

## المسؤولية الاجتماعية كخيار فعال لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

gasmi\_sa@yahoo.fr

جامعة محمد بوضياف المسيلة - الجزائر

د. قاسمي السعيد

salouaarbia@gmail.com

جامعة محمد بوضياف المسيلة - الجزائر

أ. عربية سلوى

ouardabelaid@yahoo.fr

جامعة محمد بوضياف المسيلة - الجزائر

أ. بلعيد وردة

Received: October 2017

Accepted: November 2017

Published: December 2017

**ملخص:** يهدف هذا البحث إلى معرفة الدور الذي يلعبه تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تواجه عوائق كثيرة أهمها العوائق التمويلية، الإدارية، التسويقية... الخ بالإضافة إلى المنافسة الأجنبية الحادة خاصة بعد انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة كل هذه العوامل وأخرى تجعل أمر استدامتها أمرا صعبا وشاقا، لذلك أصبح البحث عن مفاهيم إدارية جديدة ومتطورة للتعامل مع المتغيرات البيئية المعقدة من المتطلبات والأهداف الأساسية لكل تنظيم يبحث عن الكفاءة والفاعلية للمحافظة على بقاءه واستمراره، لذلك جاء هذا البحث لتحليل العلاقة أكثر بين المتغيرين (المسؤولية الاجتماعية، استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)، حيث تناولنا فيه ثلاث مباحث أساسية هي:

أولاً: مفاهيم نظرية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؛

ثانياً: أهم برامج المسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسات الاقتصادية ؛

ثالثاً: دور تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

**الكلمات المفتاحية:** المسؤولية الاجتماعية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الاستدامة.

**Abstract:** The aim of this paper is to discover the role played by the adoption of the concept of social responsibility in achieving the sustainability of small and medium enterprises in Algeria. The small and medium enterprises in Algeria face many obstacles, the most important of which are financing, administrative, marketing, etc., All of these factors make its sustainability as difficult issue. Therefore, the search for new and developed management concepts to deal with complex environmental variables is one of the basic requirements and objectives of each organization seeking efficiency and effectiveness. To maintain its survival and continuity, so this research was to analyze the relationship between the two variables more (social responsibility, sustainability of small and medium enterprises), where we dealt with the three basic sections are: First: theoretical concepts about small and medium enterprises; Second: the most important social responsibility programs at the level of economic enterprises; Third, the role of adopting the concept of social responsibility in achieving sustainability of small and medium enterprises in Algeria.

**Key words:** social responsibility, small and medium enterprises, sustainability.

**تمهيد:**

لقد عجلت التحولات السريعة والعميقة التي مست الاقتصاد الجزائري إلى بروز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كوسيلة لدفع عجلة التنمية المحلية وإعادة توزيع الثروة وكعنصر أساسي في النسيج الاقتصادي الجزائري، إلا أن هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجه خطر عدم استدامتها واستمرارها بسبب العديد من العوائق التي تواجهها كالمنافسة الأجنبية والعوائق التمويلية والعوائق الإدارية... الخ، لذلك توجب على هذه المؤسسات أن تبحث عن طرق وأساليب تستخدمها حتى تحافظ على استدامتها.

لذلك أصبح البحث عن مفاهيم إدارية جديدة متطورة للتعامل مع المتغيرات البيئية المعقدة من المتطلبات والأهداف الأساسية لكل تنظيم يبحث عن الكفاءة والفاعلية للمحافظة على بقاءه واستمراره.

من هنا ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية كميزة إستراتيجية خالقة للقيمة حيث أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من المفاهيم الأكثر تداولاً في المجال الاقتصادي الدولي في الوقت الحاضر، ليتسع دور المؤسسات من تركيزها على الجانب الاقتصادي ليشمل جوانب التنمية الاجتماعية، ففي الدول الصناعية الكبرى ظهر تعاون وتناسق وتكامل في مهام ثلاث أطراف رئيسية هي الدولة ورجال الأعمال والمجتمع، فأصبحت كل من الحكومات والمؤسسات الاقتصادية تسخر جهودها لجعل المجتمع يستفيد من هذا التعاون، وفي ظل حساسية مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي ارتبط بشكل وثيق بالإصلاح الاقتصادي الذي يظلم في طبيعته مفردات هامة مثل التنافسية والكفاءات والتنمية المستدامة تظهر الحاجة إلى تعميق البحث العلمي في هذا المجال لإبراز حقيقة هذا المصطلح من جهة، وللإعلام بأهميته الخاصة في الدول النامية من جهة أخرى<sup>1</sup>.

