

المسؤولية الاجتماعية كتوجه ذكي للمؤسسات الناشئة في الجزائر مؤسسة YASSIR للنقل الحضري الجزائر نموذجا

Social responsibility as an intelligent orientation for startups in Algeria YASSIR Foundation for urban transport Algeria as a model

أحمد صخر^{1*}، مفيد عبد اللاوي²، وهيبة خزازنة³

¹ جامعة الوادي (الجزائر)، sekher-ahmed@univ-eloued.dz
² جامعة الوادي (الجزائر)، moufid-abdallaoui@univ-eloued.dz
³ جامعة الوادي (الجزائر)، khezazna-ouahiba@univ-eloued.dz

تاريخ الاستلام: 2020/10/09؛ تاريخ المراجعة: 2020/11/07؛ تاريخ النشر: 2020/12/31

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية الى تسليط الضوء على موضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المنشأ حديثا او المؤسسات الناشئة التي يعتبر لها هذا الموضوع جديد بحكم مدة تواجدها في قطاعها، حيث تمت الدراسة على مؤسسة يسير للنقل الحضري الجزائر حيث توصلت الدراسة الى ان هذه المؤسسة هي مؤسسة مسؤولة اجتماعيا وتمارس ابعاد المسؤولية الاجتماعية. كاملة.

الكلمات المفتاح: المسؤولية الاجتماعية؛ المؤسسات الناشئة؛ ISO 26000؛ مؤسسة يسير.

تصنيف JEL: M13؛ M14

Abstract: This research paper aims to shed light on the topic of social responsibility in the emerging institutions for which this topic is considered new by virtue of the period of its presence in its sector, where the study was carried out on the Yassir Foundation for Urban Transport Algeria where the study concluded that this institution is a socially responsible institution It exercises the full dimensions of social responsibility.

Keywords: Social Responsibility; Start-ups; ISO 26000; Yassir Foundation

Jel Classification Codes : M13؛ M14

I- تمهيد:

لقد أصبح موضوع المسؤولية الاجتماعية يأخذ حيزاً كبيراً من الدراسات العالمية لم له من أهمية في حيات المؤسسات الكبيرة والصغيرة والمتوسطة لكن إذا تعلق الأمر بالمؤسسات الناشئة فإن الموضوع يصبح معقداً نوعاً ما وذلك بسبب أن هذه المؤسسات لم تتمركز بعد في السوق ولم تتأقلم مع بيئتها مما يجعله موضوع مثير للجدل بين الاختصاصيين حاولنا في دراستنا التطرق لهذا الموضوع ثم تطبيقه على إحدى المؤسسات الناشئة الجزائرية.

ومن خلال ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

أ. إشكالية الدراسة

ما هو واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة يسير لنقل الحضري؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة التالية:

1. هل تتبنى مؤسسة يسير عينة الدراسة ابعاد المسؤولية الاجتماعية بشكل جيد اتجاه كل الأطراف المعنية؟
2. هل تلتزم مؤسسة يسير عينة الدراسة بتطبيق مجالات المسؤولية الاجتماعية بشكل جيد اتجاه كل أصحاب المصلحة؟
3. هل مؤسسة يسير لنقل الحضري مؤسسة مسؤولة اجتماعياً؟

ب. فرضيات الدراسة:

1. مؤسسة يسير تتبنى ابعاد المسؤولية الاجتماعية بشكل جيد اتجاه كل الأطراف.
2. مؤسسة يسير لا تلتزم بتطبيق مجالات المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة.
3. مؤسسة يسير هي مؤسسة غير مسؤولة اجتماعياً.

ج. أهداف الدراسة:

1. تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على معرفة مدى توجه المؤسسات الناشئة لخيار المسؤولية الاجتماعية
2. محاولة التعرف ما يقدمه خيار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الناشئة من مزايا تنافسية
3. معرفة مدى تبنى المؤسسات الناشئة لمسئوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع الذي تمارس نشاطها فيه.

د. أهمية الدراسة:

1. تكمن أهمية الدراسة في كونه تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات منشأ حديثاً، فالعمل على تطبيق وتبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية لهذا النوع من المؤسسات يعبر نادراً جداً كون أن موضوع المسؤولية الاجتماعية يخص المؤسسات الكبيرة التي لها فترة طويلة في السوق.
2. محاولة لفت نظر المسؤولين في هذا النوع من المؤسسات الى أهمية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

هـ. منهج البحث والأدوات المستخدمة:

- بالنظر الى طبيعة الموضوع محل الدراسة وحتى تتمكن من اختبار الفرضيات والاجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا في دراستنا على المزج بين المنهجين الوصفي والتحليلي وذلك باعتماد على الادوات والمصادر التالية:
- الجانب النظري تم استعمال البحث المكتبي من اجل الحصول على ما تناولته المراجع والمصادر العربية والاجنبية من مواضيع لتزويد دراستنا بمعلومات موثوقة وكذا بالاعتماد على المقالات والمجلات العلمية المحكمة ومذكرات التخرج دكتوراً وماجستير كما تمت الاستعانة بالمواقع الالكترونية من اجل جلب أكبر عدد من الدراسات.

- أما في الجانب التطبيقي: تم الاعتماد على موقع المؤسسة من أجل الحصول على المعلومات التي استخدمت في الجانب التطبيقي بالإضافة إلى بعض الحصص المتلفة للإطارات المؤسسة.

1.I- الأدبيات النظرية حول المسؤولية الاجتماعية والمؤسسات الناشئة:

1-1.I مفاهيم عامة حول المسؤولية الاجتماعية

1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

- عرف (Drucker 1977) المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام منظمات الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه. (شقراني، 2019، صفحة 30)
- وعرفها (Carroll) المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنشأة بأن تضع نصب عينيهما خلال عملية صنع القرارات الآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين مختلف الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات. (ضيايي، 2014، صفحة 08)
- ويعرفها (الغالي والعامري، 2006) أن المسؤولية الاجتماعية هي عقد بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر إليها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بالكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق فرص العمل حل الكثير من المشاكل: الصحة، الإسكان، المواصلات، وغيرها من الخدمات. (مقدم، 2014، صفحة 08)
- تعريف البنك الدولي " المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد. (بن زيدان ، 2017، صفحة 450)
- 2. أبعاد المسؤولية الاجتماعية: عرض بعض الباحثين عناصر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد، حيث أن هذه العناصر يمكن أن تكيف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل المنظمة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح المختلفين، وحسب كارول (Carroll) فإن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة أبعاد جوهرية رئيسة:
 - أ. البعد الاقتصادي: تمارس منظمة الأعمال أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفعالية وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع وخدمات بنوعية راقية وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة بتحقيق، بذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية؛ (ضيف الله، 2017، صفحة 152)
 - ب. البعد القانوني: حيث يندرج هذا الإطار الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع، سواء كانت هذا في الاستثمار أو في الأجور أو في العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها. (مكي، 2017، صفحة 107)
 - ج. البعد الأخلاقي: تم تحديد المسؤولية الأخلاقية كأحد عناصر المسؤولية الاجتماعية بحيث أن المنظمة تعمل على تنفيذ كل ما هو عادل وصحيح حتى وإن كان غير مطلوب منها كما تراعي من خلاله منظمة الأعمال الأخلاق واحترامها في مجمل قراراتها وبذلك فإنها تتجنب الأضرار بالمجتمع. (Quyen, 2016, p. 18)
 - د. البعد الخيري: الذي يشمل التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف إلى الربح، كما قد تبني المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها. (مسدوي ، 2020، صفحة 110)

3. مجالات المسؤولية الاجتماعية: من خلال تبني المؤسسة لمسئوليتها الاجتماعية يفرض عليها الاهتمام بالمجالات التالية:

- أصحاب المصلحة: Stakeholders

إن واحداً من المجالات المهمة التي تمارس فيها منظمات الأعمال دوراً اجتماعياً هو محور أصحاب المصلحة، ومعنى مصطلح أصحاب المصلحة هو الأفراد أو المجموعات أو المنظمات التي تتأثر مباشرة بسلوكيات ووجود المنظمة ولهم حصة أو فائدة منها أو من أدائها وإذا ما أردنا استعراض بعض أصحاب المصلحة فيمكن الإشارة إلى: (منصور الغالي، 2008، صفحة 94).

- المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن:

اكتسب موضوع حماية المستهلك أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة، وبرزت متطلبات حمايته كمسألة هامة ضمن قضايا المسؤولية الاجتماعية الواجب على المؤسسة أخذها في الحسبان عند وضع الخطط واتخاذ القرارات. فالمساهمات التي تقدمها المؤسسة في مجال تحسين جوانب جودة المنتج تهدف إلى تحسين سمعتها في نظر المستهلك بالدرجة الأولى، وكذلك في الأوساط الصناعية والتجارية، مما يؤدي إلى زيادة قدرتها التنافسية وحصة مبيعاتها في السوق المحلية وسهولة نفاذها إلى الأسواق الخارجية وتتلخص أهم المساهمات في هذا المجال فيما يلي:

- القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين وتطلعاتهم.
- تبني مفهوم التسويق الأخضر وما يحمله من مزيج تسويقي (الترويج الصادق الذي يعكس حقيقة منتجات وخدمات المؤسسة، ويتوافق مع الخصوصيات الثقافية والدينية... وغيرها)
- توفير البيانات اللازمة عن خصائص المنتجات، وطريقة استخدامها، وحدود مخاطرها ومدة صلاحية استخدامها
- الالتزام بالسعر الذي ينسجم والقدرة الشرائية للمستهلكين، وعدم استخدام مواد غير صحية في عمليتي التعبئة والتغليف، والتي من شأنها أن تعرض المستهلك للكثير من الأضرار الصحية.
- توفير خدمة ما بعد البيع، والالتزام بتاريخ الضمان والرد على شكاوى العملاء (بومنجل، 2019، صفحة 411)

- المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين:

ينظر إلى العلاقة ما بين المورد ومنظمات الأعمال على أنها علاقة مصالح متبادلة، لذلك يتوقع الموردون أن تحترم منظمات الأعمال تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة التي يمكن تلخيصها باستمرار في التوريد وخاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية، وأسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة لمنظمات الأعمال بالإضافة إلى تسديد الالتزامات، والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل (فلاق، 2013، صفحة 32)

- المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموظفين: إذا كانت المنظمات تولى اهتماماً لرأس المال البشري فلا بد من تقديم الأفضل لهم، لأن العاملين المهرة على المستوى الوطني والعالمي أصبحوا يركزون على عامل المسؤولية الاجتماعية من بين العوامل الأخرى.
- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين: تعد هذه الفئة مهمة في نشاط المنظمة، وتكمن مسؤولية المنظمة تجاههم بتحقيق أقصى ربح، وتعظيم قيمة الأسهم، وزيادة حجم المبيعات، بالإضافة إلى حماية أصول المنظمة وموجوداتها. (العمرى، 2017، صفحة 439)
- المسؤولية الاجتماعية اتجاه جماعات الضغط: تمثل جماعات الضغط فئات كثيرة وعديدة ازدادت بسبب التقدم التكنولوجي والسياسي والثقافي والاجتماعي في أي بلد من البلدان. وتطالب هذه الجماعات من المؤسسات الاقتصادية بالعديد من المطالب بعضها خاص بجماعة معينة والأخر أكثر شمولية للجماعات الأخرى ومن أهم المطالب التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والتعاون الصادق مع الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى. (مجيدر، 2019، صفحة 146)

- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحلي: يجب ان تهتم المنظمات بالمجتمعات المحلية من خلال توفير فرص العمل، الرواتب المجزية، عوائد الضرائب، تقديم الدعم لبناء المشاريع وغيرها. (التميمي، 2016، صفحة 30)
- المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة: يعتبر هذا الاتجاه من أهم عناصر المسؤولية الاجتماعية، بسبب توسع استغلال الموارد الطبيعية والتقدم التقني وما نتج عنها من زيادة المخلفات الصناعية وتوسع استخدام الأسمدة الكيماوية والمبيدات الزراعية مما أدى إلى مشاكل بيئية كبيرة على جميع المستويات.
- إن الدليل على أهمية موضوع البيئة هو إصدار منظمة التقييس العالمية خدمتها المعروفة (ISO 14000) بالرغم من أنه ليس هناك إجماع على وجود معايير واضحة ومحددة لقياس الأداء البيئي (فلاق، 2014، صفحة 33).
- كما يمكن لمنظمات ان تلعب دورا بارزا في حماية البيئة من خلال تحسين أدائها البيئي واستخدام تقنيات وأساليب الحد من التلوث ومن بين الأنشطة البيئية:
 - استخدام تكنولوجيا أكثر تطورا لا تؤثر بالحيط، والحد من انبعاث الغازات.
 - استخدام قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي.
 - إيجاد وسائل بديلة او طاقة بديلة للمحروقات مثل الطاقة الشمسية وغيرها.
 - الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون. (مقدم و.، 2014، صفحة 88)

4. استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية:

يمكن أن نجد الأداء الاجتماعي للمنظمة يتمحور في أربعة توجهات أو استراتيجيات أو مواقف تندرج في تبنيها لممارسات المسؤولية الاجتماعية ابتداءً من استراتيجية الممانعة أو عدم تبني أي دور اجتماعي على الإطلاق وانتهاءً باستراتيجية المبادرة الطوعية الاجتماعية.

