

الآثار التسويقية المترتبة على

تبني المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية



2015-----2014

” ”

:

الأثار التسويقية المترتبة على تبنى المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية

.....

.....

.....

:



2015-----2014

اهداء

إلى الأولياء الأعزاء.....

إلى الأسرة الكريمة.....

إلى الأصدقاء الأوفياء.....

إلى الغائبين الحاضرين.....

إلى كل من كان عون لنا في رحلة البحث...

نهدي هذا العمل المتواضع.

شكر و تقدير

الشكر أولا وأخيرا لله عز وجل ممهد السبل وموفق المساعي ومرشد من يضل.

كما نتقدم بالشكر و التقدير لكل من مد يد العون لنا و ساعدنا في انجاز هذا
الجهد المتواضع.

ونخص بالشكر مشرفنا الفاضل...

الأستاذ جلولي محمد

على ما بذله من جهد طيب خلال إشرافه على هذه الدراسة والذي لم يبخل علينا
بوقته وعلمه لإتمام هذا الجهد.

كما نتقدم بخالص الشكر و التقدير إلى ...

كل الأساتذة الكرام

على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة حتى تزدان بأرائهم السديدة وأفكارهم
النيرة.

ونتقدم بالشكر الجزيل للعائلة الحبيبة لصبرهم وتعاونهم معنا وتشجيعهم
المتواصل لنا في مسيرة العلم

Abstract

The scope of social responsibility extended to include multiple parties, marketing effects is considered as the most important beneficial elements which the organization should lead its responsibility towards it.

The subject of the research deals with the marketing implications of the adoption of the foundation for social responsibility. The research has been studied through a questionnaire, as a mean for data collection in the practical study, therefore the SPSS program was used to analyse the data collected from the study sample of the milk factory in SAIDA.

We have found that social services is the biggest positive influential factor in the marketing effects in addition to the other elements which have medium effect.

Keywords: social responsibility, training and development, marketing effects, social services, customer satisfaction.

.....

:

2.....

3..... :

3..... :

4..... :

6..... :

10..... :

10..... :

13. :

21..... :

25..... :

25..... :

26..... :

29..... :

31.....

:

33.....

34..... :

34..... :

40..... :

44..... :

46..... :

46..... :

47..... :

48..... :

51.....

() :

53.....

54..... :

54..... :

55..... :

58..... :

64..... :

64..... :

65..... :

66..... :

68..... :

68..... :

69..... :

92.....

:

14	caroll	1-1
17		2-1
22		3-1
23		4-1
45		1-2

:

9		1-1
11		2-1
15		3-1
19		4-1
34		1-2
48		2-2
67		1-3
68		2-3
69		3-3
70		4-3
72		5-3
89 74		15-3 6-3

:

	01

133

137)

(



:

.

:

-1

.

....

:

:

.1

.2

.3

.4

:



:

:

.1

.

.2

.

.3

.

.4

:

:

.1

.2

.3

:

-
-
-
-
-

:

20 spss

2015

:

:

2015

:

:

50

:

:

:

:

:

(1986)

" ":

:

(260)

:

-

.

-

,

.

(O'Brien & Robinson; 2002)

:

(Corporate Citizenship)

2001

:

2001

:

- :

www.Mori-Corporate Social Responsibility Research.htm

1990

Mori

2000

Mori

Dawkins

Sustainable Development -

Community Involvement -

Ethical Overseas Companies -

Sourcing

Fulop&Hisrich&Szegedi,2000)

129

:

.

:

.

84,

80,

:

%22

-

%56

-

-

:

*

*

*

*

:

...

:

"

"

.

:

1

"

¹ حسين الاسرج المسؤولية الاجتماعية للشركات، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية تعني بقضايا التنمية في الدول العربية - العدد التسعون- فبراير 2003 السنة التاسعة، ص03

1»

,

»

»

2»

:

:

¹ سحنون أسماء "إدارة موارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية" مذكرة لتخرج لنيل شهادة الماستر جامعة دكتور الطاهر مولاي سعيدة كلية العلوم الاقتصادية 2012ص34

² عبد الغفور دادن وآخرون "المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئة" ملتقى "دور معايير التقييس في توجيه السلوك البيئي"، 12 نوفمبر 2012، ص406

:

,
...

:

1920

:

1950

1978 Murphy

1.

:

1967

1953

:

1973

1968

:

1974

:

:

2.

¹-سحنون أسماء "إدارة موارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية"، مذكرة لتخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة دكتور الطاهر مولاي سعيدة كلية العلوم الاقتصادية 2012ص38

² سحنون أسماء "إدارة موارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية"، مذكرة لتخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة دكتور الطاهر مولاي سعيدة كلية العلوم الاقتصادية 2012ص38

() :

•

:

-

-

-

-

-

()

C.E.D

:

•

:

-

-

-

-

, 1920

:

•

:

-

-

-

-

-

-

:01-01

	1	
	2	
	3	
	4	
	5	
	6	
	7	
	8	
	9	
	10	

: <http://www.un.org>

"06

:

:

1

:



:



:

:



:

¹ احمد سامي عدلي ابراهيم القاضي ،"المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية " ، لاغراض الاشتراك في المسابقة البحثية لعام 2010 حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات جامعة الاسيوط ص 09-10.



:

"

"

: 02-01

➤	➤
•	•
➤	➤
•	•
➤	➤
•	•
➤	➤

:

:

"WOLFGANG,2000 "

1.:

:



:

:



(...)

):

:



Carroll

:

¹ سحنون اسماء "ادارة الموارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية" مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر،كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم
التسيير ،جامعة سعيدة ص44

Carroll 01-01



:

45 2013-2012

:

:03-01

•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		

•		
•		
•		
•		
•		
•		

47

:

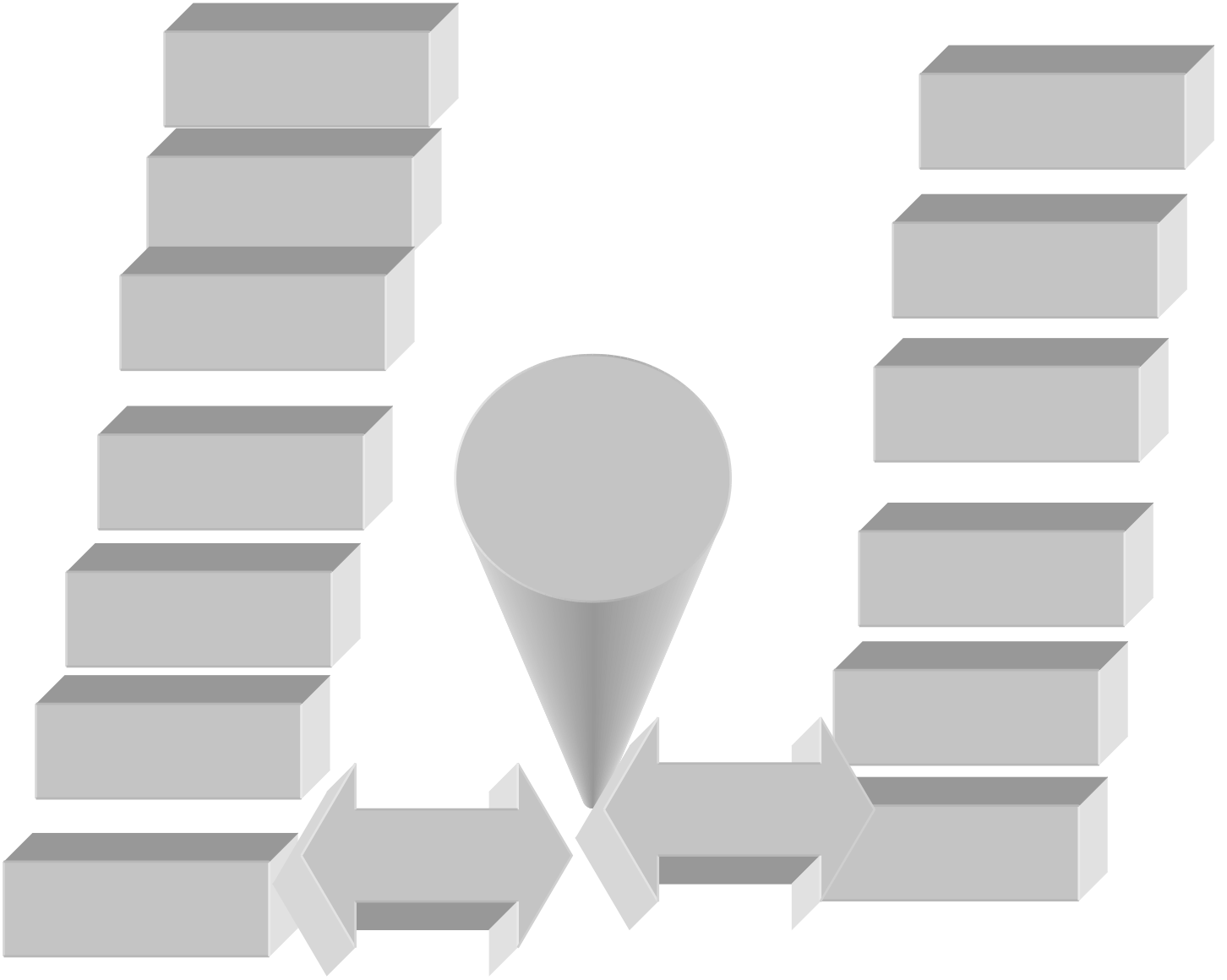
:

-

1

¹ سحنون اسماء، "ادارة الموارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سعيدة، سنة 2012-2013 ص48

:02-01



"

"

:

48 2012

¹ طاهر محسن الغالي "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الاردنية ص217

:

: 04-01

<ul style="list-style-type: none"> • • • • • 	
<ul style="list-style-type: none"> • • • • • • • • • 	
<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	
<ul style="list-style-type: none"> • • • 	
<ul style="list-style-type: none"> • 	

<p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • • • •
<p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • • • • •
<p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • • • •
<p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • • • •

" :
 " : - -
 .43 2011 -

:

,

,

,

.

1

.

.

¹ طاهر محسن منصور الغالبي "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية" مجلة العلوم الإنسانية عمان (الأردن)، العدد 36، 2005، ص 217.218

"

" 03-01

النوع الأول: الاقتصادي
النوع الثاني: المتوازن (اقتصادي - اجتماعي)
النوع الثالث: الاجتماعي .

الربح
النمو
السيولة
عدد محدود من العاملين
فتح الفروع
حجم الإيداع

ظروف عمل ممتازة
سكن ومواصلات
الإعلان الصادق
تكافؤ الفرص للتوظيف
مكافحة التلوث
دعم الأنشطة الثقافية والمؤتمرات

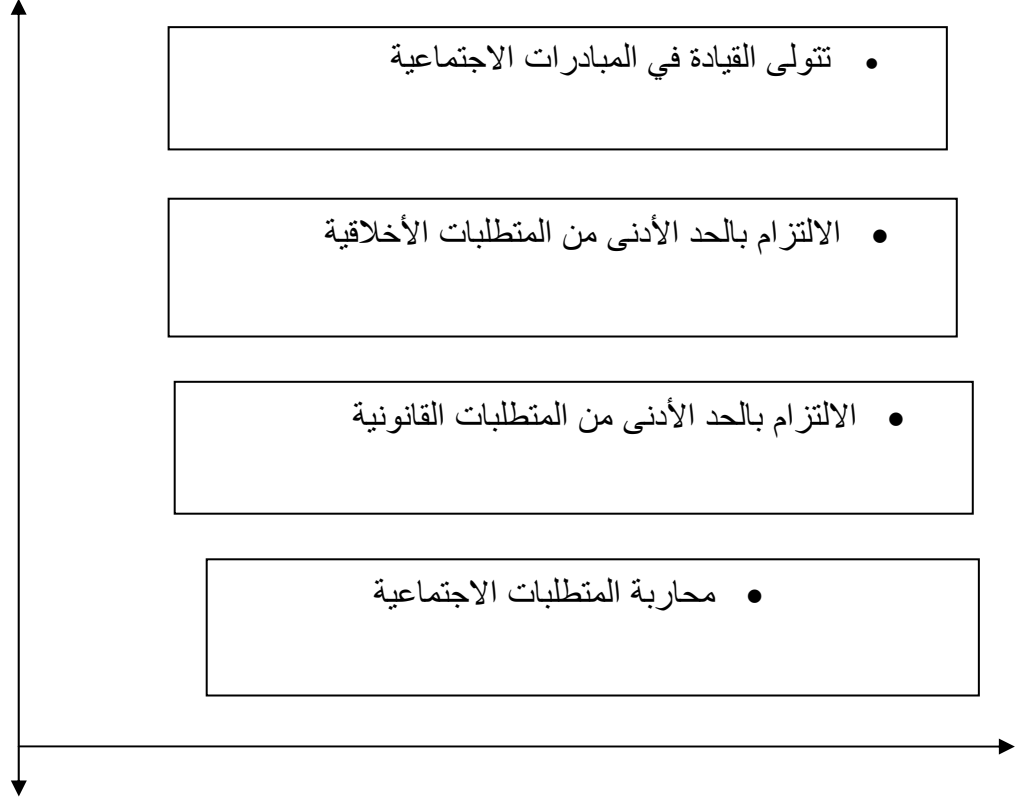
" :

20 2008

:

1

: 04-01



"

"

:

54 2012

¹ احمد سامي عدلي إبراهيم القاضي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العملة في مصر كشركات مساهمة مصرية "لأغراض الاشتراك في مسابقة البحثية لعام 2010 حول فن الإدارة والسلوك التنظيمي"، كلية التجارة - جامعة أسيوط، ص14

1.

:

:

:

:

¹ ضيافي نوال "المسؤولية الاجتماعية والموارد البشري"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير جامعة ابوبكر بلقايد جامعة تلمسان سنة 2009 ص33

_____ :
_____ :

()

" " " "

...

.

1.

:

¹ ضيافي نوال "المسؤولية الاجتماعية والموارد البشري"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير جامعة ابوبكر بلقايد جامعة تلمسان سنة 2009 ص42-42

1

2

¹ ضيافي نوال ،مرجع سابق ،ص.37

² بوبكر محمد حسن ، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين اداء المنظمة دراسة حالة لمؤسسة نفضال وحدة -باتنة- ،مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر علوم التسيير .

...

()

.()

1.

¹ ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابوبكر تلمسان، 2010، ص37.

:

: 1

٥

٥

٥

٥

٥

¹ ام كلثوم جماعي، "الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الاعمال"، الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول، "منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية"، جامعة بشار كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فيفيري 2012، ص 10-11.

:

.

:

...

_____ :

.

_____ :

_____ :

2013

(01-02) :

	55	2000		1
	15	2001		2

	112	2003		3
	72	2004		4
	139	2004		5
	102	2006		6
	127	2008		7

"

"

:

284 2013

"

"

"

"

1.

:

(%25-%95).

(%5)

2

:

:

.1

¹ نزار عبد المجيد رشيد وآخرون، "التسويق المبني على المعرفة"، دار الوراق للنشر الاردن، الطبعة الأولى 2013، ص285
² www.webmethods.com تاريخ الولوج 2014-02-19 ساعة 10:45 am

.2 :

.3 :

.4 :

1 .

_____ :

:

(1 :

(Bouygues Telecoms)

. (/)

¹ نزار عبد المجيد رشيد وآخرون، "التسويق الميني على المعرفة"، دار الوراق للنشر، الطبعة الأولى 2013، ص286

أ- () : (AA AA)

ب- () : (A B A B A B)

ت- : (A) (B) (A) (AAAA BBB)

(A)

(B)

ث- () :

-2

1.

2.

: -1

: -2

: -3

¹ عبد الله واخرون ، "العلاقة بين المزيج الترويجي المبتكر ودوافع الشراء وانعكاساتها على الولاء للعلامات ،رسالة دكتوراه ، كلية الإدارة
الاقتصاد ، جامعة الموصل ، العراق ،2008،ص146-147

² Philip Kotler,2000 , "marketing management", publié par Pearson France 47bis ,rue des Vinaigriers Paris P :148 :

()

_____ :

_____ :

_____ : -1

1 .

