

تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية (دراسة تطبيقية عن شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة)

فتحي الطاهر التريكي* وإمحمد مصطفى بازينة*

ملخص

هدفت الدراسة إلى تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال التركيز على أبعاد بيئة العمل الداخلية المتضمنة ثلاثة عناصر هي: المدخلات، والأنشطة والعمليات، وهيكل المخرجات. بالإضافة إلى أبعاد البيئة الخارجية المتعلقة بالقضايا الإنسانية والبيئية للمجتمع وذلك في شركات القطاع الخاص في مدينة مصراتة، وقد استخدمت الدراسة أسلوب الاستبيان في جمع البيانات التي تم تحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وأظهرت نتائج الدراسة التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه أبعاد بيئتها الداخلية وكذلك تجاه القضايا الإنسانية والبيئية، كما بينت وجود ارتباط موجب وقوي بين تلك العناصر ونتائج أعمال تلك الشركات مما يعني انعكاساً قوياً لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية على تحقيق أهداف تلك الشركات.

الكلمات الدالة: المسؤولية الاجتماعية، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، قياس المسؤولية الاجتماعية، شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة.

1- مقدمة

باعتراف الجميع، ومع بداية القرن الواحد والعشرين أصبح القطاع الخاص القائد لعملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والمصدر الأساسي للاستثمار خصوصاً بعد تخلي الحكومات في معظم دول العالم عن دورها الرئيسي في التنمية الاقتصادية، وقد أدت هذه التحولات إلى تزايد الاهتمام وتوسع الحديث حول موضوع المسؤولية الاجتماعية لهذا القطاع من مختلف الأوساط الأكاديمية والإعلامية والمهنية، حيث تعد المسؤولية الاجتماعية من أهم المقاييس التي تستخدم في الحكم على مدى تميز وتفوق منظمات الأعمال، الأمر الذي دفع بالعديد من الشركات للعمل نحو تعزيز برامج المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في مختلف المجالات، لا سيما في الإنتاج والعمليات، وذلك انطلاقاً من مبدأ الالتزام بالواجبات الاجتماعية والأخلاقية تجاه البيئة والمجتمع، وبالتالي فإن دور المنظمات لم يعد يقتصر على المبادرات الخيرية فقط، بل امتد ليشمل استدامة الأعمال، أو ضبط إيقاع جميع تصرفات المنظمة لكي تتماشى مع برامج المشاركة المجتمعية، والامتثال

للمتطلبات القانونية وحماية البيئة، ونظراً لزيادة الوعي بأهمية الدور الاجتماعي والأخلاقي للمنظمات الأمر الذي يدفع بها للموازنة بين جوانبها الاقتصادية المتمثلة بتحقيق الأرباح والجوانب الأخلاقية والاجتماعية تجاه البيئة التي تشكل الإطار الذي تعيش فيه (عطيان، وآخرون، 2016).

كما فرضت المسؤولية الاجتماعية للشركات نفسها قوة في محيط العلاقات الاقتصادية سواء الوطنية منها أو الدولية، على اعتبار أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو استثمار ينعكس على عملياتها الإنتاجية وأرباحها، ومن جانب آخر فهو يساهم في تخفيض مستوى النزاعات والاختلافات بين الإدارة والعاملين بها، والمجتمعات المتعاملة معها، ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تذكيرها بمسؤوليتها الاجتماعية، وكيفية تصرفها أخلاقياً تجاه البيئة بما ينعكس إيجابياً على مساهمتها في تحقيق التنمية (الأسرج، 2010).

ونظراً للتزايد الملحوظ في منظمات القطاع الخاص في ليبيا، خصوصاً بعد النجاحات التي حققتها على مستوى الحجم والربحية، وفي ظل فشل واستمرارية تدني الدور الاقتصادي

جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجيات التي تتبناها معظم المنظمات والشركات الدولية، وبالتالي فإن أهمية هذه الدراسة تتبع أساساً من أهمية الموضوع نفسه، كما تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تقدم وصفاً علمياً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها، وطرق تقييم أداء الشركات لمسئوليتها الاجتماعية، كما تستمد هذه الدراسة أهميتها أيضاً باعتبارها إسهاماً متواضعاً يهدف به الباحثان للتعرف على مدى التزام شركات القطاع الخاص في ليبيا بمسئوليتها الاجتماعية، ومن المتوقع أن تساهم نتائج هذه الدراسة في تعزيز المبادئ والسلوكيات الأخلاقية والاجتماعية للشركات الليبية بما يعزز مواكبة التطورات والارتقاء بمستوى التفاعل الاجتماعي مع البيئة والمجتمع الذي تعمل فيه هذه الشركات.

4- فرضيات الدراسة:

بالاستناد إلى مشكلة الدراسة، ومن أجل الوصول إلى إجابة لتساؤلاتها فقد تم صياغة فرضيات الدراسة ضمن ثلاث فرضيات رئيسية؛ تتضمن الفرضية الرئيسية الأولى تحليل وقياس مدى التزام شركات القطاع الخاص في بمدينة مصراتة بواجبها ومسئوليتها الاجتماعية المتعلقة بأنشطتها وعملياتها الإنتاجية، وتتضمن الفرضية الرئيسية الثانية تحليل وقياس مدى التزام هذه الشركات بمسئوليتها الاجتماعية تجاه القضايا الإنسانية والبيئية في المجتمع الذي تعمل فيه هذه الشركات، وتتضمن الفرضية الثالثة قياس اتجاه العلاقة بين بين التزام شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسئوليتها الاجتماعية ونتائج أعمالها. وعليه تمت صياغة فرضيات الدراسة بالصورة العدمية على النحو التالي:

H01: لا تلتزم شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه عناصر بيئتها الداخلية (هيكل المدخلات، والأنشطة والعمليات، والمخرجات).

H02: لا تلتزم شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه القضايا الإنسانية والبيئية في المجتمع.

H03: لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التزام شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسئوليتها الاجتماعية ونتائج أعمالها.

والاجتماعي للشركات الحكومية، الأمر الذي فرض لها دوراً اجتماعياً جديداً، وبشكل يساهم في تحقيق أهدافها وتطلعاتها الاجتماعية، كما وأن مؤشر أداء المنظمات لم يعد مقتصرًا على الأداء الاقتصادي والمالي فحسب، وإنما أصبح للأداء الاجتماعي دور محوري في قياس الأداء، الأمر الذي يجذب الانتباه لمحاولة التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومحاولة التأصيل العلمي والفكري لهذا المفهوم، ومن ثم إمكانية إيجاد مؤشرات أو معايير لقياس وتقييم أداء الشركات في ممارساتها لمسئوليتها الاجتماعية، وكل ذلك يدفع بالباحثين نحو محاولة تقييم أداء شركات القطاع الخاص في مجال تطبيق أو ممارسة المسؤولية الاجتماعية.

2- مشكلة الدراسة:

يكتسب الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص بشكل عام أهمية متزايدة، حيث لم يعد تحقيق معايير الميزة التنافسية يعتمد على قوة المراكز المالية للشركات فحسب؛ بل ظهرت مفاهيم حديثة للمنظمات تتطلب خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة ببيئة الأعمال، بما يعكس الدور الاجتماعي لهذه الشركات، وعليه فإن مشكلة الدراسة تتبلور من خلال طرح التساؤل التالي:

ما هو مستوى التزام شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة بمسئوليتها الاجتماعية؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل تعكس بيئة العمل الداخلية (هيكل المدخلات، هيكل الأنشطة والعمليات، وهيكل المخرجات) لشركات القطاع الخاص التزامها بمسئوليتها الاجتماعية؟
2. هل تلتزم شركات القطاع الخاص بمسئوليتها الاجتماعية تجاه القضايا الإنسانية والبيئية للمجتمع؟
3. هل توجد علاقة دالة إحصائية بين مستوى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ونتائج الأعمال بشركات القطاع الخاص؟

3- أهمية الدراسة:

يعتبر موضوع المسؤولية الاجتماعية من المواضيع التي تطرح بقوة على المستوى الدولي، وأصبحت المسؤولية الاجتماعية

5- أهداف الدراسة:

والأعراف السائدة في المجتمع من مهام وواجبات وتقديم المعالجات المناسبة للمشاكل التي تواجه المجتمع، ذلك هو ما يشار إليه بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

ويعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم الحديثة لمنظمات الأعمال، كما أنه وإلى حد الآن لم يتم الاتفاق على تعريف موحد يصف ويحدد مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل جامع وشامل، ذلك لأن الباحثين والدارسين ينطلقون من خلفيات مختلفة في محاولاتهم لتحديد هذا المفهوم، كذلك فإن التباين الحاصل في الأنظمة الاجتماعية في مختلف الدول والمناطق والمشاكل التي تعاني منها، أدى إلى ظهور وجهات نظر عديدة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

ولكي نستطيع تحليل مفهوم المسؤولية الاجتماعية فإن الأمر يستلزم الاسترشاد بمجموعة من التعريفات التي وضعتها بعض المؤسسات الدولية المهنية والبحثية، ومنها على سبيل المثال تعريف البنك الدولي للمسؤولية الاجتماعية بأنها: التزام الشركة بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد (world bank, 2005).

