الإشارة إليه سابقا، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها أبعاد متعددة (اقتصادية، اجتماعية، بيئية)، وعليه فإنه ينبغي مساعدتها على إدماج أكبر عدد من الأبعاد في برامجها (صفحة 83).

## 5. الخاتمة:

المسؤولية الاجتماعية هي التزام أخلاقي بين المنظمة والمجتمع، حيث تسعى من خلاله إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع الذي تنشط فيه، والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها المستقبلي. ويوجد تداخل وترابط وثيق بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، حيث تتمثل المسؤولية الاجتماعية ببعد رسمي ضمن القانون، ويكون لها بعد أخلاقي يتمثل في الالتزام بالمبادرات الاجتماعية الطوعية التي تعبر عن النزعات الأخلاقية أكثر من الامتثال لقانون مفروض، (وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى).

ومع ما تعرفه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تطور واهتمام لمساهمتها في النشاط الاقتصادي والاجتماعي، فإنها مطالبة كغيرها من المنظمات الكبيرة بتبني وممارسة المسؤولية الاجتماعية في مختلف أعمالها ونشاطاتها. حيث تشير الدراسات إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تعتبر المسؤولية الاجتماعية محورا استراتيجيا، بالنظر لصغر رأس مالها واعتمادها على مصادر تمويل داخلية، فضلا عن افتقارها للكفاءات التي تضمن نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية، (وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية)، وإنما غالبا من يكون مستوى الالتزام الاجتماعي والبيئي انعكاسا للالتزام الاجتماعي والبيئي للمسير، حيث تعتبر القناعة والقيم الشخصية للمسيرين حافزا رئيسيا لممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة). كما يعتبر إشراك العمال في برامج المسؤولية الاجتماعية عاملا مهما على المؤسسة استغلاله لتحقيق الأهداف المنتظرة من البرنامج.

## 6. قائمة المراجع:

1. Pratiques et attitudes à propos de la RSE en contexte de PME Premiers résultats d'une étude quantitative.(2015).
2. «Mettre en Place une Démarche RSE : Une Réelle Opportunité pour votre Entreprise 4». Ifévrier, 2015. (Salon des Entrepreneurs.
3. Delphine Gendre-Aegerter.(بلا تاريخ).
4. Gendre-Aegerter D.(2008).Une Approche par la Cartographie Cognitive Thèse de doctorat en Sciences économiques et sociales . Faculté des Sciences économiques et sociales Université de F.
5. Hamidi Y- Khelfaoui M..(2012).La perception de la RSE chez les dirigeants d'entreprises (PME) Algériennes . Le colloque international sur le comportement des entreprises économiques face aux enjeux du dével.
6. Novethic .(2015). quand les dirigeant(e)s insufflent l'esprit RSEl.
7. S Benhamou و M-A Diaye .(2016). Responsabilité sociale des entreprises et compétitivité .france ، janvire.
8. الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية،. (11 جانفي، 2017). القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. الجريدة الرسمية،.

9. الزياتي، أسامة محمد خليل. (2014). دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية. الأقصى، غزة، فلسطين: أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا بالمشاركة مع جامعة الأقصى.
10. بودراع أمينة. (2013). دور أخلاقيات الأعمال في تحسين أداء العاملين. المسيلة، المسيلة: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة المسيلة.
11. بومدين يوسف. (19 - 20 نوفمبر، 2013). أخلاقيات الأعمال وارتباطها بالممارسات السليمة للحكومة في منظمات الأعمال المعاصرة من منظور إداري وإسلامي ورقة بحث مقدمة للملتقى الدولي الثامن حول: دور الحكومة في تحسين أداء المؤسسات والاقتصاديات. جامعة حس.
12. حسين، ليث سعد الله و الجميل، ريم سعد. (2012). المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل دراسة لأراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل. مجلة بحوث مستقبلية عدد 38 كلية الحداثة الجامعة مركز الدراسات المستقبلية.
13. دويدي، هاجر. (2015). محاولة لدراسة مدى تأثير أخلاقيات الأعمال على أداء المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسات اقتصادية جزائرية. بومرداس: كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير جامعة أمحمد بوقرة بومرداس.
14. عيسى ايت عيسى. (2009). المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا.
15. مدحت محمد أبو النصر. (2015). المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات - المواصفة القياسية ISO 2600. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
16. مقدم وهيبية. (14/13 ديسمبر، 2011). يومي، كل. سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال (دراسة حالة ثلاثة شركات عربية. بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة.
17. مقدم، وهيبية. (2014). (، ت، ص 93. تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه في علوم التسيير. وهران: جامعة وهران.
18. منصور، أحلام وبن عمر، آسيا. (06 - 07 ديسمبر، 2017). واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ووسائل دعمها، مجمع مداخلات الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. الوادي، الوادي، الجزائر: المنعقد بجامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي.
19. موسى، عبد الجبار عبد الستار و ناصر، رحيق حكمت. (2012). دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة في تنويع الاقتصاد العراقي. مجلة العراقية للعلوم الاقتصادية.
20. موسى، عبد الجبار عبد الستار و ناصر، رحيق حكمت. (2012). دور المؤسسات المتوسطة والصغيرة في تنويع الاقتصاد العراقي. المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية.
21. مولاي لخضر عبد الرزاق و شنيبي حسين. (2011). أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات. مجمع مداخلات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات الحكومية الطبعة الثانية: نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء.
22. مولاي لخضر، عبد الرزاق و سايج، بوزيد. (جوان، 2011). دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات. غرداية: مجلة الواحات للبحوث والدراسات - مجلة علمية محكمة صادرة عن جامعة غرداية.
23. ناصر، سليمان و محسن، وعواطف. (24/23 فيفري، 2011). تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالصيغ الإسلامية المصرفية. جامعة غرداية.
24. نجلاء علي مقبل. (بلا تاريخ). القيم الأخلاقية، مفهومها. صنعاء.
25. نور، عبد الناصر و المطيري، حسين ناصر شجاع. (2013). المبادلة بين المنفعة المالية والممارسة الأخلاقية في الشركات المساهمة العامة الكويتية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية. بغداد، بغداد، العراق: مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة.
26. ياسر، عبد الرحمان و براشن، عماد الدين. (3 جوان، 2018). قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر - مجلة نماء للاقتصاد والتجارة.