

المسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية - المفهوم، الأبعاد -

Commercial Companies Social Responsibility _concept _dimensions
Entrer

قاسمي زهيرة*

جامعة الحاج موسى أق أخموك تمنغاست (الجزائر)، zahirakacemi@gmail.com

تاريخ النشر: 2024/06/20

تاريخ القبول: 2024/06/13

تاريخ الاستلام: 2024/02/08

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إيضاح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها نوعاً جديداً من المسؤولية يتميز بالطابع الاختياري من جهة كما يرتبط بالتنمية المستدامة من جهة أخرى .
إن المجتمع اليوم أصبح يلقي على الشركات واجب المشاركة والمساهمة الطوعية نحو تحقيق أهداف بيئية وإنسانية واجتماعية تحت مسمى المسؤولية الاجتماعية، لأن الشركات التجارية تمثل الجانب الأكبر في الاقتصاد المحلي وهو ما يبرر الاهتمام بها وبمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع.

كلمات مفتاحية: الشركة، المسؤولية القانونية، حقوق الإنسان، المسؤولية الاجتماعية، التنمية الاقتصادية

Abstract :

This study aims to clarify the concept of corporate social responsibility as a new type of responsibility characterized by its intentional nature on one hand and its connection to sustainable development on the other hand.

Today, society expects companies to participate and contribute voluntarily towards achieving environmental, humanitarian, and social goals under the banner of social responsibility because commercial enterprises represent the largest aspect of the local economy, justifying attention to them and their social responsibility towards society.

Key words: company, legal responsibility, human rights, social responsibility ;economic development

مقدمة:

إن المستهلك اليوم وفي إطار المنافسة الحرة بين الشركات التجارية أصبح يختار الشركات التي تلتزم بمسؤولياتها تجاه المجتمع دون غيرها، ويرى أن لها دورا في إحداث التغيير الاجتماعي من خلال مبادئها وأهدافها .
إذ تكتسب المسؤولية الاجتماعية للشركات أهمية بالغة في عالم الاقتصاد والتنمية المستدامة ، فهي تساهم في القضاء على العديد من الآفات الاجتماعية كالبطالة مثلا كما لها اثر ايجابي على جودة الإنتاج ، كما لها دور في حماية البيئة، حيث يمثل القطاع الخاص والشركات التجارية الجزء الأكبر والأساسي في النظام الاقتصادي وعليه أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات موضوعا مهما لما له من تأثير على المجتمع والبيئة والعاملين بها .
ومن مظاهر هذه المسؤولية هو التزام الشركات بتوفير البيئة المناسبة وعدم تبديد الموارد المادية والقيام بعمليات التوظيف والتدريب وزيادة الموارد البشرية وتمكين المرأة ورفع قدراتها ومهاراتها بما يؤهلها للمشاركة في عمليات التنمية المستدامة ومساندة الفئات الأكثر احتياجا.

إذ تعتبر المسؤولية الاجتماعية من منظور المجتمع واجبا والتزاما لا مفر منه ومن هنا تظهر أهمية هذا الموضوع ذلك أن الشركات التجارية اليوم أصبح لها دور كبير في اتخاذ القرارات الاقتصادية والاهتمام بمختلف فئات المجتمع المحيط بها وكذا لها دور هام في دعم مفهوم التعاون الخيري وهذا ضمن مبادئها وقيمها التي ينبغي أن تتوافق مع قيم المجتمع .

ومن هنا يمكن طرح الإشكالية الآتية: ما هو المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية؟

للإجابة على هذه الإشكالية تتبع المنهج التحليلي وفق خطة ثنائية:

المحور الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية والمحور الثاني حول مبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية.

المحور الأول : مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية

لم يتم تحديد مفهوم عام للمسؤولية الاجتماعية يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية ولا تزال هذه المسؤولية ذات طابع أدبي ومصدرها هي الإرادة الطوعية. فقد تعددت صور هذه المسؤولية بحسب طبيعة البيئة المحيطة ومجال نشاط الشركة وما تمتاز به كل شركة من موارد بشرية ومالية وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة بل لها الصفة الديناميكية والموضوعية وتتماز بالتطور المستمر كي تتلاءم بسرعة وفق مصالحها في ظل المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية¹.

