

The motivated incentives for adopting social responsibility in economic companies An applied study of some economic companies in Sétif

Sofiane MESSALTA¹, Hasna MECHRI², Zeyneb TAMRABET³

¹Faculty of economics, commerce and management, University of ferhat Abbas (setif1), Algeria, smessalta@univ-setif.dz.

²Faculty of economics, commerce and management, University of ferhat Abbas (setif1), Algeria, mechrihasna@univ-setif.dz

³Faculty of economics, commerce and management, University of ferhat Abbas (setif1), Algeria, zeyneb.tamerabet@univ-setif.dz

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 27/12/2020

Accepted: 07/03/2023

Online: 07/03/2023

Keywords:

Social Responsibility
Dimensions of social responsibility
Community welfare
Social and environmental policies
Incentives
JEL Code: M14, L33

ABSTRACT

This study aims to identify social responsibility as a concept, and to identify the extent to which companies are interested in it to be supportive socially, culturally, economically and environmentally, and contributing to increase the welfare of society and carrying out social activities towards its various groups that contribute to its development, and also to adopt adequate support for companies. in order to achieve this goal, we conducted a study of their social responsibilities, as well as the necessity to formulate the social activities and practices that companies depend on within the concept of social responsibility and to transform those activities and practices into work methods that are practiced within the framework of detailed field plans and programs for some economic companies in the province of Setif

The study found that the lack of sufficient incentives to adopt social and environmental policies is the reason for the delay in the non-adoption of their social responsibilities.

الحوافز الدافعة لتبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية

دراسة تطبيقية لبعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف

سفيان مسالطة¹، حسناء مشري²، زينب تمرابت³

¹كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر، smessalta@univ-setif.dz

²كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر، mechrihasna@univ-setif.dz

³كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر، zeyneb.tamerabet@univ-setif.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/12/27

تاريخ القبول: 2023/03/07

تاريخ النشر: 2023/03/07

الكلمات المفتاحية

المسؤولية الاجتماعية
أبعاد المسؤولية الاجتماعية
رفاهية المجتمع
سياسات اجتماعية وبيئية
التحفيزات

JEL Code: M14, L33

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية كمفهوم، والتعرف على مدى اهتمام المؤسسات بها نظرا لكونها داعمًا اجتماعيًا وثقافيًا واقتصاديًا وبيئيًا، بهدف المساهمة في زيادة رفاهية المجتمع والقيام بأنشطة اجتماعية اتجاه مختلف فئاته التي تسهم في تطويره، وأيضًا على مدى وجود التحفيز الكافية التي تدعم المؤسسات على تبني سياسات اجتماعية وبيئية، ومن أجل تحقيق هذا الهدف قمنا بدراسة لمسؤولياتها الاجتماعية، وأيضًا ضرورة صياغة النشاطات والممارسات الاجتماعية التي تعتمد عليها المؤسسات ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتحويل تلك النشاطات والممارسات إلى مناهج عمل يمارس ضمن إطار خطط وبرامج تفصيلية ميدانية لبعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف معتمدين في ذلك على استبانة. وقد توصلت الدراسة إلى أن عدم وجود حوافز كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية هو سبب تأخر ممارسة المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية.

- مقدمة:

مع التطور التكنولوجي والعلمي الهائل الذي تشهده بيئة الأعمال اليوم وانتقال المجتمعات إلى مرحلة جديدة تحت مسمى «الاقتصاد الرقمي»، و«اقتصاد قائم على المعرفة» الذي يشير إلى الأهمية الكبرى التي تلعبه الأعمال في حياة الدول والمؤسسات التي تتبارى فيما بينها مهاراتها، وإبداعاتها في تقديم السلع والخدمات.

إن هذا الأمر يوضح مدى الحاجة إلى أن تكون قرارات المؤسسات مؤطرة بإطار أخلاقي يحد من الآثار السلبية التي تؤثر في حياة المجتمع العاملة به، إذ زاد تطلع هذا الأخير إلى مساهمة هذه المؤسسات في زيادة الرفاهية والقيام بأنشطة اجتماعية كثيرة اتجاه مختلف فئاته التي تسهم في تطوره وازدهاره، كل هذه المستجدات أدت بالمؤسسات إلى تبيان دورها الحيوي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للبلدان، وخاصة مع تبلور مصطلح التنمية المستدامة التي تمثل أحد أهم القضايا الإدارية بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية، حيث أن الأداء الاجتماعي والبيئي الجيد يعتبر عملاً رئيسياً في نجاح الأعمال.

ومع البحث لتبني مبادئ التنمية المستدامة في المؤسسة أدى إلى ظهور مفاهيم كثيرة مرتبطة أساساً بهذا الأخير، ومن بينها ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، التي تبرز اهتمام المؤسسات الاقتصادية بالجوانب الاجتماعية ليتعدى مسؤوليتها الاقتصادية وليشمل بيئتها التي تعيش فيها، وبالتالي تحقيق مسؤوليتها اتجاه أصحاب المصلحة، ومن هنا تظهر العلاقة الارتباطية بين المؤسسة الاقتصادية ومسؤولياتها الاجتماعية.