كما قامت الجمعية العامة للأمم المتحدة بوضع تعريف للمسؤولية الاجتماعية بأنها: التزام الشركة بعنصرين: العنصر الأول؛ هو الالتزام بقوانين البلد الذي تعمل به الشركة واتباع التوجيهات الإرشادية للمجتمع الدولي بشأن مسائل كالعالمية، وحقوق الإنسان والبيئة. والعنصر الثاني؛ هو تبرع الشركة بالأموال والوقت والموظفين في سبيل قضايا تطوعية، وقد تقوم الشركة أحياناً بهذه الأعمال كدليل على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية (المبروك، 2009).

ويعرّف مجلس الأعمال للتنمية المستدامة (WBCSP) المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها: التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والإقليمي بغرض تحسين جودة حياتهم (Driek Cetindamara-2007, 176)، في حين فسر المعهد الدولي للتنمية المستدامة مصطلح المسؤولية الاجتماعية في إطار

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع التزام شركات القطاع الخاص العاملة في مدينة مصراتة بمسؤوليتها الاجتماعية، وذلك في إطار تحليل جوانبها المتعلقة بالأنشطة والعمليات، وجوانبها المتعلقة بالبيئة والمجتمع، وعلى مسيرة تحقيق هذا الهدف الرئيسي تنبثق مجموعة من الأهداف الفرعية التي يمكن إجمالها بالآتي:

1. المساهمة في بيان المفهوم العلمي للمسؤولية الاجتماعية، ومحدداتها، وأهميتها بالنسبة للشركات.
2. تقييم ممارسة الشركات موضوع الدراسة لمسؤوليتها الاجتماعية وفق معايير ومؤشرات علمية.
3. نشر ثقافة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في الشركات وفي المجتمع ككل.

6- منهجية الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهجية وصفية تحليلية، حيث تركزت أعمال المنهج الوصفي على وصف المفاهيم الواردة في الدراسة وصفاً علمياً دقيقاً، وتحديد ملامحها وصفاتها الخاصة بها تمهيداً لتحليلها، بمعنى أن عملية الوصول إلى النتائج في هذه الدراسة قد تمت وفقاً لتسلسل منطقي ابتداءً من وصف العلاقة القائمة بين المفاهيم الأساسية، بينما تركزت أعمال المنهج التحليلي بعملية إجراء المسح الاستطلاعي لعينة من شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة والطلب منهم الإجابة على فقرات الاستبانة المصممة لهذا الغرض، ومن ثم تم تحليل البيانات المُجمعة باستخدام برمجية الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بالطرق الإحصائية المناسبة.

7- الإطار النظري:**1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية:**

تشير العديد من الدراسات إلى أن المتغير الأساسي في بقاء المنظمات وتطويرها يكمن في انسجامها وتطابقها مع البيئة التي تعمل فيها، ومدى استجابتها لحاجات ومتطلبات المجتمع مما يجعلها مطالبة بالاهتمام بالمتغيرات الاجتماعية، بما يحقق المساهمة الفاعلة في تحسين نوعية حياة الأفراد، وتجسيد مفهوم المواطنة في عملها، والمسؤولية التي يفرضها العقد الاجتماعي

الاجتماعية على العكس من ذلك تماماً، وهو أنها أي المسؤولية الاجتماعية تمثل استثماراً طويلاً الأجل ويدور عائداً على المدى الطويل يفوق النفقات التي صرفت على الأنشطة المختلفة للمسؤولية الاجتماعية، ويمكن إيجاز المزايا والفوائد التي تعود على الشركات من المسؤولية الاجتماعية بالآتي (العارف، 2010، ص: 21):

إن المسؤولية الاجتماعية تعطي قيمة مضافة للمساهمين وتجعلهم أكثر ثقة في الشركة نتيجة السياسات الاجتماعية التي تطبقها تجاه العاملين والمجتمع.

إن ما تتفقه الشركة على أنشطة المسؤولية الاجتماعية في مجال المحافظة على البيئة مثلاً تستطيع تعويضه على المدى البعيد نتيجة حصولها على سمعة جيدة من خلال تطبيق المعايير البيئية والاجتماعية.

تحسين الأداء المالي للشركة نتيجة زيادة الإنتاجية وتحسين نوعية المنتج وارتفاع حجم المبيعات بسبب تقليل التكاليف وزيادة ولاء الأفراد للشركة وتفضيل العملاء والمستهلكين لمنتجات وخدمات الشركة.

زيادة قدرة الشركة على الاحتفاظ بموظفيها الأكفاء مما يساعد على جذب المستثمرين.

3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

إن الشركات لم تعد حرة في تحملها للمسؤولية الاجتماعية تجاه الغير، حيث لم تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات تقتصر على الأعمال الخيرية المبنية على أعمال تطوعية من قبيل بناء المدارس، أو والمراكز الصحية، أو تقديم الإعانات للفقراء والمحتاجين، بل أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات التزاماً تقتضيه التشريعات والقوانين والأعراف بل يتعدى ذلك إلى أن أصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءاً من الإصلاح المطلوب تنفيذه من قبل شركات القطاع الخاص.

لقد اتسع مجال المسؤولية الاجتماعية ليشمل ثلاث فئات رئيسية وهي: العاملين بالشركة، المستهلكين والعملاء، المجتمع والبيئة المحيطة، ومن ثم يمكن تصنيف ما تقدمه

التنمية المستدامة بأنها: تشير إلى المجتمع، وأنه من المتوقع أن تسهم معايير أو مقاييس المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الركائز الثلاثة لتحقيق التنمية المستدامة وهي (التنمية الاقتصادية، التنمية الاجتماعية، حماية البيئة) (التويجري، 1988).

ويشير بلوم ستروم إلى المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بقوله (هي الأفعال التي تلتزم بها المنظمات لحماية ازدهار ورفاهية المجتمع ككل مع الاهتمام بالمصالح الذاتية للمنظمة) وعرفت أيضاً بأنها: عقد اجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع (الراحلة، 2011، ص: 64)، أو الإقرار بأثر أنشطة الشركة على المجتمع، وبالتالي ضرورة أخذ هذا الأثر بنظر الاعتبار عند صنع قرارات الشركة (William & others, 2010, (p:44).

إن المسؤولية الاجتماعية هي إحساس ديني وأخلاقي ووطني بالمساهمة الاجتماعية سواء كان بالعمل أو بالمال تجاه أشخاص متعددين، منهم من يعمل داخل الشركة، ومنهم المقيم بالبيئة المحيطة، وذلك مقابل استغلال الموارد المادية والبشرية للمجتمع، وتحقيق الأرباح (الدقن، 2010، 70).

ومن خلال ما تم تقديمه من تعريفات يمكن استخلاص العناصر الرئيسية التالية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

1. إدراك وإقرار إدارة الشركة وموظفيها فكرياً وعملاً بمسئوليتها الاجتماعية من خلال نظم اجتماعية تقرها الشركة وتلتزم نفسها بها.
2. تتضمن المسؤولية الاجتماعية مسؤولية الشركة بالآثار البيئية والاجتماعية لأنشطتها القريبة منها والبعيدة.
3. يتطلب ممارسة الشركة لمسئوليتها الاجتماعية الموازنة بينهما وبين المسؤوليات الأخرى مثل المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية القانونية.

2- أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات:

يعتقد البعض بأن المسؤولية الاجتماعية تمثل عبئاً على الشركة وتساهم في زيادة المصروفات والنفقات وبالتالي فهي تعمل على تخفيض أرباح الشركة، لكن الثابت هو أن المسؤولية

- تزويد أفراد المجتمع بالمواد الغذائية والمساهمة في المناسبات الدينية مثل موائد الإفطار خلال شهر رمضان أو التبرع بالأضاحي في عيد الأضحى.

- مجالات التعليم؛ كإقامة معاهد تعليمية لرفع كفاءة المرشحين الجدد وإعدادهم للدخول لسوق العمل، وتشجيع الطلبة على مواصلة دراساتهم العليا، والمساهمة في إقامة المختبرات العلمية.

- المجالات الصحية؛ كإقامة المستوصفات والمراكز الطبية وحملات الوقاية من الأمراض، وتعويض الأفراد عن الأضرار الصحية التي تلحق بهم.

