

مدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في المؤسسات الجزائرية دراسة استقصائية على مستوى بعض مؤسسات ولاية سطيف

Adoption and disclosure of corporate social responsibility activities in
Algerian firms: A study in some companies

بودبة خالد¹، العينوس رياض²

1. جامعة فرحات عباس سطيف 1 (الجزائر) khalid.boudebba@univ-setif.dz:

2. جامعة فرحات عباس سطيف 1 (الجزائر) riyadh.lainous@univ-setif.dz:

تاريخ الاستلام: 2021/05/12 تاريخ القبول: 2021/06/25 تاريخ النشر: 2021/12/12

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة درجة تبني المؤسسات الجزائرية للمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، من خلال دراسة استقصائية لبعض مؤسسات ولاية سطيف.

توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات محل الدراسة تتبنى المسؤولية الاجتماعية بدرجة مرتفعة، حيث تولي الأولوية الأولى لمسؤوليتها اتجاه السوق، والأولوية الثانية لمسؤوليتها اتجاه البيئة وبمستوى متقارب مع مسؤوليتها اتجاه العاملين، لكنها لا تولي أهمية كافية لمسؤوليتها اتجاه المجتمع، كما تبين عدم اهتمام المؤسسات بالإفصاح بشكل كاف عن أنشطة مسؤوليتها الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

تصنيف Jel: M14، M41

Abstract:

This study aims to know to what extent is the Algerian firms adopt and disclose corporate social responsibility activities, using a sample of companies in setif province.

The results showed that firms give first priority to the social responsibility towards the market, followed by the responsibilities towards the environment and employees; but they are not giving sufficient importance to the responsibility towards the community, the study also showed that companies do not adequately disclose their social responsibility activities.

Keywords: Corporate social responsibility, corporate social responsibility disclosure.

Jel Classification Codes: M14, M41

المؤلف المرسل: بودبة خالد. الإيميل: boudebba@gmail.com

1. مقدمة:

لم يعد نجاح المؤسسة الاقتصادية يقاس فقط بما يمكن أن تحققه من أرباح اقتصادية وعوائد مالية وفق مفهوم تعظيم الربح، فقد واجه هذا المفهوم عدة انتقادات عجلت بظهور اتجاهات تنادي بوجوب قيام المؤسسات الاقتصادية دورا كبيرا تجاه بيئة ومجتمع نشاطها وفق ما يطلق عليه "المسؤولية الاجتماعية للشركات".

وعلى الرغم من وجود بعض الإشارات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات منذ العقد الثاني من القرن العشرين، حيث يعتبر (Sheldon, 1923) أول من أشار صراحة إلى أهمية اهتمام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية، وأكد على أن مسؤولية الشركة بالدرجة الأولى هي مسؤولية اجتماعية (جربوع، 2007، صفحة 239)، إلا أن عقد الخمسينيات من القرن العشرين يستحق أن يطلق عليه "العصر الحديث للمسؤولية الاجتماعية للشركات"، حيث يعتبر كتاب (Bowen, 1953) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال" الانطلاقة الحقيقية للدراسات والأبحاث حول هذا الموضوع (Caroll, 1999, p. 291).

وبما أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي ترجمة لطريقة التعامل الاجتماعي للمؤسسة مع محيطها (Campbel, 2007, p. 948)، ولأنها أيضا هي نتاج تفاعل المؤسسة مع الأطراف ذات المصلحة في محيطها المحلي والدولي، مثل العملاء والموردين والعمال والجهات التشريعية وجمعيات حماية المستهلك ومنظمات حماية البيئة والنقابات العمالية ومنظمات المجتمع المدني... إلخ. (Clarkson, Li, Richardson, & Vasvari, 2008, p. 306). فإن زيادة حدة الضغوط التي تفرضها تلك الجهات ساعد على انتشار المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل كبير، ذلك من خلال إجبار الشركات على تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية وتوفير معلومات للأطراف ذات المصلحة عن هذه الأنشطة، في إطار ما يسمى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ولهذا فإن سلوك المؤسسات من ناحية تطبيق وتبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنه يختلف من بلد إلى آخر بحسب دور وفعالية العناصر المكونة للمحيط الاجتماعي للمؤسسة، ويظهر ذلك جليا بين الدول المتقدمة والدول النامية وحتى الدول فيما بينها، حيث نجد أن الدور الكبير للأطراف ذات المصلحة المحلية، على عكس الدول النامية التي يكون للأطراف الدور الكبير للأطراف ذات المصلحة الدولية مثل البنك الدولي ومنظمة التجارة العالمية... إلخ (Naser, Al-Hussaini, Al-Kwari, & Nuseibeh, 2006).

إشكالية البحث :

من هذا المنطلق سنحاول في دراستنا هذه تحليل واقع تبني المؤسسات الجزائرية للأنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح، عنها وذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى تتبنى المؤسسات محل الدراسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وإلى أي مدى تقوم بالإفصاح عن تلك الأنشطة؟
فرضيات البحث:

كما قلنا سابقا فإن دراستنا تدرج ضمن تحليل واقع تطبيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية في البيئة الجزائرية لكن سنعتمد على المنهج الإستقصائي وليس على تحليل المحتوى، حيث قمنا بدراسة إستقصائية على مجموعة من المؤسسات الموجودة في ولاية سطيف لما تعرفه هذه الولاية من نسيج صناعي معتبر مقارنة بولايات الوطن، وهذا ما يعطي مصادقية لبحثنا. ولهذا تكون فرضياتنا على النحو التالي:

- تتبنى المؤسسات محل الدراسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية بدرجة مرتفعة.
- تقوم المؤسسات محل الدراسة بالإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية بمستوى مرتفع.

أهداف البحث:

تهدف دراستنا هذه إلى تحليل واقع تطبيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الجزائرية والإفصاح عنها من خلال دراسة إستقصائية لعينة من الشركات بولاية سطيف. ومن أجل معرفة أي بعد من أبعاد الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية الأكثر أولوية من قبل الشركات موضوع الدراسة.