¹ محمد حافظ حجازي ، مقدمة في التسويق ، دار الوفاء للنشر والتوزيع ، مصر طبعة الاولى 1984 ، ص 214

() .

-2 :

.....

أ- :

ب- :

:

-

-

-

-

-

-

-

-

-3 :

()

-4 :

(...)¹

:

2:

(1 :

¹ Hugues Dewolf , La Fidelisation de la clientele ,edition diffusion,Clermont,1999.p40
² نزار عبد المجيد رشيد واخرون،"التسويق المبني على المعرفة"،دار الوراق للنشر ، الطبعة الأولى 2013ص307

(2 :

(3 :

(4 :

:

▪

:

•

•

•

•

•

•

•

⋮

⋮

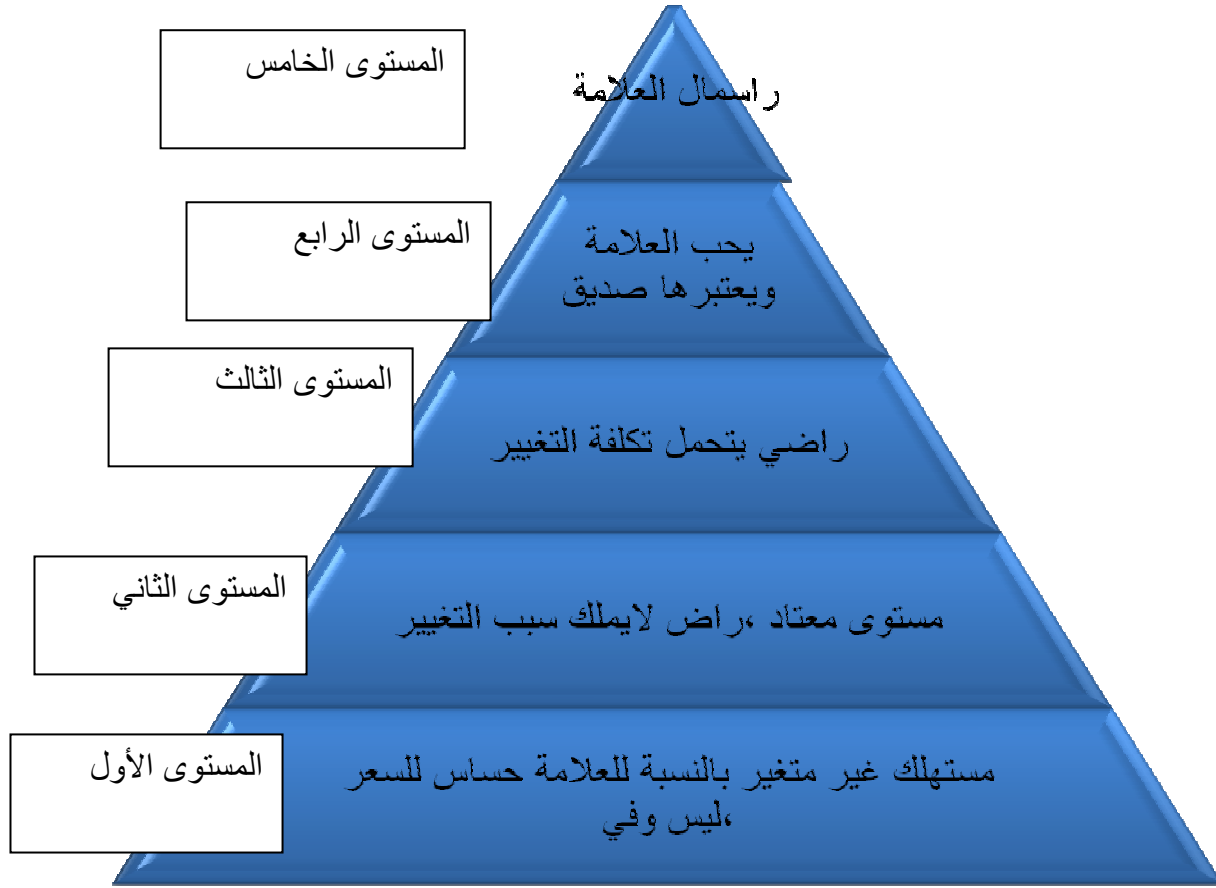
⋮

⋮

⋮

⋮

⋮



: 01-02

" " :

298 2013

:

:

"

" "

"

:

.

-

-

"

"

" "

1.

:

02-02

✓	✓
✓	✓
✓	✓
✓	✓
✓	✓

:

:

:

:1

.() .. -

-

:

البيان	
	إجمالي المبيعات ***
	-م.م المبيعات (**)

	صافي المبيعات
	ينزل تكاليف المبيعات

	تكلفة بضاعة أول المدة ***

	تكاليف البضاعة المنتجة للبيع ***
	يطرح منها بضاعة آخر المدة (**)

	تكاليف المبيعات
	هامش الربح الإجمالي
	تنزل المصاريف الأخرى ***

	مصاريف البيع ++
	مصاريف عمومية ++
	ومصاريف أخرى
	↓
تحليل تكاليف التسويق .	←
	(***)
تحليل حجم المبيعات	***

:

$$\begin{array}{r}
 - \\
 - \\
 - \\
 - \\
 + \\
 = \\
 1
 \end{array}$$

¹ محمد عبيدات وآخرون، إدارة المبيعات مدخل سلوكي، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 1995، طبعة الثالثة، ص 287، 289

: _____

:

1996	20	63-69
------	----	-------

:

. ORELAIT	-
. OROLAC	-
. OROLAIT	-

:

	1948	
	900000	150
. (CLO)		420

1967

1970

OROLAIT

1981-12-12

354-81

1990

40

:

:

:

*

*

-2-13

1984

10000

40000

1988

-12-30

OROLAIT

1997-10-1 1997

1000000

.

:

-1

.

-2

:

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

:

86

8*2

:

5 :

.

-

5 :

.

-

23 :

.

-

.	7 :	-
.	3 :	-
.	17 :	-
.	:	-
.	3 :	
.	2 :	-
.	11 :	-
:		
.	49 :	-
.	18 :	-
.	9 :	-
.	10 :	-
:	25000	
.	13000 *	
.	8000 *	
.	4000 *	
.	*	*

: _____

: 17

8 15 2

: _____ :

: _____

: 6

: 4 : _____ -1

: _____ -

. :

: _____ *

* *

,

.

: _____ *

_____ :

:

-

-

-

-

_____ :

- _____ :

1

- 2 _____ :

- _____ :

:

-

-

-

-

-

- _____ :

3 - _____ :

:

- _____ :

- _____ :

*

... *

- _____ :

_____ - 4

:

- _____ :

- _____ :

- _____ :

-

- _____ :

- 5 _____ :

...

.

:

:

*

.

:

*

.

:

- 6

()

:

: _____ -

:

:

-1

:

" "

-2

:

50

50

:

"spss"

:

.

)

.(

-

-

0.6

.