وتعتمد نظرية المسؤولية الاجتماعية على نظرية أصحاب المصالح من حملة أسهم وشركاء ومنتجين وموزعين وزبائن وأيضا العاملين وأسرهم والبيئة المحيطة والمجتمع ككل.

وتعد المسؤولية الاجتماعية وسيلة هامة للوصول إلى هذا الهدف من خلال تحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والبيئي لميدان الأعمال التجارية الذي يؤدي بدوره إلى تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي للشركات.

أولاً-تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات:

هناك عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية للشركات تختلف باختلاف وجهات النظر في تحديد صور هذه المسؤولية فالبعض يراها مجرد تذكير لهذه الشركات بمسؤوليتها اتجاه المجتمع الذي تعمل به، بينما يرى البعض الآخر أن مضمون هذه المسؤولية هو الإرادة الحرة والطوعية للشركة تجاه المجتمع.

وحددت ثلاث أسس رئيسية -اجتماعية وبيئية واقتصادية- على أنها الطرق التي تنعكس من خلالها المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع وتمكن من رصدها وقياسها².

ونظرا للأهمية البالغة للمسؤولية الاجتماعية فقد ظهرت العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الصحيح للمسؤولية الاجتماعية نذكر منها:

1- **عرف البنك الدولي** المسؤولية الاجتماعية للشركات على: "أنها التزام أصحاب الممارسات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال المشاركة مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة المستهلك والعاملين بطرق تخدم الاقتصاد وتخدم التنمية في آن واحد"³.
والملاحظ هنا أن البنك الدولي ركز في تعريفه على مجال التنمية بمختلف مجالاتها وهذا بهدف رفع الاقتصاد المحلي بطريقة غير مباشرة.

2- **ويعرف الاتحاد الأوروبي** المسؤولية الاجتماعية على: "أنها القيم الاجتماعية والبيئية التي تدرجها الشركات في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي"، ويؤكد الاتحاد الأوروبي على أن المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تطوعي (مبادرة فردية) لا يستلزم إصدار القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسؤوليتها نحو المجتمع⁴. وهو ما يفتح المجال لانتقاده في هذه الفكرة، حيث أن الشركات التجارية ورغم ما تقوم به من مبادرات خيرية أو مالية أو تطوعية لو لم يكن هنالك جانب إلزامي فيها ستكون محدودة، لذلك التوجه الجديد يرى أن سن قوانين داخلية تلزم هذه الشركات بالمسؤولية الاجتماعية أصبح ضروري وهام بالنسبة للاقتصاد عامة وللمجتمع خاصة.

3- **وتعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:** "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وأسرهم والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الفئات".⁵ فهذه المنظمة ونظرا لطابعها التعاوني والاقتصادي حاولت

أن تبين أهداف هذه المسؤولية وأثارها على المجتمع، فمنطق التعاون يفرض واجب المساهمة من جانب أصحاب الأموال لصالح فئات المجتمع بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

4- أما تعريف **مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة** للمسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها: "تعهد من أصحاب الممارسات التجارية بالمشاركة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والإقليمي بغرض تحسين جودة حياتهم⁶". فهذا التعهد هو بمثابة التزام تطوعي وإرادي مبني على أساس أن المجتمع كتلة واحدة وعلى كل عضو فيه المساهمة حسب قدرته وهذا لتحقيق التنمية المستدامة.

5- وتعرفها **المنظمة العالمية للمعايرة (إيزو)** بأنها الالتزامات التي تقوم بها المؤسسات الاقتصادية لتحمل المسؤولية المترتبة على آثار النشاطات التي تقوم بها على المجتمع والبيئة المحيطة بها لتصبح أعمالها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة.⁷

6- ويعرفها **الباحث الجبوري** بأنها: "الالتزام إرادي من الفاعل الاقتصادي اتجاه المجتمع، يتضمن معاني المشاركة والتعاون بدافع الانتماء والمساعدة".⁸

وبناء على ما سبق يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية تعني بصورة عامة تحقيق النجاح التجاري بطرق تراعي المبادئ الأخلاقية واحترام الأفراد والمجتمع المحلي والبيئة.⁹ أي أن المجتمع اليوم ينتظر من أصحاب المشاريع الاقتصادية والتجارية النهوض بالاقتصاد المحلي والقضاء على البطالة وكذا المحافظة على البيئة وكما يتوقع منهم احترام الجانب الأخلاقي في كل نشاطاتهم وممارساتهم داخل المجتمع، إلى جانب احترام القوانين وما تفرضه من التزامات قانونية عليها لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة تخدم كل فئات المجتمع.