من خلال ما سبق نتضح إشكالية البحث المقدم، والتي يمكن طرحها كما يلي:

ما مدى التزام المؤسسات الاقتصادية بمسؤولياتها الاجتماعية وهل توجد حوافز لتبني سياسات اجتماعية وبيئية؟
والتي تقودنا إلى طرح التساؤلات التالية:

- ماذا نعني بالمسؤولية الاجتماعية؟
- ما هي أبعاد واستراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية؟
- لماذا لا تلتزم المؤسسات الاقتصادية بمسؤولياتها الاجتماعية؟
- هل توجد الحوافز الكافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية في المؤسسات الاقتصادية؟

❖ الفرضية الرئيسية:

- **عدم وجود حوافز كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية هو سبب تأخر ممارسة المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية.**

❖ أهمية البحث:

تكمن أهمية الموضوع في كون المسؤولية الاجتماعية هي السبيل الوحيد للارتقاء بالجانب الاقتصادي للمؤسسات مع مراعاة الجانب البيئي والعمل بصفة أخلاقية، لذلك لا بد من معرفة سبل تبنيها واستمرارها وهذا ما يظهر من خلال دراسة وتحليل وجود الحوافز الكافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية وممارسة المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية.

❖ أهداف البحث:

- تحديد المفاهيم النظرية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- الاطلاع على واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة؛

- تحديد مدى التزام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية؛
- التعرف على الحوافز التي تشجع المؤسسات الاقتصادية على تبني مسؤولياتها الاجتماعية.

❖ المنهج المتبع:

للإجابة على الإشكالية موضوع البحث وتحليل أبعادها والإحاطة بجوانبها ونتائجها والتأكد من صحة الفرضيات تمت الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لوصف المعلومات وتقرير الحقائق التي تم جمعها.

❖ تنظيم الدراسة:

تم تقسيم البحث إلى مايلي:

1. أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية؛

2. دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف.

1- أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية:

1-1- تعريف المسؤولية الاجتماعية:

يعتبر ديننا الحنيف أول من أرسى قواعد وأصول المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال دعوته إلى نشر التعاون والتكافل فقال تعالى: **وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ** (المائدة: 2).

وقال النبي صلى الله عليه وسلم: **(المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا)** ثم شبك بين أصابعه. متفق عليه. لقد شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات تغيرات جوهرية، ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وتوسع توقعاته، إذ لا يوجد مفهوم المسؤولية الاجتماعية يحظى بقبول عالمي، ومن هذه المفاهيم نذكر مايلي:

فقد عرفها المجلس العالمي للأعمال بأنها التزام المتواصل لشركات الأعمال بالسلوك الأخلاقي وتحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرهم فضلا عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة (القينعي، 2020، صفحة 132).

كما عرفها البنك الدولي على أنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، من خلال العمل مع الموظفين وعائلاتهم، والمجتمع ككل، لتحسين مستوى معيشة الناس، بأسلوب يخدم التجارة، ويخدم التنمية آن واحد (سعيد و قدور، 2017، صفحة 545).

أيضا فالمسؤولية الاجتماعية التزم من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل (غالي و العامري، 2015).

كما عرفها الاتحاد الأوروبي على أنها " مفهوم تقوم المؤسسات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالهم، وفي تفاعلها مع المصالح على نحو تطوعي (جديدي و مزيو، 2013، صفحة 181)، في حين

هي أيضا مراعاة الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في تسييرها وفي إدارة علاقاتها مع أصحاب المصالح والغاية من ذلك هو إشباع رغباتهم وبالتالي يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تختلف عن الأهداف الأساسية للتنمية المستدامة (جعفري و العايب، 2020، صفحة 62).

وبناء على ما سبق يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنها الالتزامات الأخلاقية والقانونية بين المؤسسات والمجتمع، تهدف من خلاله المؤسسات إلى توطيد الصلة بينهما، وذلك من أجل تعزيز مكانتها في أذهان الزبائن والمجتمع بشكل عام، نعكس بدوره على تنمية ودعم التوجه المستقبلي لها وحثها على المزيد من مسؤولياتها اتجاه المجتمع والبيئة.

1-2- أبعاد المسؤولية الاجتماعية: سعى العديد من الكتاب والباحثين إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال وجهات نظر مختلفة، ووضعوا لها مسميات متباينة، حيث أشار (Pride et Ferrell) إلى أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية تتمثل في:

– **المسؤولية الإنسانية:** أي أن تكون المؤسسة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة، وهي المزايا والمنافع التي يرغب المجتمع أن يحصل عليها من المؤسسة مباشرة، وترجع إلى مدى شعور تقدير المؤسسة لمتطلبات بيئتها والعمل على المشاركة فيها مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة أشكالها والتي تهدف إلى المحافظة على نوعية الحياة كإعداد برامج تدريب المعوقين وتمويل البرامج الخيرية كبناء المدارس ودور الأيتام والعجزة.