أ. استراتيجية الممانعة أو عدم التبني:

تهتم هذه الاستراتيجية بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال دون تبني أي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب أن تتركز على تعظيم الربح والعوائد الأخرى. (بركات، 2016، صفحة 21)

ب. الاستراتيجية الدفاعية: باعتماد هذه الاستراتيجية تكون اهتمام منظمة الاعمال بالحد الأدنى القانوني المفروض كدور اجتماعي وبيئي، من خلال مواجهة المسؤوليات الاقتصادية والقانونية، وعند زيادة الضغوط التنافسية والسوقية وزيادة الأصوات التي تطالب بحماية المستهلك والبيئة، تجد إدارة المنظمة من الضرورة اللجوء إلى المناورات القانونية محاولة منها لتقليل أو تحاشي الالتزامات المرتبطة بالمشاكل التي تسببها المنظمة، وبالتالي حمايتها من المسائلة القانونية. (سلامة عبد الله، 2015، صفحة 61)

ج. استراتيجية التكيف: هنا تخطو المنظمة خطوة متقدمة أخرى باتجاه المساهمة بالأنشطة الاجتماعية من خلال تبني الانفاق في الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الأخلاقية والقانونية إضافة الى الاقتصادية، حيث يكون لها دور اجتماعي واضح من خلال التفاعل مع الأعراف والقيم وتوقعات المجتمع. (القصاص ه.، 2018، صفحة 17)

د. الاستراتيجية الاستباقية (التطوعية): وهي أن تأخذ المؤسسة القيادة في مجال المبادرة الاجتماعية للإيفاء بمسئوليات المسؤولية الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتطوعية. (ضيايي، 2010، صفحة 32)

الشكل 01: تدرج الدور الاجتماعي للمؤسسة

استراتيجية المبادرة التطوعية	• خذ زمام المبادرة في مجال المساهمة الاجتماعية
استراتيجية دفاعية	• ساهم بأدنى الحدود المفروضة قانونياً
استراتيجية التكيف	• أعمل ما مطلوب أخلاقياً وقانونياً
استراتيجية الممانعة	• ابتعد عن أي مساهمة اجتماعية

المصدر: صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالي، 2008، الإدارة و الأعمال. الاردن،: دار وائل للنشر، 2008، ص 98.

5. أهمية المسؤولية الاجتماعية

هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسة لمزيد من الدور الاجتماعي، وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط: المفروضة عليها، ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة وأهمها ما يلي

أ. بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاهاً أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة؛
- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف؛
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع؛
- كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية (خامرة، 2007، صفحة 82)

ب. بالنسبة للمجتمع:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص.
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية.
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة.
- تحسين التنمية السياسية بدأ من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمنظمات.
- كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية بالعمل والشفافية والصدق في التعامل فإن هذه الجوانب تزيد من الترابط الاجتماعي وازدهار المجتمع على مختلف المستويات. (مسعد، 2019، صفحة 12)

ج. بالنسبة للدولة:

- يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية، التعليمية، الثقافية والاجتماعية الأخرى، وتؤدي أيضاً إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية، والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها (حساني، 2018، صفحة 311)
- 6. المسؤولية الاجتماعية حسب معيار المواصفات الدولية ISO 26000.

1.6. معيار المواصفات الدولية ISO 26000 المحددة للمسؤولية الاجتماعية:

هو معيار يعطي إرشادات حول كيفية القيام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات بطريقة مسؤولة اجتماعياً، كما يحدد المعايير والمبادئ والقضايا والإجراءات الفعالة على أسس ومعايير دولية. (Swedish Standards Institute, 2017, p. 07) وتعتبر المواصفة بمثابة دليل إرشادي لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، كما تهدف إلى دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن الخطط الاستراتيجية والأنظمة والممارسات والعمليات للشركات. (بن عيشاوي، 2013، صفحة 819)

2.6. نشأة مواصفات ISO 26000

شهدت المواصفة مرحلة إعداد طويلة قبل أن ترى النور، حيث بدأت فكرة مشروع ايزو 26000 ابتداءً من سنة 2001 من قبل منظمات حماية حقوق المستهلك، حيث كانت هذه المنظمات قلقة حيال توجهات بعض الشركات متعددة الجنسيات ومتخوفة من إمكانية تأثير نشاطات هذه الشركات على ظروف العمل ومستوى المعيشة، فكانت لجنة (COPOLCO) المسؤولة على العلاقات مع المستهلكين تم البدء في إجراء دراسة جدوى لوضع مواصفة قياسية للمسؤولية الاجتماعية. وخلصت هذه اللجنة إلى القدرة على إعداد المواصفات القياسية الدولية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، لذا تم البدء في تفعيل هذا المشروع، ففي "بداية عام 2003 قامت منظمة الأيزو بتكوين مجموعة استشارية استراتيجية (SAG) لتختص بالمسؤولية الاجتماعية بهدف المساعدة في تقرير ما إذا كان هذا المشروع المعد من ايزو قد تضيف أية قيمة للمبادرات والبرامج المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والقائمة بالفعل.