ثانياً- أهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات:

من خلال تطبيق هذه المسؤولية في عدة شركات تجارية في دول عديدة يتضح لنا أن أهمية تبني الدور الاجتماعي للشركات يتمثل فيما يلي:

1- **تحسين الأداء المالي:** أي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات قد بينت وجود صلة حقيقية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي الإيجابي.

2- **تحسين مناخ العمل:** فالمسؤولية الاجتماعية للشركات تقوم على مبدأ التعاون المشترك وهو ما يحفز فئة العاملين على العمل الجماعي والمبادرات الطوعية.¹⁰

2- **تقليل تكاليف التشغيل:** وذلك من خلال تحسين الأداء البيئي الذي يؤدي إلى خفض التكاليف مثل تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية، كما يمكن تخفيض تكاليف التخلص من النفايات من خلال التعاون مع مؤسسات إعادة تدويرها. والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الموارد البشرية مثل

جداول العمل المرنة والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتعلقة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العمال، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين¹¹.

3-تحسين سمعة الشركات التجارية: والتي تبنى على أساس الكفاءة في الأداء في تقديم الخدمات والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح ومستوى المصداقية والشفافية الذي تتعامل بها هذه الشركات ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري.

4-تعزيز المبيعات وولاء الزبائن: فاحترام هذه الشركات لمعايير النقاء البيئي يؤدي إلى رفع قيمة الإنتاج وذلك لأن المستهلك اليوم أصبح يهتم بالمنتجات الصحية والطبيعية وهو من شأنه أن يبعث الثقة في هذه الشركات التجارية المنتجة¹².

6-تحسين نوعية الخدمات المقدمة: فتنطبق الشركات التجارية للمسؤولية الاجتماعية يعزز فكرة الجودة بالنسبة للخدمات والسلع التي تقدمها للمجتمع وهذا يحقق الميزة التنافسية بين الشركات.¹³

5-زيادة القدرة على جذب العاملين والاحتفاظ بهم: فالشركات التجارية التي تعمل بالمسؤولية الاجتماعية تحاول أن تختار الموظفين والعاملين من المجتمع الذي تعمل به الشركة وهو ما يعزز تناسق مبادئ الشركة مع مبادئ العاملين مما يحسن طريقة العمل كما يعزز عامل الاحتفاظ بهم خلال مدة نشاطها.¹⁴

ومن خلال هذه النقاط الأساسية يتبين لنا الأهمية الكبيرة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات، فبالنسبة للشركة يعود عليها بالفوائد والأرباح وبالنسبة للمجتمع يكون بالحد من البطالة وتحسين المستوى المعيشي للأفراد وهو ما يؤدي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

المحور الثاني: أبعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات

إن المسؤولية الاجتماعية لها أبعاد ونطاق يستمد من مفهومها كما أن الشركة الملتزمة بها تعتمد في تنفيذها على احترام عدة مبادئ وفيما يلي نوضح هذه الأبعاد ومضمون تلك المبادئ :

أولاً-أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات:

يعد الباحث الأكاديمي caroll من أهم الباحثين الاجتماعيين الذي قدم نموذجاً من أكثر النماذج شهرة في مجال المسؤولية الاجتماعية وهو يعتمد على أربعة أبعاد أساسية هي :

1-المسؤولية الاقتصادية:

تتضمن فكرة المسؤولية الاقتصادية على التركيز في تحقيق الأرباح للمالكين والإدارة والعاملين والمساهمين فيها كما أن drucker عبر عن ذلك بقوله إن المسؤولية الاجتماعية للشركة تتمثل أولاً بتحقيق الأرباح الاقتصادية التي تمكنها من تغطية التكاليف المستقبلية لأنها إذا لم تستطع المؤسسة تحقيق الأرباح فإنها لن تتمكن من تلبية أية