0.6

:

*

01-03

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,890	7

spss :

"0.890"

"

"

-

"

"0.60 "

. "0.60"

"

0.6<0.8

:

:

()

:

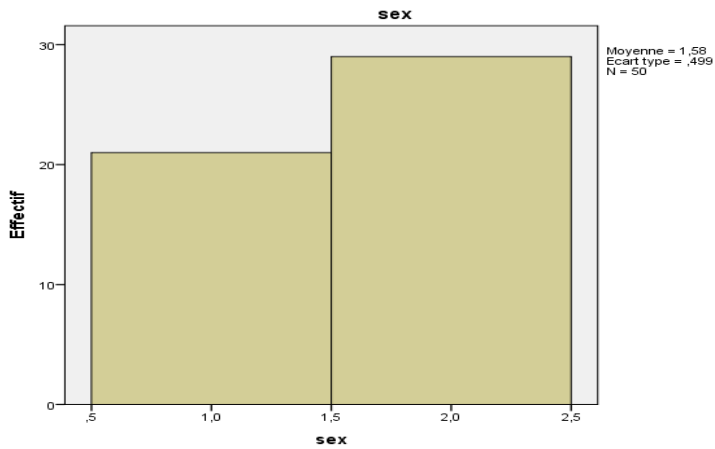
03-02

	Effectifs	Pourcentage
Valide	21	42,0
	29	58,0
	50	100,0

spss

:

01-03



spss :

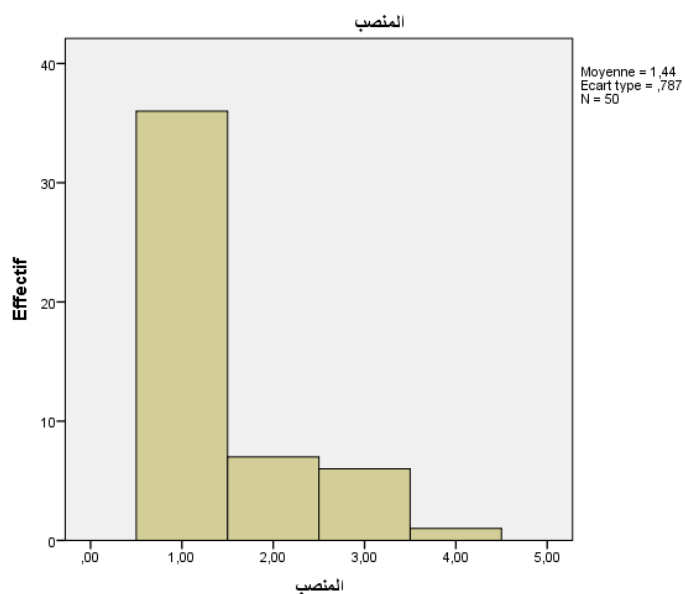
%42 %58

03-03 :

	Effectifs	Pourcentage
Valide	36	72,0
	7	14,0
	6	12,0
	1	2,0
Total	50	100,0

spss :

02-03



spss :

%14

%72

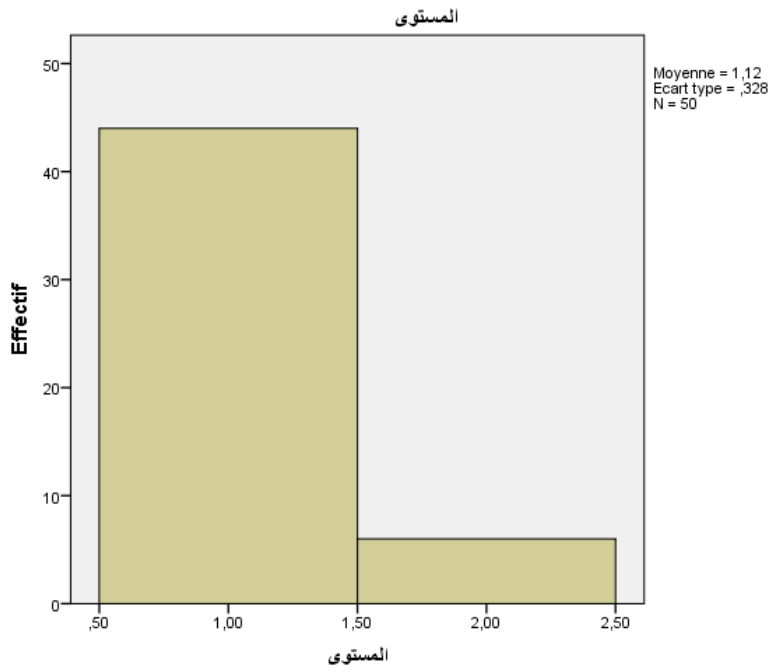
%12

04-03 :

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	44	88,0	88,0	88,0
	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

spss :

(3-4):



spss :

-

%88

%12

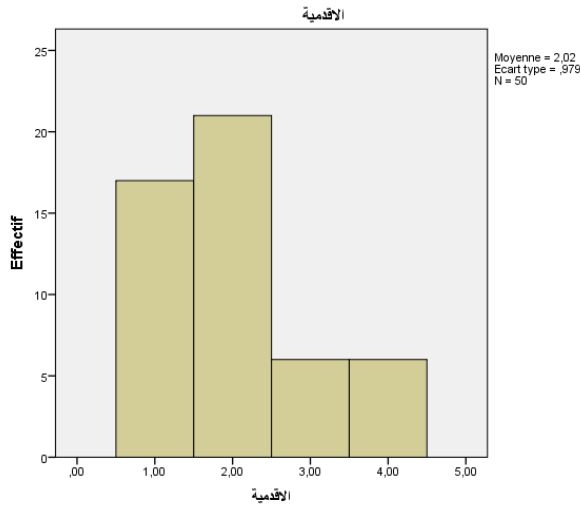
:

05-03 :

	Effectifs	Pourcentage
Valide	17	34,0
	21	42,0
	6	12,0
	6	12,0
Total	50	100,0

spss :

:(5-3)



spss :

-

5

%42

5

%24

4

: _____

)

(

:

:H0

:H1

06-03 :

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,455 ^a	,207	,190	2,75202	,207	12,529	1	48	,001	1,755

a. Valeurs prédites : (constantes), x1

b. Variable dépendante : Y

: spss

0.455

-

0.207

%20.7

.0.01

12.529

:07-03

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Corrélations		
	A	Erreur standard	Bêta			Corrélation simple	Partielle	Partie
1	(Constante)	15,484	1,480		,000			
	x1	,108	,030	,455	3,540	,001	,455	,455

a. Variable dépendante : Y

: spss

$$(\beta = 0.455, p = 0.1)$$

:

H1 H0 sig=0.000

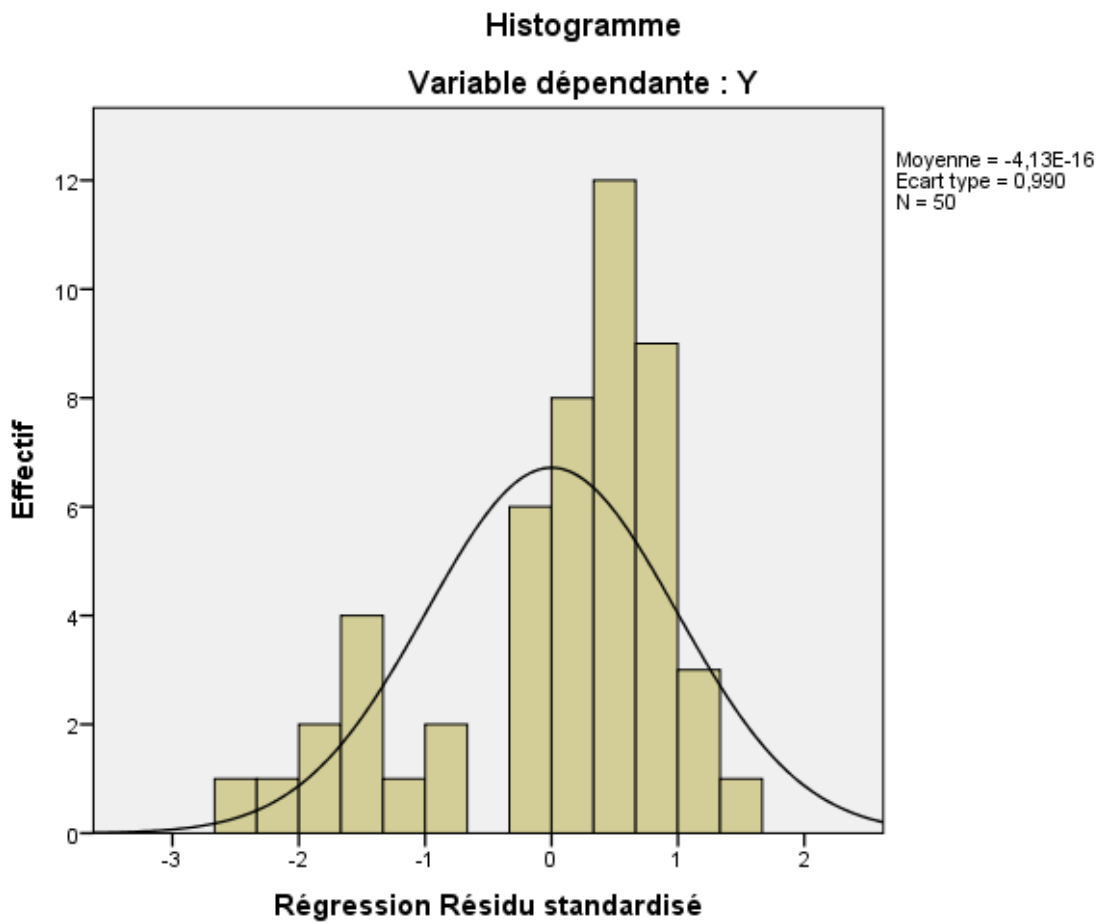
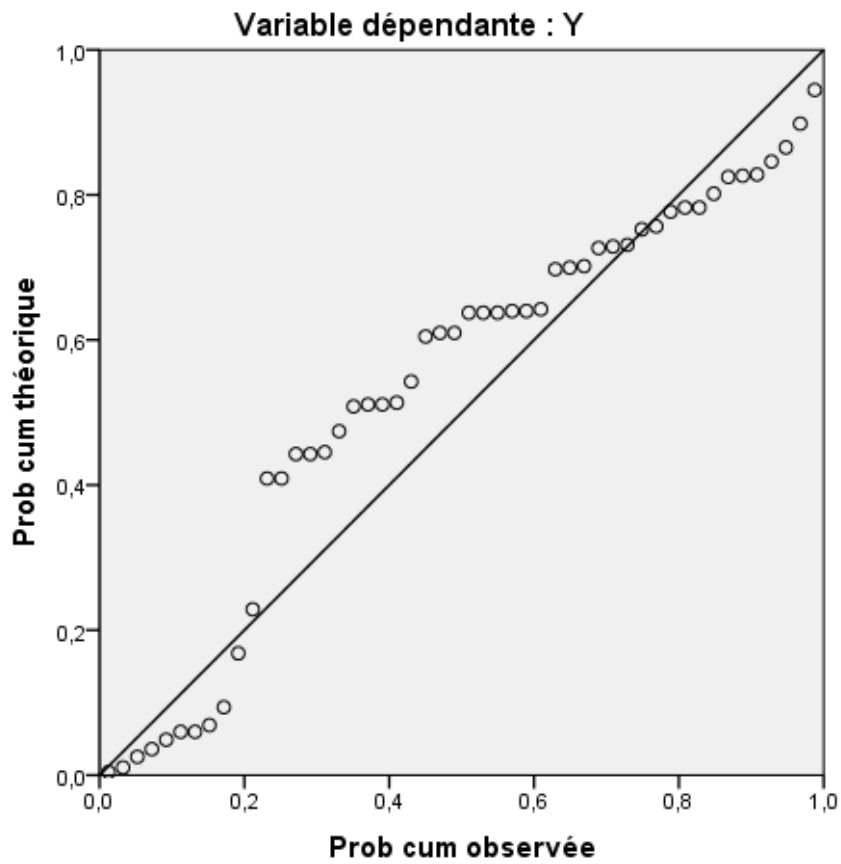


Diagramme gaussien P-P de régression de Résidu standardisé



: _____

:H0

:H1

08-03

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,473 ^a	,224	,208	2,94525	,224	13,848	1	48	,001	1,307

a. Valeurs prédites : (constantes), x2

b. Variable dépendante : Y

spss :

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Corrélations		
		A	Erreur standard	Bêta			Corrélation simple	Partielle	Partie
1	(Constante)	14,411	1,584		9,096	,000			
	x2	,121	,033	,473	3,721	,001	,473	,473	,473

a. Variable dépendante : Y

09-03

spss :

0.473

0.224

f= 13.848

8-3

0.05

0.000

9-3

a,b

.

9-3

$H_0: b=0$

$H_1: b \neq 0$

3.872

t

0.000 t

.b

0.05

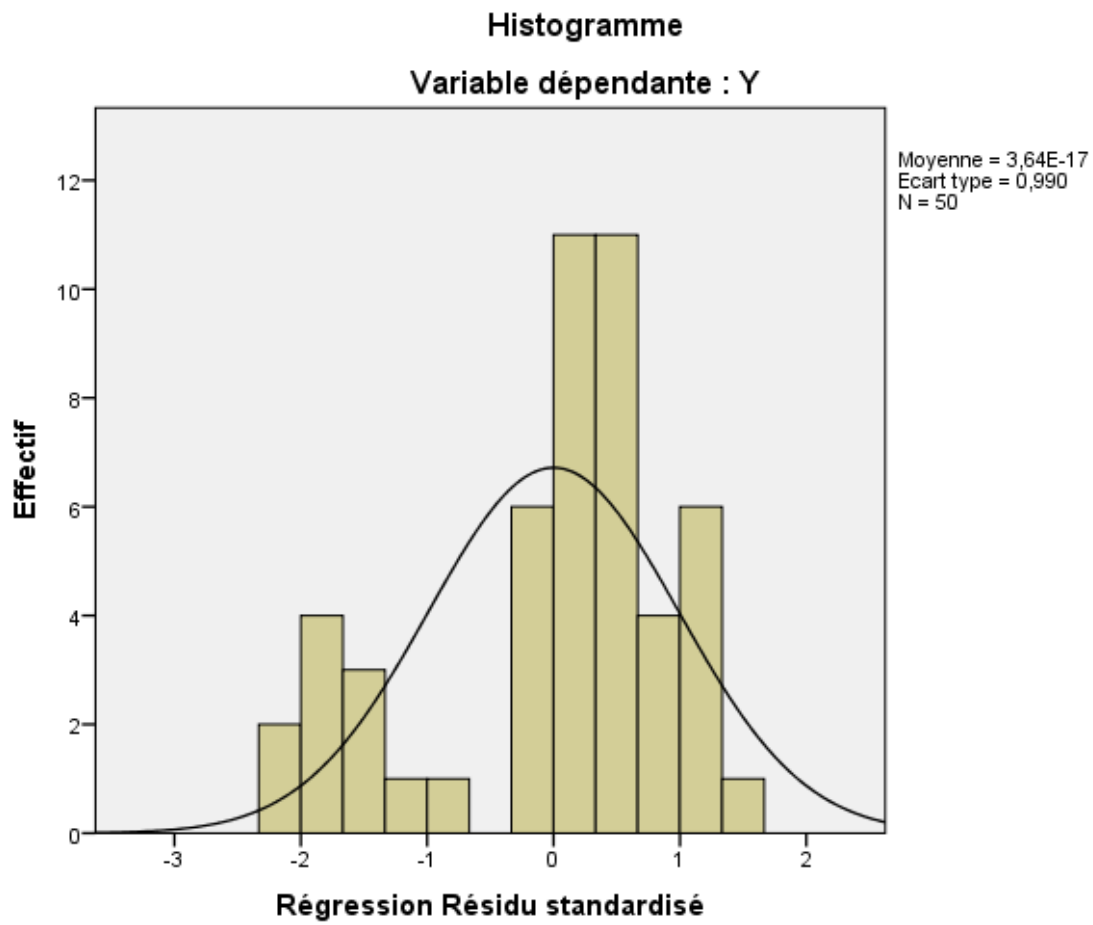
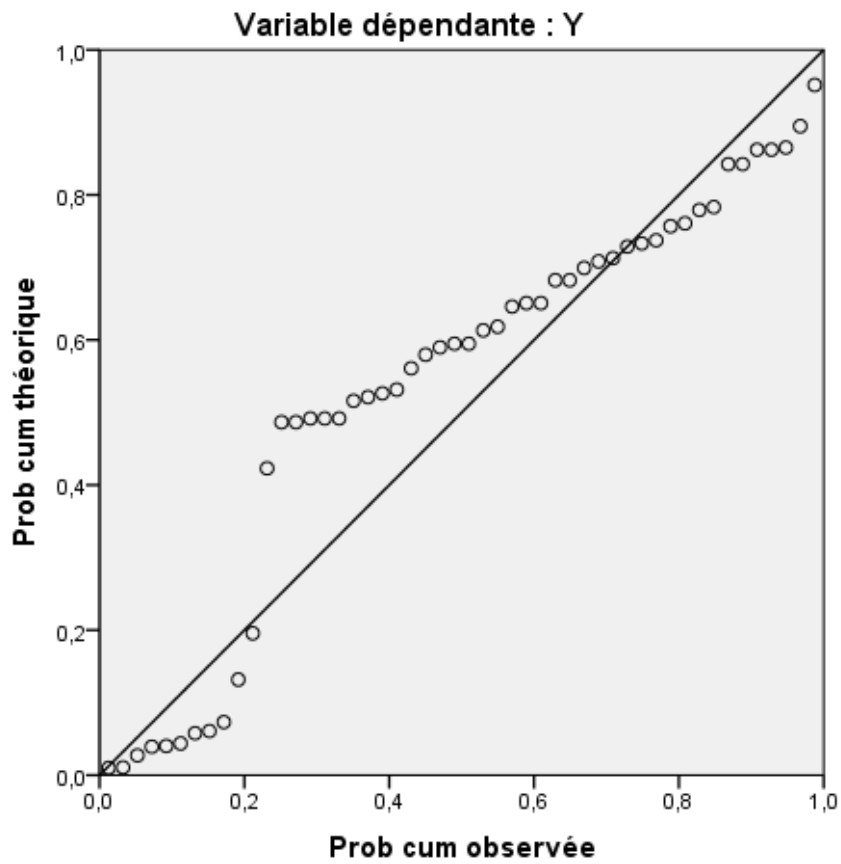