أهمية البحث:

إن تبني الشركات لأنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها يلعب دور مهما في الإقتصاد الوطني، حيث أن ذلك يزيد في قيمة الدور الاجتماعي للمؤسسة داخل البيئة أو المجتمع الحديث. لكن ذلك لا يتأتى إلا بتحليل واقع تطبيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية في تلك البيئة كخطوة أولى، ثم بعد ذلك البحث عن الميكانيزمات الكفيلة لتطويره. ولهذا فدراستنا هذه تدرج ضمن هذا السياق وبالأخص في البيئة الجزائرية التي لم تستوفي حقها من الدراسة والتحليل من قبل الأكاديميين مقارنة بالمستوى العالمي.

تعتبر دراستنا هذه كمساهمة لدراسة وتحليل واقع تطبيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها ضمن أحد الدول النامية التي لم تلقى الإهتمام الكبير من قبل الباحثين والأكاديميين، فحسب (Naser, Al-Hussaini, Al-Kwari, & Nuseibeh, 2006) هناك عدد محدود من الدراسات التي عنت بالدولية، وحتى تلك التي عنت بهذا

الموضع فأغلبها ركز بشكل كبير على عدد محدود من الدول مثل ماليزيا، سنغافورة، الصين وجنوب إفريقيا.
الدراسات السابقة:

كما قلنا سابقا يوجد عدد قليل من الدراسة التي عنت بمحددات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالدول النامية، حيث وإن كانت فقد ركزت على عدد قليل من الدول النامية مثل الصين وماليزيا وسنغافورة وإفريقيا الجنوبية (Ali, Frynas, & Mahmood, 2017). وفي نفس الوقت إعتمدت تلك الدراسات على تحليل محتوى التقارير المالية للشركات كمنهج كما ركزت على المحددات الداخلية للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة (Fifka, 2013).

فمثلا قامت دراسة (Liu & Anbumozhi, 2009) بتحليل محدّدات الإفصاح على المسؤولية الاجتماعية للشركات الصينية المسعرة بالاعتماد على نظرة الأطراف ذات المصلحة، حيث توصلت أن كل الضغوط الحكومية هي المحدد الأساسي لذلك، يأتي بعدها في التأثير كل من الموقع الجغرافي حجم الشركات والفعالية المالية لها دور في كبير في التأثير عليه. وفي نفس السياق قامت دراسة (Yusoff & Adamu, 2016) بدراسة أثر أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على الفعالية المالية للشركات الماليزية المسعرة، حيث أكدت أن هناك دور كبير للأطراف ذات المصلحة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وبالأخص جانب الالتزام بالتشريعات والبيئة.

أما بالنسبة للبيئة الجزائر فمثلا نجد أن دراسة (دكار، 2020) التي حاولت معرفة مدى إدراك المؤسسات الجزائرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى التزامها بقياس الأداء البيئي والاجتماعي والإفصاح عنه، وقد توصلت الدراسة إلى أنه رغم التزام المؤسسات بتطبيق المسؤولية الاجتماعية لكنها لا تقوم بالإفصاح عن ذلك. وفي نفس السياق قامت دراسة (بلهامل، 2016) تحليل إهتمام المؤسسات الجزائرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والمحاسبة عنها من قبل المديرين العامين لهذه المؤسسات، فمن خلال الدراسة الإستقصائية التي إقيمت على عينة من المديرين العامين لمجموعة من المؤسسات الجزائرية، توصلت الدراسة إلى أن هناك إدراك لديهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية لكن لا يوجد تطبيق واقعي للمحاسبة عنها لأنهم لا يرون حاجة لذلك.

كما كانت هناك دراسة (قاشي و بودرجة، 2017) التي هدفت إلى دراسة واقع تطبيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الجزائرية في ظل الحوكمة المؤسسية، حيث توصلت إلى أن هناك التزام كبير بذلك في قطاع الصناعات الغذائية، ويعزو الباحثين ذلك الالتزام الكبير إلى خصوصية مؤسسات القطاع موضوع الدراسة ودرجة المرونة الكبيرة التي يتمتع بها.

قسمت دراستنا هذه إلى العناصر التالية، حيث خصصنا العنصر الثاني لتقديم الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، ثم بعد ذلك قدمنا الإطار المنهجي للدراسة، بعدها قمنا بمناقشة وتحليل النتائج، وفي الأخير كانت هناك حوصلة لأهم النتائج والإستنتاجات.

2. الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

سننتظر في هذا الجزء إلى تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات وأبعادها والجدل حول تأثيرها على المؤسسة.

1.2 تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات:

رغم المجهودات المبذولة لوضع تعريف بسيط واضح وغير متحيز للمسؤولية الاجتماعية للشركات لا يزال هناك بعض الغموض و عدم الاتفاق على تعريف موحد لها، وأكد هذا Dahlsrud في دراسة قام فيها بتحليل 37 تعريف من تعاريف المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة الزمنية من 1980 إلى 2003، وقد أكد أنه هناك العديد من التعاريف تشير في الغالب إلى خمسة أبعاد: البعد المجتمعي، البعد البيئي، البعد الاقتصادي، بعد أصحاب المصلحة، والبعد التطوعي، وأشار إلى أنه رغم استخدام التعاريف لعبارات مختلفة إلا أنها متطابقة في مجملها (Dahlsrud, 2008, p. 3).

بينما قام Caroll بدراسة البناء التعريفي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بداية من سنة 1953 الذي اعتبره بداية العصر الحديث لها، وهو العقد الذي ظهر خلاله كتاب Bowen(1953) الذي أطلق عليه Caroll اسم "أب المسؤولية الاجتماعية للشركات" نظرا لتأثيره الكبير على البناء المفاهيمي لهذا المفهوم (Caroll, 1999, p. 291)، وقد أكد Caroll في دراسته على أن تعاريف المسؤولية الاجتماعية للشركات عرفت تطورا معتبرا في الحقل الأكاديمي خلال عقد الستينيات، وخلال عقد السبعينيات، حيث انتشرت بشكل أكبر وأصبحت أكثر تحديدا، كما أنه خلال هذه الفترة أصبح التركيز على بدائل جديدة أكثر شيوعا: الأداء الاجتماعي للشركات، الاستجابة الاجتماعية للشركات...، أما عقد الثمانيات فشهد قلة في التعاريف الأصلية لكن كانت هناك محاولات أكثر لقياس المسؤولية الاجتماعية، بينما خلال عقد التسعينيات كان هناك استمرار التوجه نحو تفعيل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، على أنه لا يمكن تصور مفاهيم جديدة بعيدا عن البيئة والأساس الذي نشأ فيه هذا المفهوم خلال عقد الخمسينيات (Caroll, 1999, p. 291).