- مجالات ثقافية؛ مثل إقامة المعارض والمكتبات في المناطق النائية وإصدار المجالات الثقافية.

- مجالات رياضية؛ مثل إقامة النوادي والدوريات والتبرع للأندية الرياضية وإنشاء المنتزهات ودور المسنين وغيرها.

- إقامة المناطق الخضراء ومقاومة التلوث ومساعدة الأفراد في حالات الكوارث الطبيعية في إزالة المخلفات والمساهمة في غرس الأشجار وإقامة برامج وندوات التوعية للحفاظ على البيئة، مع ضرورة إيجاد التوازن بين التكلفة الاجتماعية للإنتاج وتكاليف التحكم والرقابة وبين المنافع الاجتماعية، كذلك عمليات تدوير واسترجاع بعض المواد ثم تسويقها وإيجاد الصناعات الصديقة للبيئة.

4- عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية:

هناك مجموعة من العوامل التي تساهم في نجاح برنامج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال منها ما يلي (الشيمي، 2009):

- ضرورة إيمان إدارة الشركة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسؤول في الشركة، وكذلك موظفيها بأهمية المسؤولية الاجتماعية وأنه أمر واجب على كل شركة تجاه المجتمع.

- أن تقوم كل شركة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه، والقضية الرئيسية التي ستسهم بالعمل على معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع.

الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية إلى ما يلي (المبروك، 2009):

■ الأنشطة الاجتماعية للشركة تجاه العاملين بها:

وتمثل المسؤوليات التي تقوم بها إدارة الشركة تجاه العاملين بها من توفير البرامج التدريبية بالداخل والخارج والمساهمة في تنمية المهارات الفنية والإدارية للعاملين، والمساهمة في التأمينات الاجتماعية والصحية للعاملين، ووضع نظام للرعاية الصحية والعلاج ودفع نفقات الأدوية الطبية للعاملين وعائلاتهم، وتوفير وسائل النقل من مناطق سكن العاملين إلى مكان العمل وبالعكس، وإقامة المنتزهات وأماكن الترفيه والمساهمة في القيام بالرحلات الترفيهية، وتوفير مرتبات مجزية ومنح مكافآت للعاملين، وتوفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث للعاملين.

■ الأنشطة الخاصة بتحسين جودة التعامل مع العملاء والمستهلكين:

يهدف هذا النوع من الأنشطة إلى تحقيق الأهداف الاقتصادية للشركة مثل تعظيم الأرباح وزيادة القدرة التنافسية، ومن أهم الأنشطة في هذا المجال الإعلان والترويج الصادق والأمين عن منتجات وخدمات الشركة، والشفافية والنزاهة والصدق وعدم الخداع في التعامل مع العملاء، وتوفير البيانات والمعلومات اللازمة عن المنتجات مثل، تاريخ الإنتاج والصلاحية والمكونات والمنشأ وغيرها، وتوفير خدمات ما بعد البيع والالتزام بتواريخ الضمان المقدم من قبل الشركة، والتعامل بجديّة مع الشكاوى المقدمة من العملاء والمستهلكين.

■ الأنشطة الاجتماعية للشركة تجاه المجتمع والبيئة:

وتشمل هذه الأنشطة الخدمات والسلع التي تقدم لأفراد المجتمع ومشاركة الحكومة في المحافظة على البيئة مما يشكل أو يخلق مناخاً جاذباً للاستثمار وتوفير الاستقرار الاجتماعي لفئات وشرائح المجتمع، ومن أهم هذه الأنشطة:

- التبرعات للمؤسسات الخيرية والمنظمات غير الحكومية لتمويل وتوفير احتياجات الأعضاء والأهالي المحتاجين.

نتحصل على متوسط نصيب كل موظف أو عامل من الخدمات الاجتماعية التي قدمتها الشركة، ويندرج تحت هذا المقياس مجموعة من المؤشرات منها مؤشر قياس مساهمة الشركة في رفع مستوى مهارة وكفاءة العاملين: مؤشر قياس مساهمة الشركة في توفير الأمن الصناعي، قياس استقرار حالة العمل بالشركة، حصة العاملين من الأرباح السنوية وغيرها.

5- قياس تكلفة الأنشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء: ويقاس هذا المؤشر المدى الذي ذهبت إليه الشركة في تحسين خدماتها لعملائها وزبائنهم، ومن شأن هذا المقياس أيضاً العمل على تحسين وتطوير خدمات الشركة ويشجع العملاء على استمرار التعامل ويزيد ثقتهم في منتجات الشركة، ويندرج تحت هذا المقياس نفقات الشركة على الأبحاث وتطوير منتجاتها وخدماتها للعملاء، ومقياس دور الشركة في الرد على استفسارات وشكاوى العملاء وغيرها.

6- قياس تكلفة المساهمة الاجتماعية للشركة تجاه المجتمع والبيئة المحيطة: وهذا المؤشر يقاس نصيب كل فرد من أفراد المجتمع من الخدمات الاجتماعية التي قامت الشركة بتقديمها للمجتمع والمحافظة على البيئة وتحقيق الرفاهية الاجتماعية والثقافية والرياضية، وتوفير فرص العمل.

6- المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية:

إن المنتبج للأدب الإداري الذي يعالج المسؤولية الاجتماعية يجد أن هناك مواقف مؤيدة لأن تتبنى المنظمة ممارسة المسؤولية الاجتماعية، في الوقت نفسه يكتشف أن هناك من يعارض هذا التوجه ويعتبره مهدداً لوجود منظمات الأعمال، ولكلا الطرفين حجج تدعمه في رأيه.

ويرى المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية أن المجتمع هو الوعاء الذي تعمل فيه المنظمات وتمارس أنشطتها من خلاله ولا مبرر لوجود هذه المنظمات إن لم تهتم بقضايا المجتمع وإن هذه المنظمات تعتبر شريكاً مع الحكومة في هذا المجتمع وإن مشاركتها يقلل من تدخل الحكومة، وفي المقابل فإن منظمات الأعمال ومن خلال ممارستها لمسؤوليتها الاجتماعية يساعدها على خلق الطلب على منتجاتها وتحسين الصورة الذهنية لها

- أن يصبح نشاط وممارسة المسؤولية الاجتماعية جزءاً رئيسياً من أنشطتها ويتم متابعته من قبل الإدارة العليا للشركة مثلما يتم متابعة الأنشطة الأخرى.

- يجب على إدارة الشركة تخصيص الأموال لبرنامج المسؤولية الاجتماعية في ميزانياتها المختلفة.

- يجب أن يتضمن الهيكل التنظيمي للشركة تقسيماً مستقلاً يختص بالمسؤولية الاجتماعية ويحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة ويمنح الصلاحيات الكافية.

- الحرص على تقديم البرامج الاجتماعية بأداء قوي ومميز وجودة عالية.

5- قياس المسؤولية الاجتماعية:

إن قياس المسؤولية الاجتماعية عملية تتصف بالصعوبة، ولأجل إجراء عملية قياس ناجحة فإن الشركة تحتاج إلى تحديد مفهوم واضح وصريح لكل من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية للشركة، وتطوير الأنظمة المحاسبية بشكل يتيح التفرقة الدقيقة بين التكاليف الاجتماعية والاقتصادية والإفصاح عن هذه التكاليف بشكل منفصل عن التكاليف الاقتصادية في قوائم التكاليف، والتقارير المالية للشركة، كما يتطلب قياس كل من التكاليف الاجتماعية والعوائد الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية حتى نتمكن من تقييم الدور الاجتماعي للشركة (العارف، 2006، ص: 21).

وبالتالي فإن قياس المسؤولية الاجتماعية يرتبط بمدى التأثير الذي أحدثته برامج الخدمات الاجتماعية في المجتمع، وتجدر الإشارة إلى أن للمسؤولية الاجتماعية وجهان: الأول؛ يتمثل في النفقات التي تتكبدها الشركة، والوجه الآخر؛ العوائد أو المنافع التي تحصل عليها الأطراف المستفيدة من نفقات الشركة، وكذلك العائد الذي يعود على الشركة متمثلاً في زيادة أرباحها وقدرتها التنافسية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تقاس وفقاً لهذه الأبعاد كما يلي:

7- قياس تكلفة المساهمة الاجتماعية للشركة تجاه العاملين: وفقاً للتقارير المالية للشركة، فإنه يتم قسمة مجموع نفقات الخدمات الاجتماعية للعاملين على عدد العاملين، بحيث

- **دراسة عيسى (2009)**، بعنوان المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر، وقد هدفت الدراسة إلى بحث دوافع شركات القطاع الخاص نحو المساهمة في الأنشطة الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية وبيان أثر عناصر المسؤولية الاجتماعية ونتائجها الاقتصادية ووضع معايير ومؤشرات لقياس عناصر المسؤولية الاجتماعية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر أصبحت أكثر اهتماماً في سياق التنمية المستدامة. وأن قيام الشركات بالأداء الاجتماعي سواء داخل الشركة أو خارجها يمثل عاملاً مهماً من عوامل تحفيز العاملين على تقديم الأداء الأفضل كما يوفر حافزاً للمجتمع لزيادة التعاون مع الشركة. كما أشارت النتائج إلى عدم وجود معيار مناسب يمكن استخدامه في الفصل بين الأنشطة التي تقوم بها الشركات من حيث كونها اقتصادية أو اجتماعية.