مسؤوليات اجتماعية أخرى، لهذا فان المسؤولية الاجتماعية تركز على بعدين اقتصادي واجتماعي ويرى الباحثون أن كلا من البعدين مهم ولا يمكن أن نركز على واحد ونهمل الآخر بل يجب أن يكون كل منهما في توازي مع بعض حتى تتحقق المسؤولية الاجتماعية إضافة إلى تحقيق الربح لباقي الأطراف التي تتأثر بقرارات المسؤولية كتقديم منتجات للمستهلكين بأسعار مناسبة وذات جودة عالية ووظائف بأجور مناسبة للعاملين، كل ذلك يجب أن يتم في إطار القانون¹⁵.

لذلك يمكن استخلاص أهم مؤشرات البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية في النقاط الآتية:
- دعم الأنشطة الاقتصادية التي تساهم في رفع مستوى عمل الفئة الناشئة.
- دعم حقوق المستهلك عن طريق إجراء حلقات وصل بين جمعيات حماية المستهلك والشركات التجارية.
- دعم المؤسسات الإنتاجية الصغيرة¹⁶.

2- المسؤولية القانونية:

هناك من يرى أن المسؤولية الاجتماعية تستمد قوتها من القوانين والتشريعات، فالقانون التجاري والقانون الاقتصادي مثلا هو الذي يحدد شكل هذه الشركات ومهامها وكذا أهدافها لذلك نجد أن الشركات عند ممارستها لأنشطتها المختلفة يجب أن تكون متفقة ومتطابقة مع منظومة القوانين والتشريعات النافذة إلى جانب سعي هذه الشركات إلى تحقيق الأرباح¹⁷.

كما يرى الباحثون أيضا أن المسؤولية القانونية تستوجب احترام كل القوانين ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركة ونذكر منها قانون حماية المستهلك وقانون العمل وقانون المنافسة وغيرها¹⁸.

3- المسؤولية الأخلاقية:

أي أن الشركات التجارية تقع عليها المسؤولية الأخلاقية من خلال احترام النظام العام والآداب العامة فكل مجتمع له مجال خاص من الأخلاق والمبادئ وجب على كل صاحب نشاط أو أعمال تجارية احترامها. كما يجب احترام الحقوق المعنوية لأصحاب المشاريع الاقتصادية إلى جانب مراعاة حقوق المستهلكين بشي من التوازن¹⁹.

4- المسؤولية الاجتماعية:

وهذا البعد يقصد به اهتمام الشركات التجارية بتحسين نوعية الحياة للعاملين ولأفراد المجتمع من خلال المساهمات الطوعية ذات الطابع المالي وكذا دعم التنمية المحلية وهذا من شأنه تحسين صورة الشركة أمام المجتمع²⁰.
ومن خلال هذه الأبعاد حسب caroll نجد أنها أبعاد متكاملة وذات ترابط بحيث لا يجب على الشركة أن تركز على بعد وتهمل البعد الآخر مثلا أن لا تهتم بمسؤولياتها الاجتماعية دون أن تكون قد حققت مسؤولياتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية.

ويمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية الشاملة هي المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية القانونية والمسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية. فأصحاب الشركات يركزون على الجانب الاقتصادي أي الجانب الربحي والمادي في حين يركز المستهلكين على البعد الأخلاقي من خلال احترام هذه الشركات للنظام العام ومعايير الجودة أما العاملين فما يهتمهم هو البعد القانوني وهذا لأجل الحفاظ على حقوقهم ومستحقاتهم عكس المجتمع المحلي الذي يعطي أهمية كبرى للبعد الخيري من المسؤولية.