كما و أثبتت الدراسات أن المؤسسات التي توجهت لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية تضاعفت مبيعاتها واستطاعت تحقيق نتائج إيجابية والمحافظة على بقائها واستمرارها في السوق، من هنا وما سبق بدا يتبادر في اذهاننا تساؤلات تمت صياغته كإشكالية لموضوع بحثنا هذا وهي كالتالي:

**الإشكالية: هل تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية خيار فعال لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ؟**

وقد تم طرح أسئلة فرعية تساهم في الإجابة على الإشكالية المطروحة وهي كالتالي:

1. ما مفهوم وخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر؟
2. ما هي أهم مجالات نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر؟
3. ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
4. ما هي أهم برامج المسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
5. ما هو واقع تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
6. ما دور تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟

**أولاً : مفاهيم نظرية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**

**1. مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهم خصائصها :**

أ. مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: إن الإستراتيجية التي اتبعتها الجزائر في مسيرتها التنموية أدت إلى تمهيش المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الأمر الذي أدى إلى غياب تعريف دقيق لهذه المؤسسات لفترة طويلة عدا بعض المحاولات الفردية، فقد ظهرت أول محاولة لتعريف هذه المؤسسات في الجزائر عند وضع التقرير الخاص ببرنامج تنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة لوزارة الصناعة في بداية السبعينات والذي يرى أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة هي وحدة إنتاجية تتميز بمايلي<sup>2</sup>:

- الاستقلالية القانونية ؛
- تشغل اقل من 500 عامل؛
- تقدر قيمة إنشائها بأقل من 10 مليون ؛
- تحقق رقم أعمال سنوي يقدر بأقل من 15 مليون دينار جزائري ؛ كما وتأخذ هذه المؤسسات أشكالاً عدة هي<sup>3</sup> :
- مؤسسات تابعة للجماعات المحلية ؛
- فروع للمؤسسات الوطنية؛
- مشروعات مختلطة؛

- مؤسسات مسيرة ذاتيا؛
- تعاونيات؛
- مؤسسات خاصة.

كما وعرف القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 18/01 المورخ في 12 ديسمبر 2012 في المادة الرابعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها "تلك المؤسسات التي تقوم بإنتاج السلع والخدمات التي تشغل من 01-250 عامل ورقم أعمالها السنوي لا يتجاوز 02 مليار دينار ولها حصيلة سنوية ما بين 100 إلى 500 مليون دينار"، ويمكن توضيح ذلك في الجدول الموالي :

**الجدول رقم (01): معايير تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**

المؤسسة	المعايير	العمالة الموظفة	رقم الأعمال السنوي "مليون دينار"	الحصيلة السنوية "مليون دينار"
المؤسسة المصغرة	10-01	اقل من 20	اقل من 10	
المؤسسة الصغيرة	49-10	اقل من 200	اقل من 100	
المؤسسة المتوسطة	250-50	200-2 مليار	500-100	

المصدر: القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر، 2001، ص 08-09.

كما ويجب الإشارة إلى أن المؤسسة المصغرة والصغيرة يجب أن تنشأ في شكل شركة حيث نصت المادة 544 من القانون التجاري أن تحديد الطابع التجاري يتم شكلا أو مضمونا تنفيذا للنصوص التجارية يمكن للمؤسسة المصغرة أن تمارس نشاطها حسب الأطر التالية<sup>4</sup>:

- **شركة التضامن SNC - Société en nom collectif**: تتكون شركة التضامن من شريكين أو أكثر على أن لا يتعدى الشركاء 09 أشخاص يساهم كل منهم بجزء من رأس المال ومن العمل، على أن يتوفر عامل الثقة بينهم كما يتألف اسم الشركة من أسماء جميع الشركاء أو اسم واحد أو أكثر متبوع بكلمة "شركاه" بالإضافة إلى اكتسابهم صفة التاجر؛
- **شركة ذات مسؤولية محدودة SARL - Société a responsabilité limitée**: تؤسس شركة ذات المسؤولية المحدودة بين شركاء يتحملون خسائر إلا في حدود ما قدموا من حصص ولا يجوز أن يكون رأس مال الشركة اقل من 100 ألف دينار كما يمكن أن تشمل هذه الشركة اسم واحد من الشركاء أو أكثر على أن تكون هذه التسمية متبوعة أو مسبقة بكلمة شركة ذات مسؤولية محدودة أو SARL- ومن بين خصائصها أن عدد الشركاء لا يزيد عن 20 ولا يكتسب أي منهم صفة تاجر.
- **شركة وحيدة الأسهم ذات المسؤولية المحدودة EURL -** هذا النوع من الشركات يخضع لنفس الشكل الذي تخضع إليه الشركات ذات المسؤولية محدودة ولكنها تتميز عنها بوحودية الشخص أي الشركة وحيدة الأسهم ذات مسؤولية محدودة يديرها شخص واحد فقط.
- ب. **خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**: يمكن تلخيص أهم خصائص التي تميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر فيما يلي<sup>5</sup>:
- **سهولة تكوين هذه المؤسسات**: حيث تتميز هذه المؤسسات بانخفاض رأسمالها اللازم لتأسيسها وتشغيلها وبالتالي محدودية القروض اللازمة والمخاطر الناجمة عليه وبالتالي سهولة تأسيس هذه المشاريع ؛
- **توفير الوظائف الجديدة**: هذه المؤسسات تسعى إلى توفير العمل للعمال الذين لا يلبون احتياجات المؤسسات الكبرى؛

