

# اثر المسؤولية الاجتماعية على القرار الشرائي للمستهلك النهائي

من اعداد الطالبة :قاجة النوية

كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح - ورقلة- طريق غرداية 30000 ورقلة الجزائر

## أهمية الدراسة :

تبيان مدى ادراك المستهلك ووعيه اتجاه تعاملاته مع المؤسسة

انا هذا الموضوع يساعد المؤسسات في التعرف على التزاماتها تجاه البيئة

تكمن اهمية الموضوع في انه يشمل متغيرين لأول مرة تجري عليهم الدراسة

## أهداف الدراسة :

والتعرف على اهم الجوانب المرتبطة بين المسؤولية الاجتماعية والقرار الشرائي للمستهلك النهائي

التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على السلوك الشرائي للمستهلك

توضيح الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية والسلوك الشرائي للمستهلك النهائي

## المقدمة:

قد شهدت العقود الأخيرة اهتماما كبيرا بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ويظهر ذلك من خلال تركيز المؤسسات جهودها اتجاه الأبعاد الكلية للمسؤولية الاجتماعية وعدم التركيز على بعد واحد لوحده من دون الأخرى. وقد كان القرار الشرائي للمستهلك دورا بالغا في التأثير على معظم الشركات من خلال ردود أفعاله إما بالقبول أو بالرفض للمنتجات ولسياسة التسويق المتبعة من طرف المؤسسة والتأثير فيها إلى حد الوصول في بعض الأحيان إلى تغيير من سياساتها أو الخروج من السوق.

وهو الأمر الذي يجعل المؤسسات تتفاوت في تبنيها للمسؤولية الاجتماعية؛ ونلمس مدى مسؤولية كل مؤسسة من خلال المنفعة المحققة للمجتمع، والاهتمام الجوانب الاجتماعية للبيئة والمساهمة في التنمية الاجتماعية؛ ومراعاة الجوانب القانونية والأخلاقية والإنسانية للمجتمع والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد

الاشكالية المطروحة : هل يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المستهلكين، المسؤولية نحو المجتمع المحلي) على القرار الشرائي للمستهلك النهائي ؟.

## فرضيات الدراسة :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية نحو البيئة، المسؤولية نحو المستهلكين، المسؤولية نحو المجتمع المحلي) على القرار الشرائي للمستهلك النهائي.

من خلال الفرضية الرئيسية نطرح الفرضيات الفرعية التالية:

-يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمسؤولية المؤسسة نحو المستهلكين على القرار الشرائي للمستهلك النهائي

-يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمسؤولية المؤسسة نحو المستهلكين على القرار الشرائي للمستهلك النهائي

-يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمسؤولية المؤسسة نحو البيئة على القرار الشرائي للمستهلك النهائي

## النتائج:

. مدى ادراك المستهلك لتعاملاته من المؤسسات المسؤولية اجتماعيا .  
. وعي المؤسسات المسؤولية اجتماعيا في تعاملاتها مع لمحيط الخارجي .  
. ترتيب حسب الاولويات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية .

## المراجع:

عاملة محسن، ادراك المستهلك العراقي للمسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد اثنان والعشرون ، 2011.  
طاهر منصور الغالي، صالح محسن مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية و اخلاقيات الاعمال . الاعمال و المجتمع، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر، عمان ،2008،  
زغراط سهام وقراش فهيمة ، تأثير تنشيط المبيعات على القرار الشرائي للمستهلك النهائي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية ، غير منشورة ، جامعة العقيد اكلي محمد اولحاج بويوة، الجزائر ، 2011/2012