

مدى إدراك مستخدمي المؤسسات الاقتصادية لعناصر المسؤولية الاجتماعية حالة مؤسسة مطاحن الحضنة

عادل نقموش *1

1. جامعة محمد بوضياف المسيلة، (الجزائر)، adel.nakmouche@univ-msila.dz.

نشر في: 2021-01-27

قبل في: 2020-12-29

استلم في: 2020-09-10

الملخص:

تهدف الدراسة الى التعريف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية من الجانب النظري والتطبيقي، خصوصا وأنها من المفاهيم الإدارية التي ما تزال بحاجة إلى البحث والدراسة، وكذلك معرفة موقع المؤسسة الجزائرية من مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى استجابتها للبرامج المرتبطة بهذا المفهوم، إضافة إبراز الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية على المنظمة وعلى المجتمع ومختلف أصحاب المصلحة وفي الأخير الخروج بنتائج وتوصيات تفيد قطاع الأعمال وتدعوه إلى تبني مثل هذه الممارسات المسؤولة اجتماعيا في العمل الإداري، ومنها: أهمية وضع مؤشرات محلية لتقييم الأداء تجاه المسؤولية الاجتماعية، تشجيع المنافسة بين المؤسسات في ممارسة المسؤولية الاجتماعية عن طريق منح جوائز للمؤسسات المتميزة في أداء المسؤولية الاجتماعية، وتقديم حوافز وتسهيلات للمنظمات التي تمارس المسؤولية الاجتماعية، الاستفادة من خبرات الشركات الدولية في مجال المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية؛ برامج المسؤولية الاجتماعية؛ شركة مطاحن الحضنة.

رموز تصنيف JEL: M41.

The Extent of The Awareness of Economic Companies' Employees to The Social Responsibility Elements: Case Study Of The Hodna Mills Corporation

NAKMOUCHE Adel ^{1*}

1. University of mohamed boudiaf, Msila, (Algeria), adel.nakmouche@univ-msila.dz

Received: 10/09/2020

Accepted: 29/12/2020

Published: 27/01/2021

Abstract:

The study aimed at introducing the concept of social responsibility from the theoretical and applied side, especially as it is one of the administrative concepts that still need to be researched and studied, as well as the location of the Algerian institution from the concept of social responsibility and its responsiveness to the programs related to this concept. Society and various stakeholders, and finally to produce results and recommendations that benefits the business sector and invites them to adopt such socially responsible practices in administrative work:- The importance of developing local performance assessment indicators towards social responsibility.- Encouraging competition between companies in the exercise of social responsibility by granting awards to companies of excellence in the performance of social responsibility, and to provide incentives and facilities to organizations that exercise social responsibility.- Benefit from the expertise of international companies in the field of social responsibility.

Keywords : Social Responsibility; Social Responsibility Programs; Al-Hudna Mills Company.

JEL classification codes : M41.

* : *Corresponding author.*

مقدمة

تعد منظمات الأعمال نظاما مفتوحا يتأثر بكل ما يحدث في بيئة الأعمال من تغيرات اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية، وكذلك يؤثر فيها، الأمر الذي أدى إلى ضرورة ممارسة دور اقتصادي واجتماعي في المجتمع الذي تعمل فيه باعتباره مصدر الثروة لديها.

ويعتبر الدور الاجتماعي في المجتمع مسؤولية تتحملها المنظمات بما أنها غالبا ما تتسبب في آثار سلبية على البيئة والمجتمع، فأقل ما يمكن فعله هو تحمل تبعات هذه الآثار وتجنبها مستقبلا أو على الأقل النقل منها. وبالنظر إلى ما حصل من تغير اجتماعي وبيئي كبير وتزايد وعي المستهلك وتمييزه بين المنظمات لاعتبارات أخلاقية واجتماعية، ألزم المنظمات على أن تسعى إلى تحقيق أهداف المجتمع بنفس درجة اهتمامها بتحقيق الربح المادي، لتحقيق التميز وتحافظ على عملائها وتستمر في السوق.

ويتعين على منظمات الأعمال أن لا تقتصر مسؤوليتها على مجرد تحمل الآثار السلبية لنشاطاتها إن وجدت، بل يجب عليها أن تكتسب صفة المواطنة في المجتمع الذي تعمل فيه، وبالتالي تصبح لها حقوق وعليها واجبات تنعكس من خلالها مسؤولياتها تجاه أطراف بيئتها وكذا المتعاملين معها.

ومن هنا تتضح أهمية دمج المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في النظام الإداري للمنظمات وبالتالي نفي اعتبارات المكسب المادي كهدف رئيسي للمنظمات، وإضافة اهتمامات ومسؤوليات أخرى تجاه المتعاملين مع المنظمة والمجتمع والبيئة.

مشكلة الدراسة، بعد إدراك الكثير من المنظمات خصوصا في الدول المتقدمة لأهمية المسؤولية الاجتماعية، بدأت بممارستها ومنحتها القدر الكافي من الاهتمام، وكان لها أثر في تحسين صورة هذه المنظمات واستمراريتها. وسنتعرض من خلال هذه الدراسة إلى واقع تبني المؤسسات الاقتصادية لعناصر المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المستخدمين، وذلك من خلال الإجابة عن الإشكالية الرئيسية التالية:

- ما مدى ادراك مستخدمي مؤسسة مطاحن الحضنة لعناصر المسؤولية الاجتماعية؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية الأساسية مجموعة من التساؤلات الفرعية، وهي:

- هل يوجد وعي من قبل مؤسسة مطاحن الحضنة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

- هل تطبق مؤسسة مطاحن الحضنة برامج المسؤولية الاجتماعية؟

- هل توجد علاقة بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

الفرضيات، للإجابة عن التساؤلين السابقين تم صياغة الفرضيتين التاليتين:

- يوجد وعي من قبل مؤسسة مطاحن الحضنة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

- تطبق مؤسسة مطاحن الحضنة برامج المسؤولية الاجتماعية.

- توجد علاقة بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

أهمية الدراسة، تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج أحد المواضيع الراهنة، إذ يبرز أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسة الاقتصادية، كما تكمن أهميته في غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

والمكاسب التي تعود لصالح المنظمة في حال تبنيها، بالإضافة إلى توضيح المفهوم الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية وتجاوز فكرة أن برامج المسؤولية الاجتماعية مجرد تكاليف إضافية، وعرض واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ومدى الوعي بها من طرف المستخدمين.

أهداف الدراسة، من خلال هذه الدراسة نحاول الوصول إلى الأهداف التالية:

- معرفة موقع المؤسسة الجزائرية من مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى استجابتها للبرامج المرتبطة بهذا المفهوم.
- إبراز الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية على المنظمة وعلى المجتمع ومختلف أصحاب المصلحة.
- الخروج بنتائج وتوصيات تفيد قطاع الأعمال وتدعوه إلى تبني مثل هذه الممارسات المسؤولة اجتماعيا في العمل الإداري.

