

أهمية تبني تطبيق مبادرات المسؤولية الاجتماعية في التأثير على سلوكيات الزبائن،
دراسة ميدانية لمؤسسة توزيع الكهرباء والغاز بمدينة سطيف حول التوعية بمخاطر غاز أكسيد الكربون

mechrihasna@univ-setif.dz

د. حسناء مشري أستاذ محاضر جامعة سطيف1

smessalta@univ-setif.dz

د. سفيان مسالطة أستاذ محاضر جامعة سطيف1

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح دور أهمية المبادرات الاجتماعية المؤسسية لمؤسسة توزيع الكهرباء والغاز في تغيير السلوكيات السلبية إلى اتجاهات سلوكية إيجابية مرتبطة بتفادي حوادث الاختناقات بغاز أحادي أكسيد الكربون وذلك من خلال تزويد الجمهور المستهدف بالمعلومات والمهارات الضرورية لحماية أنفسهم ورفع مستوى الكفاءة الذاتية لديهم ومنعهم من القيام بالسلوكيات المنطوية على أخطار الاختناق بالغاز. و تستعين مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز سطيف بحملات الاتصال التسويقي الاجتماعي من الاستعمال المكثف لوسائل الإعلام والاتصالات المباشرة مع الزبائن، وتوصلت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها قدرة الحملات التوعوية على إيصال المعلومات والمهارات التي يكتسبها الجمهور مما يقلل من فرص التعرض إلى أخطار غاز أحادي أكسيد الكربون.

الكلمات المفتاحية: مبادرات المسؤولية الاجتماعية، التوعية والتحفيس الاجتماعي، التثقيف الصحي

Abstract

The aim of this study is to clarify the role of Sonlgaz's social responsibility initiatives in changing negative behaviors to positive behavioral trends associated with the necessity of avoiding carbon dioxide bottlenecks by providing the target audience with the necessary information and skills to protect themselves and raise their self-efficacy and prevent them from carrying out risky behaviors With gas. Sonlgaz also uses social marketing communication campaigns in the media and direct communication with customers.

The study concluded that awareness campaigns can deliver information and skills gained by the public, thereby reducing exposure to the dangers of carbon dioxide.

Key words: social responsibility initiatives ,social awareness, medical education

مقدمة

انطلاقا من الإحصائيات المقدمة من طرف خلية الاتصال للحماية المدنية ومؤسسة توزيع الكهرباء والغاز حول الأرقام المخيفة لحوادث الاختناق أو التسمم بغاز أحادي أكسيد الكربون1 المميت وما تسببه من خسائر بشرية، التي تكثر خاصة في فصل الشتاء نتيجة الإهمال أو سوء استعمال أجهزة التدفئة أو عدم جودتها، وقد دقت مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز ناقوس الخطر حول هذه الظاهرة وتسعى جاهدة للتخفيف من آثارها وذلك بإطلاق مجموعة من المبادرات التحسيسية في إطار تحملها لمسؤولياتها الاجتماعية تجاه زبائنهم من أجل التوعية والتأثير على السلوكيات السلبية التي تؤدي إلى حوادث الاختناق بالغاز، وهذا يدل أن هناك تحول واضح في اتجاه مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز من اعتبار هذه المبادرات كالتزام طوعي إلى اعتبارها كإستراتيجية تهدف إلى حماية المجتمع.

من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

مشكلة الدراسة:

ما مدى مساهمة مبادرات المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة توزيع الكهرباء والغاز في التأثير على سلوك زبائنهم تجاه المخاطر المرتبطة بتسرب غاز أحادي أكسيد الكربون ؟

أسئلة الدراسة:

- فيما تمثل أهم المبادرات الاجتماعية التي تقوم بها توزيع الكهرباء والغاز لتحسيس بمخاطر غاز أحادي أكسيد الكربون ؟
- ما مدى تأثير الزبائن بالحملة التحسيسية لتوزيع الكهرباء والغاز واستجابتهم لها؟

فرضيات الدراسة:

- تساهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بمخاطر تسرب الغاز في التأثير على الجانب المعرفي لدى زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز .
- تساهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بمخاطر تسرب الغاز في التأثير على الجانب السلوكي لدى زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز .

أهمية و أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- معرفة وتحليل أهم المبادرات الاجتماعية التي تقوم بها مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز لترسيخ السلوكيات الإيجابية وتفادي الآثار السلبية المرتبطة بالحوادث الناجمة عن تسرب غاز أحادي أكسيد الكربون.
- تبيان مكانة المبادرات والحملة الاتصالية في المجال الاجتماعي ودورها في عملية الإقناع وتصميم إستراتيجية اتصال فعالة.
- المساهمة في تدعيم المبادرات الاجتماعية للوقاية من أخطار تسرب غاز أحادي أكسيد الكربون وذلك بتدخل مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز عن طريق تصميم حملات توعوية بغية الحد من السلوكيات الضارة.