من بين التعاريف التي عرفت إنتشارا واسعا نجد تعريف (Bowen, 1953) حيث عرف المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها التزامهم بمتابعة السياسات واتخاذ القرارات أو إتباع التوجيهات المرغوبة من حيث توافقها مع أهداف وقيم

مجتمعنا (Acquier & Gond, 2007, p. 14)، هذا التعريف فتح الباب واسعا لنقاش جدي حول الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية ومهد لعدة دراسات خلال الفترات اللاحقة. أما (Heald, 1957) فيرى أن المسؤولية الاجتماعية هي اعتراف من جانب الإدارة بالتزامها اتجاه المجتمع الذي تخدمه، ليس فقط لأجل تعظيم أداؤها الاقتصادي لكن أيضا لأجل سياسات إنسانية ومجتمعية بناءة (Rahman, 2011, p. 167). بينما يرى van Marrewijk أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتمثل في إدخال الاعتبارات البيئية والمجتمعية في العمليات التجارية وفي التفاعل مع الأطراف ذات المصلحة، لكنه يعترف أن هذا التعريف واسع ويشمل كل من الاستدامة المؤسسية والمسؤولية الاجتماعية للشركات (van Marrewijk, 2003, p. 102).

أما المفوضية الأوروبية فتري أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي مفهوم تدمج فيه الشركات الاهتمامات البيئية الاجتماعية في عملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي (European Commission, 2011, p. 3). مما سبق يتضح أن المسؤولية الاجتماعية تركز على إضافة هدف آخر إلى أهداف منظمات الأعمال يتمثل في التزامها اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه، وذلك من خلال أبعاد متعددة.

2.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

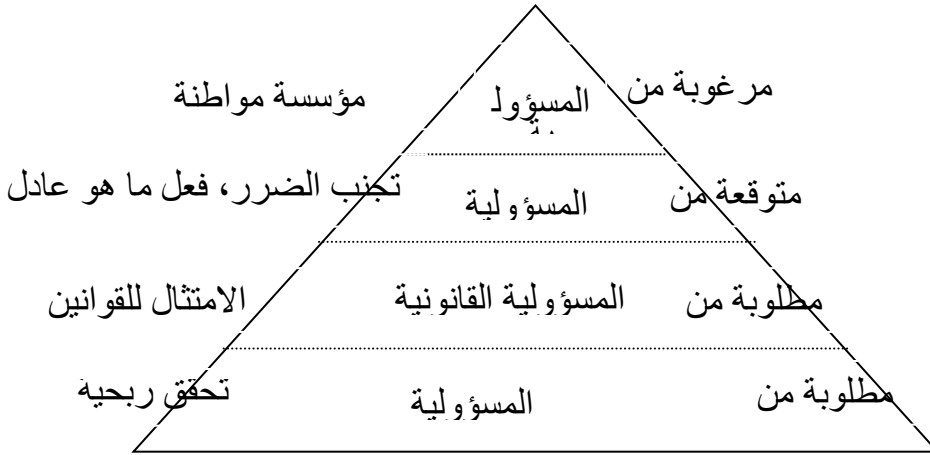
خلص Dahlsrud في دراسته التي قام فيها بتحليل 37 تعريفا من تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، إلى أن رغم وجود اختلافا بينها من حيث المصطلحات لكن أغلبها تتفق حول خمسة أبعاد كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 01: الأبعاد الخمسة للمسؤولية الاجتماعية للشركات

البعد	جمل وكلمات دالة
البعد البيئي	محيط نظيف، التوعية البيئية، إدخال الاعتبارات البيئية في العمليات التجارية...
البعد المجتمعي	العلاقة بين المؤسسة والمجتمع
البعد الاقتصادي	المساهمة في التنمية الاقتصادية، المحافظة على الربحية...
بعد أصحاب المصلحة	التفاعل مع الأطراف ذات المصلحة: الموظفين، الموردين، الزبائن، المجتمع المحلي...
البعد التطوعي	نشاط غير ملزم قانونيا: طوعي بعيدا عن الالتزامات القانونية، قائم على القيم الأخلاقية

Source: (Dahlsrud, 2008, p. 04)

أما Carroll ومن خلال هرمه المشهور فقد أشار إلى أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية، كما يوضحه الشكل التالي: الشكل رقم 01: هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية



Source: (Carroll, 2016, p. 05)

يتضح أن قاعدة الهرم تمثل المسؤولية الاقتصادية حيث أنها شرط أساسي لاستمرار وجود المؤسسة، تليها المسؤولية القانونية ثم المسؤولية الأخلاقية، أما قمة الهرم فتمثل المسؤولية الخيرية، علماً أن كل من المسؤولية الاقتصادية والقانونية مطلوبتان من المجتمع، أما المسؤولية الأخلاقية فيتوقعها المجتمع من المؤسسة، بينما يرغب المجتمع أن تبلغ المؤسسة مستوى المسؤولية الخيري.

3.2 الجدل بين المؤيدين والمعارضين لتبني المؤسسة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية:

ينطلق هذا الجدل من اختلافات وجهات النظر لأنشطة المسؤولية الاجتماعية، هل هي عبارة عن تكاليف لا ينتظر منها تحقيق عوائد مستقبلية وبالتالي ستؤثر سلباً على أداء المؤسسة وقيمتها مما يلحق أضراراً كبيرة بالملاك والمستثمرين، أما أنها تكاليف ينتظر منها تحقيق عوائد مستقبلية تؤثر بشكل إيجابي على أداء المؤسسة وقيمتها.