وقد خلصت المجموعة الاستشارية الاستراتيجية إلى ضرورة المضي قدماً نحو إعداد المواصفة، وتم إنشاء مجموعة عمل جديدة تقوم بإعداد مواصفة قياسية دولية تقدم التوجيه فيما يختص بالمسؤولية الاجتماعية، وفي يناير 2005 صوت 37 عضواً في الأيزو على اقتراح بند عمل جديد (وهو اقتراح لإعداد مواصفة قياسية جديدة) حول المسؤولية الاجتماعية وكانت التتابع الزمني لإصدار مواصفة ايزو 26000 كما يلي:

- تم الانتهاء من مسودة العمل الأولى في عام 2006.
- المسودة النهائية للمواصفة القياسية الدولية تم إعدادها في سبتمبر 2008.
- إصدار المواصفة القياسية الدولية في ديسمبر 2008.
- وأخيراً تم نشر هذه المواصفة في 01 نوفمبر 2010. (بن عيشاوي، 2013، الصفحات 819-820)

3.6. أهداف المواصفة ISO 26000 : إذ تتمثل هذه الأهداف أساساً فيما يلي:

أ. على مستوى أداء المؤسسات تجاه المجتمع:

- مساعدة المؤسسات في مخاطبة مسؤولياتها الاجتماعية، وفي نفس الوقت احترام الاختلافات الثقافية الاجتماعية والبيئية والقانونية وظروف التنمية الاقتصادية.
- توفير التوجيهات العملية التي تجعل من المسؤولية الاجتماعية قابلة للتطبيق والممارسة العملية، تعزيز مصداقية التقارير المعدة من أجل عرض تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية.
- التوافق مع الاتفاقات والمبادرات الدولية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- نشر الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية والتحسيس بأهميتها ومكاسبها للشركات.
- العمل المشترك على المستوى الدولي في حقل المسؤولية الاجتماعية وتوحيد ممارساتها ليسهل تقييمها بشكل متماثل في الدول المختلفة.

ب. على مستوى الأداء البيئي والدور التنموي:

- جعل من الممارسات العملية للمسؤولية الاجتماعية أداة لتحقيق التنمية المستدامة، والحفاظ على الإنسان والحيوان والبيئة، والاعتماد على القوانين المنظمة لذلك مثل: حقوق الإنسان وقوانين حماية البيئة.
- اعتبار كل قضايا التنمية كمكون أصيل لمواصفة المسؤولية الاجتماعية.
- نشر مفاهيم وممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال دمجها في البرامج التنموية والتعليمية والتثقيفية وبرامج البحث العلمي في الجامعات.

ج. على مستوى علاقة المؤسسات بأصحاب المصلحة:

- تحسين العلاقة بين المؤسسة وباقي أصحاب المصلحة المتعاونين معها، وذلك من خلال خلق حوار مشترك بين الطرفين موضوعه عن أهمية تحقيق المنافع المتبادلة.
- الالتزام بحقوق كل من العاملين والمستهلكين والموردين، وتحسينها بشكل مستمر، في سبيل أن تتحسن الذهنية تجاه المؤسسة، وتتكاتف جهود كل الأطراف لتحقيق المصلحة العامة.
- عدم إهمال حق المجتمع في استفادته من مزايا تمنحها المؤسسة الاقتصادية الصناعية، مثل عدالة التوظيف، ومنح المساعدات والهبات لمنظمات المجتمع المدني، والمساهمة في تحقيق التنمية بكافة أشكالها. (مقدم و.، 2012، الصفحات 16-17)

4.6. أهم الإرشادات والتوجيهات التي جاءت بها المواصفة ISO 26000

- تقدم ايزو 26000 إرشادات وتوجيهات لجميع أنواع المنظمات، بغض النظر عن حجمها أو نشاطها أو موقعها للعمل بأسلوب مسؤول اجتماعياً بتقديم إرشادات بخصوص:
- المفاهيم والمصطلحات والتعريفات المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية.
 - خلفية واتجاهات وخصائص المسؤولية الاجتماعية.
 - المبادئ والممارسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
 - المواضيع والقضايا الأساسية ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية.
 - دمج وتنفيذ وتعزيز السلوك المسؤول اجتماعياً في المنظمة بأسرها ومن خلال سياساتها وممارساتها ضمن مجال نفوذها.
 - تحديد أصحاب المصلحة والتعامل معهم.
 - تبادل الالتزامات، والأداء والمعلومات الأخرى المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية. (بن عيشاوي، 2013، صفحة 821)

5.6. المحاور الأساسية التي تشملها بنود مواصفة المسؤولية الاجتماعية ايزو 26000

- يتناول دليل المواصفة الدولية الأيزو 26000 سبع مواد أساسية تغطي الفكرة الرئيسية وراء المسؤوليات الاجتماعية، وهذه المواد الأساسية هي:
- **الحوكمة المؤسسية:** وتتعلق النظام الذي تتخذه المنظمات في اتخاذ قراراتهم وتنفيذ إجراءات لتحقيق أهدافها ويعتبر الأساس في كل منظمة لأنه هو الإطار لاتخاذ القرارات.
 - **حقوق الإنسان:** وهي تتعلق بالحقوق الأساسية التي يستحقها جميع البشر بما في ذلك الحقوق السياسية والمدنية مثل الحق في الحياة والحرية والمساواة، وتلك إشارة إلى الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية مثل الحق في العمل والغذاء والصحة والتعليم والضمان الاجتماعي.