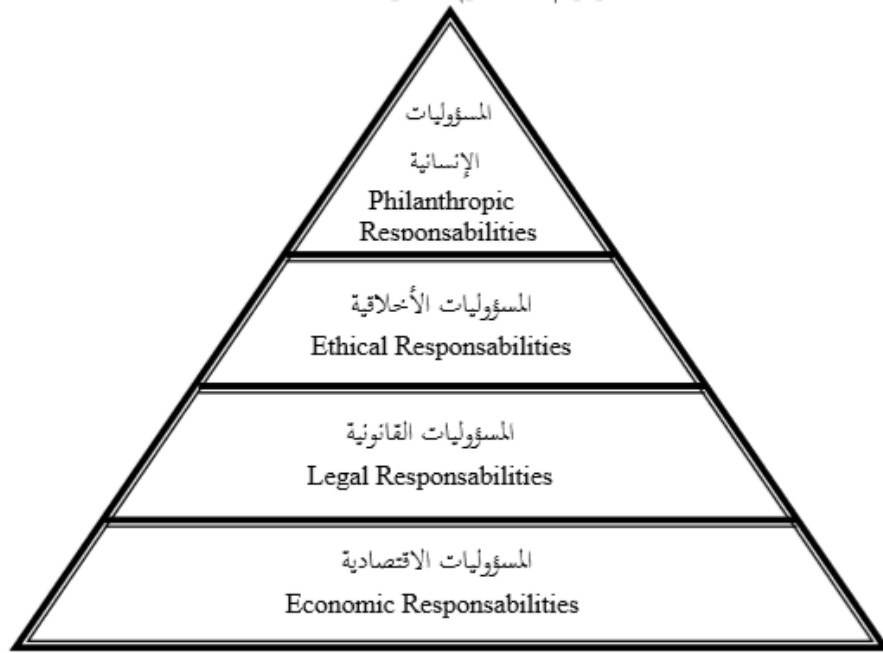
– **المسؤولية الأخلاقية:** يراعي فيها الجانب الأخلاقي للمؤسسات في كل قراراتها وأنشطتها اتجاه المجتمع دون أن تكون هذه المساهمات أو الأنشطة فرضت بنص قانوني، فالمجتمع ينتظر من المؤسسة أن تهتم بمسؤولياتها الأخلاقية التي تعبر عن سلوكها الذي يتوقعه المجتمع منها، إذ يجب عليها مراعاة العدالة والأمانة في معاملاتها مع العاملين بها والمتعاملين معها.

– **المسؤولية القانونية:** يقصد بها جملة التشريعات التي تحمي المجتمع والمنصوص عليها من خلال القوانين كحماية البيئة والحد من التلوث وتوظيف العاملين وتدريبهم والتي من الواجب أن تتصاع إليها المؤسسات وتلتزم بها.

– **المسؤولية الاقتصادية:** بأن تكون المؤسسة نافعة ومجدية اقتصاديا، ويجب أن تعمل على إنتاج السلع والخدمات بفعالية ونجاح وأن تسعى لتحقيق مستويات الأرباح المطلوبة.

حسب Carroll فإن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تشمل الآمال والتوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتطوعية التي ينتظرها المجتمع من المنظمات في فترة زمنية، وتأخذ مستويات المسؤولية الاجتماعية الكلية للمؤسسة وهي غير مستقلة عن بعضها البعض.

شكل رقم (1): هرم Carroll أبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر: (Caroll, 1991, p. 42)

الملاحظ أن هذه الأبعاد مترابطة فلا يمكن أن نتوقع من المؤسسات مبادرات خيرية ومسؤولية إذا لم تكن هذه المؤسسات قد قطعت شوطا في إطار تحملها لمسؤولياتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية تجاه المجتمعات التي تعمل فيها. ويوضح الجدول التالي خلاصة للممارسات الأكثر شيوعا في دول العالم والتي يمكن أن تعتبر أبعادا أساسية لمحتوى المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الأساسية والفرعية:

جدول رقم (01): أبعاد المسؤولية الاجتماعية

العناصر الأساسية	العناصر الفرعية	البعد
المنافسة العادلة	– منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين	الاقتصادي
	– احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين	
التكنولوجيا	– استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها – استخداما لتكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة	
قوانين حماية المستهلك	– عدم الإنجاز بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها – حماية الأطفال صحيا وثقافيا – حماية المستهلك من المواد المزيفة والمزورة	

القانوني	حماية البيئة	- منع تلوث المياه والهواء والتربة - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها - منع استخدام التعسفي للموارد - صيانة الموارد وتنميتها
	السلامة والعدالة	- منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين - ظروف العمل ومنع عمل الأحداث وصغار السن - إصابات العمل - التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي - عمل المرأة وظروفها الخاصة - المهاجرين وتشغيل غير القانونيين - عمل المعوقين
الأخلاقي	المعايير الأخلاقية	- مراعاة الجوانب الأخلاقية في لاستهلاك - مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف - مراعاة حقوق الإنسان
	الأعراف والقيم الاجتماعية	- احترام العادات والتقاليد - مكافحة المخدرات والممارسات اللاأخلاقية
الاجتماعي	نوعية الحياة	- نوع التغذية - الملابس - الخدمات - النقل العام - الذوق العام

المصدر: (غالي و العامري، 2015، صفحة 82).