- تقديم منتجات جديدة: وذلك عن طريق إبداع وابتكار أفكار جديدة وفق مع ما يتماشى في السوق؛
  - توفير احتياجات المؤسسات الكبرى: حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سندا أساسيا للمؤسسات الكبرى وذلك من خلال إقامة ارتباطات وثيقة بهذه المؤسسات؛
  - تقديم السلع والخدمات الخاصة: والتي لا يمكن تقديمها من طرف المؤسسات الكبرى وبالتالي يجد المستهلك نفسه أمام المؤسسات الصغيرة لتوفر له هذا النوع من الخدمات؛
  - استقلالية الإدارة ومرونتها: فهي تتسم بالمرونة والاهتمام الشخصي للمالكي المشروع لتحقيق أفضل نجاح ممكن، بالإضافة إلى مميزات أخرى أهمها:
    - الفعالية في التسيير
    - لا تتطلب مساحات كبيرة لإقامتها بل تشغل مساحات وتجهيزات بسيطة؛
    - تستخدم تكنولوجيا اقل تناسب ظروفها و لا تتطلب كوادر إدارية ذات خبرة كبيرة .
2. أهم مجالات نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وتطورها: إن مجالات نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تتركز أساسا في قطاع البناء والأشغال العمومية والتجارة و النقل، الفنادق والمطاعم والخدمات الموجهة للاستهلاك كما هي موضحة في الجدول الموالي:

#### الجدول رقم(02): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على قطاعات النشاط الاقتصادي لسنة 2003

النسبة %	عدد المؤسسات	القطاعات
31.6	65799	البناء والأشغال العمومية
16.7	34681	التجارة
9.1	18771	النقل والمواصلات
7.6	15927	الخدمات المقدمة للعائلات
6.4	13230	فنادق ومطاعم
6.2	13058	صناعات غذائية
4.7	9876	خدمات مقدمة للمؤسسات
4.1	8401	صناعة الخشب والورق
13.6	28602	نشاطات أخرى
100	100207949	المجموع

المصدر: وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2003.

#### الجدول رقم (03): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة 2009-2012

البيان	2009	2010	2011	السداسي الاول 2012
المؤسسات الخاصة	586903	618515	658737	686825
الشخصية المعنوية	345902	369319	391761	407779
الشخصية الطبيعية	241001	249196	120095	124923
الانشطة الحرفية	-	-	146881	154123
المؤسسات العمومية	591	557	572	561
المجموع	587494	619072	659309	687386

**Source:** Ministère de l'industrie .de la pme et de lapromotion del'investissement Bulletins d'information statistique de la pme :n18-21

كما أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يعرف تزايد من سنة لأخرى وانه خلال الفترة الممتدة من 2010/01 الى غاية 2012/06/30 تم إنشاء 99892 مؤسسة صغيرة ومتوسطة في حين أن الهدف خلال المخطط الخماسي 2010-2014 هو إنشاء 200 ألف مؤسسة صغيرة ومتوسطة جديدة .

ويلاحظ في سنة 2010 أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تزايد على سنة 2009 بنسبة 5.39% ويتمثل هذا التزايد في إنشاء 31612 مؤسسة جديدة مع التراجع بـ34 مؤسسة عمومية والتي أصبحت غير موجودة في محفظة مؤسسات التسيير ليصبح إجمالي المؤسسات لسنة 2010 يقدر بـ31587 مؤسسة جديدة منها 23417 خاصة ذات الشخصية المعنوية التي تمثل المؤسسات المغفرة الحصة الأكبر منها بنسبة 97% والمؤسسات المتوسطة بنسبة 68%.