- **الممارسات التشغيل العادلة** تعود إلى السلوك الأخلاقي للمنظمات ومعاملاتهم مع المؤسسات الأخرى. وتشير في إطار مفهوم المسؤولية المجتمعية إلى الطريقة التي تستخدمها المنظمة بعلاقتها مع المنظمات الأخرى لتحقيق نتائج إيجابية. وتشمل القضايا المتعلقة بقضايا:
- **مكافحة الفساد**، المشاركة السياسية المستولة، المنافسة العادلة، تعزيز المسؤولية الاجتماعية في سلسلة القيمة واحترام حقوق الملكية. (بشير،، 2012،، صفحة 16)
- **البيئة**: المنظمة مسؤولة عن الحد من أنماط الإنتاج والاستهلاك غير المستدامة والقضاء عليها وضمان استدامة استهلاك الفرد من الموارد. الموضوعات الفرعية هي: منع التلوث، والاستخدام المستدام للموارد، والتخفيف من آثار تغير المناخ والتكيف معه، وحماية البيئة، والتنوع البيولوجي واستعادة الموائل الطبيعية.
- **الممارسات التجارية العادلة**: إن إنشاء أنظمة منافسة عادلة، ومنع الفساد، وتشجيع المنافسة العادلة وتعزيز موثوقية الممارسات التجارية العادلة، يساعد على إنشاء أنظمة اجتماعية مستدامة. الموضوعات الفرعية هي: مكافحة الفساد، والمشاركة السياسية المسؤولة، والمنافسة العادلة، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في سلسلة القيمة واحترام حقوق الملكية.
- **قضايا المستهلك**: تقع على عاتق المؤسسة مسؤولية تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية العادلة والمستدامة والعادلة فيما يتعلق بصحة المستهلك وسلامته والوصول إليه. في هذا السياق، العناوين الفرعية هي: التسويق العادل والمعلومات الواقعية والحيادية والممارسات التعاقدية العادلة، وحماية صحة وسلامة المستهلك، والاستهلاك المستدام، وخدمة المستهلك، ودعم وحل الشكاوى والنزاعات، وحماية بيانات المستهلك وسريته، والوصول إلى الخدمات الأساسية والتعليم والوعي.
- **إشراك المجتمع وتطوره**: ينبغي أن تهتم المنظمة بإنشاء هياكل اجتماعية مستدامة مع زيادة مستويات التعليم والرفاهية. المواضيع الفرعية في هذا السياق هي: مشاركة المجتمع، والتعليم والثقافة، وخلق فرص العمل وتنمية المهارات، وتطوير التكنولوجيا والوصول إليها، والثروة والدخل، والصحة والاستثمار الاجتماعي. (TÜR CERT، 2020).

2.I - المؤسسات الناشئة Startup

1. مفهوم المؤسسات الناشئة

- الشركات الناشئة أو Startup: هو مصطلح يستخدم لتحديد الشركات حديثة النشأة والتي نشأت من فكرة ريادية إبداعية وامامها احتمالات كبيرة للنمو والازدهار بسرعة. (بورنان ، 2020، صفحة 74)
- المؤسسات الناشئة: هي كيان بشري صممت لخلق منتج جديد او خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة، حسب هذا التعريف فالمؤسسات الناشئة تقدم منتج او خدمة جديدة مع عدم التأكد من البيئة المحيطة (بروال ، 2017، صفحة 20)

2. دورة حياة المؤسسات الناشئة:

- من خلال التعريف المقدم قد يتخيل إلينا أن ما يميز المؤسسات الناشئة هو النمو المستمر، إلا أن الواقع غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيراً ما تتعثر وتمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى التالي: (بوضياف، 2020، صفحة 91).

الشكل 02: دورة حياة المؤسسات الناشئة

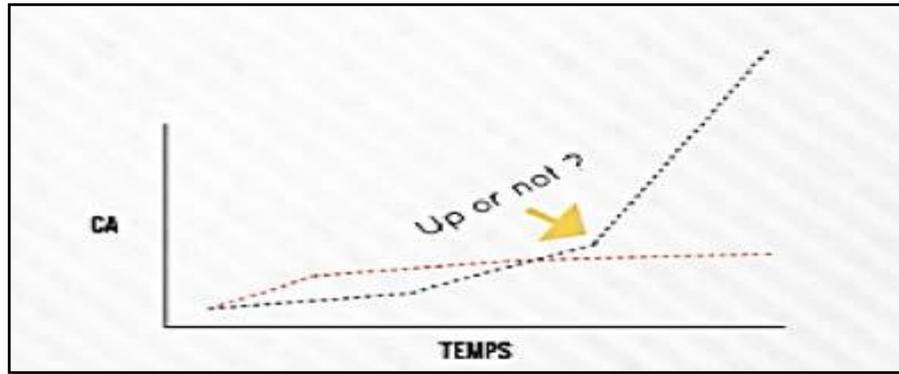


المصدر: علاء الدين بوضياف، محمد زبير، 2020، دور حاضرات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية 2020، صفحة 91

3. الفرق بين المؤسسة الناشئة والمؤسسة الكلاسيكية

أن تكون مؤسسة ناشئة هو وضع مؤقت. إما بسبب عدم تحقيق نموذج الأعمال وبالتالي فإن المؤسسة الناشئة تفشل أو تختفي أو انها نجحت وتم امتصاصها أو تحولها إلى مؤسسة كلاسيكية أو تقليدية تقريبا. و التحول من شركة ناشئة الى شركة كبيرة يعبر عن اللحظة التي يقرر فيها النمو « upper » مستقبل المؤسسة الناشئة Startup كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم 04 منحى حياة المؤسسة الناشئة Startups ومؤسسة كلاسيكية.



المصدر: بوالشعور شريفة 2018، دور حاضرات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 2018 صفحة 422

الشكل أعلاه يوضح الفرق بين مسار نمو startup والمؤسسة التقليدية، حيث يعبر الخط الأسود عن مسار نمو مؤسسة ناشئة، بينما يمثل الخط باللون الأحمر مسار نمو مؤسسة كلاسيكية، وعليه فإن أهم عنصر يصنع الاختلاف بين المؤسسة الناشئة والكلاسيكية هو النمو الكبير، ويمكن حصر نقاط الاختلاف فيما يلي:

- يمكن أن يكون هناك تشابه بين دورة مؤسسة كلاسيكية تمر بمرحلة انطلاق، نمو، ثم نضج وبعدها تبدأ في التراجع، بينما الشركات الناشئة تمر بسلسلة من التراجع والتقدم الغير قابل للتنبؤ في المرحلة ما بين الانطلاق والنمو، وبمجرد ما تصل إلى مرحلة النضج ستستمر في الارتفاع والنمو.
- كما أن الشركة الناشئة تقدم منتجاتها لسوق جد كبير على عكس الشركات الكلاسيكية.

- المؤسسة الناشئة بالرغم من الخطر المرتفع المرتبط بها فإن المستثمرين يقومون بالاستثمار في هذا النوع من المؤسسات بالموازنة بين العائد الضخم المحتمل في حال نجاح المشروع، بينما المؤسسات الكلاسيكية يتوجه المستثمر لسوق تنخفض فيه درجة عدم التأكد وتحقيق أرباح عادية،
- بالإضافة إلى الاختلاف في مصادر التمويل حيث تعتمد المؤسسة الناشئة على المستثمر الملاك، المستثمر المغامر، أو رأس المال المخاطر، نظراً لإحجام البنوك على تمويل هذا النوع من المشاريع عالية المخاطر بينما تحصل الشركات الكلاسيكية على التمويل من القروض البنكية أو المنح الحكومية (شريفة، 2018، صفحة 422)

II - الطريقة والأدوات :

سنطرق الى تحديد طريقة وادوات الدراسة وذلك من خلال اختيار مجتمع وعينة الدراسة وطريقة جمع المعطيات وبعد ذلك نقوم بتلخيص المعطيات المجمعة.