1.3.2 وجهة النظر التي ترى تأثير سلبي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية على المؤسسة:

من أهم رواد هذا الاتجاه Friedman (1970) حيث أشار إلى أنه عندما ينفق المدير التنفيذي للشركة أموال المؤسسة لأجل منفعة اجتماعية، وبما أن أفعاله هذه تقلل من عائدات حملة الأسهم، فهذا يعني أنه ينفق أموالهم ويلحق الضرر بهم، وطالما أن أفعاله ترفع الأسعار بالنسبة للزبائن فهذا يعني أنه ينفق أموال الزبائن أيضاً، وطالما أن أفعاله تخفض أجور بعض الموظفين فهذا يعني أنه يلحق الضرر بهم. (Beck, Forst, & Jones, 2018, p. 02).

كما أشار Friedman إلى أن المسؤولية الاجتماعية غير مقبولة فلسفيا إذا أدت إلى التعارض مع الأهداف الحقيقية للشركات، أو أدت إلى خلق تكاليف اقتصادية للأطراف ذات المصلحة، هذا الموقف النيوكلاسيكي أثار نقاشا طويل الأمد حول الأبعاد الفلسفية المختلفة والتداعيات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (Beck, Forst, & Jones, 2018, p. 02).

وعلى هذا الأساس يرى رواد هذا الإتجاه أنه على مديري المؤسسات السعي لتوجيه أنشطة المؤسسة نحو تحقيق مصلحة مساهميها، حيث ينبغي أن توجه مصادر التمويل نحو الاستثمارات التي تعظم ثروة المساهمين باعتبارهم مصدر هذا التمويل، أما مسؤولية المؤسسات اتجاه المجتمع فيكفي أنها تزوده بالخدمات والمنتجات التي يرغبها دون خداع واحتيال.

2.3.2 وجهة النظر التي ترى تأثير إيجابي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية على المؤسسة:

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية ليس مجرد تحمل تكاليف كعمل خيري دون انتظار عوائد مستقبلية، وإنما يمكن النظر إليها كاستثمارات تسمح بتحقيق منافع اقتصادية مستقبلية قد تكون عبارة عن زيادة في العوائد أو تخفيض في التكاليف. وقد دعم أصحاب هذا الاتجاه آرائهم بدراسات تجريبية أثبتت وجود علاقة ايجابية بين زيادة تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية وقيمة المؤسسة من خلال زيادة سمعة المؤسسة، زيادة ولاء العاملين والعملاء والموردين، وخلق ميزة تنافسية لها (حنان، 2016، صفحة 308).

وقد أشار Kein (1978) إلى أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تتوافق مع تعظيم الثروة في المؤسسة، وذكر أنه مع تغيير المجتمع تتغير القيود الاجتماعية على النشاط التجاري، ففي بيئة اجتماعية تتوقع من جميع المؤسسات الاقتصادية أن تبدي اهتماما بالأهداف الاجتماعية يتم معاقبة المؤسسات التي لا تبدي التزامها بهذه الأنشطة مما يؤثر سلبيا على أدائها المالي وقيمتها مستقبلا (Roberts, 1992, p. 590).

3. الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات:

يمثل الإفصاح في المؤسسة بشكل عام إعطاء المعلومات حول نشاط المؤسسة والأحداث الاقتصادية التي مارستها خلال فترة زمنية معينة، بغرض استخدامها من طرف مستخدمي المعلومات من داخل المؤسسة أو من خارجها لأجل اتخاذ قراراتهم كل حسب أهدافه.

1.3 تعريف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات:

حسب (Ali, Alsayegh, Ahmad, Mahmood, & Iqbal, 2018) فإن مصطلح الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات متوافق مع مصطلحات أخرى مثل الإفصاح الاجتماعي والبيئي، التقرير الاجتماعي للشركة...، فهي مصطلحات تستخدم بشكل تبادلي في الأدبيات المختصة، ويمكن تعريف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنه التوفير الطوعي للمعلومات حول تفاعل المؤسسة مع محيطها الطبيعي والاجتماعي، علما أن المعلومات المفصح عنها تشمل عدة أصناف منها: معلومات حول البيئة، معلومات حول الموارد البشرية، معلومات حول المنتجات والمستهلكين، معلومات تتعلق بالمجتمع ككل (Ali, Alsayegh, Ahmad, Mahmood, & Iqbal, 2018, p. 866).

حسب هذا التعريف فإن الأمر لا يتوقف على التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع، وإنما عليها أن توفر معلومات كافية حول هذه الأنشطة في إطار الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية، لكي تبين للمجتمع مدى التزامها من حيث التكاليف والأعباء التي تحملتها من جهة، ومن جهة أخرى لتبين للملاك والمستثمرين كيفية استثمار أموالهم والعوائد المستقبلية المتوقعة منها.

2.3 أساليب الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات:

لا يوجد أسلوب موحد للإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومن بين الأساليب الشائعة (أرديني، 2006، الصفحات 158-159):

1.2.3 الإفصاح عن أنشطة وممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل وصفي:

يتم إصدار تقارير وصفية تتضمن وصفا للأنشطة التي قامت بها المؤسسة في إطار مسؤوليتها الاجتماعية، مع الإشارة إلى التأثيرات الناتجة عنها من منافع وأضرار بشكل سردي، ويستخدم هذا الأسلوب في حالة صعوبة قياس وتكميم أنشطة المسؤولية الاجتماعية، ومن أهم نقاط قصوره صعوبة التأكد من صحة المعلومات وتدقيقها وكذا صعوبة استخدام المعلومات الناتجة عنه لأجل المقارنة بين المؤسسات.

2.2.3 الإفصاح الكمي عن تكاليف أنشطة وممارسات المسؤولية الاجتماعية:

وفق هذا الأسلوب يتم الإفصاح عن التكاليف فقط دون الأخذ بعين الاعتبار المنافع المتوقعة بسبب صعوبة قياسها، ومن سمات هذا الأسلوب إمكانية المقارنة بين المؤسسات من حيث مدى التزامها بأنشطة المسؤولية الاجتماعية حسب التكاليف التي تحملتها جراء ذلك.