منهج الدراسة:

تتكون هذه الدراسة من جانبين، جانب نظري وآخر تطبيقي، اعتمدنا المنهج الوصفي لتغطية الجانب النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ، أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على المنهج التحليلي، وهذا عن طريق توزيع استمارات على زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز فرع مدينة سطيف ، التي تم تطويرها من خلال مراجعة أدبيات الموضوع والعناصر المكونة لمحددات المسؤولية الاجتماعية والحاسبة ، للوصول بعد جمع المعلومات وتحليلها وتبويبها باستعمال برنامج (SPSS21) إلى نتائج هادفة يمكن أن نفيد بها المؤسسات المعنية بالدراسة.

هيكل الدراسة:

- تعريف المسؤولية الاجتماعية وتعريف المبادرات الاجتماعية
- أهمية وأهداف المبادرات الاجتماعية
- إجراءات الوقاية العامة لترقية الصحة وتقويتها
- الدراسة التطبيقية حول مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز سطيف
- النتائج والتوصيات

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية

لقد ظهرت العديد من التعريفات للمسؤولية الاجتماعية لم تتفق فيما بينها لإيجاد تعريف واحد يمكن الإجماع عليه، وحتى في وقتنا الحالي لم يتم تحديد مفهوم موحد يكتسب بموجبه قوة الإلزام وطنيا أو دوليا، حيث لا تزال الكثير من بنودها تستمد من طبيعتها التطوعية.

فقد تعددت صور مبادرات المسؤولية الاجتماعية بسبب طبيعة البيئة المحيطة، ونطاق نشاط المؤسسة وأشكاله، وما تتمتع به كل مؤسسة من قدرة مالية وبشرية، وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة الديناميكية والواقعية وتتصف بالتطور المستمر كي تتلاءم بسرعة وفق مصالح المؤسسة وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية².

1.1 تعاريف حسب بعض المفكرين

عرف Peter Drucker المسؤولية الاجتماعية في تعريفين الأول على أن « المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه»³، ثم أضاف أنه « ينبغي على كل مؤسسة أن تتحمل كامل المسؤولية فيما يخص الآثار التي تسببها للبيئة، وعلى الزبائن، الموظفين وعلى أي شيء في أي مكان يمكن أن تلمسه»⁴.

هذا وقد وضعها Christain Brodhag بشيء من التفصيل على أنها: « الطريقة التي يجب أن تعمل بها المؤسسات والمؤسسات لدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والأنشطة داخل الشركة، وشفافية ومحاسبة ليم تطبيق أحسن الممارسات، وتعمل على تطبيق القوانين والتعليمات التي لها علاقة بمكافحة الفساد والرشوة، وتلتزم بالحفاظ على الصحة والسلامة وحماية البيئة وحقوق الإنسان والعمال»⁵.

وقد أضاف Ferrel and Fraderich أن المسؤولية الاجتماعية: "الالتزام يتوجب على قطاع الأعمال القيام به تجاه المجتمع، من شأن هذا الالتزام أن يعمل على تعظيم الآثار الإيجابية لنشاطات المؤسسة على المجتمع وتخفيض الآثار السلبية إلى أكبر قدر ممكن" ⁶. وفي الأخير نجد أن فيليب كوتلر ونانسي لي عرفا المسؤولية الاجتماعية بأنها: « التزام بتحسين رفاهية المجتمع من خلال ممارسة أعمال اختيارية تقديرية ومساهمات بالموارد المؤسسية»⁷.

2.1 التعاريف حسب بعض المنظمات والهيئات الدولية

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية على أنها: «الالتزام قطاع الأعمال بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة، وبالعامل مع الموظفين، وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع عامة من أجل تحسين نوعية حياتهم بأساليب تفيد قطاع الأعمال والتنمية على السواء»⁸.

وركز مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة تعريفه على التنمية الاقتصادية من خلال وصف المسؤولية الاجتماعية على أنها: « الالتزام المستمر من قبل المؤسسات بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل»⁹.

أما منظمة التقييس العالمية ISO فقد عرفت المسؤولية الاجتماعية في المواصفة ISO26000 بأنها: «مسؤولية المؤسسة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين»¹⁰.