منهج الدراسة، حتى نتمكن من اختبار الفرضيات والإجابة على الإشكالية المطروحة تم استخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري، الذي يتميز بجمع المعلومات الموجودة والإمام بكل الجوانب النظرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، أما في الجانب التطبيقي تم استعمال أسلوب الاستبيان، الذي قدم للعينة المختارة كأداة دراسة، وتم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) في تحليل النتائج.

الدراسات السابقة، يوجد العديد من الدراسات في هذا المجال من بينها:

- دراسة وهيبة مقدم (2014) بعنوان: " تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية في الجزائر -دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري-" أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية - جامعة وهران، حيث هدفت الدراسة إلى تبيان واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، ومدى التزام هذه المؤسسات اتجاه الأطراف ذات المصلحة، وشملت الدراسة 110 مؤسسة من المؤسسات الاقتصادية الواقعة في ولايات الغرب الجزائري. وقد أظهرت الدراسة غياب أي فلسفة أو رؤية واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة، ووجدت أن هذه المؤسسات تمارس مسؤولياتها الاجتماعية بشكل متوسط عموما.

- دراسة سمية دربال (2018) بعنوان: " محددات تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية دراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خلال الفترة 2017/2018"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية - جامعة ورقلة"، حيث هدفت هذه الدراسة إلى إبراز مختلف دوافع التزام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالمسؤولية الاجتماعية، لعينة مكونة من 25 مؤسسة اقتصادية جزائرية، توصلت الدراسة لمعرفة مدى ادراك المسيرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، كما توصلت إلى بناء نموذج يسمح بفهم السلوك الاجتماعي للمؤسسات حيث يلخص مختلف الدوافع الحاثّة على تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

- دراسة وائل محمد جبريل (2018) بعنوان: "واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية لفروع الصيرفة الإسلامية لمصرف الجمهورية بالمنطقة الشرقية في ليبيا"، الدراسة عبارة عن مقال نشر في مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية بفروع الصيرفة

الإسلامية لمصرف الجمهورية في المنطقة الشرقية من خلال الأبعاد الاتية: (المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة)، ولقد تم التوصل إلى العديد من النتائج يمكن إيجازها فيما يلي: كشفت الدراسة أن المستوى العام لممارسة المسؤولية الاجتماعية بفروع الصيرفة الإسلامية محل الدراسة جاء متوسطاً، إضافةً إلى ذلك أظهرت الدراسة أن أكثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية ممارسةً تمثل في بُعد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين.

- دراسة محمد سعيد العمري، رندة سلامة الباقي، أيمن عرابي عبد اللطيف (2018) بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية في المملكة العربية السعودية"، الدراسة عبارة عن مقال نشر في مجلة الاقتصاد والمالية، إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة يتمثل في تحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية عن طريق تنمية الوعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتحديد اتجاهات موظفي المؤسسات الصناعية حول أهمية مشاركة منظماتهم في الأنشطة الاجتماعية، وكذلك تحديد العوامل والمعوقات المؤثرة في قيام المؤسسات الصناعية بمسؤوليتها الاجتماعية، ومن أهم النتائج التي توصل إليها هذا البحث أن مجالات المسؤولية القانونية هي أكثر المتغيرات تأثيراً في الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية، وأن مجالات المسؤولية الاجتماعية هي أقل المتغيرات تأثيراً في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية، وأن مهارات المديرين المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية هي أقل المتغيرات تأثيراً في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية.

نشأة فكرة المسؤولية الاجتماعية

من الصعب تحديد تاريخ محدد بذاته يمكن اعتباره بداية ظهور المفهوم المعاصر لفكرة المسؤولية الاجتماعية، فمنذ ما يزيد قليلاً على نصف قرن مضى لم يكن اصطلاح المسؤولية الاجتماعية هو أحد المصطلحات المستخدمة في أدب إدارة الأعمال بل أن حتى توجيه الفكر صوب هذا الاتجاه لم يكن أمراً وارد على الإطلاق وقد عبر عن تلك الحقيقة بأنه منذ حوالي نصف قرن مضى كان من قبيل الجرأة مجرد حتى اقتراح أن إدارة المشروع يقع عليها أي نوع من المسؤولية تجاه المجتمع.

وقد ورد اصطلاح المسؤولية الاجتماعية لأول مرة في إدارة الأعمال في عام 1923 حين أشار (Sheldon) في كتابه - فلسفة الإدارة - إلى مسؤولية الإدارة في المشروعات هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية، وأن جزء هام من فن استخدام الأساليب العلمية لإدارة الأعمال هو أن تلتزم إدارة المشروع بمسؤولياتها الاجتماعية عند أداء وظائفها المختلفة.

وعلى الرغم من تلك البداية، فإن المفهوم لم يلفت الأنظار أو يشد الانتباه في تلك المرحلة المبكرة، وإن كانت بعض الإشارات - غير المباشرة - حول أهمية المفهوم استمرت تطفو على السطح بين الحين والآخر. (الصيرفي، 2007، صفحة 53)

مفهوم المسؤولية الاجتماعية

بالرغم من الدراسات والبحوث الكثيرة التي تعرضت لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، إلا أنه لم يتم التوصل إلى مفهوم واحد منفق عليه، وفي ما يلي سيتم التطرق إلى بعض هذه المفاهيم:

- معهد الأمم المتحدة، عرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "السلوك الأخلاقي في شركة ما اتجاه المجتمع، وتشمل سلوك الإدارة المسئول في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال". (حامد و بورغدة ، 2016)

- المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة، عرفها 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". (مولاي لخضر، 2011، صفحة 228)

- المنتدى الدولي لقادة الأعمال، يعرفها على أنها: "ممارسة الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة، إضافة إلى المساهمين". (نفس المرجع، صفحة 228)

- البنك الدولي، عرفها على أنها: "مساهمة قطاع الأعمال في تحقيق الأهداف التنموية، وهي تشير إلى الأخذ بعين الاعتبار للانشغالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من قبل منظمات الأعمال، بطريقة يتم من خلالها تعظيم العوائد وتخفيض الأضرار، وتحمل المسؤولية الاجتماعية بالطابع التطوعي، كما يمثل الالتزام القانوني الحد الأدنى لهذه المسؤولية الاجتماعية". (THE WORLD BANK, 2007)

- الاتحاد الأوروبي، يعرفها على أنها: " مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي". (المغربل و فؤاد، 2008، صفحة 02)

من المفاهيم السابقة يتضح أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام وسلوك أخلاقي يتضمن مبادرات وسياسات تمارسها الشركة في المجتمع، على المستوى الاقتصادي، القانوني، الإنساني والأخلاقي، والذي من خلاله تقوي الروابط بينها وبين المجتمع، مما يعزز مكانتها في أذهان المستهلكين والمجتمع ككل والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها المستقبلي بشكل يحقق التنمية المستدامة للمجتمع.

مجالات المسؤولية الاجتماعية

إن تبني أصحاب المصالح من قبل الشركات يحتل أسبقيات متسلسلة في ضوء طبيعة تأثيرها على أهداف الشركة ومصالحها الخاصة، لذلك فإن الدراسات تشير إلى أن البعض من هذه الفئات يأتي في مراتب متقدمة وبشكل مستمر كما هو الحال عليه في الدول المتقدمة، حيث نجد أن هذا الاهتمام بالزبائن كبيرا مقارنة مع فئات حديثة ظهرت، حيث يمكن أن تلعب الحكومة الدور الأكبر في الدول النامية وتأتي في مراحل متقدمة نظرا لتأثيرها الكبير في جوانب الحياة المختلفة وهذه أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية.

