مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: مدى التزام شركة جود التجارية بالمسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية"
اسم الكاتب: د. سامر قاسم، لينا محمد هيثم هبرة
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5134
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 23:16 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (3) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (3) 2018

مدى التزام شـركة جود التجارية بالمسؤولية الاجتماعية
"دراســـة ميدانية"

الدكتور سامر قاسم*
لينا محمد هيثم هبرة**

(تاريخ الإيداع 12 / 4 / 2018. قُبِل للنشر في 27 / 5 / 2018)

□ ملخّص □

هدفت البحث إلى تحديد مدى التزام شركة جود التجارية بالمسؤولية الاجتماعية وفق المجالات الآتية: المسؤولية الاجتماعية تجاه كل من: المجتمع، والبيئة، والمراجعين، والعاملين، والمساهمين، والحكومة، والموردين، والمنافسين، وفئات المجتمع. اعتمد البحث على المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع العاملين في شركة جود التجارية، والبالغ عددهم (860) عاملاً وعاملة، وقد تمّ تحديد حجم العينة بالاعتماد على قانون العينة الإحصائي، حيث بلغ حجم العينة من العاملين (266) عاملاً وعاملة تمّ توزيع الاستبانات عليهم، وأعيد منها (231) استبانة كاملة وصالحة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (86.84%). استخدمت الباحثة في معالجة البيانات البرنامج الإحصائي SPSS.23 معتمدة الأساليب الإحصائية المناسبة والتي تتمثل بـ: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الأهمية النسبية، اختبار الوسط الحسابي. اختبار (t) لعينة واحدة، وكان من أهم نتائج البحث أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية وفق مجالاتها الآنفة الذكر وبدرجة كبيرة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، شركة جود التجارية، المجتمع، البيئة، المراجعين، العاملين، المساهمين، الحكومة، الموردين، المنافسين، فئات المجتمع.

* أستاذ– قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.
** طالبة ماجستير– قسم إدارة الأعمال–كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (3) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (3) 2018

The Extent of Commitment to Social Responsibility in the Joud of Commercial Company
"A Field Study"

Dr. Samer Qasim*
Lina Mohamed Haitham Hebra**

(Received 12 / 4 / 2018. Accepted 27 / 5 / 2018)

□ ABSTRACT □

The study aimed at determining the extent of the company's commitment to social responsibility according to the following areas: Social responsibility towards: community, environment, auditors, employees, shareholders, government, suppliers, competitors, The study was based on the Descriptive Methodology. The research society included all the employees of Joud Trading Company, which numbered (860) workers and workers. The sample size was determined by the statistical sample law. The sample size was 266 workers, (231) complete and valid for statistical analysis, with a response rate of (86.84%). The researcher used data processing SPSS.23, which is based on the following statistical methods: arithmetic average, standard deviation, relative importance, arithmetic mean. Test t) for one sample. One of the most important results of the study is that the company in question is committed to social responsibility according to the aforementioned fields and to a large extent.

Keywords: Social Responsibility, Joud Company, Society, Environment, Auditors, Employees, Shareholders, Government, Suppliers, Competitors, Community Groups.

*Professor- Department Of Business Administration- Faculty Of Economics- Tishreen University- Lattakia- Syria.
** Postgraduate Student - Department Of Business Administration- Faculty Of Economics- Tishreen University- Lattakia- Syria.

مقدمة:

يكتسب مفهوم المسؤولية الاجتماعية اهتماماً كبيراً في عالم منظمات الأعمال والناتج عن تراكم عدة تطورات جعلت هذا المفهوم يخرج من كونه يعتبر ممارسات طوعية اختيارية في تعاملها مع كافة الأطراف ذات العلاقة، إلى ممارسات إجبارية غدت تمثل مصدراً لتحقيق التميز والريادة وزيادة القدرة التنافسية، وتدعم بقاء المنظمة وتضمن استمراريتها، وذلك من خلال ضرورة التزام المنظمة ومضاعفتها لجهودها نحو تبني المسؤولية الاجتماعية، وأن تسعى نحو بناء علاقات استراتيجية أكثر عمقاً مع الأطراف ذات المصلحة، لكي تتمكن من مواجهة التحديات التي تتعرض لها في عصرنا الراهن، وخاصة تلك المتعلقة بالمنافسة التي أدخلت متطلبات اجتماعية وبيئية في طياتها.