- **دراسة كل من حسين، والجميل (2009)**؛ بعنوان المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاساتها على أخلاقيات العمل، دراسة على العاملين في بعض المستشفيات بمدينة الموصل بالعراق، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وبين أخلاقيات العمل، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم التي نالت اهتمام المنظمات المعاصرة وتبين أن هناك العديد من الأبعاد للمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين ويجب على المنظمات الانتباه لها والأخذ بها لأنها تحقق أهداف العاملين وتزيد من ولائهم للمنظمة.

- **دراسة الشيمي (2010)**؛ بعنوان التأهيل العلمي والتعميق العملي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمزايا المترتبة عليها، كما هدفت إلى تقييم تجارب المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن مصطلح المسؤولية الاجتماعية حديث بشكل عام وأن النظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها عبء على الشركات، كما توصلت الدراسة إلى أن حجم المحقق من المسؤولية الاجتماعية منخفض مقارنة بحجم المعلن عنها.

لدى أفراد المجتمع، كذلك سوف تمكنها من تفادي الإجراءات الحكومية مما يزيد من قدرتها التنافسية ويمكنها من البقاء والاستمرار (الغالي، والمهدي، 2010).

في حين ينظر المعارضون للمسؤولية الاجتماعية إلى أن للأنشطة الاجتماعية تكلفة كبيرة قد تؤدي إلى ارتفاع أسعار السلع والخدمات المقدمة مما يضعف من مبدأ تعظيم الربح الذي هو جوهر وجود لمنظمات الأعمال، سوف تعجز المنظمات عن تحقيق أهدافها ولو جزئياً وأن تبني الأهداف الاجتماعية مما سينعكس سلباً على الأداء وتطوير الإنتاج الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى تراجع مبادراتها الاجتماعية، كما أن أغلب المنظمات تفتقر إلى المهارات الكافية لتقديم دور اجتماعي بالشكل الصحيح، أضف إلى ذلك صعوبة المساءلة القانونية والمحاسبة عن الأنشطة الاجتماعية وذلك لعدم وجود معايير مطورة لقياس الأداء الاجتماعي للمنظمات (الغالي، والمهدي، 2010).

غير أن هناك وجهة نظر أخرى ترى بأن منظمات الأعمال يجب أن تتبنى مدخلاً وسطاً للموازنة بين الدور الاقتصادي الذي تلعبه بشكل فعال وتنافسي وكفؤ، وبين الدور الاجتماعي الذي تحاول من خلاله أن تكون مواطناً صالحاً في المجتمع يساهم في تطويره ومعالجة قضايا الملحة ولكن حسب قدرتها وإمكاناتها.

8- الدراسات السابقة:

حظي موضوع المسؤولية الاجتماعية في السنوات الأخيرة باهتمام كبير من قبل الباحثين وأساتذة الإدارة، وأجريت العديد من الدراسات والبحوث التي تؤكد ضرورة الاهتمام بهذا الموضوع، وقد حاول الباحثان الاستفادة من هذه الدراسات من المصادر المحلية والأجنبية، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

- **دراسة عبد الفتاح (2008)**؛ بعنوان دور المشروعات الصغيرة في تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالشركات وتوصلت إلى نتائج من أهمها: أن الصناعات الصغيرة تؤدي إلى إمكانية إعادة توزيع الدخل وبالتالي تحقيق التوازن بين أفراد المجتمع وهذا يمثل أحد جوانب المسؤولية الاجتماعية.

للمسؤولية الاجتماعية والموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بها، بحيث يتم تشجيع المنظمات لتصبح مسؤولة مجتمعياً، وتقدم هذه المواصفة دليلاً للمستخدمين، وقد بينت علاقة المسؤولية الاجتماعية مع عدة مفاهيم منها التنمية المستدامة والحكومة وحقوق الإنسان والبيئة وقضايا المستهلك وغيرها.

- دراسة (Alidadi & Nazari (2013): هدفت إلى معرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية على رضا المستهلك في البنوك الإيرانية، قامت الدراسة على أساس اختبار رضا المستهلك، من وجهة نظر مدراء البنوك ومدى فهمهم لاحتياجات المستهلكين، وكذلك هدفت الدراسة إلى معرفة الاستراتيجيات المختلفة التي تساعد على تحسين رضا المستهلكين وتحديد الاستراتيجيات الأكثر أهمية في تحقيق الرضا، وأظهرت نتائج الدراسة أن المزايا والخدمات التي تقدمها البنوك كانت أكثر العوامل أهمية في تحقيق رضا المستهلكين في البنوك الإيرانية، كما بينت أن أكثر الاستراتيجيات فعالية في تحقيق الرضا هي المتعلقة بمعدل الفائدة وكذلك العدالة في تقديم الخدمات والمزايا للمستهلكين .

- دراسة (Alam & Rubel (2014): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير مفاهيم المسؤولية الاجتماعية على تحقيق رضا المستهلكين في دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات في بنغلادش، ركزت الدراسة أساساً على معرفة كيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحقيق وتنمية الرضا والولاء لدى المستهلكين، استخدمت الدراسة أسلوب الاستبيان لجمع البيانات، وقد وجهت الدراسة لاستطلاع آراء طلاب المرحلة الجامعية، أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك علاقة قوية بين مستوى جودة الخدمات التي تقدمها شركات الاتصال في بنغلادش والرضا لدى المستهلكين.

ومن ما تم استعراضه من الدراسات تبين أنها لم تنطرق إلى موضوع تقييم وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية، وهو ما سعت إليه الدراسة الحالية إلى تحقيقه بل أنها تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية من جوانبه أخرى، كذلك فإن هذه الدراسة قد ركزت على تقييم وتحليل ممارسات منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص في البيئة الليبية.

- دراسة عبد الرحمن، وقنديل (2010): بعنوان تبنى فلسفة المسؤولية الاجتماعية داخل الشركات وأثرها على ولاء العملاء للعلامات التجارية، دراسة ميدانية على شركات الهاتف المحمول في مصر. وقد هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على تأثير قيام الشركات ببعض الأنشطة الاجتماعية على الصورة الذهنية لعلامتها التجارية وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن هناك ارتباط بين رؤية العملاء لبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات ودرجة ولائهم للعلامة التجارية، كما أن هناك تباين بين إدراك العملاء لما تقوم به الشركات من مسؤولية اجتماعية وبين أهمية ذلك للمجتمع ككل.

- دراسة النويقة (2016): بعنوان أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة. وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية من خلال استقصاء العاملين في الإدارة العليا في البنوك التجارية في منطقة مكة المكرمة بالمملكة العربية السعودية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود مستوى مرتفع الأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز أبعاد الميزة التنافسية.

- دراسة عطيان، وآخرون (2016): المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في إطار وظيفة العمليات وأثرها في أداء الأعمال، دراسة على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالية، وقد هدفت الدراسة إلى تحديد مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في إطار وظيفة الإنتاج والعمليات وقياس تأثير ذلك على أداء الأعمال في الشركات الصناعية البالغ عددها 36 شركة، وبينت نتائج الدراسة وجود درجة عالية من الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في تطوير المنتجات الجديدة وتعميم العمليات، والطاقة الإنتاجية، وكذلك وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأنشطة الإنتاج والعمليات على أداء الأعمال.

- الدليل الإرشادي حول المسؤولية الاجتماعية والصادر عن المنظمة الدولية للتقييس (ISO)، والذي تضمن المواصفة القياسية لممارسة المسؤولية الاجتماعية في المنظمات (ISO 26000)، تقدم هذه المواصفة الإرشاد بشأن المبادئ الأساسية

9- تصميم الدراسة ومنهجية تحليل البيانات:

1- مصادر جمع البيانات:

تم الحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة بالاعتماد على مصدرين هما: البيانات الثانوية؛ وذلك من خلال مراجعة الدوريات والكتب والمنشورات المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي تعنى بموضوع المسؤولية الاجتماعية لشركات الأعمال، سواء على مستوى نشاطها وعملياتها الإنتاجية، أو على مستوى القضايا الإنسانية والبيئية للمجتمع، والتي رأى الباحثان بأنها تقيّد في إثراء الدراسة بشكل علمي، ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم الاعتماد على البيانات الأولية والتي تم تجميعها من خلال استمارة استبيان كأداة رئيسية صممت خصيصاً لهذا الغرض، بحيث تغطي كافة الجوانب المتعلقة بتساؤلات المشكلة، وفرضياتها وأهدافها.