Diagramme gaussien P-P de régression de Résidu standardisé



_____ :

:H0

:H1

10-3

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,338 ^a	,114	,096	12,30660	,114	6,188	1	48	,016	,312

a. Valeurs prédites : (constantes), x3

b. Variable dépendante : Y

SPSS :

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Corrélations		
		A	Erreur standard				Bêta	Corrélation simple	Partielle
1	(Constante)	16,616	1,268		13,101	,000			
	X3	,065	,026	,338	2,488	,016	,338	,338	,338

a. Variable dépendante : Y

11-3

0.388

0.111

f= 6.188

10-3

0.05

0.016

a,b

10-3

10-3

$$y=16.616+0.056x_3+e$$

$$H_0:b=0$$

$$H_1:b \neq 0$$

13.10

t

0.000 t

.b

0.05

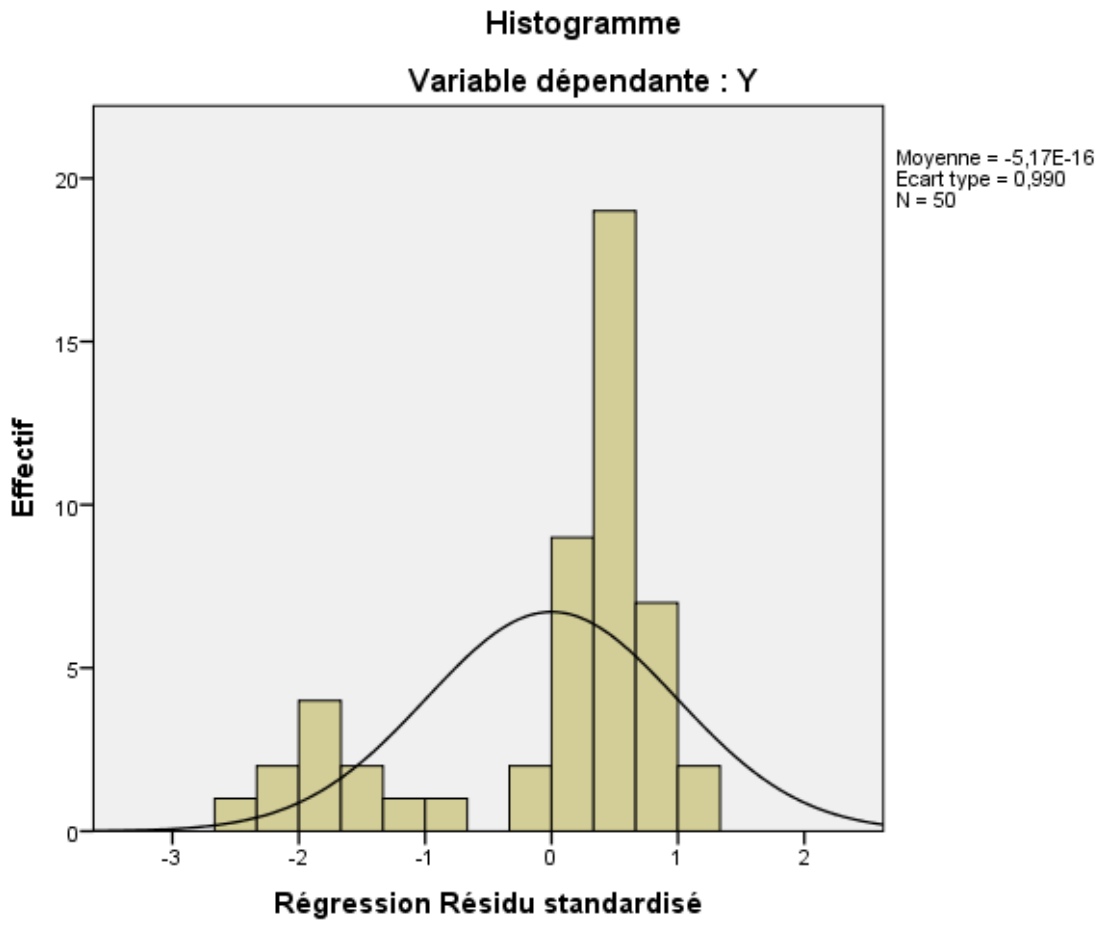
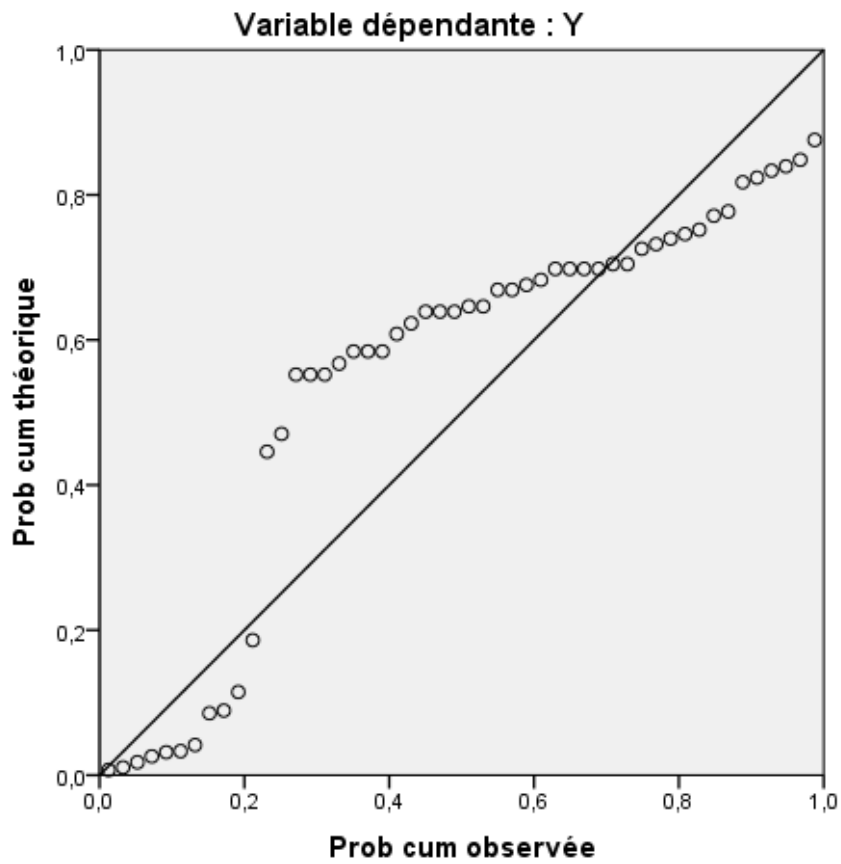