- المسؤولية تجاه المالكين، يمثل المالكون فئة مهمة من أصحاب المصالح والمستفيدين المباشرين من نشاط الشركة، يتحمل هؤلاء المالكون مخاطر الاستثمار من خلال المغامرة بأموالهم الخاصة متوقعين عائدا مناسبة من

هذه الاستثمارات، وقد يكون المالك شخصا واحدا أو مجموعة، والمؤشرات التالية تعبر عن متطلبات هذه الفئة ويمكن اعتبارها مقاييس لقياس الأداء الاجتماعي اتجاهها: (منصور الغالبي و محسن العامري، 2015، الصفحات 86-87)

- تحقيق أكبر ربح ممكن، في حالة الملكية الخاصة فإن المحافظة على رأس المال وتحقيق هامش ربح مناسب لأصحاب رؤوس الأموال وبذل أقصى جهد من قبل الإدارة والعاملين وحسن استخدام الموارد لتحقيق أقصى عائد ممكن يمثل الالتزام الاجتماعي على الشركة اتجاه ملاكها، أما في حالة الملكية العامة فإن بذل كافة الجهود اللازمة لتحقيق الأهداف التي رمت إليها الدولة من التدخل في هذا النشاط يمثل الالتزام الاجتماعي للشركة اتجاه ملاكها.
- تعظيم قيمة السهم، إن الهدف الذي يتطلع إليه المالكون هو أن تكون قيمة أسهم شركتهم بارتفاع مستمر وقيمة عالية.
- زيادة حجم المبيعات، تسعى الشركات لأن تكون الأولى من حيث الحصة السوقية وأرقام المبيعات نظرا لارتباط حجم المبيعات والحصة السوقية بالأرباح وبقيمة المؤسسة.
- حماية أصول الشركة وموجوداتها، فالمالكون هم أول المتضررين من حصول أي ضرر في الموجودات والممتلكات الخاصة بالشركة، وقد يؤدي الإهمال أحيانا إلى انهيار الشركة وخروجها من السوق لذلك فهم يتوقعون من الشركة القيام بدورها على أفضل وجه.
- تحقيق سبق في مجال النوعية، يتطلع المالكون لأن تعرف شركاتهم بجودة السلع والخدمات التي ينتجونها لما في ذلك من مردود ايجابي لصالح الجميع، فجودة المنتجات سواء أكانت سلعا أو خدمات تعبر عن حالة نشاط فعال واستخدام كفؤ للموارد البشرية والمادية في الشركة.
- 1. المسؤولية تجاه العاملين، وتشمل المسؤولية جميع الأفراد الذين يعملون في الشركة بغض النظر عن طبيعة أعمالهم ومواقعهم التنظيمية كونهم عنصر أساسي ومهم فيها، كما أن مصالحهم لا تقتصر فقط على الأجور بل تتعداها وهذه أهم مؤشرات مسؤولية الشركة تجاه العاملين:
- أجور ومرتبات مجزية، يتوقع العاملون أن تدفع لهم أجور تتناسب مع الجهود المبذولة سواء كانت فكرية أو عضلية، كما يتوقع العاملون العدالة في تحديد الأجور من حيث وفائها بمتطلبات العيش الكريم وسد حاجياتهم، علما أن الأجور التي تدفع للعاملين تمثل محركا فاعلا في اقتصاديات الدول المختلفة.
- فرص ترقية متاحة وجيدة، إن منح الترقية للعامل تؤدي إلى تحسين قدراته الفنية والمالية وتشعره بأهميته في الشركة، وبالتالي يخلق عنده الشعور بالانتماء للشركة.
- تدريب وتطوير مستمر، يتوقع العاملون من الشركات التي يعملون فيها أن تنظم لهم دورات تكوينية لتطوير المهارات والمعارف وتذهب بعض الشركات إلى التكوين المستمر لتنمية وتطوير مهارات عاملها، كوضع برامج مساعدة للعاملين لتحسين الصحة النفسية أو مواجهة بعض ضغوط العمل التي من شأنها أن تعرقل أداء العامل وغيرها من الأمور التي تحسس العامل بمكانته في الشركة.

- **ظروف عمل صحية ومناسبة**، إذا كانت بيئة العمل مشتملة على المستلزمات الضرورية للحفاظ على صحة العمل وسلامته من مختلف الأخطار أو توفير سبل الرعاية لهم فهذا سيساعد العاملين على الانجاز الصحيح لمهامهم وأداء وظائفهم بشكل حسن، فالتهوية الجيدة والإضاءة الكافية وعدم وجود ضوضاء أو إشعاع ودرجات الحرارة الملائمة والمكاتب الواسعة ومكان العمل النظيف والمفتوح كلها شروط صحية أساسية لأداء العمل.
- **المشاركة في القرارات**، تعد المشاركة في القرارات مدخلا مهما لتحفيز العاملين واندماجهم في العمل، فلا تكتفي الشركات بالاستفادة من جهود العاملين بل تذهب إلى ما هو أبعد من ذلك فتستفيد من مبادراتهم الإبداعية والمشاركة في القرارات التي تخصهم أو تخص عملهم.
- **الشفافية في العمل وتقليل الاتصالات غير الرسمية السلبية**، إن أسلوب الاتصالات المفتوحة يعد مدخلا ملائما لتنمية العلاقة مع العاملين حيث تجعلهم على اطلاع بما في الشركة من قضايا مختلفة وبالتالي فهم أسرع للمبادرة بمعالجة المواقف المختلفة ومساعدة الشركة على التطور والرقى، فالإشاعات التي تسري بين العاملين يكون لها أثر سلبي، فتؤدي الشفافية والوضوح في الاتصالات إلى تقليل هذا الأمر، وهذا الوجه الآخر للمسؤولية الاجتماعية.
2. **المسؤولية تجاه الزبائن**، وتشمل جميع المستهلكين والموزعين الوسطاء أفرادا وهيئات وغيرهم من المتعاملين، وتتمثل هذه المسؤولية في تقديم خدمة جيدة ومميزة، وهذا لم يعد أمرا اختياريا بل واقعا فرض نفسه على الشركة، لأن رضا وولاء الزبائن أصبح الرهان الأكبر للشركات على المنافسة، إن العامل الرئيسي في قوة الزبائن هو امتلاكهم لمطلق الحرية في اختيار السلع والخدمات نتيجة لكثرة المنافسين، فمعرفة الشرائح المختلفة من الزبائن أصبحت عملا قائما بذاته حيث إن الكثير من محركات البحث والمواقع المتخصصة على الانترنت تقوم بإعداد قوائم الزبائن لكثير من الشركات مع التفاصيل المتعلقة بأحوالهم الشخصية وسلوكياتهم في الشراء، فخدمة الزبون تبدأ أولا من داخل الشركة وتعتبر من أسباب نجاح أو فشل الشركات، لذا نجد أن الشركات تعطي أهمية كبيرة للزبون لأن تنمية وتطوير العلاقات مع الزبائن هي التي تزيد من حجم ولائهم وثقتهم بالشركة (فمعادلة النجاح لم تعد تستند إلى الترويج الابتكاري أو الاتجاهات الإيجابية أو المنتج المميز أو السعر الملائم فحسب ولكنها تستند في المقام الأول إلى بناء علاقة شراكة ناجحة بين الشركة وزبائنها). وبشكل عام تصلح أن تكون هذه المؤشرات مقياسا للأداء الاجتماعي موجهة لهذه الشريحة: (منتجات بأسعار مناسبة، منتجات بنوعية جيدة، إعلان صادق وأمين، منتجات أمينة عند الاستعمال، إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج والتخلص منه بعد الاستعمال، تطوير مستمر للسلع والخدمات). (محمد مرسي و أبو بكر، بدون سنة نشر، صفحة 10)
3. **المسؤولية تجاه المجتمع المحلي**، يمثل المجتمع المحلي شريحة مهمة من المستفيدين حيث تسعى الشركات إلى تكوين صورة جيدة لها بهدف خلق تلاؤم بينها وبين المجتمع، وقد فهمت الشركات أن هناك حاجة لإنشاء علاقات مع المجتمعات المحلية في الأماكن التي تعمل فيها، فالأداء الاجتماعي الجيد لها يعكس العلاقات الجيدة مع مجتمعها، هذا لا يعني أن تتخلى الشركات عن حقها الطبيعي في تحقيق الربح على أن لا يكون هناك تعارضا بين هدف تحقيق الربح ومصصلحة المجتمع أو تفضيل تحقيق الربح على مسؤوليتها تجاه مجتمعها وبالتالي (عندما تكون المصلحة الاجتماعية العامة هي القضية فليس هناك أي حق يعلو على تلك المصلحة) (بكري، 2006،