2- أداة جمع البيانات:

توفر نظرية المعرفة العديد من الطرق والأدوات التي يمكن الاعتماد عليها في الوصول إلى البيانات، ومن هذه الطرق الملاحظة، والمقابلات الشخصية، والجداول الإلكترونية، والاستبيان، وتعتبر الاستبيانات من أهم وأبرز الوسائل الفعالة لجمع البيانات، لذلك فقد استخدمت في الدراسة الحالية كوسيلة لجمع البيانات التي تتطلبها مشكلة الدراسة، وقد تم تصميمها

بمراعاة المبادئ العامة في صياغة الاستبيان بعد الاطلاع على الأدب الإداري، والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، مع الأخذ بنظر الاعتبار كل ما يتماشى، ويتسق، ويتواءم مع البيئة المحلية، وبذلك استطاع الباحثان تصميم أسئلة مغلقة لقياس وتحليل ممارسة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية بحيث تساعد هذه الأسئلة المستجيب على اتخاذ قرار سريع من خلال الاختيار بين البدائل المتاحة لكل سؤال، وقد قام الباحثان بتصميم وطرح الخيارات بطريقة جامعة مانعة، بحيث تمنع المستجيب من استعمال خيارين أو أكثر، وأنها شاملة لجميع البدائل.

وعلى الرغم من مزايا الأسئلة المغلقة، إلا أنها قد تضع تقييداً لبعض المستجيبين حتى في الحالات التي تكون فيها الخيارات محددة بدقة، وتقديماً لذلك فقد تم وضع فقرة مفتوحة في نهاية الاستبيان بشكل يتيح للمستجيبين المشاركة وإبداء ملاحظاتهم عن أي أبعاد وعناصر أخرى يرون أنها متعلقة بموضوع الدراسة، ولم يتطرق لها الباحثان في الأسئلة المغلقة. وتماشياً مع هذه المبادئ فقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات المستجيبين حول فقرات الاستبيان، وتم توصيف درجات القياس، وتحديد الأوزان الترجيحية لها وفقاً لما هو موضح بالجدول رقم (1).

جدول (1) توصيف درجات مقياس ليكرت الخماسي وأوزانها الترجيحية

بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	بدرجة ضعيفة جداً
5	4	3	2	1

3- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة شركات القطاع الخاص بمدينة مصراتة، أما عينة الدراسة فتحددت بعدد (5) شركات؛ اثنان منها تنتمي لقطاع الصناعة (شركة المدينة للطلاء والمعاجين، وشركة النسيم للمواد الغذائية)، وتنتمي شركات العينة الأخرى لقطاع الخدمات (شركة مستشفى الأمل، شركة البحر المتوسط للنظافة، وشركة قصر الخليل للمقاولات)، ويرى الباحثان بأن

أسلوب المعاينة الاجتهادية (Judgment Sampling) الذي تم استخدامه لاختيار شركات العينة من المتوقع أن يعطي نتائج أكثر وضوحاً، وفي نفس الوقت فإن تأثيره على خاصية التعميم سيبقى في حدود المقبول.

وبحكم المعرفة الشخصية للباحثين بإدارة شركات العينة، فقد تم إرسال استمارات الاستبيان إليها باستخدام البريد مباشرة، وقد أعطى الباحثان الوقت الكافي للمستجيبين للإجابة على أسئلة

- **صدق الاتساق البنائي لمحاو الاستبيان:**

يقصد بصدق الاتساق البنائي Construct Validity لمحاو الاستبيان المدى الذي تكون فيه البنية الداخلية للاستبيان كما تعكسها درجاته يتوافق مع بنية السمة التي يقيسها؛ أو مدى قدرة بناء الاستبيان ككل على قياس متغير ما بجميع جوانبه. ويمكن أن يستخدم التحكيم والتحليل المنطقي لتحديد ما إذا كان بناء الاستبيان الكلي وأجزائه المختلفة تقيس البناء الافتراضي للمتغير المراد قياسه، أو من خلال قياس درجة الارتباط بين كل بُعد من أبعاد الاستبيان بالدرجة الكلية لجميع الفقرات المكونة للاستبيان، وتشير النتائج الموضحة بالجدول رقم (2) أن جميع معاملات الارتباط لجميع أبعاد الاستبيان مع المعدل الكلي لفقراته دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 5%، وهو ما يشير إلى أن البنية الداخلية للاستبيان تتوافق مع بنية السمة التي يقيسها (Construct Validity).

الاستبيان، حيث تراوحت المدة بين توزيع الاستثمارات وتجميعها حوالي (7) أيام، وقد بلغ عدد الاستثمارات المجمعة (65) منها (58) استثماراً صالحة للتحليل من أصل (70) استثماراً، أي حوالي نسبة (82.85%) من عدد الاستثمارات الموزعة، وهي نسبة جيدة يمكن الاعتماد عليها في تحليل بيانات الدراسة.

4-صدق وثبات الأداة:

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي وضعت لقياسها، كما يقصد بالصدق شمولية قائمة الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بشكل يجعل من خصائصها البساطة، وسهولة الفهم (عبيدات، وآخرون 2013). أما ثبات الأداة فيعني إمكانية الحصول على نفس النتائج في حالة تكرار الدراسة في ظروف متشابهة وباستخدام الأداة نفسها.

جدول (2) صدق الاتساق البنائي لمحاو الاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	محاو الاستبيان
0.000	0.877	هيكل المدخلات
0.000	0.845	هيكل الأنشطة والعمليات
0.000	0.899	هيكل المخرجات
0.000	0.943	نتائج أعمال الشركة
0.000	0.865	الأثار المترتبة على ممارسة المسؤولية الاجتماعية

- **درجة ثبات الاستبيان:**

ولكى يتحقق ذلك فإنه ينبغي أن يقسم الاستبيان بحيث يحتوى نصفه الأول على الفقرات ذات الرتب الفردية، والقسم الثاني يحتوى على الفقرات ذات الرتب الزوجية، ويتم اعتبار معامل الارتباط بين نصفي المقياس (درجة الرتب الفردية، ودرجة الرتب الزوجية) مقياساً لدقة ومستوى ثبات الاستبيان. ومن الجدير أن نشير إلى أن معامل الارتباط المحسوب هو بين نصفي المقياس لا ينطبق مباشرة على المحور أو الاستبيان المراد قياس مستوى الثبات له، إلا بعد إجراء تصحيح

من أهم الطرق الاحصائية المستخدمة للتأكد من درجة ثبات Reliability الاستبيان طريقة ألفا كرونباخ، وطريقة التجزئة النصفية، وتعتمد طريقة التجزئة النصفية Split – Half Method على تجزئة فقرات الاستبيان المطلوب تعيين معامل ثباته إلى نصفين متكافئين وذلك بعد تطبيقه على مجموعة واحدة، ولمرة واحدة فقط، ثم تقسم درجات العينة إلى نصفين متكافئين تماماً من حيث العدد، ومستوى السهولة، والصعوبة.

Spearman - Split - Half Method على معادلة - Brown للتصحيح باعتبارها أكثر الطرق شيوعاً من حيث الاستخدام، ويوضح الجدول رقم (3) معامل الثبات لمحاور الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ، وطريقة التجزئة النصفية.

لهذا المعامل حتى نحصل على معامل الثبات الكلي، وهناك عدة طرق تستخدم لتصحيح معامل ثبات نصفي الاختبار منها على سبيل المثال طريقة معادلة Rulon، أو استخدام معادلة Guttman، أو معادلة Spearman - Brown وتعمد الدراسة في إجراء اختبارات الثبات بطريقة التجزئة النصفية

جدول (3) معامل الثبات لمحاور الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ، وطريقة التجزئة النصفية

محاور الاستبيان	ألفا كرونباخ	معامل الارتباط	الارتباط المصحح
هيكل المدخلات	0.882	0.831	0.831
هيكل الأنشطة والعمليات	0.788	0.777	0.779
هيكل المخرجات	0.708	0.753	0.760
نتائج أعمال الشركة	0.899	0.866	0.866
الأثار المترتبة على ممارسة المسؤولية الاجتماعية	0.883	0.814	0.826

والعمليات، وهيكل المخرجات، وذلك بالاستناد إلى قيم المتوسط الحسابي لإجابة المستجيبين، حيث جاءت معظمها بمتوسط أكبر من (3)، كما توضح الإحصاءات الوصفية أيضاً أن نسبة تشتت (الانحرافات المعيارية) الإجابات صغيرة، وأن البيانات متجمعة حول المتوسط بمعاملات التواء (Skewness) سالبة، وبذلك تكون إجابة أفراد العينة متمركزة حول القيم الكبيرة على المقياس (بدرجة كبيرة)، كما أنها تتوزع بمعاملات قليلة التفلطح (Leptokurtic)، كما تشير النتائج الموضحة بالجدول رقم (4) إلى معنوية اختبار (K.S) Kolmogorov-Smirnov، ومعنوية اختبار (S.W) Shapiro-Wilk، وعليه فإن متغير هيكل المدخلات، ومتغير هيكل الأنشطة والعمليات، ومتغير هيكل المخرجات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي فسوف يتم استخدام الاختبارات اللامعلمية لاختبار فرضيات الدراسة المتعلقة بها.