تعد الشركات الخاصة جزءاً أساسياً من نسيج المجتمع الذي تعمل فيه ومن أجله، لكونها تساهم مع الدولة في تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية لأفراده من خلال العاملين فيها والمتعاملين معها من المستهلكين، ومن خلال محافظتها على البيئة الملائمة للحياة وللنشاط الاقتصادي والاجتماعي، هذا علاوةً على ما تحققه من خدمات أخرى لخدمة المجتمع في ما تقدمه من خدمات تعليمية وصحية وغيرها. وإذا ما تمّ البحث في دور القطاع الخاص في الجانب الاجتماعي يمكن التساؤل، هل أدى هذا القطاع أي دور ملموس أو مؤثر في أحد المجالات الآتية: إرسال الطلبة في بعثات علمية، أو تبني الطلبة الموهوبين والمتفوقين، بناء المدارس والمراكز الصحية لاسيما في الأرياف والمناطق النائية، أو توفير مستلزماتها، عدم رمي المخلفات الصناعية في الأنهار ومجاري الصرف الصحي، دعم البحوث والدراسات العلمية، لاسيما التطبيقية منها، المساهمة في البرامج التي تقدمها الجامعات لخدمة المجتمع، دعم المستشفيات والتجهيزات الطبية الحديثة، المساهمة في التشجير وإقامة المناطق الخضراء للحفاظ على البيئة، الاهتمام بحقوق العاملين وضمان مستقبلهم وأولادهم صحياً وتربوياً، دعم المشاريع الصغيرة عن طريق القروض والتدريب للمساهمة في معالجة مشكلة البطالة، مدى مراعاة حقوق العاملين وضمن مستقبلهم، أو توفير السلامة الصحية لهم، المساهمة في تعبيد الطرق وتنظيم الأرصفة والطرقات، المساهمة في تنمية القدرات البشرية للعاملين من خلال الدورات التدريبية الداخلية والخارجية.

بناءً على ما سبق يمكن القول إنّ الاهتمام بالجانب الاجتماعي من قبل الشركات الخاصة إنما يتمثل من خلال مساهمة هذه الشركات في تحقيق المزيد من الأرباح من خلال استثمار أموالها في بعض المشاريع الاقتصادية، دون إعطاء الأولوية لمسؤولياتها الاجتماعية عند تنفيذ هذه المشاريع. ولكون المسؤولية الاجتماعية أصبحت جزءاً من استراتيجية المنظمات المعاصرة للتفاعل مع البيئة بكافة متغيراتها، يسعى البحث الحالي إلى التعرف على مدى التزام شركة جود التجارية بالمسؤولية الاجتماعية بحسب كل مجال من مجالاتها تجاه المجتمع، والبيئة، والمراجعين المستهلكين، والمساهمين، والعاملين، والموردين، وفئات المجتمع، والحكومة.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة في شركة جود التجارية، والمقابلات التي أجرتها مع مجموعة من العاملين، حيث تبين لها أنّ الشركة لا تولي الاهتمام الكافي لبرامج المسؤولية الاجتماعية لاعتقادها بأنها مجرد نفقات وتكاليف تصرف على العاملين والبيئة والمجتمع، ولا تعود عليها بأي نفع، يضاف إلى ذلك ضعف ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى المسؤولين في الشركة واعتقادهم بأنها مفهوم مقيد ويرتبط بالعمل الخيري والتطوعي فقط، ولا ينظر إليها بنظرة استراتيجية تعود بالفائدة على الشركة وتساعد على دعم ريادتها وتنافسيتها بشكل

جيد وفعّال. وانطلاقاً من ذلك يمكن تجسيد مشكلة البحث في التساؤل الآتي: **ما مدى التزام شركة جود التجارية بالمسؤولية الاجتماعية؟**

أهمية البحث وأهدافه:

تتمثل **أهمية البحث** في الجوانب الآتية:

1- تعد المسؤولية الاجتماعية عنصراً مهماً في صياغة الاستراتيجية الشمولية للشركة محل الدراسة، إذ أنّ هذه المسؤولية باتجاهاتها المختلفة ترتبط بعنصر العمل في المنظمة من حيث إدراك العاملين لهذا العنصر بما يكفل إسهامهم الفاعل في تنفيذ المهام الموكلة إليهم.

2- يمكن أن تسهم نتائج البحث في زيادة اهتمام الشركة محل الدراسة للالتزام الكامل بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال المشاركة في إستراتيجيات واقعية وفعّالة لتقديم الخدمات الاجتماعية مما يسهل آليات إدارتها وقدرتها على استقطاب زبائن جدد وزيادة حصتها السوقية.

3- يمكن أن تسهم نتائج البحث في تحسين مستوى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركة محل الدراسة، الأمر الذي يعزز من مكانتها في السوق وتحقيق الميزة التنافسية لها.

يهدف البحث إلى تحديد مدى التزام شركة جود التجارية بالمسؤولية الاجتماعية من خلال المجالات الآتية: المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، المسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين، المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة، المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين، المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع.