II - 1 طريقة الدراسة:

1. مجتمع وعينة الدراسة

ان مؤسسات النقل الحضري في الجزائر على غرار مؤسسة يسير مؤسسة وصلني وغيرها من المؤسسات النقل تشكل قطاع نشاط قائم بذاته يتم الاستثمار فيه بملايين الدينارات وذلك بسبب شدة المنافسة فيه ومن اجل النمو والتوسع واستقطاب أكبر شريحة من الزبائن.

- **مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في جميع مؤسسات النقل الحضري في الجزائر نذكر منها مؤسسة يسير، وصلني، كورصا، ركة الخ...

- **عينة الدراسة:** شملت عينة الدراسة مؤسسة النقل الحضري يسير وذلك للفترة الممتدة ما بين 2019 - 2020

2. تلخيص المعطيات المجمعة:

من اجل الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق اهداف الدراسة تم جمع المعطيات عن طريق تحليل معلومات المؤسسة كأداة رئيسية للبحث حيث يتم من خلالها جمع العناصر الخاصة بكل من ابعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وكذلك تلك المتعلقة بمجالات المسؤولية الاجتماعية وتحليلها.

II - 2 الادوات المستخدمة في جمع المعطيات:

من اجل جمع المعلومات ذات الصلة بهذه الدراسة تم الاعتماد على موقع المؤسسة بشكل أساسي وكذا بعض المقابلات التي اجراها طقم المؤسسة مع بعض القنوات التلفزيونية المعتمدة في الجزائر.

III - النتائج ومناقشتها :

III - 1 عرض النتائج ومناقشتها:

لذا سنحاول عرض النتائج المتحصل عليها وتحليلها وتفسيرها بالاعتماد على المعلومات المتحصل عليها من طرف المؤسسة عينة الدراسة وتلخيصها لتسهيل عملية قراءة النتائج المتحصل عليها وبشكل دقيق.

1. واقع ابعاد ومجالات المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة يسير للنقل الحضري.

أ. **ابعاد المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة يسير:** من خلال الدراسة الميدانية لمؤسسة يسير تبين لنا ابعاد المسؤولية الاجتماعية المتبعة فيها وكانت كما يلي.

- **البعد الاقتصادي:** تمارس مؤسسة يسير أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفعالية وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتقديم خدمات بنوعية راقية وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة حيث انها تحقق أرباحها عن طريق صفقات النقل بينها وبين الموردين وتحوز علة 20%، من الصفقة ويجوز المورد علة 80% منها وبذلك تكون قد تحملت مسؤوليتها الاقتصادية
- **البعد القانوني:** تسعى مؤسسة يسير الى احترام القوانين والتشريعات المعمول بها في مجال نشاطها حيث يندرج هذا الإطار الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع، سواء كانت هذا في الاستثمار او في الأجور او في العمل او البيئة او المنافسة او غيرها.

- **البعد الخيري:** تولي مؤسسة يسير أهمية كبيرة للجانب الخير في اعمالها حيث انشأت المؤسسة جمعية خيرية بسمه يسير YASSIR BESSMA وهي الكيان الخيري ليسير تهدف من خلالها الى جمع التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف إلى الربح، ومن اعمال هذه الجمعية ما يلي:

✓ جمع التبرعات الخيرية للجزائريين المقيمين في اوروبا وفي جميع انحاء العالم، لمساعدتها على مواجهة الوباء كورونا.

✓ جمع تبرعات في إطار حملة "محفظة واحدة مستقبل" لفائدة الأطفال المعوزين

✓ بعد كارثة جانت سنة 2019 بسبب الامطار الطوفانية كانت مؤسسة يسير من الهيئات السباقة لدعم سكان مدينة جانت بجمع التبرعات والتضامن مع سكانها، حيث تم إطلاق حملة تمويل واسعة لمساعدة مواطنيها في هذه الازمة.

- **البعد الأخلاقي:** تسعى مؤسسة يسير من خلال البعد الأخلاقي تجنب الاضرار بالمجتمع والعمل على تنفيذ كل ما هو عادل للخدمة المجتمع من خلال نشاطها حيث تقدم اعمالها بشكل أخلاقي حيث انها في رمضان 2019 وفي العشرة الاواخر قامت المؤسسة بتقديم تخفيضات تصل الى 60% على تنقلات الزبائن الى المساجد لأداء صلاة الترويح وصلاة قيام الليل الى مجموعة من المساجد تم تحديدها من طرف المؤسسة.

ب. مجالات المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة يسير للنقل الحضري.

تسعى مؤسسة يسير الى الالتزام بتطبيق مجالات المسؤولية اتجاه المجتمع الذي تمارس نشاطها فيه بشكل يجعلها مميزة على المنافسين بحيث تتوزع مجالات المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة يسير كما يلي:

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء:** تسعى مؤسسة يسير للنقل الحضري دائما الى الاهتمام بالعملاء من اجل تقديم أفضل الخدمات للإرضاء هاته الشريحة وتتجسد المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء كما يلي:

- تقديم تخفيضات للعملاء على تنقلات.

- ابرام اتفاقيات مع بعض المحال التجارية من اجل تقديم سلع بتخفيضات معتبرة

- تقديم حصص ارشادية على كيفية صيانة السيارات خلال فترة الحجر المنزلي.

- تقديم تخفيضات على نقل الطلبة من والى مدارسهم.

- **المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين:** تسعى مؤسسة يسير الى الاهتمام براس مال البشري وتحاول دائما تقديم ما هو أفضل لهم من اجل تنميتهم والحفاظ عليهم بحيث تقدم لهم التدريب التطوير الازم لهم لتحسين مهاراتهم وتطويرها.

ومن أجل صحة العاملين إثر انتشار فيروس كورونا كوفيد 19 منحت يسير الأولوية لصحة موظفيها على نموها الاقتصادي، حيث أجبرت يسير أكثر من 90% من موظفيها على العمل من منازلهم، وذلك من أجل الحفاظ على ما هو أحب وأعلى لديهم "صحتهم وصحة عائلاتهم".