فالمسؤولية الاجتماعية ولو أنها التزام يقع على الشركات إلا أنها لها أبعاد شاملة وتحقق غايات عدة من أهمها التنمية المستدامة، فالعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية هي علاقة ترابطية وتكاملية نحو تحسين حياة الفرد داخل المجتمع.²¹

ثانيا- مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات:

إن تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركة لا بد أن يكون مبنيا على أسس ومبادئ تستمد من خلال العلاقة بين إدارة هذه الشركات والمجتمع ونذكر من بينها:

1- مبادئ الأخلاق والقيادة:

إن القائمين بالإدارة في الشركات التجارية وجب عليهم الحفاظ على المبادئ والقيم الأخلاقية المتعارف عليها داخل المجتمع والعمل على تنفيذها حتى تحافظ على المصداقية والشفافية وتكون قدوة بين العاملين داخل الشركة وبين الشركات الأخرى التي تعمل في نفس القطاع.²²

2- حقوق الإنسان:

على الشركات التجارية احترام حقوق الإنسان من خلال الحفاظ على بيئة عمل آمنة وتسديد أجور العاملين دون تماطل وبقيمة تماشى مع المتطلبات المعيشية ووضع ساعات عمل مناسبة وغير مجحفة وتوفير مزايا علاجية لكل العاملين بالشركة وتحقيق مبدأ المساواة بينهم. فهذه المبادئ يجب أن تكون وبشكل أساسي ضمن استراتيجيات أي شركة.²³

3- مشاركة المجتمع:

إن مساهمة الشركات في الأعمال الخيرية يعتمد في الغالب على وضعها الاجتماعي أو الاقتصادي، وهو ما ينبغي أن يكون ضمن أهدافها لان المجتمع اليوم ينتظر من هذه الشركات أن تمد يد العون للجمعيات الخيرية بشكل طوعي ووفق ما تقتضيه الإنسانية.²⁴

ثالثاً-المعايير المعتمدة لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات:

رغم اختلاف الباحثين حول المعايير التي يمكن الاعتماد عليها لقياس الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات إلا أن المؤكد هو ضرورة اعتماد أربع مؤشرات أساسية وهي :

1-مقياس الأداء الاجتماعي للعاملين بالشركة:

ويكون ذلك من خلال ما تتوفر عليه الشركة من ظروف عمل آمنة تتوافق مع مبادئ أخلاقية، أي مدى مراعاتها لمتطلبات العاملين وظروفهم الشخصية وتحقيق مبدأ المساواة بينهم ،ومدى تحفيزهم نحو تحسين مستوياتهم الوظيفية²⁵.

2-مقياس الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:

وهذا المقياس يقصد به مدى احترام الشركات التجارية لموضوع حماية البيئة ،ويظهر ذلك من خلال ما تسعى إليه في سبيل بيئة عمل نظيفة ولا تضر بصحة العاملين ولا بصحة المحيطين بها ،إذ يجب أن تتخذ هذه الشركات عدة إجراءات منها معالجة النفايات والتعاون مع المؤسسات المتخصصة بإعادة التدوير ،واستخدام التقنيات الحديثة لمعالجة الغازات المضرة بالبيئة... الخ²⁶

3-مقياس الأداء الاجتماعي للمجتمع:

ويظهر ذلك من خلال مساهمات الشركات التجارية في برامج الرعاية الصحية والتعليمية وكذا المساهمة في النشاطات الثقافية والخيرية ،ومن خلال أيضا المبادرات الطوعية بين الشركات والجمعيات الخيرية²⁷ ،وكذا مساهمة هذه الشركات في البرامج التعليمية والرياضية²⁸.

4-مقياس الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:

ويظهر ذلك من خلال المساهمة الايجابية للشركة مع مواضيع الإبداع الفكري والمقاولاتي وكذا الاهتمام بالبحث العلمي الذي يخدم التقدم الاقتصادي، إلى جانب رقابة جودة الإنتاج واحترام معايير الجودة العالمية بما يحقق حماية المستهلكين من أضرار المنتجات وكذا زيادة عامل المنافسة بينها وبين الشركات الأخرى من خلال تطوير الإنتاج²⁹.