فرضيات البحث:

ينطلق البحث من الفرضية الرئيسة الآتية: لا تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية من خلال المجالات الآتية: المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، المسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين، المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة، المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين، المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع. **ويتفرع عن هذه الفرضية فرضيات فرعية تتعلق بكل مجال من المجالات السابقة.**

منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع العاملين في شركة جود التجارية، والبالغ عددهم (860) عاملاً وعاملة، وقد تمّ تحديد حجم العينة بالاعتماد على قانون العينة الإحصائي الآتي:

$$n \geq \frac{N.Z^2.R(1-R)}{N.d^2 + Z^2.R(1-R)}$$

$$n \geq \frac{860.(1.96)^2.0.5(1-0.5)}{860.(0.05)^2 + (1.96)^2.0.5(1-0.5)}$$

$$n \geq \frac{825.944}{3.110} \approx 266$$

وبنتيجة تطبيق القانون بلغ حجم العينة من العاملين (266) عاملاً وعاملة تمّ توزيع الاستبانات عليهم، وأعيد منها (231) استبانة كاملة وصالحة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (86.84%).

لتحقيق أهداف البحث تمّ تطوير "استبانة"، وقد تكونت الاستبانة من (45) عبارة موزعة على تسعة محاور شملت مجالات المسؤولية الاجتماعية: المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، المسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين، المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة، المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسون، المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع.

وتمّ توزيع الدرجات على بنود الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وذلك بإعطاء الدرجة /5/ للإجابة بدرجة كبيرة جداً، والدرجة /4/ للإجابة كبيرة عالية، والدرجة /3/ للإجابة بدرجة متوسطة، والدرجة /2/ للإجابة بدرجة منخفضة، والدرجة /1/ للإجابة بدرجة منخفضة جداً، كذلك تمّ استخدام حزمة البرامج SPSS.23 للتحليل الإحصائي. كما تمّ إخضاع هذه الاستبانة لاختبار الموثوقية من الناحية العلمية والإحصائية للتأكد من مدى صلاحيتها، حيث تمّ عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة، كما تمّ اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وكانت النتائج وفق الجدول الآتي:

الجدول (1) اختبار الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث

المحاور	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع	5	0.895
المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة	5	0.874
المسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين	5	0.865
المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين	5	0.833
المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين	5	0.842
المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة	5	0.855
المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين	5	0.902
المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين	5	0.843
المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع	5	0.866
الثبات الكلي	45	0.867

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.23

يبين الجدول (1) أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع المتغيرات تساوي (0.867)، وهي أكبر من 0.70، كذلك يلاحظ أنّ قيم معامل ألفا كرونباخ لكل مجال من المجالات أكبر من 0.70، وهذا يدل على ثبات الأداة وصلاحيتها للقياس والدراسة.

تمّ تحديد درجة الالتزام واختبار فرضيات البحث باستخدام الأساليب الإحصائية الآتية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري للعينة، الأهمية النسبية، اختبار (t) لعينة واحدة One- Sample T. test.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت:

طول الفئة = (درجة الاستجابة العليا – درجة الاستجابة الدنيا)/عدد فئات الاستجابة

طول الفئة = (5 – 1)/5 = 0.8

وبناءً عليه تمّ اعتماد التبويب المغلق، وتمّ تحديد المجالات الآتية:

الجدول (2) تبويب تدرجات سلم ليكرت الخماسي (تبويب مغلق)

المجال	درجة الالتزام	الأهمية النسبية
1 – 1.8	ضعيفة جداً	%(20–36)
1.81 – 2.60	ضعيفة	%(36.2–52)
2.61 – 3.40	متوسطة	%(52.2–68)
3.41 – 4.20	كبيرة	%(68.2–84)
4.21 – 5	كبيرة جداً	%(84.2–100)

المصدر: من إعداد الباحثة

الدراسات السابقة:

1- دراسة الحمدي وجعبل (2008) بعنوان: مدى إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها: دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية اليمنية لمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية، حيث تمّ استقصاء (54) مديراً من الإدارات العليا والوسطى لتلك المنظمات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أنّ (91%) من أفراد العينة يرون أنّ منظماتهم تقدم منتجات آمنة وصحية للمستهلكين، وأن (87%) من أفراد العينة يرون أنّ منظماتهم تقدم منتجات ذات نوعية جيدة، وأنّ (85%) من أفراد العينة يؤكدون التزام منظماتهم بمعايير أخلاقيات التسويق وحقوق المستهلك، وأن (83%) من أفراد العينة يرون أنّ منظماتهم تشارك في المهرجانات المحلية التي تستهدف المصلحة الوطنية، كما وتؤشر كافة النتائج أنّ لدى اغلب أفراد العينة شعوراً إيجابياً نحو منظماتهم وإيماناً كاملاً بأنّ منظماتهم تقوم بتنفيذ العديد من الأنشطة والممارسات الإيجابية بما من شأنه تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه كافة أصحاب المصالح من عاملين ومستهلكين ومجتمع.