صفحة 235)، ومعنى هذا أنه يجب على الشركات العامة والخاصة أن تضع الرفاهية العامة ومصصلحة المجتمع فوق أي اعتبار ذاتي وتوجد أساليب وطرق كثيرة عبر من خلالها المجتمع المحلي عن متطلباته من الشركات، ويمكن الإشارة إلى أهم المعايير كالتالي:

- المساهمة في دعم البنى التحتية للمجتمع حيث تمثل هذه البنى قواعد ومرتكزات أساسية للارتقاء بالمجتمع وتحسين ظروف حياته مثل تغيير الطرق وإنشاء الجسور والمنتزهات والمساحات الخضراء وغيرها من المبادرات.
- خلق فرص عمل جديدة بشكل مستمر لحل مشكل البطالة وتشغيل نسبة من الفئات الخاصة كالمعوقين وبالتالي زيادة الاستقرار والأمن الاجتماعي.
- إن المجتمع المحلي يتوقع أن تبادر الشركات إلى المساهمة في أعمال الإغاثة في حالة الكوارث الطبيعية.
- الالتزام بنصوص وروح الأنظمة في حالة التخلص من النفايات وبما لا يؤدي إلى تلوث الماء والهواء.
- دعم المؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والاجتماعية وما شابه من مؤسسات باعتبارها تؤدي واجبا وخدمة لمختلف شرائح المجتمع وتهدف إلى الارتقاء بالمجتمع وزيادة رفايته كإتاحة فرص التدريب والتكوين المهني بالشركة لأفراد المجتمع وبخاصة طلاب المؤسسات المهنية.
- احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع وعدم خرق الآداب والسلوك الايجابي، محاربة الفساد الإداري أو تحقيق أرباح على حساب صحة المستهلك.

4. المسؤولية تجاه الحكومة، تمثل الحكومة فئة المتعاملين مع الشركة وعادة ما تعير لها الشركات أهمية كبيرة في الدول النامية قد تفوق باقي الفئات الأخرى وبدرجة أكبر عن ما تلقاه من اهتمام في الدول المتقدمة، وباعتبار الحكومة هي الممثل القانوني للدولة فهي تتوقع من الشركات دورا في المجالات التالية:

- الالتزام بالقوانين والتشريعات الصادرة من الحكومة كالقوانين الخاصة بتنظيم العمل والأجور والأسعار وغيرها من الأمور الأخرى التي تمس الحياة الاجتماعية مباشرة.
- رغم أن الشركات يغلب على أنشطتها طابع الربح إلا أن ذلك لا يجب أن يكون على حساب التزام بمبدأ تكافؤ الفرص بالتوظيف للجميع لما من ذلك من أثر ايجابي وبالتالي الابتعاد عن الاعتبارات العائلية والجهوية والعرقية والجنسية...
- تسديد الالتزامات الضريبية والرسوم وعدم التهرب الضريبي، أيضا فالإفصاح المحاسبي والضريبي يجب أن يكون صادقا وأميناً ويأتي في الوقت المناسب دون تأخير وما يتبع ذلك من إجراءات قانونية.
- المساهمة في حل مشكلات اجتماعية وثقافية واقتصادية وغيرها مثل المساهمة في التخفيف من حدة البطالة حيث أن قدرة الشركة على خلق فرص عمل تساهم في دعم جهود الحكومة في التخفيف من حدة البطالة.
- تعزيز وتحسين صورة الدولة والحكومة عند التعامل الخارجي وعدم التورط في أي نشاط مخالف للقوانين الدولية أو التغطية على الأنشطة غير المشروعة كالتهريب، غسيل الأموال...
- إن إحجام الشركات عن الاستثمار في البحث العلمي لتطوير مختلف نواحي الحياة الصناعية والصحية والتعليمية، تجعل من الدول متخلفة قياسا بالدول الأخرى لأن الحكومات لا تستطيع أن تتحمل الإنفاق بمفردها.

5. **المسؤولية تجاه البيئة**، إن المقصود بالبيئة هنا هي البيئة الطبيعية، التربة، الماء، الهواء وغيرها وقد أصبح المجتمع معني بشكل كبير وبتزايد مستمر بالآثار البيئية التي تتركها عمليات الشركات المختلفة على صحة الإنسان أولاً وعلى النباتات والحيوانات والمياه والتربة والهواء من آثار، ففي سنة 1970 عند الاحتفال بيوم الأرض للمرة الأولى كان مدراء الشركات يرون أن الناشطين في هذا المجال هم مجموعة من المعارضين لحرية الاستثمار، أما اليوم فإن جماعات حماية البيئة هم قوة حقيقية ضاغطة سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً، ولهم كلمتهم وآرائهم المسموعة، فلا توجد شركة اليوم إلا وينجم عن عملها مخلفات تضر بالبيئة وتؤدي إلى تأثيرات سلبية كالشركات الصناعية والكيماوية والنفطية ومؤسسات إنتاج الكهرباء بالطاقة الذرية، وكذلك المستشفيات بمخلفاتها الخطيرة، حتى الجامعات التي تبدو خالية من الملوثات يظهر أنها تؤثر سلباً على البيئة من خلال النفايات والمختبرات ومخلفات ورقية كثيرة وغيرها، لقد أصبحت البيئة محل اهتمام المدراء خصوصاً بعد صدور السلسلة الخاصة بالأمان البيئي المتمثلة ب (ISO 14000)، كما يتضح التهديد على المدى الطويل في تدمير طبقة الأوزون. ومن ابرز الوسائل التي تتصاعد أهميتها في تقييم مشكلات التلوث المحتملة هو أسلوب تحليل دورة الحياة وتقوم الشركات بدراسة التأثير البيئي لمنتجاتها في كل مرحلة بدءاً بالحصول على المواد الخام ثم التصنيع والتوزيع وأخيراً الاستهلاك.