إضافة إلى ما سبق فقد وصفت منظمة المقاييس معايير عالمية لقياس المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال إطلاق ما يسمى بالمواصفة العالمية القياسية للمسؤولية الاجتماعية تحت مسمى ISO 26000 وهو بمثابة وثيقة موجهة لكافة الشركات بخصوص المسؤولية الاجتماعية التي يجب مراعاتها بموجب هذه الوثيقة³⁰ وتضمنت هذه المواصفة عدة جوانب نذكر منها :

حقوق الموظفين ،حقوق المستهلك وآليات حمايتها، منظومة حقوق الإنسان،الحفاظ على البيئة ،التنمية المستدامة،المشاركة الاجتماعية وتعد هذه المواصفة وثيقة مهمة ومحفزة للشركات وذلك من اجل الوصول لزيادة مستوى مسؤولياتها ونجاحها داخل المجتمع³¹.

خاتمة:

في ختام هذه الورقة العلمية يمكن ذكر أهم النتائج المتوصل إليها:

-رغم اختلاف وجهات النظر حول المسؤولية الاجتماعية للشركات إلا أنها عرفت بشكل بعام بأنها ما تقوم به الشركات لصالح المجتمع طبقا لتوقعاته من هذه الشركات وهذا مع احترام حقوق الإنسان وقيم المجتمع وأخلاقياته والالتزام بقوانينه والحفاظ على المصداقية والجودة.

-إن تفعيل هذا المفهوم للمسؤولية الاجتماعية للشركات يحقق مزايا عديدة للمجتمع عامة وللشركات التجارية خاصة من خلال تقديم منتجات صحية للمجتمع والمحافظة على بيئة نظيفة خالية من التلوث وتحقيق للشركة المصداقية والشفافية وخلق علاقات جيدة مع المساهمين وغيرهم من أصحاب المصالح.

-إن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات الأربعة تؤكد أن هذا النوع من المسؤولية له آثار مستقبلية من شأنها تحقيق نتائج ايجابية على ارض الواقع.

التوصيات:

- نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية في أوساط الشركات التجارية لتفعيلها ضمن مهامها.
- سن تشريعات ونصوص قانونية تلزم الشركات التجارية بشكل صريح بالمسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع.
- تشجيع الشركات التجارية التي تعمل بهذه المسؤولية لتكون تحفيزا لغيرها من الشركات .

قائمة المراجع:

1-الكتب :

-عياد الله العصيمي ،المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة،دار البازوري للنشر ،الأردن ،سنة 2015

2-الرسائل والأطروحات الجامعية:

- جميلة العمري ،إسهامات تبني المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،السنة الجامعية 2015/2016
- فضالة خالد ،دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية -دراسة حالة بنك البركة الجزائري - أطروحة لنيل متطلبات شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية ،جامعة البويرة ،السنة الجامعية 2018/2019.

3-المقالات:

-بن عبد الفتاح دحمان،بوثلجة جمال،ناصر نقيسة،المسؤولية الاجتماعية للشركات مفاهيم ونظريات،مجلة

الحقيقة، جامعة أدرار الجزائر، العدد 27 سنة 2013. ص 353 إلى 381

- سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، العدد 27، سنة 2016، ص 301 إلى 308

- بجاوي نعيمة، نماذج عن بعض الشركات العالمية والإسلامية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية، مجلة المالية والأسواق، جامعة مستغانم، المجلد 2 العدد الأول، سنة 2015، ص 33 إلى 60

- مقدم وهيب، بكار بشير، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق الدولية ايزو 26000 جامعة وهران، المجلد 7، العدد الأول، revue algérienne d'économie et gestion، ص 005، 027

- عبد المؤمن عبد القادر شجاع الدين، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة جامعة الناصر، العدد 11 يونيو 2018.

- سناء على شقراوة، أبعاد المسؤولية المجتمعية للجامعات ومتطلبات تطبيقها في ضوء مفهوم الجودة الشاملة، مجلة تطوير الأداء الجامعي، المجلد رقم 1، العدد الثاني، سنة 2012.

- خير الدين جمعة، مباركي صالح، أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة من منظور بطاقة الأداء المتوازن، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 9 العدد 1 لسنة 2022.

- يعقوب، قواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، دراسة مفاهيمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 9، العدد 3 لسنة 2021

4- أعمال الملتقيات :

- جبالة محمد، مقدم مختارية، المسؤولية الاجتماعية، إشكالية المفهوم والخلفية المعرفية، بحث منشور في كتاب جماعي تحت عنوان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، ط 1، صادر عن المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا لسنة 2019.