1-3- أهمية المسؤولية الاجتماعية:

هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني الشركات لمزيد من الدور الاجتماعي، وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها، ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة وأهمها ما يلي (الحفيظي، 2019، صفحة 185):

• بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال خاصة؛
- تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون بين مختلف الأطراف؛
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع.

• بالنسبة للدولة:

- تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها؛
- تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها.

• بالنسبة للمجتمع:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛
- المساهمة في التنمية البشرية والاقتصادية لمجتمعات موطن المؤسسة (بسبع، طهراوي دومة، و بودخدخ، 2018، صفحة 32)؛
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع؛
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح؛
- الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والعدالة الاجتماعية؛
- وضع قرارات تسمح بحماية وتحسين سلامة البيئة (قراوي، 2020، صفحة 74)
- ومن خلال هذه النقاط الأساسية تبين لنا أن الالتزام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية للوحدات الاقتصادية يحقق العديد من المزايا منها تحسين صورة الوحدة الاقتصادية لدى للمجتمع؛ وتعزيز المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين وأفراد المجتمع بصورة عامة وخاصة إذا ما اعتبرت المسؤولية الاجتماعية مبادرات اختيارية للوحدات الاقتصادية تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة وغير مباشرة بالوحدة الاقتصادية.

1-4- استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

يتمحور الأداء الاجتماعي للمؤسسة في أربعة توجهات أو استراتيجيات أو مواقف تندرج في تبنيها لممارسات المسؤولية الاجتماعية والإسهام في الإنفاق على الأنشطة الاجتماعية ابتداء من إستراتيجية الممانعة أو عدم تبني أي دور اجتماعي على الإطلاق وانتهاء بإستراتيجية المبادرة الطوعية الاجتماعية حيث هناك دورا اجتماعيا رئيسيا.

1-4-1 إستراتيجية الممانعة أو عدم التبني:

تهتم المؤسسة في هذه الاستراتيجية بالمتطلبات الاقتصادية دون تبني أي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب أن تتركز على تعظيم الربح والعوائد الأخرى، أما المتطلبات الاجتماعية فيتم مقاومتها ومحاربتها من قبل إدارة المؤسسة، إن المؤسسة التي تتبنى هذه الاستراتيجية تقوم بترك المشاكل الاجتماعية دون حل إلى أن يعلم الجمهور، وعند ذلك تستجيب لمعالجة المشكلة المطروحة رغم إنكارها لمسؤولياتها تجاه تلك المشاكل والأخطاء بالتقليل من التأثير السلبي أو تسعى نحو امتصاص غضب أصحاب المصالح (حسين، 2002، صفحة 125).

1-4-2 الاستراتيجية الدفاعية:

تقوم المؤسسة وفقا لهذه الاستراتيجية بدور اجتماعي محدود جدا وبما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة فقط، أي القيام بأقل ما هو مطلوب منها قانونيا في مواجهة المسؤوليات الاقتصادية والقانونية، فمع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية وضغوط الناشطين في مجال البيئة وزيادة الأصوات التي تتادي لحماية المستهلك تلجأ إلى المناورات القانونية للمحاولة من تقليل الالتزامات المرتبطة بالمشاكل التي تسببها المؤسسة ولحماية المؤسسة من الانتقادات وبالحد الأدنى (حمدي، 2003، صفحة 70).

1-4-3 استراتيجية التكيف:

في هذه الاستراتيجية نجد أن المؤسسة تخطو خطوة متقدمة أخرى باتجاه المساهمة بالأنشطة الاجتماعية من خلال تبني الإنفاق في الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الأخلاقية والقانونية إضافة إلى الاقتصادية، حيث يكون لها دور اجتماعي واضح من خلال التفاعل مع الأعراف والقيم وتوقعات المجتمع (محمود، 2002، صفحة 71).

1-4-4 استراتيجية المبادرة التطوعية:

تأخذ الإدارة هنا زمام المبادرة في الأنشطة الاجتماعية وذلك بالاستجابة للكثير من المتطلبات الاجتماعية وفقا لتقديرات المدراء بما يتناسب مع المواقف المختلفة. تتميز هذه الاستراتيجية بأن الأداء الشامل للمؤسسة يأخذ دائما في الاعتبار أن لا تكون القرارات المتخذة أو التصرفات ذات أثر معاكس لتطلعات المجتمع ومصلحته.

2-دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف:

2-1-مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف، وقد تم التعرف على هذه المؤسسات من خلال زيارات استطلاعية لبعض المناطق الصناعية بولاية سطيف وكذلك التعرف على مجموعة من المؤسسات العاملة في القطاع الخدمي والتجاري، وبذلك تنتوع مؤسسات مجتمع الدراسة على ثلاثة قطاعات: الصناعة، الخدمات والقطاع التجاري حيث تختلف ملكيتها من عمومية إلى خاصة.

