

Facteurs explicatifs de l'engagement des multinationales dans la démarche RSE en Afrique

Bacré DJIMSANAN et Delphine Françoise NGO OMAM

^aFaculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de N'djaména, Tchad, djimsanan@yahoo.fr

^bFaculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Ngaoundéré, Cameroun, francky_delp@yahoo.fr

Résumé :

Cette recherche vise à mettre en évidence les facteurs explicatifs de l'engagement des multinationales dans la responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) dans un contexte africain, notamment celui du Tchad. Sur les 36 questionnaires auto-administrés auprès des multinationales retenues par choix raisonné, 33 ont été récupérés et 02 se sont avérés inexploitable. Cette enquête est précédée des entretiens d'experts sur les questions de la RSE. L'analyse en composante principale a permis d'apprécier la qualité des échelles de mesure des variables grâce à l'indice de fiabilité, alpha de Cronbach. Les hypothèses de recherche et la qualité d'ajustement sont testées respectivement par les tests de Student « t » et de Fischer « F ». Des trois facteurs identifiés, en l'occurrence : la vision de positionnement stratégique des dirigeants, les contraintes réglementaires et normatives, la pression des parties prenantes, seul le facteur « pression des parties prenantes » n'influence pas significativement l'engagement des multinationales dans la RSE.

Mots clés : Multinationale, Responsabilité sociétale d'entreprise, Stratégie

Abstract

This research aims to highlight the explanatory factors of the involvement of multinationals in Corporate social responsibility (CSR) in an African context, particularly that of Chad. Of the 36 self-administered questionnaires from the multinationals selected by reasoned choice, 33 were recovered and 02 were found to be unusable. This survey is preceded by interviews with experts on CSR issues. The principal component analysis made it possible to assess the quality of the measurement scales of the variables thanks to the reliability index Cronbach's alpha. The research hypotheses and the goodness of fit are tested respectively by the student « t » and Fisher « F » tests. Of the three factors identified, in this case: the strategic positioning vision of managers, regulatory and normative constraints, pressure from stakeholders, only the factor « pressure from stakeholders » does not significantly influence the engagement of multinationals in CSR.

Keywords: Multinational, Corporate social responsibility, Strategy.