- **المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة:** ومن ضمن التزاماتها بالمسؤولية الاجتماعية تسعى مؤسسة يسير في هذا الإطار الحفاظ على البيئة وذلك من خلال شراكة مع مؤسسة Ecogel المتخصصة في تخزين و توزيع و تصنيع المنتجات المشتقة من البترول تسمح لشركائها بالاستفادة من تخفيضات حصرية على تحويل وقود السيارات الى الغاز المميع.
- **المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحلي:** تسعى مؤسسة تتحلى بروح المواطنة منذ نشأتها عام 2017، حيث عملت منذ ذلك الحين وإلى اليوم على تسيير الحياة اليومية للمواطنين وغرس القيم الاجتماعية مثل الثقة والمساعدة المتبادلة. كما تلتزم يسير بضمان النقل المجاني لعمال الصحة من أطباء وممرضين ومساعدى التمريض وعمال النظافة، ومن ناحية أخرى، تقوم مؤسسة يسير بمساعدة المتطوعين والتوصيل المجاني للمستلزمات الضرورية والمساعدة المنزلية للمسنين والطاقم الطبي. كما وفرت مؤسسة يسير خدمة الاستشارة الطبية عن بعد لتجنب اي تنقل عديم الفائدة وبغية تخفيف الارتباط بين الشركات والمستشفيات، على منصة الرقمية. الموقع <https://yassir.io/teleconsultation/> مباشرة مع طبيبك عبر مكالمة صوتية او فيديو. كما تقديم تخفيضات التنقل للعائلات في عطلة نهاية الأسبوع إيماناً من مؤسسة يسير بضرورة تقديم خدمة للمجتمع التي تعمل فيه.

III-2 تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** مؤسسة يسير تتبنى ابعاد المسؤولية الاجتماعية بشكل جيد اتجاه كل الأطراف. من خلال الدراسة الميدانية تبين لنا ان مؤسسة يسير لنقل الحضري تلتزم بأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه كل الأطراف ذات العلاقة وبالتالي فإننا نقبل الفرضية رقم (01)القائلة بان مؤسسة يسير تلتزم بأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- **الفرضية الثانية** مؤسسة يسير لا تلتزم بتطبيق مجالات المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة. إن الدراسة الميدانية التي تمت على مؤسسة يسير تبين بان المؤسسة ومنذ نشأتها تهمم بجميع أصحاب المصلحة من عملاء وموظفين والبيئة وكذا المجتمع الذي تمارس فيه نشاطها وبالتالي مؤسسة يسير تطبق مجالات المسؤولية الاجتماعية في نشاطها وعلية فإننا نفي الفرضية رقم (02)القائلة بان مؤسسة يسير لا تلتزم بتطبيق مجالات المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة.
- **الفرضية الثالثة:** مؤسسة يسير هي مؤسسة غير مسؤولة اجتماعياً. مما سبق تبين لنا بان مؤسسة يسير تلتزم بابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة اتجاه كل الأطراف ذات العلاقة وكذلك اهتمامها الكبير بتطبيق مجالات المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة أي ان المؤسسة هي مؤسسة مسؤولة اجتماعياً وعلية فإننا نفي الفرضية رقم(03)التي تنص على ان مؤسسة يسير هي مؤسسة غير مسؤولة اجتماعياً

IV- الخلاصة:

- من خلال هذه الدراسة تبين لنا بان المسؤولية الاجتماعية ليس حكراً على المؤسسات الكبيرة او المؤسسات الصغيرة والمتوسط فقط بل هو توجه مناسب للمؤسسات الناشئة من اجل تثبيت مكانتها في القطاع وكسبها ميزة تنافسية، وهذا لا يكون الا بتطبيق للمسؤولية الاجتماعية في حياة المؤسسات الناشئة كما يجب على المؤسسات الناشئة دمج مفهوم المسؤولية الاجتماعية في ممارساتها اليومية. كما توصلت دراستنا الى النتائج التالية:
- مؤسسة يسير للنقل الحضري مؤسسة تلتزم بتطبيق ابعاد المسؤولية الاجتماعية الأربعة البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الخيري، والبعد الاخلاقي.
 - مؤسسة يسير للنقل الحضري عينة الدراسة تلتزم بتبني مجالات المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة.

- مؤسسة يسير مؤسسة للنقل الحضري مسؤولية اجتماعيا بحيث انها تقدم كل ما هو مطلوب منها للمجتمع الذي تمارس نشاطها فيه
 - ان تعامل مؤسسة يسير للنقل الحضري مع استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية كانت من خلال استراتيجية المبادرة التطوعية حيث انها تبادر للمسؤولية الاجتماعية بطوعيتها ودون اكراه تقوم من خلالها بأخذ زمام المبادرة في مجال المساهمة الاجتماعية.
 - التوصيات:** اعتمادا على ما تم التطرق له في الجانب النظري والجانب التطبيقي نقترح ما يلي:
 - يجب على مؤسسة يسير للنقل الحضري ان تعتمد البعد الخير والبعد الأخلاقي بأكثر ممارسة في تعاملاتها بما هو مادي أكثر من الحصص والإعلانات فقط او تخفيض من قيمة الرحلات
 - يجب على مؤسسة يسير ان تخرج من قوقعة مواقع التواصل الاجتماعي الى الميدان لممارسة مسؤوليتها الاجتماعية.
 - يجب على مؤسسة يسير للنقل الحضري تكثيف ممارسة المسؤولية الاجتماعية أوقات المناسبات (رمضان. عيد الفطر. عيد الاضحى).
 - القيام بدورات تدريبية للعمال حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية خاصة السائقين.
 - تعزيز المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين.
- الإحالات والمراجع :**