2-2-عينة الدراسة:

قمنا بدراسة ميدانية لبعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف، وشملت الدراسة 35 مؤسسة اقتصادية منها 21 مؤسسة صناعية و 09 مؤسسات خدمية و 05 مؤسسات تجارية. وقدم تم الاستعانة ببرنامج (Spss) في تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال استبيان.

2-3-قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات حوافز تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

يبين الجدول رقم (02) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات (حوافز تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية) والمعدل الكلي لفقراته، ويتضح أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0.05 أي معدل الثقة 0.95، حيث أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من 0.05 وقيمة المحسوبة أكبر من قيمة الجدولية والتي تساوي 0.334، وبذلك تعتبر الفقرات صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (02): معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات حوافز تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية

الرقم	العبارة	معامل بيرسون	مستوى الدلالة
1	ترك المؤسسات على حريتها سوف يؤدي إلى عدم تحملها لمسؤولياتها الاجتماعية	0.854	0.000
2	أفضل وسيلة لدفع المؤسسة لكي تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية هي سن قوانين وتشريعات تلزمها بذلك	0.873	0.000
3	تتحمل المؤسسة مسؤولياتها الاجتماعية فقط إذا نما وعي الأفراد لمقاطعة المؤسسات التي لا تتحملها	0.735	0.000
4	لا تشمل القوانين سارية المفعول على عقوبات رادعة للمخالفين للمقاييس والمواصفات الاجتماعية والبيئية	0.762	0.000
5	لا يأخذ بعين الاعتبار مدى التزام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية عند تقييم مدى نجاحها	0.644	0.000
6	عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى المؤسسة (إعفاء ضريبي، دعم مادي أو معنوي)	0.989	0.000
7	لا يتم مكافأة المؤسسات التي تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية	0.602	0.000
8	ضعف دور الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية	0.845	0.000
9	ضعف دور جمعيات حماية البيئة، المستهلك، حقوق الإنسان نحو إجبار المؤسسات على تحمل مسؤولياتها الاجتماعية	0.738	0.000
10	لا يطلب أصحاب المصالح من المؤسسة معلومات ذات دلالة اجتماعية	0.686	0.000
11	لا تتبنى المؤسسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بسبب نقص التكوين في الجانب الاجتماعي والبيئي	0.602	0.000
12	لا تتبنى المؤسسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بسبب نقص الوقت وارتفاع التكاليف بدون عائد مقابل ذلك	0.845	0.000
13	لا تتبنى المؤسسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بسبب نقص الموارد المالية الكافية	0.738	0.000
14	معظم منافع المسؤولية الاجتماعية تتحقق لأطراف خارجية	0.686	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تفريغ بيانات الاستمارة

2-3- تحليل نتائج الدراسة:

2-3-1 تحليل فقرات حوافز تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية

باستقراء نتائج الجدول رقم (02) يلاحظ بأن المتوسط الحسابي الكلي للفقرات بلغ (4,17) وبنسبة موافقة على مضمون الفقرات بلغت (83.4%) وهي أعلى من الوزن النسبي المعتمد في هذه الدراسة والبالغ (60%)، ومستوى الدلالة يساوي

(0.000) وهو أقل من (0.05)، وقيمة t المحسوبة تساوي (14.67) وهي أكبر من قيمة t الجدولية وتساوي (2.03) وهذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة يوافقون بدرجة مرتفعة أن عدم وجود حوافز لتبني سياسات اجتماعية هو سبب تأخر اهتمام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية، كما أن الانحراف المعياري بلغ فقط (0.448) مما يدل على تقارب الإجابات وإنها تتمحور حول الوسط الحسابي.

كما تشير نتائج الجدول نفسه إلى أن الفقرات (4,3,2,1) حققت متوسطا حسابيا قدره (4.46) وبأهمية نسبية (89.2%) وهي أعلى من الوزن النسبي المحايد (60%)، وقيمة t المحسوبة تساوي (12.356) وهي أكبر من قيمة t الجدولية وتساوي (2.03)، ومستوى الدلالة يساوي (0.00) وهو أقل من (0.05)، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة مرتفعة أن أفضل وسيلة لكي تتحمل المؤسسات مسؤولياتها الاجتماعية هي سن قوانين وتشريعات تلزمها بذلك وأن ترك المؤسسات على حريتها يؤدي إلى عدم تحملها لمسؤولياتها الاجتماعية، كما أن القوانين سارية المفعول لا تشمل على عقوبات للمخالفين للمقاييس والمواصفات الاجتماعية والبيئية، والمؤسسات سوف تتحمل مسؤولياتها فقط إذا نمت وعي الأفراد لمقاطعة المؤسسات التي لا تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية، فما عدا إصدار بعض القوانين المتعلقة بحماية البيئة وإصدار المنظومة التشريعية في مجال العمل والشؤون الاجتماعية ونصوص تنظيمية في مجال الوقاية من الأخطار المهنية والتي تم التطرق إليها سابقا في الجزء النظري، لا توجد قوانين وتشريعات أخرى تدعم ممارسات المسؤولية الاجتماعية وحتى هذه النصوص والقوانين والتشريعات المتعلقة بحماية البيئة لوحظ من خلال دراستنا الميدانية عدم العلم بوجودها من طرف إدارة المؤسسات خاصة ذات القطاع الخاص منها.

