

تهدف الدراسة إلى إبراز أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال تبيان مفهوم المسؤولية الاجتماعية والتعريف بأهم وظائفها، و مفهوم الميزة التنافسية و التعريف بمصادرها و أنواعها، و إبراز العلاقة بينهما هذا فيما يخص الجانب النظري من الدراسة.

أما فيما يخص الجانب التطبيقي اعتمدت دراستنا على استبيان تضمن أسئلة متعلقة بثلاثة محاور تصب في فكرة فرضيات الدراسة وقد تم توزيعه على مستوى مؤسسة لافارج هولسيم فرع المسيلة بحيث تمت الدراسة على عينة شملت العديد من إطارات وعمال الشركة ، وقد اعتمدنا في تحليل بيانات الاستبيانات على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، برنامج معالج الجداول Excel ولاختبار الفرضيات تحليل الانحدار المتعدد و في الأخير خلصت تأثير ذي دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة.

الكلمات المفتاح: المسؤولية الاجتماعية، الميزة تنافسية.

Résumé de l'étude:

L'étude vise à mettre en évidence l'impact de la responsabilité sociale de la société dans la réalisation de l'avantage concurrentiel, grâce à illustrer le concept de responsabilité sociale et la définition des fonctions les plus importantes , et le concept de l'avantage concurrentiel et la définition et types et les sources, et mettre en évidence la relation entre eux par rapport à l'aspect théorique de l'étude .

En ce qui concerne le côté pratique a adopté le questionnaire de l'étude comprenait des questions liées à trois axes circulant dans l'idée d'hypothèses ont été distribués au niveau de la société de l'Lafarge holcime filière de m'sila afin que l' étude a été menée sur un échantillon des cadres et les ouvriers dans le même société , nous avons adopté dans l'analyse des données des questionnaires sur le programme Statistical Package for Social Sciences (SPSS) programme Tableau Assistant Excel et de tester des hypothèses analyse de régression multiple et dans cette dernière étude a conclu la présence d'un effet statistiquement significatif responsabilité sociale de la société dans la réalisation de l'avantage concurrentiel dans la société à l'étude.

Mots clés: la responsabilité sociale de la société la responsabilité sociale de la société. avantage concurrentiel.

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	الإهداء
	الشكر
	ملخص
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال البيانية
	قائمة الملاحق
أ-و	مقدمة
07	الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية.....
09	المبحث الأول: الأدبيات النظرية - الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية.....
09	المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية.....
09	الفرع الأول: نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية.....
10	الفرع الثاني: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.....
11	الفرع الثالث: أهمية المسؤولية الاجتماعية.....
12	الفرع الرابع: مجالات المسؤولية الاجتماعية.....
15	المطلب الثاني: المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية.....
15	الفرع الأول: المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية.....
17	الفرع الثاني: المعارضون للمسؤولية الاجتماعية.....
18	المطلب الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية.....
18	الفرع الأول: البعد الإقتصادي.....
18	الفرع الثاني: البعد القانوني.....
19	الفرع الثالث: البعد الأخلاقي.....
19	الفرع الرابع: البعد الخيري.....
19	المبحث الثاني: الأدبيات النظرية - الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية
20	المطلب الأول: ماهية الميزة التنافسية.....
20	الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية.....

21	الفرع الثاني: خصائص الميزة التنافسية.....
21	الفرع الثالث: أنواع ومصادر الميزة التنافسية.....
22	الفرع الرابع: أهمية الميزة التنافسية.....
23	المطلب الثاني: محددات ومعايير الحكم على جودة الميزة التنافسية.....
23	الفرع الأول: محددات الميزة التنافسية.....
24	الفرع الثاني: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية.....
25	المطلب الثالث: أبعاد الميزة التنافسية.....
25	الفرع الأول: التكلفة الأقل.....
26	الفرع الثاني: الإستجابة.....
27	الفرع الثالث: الجودة.....
27	الفرع الرابع: الإبداع.....
28	الفرع الخامس: السمعة.....
29	المبحث الثالث: تعظيم الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية بفضل المسؤولية الإجتماعية
30	المطلب الأول: أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية.....
31	المطلب الثاني: استعمال المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية كأداة لخلق الميزة التنافسية.....
33	الفصل الثاني: دراسة ميدانية بمؤسسة لافارج هولسيم بالمسيلة.....
34	المبحث الأول: مظاهر المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة لافارج هولسيم بالمسيلة.....
34	المطلب الأول: تعريف مؤسسة إنتاج الإسمنت لافارج هولسيم بالمسيلة
35	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة إنتاج الإسمنت لافارج هولسيم بالمسيلة.....
35	المطلب الثالث: تقييم الالتزامات الاجتماعية لمؤسسة إنتاج الإسمنت لافارج هولسيم بالمسيلة.....
35	الفرع الأول: استحداث نظام لإدارة الصحة والسلامة والبيئة
36	الفرع الثاني: الأنشطة المحققة من طرف مؤسسة لافارج هولسيم بالمسيلة في إطار المسؤولية الاجتماعية ...
37	المبحث الثاني: الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة الميدانية.....
37	المطلب الأول: الطريقة المتبعة
37	الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة
37	الفرع الثاني: بيانات الدراسة وطرق وأدوات جمعها
38	الفرع الثالث: طبيعة متغيرات الدراسة

38	المطلب الثاني: الأدوات و الإجراءات المتبعة.....
38	الفرع الأول: أداة البحث
39	الفرع الثاني: البرامج والأدوات المستخدمة في معالجة البيانات
40	المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية، تحليلها و مناقشتها.....
40	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة الميدانية
40	الفرع الأول: النتائج المتعلقة بخصائص العينة
41	الفرع الثاني: تحليل النتائج المتعلقة بأراء المستجوبين اتجاه محاور الاستبيان.....
46	الفرع الثالث: نتائج اختبار الفرضيات
49	المطلب الثاني: مناقشة النتائج.
49	الفرع الأول: النتائج
49	الفرع الثاني: المناقشة.....
51	الخاتمة
53	قائمة المصادر و المراجع
56	الملاحق.....