3.2.3 الإفصاح عن كل من التكاليف والمنافع بشكل كمي:

يتم فيها الإفصاح عن مؤشرات كمية تعبر عن التكاليف والمنافع الناتجة عن الأنشطة التي قامت بها المؤسسة في إطار مسؤوليتها الاجتماعية، ويعتبر هذا الأسلوب من الأساليب الأكثر قبولا لأنه يتوافق مع مبدأ مقابلة الإيرادات بالمصاريف مما يساهم

في تقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسة بموضوعية أكبر، لكن صعوبة تقدير المنافع المتوقعة يبقى أهم عائق لتطور هذا الأسلوب.

4. دراسة استقصائية على مستوى بعض مؤسسات ولاية سطيف:

1.4 الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية:

لأجل اختبار فرضيات الدراسة والاجابة على الاشكالية تم اجراء دراسة تطبيقية على مستوى بعض مؤسسات ولاية سطيف، حيث تم توجيه الاستبيان لرؤساء مصلحة المحاسبة والموارد البشرية والمدراء التنفيذيين في المؤسسات باعتبارهم الأكثر دراية بمدى تبني مؤسستهم لأنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها. وقد تم استعمال سلم ليكرت الخماسي في تصميم عبارات المحاور، كما تم توزيع 50 استمارة استرجع منها 43 استمارة، وتبين بعد فرزها أن ثلاثة منها غير صالحة للتحليل، أي أن مجموع الاستمارات التي تم تحليلها هو 40 استمارة.

1.1.4 هيكل الاستبيان:

تم تصميم الاستبيان بشكل يتماشى مع أهداف البحث ويمكن من التحقق من فرضيات الدراسة، حيث تمت هيكلته إلى جزأين، خصص الجزء الأول للمعلومات العامة حول المؤسسات محل الدراسة والمستجوبين، أما الجزء الثاني فخصص لمحوري الدراسة، علما أن المحور الأول تم تخصيصه لمدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة، وقسم إلى أربعة محاور فرعية: المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال، المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء، المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، أما المحور الثاني فخصص لمدى تبني الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة، والجدول الموالي يبين هيكل محاور الاستبيان:

الجدول رقم 02: هيكل محاور الاستبيان

عدد العبارات		
06	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال	واقع تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية
05	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء	
04	المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	
05	المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	
08	مدى الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية	المحور الأول

		الثاني
--	--	--------

المصدر: اعتمادا على الاستبيان المصمم من طرف الباحثين

2.1.4 صدق وثبات الاستبيان:

تم توزيع الاستبيان على مختصين لأجل تحكيمه، وقد تم الالتزام بالملاحظات المقدمة لأجل إخراجها في شكله النهائي، أما في يخص الثبات فتم استعمال معامل ألفا كرونباخ لدراسة مدى ثبات كل من المحور الأول والمحور الثاني، والاستبيان ككل، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم 02 : معامل الفا كرونباخ لثبات الاستبيان

معامل الفا كرونباخ	عدد العبارات	
0.847	20	المحور الأول
0.747	08	المحور الثاني
0.848	28	الاستبيان ككل

المصدر: اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول ان معامل الفا كرونباخ لكل من محوري الاستبيان والاستبيان ككل أكبر من 0.6 وبالتالي الإستبيان يتميز بالثبات، مما يجعلها ملائم كأداة لجمع البيانات.

3.1.4 الأدوات الإحصائية المستخدمة:

سيتم الاعتماد في التحليل الوصفي على المتوسط الحسابي اضافة الى الانحراف المعياري باعتبارها مؤشران مهمان على مدى ملائمة المتوسطات المحسوبة، كما سيتم الاعتماد على النسبة المئوية التي يتم حسابها كنسبة من عدد درجات سلم ليكرت والذي يبلغ خمسة درجات، أما في التحليل الاستدلالي فسيتم تطبيق اختبار ستودنت للعينة الواحدة (one sample T test) لمعرفة مدى معنوية الدرجات المتوصل اليها في كل حالة.

4.1.4 توزيع الاستثمارات المحللة حسب نوع المؤسسة وحجمها:

لقد تم التركيز في الدراسة على المؤسسات الانتاجية حيث أن 70% من الاستبيانات التي تم تحليلها وزعت على مستوى المؤسسات الانتاجية و 20% على مستوى المؤسسات التجارية و 10% على مستوى المؤسسات الخدمية، وقد تم التركيز على المؤسسات الانتاجية لأنها الأكثر شمولاً لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مقارنة بالمؤسسات الخدمية والتجارية، أما توزيع الاستبيانات حسب حجم المؤسسات فإن نسبة 42.5% من الاستبيانات التي تم تحليلها وزعت في مؤسسات كبيرة، بينما 35% من الاستبيانات المحللة وزعت في مؤسسات متوسطة، بينما 22.5% المتبقية وزعت في مؤسسات كبيرة، كما هي موضحة في الجدول 3. حيث يتضح من الجدول أن

42.5% من المؤسسات محل الدراسة هي مؤسسات كبيرة، بينما 35% هي مؤسسات متوسطة، و 22.5% هي مؤسسات كبيرة جدا.

الجدول رقم 03 : توزيع الاستثمارات المحللة حسب حجم المؤسسة

حجم المؤسسة	عدد الاستبيانات المحللة	النسبة
مؤسسة كبيرة جدا	09	22.5
مؤسسة كبيرة	17	42.5
مؤسسة متوسطة	09	35
المجموع	40	100

المصدر: اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss

2.4 التحليل الوصفي لمحاور الاستبيان:

بعد جمع البيانات ومعالجتها وفق برنامج spss تم حساب الدرجات الكلية للمحاور الفرعية الأربعة للمحور الأول والتي تشمل: مدى تبني أنشطة المسؤولية اتجاه العمال، مدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية اتجاه السوق (زبائن وموردين)، مدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، مدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، ليتم بعد ذلك حساب البيانات الوصفية للمحور الأول ككل، ثم الإحصائيات الوصفية لبيانات المحور الثاني بشكل كلي، وقد كانت النتائج كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 04: نتائج التحليل الوصفي لمحور "مدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية"