والمتوسط الحسابي للفقرات رقم (7,6,5) يساوي (4.17,4.86,4.86) على التوالي أي أن المتوسط الحسابي الكلي لهذه الفقرات يقدر ب(4.63)، ونسبة موافقة على مضمون الفقرات بلغت لها بلغ (92.6%) وهي أعلى من الوزن النسبي المحايد (60%)، ومستوى دلالة يساوي (0.000) وهو أقل من (0.05)، وقيمة t المحسوبة تساوي (13.223) وهي أكبر من قيمة t الجدولية وتساوي (2.03)، ومستوى الدلالة يساوي (0.000) وهو أقل من (0.05)، لذلك تعتبر هذه الفقرات دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) مما يدل أن المتوسط زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة مرتفعة من قبل أفراد العينة على عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى المؤسسة (إعفاء ضريبي، دعم مادي أو معنوي)، كما أنه لا يتم مكافأة المؤسسات التي تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية ولا يأخذ بعين الاعتبار مدى التزام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية عند تقييم نجاحها، فما عدا وجود صناديق الدعم المالي للمؤسسات المهمة بإدماج أبعاد التنمية المستدامة والتي تهتم أساسا بتمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية وتجهيزها لتطبيق أنظمة الإدارة البيئية والجودة وقد تم التطرق إليها سابقا لا توجد حوافز أخرى تدعم ممارسة المسؤولية الاجتماعية، وقد توضح أيضا من خلال الدراسة الميدانية غياب أو نقص وعي المؤسسات الاقتصادية أو عدم اهتمامها بالبرامج الموجهة من طرف الدولة لصالح المؤسسات الاقتصادية لإدماج أبعاد المسؤولية الاجتماعية خاصة المؤسسات الاقتصادية ذات القطاع الخاص.

المتوسط الحسابي للفقرات (9,8) يساوي (4.925) ونسبة موافقة على مضمون الفقرات بلغت (98.4%) وهو أعلى من الوزن النسبي المحايد (60%)، قيمة t المحسوبة تساوي (14.05) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (2.03)، ومستوى الدلالة يساوي (0.000) وهو أقل من (0.05)، لذلك تعتبر هذه الفقرات دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، مما

يدل على أن المتوسط زاد عن درجة الموافقة المتوسطة، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة حول ضعف دور الإعلام والجمعيات في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وإجبار المؤسسات على تحملها، ويمكن أن يعزى ذلك إلى الدور الذي يلعبه الإعلام والجمعيات في المجتمعات بشكل عام وفي نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بشكل خاص.

المتوسط الحسابي الكلي للفقرات (10,11,12,14) يساوي (4.465) ونسبة موافقة على مضمون الفقرات بلغت (89.3%) وهو أعلى من الوزن النسبي المحايد (60%)، قيمة t المحسوبة تساوي (12.662) وهي أكبر من قيمة t الجدولية (2.03)، ومستوى الدلالة يساوي (0.000) وهو أقل من (0.05)، لذلك تعتبر هذه الفقرات دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، مما يدل على أن المتوسط زاد عن درجة الموافقة المتوسطة، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة مرتفعة من قبل أفراد عينة الدراسة أن هناك أسباب أخرى لعدم تحمل المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية حيث أن أصحاب المصالح لا يطلبون من المؤسسات معلومات ذات دلالة اجتماعية، إضافة إلى نقص التكوين في الجانب الاجتماعي والبيئي ونقص الوقت وارتفاع التكاليف، والعائد لا يظهر على المدى القصير لذلك يتبين للمؤسسات أن معظم منافع المسؤولية الاجتماعية تتحقق لأطراف خارجية وأن تحمل المسؤولية الاجتماعية يكون بدون عائد.