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام اختياري تلتزم من خلاله المؤسسات أثناء قيامها بمختلف أنشطتها التجارية بالاهتمام بالجانب الاجتماعي والبيئي بما يضمن رفاهية المجتمع وتحسين الظروف والأوضاع البشرية فضلا عن

د. مشري حسناء

د. مسالمة سفيان

القضايا البيئية والاهتمام بكل الأطراف ذات المصلحة، هنا يتضح أن للمسؤولية الاجتماعية بعدين أساسيين البعد الداخلي ويهتم بتطوير وتحسين ظروف العمال والبعد الخارجي الذي يهتم بتحقيق رفاهية المجتمع وحماية البيئة ومصالح كل الأطراف ذات المصلحة¹¹.

2. تعريف المبادرات الاجتماعية

يستخدم مصطلح المبادرات الاجتماعية للشركات أو المبادرات الاجتماعية المؤسسية لوصف الجهود المبذولة تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي يمكن تعريفها كالآتي:

المبادرات الاجتماعية هي وسيلة لخدمة المجتمع عن طريق فكرة مفيدة لعدد كبير من الأفراد والمبادرة في اللغة هي السبق لاقتراح الأمر أو تنفيذه.

كما عرف كوتلر ونانسي لي المبادرات الاجتماعية على أنها: "أنشطة رئيسية تضطلع بها إحدى المؤسسات من أجل مساندة القضايا الاجتماعية و الوفاء بالتزاماتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات"¹².

3. أهمية وأهداف المبادرات الاجتماعية

للمبادرات الاجتماعية أهمية كبيرة من ناحية تطويع أو تعديل السلوك الإنساني في الاتجاه المرغوب فيه من قبل المعنيين بها، ذلك أن المبادرات الاجتماعية إذا تم تخطيطها وتنفيذها من قبل الجهات المؤهلة والمتخصصة فإنها تؤدي إلى توعية الجهات المستهدفة منها إلى استخدام السبل والأساليب الصحيحة لتحقيق الأهداف المرجوة أو المنشودة، حيث يجب أن تكون المبادرة الاجتماعية قد أحدثت تغييرا أو أثرا اجتماعيا على المستوى المحلي مع إمكانية إعادة تطبيقها في مجتمعات أخرى، أو توسيع نطاقها لتصبح على المستوى الوطني. والواقع أن جميع الدراسات والأبحاث في هذا المضمار تشير إلى أن الأثر الاجتماعي الإيجابي لأي مبادرة اجتماعية يكون له أثرا مضاعفا عندما يتم تطبيق المبادرة الاجتماعية الإيجابية على نطاق واسع، وأن النجاحات المتحققة غالبا ما تؤثر بشكل إيجابي على إدراك الجماهير المستهدفة حتى في المجتمعات الأخرى.

كما تنجح المبادرات الاجتماعية كلما ساهمت في درجة تغيير السلوك في الاتجاه الإيجابي واستمرارية هذا التغيير على المدى الطويل مثلما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (1): تصنيف السلوكيات الاجتماعية.

تصنيف السلوكيات الاجتماعية	استغراق منخفض	استغراق مرتفع
السلوك لمرة واحدة		
فردية مجموعة	التبرع بالأموال انتخاب المجالس المحلية	التبرع بالدم ابتكار علاقات جيدة راقية
السلوك المستمر		
فردية مجموعة	عدم التدخين في المصاعد السياسة ضمن حدود السرعة	التوقف عن التدخين وتعاطي المخدرات دعم وإنسان حقوق المرأة

المصدر : نظام سويدان، عبد المجيد البراوي، إدارة التسويق في المظلمات غير الربحية، ص 273.

فالمبادرات الاجتماعية تحاول التأثير على السلوك والمواقف الاجتماعية ليستفيد منها الجمهور المستهدف نفسه أو المجتمع العام بدلا من القائمين على المؤسسة. هذه الممارسة هي التي تستخدم بشكل واسع كطريقة جديدة ومتطورة في زيادة الوعي الصحي والحد من السلوكيات غير الصحية وتعزيز السلوكيات الجيدة.