الدرجة	%	Σ	μ	
عالية	68,6%	0,66	3,43	المسؤولية اتجاه العمال
عالية	83,6%	0,60	4,18	المسؤولية اتجاه الزبائن
متوسطة	57,8%	0,76	2,89	المسؤولية اتجاه المجتمع
عالية	69,6%	0,68	3,48	المسؤولية اتجاه البيئة
عالية	70,4%	0,49	3,54	مدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية

المصدر: اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss

قبل تحليل نتائج الجدول أعلاه لابد من الإشارة إلى أنه لأجل تحديد الدرجة التي ينتمي إليها المتوسط الحسابي لابد من تقسيم سلم ليكرت الخماسي إلى مجالات كما

يلي: 01-1,79 درجة منخفضة جدا؛ من 1,80-2,79 درجة منخفضة؛ من 2,80-3,39 درجة متوسطة، من 3,40-4,19 درجة عالية؛ من 4,19-5 درجة عالية جدا.

يتضح من الجدول أن درجة تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية بشكل عام عالية بمتوسط حسابي بلغ 3,54 وانحراف معياري يقدر بـ 0,49 ونسبة 70,4% هذا يبين اهتمام المؤسسات محل الدراسة بأنشطة المسؤولية الاجتماعية بمستوى عال، وعند تحليل المحاور الفرعية يتضح أن المؤسسات محل الدراسة تولي أهمية أكبر للمسؤولية الاجتماعية اتجاه السوق، حيث بلغ متوسطها الحسابي 4,18 ويعود ذلك لأهمية المسؤولية الاجتماعية اتجاه السوق في تحقيق الربحية ومحافظة المؤسسة على حصتها السوقية وزيادتها حيث أن العلاقة الحسنة للمؤسسة مع شبكة مورديها وشبكة زبائنها هي مفتاح النجاح في البيئة الاقتصادية الجزائرية، ومن بين الأنشطة التي اتضح من نتائج الاستبيان أن المؤسسات توليها أهمية كبيرة: اعتماد شروط واضحة تحدد علاقة المؤسسة مع زبائنها ومورديها، التزام المؤسسة بتنفيذ العقود والاتفاقيات المبرمة مع الموردين العملاء، الاهتمام بشكاوي العملاء والعمل على حلها بصورة عاجلة، عدم التمييز غير العادل بين العملاء من حيث الخدمات الممنوحة لهم...إلخ.

بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3,48 بنسبة 69,61% و من أهم أنشطة المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة التي اتضح من نتائج الاستبيان أن المؤسسات محل الدراسة تولي أهمية كبيرة: استجابة المؤسسة للقوانين الوطنية والدولية الخاصة بحماية البيئة، استخدام الآلات الأقل تلوثا حتى ولو كانت تكلفتها عالية، انتاج منتجات صديقة للبيئة، المساهمة في أنشطة وبرامج وقائية لحماية البيئة، بينما اتضح عدم الاهتمام بشكل كافي بتقديم مساعدات مادية لجمعيات حماية البيئة، ويعتبر تبني المؤسسة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة ضرورة ملحة في الوقت الحالي بسبب زيادة الضغوطات المحلية والعالمية.

بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3,43 وبنسبة 68,6%، ومن أهم أنشطة المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين التي اتضح ان المؤسسات محل الدراسة توليها أهمية كبيرة: تنظيم دورات تدريبية للعمال لرفع كفاءتهم وقدرتهم، تطبيق مبدأ العدالة في التعامل مع العمال، بينما تبين عدم اهتمام المؤسسات بنشاط تأمين السكن للعمال لعدة اسباب أهمها صعوبة تحمل تكاليف مثل هذه الأنشطة.

أما المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع فيتضح أن اهتمام المؤسسات محل الدراسة بها كان أقل مقارنة بباقي الأنشطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 2,89 بنسبة 57,8%، ومن بين الأنشطة التي تتلزم بها المؤسسة في هذا المجال: الوفاء بالالتزامات الضريبية، بينما اتضح عدم اهتمام المؤسسة بتقديم منح تعليمية لأفراد

المجتمع والمساهمة في انشاء مدراس ومنشآت صحية وتقديم مساعدات للأسر المحتاجة ويعود ذلك الى انخفاض ثقافة هذه الأنشطة بين المؤسسات الجزائرية وكذا النظر الى هذه الأنشطة أنها مجرد أعباء لا مقابل لها بالنسبة لمستقبل المؤسسة.

الجدول رقم 05: نتائج التحليل الوصفي لمحور "مدى تبني المؤسسات لإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"

σ	μ	
1,20	3,20	تقيس المؤسسة تكاليفها البيئية وتفصح عنها
1,03	3,48	تطور المؤسسة نظامها المحاسبي حتى تتمكن من تبني الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية
1,20	3,13	تقوم المؤسسة بمعالجة أنشطتها الاجتماعية والبيئية محاسبيا
1,12	3,2	تقوم المؤسسة بالإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية بشكل دوري
0,68	2,28	توجد قرارات تشجع المؤسسة عن الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية
1,20	3,13	وجود حوافز حكومية تشجع المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية
1,12	2,98	كفاية الموارد المالية المخصصة لتطبيق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية
0,95	2,35	كفاية برامج التدريب والتعليم في مجال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية
0,63	3,07	الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

المصدر: اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss

قبل تحليل نتائج الجدول أعلاه لابد من الإشارة إلى أنه في هذا المحور تم تقسيم سلم ليكرت الخماسي إلى مجالات كما يلي: من 1-1,79 غير موافق بشدة؛ من 1,80-2,79 غير موافق؛ من 2,80-3,39 الى حد ما، من 3,40-4,19 موافق؛ من 4,19-5 موافق بشدة.