وبالرغم من أنه ليس هناك إجماع على وجود معايير واضحة ومحددة لقياس الأداء البيئي إلا أنه توجد العديد من المعايير التي يمكن من خلالها الحكم على أداء الشركات في هذا المجال وسنذكر منها:

- **السياسة البيئية**، وتشمل مدى الوضوح والاستقرار والشمولية، تقليل المخاطر البيئية، ربط الأداء البيئي برسالة الشركة والاستدامة بالنشاط البيئي.
- **الهيكل العام للشركة**، استحداث قسم خاص أو وحدة خاصة بالبيئة، إشراك ممثل بيئي في مجلس الإدارة أو الإدارة العليا، وجود آليات للتفاعل والاتصال بشأن البيئة بين الأقسام المختلفة في الشركة.
- **وجود نظام إدارة بيئي**، يضم أهداف يمكن قياسها كمياً للأنشطة البيئية، نظام قياس للأداء البيئي، الإيفاء بمتطلبات شهادة الايزو (ISO 14000)، موارد بشرية كافية مكرسة للشؤون البيئية، موارد مالية كافية للأنشطة.
- **وجود مدونة الأخلاقيات البيئية ومعايير التطبيق**، كالتوقيع على معاهدات تجارية أو إعلان مبادئ مشتركة مع قطاعات صناعية أخرى والالتزام بالأخلاقيات بشكل عام.
- **العلاقة المستديمة مع نظم حماية البيئة**، القدرة على امتصاص واستيعاب العوادم والمخلفات، القدرة على معالجة وإعادة استخدام العوادم والمخلفات، حماية التنوع البيئي.
- **العلاقة مع الجمهور ووسائل الإعلام**، تعريف الجمهور (الأفراد) بقضايا البيئية والإفصاح العام ومصادقية الشركة بقضايا البيئة.

6. **المسؤولية تجاه المنافسين**، لقد اشتدت المنافسة كثيراً خلال السنوات الأخيرة بسبب كثرة المنتجين والمعرفة بأسرار المنتجات وانتشار التعليم المهني وسرعة الاتصال والنقل وحرية التجارة وممارسة الأعمال وكذلك انتقال أغلب الدول إلى آليات السوق المفتوحة، وفي خضم هذا التنافس تنتظر الشركات المتنافسة من بعضها البعض عدالة المنافسة

ووضوح ألياتها والاتفاق على إجراءاتها وأن لا تكون منافسة غير عادلة وشريفة، لذلك فإن المنافسون يتوقعون الآتي كمؤشرات للأداء الاجتماعي اتجاهاً:

- منافسة عادلة ونزيهة ويكون فيه الأفضل والأحسن أحق في تحقيق نتائج ايجابية أكبر .
- عدم سحب العاملين والموظفين من الأخر بأساليب غير نزيهة ومشروعة، حيث أن أليات السوق والعمل الشفاف هي المحرك للقوى العاملة في التوجه إلى ميدان العمل الذي يناسبهم .
- عدم الإضرار بمصالح الآخرين بأي وسيلة كانت، حيث أن الإضرار بمصالح المنافسين بدون أي مبررات يجعل من عملية المنافسة تدميرية للجميع وبالتالي تتضرر مصالح الشركات .

7. **المسؤولية تجاه جماعات الضغط**، تمثل جماعات الضغط فئات كثيرة وعديدة ازدادت بسبب التقدم التكنولوجي والسياسي والثقافي والاجتماعي، وتطالب هذه الجماعات من الشركات بالعديد من المطالب بعضها خاص بجماعة معينة والأخر أكثر شمولية للجماعات الأخرى، ونلخص أهم هذه المطالب فيما يلي: (التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها، التعامل الصادق مع الصحافة ووسائل الإعلام، احترام رأي الأقليات وأصحاب المهن، الصدق بالتعامل ونشر المعلومات عن حالة الشركة وتطورها مثل توفير موقع على الانترنت فيه معلومات أساسية كافية تفي باحتياجات هذه الجماعات).

واقع تبني عناصر المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة مطاحن الحضنة

يتكون مجتمع الدراسة من مختلف الأفراد العاملين في مختلف إدارات ومراكز مؤسسة مطاحن الحضنة، وقد اعتمدنا على أسلوب العينة العشوائية في اختيار العمال.

وقد قمنا باختيار عينة عشوائية من فئة العمال الإداريين والعمال بقسم الإنتاج في مؤسسة مطاحن الحضنة، فبعد التأكد من صدق وثبات أداة القياس (الاستبيان) تم توزيعها على عينة الدراسة، حيث تم توزيع 60 استمارة على 60 عامل بشكل عشوائي.

وبعد القيام بجمع استمارات الاستبيان الموزعة تمكنا من استرداد 60 استمارة من أصل 60 تم توزيعها أي بنسبة استرجاع بلغت 100 %، وبعد تدقيق ومراجعة الاستبيانات لأغراض التحليل تم استبعاد 18 منها بسبب عدم صلاحيتها للتحليل وعليه فقد كان عدد الاستمارات الخاضعة للتحليل 42 استمارة، وبالتالي فإن عينة الدراسة تتكون من 42 عامل.

حيث ينقسم الاستبيان إلى محورين كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1)

وصف لفقرات الاستبيان

المحور	عدد الأسئلة
المحور الأول: الوعي بالمسؤولية الاجتماعية	10
المحور الثاني: تقييم ممارسة المسؤولية الاجتماعية	12
المجموع	22

حيث يضم المحور الأول مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بالوعي بالمسؤولية الاجتماعية. أما المحور الثاني، يضم مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بتقييم مدى تبني برامج المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسة وذلك حسب رأي المستخدمين.

وبالنسبة لمقياس التحليل، تم استخدام مقياس (ليكرت) الخماسي لكل فقرات الاستبيان، حيث توزعت البدائل على (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة).

1. **ثبات الأداة**، من أجل التحقق من ثبات الأداة المستخدمة في الدراسة تم استخدام معامل الاتساق الداخلي لقياس ثبات فقرات الاستبيان، والجدول التالي يظهر بأن معامل الثبات مرتفع حيث بلغت قيمته 0.855 وهي قيمة مرتفعة، مع العلم أن معامل الثبات 0.6 فأكثر تعتبر عالية، ومنه فإن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات ويمكن الاعتماد عليه في العمل الميداني.

الجدول (2)

معامل الثبات الكلي (ألفا كرونباخ)

عدد العبارات	22
ألفا كرونباخ	0.855

المصدر: نتائج تحليل SPSS.