4. إجراءات الوقاية العامة لترقية الصحة وتقويتها

وهي مجموعة من الإجراءات والخدمات الشاملة التي تهدف إلى تحقيق السلامة والكفاية البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية العامة دون الاهتمام بحالة معينة أو فئات خاصة وتشمل 13:

- الخدمات الصحية البيئية العامة من توفير مسكن صحي تتوافر فيه عناصر صحية مثل التهوية الجيدة والإضاءة الصحية والمياه الصالحة للاستعمال الآدمي وأساليب صحية لتصريف الفضلات ؛
- خدمات التغذية الصحية التي تستهدف تقوية مناعة الجسم للأمراض وتقوية الجسم بصفة عامة؛
- خدمات التوعية والتربية الصحية بصفة عامة ؛
- خدمات الرعاية الخاصة للأمومة والطفولة؛
- خدمات الترويح عن النفس؛
- توفير الخدمات التي تهيم للتكيف النفسي السليم وتحقيق الشخصية السوية؛

5. الدراسة التطبيقية حول مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز سطيف

التعريف بمؤسسة توزيع الكهرباء والغاز

يقع على عاتق مؤسسة سونلغاز ضمان تزويد الجزائريين بطاقتين أساسيتين هما الكهرباء والغاز من خلال فروع المجمع المتعددة وتعتبر مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز احد فروع مجمع سونلغاز، وبلغت نسبة التغطية بالكهرباء في الجزائر سنة 2017 نسبة 99.4% وما نسبته 59% بالنسبة للغاز 14، وهو ما يعتبر دليلا على الجهود الكبيرة التي تبذلها المؤسسة لتوصيل الغاز والكهرباء لجميع الزبائن وفيمايلي أهم فروع المجمع:

- ✓ إنتاج الكهرباء SPE .
- ✓ نقل الكهرباء GRTE .
- ✓ نقل الغاز عبر القنوات GRTG .
- ✓ توزيع الكهرباء والغاز بشرق البلاد SDE .
- ✓ توزيع الكهرباء والغاز بالجزائر العاصمة SDA .
- ✓ توزيع الكهرباء والغاز بغرب البلاد SDO .
- ✓ توزيع الكهرباء والغاز بوسط البلاد SDC .

وتتبع مديرية سطيف للتوزيع لفرع التوزيع للشرق الذي يتواجد مقر مديريته العامة بقسنطينة.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز بمدينة سطيف، ونظرا لأن مجتمع الدراسة كبير جدا ونظرا لقليدي الوقت والتكلفة تم الاعتماد على عينة ميسرة من الزبائن قدرت بـ 140 مفردة تم استجوابهم أمام الوكالة التجارية لتوزيع الكهرباء والغاز (مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز) سطيف خلال الأسبوع الأول من شهر مارس 2017.

أهمية تبني تطبيق مبادرات المسؤولية الاجتماعية في التأثير على سلوكيات الزبائن

د. مسالمة سفيان

د. مشري حسناء

أولاً: الخصائص الوصفية لأفراد عينة الدراسة (الزبائن)

الجدول رقم (1): التحليل الوصفي لأفراد عينة الدراسة (العملاء)

الجنس		ذكر				أنثى	
		58				82	
مستوى الدخل		ضعيف		منخفض		متوسط	
		22		40		65	
المستوي التعليمي		أمي وابتدائي		متوسط و ثانوي		جامعي	
		34		18		76	
العمر		25-20		30-26		40-31	
		3		11		25	
						45-41	
						أكثر من 45	
						61	

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

ثانياً: عرض وتحليل البيانات

1/ تحليل بيانات نتائج محور الرصيد المعرفي والثقافي للزبائن حول خطورة غاز أكسيد الكربون

الجدول رقم (02): مدى معرفة الزبائن بخطورة غاز أكسيد الكربون

وعى الزبائن بخطورة تسرب الغاز		التكرار	
نعم	لا		
مصدر خطر على الصحة	66	74%	
يؤدي إلى الوفاة	118	22%	
لا أدري	00	00%	
مصدر للأمراض المزمنة	16	124%	
يسبب الانفجار	16	124%	
مصدر خطر على الصحة	66	74%	

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

أشار أغلب الزبائن إلى قناعتهم بأن غاز الكربون جد خطير على صحة الإنسان وأنه مصدر للموت وفي هذا دليل على وعيهم الثقافي حول خطورة تسربات الغاز.

2/ مدى تعرض الزبائن لحادث تسرب الغاز

الجدول رقم (03): مدى تعرض الزبائن لحادث تسرب الغاز

تعرض الزبائن لحادث تسرب الغاز		التكرار	النسبة
نعم		25	%18
لا		115	%82

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

3/ تصرفات الزبائن في حالة وقوع حادث

الجدول رقم (04): تصرفات الزبائن في حالة وقوع حادث

السلوك	التكرار	النسبة
الاتصال بالحماية المدنية	08	32%
تهوية الغرف في المنزل	10	40%
غلق صنادير الغاز	01	04%
الاستغاثة بالجيران	03	12%
الخروج بسرعة من المنزل	03	12%

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

من الجدول أعلاه، يتضح أنه من بين 25 زبون أقر بأنه تعرض لحادث تسرب الغاز، نجد أن النسبة الغالبية أحسنوا التصرف من خلال المساعدة إلى تهوية المنزل و الاتصال بالحماية المدنية بمجموع 72% من عينة الدراسة.