المتوسط الحسابي للفقرة (13) يساوي (1.94) ونسبة موافقة على مضمون هذه الفقرة بلغت (38.8%) وهو أقل من الوزن النسبي المحايد (60%)، ومستوى الدلالة (0.232) وهو أكبر من (0.05)، قيمة t المحسوبة تساوي (-13.32) وهي أقل من قيمة t الجدولية (2.03)، مما يدل أنه ليس هناك موافقة من قبل أفراد عينة الدراسة أن عدم تحمل المسؤولية الاجتماعية يرجع إلى نقص الموارد المالية الكافية، وبالتالي تتوفر للمؤسسات القدرة المالية الكافية التي تسمح لها بتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم (03): تحليل فقرات حوافز تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة t	مستوى الدلالة
1	ترك المؤسسات على حريتها سوف يؤدي إلى عدم تحملها لمسؤولياتها الاجتماعية	4,06	,236	81.2	,55613	0.000
2	أفضل وسيلة لدفع المؤسسة لكي تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية هي سن قوانين وتشريعات تلزمها بذلك	4,89	,404	97.8	,63012	0.000
3	تتحمل المؤسسة مسؤولياتها الاجتماعية فقط إذا نما وعي الأفراد لمقاطعة المؤسسات التي لا تتحملها	3,97	,296	79.4	,44008	0.000
4	لا تشتمل القوانين سارية المفعول على عقوبات رادعة للمخالفين للمقاييس والمواصفات الاجتماعية والبيئية	4,94	,236	98.8	,80615	0.000
5	لا يأخذ بعين الاعتبار مدى التزام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية عند تقييم مدى نجاحها	4,86	,430	97.2	,55312	0.000

0.000	,55312	97.2	,430	4,86	6	عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى المؤسسة (إعفاء ضريبي، دعم مادي أو معنوي)
0.000	14.674	83.4	,337	4,17	7	لا يتم مكافأة المؤسسات التي تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية
0.000	,80614	98.2	,236	4,94	8	ضعف دور الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية
0.000	,32213	98.2	,373	4,91	9	ضعف دور جمعيات حماية البيئة، المستهلك، حقوق الإنسان نحو إجبار المؤسسات على تحمل مسؤولياتها الاجتماعية
0.000	,1988	81.8	,373	4,09	10	لا يطلب أصحاب المصالح من المؤسسة معلومات ذات دلالة اجتماعية
0.000	,63013	97.8	,404	4,89	11	لا تتبنى المؤسسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بسبب نقص التكوين في الجانب الاجتماعي والبيئي
0.000	,4407	79.4	,296	3,97	12	لا تتبنى المؤسسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بسبب نقص الوقت وارتفاع التكاليف بدون عائد مقابل ذلك
0.232	- ,55613	38.8	,236	1,94	13	لا تتبنى المؤسسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بسبب نقص الموارد المالية الكافية
0.000	,32215	98.2	,373	4,91	14	معظم منافع المسؤولية الاجتماعية تتحقق لأطراف خارجية
0.000	14.67	83.4	,337	4,17	جميع الفقرات	

قيمة t الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 34 تساوي 2.03

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تفريغ بيانات الاستمارة

2-3-2 اختبار الفرضية: عدم وجود حوافز كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية هو سبب تأخر ممارسة المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام t للعينات الواحدة، وتبين النتائج في الجدول رقم (04) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات الفرضية (المجال الخامس من المحور الأول) يساوي (4.17) بنسبة موافقة على مضمون الفقرات تساوي (83.4%) وهي أكبر من الوزن النسبي المحايد (60%)، وقيمة t المحسوبة تساوي (14.674) وهي أكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي (2.03)، ومستوى الدلالة يساوي (0.000) وهو أقل من (0.05)، وهذا يدل أنه لا توجد قوانين وتشريعات تلزم المؤسسات الاقتصادية بتحمل مسؤولياتها الاجتماعية، كما أنه لا توجد الحوافز الكافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مما يؤخر اهتمام المؤسسات الاقتصادية بالمسؤولية الاجتماعية، وهنا كان لابد من التدخل الحكومي والإعلامي والجمعوي لتحفيز المؤسسات الاقتصادية لممارسة مسؤولياتها الاجتماعية والإفصاح عنها خاصة أن لهذه المؤسسات الموارد المالية الكافية التي تأهلها لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعوائد ستحقق لها سواء على المدى القصير أو البعيد.

وبالتالي يتم قبول الفرضية عدم وجود حوافز كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية هو سبب تأخر ممارسة المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية.

جدول رقم (04): أسباب تأخر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية

أسباب تأخر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة t	مستوى الدلالة
لا توجد قوانين وتشريعات تدعم ممارسات المسؤولية الاجتماعية	4.46	0.293	89.2	12.356	0.000
عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى المؤسسة	4.63	0.399	92.6	13.223	0.000
ضعف دور الإعلام والجمعيات في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية	4.92	0.304	98.4	14.05	,0000
أسباب أخرى لعدم تحمل المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية	4.46	0.361	89.3	12.662	,0000
عدم تحمل المسؤولية الاجتماعية يرجع إلى نقص الموارد المالية	1.94	0.373	38.3	13.32-	0.232
جميع الفقرات	4.17	0.337	83.4	14.674	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تفرغ

الخاتمة:

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية تتبوأ حيزاً ومساحة كبيرة من الأهمية على جميع الأصعدة والمجالات المحلية وتحظى باهتمام رفيع المستوى من قبل المؤسسات لكونها تعمل على تحسين مستوى المعيشة والارتقاء برفاهية المجتمع. فقيام المؤسسات بأداء الأدوار المطلوبة منها في ظل مسؤولياتها الاقتصادية مع الاستجابة لحاجات ورغبات المجتمع المتعددة يؤمن لها أعلى درجات الاستقرار ويجعلها قادرة على مواجهة التغيرات والتحديات التي تفرضها معطيات الحال، وبالتالي تجعلها أكثر قابلية للبقاء والاستمرار.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