### ثانيا: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية

**1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:** يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال على أنها " الالتزام الأخلاقي و التصرف المسئول اتجاه مجموعة من الأطراف و هم أصحاب المصلحة، و من أهم الأطراف المستفيدة من برامج المسؤولية الاجتماعية نجد كلا من المجتمع و البيئة، و هذا يعكس أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء ليعزز دور و مكانة المنظمات في المجتمع ليس فقط ككيان اقتصادي إنما أيضا ككيان اجتماعي يسهم في حل مشكلات المجتمع و الحفاظ على البيئة التي يعمل في إطارها." <sup>6</sup>

وعليه أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات مطلبًا أساسيا للحد من الفقر وحمية البيئة وعدم تبديد الموارد، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع القدرات البشرية وتمكين المرأة ورفع قدراتها ومهاراتها بما يؤهلها للمشاركة في عملية التنمية المستدامة، ومساندة الفئات الأكثر احتياجًا .

ان نجاح قيام الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساسا على التزامها بثلاثة معايير هي الاحترام والمسؤولية تجاه العاملين وأفراد المجتمع، ودعم المجتمع ومساندته وحمية البيئة سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع مع البيئة أو من حيث المبادرة بتقلص ما يخدم البيئة ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ويعالج المشاكل البيئية المختلفة <sup>7</sup>.

والمسؤولية الاجتماعية للشركات هي "طريقة تنظر فيها المنشآت الى تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في اساليبها وفي عملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات اخرى و المسؤولية الاجتماعية للشركات مبادرة طوعية تقودها الشركات ويشار بها الى أنشطة يعتبر انها تتجاوز الامثال للقانون <sup>8</sup>.

**2. أهم برامج المسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسات الاقتصادية:** لا تقف المسؤولية الاجتماعية عند حد كونها إطارا عاما يجب أن تلتزم به المؤسسات إنما من المهم أن ينعكس هذا الإطار على مستوى باقي المستويات الإدارية من خلال وضع آليات وأساليب عمل مسؤولة أخلاقيا على مستوى كل وظيفة ونشاط إداري في المؤسسات كما يلي:

أ. أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى إدارة المشتريات والتخزين: ان ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى إدارة المشتريات والتخزين يكون بـ <sup>9</sup>:

- الإشراف على تنفيذ خطة المشتريات طبقا لسياسات وأنظمة المنظمة؛
- توفير الاحتياجات من مستلزمات الإنتاج بالكفاءة المطلوبة ؛
- التفاوض على السعر، الضمانات، شروط السداد، تحقيق الربح في المؤسسة من خلال تخفيض نفقات الشراء والتخزين ؛

- تشمل وظيفة التخزين عمليات حفظ المواد والحفاظ عليها بأماكنها في المخازن وترقيمها وحمايتها والرقابة عليها وجردها مع توفير ظروف التخزين المناسبة ،
- تقييم الأداء الاجتماعي للموردين والتعامل فقط مع الذين يراعون المسؤولية الاجتماعية ومبادئ التنمية المستدامة ؛
- نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين في قسم المشتريات والمخازن مع الحفاظ على حقوقهم ، ومراعاة معايير الصحة والسلامة عند الشراء حتى لو كانت أسعار مرتفعة؛
- المشاركة في تحقيق الأهداف الاجتماعية كحماية المستهلك... الخ
- استعمال المواد التي لا تضر بالبيئة وتقلص من استعمال الموارد الطبيعية وتجنب إنتاج الفضلات وتلويث البيئة ؛
- محاولة الحصول على المواصفات العالمية للجودة "ISO".
- الحرص على اقتناء التكنولوجيات النظيفة التي لا تضر بالبيئة.<sup>10</sup>
- ب. أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في إطار وظيفة الإنتاج والعمليات: ويكون ذلك ب<sup>11</sup> :
  - مراعاة طبيعة المواد الأولية المستخدمة وصلاحياتها وامن وسلامة المستهلكين وتصميم المنتج بما يرتقي بالذوق العام وينسجم مع البيئة ولا يؤدي لأي أضرار بها كما يجب مراعاة أن الموقع لا يوجد بمكان مكتظ بالسكان؛
  - سلامة العاملين وسهولة حركتهم وتوفير الأمن والنظافة في أماكن العمل؛
  - معالجة مخلفات الإنتاج و توفير الصيانة.
- ج. أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى إدارة الموارد البشرية: ويكون ذلك ب<sup>12</sup> :
  - الاعتماد على الأسس القانونية في الإعلان عن الوظائف وفي إجرائها وفي تقييم نتائجها؛
  - الموثوقية في الإجراءات المعتمدة في عمليات التعبئة والاستقطاب؛
  - تامين حقوق المتقدمين للوظائف {الشفافية والنزاهة} كما يجب أن تكون عملية الاستقطاب نابعة أصلا من حاجة حقيقية للمورد البشري؛
  - تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للمتقدمين للوظائف والحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بهم والرد عليهم؛
  - اعتماد أساليب التقييم الموضوعية والدقيقة والابتعاد عن التحيز ؛
  - متابعة وتوثيق أداء العاملين وتشخيص جوانب التميز والتدني في أدائهم وتقييم تطوره؛
  - تطوير أساليب وتقنيات العمل وتعميم استعمال النظم الالكترونية والعمل على تطبيق معايير الجودة والتميز على مستوى إدارة الأفراد ؛
  - تهيئة بيئة العمل وتشجيع الأفراد على تنمية واستغلال مهاراتهم ولا بد من تنفيذ برامج الموارد البشرية بطريقة تراعي فيها تحقيق التوازن بين حاجات الأفراد وأهداف المؤسسة ؛
  - إقامة دورات تدريبية وتكوينية لتحسين مستوى أدائهم؛
  - تحقيق العدالة في الأجور والمكافآت؛
  - توفير متطلبات الصحة والسلامة المهنية والالتزام بالتشريعات الخاصة بها مع توفير جو مناسب للعمل؛
  - تكوين بيئة تشجع فيها ثقافة الإبداع والابتكار... الخ مع ربطها بالتحفيز المادي والمعنوي؛