4/ آراء الزبائن حول الأسباب الحقيقية المؤدية إلى تسربات الغاز

الجدول رقم (05): آراء الزبائن حول الأسباب الحقيقية المؤدية إلى تسربات الغاز

الأسباب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رداءة أجهزة تسخين المياه	3.8	0.965
عدم تنظيف المدخنات	3.9	0.882
عدم التقيد بمعايير السلامة	4.4	0.754
رداءة أجهزة التدفئة	4.1	0.885
نقص الحملات التوعوية	3.8	0.719

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية حول الأسباب المؤدية لحوادث تسربات الغاز، حيث أن عدم التقيد بمعايير السلامة وعدم تنظيف المدخنات بشكل دوري وكذلك رداءة بعض أجهزة التسخين وأجهزة التدفئة المغشوشة والمستوردة من الصين تعد من أهم الأسباب وراء هذه الحوادث. في حين يرى البعض أن الوقاية من هذه الحوادث هي مسؤولية مشتركة بين المواطن وبين مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز والحماية المدنية المسؤولين عن نشر ثقافة الوعي لدى زبائنهم.

ثانيا: تحليل نتائج الاتجاهات السلوكية لمبادرات المسؤولية الاجتماعية حول التوعية بمخاطر غاز أكسيد الكربون

1/ الدعامات الترويجية المساعدة على خلق المعرفة

الجدول رقم (06): الدعامات الترويجية المساعدة على خلق المعرفة

أنواع المبادرات المسؤولة اجتماعيا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الإعلانات	4.2	0.771
القوافل التحسيسية	4.1	0.895

أهمية تبني تطبيق مبادرات المسؤولية الاجتماعية في التأثير على سلوكيات الزبائن

الملاحظات	د. مشري حسناء	د. مسالمة سفيان
تنظيم المعارض والأبواب المفتوحة	4.3	0.965
	3.9	0.789

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ وجود درجة موافقة عالية حول الأدوات الاتصالية الأنسب على التوعية بمخاطر غاز أكسيد الكربون وهذا ما يعكس الاستجابة الواسعة لمبادرات توزيع الكهرباء والغاز الاجتماعية، وهذا ما يسهل على معدي الحملات التوعوية التأثير على الزبائن وإقناعهم بضرورة الالتزام بجميع معايير السلامة المنزلية.

2/ المنافع المكتسبة من خلال المتابعة والاستجابة لهذه المبادرات

الجدول رقم (07): المنافع المكتسبة من خلال المتابعة والاستجابة لهذه المبادرات

المنافع المكتسبة	التكرار	النسب
اكتساب مهارات جديدة	32	23%
انتشار الوعي والتثقيف الصحي	76	54%
تغيير السلوكيات السلبية	80	57%

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

من نتائج الجدول السابق نجد أن ما نسبته 57% من الزبائن قد اقتنعوا بأهمية المبادرات والحملات التحسيسية في مساعدتهم على تغيير سلوكياتهم السلبية إلى اتجاهات إيجابية في التعامل مع استعمال الغاز، كما أن ما نسبته 54% قد أكدوا على أهمية هذه المبادرات في زيادة الوعي والتثقيف الصحي لتفادي حوادث الغاز، ونجد أن الإعلانات قد نجحت إلى حد بعيد في التأثير على المجال السلوكي وتمكنت من توعية جمهور الزبائن بالقدر الذي يعزز لهم الرصيد المعرفي الذي يسمح لهم بتجنب أخطار غاز أكسيد الكربون.

3/ مساهمة المعلومات المعرفية المتحصل عليها من الحملات التحسيسية لتغيير السلوك اتجاه حوادث تسرب الغاز

الجدول رقم (08): مساهمة المعلومات المعرفية المتحصل عليها من الحملات التحسيسية لتغيير السلوك اتجاه حوادث تسرب الغاز

تغيير السلوك	التكرار	النسب
نعم	121	86%
لا	19	14%

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

توضح بيانات الجدول أن ما نسبته 86% من الزبائن قد أكدوا على دور المعلومات والمعارف التي اكتسبوها من خلال الحملات التوعوية التي تقوم بها مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز والمديرية العامة للحماية المدنية في تغيير سلوكياتهم، وهي نسبة مرتفعة تدل على قيمة وأهمية هذه الحملات في نشر الوعي بمخاطر الغاز، في حين أن نسبة قليلة قدرت بـ 24% من الزبائن اعتبروا هذه الحملات قليلة الأهمية بسبب تكرارها الذي أفقدها جاذبيتها.

