

# أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

من إعداد الطالبة : كينة منيرة

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

## ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى معرفة أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، و من أجل تحقيق ذلك تم من قبل الباحثة إختيار عينة عشوائية و تمثل مجتمع الدراسة حوالي 60 عامل تمثلت في فئة الرؤساء العاملين في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حيث سيتم توزيع الإستبيان عليهم و الذي يتكون من 27 فقرة ليتم معالجته بإستخدام البرنامج الإحصائي spss لتحليلها ، حيث توصلت نتائج الجانب النظري من من الدراسة إلى الآتي:

- 1- تتبنى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أبعاد المسؤولية الاجتماعية بنسب متفاوتة
- 2- توجد هناك علاقة إيجابية و قوية بين المسؤولية الاجتماعية و الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
- 3- يوجد علاقة لمدى إدراك المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تعزى للمتغيرات الشخصية الخبرة في الوظيفة، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي) لأفراد عينة الدراسة؟

الكلمات المفتاحية : المسؤولية الاجتماعية ، الميزة التنافسية ، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

## جهات الإتصال

Email:  
kina mounira@hotmail.com  
Phone:

## مقدمة

إن التطور الاقتصادي و المنافسة الشديدة التي شهدهما العالم ساهما بقدر كبير في ظهور إتجاهات عديدة ترصد العلاقة بين المؤسسات و المجتمع أو حاولت تفسير هذه العلاقة ، فالمؤسسة لم تعد مسؤولة مسؤولية اقتصادية فحسب ، و إنما تطور ذلك لتصبح مسؤولة إجتماعيا و بيئيا ، و منذ زمن بعيد أصبحت نقطة ضعف العديد من المؤسسات و الشركات تلك الضغوطات المفروضة عليها من طرف منظمات العمال و البيئة و الصحة، و حتى بعض الدراسات الاقتصادية و الاجتماعية ركزت على الدور الإجمالي للمؤسسة باعتبارها مسؤولة مسؤولية اجتماعية قبل أن تكون اقتصادية ، و على إعتبارها أنها تعمل في مجتمع هو المستفيد و المتضرر الأول و المباشر من نشاطها كان لابد من تطوير هذا الجانب في عمل المؤسسات و الشركات ، و بما أن المؤسسات الجزائرية لمبت بمنأى عن هذه التطورات و بناء على ما سبق ذكره

## أهداف الدراسة :

- التعرف على مستوى تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة محل الدراسة.
- إيجاد و تطوير التوصيات و الإقتراحات التي يمكن أن تساعد على تحسين أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لإكتسابها مسؤولية إجتماعية لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

## الإشكالية

تطرح الإشكالية التالية :  
كيف يساهم تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ؟  
الأسئلة الفرعية :  
1 - ما واقع تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ؟  
2 - هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية و الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة؟  
3 - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك المؤسسات الصغيرة و المتوسطة للمسؤولية؟  
الإجتماعية تعزى للمتغيرات الشخصية (الخبرة في الوظيفة، المستوى التعليمي ، المستوى الوظيفي) لأفراد عينة الدراسة؟

## المسؤولية الاجتماعية

- أبعاد المسؤولية الاجتماعية
- ❖ المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي
  - ❖ المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين
  - ❖ المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن
  - ❖ المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين

## فرضيات الدراسة

- تتبنى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية بنسب متفاوتة.
- هناك علاقة إيجابية و قوية بين متغيري المسؤولية الاجتماعية و الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة محل الدراسة
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمدى إدراك مؤسسات الصغيرة و المتوسطة للمسؤولية الاجتماعية تعزى للمتغيرات الشخصية (الخبرة في الوظيفة، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، العمر) لأفراد عينة الدراسة

## الميزة التنافسية

- أبعاد الميزة التنافسية
- ❖ التكلفة
  - ❖ الجودة
  - ❖ المرونة
  - ❖ التسليم

## المراجع البارزة في الدراسة

الغالبى طاهر محسن و العامري صالح مهدي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع) ، دار وائل للنشر، ط 1، عمان، الأردن، 2005  
نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1996  
لصيرفي محمد، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، ط 1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2007