- معاملة الافراد على انهم مصدر لتحقيق ميزة تنافسية باعتبارهم اصولا وعوامل للتغيير .  
د. أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى العلاقات العامة بالمؤسسة: تمثل العلاقات العامة علاقات المؤسسة بالجهات الخارجية حولها رسمية أو غير رسمية ، بهدف تحقيق تناسق وانسجام بين المؤسسة وبين هذه الجهات، تقوم بها المؤسسة لغرض الفوز بثقة مستخدميها وبثقة الجمهور حيث ينقسم الجمهور إلى جمهور داخلي {المساهمون، العاملون،... الخ} ، وجمهور خارجي {الحكومة، العملاء، الموردون، المجتمع.. الخ}، تقوم فلسفة العلاقات العامة على أهمية قيام الإدارة الفعالة بتحقيق المساواة بين أصحاب المصالح<sup>13</sup>.

هـ. أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى المزيج التسويقي: ويكون ذلك ب<sup>14</sup>:

- دراسة حاجات المستهلكين بشكل مستمر والاستجابة لمتطلباتهم مع توفير المعلومات للمستهلك بما يساعده على اتخاذ القرار السليم للشراء؛

- الجودة في الخدمات والمنتجات المقدمة مع توفيرها في الزمان والمكان المناسبين ؛

- الموازنة بين تحقيق هامش ربح للمؤسسة وبين القدرة الشرائية للمستهلك؛

- من الأفضل أن تكون قنوات التوزيع قصيرة لتقليل تكلفة المنتجات وبالتالي أسعارها؛

- استخدام أفضل الأساليب في النقل والتخزين بما يتناسب مع طبيعة المنتج؛

- اختيار الوسطاء بعناية بحيث يكونون من ذوي الخبرة والنزاهة والتزامهم بعدم الاحتكار وعدم رفع الأسعار وعدم تلاعبهم بالأوزان وتاريخ انتهاء الصلاحية، أو تبديلهم المواد الأصلية بمواد اقل جودة .

- لا يجب أن يهدف الإعلان إلى تشجيع الاستهلاك الغير ضروري ويجب أن يكون صادقا غير مضلل ويتضمن البيانات الضرورية عن المنتج ، كما يجب أن يراعي الإعلان القيم الأخلاقية والعادات الاجتماعية والذوق العام والدين .

ثالثا: دور تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

1. واقع تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية: لقد كانت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر سنة 1990 تمثل حوالي 40% من إجمالي القيمة المضافة وقد ساهمت بنسبة 80% تقريبا في القيمة المضافة في نشاط الخدمات و65% في القيمة المضافة لقطاع التجاري ولم تحقق سنة 1990 سوى 20% من القيمة المضافة الصناعية خارج المحروقات و20% من القيمة المضافة لقطاع البناء والأشغال العمومية، وساهم القطاع الخاص في سنة 1998 بنسبة 53.5% من الناتج الداخلي الخام، وتهيمن المؤسسات الخاصة في الزراعة والتجارة وفي البناء والأشغال العمومية والخدمات بصفة خاصة<sup>15</sup>.