يتضح من الجدول أعلاه أن متوسط الموافقة على تبني الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة يقع في مجال موافق الى حد ما، حيث بلغ 3,07 بانحراف معياري معقول قدره 0,63، مما يعني بشكل أولي عدم تبني الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة بشكل كاف، وعند التعمق أكثر في تحليل عبارات المحور، يتضح عدم كفاية برامج التدريب والتعليم في مجال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية اضافة الى عدم وجود قرارات تشجع المؤسسة عن الإفصاح عن أنشطة مسؤولياتها الاجتماعية حيث أجاب المستجوبين

بغير موافق على هذين العبارتين، بينما اجاب المستجوبين على عبارة واحدة فقط بالموافقة وهي "محاولة المؤسسات تطوير أنظمتها المحاسبية حتى تتمكن من الافصاح عن مسؤوليتها الإجتماعية.

3.4 التحليل الاستدلالي واختبار الفرضيات:

بعد إجراء التحليل الوصفي لمحاور الاستبيان والذي تم فيه استخدام المتوسط الحسابي لمعرفة درجة تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة ومدى الافصاح عن هذه الأنشطة، سنحاول في هذا الجزء تطبيق اختبار ستودنت للعينة الواحدة (Onesample T-test) والذي يقوم على فرضية إحصائية عدمية وفرضية إحصائية بديلة، حيث تنص الفرضية العدمية H_0 على عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين قيمة المتوسط المحسوب والقيمة الافتراضية "3" أي أنه ليس هناك معنوية إحصائية لاتجاه اجابة المستجوبين نحو الموافقة إذا كان المتوسط المحسوب أكبر من 3 أو الإتجاه نحو عدم الموافقة إذا كان المتوسط أقل من 3، أما الفرضية البديلة فتتص على وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين المتوسط المحسوب والمتوسط الفرضي "3"، اي هناك معنوية إحصائية لاتجاه آراء المستجوبين نحو الموافقة أو عدم الموافقة حسب المتوسط الحسابي.

1.3.4 التحليل الاستدلالي لدرجة تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية:

بعد تطبيق اختبار ستودنت للعينة الواحدة على الدرجة الكلية لمحور "مدى تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات"، تم التوصل الى النتائج التالية:
الجدول رقم 06: نتائج اختبار العينة الواحدة لمحور "درجة تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية"

Test sur échantillon unique						
	Valeur du test = 3					
	T	ddl	Sig	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية	6.89	39	.000	.54	.3816	.6984

المصدر: اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول أن قيمة المعنوية $\text{sig}=0,000$ أقل من 5%، وبالتالي سنرفض الفرض الصفري لاختبار ستودنت للعينة الواحدة الذي ينص على عدم وجود فوارق ذات معنوية احصائية بين المتوسط المحسوب (3,54) والمتوسط الفرضي (3)، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود فوارق ذات معنوية احصائية، وبالتالي اعتمادا على نتائج اختبار ستودنت للعينة الواحدة التي يبينها الجدول أعلاه، نستنتج وجود معنوية احصائية لدرجة تبني المؤسسات محل الدراسة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية

والتي بين التحليل الوصفي انها درجة مرتفعة (تتنمي الى المجال 3,40-4,20: درجة مرتفعة)، وبالتالي فهذا يبين صدق الفرضية الأولى التي تنص على "تبنى المؤسسات محل الدراسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية بدرجة مرتفعة".

2.3.4 التحلل الاستدلالي لمدى تبني الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية:

كانت نتائج العينة الواحدة الخاصة بهذا المحور كما يلي:

الجدول رقم 07: نتائج اختبار العينة الواحدة لمحور "مدى تبني الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"

Test sur échantillon unique						
	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig.	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية	.72	39	.476	.07187	-.1299	.2737

المصدر: اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss

يتضح من الجدول أعلاه أنه رغم أن الفرق بين المتوسط المحسوب والمتوسط الفرضي موجب (0,07187) مما يعني مبدئيا اتجاه اجابات المستجوبين نحو جهة الموافقة، لكن $\text{sig}=0,476$ مما يعني قبول الفرضية الاحصائية الصفرية لاختبار ستودنت للعينة الواحدة التي تنص على عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين المتوسط المحسوب (3,07187) والمتوسط الفرضي (3)، وعلى هذا الأساس يتم رفض الفرضية الثانية للدراسة والتي تنص على أن "المؤسسات محل الدراسة تقوم بالإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية بمستوى مرتفع، وهو ما يتوافق مع نتائج التحليل الوصفي.

5. الخاتمة:

تم التطرق في هذه الدراسة إلى مدى تبني المؤسسات الجزائرية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح عنها من خلال آراء مجموعة من موظفي الإدارات العليا والمتوسطة لعينة من مؤسسات ولاية سطيف، وقد تم التحقق من فرضيات الدراسة حيث تبين صدق الفرضية الأولى التي تنص على "تبنى المؤسسات محل الدراسة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية بمستوى مرتفع"، بينما تم نفي الفرضية الثانية التي تنص على "تبنى المؤسسة للإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية بمستوى مرتفع". من خلال دراستنا تم التوصل لنتائج التالية:

•تولي المؤسسات محل الدراسة الأولوية الأولى لمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه السوق من خلال المحافظة على علاقة جيدة مع زبائنها ومورديها ومن أهم أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في هذا المجال: اعتماد شروط واضحة تحدد علاقة

المؤسسة مع زبائنهم ومورديها، التزام المؤسسة بتنفيذ العقود والاتفاقيات المبرمة مع الموردين والعملاء، الاهتمام بشكاوي العملاء والعمل على حلها بصورة عاجلة، عدم التمييز غير العادل بين العملاء من حيث الخدمات الممنوحة لهم...، حيث أن ذلك يسمح بزيادة مستوى ولاء الزبائن وتعزيز ثقة الموردين في المؤسسة وتحسين السمعة التجارية للمؤسسة كل ذلك يؤدي إلى تحقيق عوائد مستقبلية تضمن بقاء المؤسسة وتطورها.

• اتضح أن المؤسسات محل الدراسة تولي الأولوية الثانية لمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه البيئة، ومن بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية في هذا المجال: استجابة المؤسسة للقوانين الوطنية والدولية الخاصة بحماية البيئة اضافة إلى استخدام الآلات الأقل تلوثا حتى ولو كانت تكلفتها عالية ونتاج منتجات صديقة للبيئة والمساهمة في أنشطة وبرامج وقائية لحماية البيئة، بينما اتضح عدم الاهتمام بشكل كافي بتقديم مساعدات مادية لجمعيات حماية البيئة.