2- دراسة الخشروم وآخرون (2012) بعنوان: تبني المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية العاملة في مدينة حلب: دراسة ميدانية لعينة من المدراء. هدفت الدراسة إلى قياس مدى تبني الشركات الصناعية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة (الأخلاقية والقانونية والبيئية والخيرية والاقتصادية)، وذلك بالتطبيق على الشركات الصناعية العاملة في حلب، ولهذا الهدف تمّ تصميم استمارة استقصاء وزعت على (120) شركة في حلب تمّ اختيارها بطريقة العينة الميسرة، واستردت (104) استمارة بنسبة استجابة (88%) تقريباً، وكان من أهم نتائج الدراسة أنّ هناك تبايناً بين الشركات في ممارستها لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة، وذلك بحسب طبيعة عملها، وكذلك بحسب عمر الشركة، إلا أنه ليس هناك تباين واضح بين الشركات الصناعية في ممارستها لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة، وذلك بحسب درجة تصنيفها، وتبين أيضاً أنه لا توجد تباينات بين الشركات المدروسة وبين الشركات الرائدة والمتميزة في ممارستها للمسؤوليات الاجتماعية.

3- دراسة أبو ماضي (2015) بعنوان: أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على أداء مؤسسات القطاع العام في قطاع غزة. هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى مؤسسات القطاع العام في قطاع غزة، ودراسة أثرها على أداء مؤسسات هذا القطاع، وتطوير الجوانب المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع العام بما

يخدم المواطن الفلسطيني. تمّ استخدام المنهج الوصفي وشمل مجتمع الدراسة على المسميات الإدارية مدير عام، ووكيل مساعد، ووكيل وزارة، والبالغ عددهم (150) موظفاً وموظفة، وقد قام الباحث باستخدام أسلوب المسح الشامل، حيث تمّ الحصول على (149) استبانة من أصل (150) استبانة تمّ توزيعها، وتمّ استبعاد (3) استبانات لعدم مطابقتها للشروط وتحليل (146) استبانة بنسبة (97.33%) من إجمالي مجتمع الدراسة. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج والتي تتمثل في أنّ المسؤولية الاجتماعية تؤثر بشكل مباشر في أداء مؤسسات القطاع العام، حيث يجب العمل على تعزيز المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع العام في قطاع غزة، ومراعاة ذوي الاحتياجات الخاصة في التوظيف، كما يجب على هذه المؤسسات أن تشجع الموظفين على العمل التطوعي لخدمة المجتمع، ولابد للمؤسسة أيضاً أن تقوم بصيانة مواردها وتنميتها.

4- دراسة (Al-Hazaymeh, 2015) بعنوان: أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية: دراسة ميدانية في محافظة اربد.

The Impact of Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage: Field Study in Private Hospitals of Irbid.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية من خلال استطلاع آراء المستطلعين من موظفي المستشفيات الخاصة بمحافظة اربد. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وشمل مجتمع الدراسة جميع المستشفيات الخاصة في محافظة اربد، وتكونت عينة الدراسة من (100) موظفاً في القطاع الخاص من المستشفيات المشمولة بالدراسة (7 مستشفيات خاصة). وجدت الدراسة أنّ هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية تجاه البيئة والمسؤولية تجاه المستفيدين والمجتمع المحلي) في تحقيق الميزة التنافسية (خفض التكاليف والابتكار والتجديد) في المستشفيات الخاصة الأردنية بمحافظة اربد. كما كشفت نتائج الدراسة أنّ أساس المسؤولية الاجتماعية للمستشفيات الخاصة ربط الأداء البيئي لمهمتها ببرامج تشارك من خلالها بحماية البيئة والمنطقة المحيطة بها، كما تستخدم المستشفيات الخاصة التكنولوجيا الحديثة لتخفيف التلوث البيئي، وأكدت الدراسة على ضرورة تطوير وتعزيز أخلاقيات العمل وتدريب الموظفين العاملين في المستشفيات المدروسة لتعزيز قدرتها على التعامل مع مشاكل أخلاقية صعبة.

5- دراسة (Nyoro, S. N, 2017) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها استراتيجية تنافسية وتأثيرها على أداء قطاع خدمة الهاتف المحمول: حالة سفاري كوم كينيا.

Corporate social responsibility as a competitive strategy and its effect on performance of mobile telephone service industry: A case of Safaricom Kenya.