Diagramme gaussien P-P de régression de Résidu standardisé



_____ :

:H0

:H1

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,668 ^a	,446	,434	2,26916	,446	38,633	1	48	,000	1,206

a. Valeurs prédites : (constantes), x4

b. Variable dépendante : Y

12-3

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Corrélations		
	A	Erreur standard	Bêta			Corrélation simple	Partielle	Partie
1	(Constante)	11,960	1,221					
	X4	,156	,025	,668	9,797	,000	,668	,668
					6,216	,000	,668	,668

a. Variable dépendante : Y

13-3

0.668

0.446

11-3

0.05

0.000

f= 38.63

12-3

12-3

a,b

$H_0: b=0$

$H_1: b \neq 0$

13.10

t

0.000 t

.b

0.05

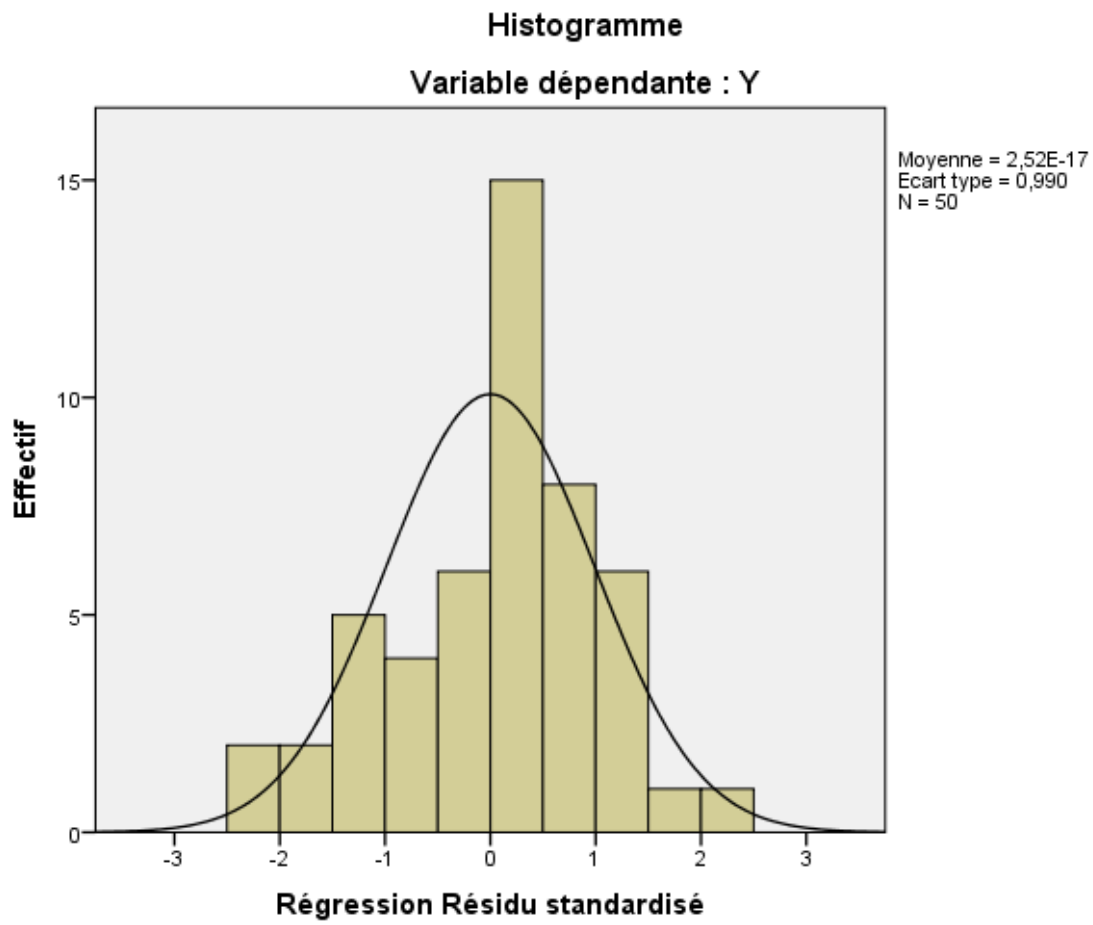
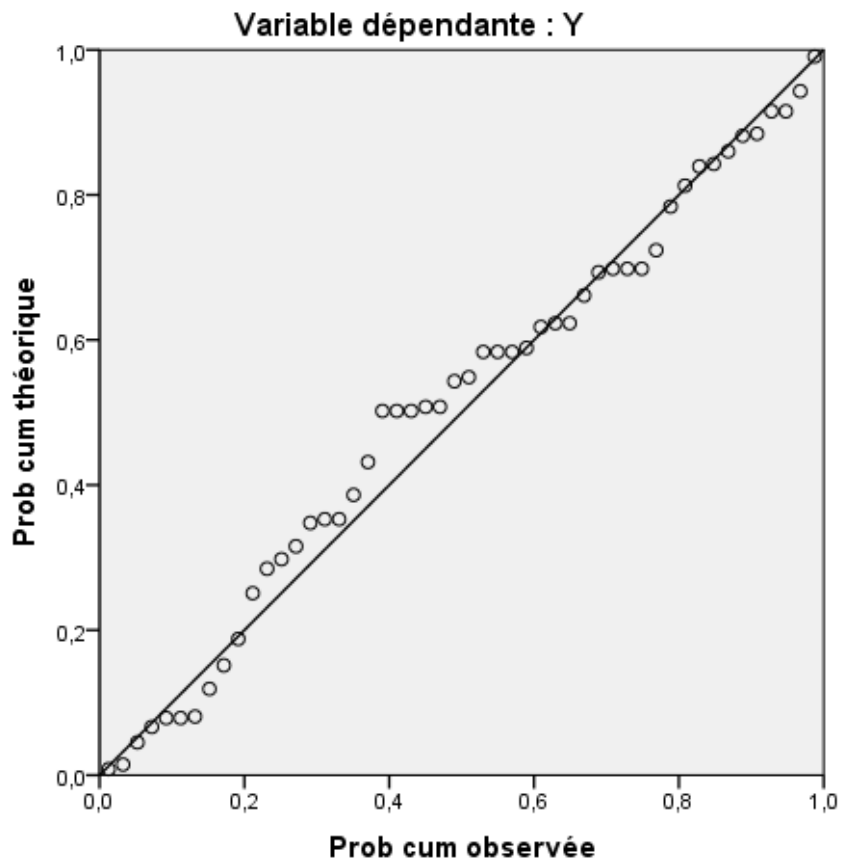


Diagramme gaussien P-P de régression de Résidu standardisé



_____ :

:H0

:H1

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,663 ^a	,439	,427	9,79419	,439	37,555	1	48	,000	,569

a. Valeurs prédites : (constantes), X

b. Variable dépendante : Y

14-3

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Corrélations				
	A	Erreur standard				Bêta	Corrélation simple	Partielle	Partie	
1	(Constante)	-30,791	12,772							
	X	,978	,160	,663	-2,411	,020	,663	,663	,663	,663

a. Variable dépendante : Y

15-3

14-3

0.663

%24

:

0.24.