وتشير النتائج الموضحة بالجدول رقم (3) إلى أن معاملات الثبات مرتفعة لكافة محاور الاستبيان، حيث تراوحت قيمة معامل ألفا كرونباخ ما بين (70.8% - 89.9%)، كما تشير نتائج معامل التصحيح لـ Spearman - Brown أن درجة الاتساق الداخلي قوية بين فقرات الأسئلة المتعلقة بمحاور الاستبيان، حيث إن جميع قيم معاملات Spearman - Brown المحسوبة بين نصفي المقياس قد تجاوزت 75% لجميع محاور الاستبيان، مما يعطي وبشكل عام طمأنينة تجاه استخدام أداة الدراسة من حيث نسبة الخطأ ودرجة الثبات في النتائج.

5- الإحصاءات الوصفية واعتدالية البيانات:

تشير الإحصاءات الوصفية بالجدول رقم (4) إلى أن معظم اتجاهات المستجيبين إيجابية بالنسبة لفقرات الاستبيان المتعلقة بقياس مدى التزام الشركات عينة الدراسة بمسؤوليتها الاجتماعية فيما يتعلق بهيكل المدخلات، وهيكل الأنشطة

جدول (4) الإحصاءات الوصفية واعتدالية البيانات المتعلقة بالمحور (الأول - الثاني - الثالث) للاستبيان

				D ₁	Mean	Median	S.D	K.S	S.W
				هيكل المدخلات	3.61	3.72	0.65	0.04	0.01
Kurtosis	Skewness	S.D	Mean						
-0.41	-0.21	0.81	3.79	1 تتص رسالة الشركة على أوجه ممارستها لمسئوليتها الاجتماعية.					
-0.31	-0.29	0.82	3.67	2 تتضمن رؤية الشركة المسؤولية الاجتماعية لها بشكل واضح وصريح.					
-0.73	-0.11	1.11	3.48	3 يتم أخذ المسؤولية الاجتماعية في الاعتبار عند صياغة الخطط الاستراتيجية طويلة المدى.					
-0.51	-0.15	0.75	3.93	4 هناك قناعة كاملة من قبل الإدارة العليا بأهمية المسؤولية الاجتماعية.					
-0.52	-0.37	0.90	3.69	5 هناك قناعة كاملة بأهمية المسؤولية الاجتماعية لدى المساهمين بالشركة.					
-0.10	-0.30	0.94	3.71	6 يمتلك المديرون بالشركة بمستويات القناعة بأهمية المسؤولية الاجتماعية.					
-1.01	-0.32	1.34	3.12	7 يتضمن الهيكل التنظيمي وحدة تختص بمتابعة ممارسة الشركة لمسئوليتها الاجتماعية.					
-0.42	-0.29	1.07	3.34	8 يتم تخصيص مبالغ ضمن الميزانيات بالشركة لبرامج وخطط ممارسة المسؤولية الاجتماعية.					
0.62	-0.85	1.09	3.59	9 تطرح إدارة الشركة بشكل مستمر المبادرات التي تخدم المجتمع وتقدم العون له.					
0.13	0.03	0.88	3.41	10 يتم تحديد هامش ربح معقول عند إعداد الميزانية التقديرية.					
-0.42	-0.49	0.83	4.05	11 هناك اهتمام ووعي من قبل إدارة الشركة بالأعراف والتقاليد السائدة بالمجتمع.					
				D ₂	Mean	Median	S.D	K.S	S.W
				هيكل الأنشطة والعمليات	3.85	3.92	0.59	0.004	0.014
Kurtosis	Skewness	S.D	Mean						
0.93	-1.01	0.81	4.21	1 تلتزم إدارة الشركة بالقوانين واللوائح المحلية والدولية التي من شأنها المحافظة على البيئة.					
-0.55	-0.33	0.85	3.90	2 تساهم الشركة مالياً في المشروعات الخيرية في مجالات الصحة والتعليم والنقل والبيئة وغيرها.					
0.58	-0.60	0.96	3.43	3 هناك مشاركة مع أجهزة الدولة في تمويل وإدارة المشاريع التي تخدم المجتمع.					
-0.52	-0.48	0.78	4.14	4 هناك التزام من قبل إدارة الشركة بالقوانين واللوائح عند ممارستها لأنشطتها المختلفة.					
-0.23	-0.68	0.83	4.16	5 تلتزم الشركة بالأعراف والتقاليد المجتمعية عند ممارستها لأنشطتها.					
0.14	-0.74	1.06	3.59	6 تسهم إدارة الشركة في الأنشطة البحثية والعلمية.					
-0.46	-0.25	0.99	3.57	7 تقوم إدارة الشركة بتنفيذ أغلب المبادرات الاجتماعية التي طرحتها.					
				D ₃	Mean	Median	S.D	K.S	S.W
				هيكل المخرجات	3.53	3.62	0.62	.025	0.031
Kurtosis	Skewness	S.D	Mean						
-0.99	0.33	0.72	3.79	1 تحقق الشركة أرباحاً معقولة عند ممارستها لأعمالها.					
0.57	-0.75	1.02	3.64	2 تحرص الشركة على تأمين العاملين بها.					
-0.95	0.12	0.71	3.91	3 مرتبات العاملين بالشركة تضمن لهم مستويات معيشة معقولة.					
-1.12	0.17	1.30	2.76	4 تؤمن الشركة الخدمات العلاجية للعاملين بها.					
-0.03	-0.96	1.21	3.98	5 تحصلت الشركة على شهادات الجودة (الأيزو).					
-0.33	-0.63	1.20	3.45	6 تقدم الشركة خدمات اجتماعية لأفراد المجتمع الذي تعمل فيه.					
-1.00	0.50	1.37	2.47	7 تتعرض الشركة إلى مخالفات قانونية عند ممارستها لأنشطتها المختلفة.					
1.51	-1.45	1.01	4.24	8 تقوم الشركة بدفع الضرائب المستحقة عليها أولاً بأول.					

جدول (5) الإحصاءات الوصفية واعتدالية البيانات المتعلقة بالمحور (الرابع - الخامس) للاستبيان

	D ₄	Mean	Median	S.D	K.S	S.W
	نتائج أعمال الشركة	3.71	3.90	0.69	0.130	0.225

Kurtosis	Skewness	S.D	Mean	
0.52	-0.57	0.74	4.02	1 هناك رضا من المستهلكين عن جودة وأسعار منتجات الشركة.
1.01	-0.75	0.86	3.78	2 هناك رضا من مؤسسات المجتمع المدني عن أداء الشركة.
-0.38	-0.32	0.99	3.72	3 هناك رضا من المواطنين بالمجتمع عن الدور الاجتماعي الذي تقوم به الشركة.
1.74	-1.18	0.97	3.78	4 تشير التقارير الدورية الصادرة عن الجهات الرسمية عن أداء جيد للشركة.
0.25	-0.72	1.05	3.45	5 تتحصل الشركة على تقييم جيد لأدائها الاجتماعي من المؤسسات الدولية.
-0.53	-0.66	1.21	3.74	6 يتزايد أعداد العاملين بالشركة من سنة إلى أخرى.
-0.17	-0.25	0.94	3.69	7 يتحسن المستوى المعيشي للعاملين كل سنة.
0.81	-0.47	0.84	3.78	8 هناك رضا من قبل العاملين على أداء الشركة.
-0.07	-0.60	0.98	3.74	9 هناك ارتياح من قبل المقرضين والموردين والموزعين عن أداء الشركة.
-0.14	-0.35	0.99	3.45	10 تساهم الشركة بشكل واضح في حل المشاكل الاجتماعية بالمجتمع الذي تعمل فيه.