هدفت الدراسة لمعرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء مقدمي خدمات الهاتف المحمول بالتركيز على سفاري كوم كينيا. وتمثلت الأهداف الرئيسية للدراسة للتحقيق في مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها استراتيجية تنافسية من خلال سفاري كوم كينيا. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وشمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في الشركة، وقد تم اختيار عينة الدراسة عمداً وتمثلت بـ (155) إدارياً من العاملين من مختلف مستويات الإدارة الذين لديهم المعرفة حول الاستراتيجيات التنافسية التي تستخدمها سفاري كوم كينيا. وكانت المقابلات والاستبيانات الأدوات الرئيسية لجمع البيانات. كشفت الدراسة أنّ المسؤولية الاجتماعية للشركات لعبت دوراً رئيسياً في اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم، وتعزيز سمعة العلامة التجارية وزيادة استخدام منتجات وخدمات الشركة.

بعد استطلاع مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية نلاحظ أنّ الدراسة الحالية هي امتداد للدراسات السابقة من ناحية تناولها موضوع المسؤولية الاجتماعية، إلا أنها تتميز عنها بتناولها أبعاد شاملة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى كونها جديدة من حيث تناولها الشركة محل الدراسة.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية: أولت المجتمعات وخاصة الدول المتقدمة الاهتمام في الكثير من القضايا الاجتماعية والأخلاقية، وذلك بسبب المشكلات والأعمال غير النافعة بل والضارة التي أحدثتها بعض منظمات الأعمال. وقد ازداد اهتمام منظمات الأعمال بالإنفاق على الأنشطة الاجتماعية المختلفة بل ازداد النقد الموجه إليها بشأن تركيز اهتمامها بتعظيم أرباحها وعدم مراعاة المجتمع والبيئة التي تعمل فيها (العامري والغالبي، 2008، ص48). وقد بدأ المفهوم بالظهور عندما قامت بعض المنظمات بتحسين ظروف العمل الداخلية وتحسين حياة العاملين وزيادة أجورهم وتوفير الرعاية الطبية لعوائلهم وغيرها من الممارسات (إدريس، 2005، ص178). إلا أنّ هذا المفهوم أصبح اليوم أكثر اتساعاً ويركز على جوانب تحسين نوعية الحياة بشكل عام وتوفير الاستقرار الاجتماعي وزيادة التكافل الاجتماعي والعناية بشرائح المجتمع كافةً دون تمييز (المغربي، 2006، ص558). لقد أكدّ العديد من الباحثين على أهمية الاستثمار في المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية مثل الأعمال الخيّرة، بحيث أصبحت تعد إستراتيجية كونها تجلب منافع كثيرة للمنظمة كزيادة المبيعات أو تعزيز الصورة الذهنية (Margolis and Walsh, 2003, p269).

وتؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في بيئات مختلفة على أهمية المسؤولية الاجتماعية، ومن هذه الدراسات دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2006 حيث أظهرت أنّ ما مقداره 2.3 تريليون دولار من أصل 24 تريليون دولار كانت قد استثمرت في الشركات التي أظهرت نسبة عالية ضمن مقياس المسؤولية الاجتماعية (Heslin and Ochoa, 2008, p131).

تعرّف المسؤولية الاجتماعية بأنها: الشعور بالالتزام من جانب المنظمات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء صنع القرار الاستراتيجي. ويضيف (Jones, 2001, p153) أنّ المسؤولية الاجتماعية هي المسؤولية الأخلاقية للمنظمة لمجموعة أصحاب المصالح التي تتأثر بشكل مباشر أو غير مباشر بأعمال المنظمة. أما (Pride *et. Al.* 2005, p42) فيعتبرون أنّ المسؤولية الاجتماعية هي الإقرار بأنّ نشاطات الأعمال لها تأثير مباشر في المجتمع، واعتبار ذلك التأثير في اتخاذ قرارات الأعمال. ويشير (Jone & Hill, 2002, p160) إلى أنّ المسؤولية الاجتماعية هي واجب المديرين بالالتزام باتخاذ القرارات التي تشجع رفاهية وخير أصحاب المصالح بشكل إجمالي. انطلاقاً من ذلك ونظراً لازدياد أهمية المسؤولية الاجتماعية فقد ظهر العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية نذكر أهم هذه التعريفات: تعريف منظمة المقاييس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية بأنها: "مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلاً عن الآخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين (ISO26000, 2007).

وترى الباحثة أنّ المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنظمة اقتصادياً وقانونياً وأخلاقياً وإنسانياً تجاه المجتمع والعملاء بمجموعة من القرارات والواجبات التي تجعلها ليس فقط ككيان اقتصادي يهدف إلى تحقيق الربح فحسب بل ككيان اجتماعي يُسهم في حل مشكلات المجتمع والحفاظ على البيئة التي تعمل في إطارها. وهي تشمل الالتزام التنظيمي للقيام بالممارسات الطوعية بتعزيز رفاهية موظفيها والمجتمع ككل، وحرية التصرف في ممارسة الأعمال التجارية التي تؤدي إلى التنمية الاقتصادية.