لهوامش :

¹ بن عبد الفتاح دحمان، بوثلجة جمال، ناصري نفيسة، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة الحقيقة، الجزائر العدد 27، ص: 355

² سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، ديسمبر، 2016، ص: 37

³ بن عبد الفتاح دحمان، بوثلجة جمال، ناصري نفيسة، المرجع السابق، ص: 356

⁴ بن عبد الفتاح دحمان، بوثلجة جمال، ناصري نفيسة، المرجع نفسه، ص: 356

⁵ سميرة لغويل، نوال زمالي، المرجع السابق، ص: 303

⁶ عبد المؤمن عبد القادر شجاع الدين، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة جامعة الناصر، العدد 11 يونيو 2018، ص: 190

⁷ مقدم وهيب، بكار بشير، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، Revue algérienne d'économie et gestion، المجلد 7 العدد 1 ص: 9

- 8 جباله محمد، مقدم مختارة، المسؤولية الاجتماعية، إشكالية المفهوم والخلفية المعرفية، بحث منشور في كتاب جماعي تحت عنوان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، ط1، صادر عن المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، 2019، ص: 12.
- ⁹ مجايوي نعيمة، نماذج عن بعض الشركات العالمية والإسلامية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية، مجلة المالية والأسواق، المجلد 2 العدد الأول، ص: 38.
- جيلة العمري، إسهامات تبني المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم الثالث
- ¹⁰، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، السنة الجامعية 2015/2016، ص: 13.
- ¹¹ مجايوي نعيمة، المرجع السابق، ص: 39.
- ¹² مجايوي نعيمة، المرجع نفسه، ص: 40.
- فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية - دراسة حالة بنك البركة الجزائري -، أطروحة
- ¹³ لنيل متطلبات شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة البويرة، السنة الجامعية، 2018/2019، ص: 25.
- ¹⁴ مجايوي نعيمة، المرجع نفسه، ص: 40.
- ¹⁵ سميرة لغويل، نوال زمالي، المرجع السابق، ص: 304.
- سنا على شقراوة، أبعاد المسؤولية المجتمعية للجامعات ومتطلبات تطبيقها في ضوء مفهوم الجودة الشاملة، مجلة تطوير الأداء الجامعي
- ¹⁶، المجلد رقم 1، العدد الثاني، 2012، ص: 50.
- ¹⁷ سميرة لغويل، زمالي، المرجع السابق، ص: 304.
- خير الدين جمعة، مباركي صالح، أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة من منظور بطاقة الأداء المتوازن، مجلة الابتكار
- ¹⁸ والتسويق، المجلد 9 العدد 1 لسنة 2022، ص: 550.
- ¹⁹ جيلة العمري، المرجع السابق، ص: 21.
- ²⁰ سميرة لغويل، نوال زمالي، المرجع السابق، ص: 305، 306.
- عايد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري للنشر، الأردن، سنة
- ²¹ 2015، ص: 100.
- ²² بن عبد الفتاح دهمان، بوتلجة جمال، ناصري نفيسة، المرجع السابق، ص: 365.
- ²³ بن عبد الفتاح دهمان، بوتلجة جمال، ناصري نفيسة، المرجع نفسه، ص: 362.
- ²⁴ بن عبد الفتاح دهمان، بوتلجة جمال، ناصري نفيسة، المرجع نفسه، ص: 363.
- ²⁵ سميرة لغويل، نوال زمالي، المرجع السابق، ص: 307.
- ²⁶ سميرة لغويل، نوال زمالي، المرجع نفسه، ص: 307.
- ²⁷ سميرة لغويل، نوال زمالي، المرجع نفسه، ص: 307.

- 28 سالم يعقوب، قواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، دراسة مفاهيمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 9، العدد 3 لسنة 2021، ص: 105
- ²⁹ سميرة الغويل، المرجع نفسه، ص: 307
- ³⁰ مقدم وهيبة، بكار بشير، المرجع السابق، ص: 14
- ³¹ سميرة لغويل، نوال زماي، المرجع السابق، ص: 307