	D ₅	Mean	Median	S.D	K.S	S.W
	الأثار المترتبة عن ممارسة المسؤولية الاجتماعية	3.95	4.00	0.66	0.092	0.102

Kurtosis	Skewness	S.D	Mean	
-0.93	-0.36	0.99	3.84	1 تساهم الشركة بشكل واضح في تخفيض نسبة البطالة بالمجتمع.
-0.57	-0.29	1.02	3.62	2 تساهم الشركة بشكل مستمر في تخفيض نسبة التلوث في المجتمع
-0.33	-0.50	0.89	3.86	3 تساهم الشركة في تنمية وتطوير المجتمع.
1.47	-1.13	0.88	4.24	4 تتطور الشركة وتنمو وتتوسع بشكل مستمر منذ تأسيسها.
-0.74	-0.62	0.89	4.16	5 تلتزم الشركة بتطوير منتجات سليمة وصديقة للبيئة.
-1.10	-0.52	0.77	4.28	6 تساهم الشركة في تقديم منتجات بأسعار مقبولة يستطيع الجميع الحصول عليها.
0.56	-0.64	0.75	4.07	7 التزام الشركة بمعايير ترشيد الطاقة وكفاءة العمليات.
0.63	-0.55	0.95	3.72	8 ساهمت المسؤولية الاجتماعية في تعزيز القدرة التنافسية للشركة.
0.02	-0.63	1.05	3.76	9 ساهمت المسؤولية الاجتماعية في زيادة الحصة السوقية.

الكبيرة على المقياس (بدرجة كبيرة)، كما تشير نتائج اختبار اعتدالية البيانات Kolmogorov-Smirnov (K.S)، Shapiro-Wilk (S.W)، أن متغير نتائج أعمال الشركة، والآثار المترتبة عن ممارسة المسؤولية الاجتماعية تتبع التوزيع الطبيعي.

6- اختبار فرضيات الدراسة:

يتناول هذا الجزء اختبار فرضيات الدراسة، بالاعتماد على البيانات المجمعة من الاستبانات الموزعة على الشركات عينة الدراسة، وذلك باستخدام أساليب الإحصاء الاستنتاجي

كما تشير الإحصاءات الوصفية الموضحة بالجدول رقم (4) أن اتجاهات المستجيبين كانت أيضاً إيجابية بالنسبة لفقرات الاستبيان المتعلقة بقياس نتائج أعمال الشركة، والآثار المترتبة عن ممارسة المسؤولية الاجتماعية، وذلك بالاستناد إلى قيم المتوسط الحسابي لإجابة المستجيبين، حيث جاءت جميعها بمتوسط أكبر من (3)، كما توضح الإحصاءات الوصفية أيضاً أن البيانات تتمركز حول المتوسط بانحرافات معيارية صغيرة، بمعاملات التواء سالبة، وعليه فإن توزيع المتغيرين سيكون ملتوياً نحو اليسار، وأن إجابات أفراد العينة متمركزة حول القيم

هيكل المخرجات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وعليه تم استخدام اختبار الإشارة للتحقق من الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة، وتمت صياغة قاعدة الرفض والقبول لهذا الاختبار على النحو التالي:

$$H_0 : \text{Median} = 3$$

$$H_1 : \text{Median} \neq 3$$

وتقضي قاعدة القرار بأنه إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المشاهد (Sig > 0.05)، فهذا يشير إلى عدم رفض الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة. أما إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المشاهد (Sig < 0.05) فهذا يدل على رفض الفرضية الرئيسية الأولى، وقبول الفرضية البديلة لها.

(المعلمية، وغير المعلمية)، وذلك بهدف التحقق من صحة الفرضيات أو رفضها.

• اختبار الإشارة:

يعد اختبار الإشارة (Sign Test) من ضمن الاختبارات اللامعلمية التي تجرى عندما لا تتوفر خاصية التوزيع الطبيعي في البيانات، وهو اختبار مقابل لاختبار (t) الأحادي (One Sample T Test) الذي يُجرى عندما تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، وحيث أن نتائج اختبار خاصية التوزيع الطبيعي (S.W) (K.S) الموضحة بالجدول رقم (4) والمتعلقة بمتغيرات فرضية الدراسة الأولى تشير إلى أن بيانات متغير هيكل المدخلات، ومتغير هيكل الأنشطة والعمليات، ومتغير

جدول (6) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

القرار	Sig	SD	Median	Mean	H ₀₁
رفض H ₀	0.001	0.66	3.73	3.62	هيكل المدخلات
رفض H ₀	0.000	0.60	3.93	3.85	هيكل الأنشطة والعمليات
رفض H ₀	0.000	0.62	3.63	3.53	هيكل المخرجات

الثانية للدراسة، وتمت صياغة قاعدة الرفض والقبول لهذا الاختبار على النحو التالي:

$$H_0: \mu = 3$$

$$H_1: \mu \neq 3$$

وتقضي قاعدة القرار بأنه إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المشاهد للاختبار (Sig > 0.05)، فهذا يشير إلى عدم رفض الفرضية الرئيسية الثانية. أما إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المشاهد (Sig < 0.05) فهذا يدل على رفض الفرضية الرئيسية الثانية، وقبول الفرضية البديلة لها.

• اختبار (t) حول متوسط عينة واحدة (One Sample T Test):

يعد اختبار (t) حول متوسط عينة واحدة من ضمن الاختبارات المعلمية التي تستخدم عندما تتوفر خاصية التوزيع الطبيعي للبيانات، وحيث أن نتائج اختبار خاصية التوزيع الطبيعي (S.W) (K.S) الموضحة في القسم الثاني بالجدول رقم (5)، والمتعلق بالآثار المترتبة عن ممارسة المسؤولية الاجتماعية، تشير إلى أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، وعليه تم استخدام اختبار (t) لمتوسط عينة واحدة للتحقق من الفرضية الرئيسية

جدول (7) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

القرار	Sig	t	SD	Mean	H ₀₂
رفض H ₀	0.000	11.005	0.66	3.95	التزام الشركات بمسئوليتها الاجتماعية تجاه البيئة والمجتمع

الإحصائي المرافق لقيمة معامل الارتباط يمكن إقرار أو عدم إقرار وجود علاقة خطية دالة إحصائياً بين متغيرات الدراسة، ويوضح الجدول رقم (8) نتائج مصفوفة ارتباط سبيرمان.

• معامل ارتباط سبيرمان Spearman Correlation:

يستخدم معامل ارتباط سبيرمان Spearman Correlation لقياس قوة الارتباط عندما تكون بيانات أحد المتغيرين أو كليهما لا تتبع التوزيع الطبيعي، ومن خلال الاختبار

جدول (8) مصفوفة ارتباط Spearman الفرضية الرئيسية الثالثة

نتائج الأعمال	المخرجات	الأنشطة والعمليات	المدخلات	H ₀₃
			1.000	المدخلات
		1.000	**0.561	الأنشطة والعمليات
	1.000	**0.686	**0.709	المخرجات
1.000	**0.819	**0.731	**0.732	نتائج الأعمال

والدولية المتعلقة بممارسة المسؤولية الاجتماعية، وتساهم مالياً في دعم المشروعات الخيرية وتلتزم بالأعراف والتقاليد المجتمعية وتقوم بتنفيذ أغلب المبادرات الاجتماعية التي طرحتها.

وفيما يخص هيكل المخرجات لشركات القطاع الخاص فتشير النتائج إلى أن الشركات تحقق أرباحاً معقولة عند ممارستها لأعمالها وتحرص على تأمين العاملين بها وتقديم الخدمات العلاجية لهم، كما تحصلت أغلب الشركات على شهادات الجودة (الأيزو)، وأنها تقوم بدفع الضرائب المستحقة عليها تجاه الدولة.

كما تشير النتائج الموضحة بالجدول رقم (7) والخاص باختبار فرضية الدراسة الرئيسية الثانية والمتعلقة بمدى التزام الشركات بمسئوليتها الاجتماعية تجاه البيئة والمجتمع إلى أن مستوى المعنوية المرافق لاختبار (t) هو أقل من 0.05، وعليه يتم رفض هذه الفرضية وقبول الفرضية البديلة لها، وبالاستناد إلى الإحصاءات الوصفية الموضحة في الجدول رقم (5) والمتعلق بالآثار المترتبة على المسؤولية الاجتماعية والتي تشير إلى أن

10- نتائج الدراسة وتوصياتها:

تشير البيانات الموضحة بالجدول رقم (6) والمتعلقة بنتائج اختبار فرضية الدراسة الرئيسية الأولى إلى أن مستوى المعنوية لاختبار الإشارة كانت جميعها أقل من (0.05) لأبعاد البيئة الداخلية المتمثلة في هيكل المدخلات وهيكل الأنشطة والعمليات وهيكل المخرجات.