ثانياً: أهمية المسؤولية الاجتماعية: إنّ المكاسب التي تجنيها منظمات الأعمال من برامج المسؤولية الاجتماعية هي ذاتها تعتبر الحجج المؤيدة لممارسة المسؤولية الاجتماعية، وتتمثل بـ (البكري، 2001، ص52):

1- تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين وتطوير صورة المنظمة أمام المجتمع.

2- تمثل المسؤولية الاجتماعية الحالة الأفضل للمستثمرين، وذلك عن طريق رفع قيمة الأسهم في الأمد الطويل، لما تحظى به المنظمة من ثقة لدى المجتمع، وما تقوم به للحد من المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها مستقبلاً.

3- القوانين والتشريعات لا يمكنها أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة بالمجتمع، ولكن بوجود المسؤولية في الأعمال فإنها ستمثل قانوناً اجتماعياً.

4- إن لم تقم منظمات الأعمال بمهامها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية ومساعدة المجتمع في معالجة وحل القضايا التي يعاني منها، فإنها يمكن أن تفقد الكثير من قوتها التأثيرية في المجتمع.

5- الوقاية من المشكلة أفضل من علاجها، لذلك من المناسب ترك المنظمات لتعمل في المجتمع لتتجنب المشكلات قبل أن تتفاقم ويصعب علاجها.

وهناك وجهات متعارضة حول تبني المنظمة لمزيد من الدور الاجتماعي، ولكن هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمنظمة في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها والاهتمام بمجتمعها الداخلي المتمثل بالمورد البشري. وفي هذا الصدد يشير (رشيد وآخرون، 2009، ص10) إلى أنّ أغلب الخبراء والمختصين يشيرون إلى أنّ المورد البشري يلعب دوراً حاكماً ومميزاً في تحقيق النجاح للمنظمات على اختلاف أنواعها بالمقارنة مع غيره من الموارد التنظيمية. وهذا يؤكد وجوب الاهتمام بالموارد البشرية سواء على مستوى المنظمة أو المجتمع.

ثالثاً: عناصر المسؤولية الاجتماعية: تتكون المسؤولية الاجتماعية من عناصر مترابطة ينمي كل منها الآخر ويدعمه ويقويه ويتكامل معه، وهي (برقاوي، 2009، ص11-12؛ المغربل وياسمين، 2008، ص5):

1- الاهتمام: ويتضمن الارتباط العاطفي بالجماعة وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها وتحقيق أهدافها.

2- الفهم: ويتضمن فهم الفرد للجماعة والقوى النفسية المؤثرة في أعضائها، وفهمه لدوافع السلوك الذي تنتهجه خدمة لأهدافها، وأيضاً، استيعابه للأسباب التي جعلته يتبنّى مواقفها. إنّ الفهم الصحيح يدعم مشاركة الفرد في القيام بمسؤولياته وهو أيضاً يشترط الالتزام بأخلاقيات المجتمع ومسايرة المعايير والاهتمامات الاجتماعية ومقاومة الضغوط وتنسيق الجهد الشخصي التعاوني، كما يشمل التقارب الفكري وتحديد النقاط التي يجب اعتمادها للوصول إلى الغاية التي تخدم المصلحة العامة؛ فالتعاطي العقلاني يجعل الأفراد يواجهون الأزمات مواجهة مسؤولة، وحين يكون استعدادهم لتحمل المسؤولية الاجتماعية معتمداً على القوى الذاتية (العقل والعاطفة والتكامل النفسي) يعطي ثماره الجيدة. والفهم يعني إدراك الفرد للظروف المحيطة بالجماعة، ماضيها وحاضرها وقيمها واتجاهاتها، والأدوار المختلفة فيها. كما يقتضي تقدير المصلحة العامة.

3- المشاركة: المشاركة مسؤولية وهي الأرضية الأساسية لحياة اجتماعية مشرقة مستقرة، وتُظهر المشاركة قدر الفرد وقدرته على القيام بواجباته وتحمل مسؤولياته بضمير حي وروحية صافية، وإرادة ثابتة، والمقصود هنا مشاركة الفرد في أعمالٍ تساعد في تحقيق الهدف الاجتماعي حين يكون مؤهلاً اجتماعيا لذلك. وتلعب الثقافة دوراً في مجال المشاركة الاجتماعية، فالثقافة هي همزة الوصل بين الفرد والواقع الاجتماعي، فمنها نتعّلم أصول العلاقات الإنسانية ونستدلّ على سبل التعايش الإنساني والاجتماعي السليم.