- المسؤولية الاجتماعية للشركات تعني مراعاة الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في تسييرها وفي نشاطاتها وفي إدارة علاقاتها مع أصحاب المصلحة (المجتمع ككل)، ومن هنا يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تختلف عن الأهداف الأساسية للتنمية المستدامة.
- عدم وجود حوافز كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية هو سبب تأخر ممارسة المؤسسات لمسؤولياتها الاجتماعية؛
- اهتمت الدول المتقدمة بالمسؤولية الاجتماعية للوحدات الاقتصادية لما لها من تأثير في دعم الاقتصاد ومساندة الدولة؛

- المسؤولية الاجتماعية جاءت نتيجة للآثار السلبية التي تخلفها المنظمات جراء أنشطتها على البيئة والمجتمع؛
 - لم تعد الإدارة مسئولة عن تحقيق رغبات ومصالح فئة واحدة فقط، بل أصبحت تهتم بمصالح العديد من الفئات ذوي العلاقة مثل النقابات، المجتمع، البيئة.
 - تساهم المسؤولية الاجتماعية في إرساء وتحقيق استراتيجيات التنمية المستدامة؛
 - يؤدي الالتزام بالمنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية إلى تحقيق العديد من المنافع التي تنعكس إيجاباً على كل من منظمة والمجتمع والدولة ككل؛
- التوصيات:**

- من خلال ما سبق من الاستنتاجات يمكن تقديم التوصيات التالية:
 - وجب على المؤسسات تضمين سياسة المسؤولية الاجتماعية في رسالتها الاستراتيجية وأن تعتبرها جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة التي يجب أن تحرص على أدائها بالشكل المطلوب؛
 - ضرورة صياغة النشاطات والممارسات الاجتماعية التي تعتمد عليها الشركات ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتحويل تلك النشاطات والممارسات إلى مناهج عمل يمارس ضمن إطار خطط وبرامج تفصيلية؛
 - ضرورة إيمان المنظمة بقضية المسؤولية الاجتماعية، وأن تكون هناك قناعة من قبل كل أفراد المنظمة؛
 - إنشاء قاعدة بيانات لأداء المسؤولية الاجتماعية قصد توفير بنية تحتية لممارستها.
- قائمة المراجع:**

1. Caroll, A. B. (1991). the pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4).
2. doucin, M. (2010). etude des politiques volontaristes menées par les etats en matière de responsabilité sociale des entreprises dans 17 pays européennes . paris: publié par le ministère des affaires étrangères et européennes.
3. طاهر منصور محمد غالي، و صالح مهدي محسن العامري. (2015). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
4. أحلام قراوي. (2020). المسؤولية البيئية كمدخل لمساهمة المؤسسة في تحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة مؤسسة الإسمنت عين الكبيرة - سطيف. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية ، 05 (01)، الصفحات 71-84،
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/138991>
5. أسماء جعفري، و عبد الرحمان العايب. (2020). المسؤولية الاجتماعية للشركات وممارسات إدارة الموارد البشرية - دراسة حالة بعض المؤسسات الاقتصادية. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية ، 5، الصفحات 58-70،
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/138990>
6. أحمد عبد الحفيظي. (2019). آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية. المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي (07)، الصفحات 181-190.
7. عز الدين القينعي. (2020). تدني محاسبة المسؤولية الاجتماعية والبيئية -دراسة حالة. مجلة اضافات إقتصادية، 04 (02)، الصفحات 129-149.

8. عبد القادر بسبع، علي طهراوي دومة، و كريم بودخدخ. (2018). الاستدامة البيئية للمؤسسة الصناعية. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية ، 01 (01)، الصفحات 29-42، <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122715>
9. فؤاد محمد حسين الحمدي. (2003). الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك (أطروحة دكتوراه). كلية الإدارة والاقتصاد، اليمن: جامعة المستنصرية.
10. التميمي هاشم حسن حسين. (2002). الرقابة الاجتماعية ودورها في تقويم أداء الوحدات الاقتصادية دراسة ميدانية في ديوان الرقابة المالية (أطروحة دكتوراه). كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
11. رضوى جديدي، وألفة مزيو. (2013). المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية-دراسة حالة مؤسسة عطور ورو. المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة. جامعة اليرموك (الأردن).
12. سعيدي ز & ,قدور ن. (2017). محاسبة المسؤولية الاجتماعية؛ إشكالية القياس والإفصاح والتطبيق في المؤسسة الاقتصادية. الاتجاهات الحديثة للمحاسبة مقاربات علمية وعملية. أم بواقي.
13. محمود را ش. (2002). المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمنظمات الإنتاجية في توفير مبدأ حماية المستخدم، التطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية. العراق، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الموصل.