إن ثبات وصدق الاستبيان يكشف بأنه صالح للاستعمال في الدراسة التطبيقية، وفقا للمعايير العلمية والإحصائية المتعارف عليها.

2. **اختبار اعتدالية التوزيع**، بما أن عدد مفردات العينة اقل من 50 سوف نستخدم اختبار Shapiro-Wilk للتأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي:

الجدول (3)

اختبار اعتدالية التوزيع.

Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk			
Statistique	Ddl	Signification	Statistique	Ddl	Signification	
122.0	42	120.0	952.0	42	0.076	المحور الأول
138.0	42	042.0	941.0	42	0.031	المحور الثاني

المصدر: مخرجات SPSS.

من الجدول يتضح أن المحور الأول من الاستبيان يخضع للتوزيع الطبيعي لأنه يساوي 0,076 وهو أكبر من 0,05 إذن سنقوم باستعمال الإحصاءات المعلمية لاختباره، أما المحور الثاني من الاستبيان لا يخضع للتوزيع الطبيعي لأنه يساوي 0,031 وهو أقل من 0,05 إذن سنقوم باستعمال الإحصاءات اللامعلمية لاختباره.

3. **اختبار فرضيات الدراسة التطبيقية**، سنحاول أن نقترح من الواقع العملي لتتعرف على واقع المؤسسة الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية، لنعرف إذا كانت مؤسساتنا الاقتصادية على دراية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وفيما إذا كانت تمارس برامج المسؤولية الاجتماعية حتى ولو تحت مسميات أخرى.

- تحليل المحور الأول من الجزء الثاني من الاستبيان، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الأول من الجزء الثاني من الاستبيان، والذي يتعلق بدراسة الوعي بالمسؤولية الاجتماعية لدى المستخدمين، والجدول التالي يوضح النتائج:

الجدول (04)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى موافقة أفراد العينة على المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تهدف مؤسستنا الاقتصادية لتحقيق الربح فقط	4.85	0.47
2	يعتبر اهتمام المؤسسات بالمجتمع امرا ضروريا لاستمراريتها	4.09	0.72
3	اهتمام المؤسسات بالمجتمع يكون باستمرارها في المساهمة في التأمينات الاجتماعية للعاملين	3.83	0.93
4	اهتمام المؤسسات بالمجتمع يعني توفير منتجات بنوعية جيدة	3.76	1.07
5	يعتبر اهتمام المؤسسات بالمجتمع مجرد تكاليف اضافية	3.59	1.14
6	يعتبر اهتمام المؤسسات بالمجتمع سلوك تطوعي	3.61	1,18
7	اهتمام المؤسسات بالمجتمع يحسن صورتها وبالتالي تحقق ميزة تنافسية	3.57	1.23
8	اهتمام المؤسسات بالمجتمع يكون بتقديم مساعدات طوعي للفقراء	3.4	1.39
9	يعتبر اهتمام المؤسسات بالمجتمع فكرة جديدة في المجتمع	3.33	1.49
10	اهتمام المؤسسات بالمجتمع يعني محافظتها على البيئة	3.26	1.54
	المتوسط الكلي	3.73	

المصدر: نتائج (SPSS,Exel).

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن مستوى إجابة عينة الدراسة عن الأسئلة المتعلقة بمحور الوعي بالمسؤولية الاجتماعية بلغت درجة الموافقة وفقا لمعيار مقياس التحليل، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.73). أما النتائج الإحصائية على مستوى العبارات فنلاحظ:

- بالنسبة للعبارة (01) التي تفيد أن الهدف الوحيد للمؤسسة الاقتصادية هو الربح فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (4.85)، أي تقابل درجة الموافقة بشدة حسب سلم القياس وبانحراف معياري قدره (0.47) مما يعني وجود تجانس نسبي بخصوص هذه العبارة.

- أما النسبة للعبارة (02) فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (4.09)، أي أن أفراد العينة يوافقون على أن اهتمام المؤسسة بالمجتمع يعد أمرا ضروريا لاستمراريتها، وقد كان هناك تجانس كبير حول هذه العبارة فقد بلغ انحرافها المعياري (0.72).

- أما بالنسبة لباقي العبارات من (03) إلى (08) فقد تراوح المتوسط الحسابي لها ما بين (3.4) و(3.83) وهذا ما يتوافق مع درجة الموافقة، إلا أن الانحراف المعياري لها كان أكبر من (1) مما يعكس وجود تشتت في الإجابة على هذه العبارات.

- أما العبارتين (09) و (10) فقد بلغ المتوسط الحسابي لهما (3.33) و (3.26) على التوالي، أي ما يوافق درجة الحياد حسب سلم القياس، مما يعني أن هناك حياد من قبل أفراد العينة فيما إذا كان اهتمام المؤسسة بالمجتمع فكرة جديدة وأن اهتمام المؤسسة بالمجتمع يعني أن تحافظ على البيئة، أما الانحراف المعياري لهذه العبارات فقد كان (1.49) و(1.54) على التوالي مما يعني عدم وجود تجانس في الإجابات حول العبارتين.

- اختبار الفرضية الأولى:

محتوى الفرضية: لا يوجد وعي لدى المستخدمين بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

H0 الفرضية العدمية: لا يوجد وعي من قبل مؤسسة مطاحن الحنونة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

H1 الفرضية البديلة: يوجد وعي من قبل مؤسسة مطاحن الحنونة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

بما أن المحور الأول من استمارة الاستبيان يتبع التوزيع الطبيعي، فإنه يخضع للاختبارات المعلمية وستكون الإحصائية المناسبة لاختبار هذه الفرضية هو اختبار ستودنت للعينة الأحادية أو كما يعرف One-Sample T Test عند مستوى معنوية 0,05 ومتوسط معياري قيمته 3، والجدول التالي يلخص نتائج الاختبار:

الجدول (05)

جدول اختبار العينة الأحادية.

valeur du test = 3			المحور الأول
Sig	ddl	T	
0.044	41	1.811	

المصدر: مخرجات SPSS.

بما أن قيمة Sig تساوي 0.044 وهي أقل من 0.05 فإننا نرفض الفرضية المعدومة ونقبل الفرضية البديلة، وهذا يعني أن الفرضية الأولى صحيحة، وهذا يدل على أن هناك وعي من قبل مؤسسة مطاحن الحنونة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

إلا أن هناك بعض الاقتراحات للمؤسسة بخصوص هذا المحور يمكن إيجازها في:

- يجب على المؤسسة محل الدراسة توضيح الأهداف التي تسعى الوصول لتحقيقها لكل فرد في المؤسسة سواء على مستوى الإدارة العليا أو الوسطى أو الدنيا حتى يتسنى لهم فهمها والاجتهاد لتحقيقها؛
- يجب على المؤسسة محل الدراسة خلق قسم خاص بالبحث والتطوير وتكوين أفراد داخل هذا القسم، وذلك لتحسين مختلف العمليات من مرحلة الإنتاج إلى المرحلة التسويقية، والبحث أيضا في التقليل من الأضرار البيئية؛

- يجب على المؤسسة محل الدراسة أن تتفاعل مع المحيط الخارجي وذلك من خلال الاستفادة من التجارب الناجحة لمؤسسات منافسة أو إجراء تعاقدات حصرية مع مخابر بحث جامعية لتحقيق الأهداف ومسايرة التغيرات الحاصلة في بيئة العمل.