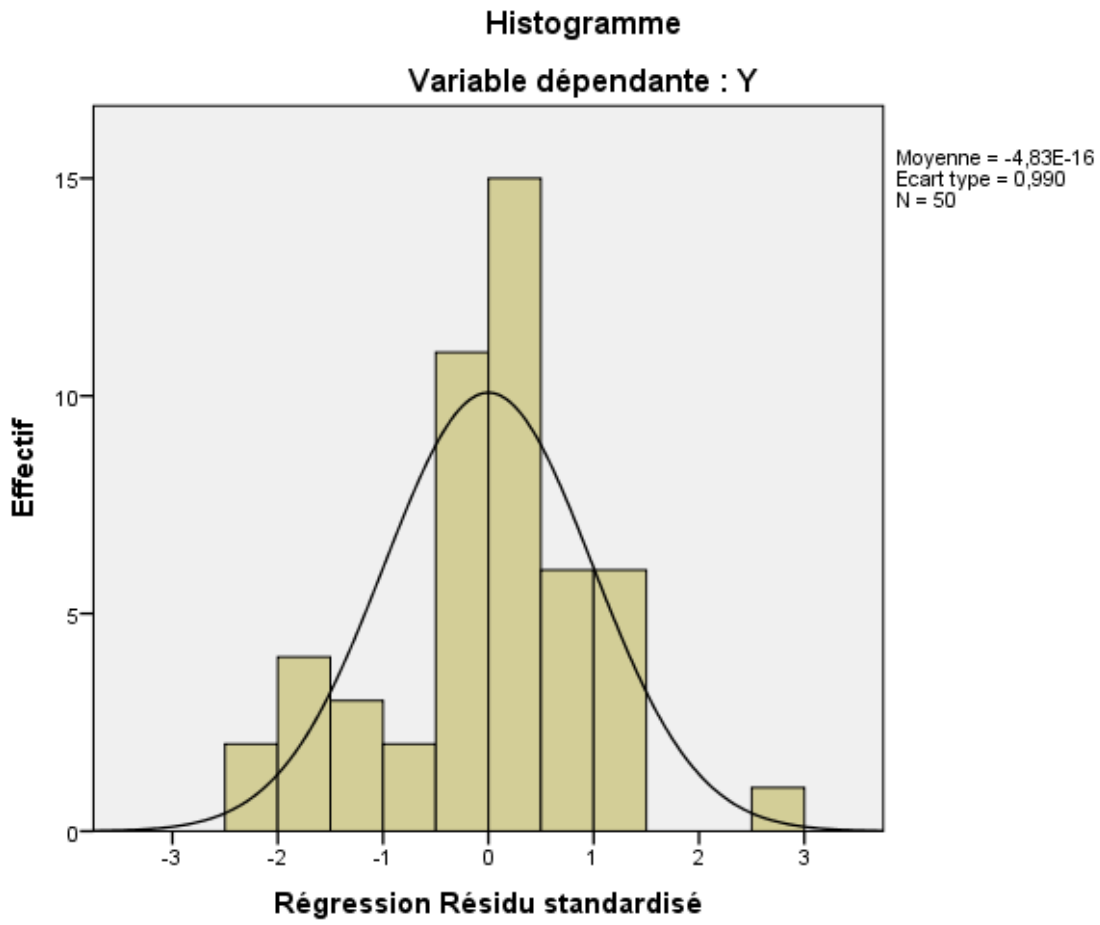
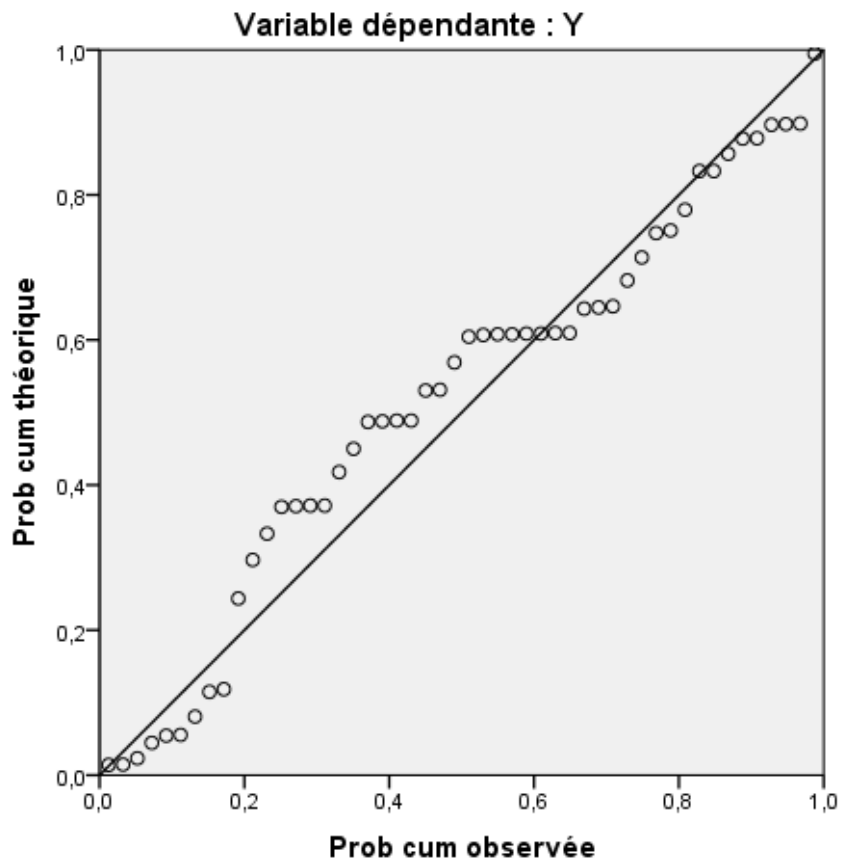


Diagramme gaussien P-P de régression de Résidu standardisé



:

:

-1

-2

-3

-4

-5

-6

-7

-8

: -1

-1

2013

-2

1984

-3

1995

:

"

"

-1

2012

"

-2

2010

"

"

-3

2011

"

"

-4

2011

"

	"	"	-5
		2009	
"		"	-6
		2010	
"		"	-7
		2008	
		:	-2
			-1
		02	
		:	-3
		"	-1
2012		"	"
"		"	-2
	2012		
		:	-4

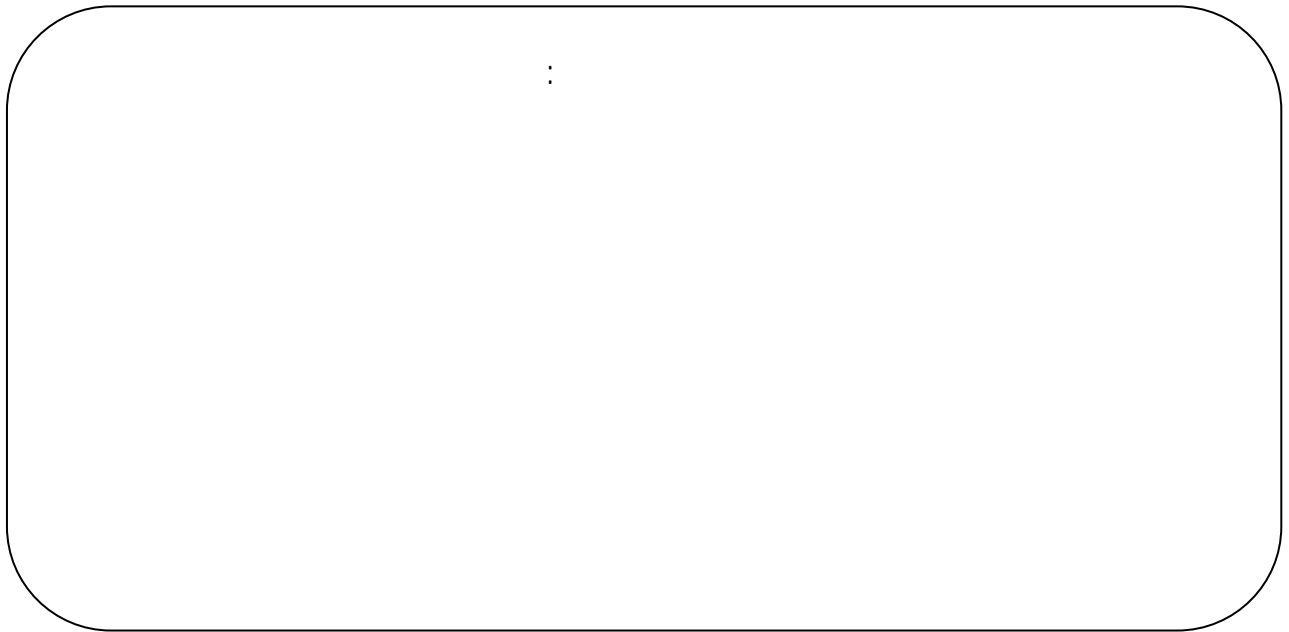
1- Philip kotler 2000,"marketing managment" publie par persson
France

2-hugues dewolf ,"la fideliation de la clientel",edition diffusion,
clermont 1999

3- jean mavie,"managment de la qualite 3emme edition economica
paris 2001

2016/2015

:



:

:

-

:

-1

:

-2

5 1

:

-3

10

10 5

:

-4

:

						1
						2
						3
						4
						5

:

						1
						2
						3
						4
						5

:

						1
						2
						3
						4
						5

:

						1
						2
						3
						4
						5

:

						1
						2
						3
						4

:

						1
						2
						3
						4

:

						1
						2
						3
						4