أما عن تطور عدد العمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فهو في تزايد مستمر من سنة لأخرى كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (04) تطور عدد العمال في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر للفترة: 2006-2009

السنة	2006		2007		2008		2009	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
المؤسسة الخاصة	977942	78.08	1064983	78.57	1233073	80.06	1363444	77.6
المؤسسة العمومية	61661	4.92	57146	4.21	52786	3.43	51635	2.94
الصناعات التقليدية	213044	17	233170	17.22	254350	16.51	391855	19.46
المجموع	1252647	100	1355399	100	1540209	100	1756964	100

المصدر: نشرة المعلومات الإحصائية، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العدد 12، 14، 16.

وخلال سنة 2003 غطت صادرات المتعاملين الخواص متوسط نسبة 30% من إجمالي الصادرات خارج المحروقات، وحسب وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحتل الجزائر في مجال الصادرات التي تنجزها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المرتبة العشرين في القارة الافريقية ويبلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تقوم بتصدير منتجاتها 3.2 مؤسسة سنة 2003 وتقدر حصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بـ 4% من إجمالي الصادرات اي حوالي 600 مليون دولار وتتنوع صادرات هذه المؤسسات كالتالي<sup>16</sup>:

- 75 % منتجات نصف مصنعة
- 6.75 % منتجات خام
- 6.5 % تجهيزات صناعية
- 5.25 % سلع غذائية
- 3.5 % سلع استهلاكية
- 2.75 % تجهيزات فلاحية.

ما يلاحظ ان هذه النسب ضعيفة جدا خاصة مع انضمام الجزائر الى المنظمة العالمية للتجارة وما سيخلف هذا القرار من تداعيات على اقتصادنا الوطني.

ودائما وعن واقع تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية فقد أجريت دراسة على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والبالغ عددها 86 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، تؤكد النتائج المتحصل عليها ان هناك صلة قوية بين حجم الشركة ودرجة تضمين الابعاد الاجتماعية والبيئية لدى الشركات الجزائرية، حيث لوحظ ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لديها اهتمام أكبر من المؤسسات الصغيرة جدا بالمسؤولية الاجتماعية، وفي ضوء هذه النتائج يمكننا القول ان الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في الجزائر يكون مخصص فقط للشركات الكبيرة، وهذا يترجم بنقص الثقافة والمعرفة حول اهمية المسؤولية الاجتماعية والبيئية داخل المؤسسات وفيما يلي سيتم عرض اهم النتائج المحصل عليها حيث يمكن تمييز بين ثلاث فئات كما يلي<sup>17</sup>:

**الفئة الأولى:** تهتم بالحد الأدنى من المسؤولية الاجتماعية والبيئية وهي تتألف من أكثر من 27 من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي شملتها الدراسة وتتكون أصلا من شركات البناء والأشغال العمومية هذا النوع من المؤسسات لا يهتم بالمسؤولية الاجتماعية، وان قادة هذه المؤسسات لا يحترمون القوانين والمعايير الاجتماعية والبيئية مع عدم وجود حافز لتبني هذا النوع من المسؤولية ومستوى منخفض جدا من القلق بشأن المشاكل الاجتماعية والبيئية.

**الفئة الثانية:** تهتم بالفئات الموافقة على تبني المسؤولية الاجتماعية والبيئية، وتمثل هذه الفئة 60 % من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي يشملها الاستطلاع وعادة ما يمتاز هذا النوع من المؤسسات بتطبيق الحربي للقوانين ومعايير المسؤولية الاجتماعية والبيئية، فعادة هذه المؤسسات يحرصون على تنفيذ هذه المسؤولية بصرامة شديدة ويمتازون بالحساسية للمشاكل الاجتماعية والبيئية .

**الفئة الثالثة:** تعتبر هذه الفئة اقلية مقارنة بالفئات السابقة فهي تمثل نسبة 13% فقط، وهذه الفئة هي الشركات الكبيرة الاكثر ادراكا باهمية المسؤولية الاجتماعية والبيئية فادارة الشركات وقادة هذه المؤسسات لا يترددون في اغتنام كل الفرص التي قد تمكنهم من تنفيذ الاجراءات تطوعيا ودون الزام، ويرتكز نشاط هذه المؤسسات عادة في النشاط الصناعي وخدمي .