تحليل المحور الثاني من الجزء الثاني من الاستبيان

لتحليل هذه المحور، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثاني من الجزء الثاني من الاستبيان، والذي يتعلق بتقييم ممارسة المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المستخدمين، والجدول الموالي يظهر النتائج:

الجدول (06)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بتقييم ممارسة المسؤولية الاجتماعية.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تحتزم مؤسستنا عادات وتقاليد المجتمع المحلي.	4.26	1.26
2	تقدم مؤسستنا تبرعات لجمعيات حماية الطفولة، مراكز رعاية المعاقين ودور المسنين	3.97	1.23
3	توفر مؤسستنا برامج تدريبية للعاملين	4.07	0.86
4	توفر مؤسستنا الرعاية الصحية	3.80	0.94
5	للعاملين تهتم مؤسستنا برغبات المستهلكين وتسعى الى تلبيةها.	3.54	1.13
6	توزع مؤسستنا حصة من الارباح السنوية على العاملين.	3.66	1.22
7	تنتج مؤسستنا منتجات بنوعية جيدة واسعار مناسبة	3.78	1.25
8	تلتزم مؤسستنا بالتطوير المستمر للمنتجات	3.57	1.36
9	تحرص مؤسستنا على الالتزام بالاتفاقيات المبرمة بينها وبين مورديها	3.71	1.17
10	تحاول مؤسستنا ان تستمر في التعامل مع مورديها لاطول فترة ممكنة	3.54	1.15
11	تحرص مؤسستنا على تجنب مسببات التلوث	3.52	1.31
12	تضع مؤسستنا نظام معين للحد من تدهور البيئي.	3.38	1.37
	المتوسط الكلي	3.778	

المصدر: نتائج (SPSS, Excel).

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن مستوى إجابة عينة الدراسة عن الأسئلة المتعلقة بمحور تقييم ممارسة المسؤولية الاجتماعية حسب وجهة نظر المستخدمين بلغت درجة الموافقة حسب سلم القياس، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.738).

وبتحليل نتائج عبارات المحور الثاني نلاحظ ما يلي:

- العبارة (01) التي تفيد أن المؤسسة تحترم عادات وتقاليد المجتمع قد بلغ المتوسط الحسابي لها (4.26) والتي توافق حسب سلم القياس درجة الموافقة بشدة، أما الانحراف المعياري لها فقد بلغ (1.26) أي أن هناك تشتت كبير في الإجابة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة.
- أما العبارة (02) والتي تفيد أن المؤسسة تقدم تبرعات لجمعيات حماية الطفولة ومراكز رعاية المعاقين ودور المسنين فقد حصلت على متوسط حسابي قدر ب (3.97) أي أن هناك موافقة على هذه العبارة، أما الانحراف المعياري فقد بلغ (1.26)، أي أنه لا يوجد انسجام في الإجابات حول هذه العبارة.
- أما العبارات من (03) إلى (05) والتي تقيس اهتمام المؤسسة بالعاملين فقد تراوح المتوسط الحسابي لها ما بين (3.66) و(4.07) أي ما يوافق درجة الموافقة في سلم القياس، أي أن المؤسسة تؤدي دورها الاجتماعي تجاه العاملين بطريقة مقبولة، وقد عرفت العبارتين (03) و(04) درجة عالية من التجانس حيث بلغ الانحراف المعياري لهما (0.86) و(0.94)، أما العبارة (05) فقد بلغ الانحراف المعياري لها (1.22)، أي أنه لا يوجد انسجام في الإجابات حول هذه العبارة.
- أما العبارات من (06) إلى (08) والتي تقيس اهتمام المؤسسة بعملائها فقد تراوح المتوسط الحسابي لها ما بين (3.54) و(3.78) وهو ما يقابل درجة الموافقة، أي أنه وحسب وجهة نظر المستخدمين أن المؤسسة تتحمل مسؤوليتها تجاه عملائها بطريقة مقبولة، إلا أن هناك تشتت كبير في الإجابات حول هذه العبارات، فقد تراوح الانحراف المعياري لها ما بين (1.13) و(1.36).
- أما العبارتين (09) و(10) والمتعلقتان بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه مورديها فقد بلغ المتوسط الحسابي لهما (3.71) و(3.54) على التوالي، أي ما يقابل درجة الموافقة، مما يعني أنه وحسب رأي المستخدمين أن المؤسسة تؤدي دورها الاجتماعي تجاه مورديها، أما الانحراف المعياري لهما فقد بلغ (1.17) و(1.15) على التوالي مما يعني عدم وجود انسجام في الإجابة حول هذه العبارات.
- وأما العبارتين (11) و(12) المتعلقة بقياس مدى اهتمام المؤسسة بالبيئة فقد بلغ المتوسط الحسابي الموافق لهما (3.52) و(3.38) على التوالي أي ما يوافق درجة الموافقة، في حين بلغ الانحراف المعياري لهما (1.31) و(1.37) على التوالي، مما يعني وجود تشتت كبير في الإجابة من قبل أفراد العينة.

- اختبار الفرضية الثانية:

محتوى الفرضية: تطبق المؤسسة برامج المسؤولية الاجتماعية.

H0 الفرضية العدمية: لا تطبق مؤسسة مطاحن الحضنة برامج المسؤولية الاجتماعية.

H1 الفرضية البديلة: تطبق مؤسسة مطاحن الحضنة برامج المسؤولية الاجتماعية.

بما أن بيانات المحور الثاني لا تتبع التوزيع الطبيعي، ولهذا سيتم اختبار هذه الفرضية بالاعتماد على اختبار ويلكوكسن اللامعلمي، والجدول الموالي يظهر نتائج هذا الاختبار:

الجدول (07)

جدول اختبار Wilcoxon اللامعلمي

Testa

Sig	Z	
0.000	871b.-1	المحور الثاني
a. Test de Wilcoxon		
b. Basée sur les rangs négatifs.		

المصدر: مخرجات SPSS.

بما أن قيمة Sig تساوي 0.000 وهي اقل من 0.05 فإن الفرضية المدمومة مرفوضة والفرضية البديلة مقبولة، وهذا يعني أن الفرضية الثانية صحيحة.

يمكن اعطاء بعض الاقتراحات للمؤسسة بخصوص هذا المحور منها:

- يجب أن تكون هناك جلسات دورية بين العمال من مختلف المستويات، حتى يكون هناك تبادل للمعرفة داخل المؤسسة؛
- يجب على المؤسسات محل الدراسة تمكين جميع العمال من فرص التدريب وعدم حصرها على الإطارات وأعاون التحكم فقط، وكذلك نقل العمال من وظيفة لأخرى لزيادة مهاراتهم وجعلهم أكثر استعدادا لتعويض بعضهم البعض.

اختبار الفرضية الثالثة:

محتوى الفرضية: توجد علاقة بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

H_0 الفرضية العدمية: لا توجد علاقة بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

H_1 الفرضية البديلة: توجد علاقة بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

تم استخدام اختبار معامل بيرسون لإيجاد العلاقة بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

الجدول (08)

معامل الارتباط بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

المحور	الأحصاءات	ادراك الإدارة لعناصر المسؤولية الاجتماعية
إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية	معامل الارتباط	0.705
	مستوى الدلالة	0.000

42	حجم العينة
قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 40 تساوي 0.361.	