4/ مدى ترجمة المعلومات والمعارف المتحصل عليها من المبادرات الاجتماعية إلى سلوك فعلي إيجابي لتفادي حوادث تسرب الغاز

تسرب الغاز

الجدول رقم (09): مدى ترجمة المعلومات والمعارف التحصل عليها من المبادرات الاجتماعية إلى سلوك فعلي ايجابي لتفادي حوادث تسرب الغاز

السلوك	التكرار	النسبة
تهوية المنزل	130	92%
تنظيف المدخنات	15	11%
عدم القيام بأي شيء	02	0.2%
التأكد من جودة وسائل التدفئة	74	53%
المراقبة المستمرة والدورية لقنوات توصيل الغاز وأجهزة التدفئة	54	38%

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

تبين النتائج وبما لا يدع مجالا للشك على دور الحملات التحسيسية في ترجمة المعارف وتحويلها إلى سلوك فعلي ايجابي في التعامل مع مخاطر الغاز، حيث أن نسبة 92% من الزبائن يقومون بتهوية البيت بصفة مستمرة من أجل تفادي حالات الاختناق الغازي في الليل. كما أن ما نسبته 53% من الزبائن يقومون بإجراء المراقبة الدورية لقنوات توصيل الغاز ومراقبة أجهزة التدفئة، في حين أن إجراء تنظيف المدخنات سجل نسبة ضعيفة بنسبة 11% فقط على الرغم من أهميته في تفادي عودة الغازات المحترقة إلى داخل المنزل.

5/ الأدوات الاتصالية التي تدعم مبادرات المسؤولية الاجتماعية (الترتيب حسب الأولوية والأهمية)

الجدول رقم (10): الأدوات الاتصالية التي تدعم مبادرات المسؤولية الاجتماعية (الترتيب حسب الأولوية والأهمية)

أدوات الاتصال	الترتبة	النسبة
قوافل التحسيس والتوعية	1	47%
إقامة المعارض	6	16%
إلقاء المحاضرات	7	14%
الملصقات	5	17%
الزيارات المنزلية	2	42%
تنظيم الأبواب المفتوحة	3	21%
الانترنت	4	19%

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

تبين نتائج الجدول السابق أن الزبائن يرغبون بتلقي الرسائل التحسيسية على اختلاف أنواعها، إلا أنهم يفضلون القوافل التوعوية والزيارات المنزلية وذلك بنسبة إجمالية قدرت بـ 89% في حين يفضل آخرون تنظيم الأبواب المفتوحة وإقامة المعارض لأنها تسمح لهم بالاحتكاك والاتصال المباشر مع المختصين في مجال الوقاية والحماية من مختلف الأخطار المنزلية، كما أن هناك نسبة من الزبائن يرغبون في تلقي رسائل التحسيس عبر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لما لهذه الوسيلة من سهولة وسرعة في الوصول إلى الزبائن بالصورة والصوت.

اختبار الفرضيات:

فيما يلي سنحاول الإجابة على الفرضيات المطروحة سابقا:

الفرضية الأولى: تساهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بمخاطر تسرب الغاز في التأثير على الجانب المعرفي لدى زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز

من أجل اختبار الفرضية الأولى نقوم بتحليل اختبار الانحدار الخطي لمتغيري الفرضية:

الجدول رقم(11): نتائج الانحدار الخطي البسيط بين المبادرات الاجتماعية والجانب المعرفي كمتغير تابع

قيمة الارتباط R	معامل التحديد	اختبار t	قيمة beta	مستوى الدلالة	قيمة a
0.845	0.554	6.854	0.845	0.000	3.694

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن معظم أفراد العينة اكتسبوا فوائد عديدة من متابعتهم للمبادرات الاجتماعية التحسيسية حول مخاطر غاز أحادي أكسيد الكربون، وهذا ما أدى بهم إلى الحصول على معلومات معرفية حول مخاطر هذا الغاز، حيث أن قيمة العلاقة R بين المتغيرين تساوي 0.845 وقيمة a تساوي 3.789، ويمكن التعبير عن درجة التتابع الموجودة بين المتغيرين بالدالة $y=ax+b$ وعند مستوى دلالة يساوي 0.000 فنجد أنه كلما ازدادت المبادرات التي تقوم بها توزيع الكهرباء والغاز انعكس ذلك إيجابيا على السلوك المعرفي لزبائنهم وفق المعادلة $y=3.694x+0.845$ أي وجود علاقة ارتباط قوية بين المبادرات الاجتماعية والسلوك المعرفي، مما يؤكد صحة الفرضية الأولى التي تنص أن مبادرات المسؤولية الاجتماعية تساهم في التأثير على الجانب المعرفي لدى زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز من مخاطر تسرب غاز أحادي أكسيد الكربون.