ومن ملاحظتنا لنشاط بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بعض الظواهر الغير مسؤولة اجتماعيا والتي يمكن ملاحظتها بالعين المجردة منها :

- أ. عدم استخدام المخلفات الصناعية ومعالجة النفايات مع تلوث الهواء الذي يصبح يرى بالعين المجردة ؛
- ب. رمي مخلفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتلويث المحيط ؛
- ج. عدم استمراري تحسين العمليات الإنتاجية؛
- د. ضعف الكفاءة والخبرة لدى عمالها وموظفيها وقلة إجراء دورات تدريبية لهم؛
- هـ. ضعف استخدامها للأساليب التكنولوجية الحديثة؛
- و. نقص الجودة في بعض المنتجات والخدمات ؛
- ز. عدم قدرتها على بناء علاقات جيدة وحسنة مع أصحاب المصلحة {الزبائن،الموردين،الشركاء والمساهمين..الخ}؛
- ح. عدم الالتزام الصارم على دفع أجور ورواتب الموظفين والعمال في الآجال المحددة لذلك خاصة بالنسبة للمؤسسات الخاصة ؛
- ط. عدم الالتزام التام والدائم بتوفير جميع احتياجات الزبائن في المكان والزمان المناسبين مع عدم اجراء دراسة مستمرة لاحتياجات الزبائن ؛
- ي. قيام بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإنتاج وبيع بعض المنتجات الضارة بالصحة مثل التبغ .الخ، وتقديمها لبعض الخدمات والمنتجات التي تتنافى مع قيم و معتقدات ديننا الحنيف؛
- ك. عدم الالتزام التام والدائم على مراقبة تاريخ انتهاء صلاحية المنتجات من قبل بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ل. قيام بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستيراد وبيع بعض السلع التي تشكل خطورة على صحة اولادنا؛
- م. التهرب الضريبي لبعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و معظم المؤسسات الصغيرة والمصغرة خاصة تنشط في اطار ما يسمى بالسوق الموازية.
- ن. بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر {الخاصة} توظف عمالها حتى في ايام العطل ولساعات اضافية وهذا منافي للقانون مع عدم توفر ظروف العمل الملائمة، ووجود بعض المعاملات القاسية والالانسانية لبعض المسؤولين على المستخدمين، بالإضافة الى عدم التحلي بالاخلاق في المعاملات التجارية .
- س. عدم استخدام الشفافية والموضوعية في التوظيف خاصة في القطاع الخاص.
- ع. قيام بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببيع بعض المنتجات المقلدة الغير اصلية والتي لا تتمتع بجودة عالية .
- 2. دور تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** ان استخدام المسؤولية الاجتماعية للشركات أداة فعالة لتعزيز العلاقات المجتمعية، والمساعدة على التخفيف من حدة الأخطار، وتحسين السمعة والوصول إلى أسواق أكثر فعالية، والبيع وتحديد علامتها التجارية مع المستهلكين والعناصر الدافعة المهمة في ذلك تتمثل في قادة الشركات المسؤولين عن مثل هذه السياسات وترويجها ورصدها بما في ذلك مدونات قواعد السلوك، وسيقوم قادة المنشآت المستدامة بتقييم السجل البيئي لعملياتهم التجارية على أساس متماسك قبل حدوث الأزمات، وسيدرجون مدونات قواعد السلوك كتدبير متفاعل ووقائي وسيحددون معايير صحية أعلى من الحد الأدنى لمعايير السلامة والصحة ويشجعون على ممارسات جيدة أخرى في أماكن العمل ، وسيكون ذلك كفيلا بإيجاد الآليات والإجراءات للتشاور مع أصحاب المصالح داخل المنشأة وخارجها، وسيعزز الحوار الاجتماعي بوصفه أداة للحوار البناء بين الحكومة ومنظمات أصحاب العمل بالإضافة إلى ذلك يرجح أن تكون مثل هذه السياسات أكثر فعالية عندما تكون مرتبطة بالسياسات الوطنية والدولية وعندما تستهدف التنمية المستدامة<sup>18</sup> .
- كما ان قيام الشركات بدورها اتجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، والمساهمة في إنجاح أهدافها وفق ما خطط له مسبقاً، علاوة على ذلك المساهمة في سدّ احتياجات المجتمع ومتطلباته الحياتية والمعيشية الضرورية، إضافة إلى خلق فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات

طابع تنموي وفيما يلي أهم النقاط الرئيسية لأهمية المسؤولية الاجتماعية التي تجنيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من برامج المسؤولية الاجتماعية كما يلي<sup>19</sup>:

- أ. تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين و تطوير صورة المؤسسة أمام المجتمع ؛
- ب. تمثل المسؤولية الاجتماعية الحالة الأفضل للمستثمرين و ذلك عن طريق رفع قيمة الأسهم في الأمد الطويل، لما تحظى به منظمة الأعمال من ثقة لدى المجتمع، و ما تقوم به للحد من المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها مستقبلا؛
- ج. القوانين والتشريعات لا يمكنها أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة في المجتمع، و لكن بوجود المسؤولية الاجتماعية في الأعمال فإنها ستمثل قانونا اجتماعيا؛
- د. إن لم تقم منظمات الأعمال بمهامها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية و مساعدة المجتمع في معالجة و حل المشكلات التي يعاني منها فإنها يمكن أن تفقد الكثير من قوتها التأثيرية في المجتمع؛
- هـ. الوقاية من المشكلة أفضل من علاجها، لذلك من المناسب ترك المنظمات لتعمل في المجتمع لتجنب المشكلات قبل أن تتفاقم ويصعب علاجها.

