

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة

من اعداد الطالبة : غيلاني ايمان

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

المقدمة:

ان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بشقيها السلي والخدمي قد نشأت تاريخيا تحت تأثير الضغوط التي مارستها جماعات متنوعة مثل العاملين والمستهلكين وجماعات حماية البيئة والمؤسسات غير الحكومية، فإنها تطورت خلال العقود الأخيرة تحت تأثير المنافسة والتغيير في توقعات أصحاب المصالح، وباتت أكثر فأكثر ممارسة طوعية من طرف المؤسسات التي ظهرت توجهات التنمية المستدامة، ولدى اهتم الباحثين وأهل الاختصاص والأدبيات على أهمية الاستثمار في الأنشطة التي تنسجم وتنطلق من مبادئ المسؤولية الاجتماعية التي حددها القانون والقيم الأخلاقية، بحيث كثير من المؤسسات ذهبت الى ابعد من ذلك متجاوزة معايير المسؤولية الاجتماعية التي حددت فيها وذلك لتحقيق مكاسب كثيرة من ضمنها بناء وتعزيز الصورة الذهنية التي مؤادها احتدام شدة المنافسة، مما يجعل المؤسسة تحرص أكثر من أي وقت مضى على صورتها في أذهان جميع الأطراف المتعاملة معهم، لان لكل مؤسسة صورة ذهنية في أذهان جميع المتعاملين معها، وسواء خططت لذلك أم لا، ولاشك أن الصورة الذهنية الحسنة يمكن ان تسهم الكثير في نجاح المنظمة واستمراريتها.

أهمية الدراسة :

ستساعد هذه الدراسة المؤسسة التي تتبنى فكرة المسؤولية الاجتماعية في الأخذ بالأبعاد والمجالات التي وردت في هذه الدراسة ان ارادت تطوير وتحسين من صورتها في المجتمع التي تعمل فيه

الحصول على بيانات تظهر مدى حرص المؤسسة على توجه نحو المسؤولية الاجتماعية واثار هذا على صورتها .

التعرف على مدى ممارسة هذه المؤسسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

أهداف الدراسة :

قياس درجة تأثير المسؤولية الاجتماعية على بناء صورة حسنة للمؤسسة .

مدى اهتمام المؤسسة لتبني المسؤولية الاجتماعية تجاه اصحاب المصلحة .

التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة اتصالات الجزائر .

منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة:

بغية الوصول إلى الأهداف المرجوة وللإجابة على إشكالية البحث المطروحة سنعتمد على أحد المناهج حيث سأتبع المنهج الوصفي في الشق النظري للدراسة المنهج الوصفي التحليلي: وذلك لوصف وتفسير وتحليل متغيرات الدراسة والوقوف عليها وهذا باستخلاص الجانب النظري لأهم الدراسات والأطروحات والمقالات العلمية التي تناولت الموضوع .
وكما سأعتمد على أسلوب دراسة حالة في الجانب التطبيقي في مؤسسة اتصالات الجزائر مستعينا بالجانب النظري للقيام بالتحليل البيانات عن طريق برنامج spss .

الاشكالية : ما مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة؟
الأسئلة الفرعية: ويمكن تقسيم الإشكالية الرئيسية إلى مجموعة من الإشكاليات الفرعية كما يلي:

- 1.هل تهتم المؤسسة اتصالات الجزائر بتطبيق المسؤولية الاجتماعية ؟
- 2.هل يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية(المجتمع المحلي، الموظفين، الزبائن، الموردين، البيئة، المساهمين) في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة (الذاتية، المدركة، والمرغوبة) ؟

فرضيات الدراسة :

- 1_ لا تهتم المؤسسة اتصالات الجزائر بتطبيق المسؤولية الاجتماعية .
- 2_ لا يوجد اثر للمسؤولية الاجتماعية (المجتمع المحلي ،الموظفين ،الزبائن ،الموردين ،البيئة المساهمين في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة(الذاتية ،المدركة ، والمرغوبة) .

النتائج المتوقعة:

- 1_تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية يحقق فوائد عديدة للمجتمع، كالحفاظة على البيئة، زيادة ولاء العاملين، وللمؤسسة أيضا من خلال خلق علاقات جيدة مع المساهمين، الزبائن والعمال، هذا ما يؤدي إلى تحسين وتطوير صورة المؤسسة أمام المجتمع، مما يزيد من سمعتها الحسنة؛
- 2_تبني برامج المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات يؤدي إلى تحقيق أهدافها، بالإضافة إلى تحقيق مبدأ الربح على المدى البعيد، من خلال زيادة دورها الاجتماعي ودعمها للأنشطة الاجتماعية، فهذه الأخيرة تعتبر بمثابة استثمار مستقبلي لهذه المؤسسات.

— من خلال الفرضية الرئيسية الثانية نطرح الفرضيات الفرعية التالية:

لا يوجد اثر للمسؤولية الاجتماعية (المجتمع المحلي ،الموظفين ،الزبائن ،الموردين ،البيئة المساهمين) في تحسين صورة الذهنية مرغوبة للمؤسسة.

لا يوجد اثر للمسؤولية الاجتماعية (المجتمع المحلي ،الموظفين ،الزبائن ،الموردين ،البيئة المساهمين) في تحسين صورة الذهنية مدركة للمؤسسة .

لا يوجد اثر للمسؤولية الاجتماعية (لمجتمع المحلي ،الموظفين ،الزبائن ،الموردين ،البيئة المساهمين) في تحسين صورة الذهنية ذاتية للمؤسسة.

المراجع:

- ثامر ياسر البكري، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية ، 2009.
- طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الاعمال والمجتمع ،دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008.
- ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، دراسة حالة مجمع شيايلى مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة أوبكر بالقابذ، تلمسان 2010.
- غراهام داولينغ، تعريب وليد شحادة ،تكوين سمعة الشركة، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2003،