المراجع

1. Quyen, H. (2016). **Corporate Social Responsibility in Oil and Gas Industry in Finland: Performance of Neste Oil Corporation**. Thesis abstract, 18. Faculty of Business & Culture.
2. Swedish Standards Institute. (2017, 02 06). *ISO 26000_and_OECD_Guidelines_MNE_PPO_v1*. Récupéré sur http://iso26000.info/wp-content/uploads/2017/02/ISO-26000_and_OECD_Guidelines_MNE_PPO_v1.pdf.
3. TÜRCERT. (2020, 06 18). نظام ISO 26000 لإدارة المسؤولية الاجتماعية. تم الاسترداد من <https://www.belge.com/ar/belgelendirme/sistem/iso-26000>
4. احمد مزهودة نور الدين بن عيشاوي. (2013). واقع المسؤولية البيئية والاجتماعية للمؤسسة البترولية في الجزائرية توافقا مع المعايير الدولية (ISO 29000 ، ISO 14000 ، ISO 26000). الملتقى العلمي الدولي حول البيات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة (صفحة 821). ورقة الجزائر: جامعة ورقلة.
5. الطاهر خامرة. (2007). المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة " حالة سوناطراك ". مذكرات ماجستير، 82. ورقة، الجزائر: كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية قسم العلوم الاقتصادية.
6. إيمان عبد الناصر القاضي التميمي. (2016). المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في محافظة الخليل. رسالة ماجستير. الخليل، ادارة الاعمال، فلسطين: جامعة الخليل.
7. بلال حمر العين عبد الرزاق مجيدر. (2019). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية. اوراق اقتصادية، 03(02)، 146.
8. بوشعور شرفية. (2018). دور حاضرات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة Startups دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 04(02)، 422.
9. جميلة واخرون العمري. (2017). اثر المسؤولية الاجتماعية على اخلاقيات الاعمال للمؤسسات دراسة اراء بعض المديرين ورؤساء شركات التأمين. الملتقى الدولي الثالث حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات اخلاقيات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية (صفحة 439). ورقة: كلية الاقتصاد والعلوم التجارية وعلوم التسيير.
10. حاج طاري عبد القادر بن زيدان. (2017). تبني المؤسسة الاقتصادية الجزائرية الميؤولية الاجتماعية اتجاه راس المال البشري دراسة حالة شركة الكوابل سيدي بن ذهبية مستعامة. الاداء المتميز للمنظمات الاعمال والحكومات، الطبعة الثالثة اخلاقيات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية (صفحة 450). ورقة: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.
11. حسين واخرون بومنجل. (2019). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية. برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
12. خلف الطعامة سلامة عبد الله. (2015). العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات وسلوك المواطنة التنظيمية: العدالة التنظيمية كمتغير وسيط. اطروحة الدكتوراه، 61. السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
13. دليلة مطالي ليلية مسودي. (2020). التأصيل النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية لمنظمات الاعمال. مجلة البحوث والدراسات العلمية، 12(13)، 110.
14. طاهر حسن صالح مهدي محسن العامري منصور الغالي. (2008). الادارة والاعمال. الاردن، الاردن: دار وائل للنشر.
15. عبد الرزاق بركات. (2016). دراسة مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية في التزام التنظيمي للعاملين في مؤسسة بركات العائلة. رسالة ماجستير. سوريا، سوريا: جامعة الافتراضية سوري.
16. عبد القادر اوكليل رايح مسعد. (2019). المسؤولية الاجتماعية كآلية لتحسين أداء المنظمة من خلال إدارة الموارد البشرية. المجلة الجزائرية للموارد البشرية، 04(02)، 12.
17. علاء الدين زويبر محمد بوضياف. (2020). دور حاضرات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، 04(01)، 91.

18. محمد الهادي، ليرة هشام ضيف الله. (2017, 04 25). أثر سياسات المسؤولية الاجتماعية على إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية دراسة لعينة من المؤسسات الاقتصادية لولاية الوادي. *رؤى اقتصادية*، 7(2)، 152.
19. محمد شقراني. (2019). المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمالدراسة حالة. *اطروحة دكتوراه*. الجلفة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجلفة.
20. محمد عبد القادر محمد الأمين شرقي حساني. (2018). المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية في قطاع المحروقات الجزائري دراسة حالة المجمع النفطي بئر السبع بحاسي مسعود، ورقلة، الجزائر - . *مجلة الباحث*، 18(01)، 311.
21. محمد فلاق. (2013). المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية شركتي "سوناطراك الجزائرية، أرامكو السعودية" أمودجا. *مجلة الباحث*(12)، 32.
22. محمد فلاق. (2014). مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الاعمال. *اطروحة دكتوراه*، 33. الشلف، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير.
23. مصطفى على صولي بورنان . (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة). *مجلة دفاتر اقتصادية*، 11(03)، 74.
24. نوال ضيائي. (2010). المسؤولية الاجتماعية و الموارد البشرية. *اطروحة دكتوراه*، 32. تلمسان، الجزائر: جامعة تلمسان الجزائر.
25. نوال ضيائي. (2014, 01 05). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و الموارد البشرية دراسة مجمع شبي علي للأنايبب -سيدي بلعباس- . *مجلة التنظيم و العمل*، 08، (01)03.
26. هالة يوسف البراهيم القصاص . (2018). أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية عمى الفاعلية التنظيمية في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة. *رسالة ماجستير*، 17. غزة، فلسطين: كلية التجارة في الجامعة الاسلامية بغزة.
27. هشام بوطيبة عبد الرحمان مكي. (2017). القياس المتعدد الابعاد لتطبيقات المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. *مجلة الريادة و الاعمال*، 3(4)، 107.
28. هشام جهاد خلوط بروال . (2017). التعليم المقاولاتي و حتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة. *مجلة معهد العلوم الاقتصادية*، 20(03)، 20.
29. وهيبه بكار بشير مقدم . (2012). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية . *الملتقى الدولي الثالث حول المنظمات و المسؤولية الاجتماعية* (الصفحات 16-17). بنشار: جامعة بنشار الجزائر.
30. وهيبه مقدم. (2014). تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الغرب الجزائري. *اطروحة دكتوراه*، 88. وهران، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير.
31. وهيبه مقدم، بكار بشير، . (2012). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية. ، *الملتقى الدولي الثالث حول المنظمات والمسؤولية الاجتماعية، جامعة* (صفحة 16). بنشار: جامعة بنشار.
32. وهيبه، بكار بشير مقدم. (2014). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية. *Revue économique et gestion algérienne d*، 08، (01)07.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA:

أحمد صخر ، مفيد عبد اللاوي، وهيبه خزازنة (2020)، المسؤولية الاجتماعية كتوجه ذكي للمؤسسات الناشئة في الجزائر مؤسسة YASSIR للنقل الحضري الجزائري نموذجاً ، *مجلة التنمية الاقتصادية*، المجلد 05 (العدد 02)، الجزائر: جامعة الوادي، الوادي، الجزائر ص.ص 56-70.



SCAN ME