الفرضية الثانية: تساهم مبادرات المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بمخاطر تسرب الغاز في التأثير على الجانب السلوكي لدى زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز

من أجل اختبار الفرضية الثانية نقوم بتحليل اختبار الانحدار الخطي لمتغيري الفرضية:

الجدول رقم(12): نتائج الانحدار الخطي البسيط بين المبادرات الاجتماعية والجانب السلوكي كمتغير تابع

قيمة الارتباط R	معامل التحديد	اختبار t	قيمة beta	مستوى الدلالة	قيمة a
0.785	0.665	6.751	0.785	0.000	2.845

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss21

من خلال نتائج الجدول أعلاه تبين أن المبادرات الاجتماعية التحسيسية حول مخاطر غاز أحادي أكسيد الكربون ساهمت في تغيير السلوكيات السلبية، فقد أكد معظم أفراد العينة أن المعلومات المعرفية التي تحصلوا عليها من هذه المبادرات ساهمت في تغيير سلوكياتهم اتجاه التصرفات المؤدية لهذه الحوادث، حيث أن قيمة العلاقة R بين المتغيرين تساوي 0.785 وقيمة a تساوي 2.845، ويمكن التعبير عن درجة التتابع الموجودة بين المتغيرين بالدالة $y=ax+b$ وعند مستوى دلالة يساوي 0.000 فنجد أنه كلما ازدادت المبادرات التي تقوم بها توزيع الكهرباء والغاز انعكس ذلك إيجابيا على الجانب السلوكي لزبائنهم وفق المعادلة $y=2.845x+0.785$ أي وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية التي تنص على أن مبادرات المسؤولية الاجتماعية تساهم في التأثير على الجانب السلوكي لدى زبائن مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز من مخاطر تسرب غاز أحادي أكسيد الكربون.

الخاتمة

د. مشري حسناء

د. مسالمة سفيان

إن الحوادث الناجمة عن تسرب غاز أحادي أكسيد الكربون غير متوقعة بحيث أن الغالبية العظمى من الوفيات من جراء الاختناقات بالغاز تكون بسبب خلل في الوقاية و كذا في موصفات الأمان لبعض الأجهزة المستعملة، ويمكن تلخيص هذه الأخطاء بشكل عام في نقص أو انعدام التهوية، وعدم الامتثال بعض وسائل التدفئة للمقاييس الأمنية، بالإضافة إلى سوء تركيب و تشغيل هذه الوسائل من قبل أفراد غير مؤهلين.

في إطار تنفيذ برنامج الوقاية و التحسيس من مختلف أخطار حوادث الاختناق بالغاز و لتفادي هذه الحوادث أو التقليل من وطأتها و الآثار الناجمة عنها ، تقوم مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز بالتعاون مع المديرية العامة للحماية المدنية بإطلاق مجموعة من المبادرات التحسيسية في إطار تحملها لمسؤولياتها الاجتماعية تجاه زبائنهم من أجل التوعية والتأثير على السلوكيات السلبية التي تؤدي إلى حوادث الاختناق بالغاز، وذلك عن طريق تسطير برنامج إعلامي توعوي ثري و متنوع من أجل توعية المواطنين و غرس ثقافة وقائية لديهم مع التأكيد على إتباع القواعد و احترام المقاييس الأمنية التي يجب التقيد بها للوقاية من هذه الحوادث و كيفية التعامل معها عند حدوثها. هذه العمليات التحسيسية تتواصل خلال كل موسم شتاء بعمل توعوي جاري عن طريق قافلة التحسيس و التوعية على مستوى الولايات و تنظيم أبواب مفتوحة على الحماية المدنية ومؤسسة توزيع الكهرباء والغاز.

نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة التي قمنا بها تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن الحوادث الناجمة عن تسرب غاز أحادي أكسيد الكربون هي في تزايد مستمر وليس في تراجع، وهذا راجع إلى عدم التقيد بمعايير السلامة، و جهل أغلب المواطنين بالقواعد الوقائية في مجال استعمال هذه المادة في الحياة اليومية.
- إن معظم المستجوبين صرحوا أن المبادرات الاجتماعية التحسيسية تؤدي دورا مهما في التعريف بمخاطر غاز أحادي أكسيد الكربون، وذلك عن طريق الرسائل الإعلامية، القوافل التحسيسية، الزيارات المنزلية، تنظيم الأبواب المفتوحة.
- انطلاقا من نتائج الدراسة تبين أن قوافل التوعية والتحسيس قد احتلت المرتبة الأولى كوسيلة مدعمة لحمالات توزيع الكهرباء والغاز، وأخذت الزيارات المنزلية المرتبة الثانية، ثم تلتها تنظيم الأبواب المفتوحة في المرتبة الثالثة، وأخذت الانترنت المرتبة الرابعة، واحتلت الملصقات المرتبة الخامسة تلتها في المرتبة السادسة إقامة المعارض لتأتي في المرتبة الأخيرة إلقاء المحاضرات.
- انطلاقا من نتائج الدراسة تبين أن معظم أفراد العينة اكتسبوا فوائد عديدة من متابعتهم للمبادرات الاجتماعية التحسيسية حول مخاطر غاز أحادي أكسيد الكربون، وهذا ما أدى بهم إلى الحصول على معلومات معرفية حول مخاطر هذا الغاز.
- انطلاقا من نتائج الدراسة تبين أن المبادرات الاجتماعية التحسيسية حول مخاطر غاز أحادي أكسيد الكربون ساهمت في تغيير السلوكيات السلبية، فقد أكد معظم أفراد العينة أن المعلومات المعرفية التي تحصلوا عليها من هذه المبادرات ساهمت في تغيير سلوكياتهم اتجاه التصرفات المؤدية لهذه الحوادث.

الاقتراحات:

طبقا لمشكلة وأهداف الدراسة يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- ينبغي على مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز أن تحرص أن تكون المبادرات الاجتماعية منظمة تقوم على إستراتيجية فعالة ترسخ في ذهن المجتمع والتي تضمن لها النجاح وتسمح لها بتعديل سلوكيات زبائنهم.
- ضرورة التأكيد على أهمية المبادرات الاجتماعية في نشر الثقافة التوعوية و التحسيسية وإبراز الدور الكبير الذي تلعبه في إحداث التغييرات الاجتماعية الإيجابية.

- ضرورة التأكيد على مهمة الدولة ومختلف المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية ودورها في تحقيق رفاهية المجتمع ومكافحة السلوكيات السلبية التي تضر بالمجتمع.

المراجع:

1. أول أكسيد الكربون هو غاز عديم اللون، وعديم النكهة (الطعم)، وعديم الرائحة. يعتبر من الغازات الشديدة السمية، يوجد في الأدخنة المحترقة كالتى تتصاعد من السيارات والشاحنات ومحركات الوقود والموقد (أجهزة الطبخ) وأجهزة التدفئة ومن الممكن أن يؤدي إلى ضرر للإنسان والحيوان عند استنشاقه.
2. خالد بن يوسف البرقاوي، "المسؤولية الاجتماعية"، ورقة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى السنوي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، مكة، 2008، ص6.
3. Drucker, Peter, « An introductory view of management », Harper's college press, USA, 1977, p584.
4. Drucker, Peter, « The new society of organizations », Harvard Business Review, September- October, 1992, p99.
5. Christain Brodhag, Développement durable- responsabilité sociétale des entreprises congrès internationale avec exposition d'innovations le management durable en action, Université de Genève, 4-6 Septembre 2004, p3.
6. Ferrel, D C and Fraedrich John, Business ethics décision making and cases, Houghton Mifflin Co., USA, 1994, p 6.
7. فيليب كوتلر، نانسي لي، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات"، ترجمة علا أحمد إصلاح، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، ط1، 2011، ص9.
8. World Bank, «Opportunities and options for government to promote corporate social Responsibility in Europe and central Asia ,Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania, working paper, March 25,2004.
9. Michel Capron et Françoise Quairel- Lanoizelee, « La responsabilité sociale d'entreprise », éditions la découverte, Paris, 2007, p 23.
10. الإيزو، المشاركة في المواصفة القياسية الدولية المستقبلية ISO26000 حول المسؤولية الاجتماعية على الموقع: www.iso.org.
11. حسناء مشري، دراسة أثر نظام المحاسبة الاجتماعية في تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف " أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة سطيف 2015، ص1، ص5.
12. فيليب كوتلر، نانسي لي، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات"، مرجع سابق، ص10.
13. بن يعقوب الطاهر، سفيان عصماني وآخرون: حملات التسويق الاجتماعي كمدخل لزيادة الإدراك والوعي الصحي لدى الجمهور المستهدف، الخوصلة النهائية لمشروع البحث cnepru، المسجل تحت رقم F01L01UN190120140017 ، جامعة سطيف 2014، 1-2017، ص40.
14. http://www.sonelgaz.dz.