#### خلاصة:

تسعى المؤسسات الاقتصادية للمحافظة على استدامتها، ومن اهم الاساليب الادارية الحديثة المعتمدة من قبل اقوى الشركات العالمية يكمن في تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، الا ان واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر غير ذلك حيث ما تزال هذه المؤسسات بحاجة الى الكثير من اجل ان تكتسب القدرة الاقتصادية التي تجعل منها مشاركا مباشرا في تحقيق تنمية الاقتصاد المحلي وفي المشاركة في برامج التنمية الاجتماعية.

#### الهوامش:

<sup>1</sup> بابا عبد قادر، وهيبية مقدم: المسؤولية الاجتماعية ميزة إستراتيجية خالقة للقيمة -دراسة حالة شركة سوناطراك - الملتقى الدولي الثالث حول : منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، يومي 14- 15 فيفري 2011 - كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير- بجامعة بشار.

<sup>2</sup> www.aadd2.net/vb/forumdisplay.php?f=13&page=202 -

<sup>3</sup> www.aadd2.net/vb/forumdisplay.php?f=13&page=202 -

<sup>4</sup> ثلاثية نوة ، عولمي بسمة : دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب في امتصاص البطالة وتفعيل النسيج الصناعي، الملتقى الوطني الاول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بين الرهانات والفعالية، نوفمبر 2004، جامعة الطاهر مولاي بسعيدة، ص3.

<sup>5</sup> عبد الحق بوقفة، بغداد بنين: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية وزيادة مستويات التشغيل، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول: واقع وأفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 05-06 ماي 2013، جامعة الواد ص: 4-5.

<sup>6</sup> مقدم وهيبية : سياسات و برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال (دراسة حالة ثلاثة شركات عربية) ، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة شلف، يومي 13-14 ديسمبر 2011.

<sup>7</sup> محمد فلاق: المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية "شركتي سوناطراك الجزائرية، ارامكو السعودية" نموذجا، مجلة الباحث، العدد 12، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، سنة 2013، ص29.

<sup>8</sup> مكتب العمل الدولي: المبادرة المركزية بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات، واللجنة الفرعية المعنية بالمنشآت متعددة الجنسية، مجلس الإدارة، الدورة 295، آذار/مارس 2002/GB.295/MNE/2 1/2002.

<sup>9</sup> مقدم وهيبة: تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية -دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري- رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، سنة 2013-2014، جامعة وهران. ص 150.

<sup>10</sup> بن عبيد فريد، حدانة أسماء: التكنولوجيا والتنمية المستدامة، الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، الجزء الأول، جامعة المسيلة، أيام: 10-11 نوفمبر 2011. ص 88.

<sup>11</sup> مقدم وهيبة: المرجع السابق، ص 151.

<sup>12</sup> مقدم وهيبة: المرجع السابق، ص 153-154.

<sup>13</sup> مقدم وهيبة: المرجع السابق، ص 154.

<sup>14</sup> مقدم وهيبة: المرجع السابق، ص 159.

<sup>15</sup> بن سعيد محمد: ضرورة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لمواجهة تحديات العولمة، الملتقى الوطني الاول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بين الرهانات والفعالية، نوفمبر 2004، جامعة الطاهر مولاي بسعيدة، ص 09.

<sup>16</sup> مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، منتدى التمويل الاسلامي نقلا عن > ... > islamfin.go-forum.net مدخل للإقتصاد.

<sup>17</sup> عبد الوهاب دادان، رشيد حفصي: تحليل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصينية والمؤسسات الجزائرية كبعد للإدماج في حوكمة الشركات، الملتقى العلمي الدولي حول آلية حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة، جامعة ورقلة-الجزائر يومي: 25-26 نوفمبر 2013، ص 63.

<sup>18</sup> تعزيز المنشآت المستدامة، مؤتمر العمل الدولي، الدورة 96، الطبعة الاولى، مكتب العمل الدولي، جنيف، سنة 2007، ص 102، نقلا عن

<http://www.businessweek.com>.

<sup>19</sup> ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2001، ص: 52-53.