فيما يخص هيكل المدخلات تشير النتائج إلى أن الشركات تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية تجاه أبعاد هذا العنصر حيث أن رسالة الشركات تنص على أوجه ممارستها لمسئوليتها الاجتماعية عند صياغة الخطط الاستراتيجية طويلة المدى، كما بين الجدول رقم (4) أن الهيكل التنظيمي في هذه الشركات يتضمن وحدة تختص بالمتابعة والإشراف على ممارسة الشركات لمسئوليتها الاجتماعية، ويتم تخصيص مبالغ مالية في ميزانياتها لبرامج وخطط المسؤولية الاجتماعية.

أما فيما يتعلق بالتزام الشركة بمسئوليتها الاجتماعية حول عنصر الأنشطة والعمليات التي تمارسها فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الشركات تلتزم باللوائح والقوانين المحلية

1. زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية وجعلها محورا أساسياً في أعمال الشركة وأن يكون النص عليها صريحاً وواضحاً من قبل الشركات في رسالتها ورؤيتها وأهدافها.
2. تتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات أبعاداً مختلفة تقع ضمن عناصر بيئتها الداخلية والخارجية منها ما يتعلق بالمدخلات وهيكل الأنشطة والعمليات والمخرجات وبالتالي نوصي الشركات بزيادة التركيز على تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية المتعلقة بمختلف تلك العمليات في المدى القصير وستعود بنتائج أكثر ايجابية في المدى البعيد وستعكس إيجابياً على المواعمة بين تحقيق أهداف الشركة وأهداف العاملين بها.
3. دعم القيام بورش العمل والملتقيات العلمية المتعلقة بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين الشركات داخل المجتمع.
4. كمقترح للبحث والتطوير توصي الدراسة بقياس وتقييم وتحليل ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى شركات القطاع العام، وأيضاً استخدام أسلوب المعاينة العشوائية بدلاً من أسلوب المعاينة الاجتهادية المستخدمة في هذه الدراسة وذلك للوقوف بشكل أكثر دقة على ممارسات المسؤولية الاجتماعية لمعظم الشركات، كما يقترح الباحثان القيام بدراسة أثر التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية على التنمية المستدامة كونه محورا ركزت عليه الكثير من الدراسات ولم تتطرق إليه الدراسات في البيئة المحلية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. البكري، تامر ياسر (2001). التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
2. الغالي، طاهر محسن، وصالح مهدي (2010). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، ط (1)، عمان، الأردن.
3. عطيان، مراد سليم، وكامل الحواجرة، الحارث أبو حسين (2016). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في إطار وظيفة العمليات وأثرها في أداء الأعمال: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالية، مجلة

معظم الشركات الممثلة لعينة الدراسة تساهم وبشكل كبير في تخفيض نسبة البطالة وتخفيض نسبة التلوث في المجتمع، وأن منتجاتها صديقة للبيئة وتقع ضمن الأسعار المقبولة، كما أنها تستخدم معايير لترشيد الطاقة، كما أن المسؤولية الاجتماعية انعكست إيجابياً على تعزيز القدرة التنافسية للشركات وزيادة الحصة السوقية.

وتشير البيانات الموضحة بالجدول رقم (8) والذي يبين مصفوفة ارتباط سبيرمان يبين عناصر البيئة الداخلية (المدخلات، الأنشطة، والعمليات، والمخرجات) ونتائج أعمال الشركة إلى أن عنصر المدخلات يرتبط بمعامل ارتباط موجب قدرة 0.73 مع نتائج أعمال الشركة، وهذا يعني أن الشركات التي تتضمن رسالتها رؤية واضحة ومحددة نحو مسؤوليتها الاجتماعية وتخصص مبالغ مالية لدعم برامج وخطط ممارسة المسؤولية الاجتماعية فيما يخص عناصر بيئتها الخارجية كل ذلك سينعكس إيجابياً على نتائج أعمالها، كما أن نتائج أعمال الشركة ترتبط إيجابياً بالمسؤولية الاجتماعية المتعلقة بالأنشطة والعمليات وبمعامل ارتباط قدره 0.73 أيضاً، وبالتالي كلما تقيدت الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال القوانين واللوائح المحلية ودعمت المشروعات الخيرية والأنشطة العلمية والبحثية رغم أنها تمثل تكلفة في المدى القصير إلا أن ذلك سينعكس إيجابياً على نتائج الأنشطة والأعمال في المدى الطويل.

أما فيما يخص نتائج أعمال الشركة وعلاقتها بممارسة مسؤوليتها الاجتماعية ضمن هيكل المخرجات فقد أشارت النتائج الموضحة بالجدول رقم (8) إلى أن معامل الارتباط يبلغ حوالي 0.82 وبمستوى معنوية أقل من 0.01، وهذه العلاقة القوية يمكن تفسيرها من خلال أن التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية فيما يخص المخرجات والتي من بينها عمليات التأمين على العاملين وتقديم الخدمات العلاجية لهم وصرف مرتبات تضمن مستويات معيشية مقبولة، كل هذه تولد درجات جيدة من الرضا والانتماء للمؤسسة وبالتالي ستعكس إيجابياً على الإنتاجية وتحقيق الإيرادات، مما يعني انسجام أهداف الشركة مع أهداف العاملين.

وبالاستناد على ما سبق فإن الدراسة تقدم التوصيات التالية:

وفعاليات العدالة الاجتماعية، المؤتمر السنوي الثالث عشر،
جامعة عين الشمس.

13. مبروك محمد عادل (2009). دور كمسؤولية الاجتماعية
في الحد من الآثار السلبية للأزمة المالية، أكاديمية السادات
للعلوم الإدارية، القاهرة.

14. الصيرفي (2007) المسؤولية الاجتماعية للإدارة، الطبعة
الأولى القاهرة، دار الوفاء للطباعة والنشر مصر.

15. الدليل الإرشادي حول المسؤولية الاجتماعية (2010).
(الاي، 2600)، المنظمة الدولية للتقييس (iso).

ثانياً: المراجع الإنجليزية

1. Drucker , Peter F , An Introductory Vlew of Management , Harperns College press U.S.A 1977
2. Dilk Cetindamara Krisffer Husoy (2007). Corporate Social Responsibility Practictes and Environmentally Respons , ble BeHAVIOR ; The CASE OF The United Nations Global of Business Ethics 76 .
3. Pride, Willam M and others ,Business(new-york:Houghton Mifflin (Company,2000) p.p.uu.us
4. Aliodadi, M.& Nazari ,M.(2013)The Most Effective Strategy to Improve Customer Satisfaction in Iranian Banks: A fuzzy AHP Analysis. Journal of Business Studies Quarterly,4(4),83-93.
5. Alam, N., & Rubel, A(2014).Impact of corporate social responsibility on Customer Satisfaction in Telecom Industry of Bangladesh. ABC Journal of Advanced Research, 3(2),26-38.
6. World bank
www.wikipedia.org/w1k1/coroporate_sustainability.march 2009 .

دراسات العلوم الإدارية، المجلد (43)، العدد (1)، ص ص
(183-159).

4. الأسرج، حسين (2010). المسؤولية الاجتماعية للشركات،
إصدارات المعهد العربي للتخطيط، الكويت.

5. الدقن أحمد السيد محمد (2009) المسؤولية الاجتماعية
للقطاع الخاص نحو إطار مفاهيمي لنشأه وتطور المفهوم
ونموذج مقترح لتقييم الأداء والأثر، لتوجهات الاستراتيجية
للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص اتجاه المشكلات
الاقتصادية والاجتماعية المؤتمر العلمي الثالث عشر
لأكاديمية السادات.

6. التويجري محمد إبراهيم (1988). المسؤولية الاجتماعية في
القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية المجلة العربية
للإدارة ، 1988، الرياض.

7. الرحاحلة، عبدالرزاق سالم (2009). المسؤولية الاجتماعية،
دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.

8. الغالبي، طاهر محسن، وصالح مهدي (2010). المسؤولية
الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، ط (3)،
عمان، الأردن.

9. النويقه، عطا الله بشير (2016) أثر أخلاقيات الأعمال
والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك
التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة ، مجلة دراسات
العلوم الإدارية، المجلد (43)، العدد (1)

10. عارف فؤاد محمد عيسى (2005). قياس المسؤولية دراسة
تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات القاهرة
،أكاديمية القاهرة ،الجديدة.

11. محمد أحمد عبدالعظيم الشيمي (2009). التأهيل العلمي
والتعميق العملي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص،
المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر لأكاديمية السادات
للعلوم الإدارية.

12. دكروري محمد متولي محمد (2008). المسؤولية الاجتماعية
للشركات، عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية في ضوء
المبادرات الدولية والتجربة المصرفية، إدارة أزمة الدعم