**أثر المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في حماية المستهلك في الشركات الصناعية الغذائية في الأردن**

**إعداد**

 **رامي يوسف حداد**

**إشراف**

 **أ.د. محمد إبراهيم عبيدات**

**الملخص**

 هدفت الدراسة إلى بيان أثر المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في حماية المستهلك في الشركات الصناعية الغذائية في الأردن. ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع (220) استبانة على عينة الشركات المبحوثة والمتمثلة بــــــ(مدراء الإنتاج، مدراء التسويق، مدراء العمليات، مدراء العلاقات العامة ) ولمحاولة تحليل علاقة الارتباط و التأثير بين المتغيرين المستقل بأبعاده الممثلة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه كل من (بطاقة البيان للمنتج، والتشريعات والرقابة الصناعية، والخداع التسويقي والترويجي، وشكاوى المستهلك)، والمتغير التابع ممثلا بحماية المستهلك. تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية في برنامج SPSS، منها مقاييس النزعة المركزية والتشتت، ومعامل الانحدار. وقد بينت نتائج الدراسة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية متمثلاً في (بطاقة البيان للمنتج، التشريعات والرقابة الصناعية، والخداع التسويقي، ومعالجة شكاوى المستهلك) في حماية المستهلك. وأن الشركات تعتبر تطبق المسؤولية الاجتماعية من خلال تطبيقها للقوانين والتشريعات المعمول بها محلياً، وأساساتها الخاصة و، وعدم وجود آلية مشتركة بينها وبين جمعية حماية المستهلك. وخلصت الدراسة إلى تقديم مجموعة من التوصيات ومن أهمها ضرورة إيجاد تشريع عصري حديث متوازن لحماية المستهلك، ودعم حماية المستهلك المحلية مادياً وتشريعيا لتحقيق أهدافها، وكما هو الحال في معظم البلدان العربية والأوروبية.

**The Impact of Social and Ethical Responsibility in Consumer Protection on Industrial Food Companies in Jordan**

**Prepared by**

 **Rami Yousef Haddad**

**Supervised by**

 **Prof. Mohammad Ibrahim Obidat**

**Abstract**

This study aimed to examine the impact of social and ethical responsibility on consumer protection in the industrial food companies in Jordan. To achieve the objectives of the study, 220 questionnaires were distributed to the sample of the targeted companies (production directors, marketing managers, and operations managers, PR managers) to analyze the relationship between the independent variables with their dimensions represented by social responsibility to wards. Legislation and industrial control, marketing and promotional deception, and consumer complaints), and the dependent variable represented by consumer protection, a range of statistical methods were used in the SPSS program, including the central and dispersion coefficients, and regression coefficients. The results of the study showed that there is a statistically significant impact on the social and ethical responsibility represented by (product declaration card, legislation and industrial control, marketing deception, and handling consumer complaints) in consumer protection. Furthermore, companies’ local adopted legislations apply social responsibility through the application of the laws and legislation in force locally, their private police, and the absence of a joint mechanism between them and the Consumer Protection Association. The study concluded a series of recommendations, which are adopted in more Arabic and European countries. The most important one is the need to adopt a modern and balanced legislations to protect consumers and to support local consumer protection association financially and legislatively to achieve its goals.