المصدر: مخرجات SPSS.

تبين النتائج في الجدول (08) أن قيمة مستوى الدلالة تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 كما أن قيمة r المحسوبة تساوي 0.705 وهي أكبر من قيمة r الجدولية والتي تساوي 0.361 مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إمكانية تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يعني أنه كلما زاد وعي وإدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية كلما كان هناك إمكانية وسهولة تطبيق عناصر المسؤولية الاجتماعية.

وفي الأخير يمكن اعطاء بعض الملاحظات للمؤسسة يمكن التركيز عليها لخلق ميزة تنافسية، منها:

- عدم التركيز على جانب من جوانب المسؤولية الاجتماعية وإغفال بعضها الآخر، والعمل على الجمع بين كل جوانبها سواء عملاء، عاملين، المجتمع المحلي، البيئة...
- العمل على دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجية المؤسسة باعتبارها مصدرا للمزايا التنافسية المعنوية والمادية؛
- العمل المستمر على تحسين جودة المنتجات لتحقيق رضا المستهلك ولحمايته ثم كسب ثقته وولائه؛
- التركيز على اتصال المؤسسة بعملائها باعتماد شتى الوسائل.

الخاتمة

في ظل تغافل منظمات الأعمال عن واجباتها تجاه المجتمع والبيئة وباقي أصحاب المصلحة، وانشغالها بكيفية جمع الأرباح، ظهرت المسؤولية الاجتماعية للشركات لتتجه إلى دور المنظمات في التنمية الاقتصادية وفي حل مشكلات المجتمع وفي حماية البيئة.

حيث قمنا بهذه الدراسة لمعرفة واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة مطاحن الحضنة، والتي من خلالها تبين لنا أن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير واعية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، فرغم جهودها المبذولة تجاه أصحاب المصلحة إلا أنها لم تكن مبنية في إطار المسؤولية الاجتماعية.

نتائج الدراسة، بناء على ما تقدم نجل نتائج الدراسة في العناصر التالية:

- المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تقوم بمقتضاه منظمات الأعمال بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها على نحو تطوعي.
- يرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية بعدة مفاهيم أخرى ذات العلاقة، مثل: التنمية المستدامة، حوكمة الشركات، أخلاقيات الأعمال ومواطنة الشركات وكلها تهدف إلى تغيير فكرة الربح هو الهدف الوحيد، ومراعاة الجوانب الأخلاقية والاجتماعية والبيئية عند ممارستها لنشاطاتها.

- من خلال دراستنا التطبيقية في مؤسسة مطاحن الحضنة تبين لنا أن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير واعية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، فرغم جهودها المبذولة تجاه أصحاب المصلحة إلا أنها لم تكن مبنية في إطار المسؤولية الاجتماعية.

التوصيات، في ضوء الإطار النظري والنتائج السابقة التي وصلت إليها الدراسة التطبيقية، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- تبني تعريف محلي واضح للمسؤولية الاجتماعية للشركات (المؤسسات الاقتصادية) متفق عليه، من أجل أن يتم تحديد طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل صحيح وصياغة استراتيجية واضحة في هذا المجال.
- تنظيم دورات تكوين لرجال الأعمال لتعريفهم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- على الدولة أن تعمل على تنسيق الجهود بين كل من: القطاع الخاص والقطاع العام في سبيل وضع إطار عمل شامل للمسؤولية الاجتماعية يراعي أولوية التنمية الوطنية.
- أهمية وضع مؤشرات محلية لتقييم الأداء تجاه المسؤولية الاجتماعية.
- تشجيع المنافسة بين المؤسسات في ممارسة المسؤولية الاجتماعية عن طريق منح جوائز للمؤسسات المتميزة في أداء المسؤولية الاجتماعية، وتقديم حوافز وتسهيلات للمنظمات التي تمارس المسؤولية الاجتماعية.
- إقامة منتدى سنوي يعرض مختلف الفعاليات المتعلقة ببرامج ومشاريع المسؤولية الاجتماعية، بغرض تبادل التجارب بين المنظمات.
- يجب أن تدرك المؤسسة المفهوم الصحيح للمسؤولية الاجتماعية، وأن تدمج المسؤولية الاجتماعية في رسالتها وثقافتها، وضمن قواعدها ومبادئها وممارساتها الإدارية.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- الصيرفي، م. (2007). *المسؤولية الاجتماعية للإدارة*. (53 ed.) الإسكندرية: دار الوفاء.
- ثامر بكري. (2006). *التسويق أسس ومفاهيم معاصرة*. عمان: دار اليازوري.
- جمال الدين محمد مرسي، و محمود مصطفى أبو بكر. (بدون سنة نشر). *دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع*. الإسكندرية: الدار الجامعية.
- طاهر محسن منصور الغالبي، وصالح مهدي محسن العامري. (2015). *المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال*. دار وائل.
- عبد الرزاق مولاي لخضر. (2011، 11، 23-22). *أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات*. نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي: جامعة ورقلة.
- نهال المغربل، وياسين فؤاد. (2008). *المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر - بعض التجارب الدولية*. المركز المصري للدراسات الاقتصادية.

نور الدين حامد، و نور الهدى بورغدة. (14-15 11, 2016). الاهتمام بالبعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية من قبل منظمات الاعمال والحكومات في ظل تبني مفهوم التنمية المستدامة. دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة الواقع والرهان.

المراجع العربية باللغة الاجنبية

Al-Serafy, M. (2007). *The social responsibility of the administration* (ed. 53). Alexandria: Dar al-Wafa.

Thamer Bakri. (2006). *Marketing Contemporary foundations and concepts*. Amman: Dar Al-Yazouri.

Jamal Al-Din Muhammad Morsi, and Mahmoud Mustafa Abu Bakr. (n.d.). *The art of customer service and sales skills guide*. Alexandria: University House.

Taher Mohsen Mansour Al-Ghalbi, and Saleh Mahdi Mohsen Al-Amri. (2015). *Social responsibility and business ethics*. Dar Wael.

Abdel Razzaq Moulay Lakhdar. (22-23 11, 2011). *The impact of adopting social responsibility on the financial performance of companies. The growth of institutions and economies between achieving financial performance and environmental performance challenges*. Ouargla: University of Ouargla.

Nehal megharbal and Yassin Fouad. (2008). *The social responsibility of capital in Egypt - some international experiences*. The Egyptian Center for Economic Studies.

Nour El-Din Hamed, and Nour El-Hoda Borgda (14-15 11, 2016). *Attention to the environmental dimension of social responsibility by business organizations and governments in light of adopting the concept of sustainable development. The role of social responsibility for small and medium enterprises in supporting the strategy of sustainable development, reality and wager*.

المراجع الاجنبية

THE WORLD BANK. (2007). *Beyond Corporate Social Responsibility: The scope for Corporate in Community Driven Development*. GLB.