• يتقارب مستوى اهتمام المؤسسات محل الدراسة بأنشطة المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين مع مستوى الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، ومن بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي اتضح اهتمام المؤسسات بها في هذا المجال: تنظيم دورات تدريبية للعمال لرفع كفاءتهم وقدرتهم اضافة إلى تطبيق مبدأ العدالة في التعامل مع العمال، بينما تبين عدم اهتمام المؤسسات بنشاط تأمين السكن للعمال لعدة اسباب اهمها صعوبة تحمل تكاليف مثل هذه الأنشطة.

• لا تولي المؤسسات محل الدراسة اهتماما معتبرا لأنشطة المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، حيث اتضح عدم اهتمام المؤسسة بتقديم منح تعليمية لأفراد المجتمع والمساهمة في انشاء مدراس ومنشآت صحية وتقديم مساعدات للأسر المحتاجة، بينما تولي اهتماما معتبرا لالتزاماتها الضريبية .

• لا تولي المؤسسات محل الدراسة إهتماما كبيرا للافصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية لعدة أسباب أهمها عدم وجود قرارات تشجع المؤسسة عن الافصاح عن أنشطة مسؤولياتها الاجتماعية اضافة الى قلة الحوافز الحكومية التي تشجع ذلك، عدم كفاية الموارد المالية والمادية المخصصة لذلك، وانخفاض مستوى التعليم والتدريب في هذا المجال.

بناء على النتائج التي تم التوصل اليها ننصح المؤسسات الجزائرية بالاهتمام أكثر بتبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية وعدم اعتبارها مجرد تكاليف اضافية خاصة بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع التي تبين عدم الاهتمام بها بشكل معتبر في هذه الدراسة وعدم التركيز فقط على المسؤولية الاجتماعية اتجاه السوق، كما لا بد من الاهتمام بالافصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية بشكل طوعي دون انتظار

التحفيزات والتشجيعات من الدولة وذلك، كما على الدولة أن تشجع المؤسسات على تبني هذه الأنشطة والإفصاح عنها.

5. قائمة المراجع:

- Acquier, A., Gond, J. P. (2007). Aux sources de la responsabilité sociale de l'entreprise: à la (re) découverte d'un ouvrage fondateur, Social Responsibilities of the Businessman d'Howard Bowen. Finance contrôle stratégie , 10 (2), 5-35.
- Ali, W., Alsayegh, M. F., Ahmad, Z., Mahmood, Z., & Iqbal, J. (2018). The relationship between social visibility and CSR disclosure. Sustainability , 10 (3), 866.
- Ali, W., Frynas, J. G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants of corporate social responsibility disclosure in developed and developing countries: A literature review. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 24 (4), 273-294.
- Beck, C., Forst, G., & Jones, S. (2018). CSR disclosure and financial performance revisited: A cross-country analysis. Australian Journal of Management , 4 (43), 517-535.
- Bowen, H. R. (1953). Social responsibility of the businessman. New York: Harper.
- Campbel, J. L. (2007). Why Would Corporations Behave In Socially Responsible Ways? An Institutional Theory Of Corporate Social Responsibility. Academy of Management Review , 32 (3), 946-967.
- Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. Business & Society , 38 (03), 268-295.
- Carroll, A.B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. International journal of corporate social responsibility , 3 (1), 1-8.
- Clarkson, P., Li, Y., Richardson, G., & Vasvari, F. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. Accounting organizations and society , 33 (4-5), 303-327.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. Corporate social responsibility and environmental management , 15 (1), 1-13.
- European Commission.(2011, 10 25). eur-lex.(E.Commission, Ed.) Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN>
- Fifka, M. S. (2013). Corporate responsibility reporting and its determinants in comparative perspective—a review of the empirical literature and a meta-analysis. Business strategy and the environment , 22 (1), 1-35.
- Heald, M. (1957). Management's Responsibility to Society: The Growth of an Idea. Business History Review , 31 (4), 375-384.
- Liu, X., Anbumozhi, V. (2009). Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies. Journal of cleaner production , 17 (6), 593-600.
- Naser, K., Al-Hussaini, A., Al-Kwari, D., & Nuseibeh, R. R. (2006). Determinants of corporate social disclosure in developing countries: the case of Qatar. Advances in international accounting , 19, 1-23.
- Rahman, S. (2011). Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. World Review of Business Research , 1 (1), 166-176.

- Roberts, R. W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. *Accounting, organizations and society* , 17 (6), 595-612.
- Sheldon, O. (1923). *The Philosophy of Management*. London: Pitman.
- van Marrewijk, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics* (44), 95-105.
- Yusoff, W. F., & Adamu, . M. (2016). The relationship between corporate social responsibility and financial performance: Evidence from Malaysia. *International Business Management* , 10 (4), 345-351.
- جنات دكار. (2020). مدى إلتزام المؤسسات الإقتصادية الجزائرية بالإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية. كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف1، الجزائر.
- خالد قاشي، رمزي بودرجه. (2017). واقع المسؤولية الإجتماعية في المؤسسات الجزائرية في ظل الحوكمة المؤسسية- دراسة حالة لعينة من المؤسسات الصناعة الغذائية الجزائرية-. مجلة الباحث (17)، 363-351.
- شهرزاد بلهامل. (2016). المسؤولية الإجتماعية ومدى الإهتمام بالمحاسبة عنها في المؤسسات الإقتصادية الجزائرية. كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف1، الجزائر.
- طه محمد حسين أرديني. (2006). الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية -نموذج مقترح-. مجلة تنمية الرافين ، 84 (27)، 173-151.
- محمد إسماعيل يوسف حنان. (أفريل، 2016). العلاقة بين مستوى الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية للشركات وأدائها المالي- دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة في المؤشر المصري لمسؤولية الشركات. مجلة الفكر المحاسبي ، 20 (1)، 396-353.
- محمود يوسف جربوع. (2007). مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية للشركات في قطاع غزة. مجلة الجامعة الاسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، 15 (1)، 281-239.