رابعاً: أسباب اتجاه منظمات الأعمال إلى تبني المسؤولية الاجتماعية: هناك العديد من الأسباب التي تدفع منظمات الأعمال باختلافها على تبني برامج مختلفة تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية ومن هذه الأسباب ما يلي (شريفي وحاجي، 2012، ص5):

1- الصعوبات التسويقية التي تعاني منها المنظمات في ظل التغيرات الهائلة في عالم الاقتصاد.

2- ازدياد حدة المنافسة في الأسواق الدولية.

3- الضغوط التي تواجهها المنظمات من منظمات المجتمع المدني ومجموعات الضغط المتنوعة مثل جمعيات حماية البيئة ومكافحة التدخين والغش التجاري الأمر الذي فرض على هذه المنظمات الاهتمام بتحسين صورتها الذهنية من خلال تقديمها لبرامج وأنشطة يستفيد منها قطاع محدد من المجتمع من القضايا الاجتماعية والإنسانية ومنها محاربة الأمية ومكافحة البطالة وزيادة الوعي الثقافي ومكافحة الفقر ونحو ذلك.

النتائج والمناقشة:

بناءً على نتائج تفريغ الاستبانة، تمّ تحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية، ولتحقيق ذلك قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف واختبار الوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات مجالات المسؤولية الاجتماعية، وفق الآتي:

1- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:

الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المجتمع

الرقم	المسؤولية تجاه المجتمع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر tالاختبار	احتمال الدلالة	القرار
1	تتوافق رسالة الشركة وأهدافها وقيمها مع أهداف وقيم المجتمع.	3.883	0.704	77.66	18.12	19.078	.000	دال
2	تساهم الشركة في التقليل من مشكلة البطالة في المجتمع.	3.784	0.701	75.67	18.54	16.977	.000	دال
3	تشترك الشركة في دعم البنى التحتية للمجتمع.	3.805	0.626	76.10	16.46	19.538	.000	دال
4	تدعم أنشطة الشركة أعمال وأنشطة مؤسسات المجتمع المدني.	3.762	0.763	75.24	20.28	15.177	.000	دال
5	تشجع الشركة احترام العادات والتقاليد وعدم خرق القواعد	3.775	0.633	75.50	16.78	18.592	.000	دال

	العامة للسلوك.							

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (3) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع تقع ضمن المجال (3.41–4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ رسالة الشركة تتوافق وأهدافها وقيمها مع أهداف وقيم المجتمع، حيث تساهم الشركة في التقليل من مشكلة البطالة في المجتمع، كما تشترك في دعم البنى التحتية للمجتمع، وتدعم أعمال وأنشطة مؤسسات المجتمع المدني، كما تشجع احترام العادات والتقاليد وعدم خرق القواعد العامة للسلوك. ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$

$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (4) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المجتمع

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8017	.46811	.03080	12.31%	76.03%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
26.031	.000	.80173	.7410	.8624

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (4) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.80173)، وتقع ضمن المجال (3.41–4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، وبأهمية نسبية بلغت (76.03%)، ومعامل اختلاف $CV = 12.31\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

2- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:

يبين الجدول رقم (5) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة تقع ضمن المجال (3.41–4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تستخدم تقنيات حديثة لتجنب مسببات التلوث وللحد من المخاطر البيئية، حيث تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات قيم الإدارة وثقافة الشركة بشكل عام، كما تساهم مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة

على البيئة وحسن استخدام مواردها، حيث يوجد لديها نشرات ومبادرات تحث من خلالها على الحفاظ على البيئة، كما تقدم حوافز لموظفيها المتميزين بالأنشطة البيئية.

الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف
ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه البيئة

الرقم	المسؤولية تجاه البيئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر الاختبار t	احتمال الدلالة	القرار
6	تستخدم الشركة تقنيات حديثة لتجنب مسببات التلوث وللحد من المخاطر البيئية.	3.749	0.702	74.98	18.73	16.208	.000	دال
7	تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات قيم الإدارة وثقافة الشركة بشكل عام.	3.779	0.791	75.58	20.92	14.981	.000	دال
8	تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على البيئة وحس استخدام مواردها.	3.879	0.592	77.58	15.26	22.562	.000	دال
9	يوجد لدى الشركة نشرات ومبادرات تحث من خلالها على الحفاظ على البيئة.	3.961	0.799	79.22	20.16	18.292	.000	دال
10	تقدم الشركة حوافز لموظفيها المتميزين بالأنشطة البيئية.	4.035	0.665	80.69	16.48	23.645	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$
$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (6) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه البيئة

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8805	.45560	.02998	11.74%	77.61%

One-Sample Test

Test Value = 3

t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
29.374	.000	.88052	.8215	.9396

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (6) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.88052)، وتقع ضمن المجال (3.41–4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، وبأهمية نسبية بلغت (77.61%)، ومعامل اختلاف $CV = 11.74\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

3- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين:

يبين الجدول رقم (7) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين تقع ضمن المجال (3.41–4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تهتم بشكاوى العملاء والعمل على حلها بصورة عاجلة، وتلتزم بتنفيذ الاتفاقيات التي يبرمها مع العملاء في الوقت المناسب، وتعمل على تقديم خدماتها برسوم ونوعيات مناسبة للعميل، كما تقوم بالإعلان عن خدماتها بصدق، وتسعى إلى أن يشعر العميل بالسرور بالحصول على الخدمة.

الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المراجعين

الرقم	المسؤولية تجاه المراجعين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر tالاختبار	احتمال الدلالة	القرار
11	تهتم الشركة بشكاوى العملاء والعمل على حلها بصورة عاجلة.	3.745	0.679	74.89	18.12	16.675	.000	دال
12	تلتزم الشركة بتنفيذ الاتفاقيات التي يبرمها مع العملاء في الوقت المناسب.	3.723	0.647	74.46	17.38	16.984	.000	دال
13	تعمل الشركة على تقديم خدماتها برسوم ونوعيات مناسبة للعميل.	3.970	0.737	79.39	18.56	20.009	.000	دال
14	تقوم الشركة بالإعلان عن خدماتها بصدق وأمانة.	3.939	0.878	78.79	22.28	16.268	.000	دال
15	تسعى الشركة إلى أن يشعر العميل بالسرور بالحصول على	3.766	0.651	75.32	17.28	17.898	.000	دال

	الخدمة.							

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$

$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (8) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المراجعين

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8286	.47150	.03102	12.32%	76.57%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
26.709	.000	.82857	.7674	.8897

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (8) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.82857)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين، وبأهمية نسبية بلغت (76.57%)، ومعامل اختلاف $CV = 12.32\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

4- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين:

يبين الجدول رقم (9) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تقدم أجور ورواتب تتناسب مع حجم وأهمية مهام القائمين بها، حيث تضمن لموظفيها العدالة الوظيفية وتوفير فرص ترقية مناسبة تتناسب مع كفاءاتهم وخبراتهم، وتلتزم بعمليات تدريب العاملين لديها وتمكينهم وإكسابهم المعرفة والمهارات المتجددة، وبتوفير بيئة وظروف عمل صحية مناسبة لأداء العاملين للمهام المناطة بها، كما توفر الشركة لموظفيها الفرص المناسبة للمشاركة بالقرارات خصوصاً التي تتعلق بشؤونهم الوظيفية أو التي من شأنها تطوير العمل.

الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه العاملين

الرقم	المسؤولية تجاه العاملين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر tالاختبار	احتمال الدلالة	القرار
16	تقدم الشركة أجور ورواتب تتناسب مع حجم وأهمية مهام القائمين بها.	3.892	0.576	77.84	14.80	23.533	.000	دال
17	تضمن الشركة لموظفيها العدالة الوظيفية وتوفير فرص ترقية مناسبة تتناسب مع كفاءاتهم وخبراتهم.	3.879	0.759	77.58	19.58	17.59	.000	دال
18	تلتزم الشركة بعمليات تدريب العاملين لديها وتمكينهم وإكسابهم المعرفة والمهارات المتجددة.	3.853	0.882	77.06	22.90	14.693	.000	دال
19	تلتزم الشركة بتوفير بيئة وظروف عمل صحية مناسبة لأداء العاملين للمهام المناطة بها.	3.948	0.750	78.96	19.00	19.212	.000	دال
20	توفر الشركة لموظفيها الفرص المناسبة للمشاركة بالقرارات خصوصاً التي تتعلق بشؤونهم الوظيفية أو التي من شأنها تطوير العمل.	3.723	0.633	74.46	17.01	17.348	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$
$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (10) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه العاملين

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8589	.43936	.02891	11.39%	77.18%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
29.711	.000	.85887	.8019	.9158

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (10) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.85887)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، وبأهمية نسبية بلغت (77.18%)، ومعامل اختلاف $CV = 11.39\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

5- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين:

يبين الجدول رقم (11) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تشجع إقبال العديد من المساهمين في الاستثمار في الشركة، كما تهتم بتعظيم أرباح المساهمين وزيادة حجم المبيعات وتخفيض النفقات، وبتعظيم قيمة السهم وحماية أصول الشركة وموجوداتها، وتسعى لرسم صورة محترمة للشركة في المجتمع، وتلتزم بسلامة الموقف القانوني والأخلاقي بما يضمن استمرارية الشركة

الجدول (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف

ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المساهمين

الرقم	المسؤولية تجاه المساهمين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر الاختبار t	احتمال الدلالة	القرار
21	تشجع الشركة إقبال العديد من المساهمين في الاستثمار في الشركة.	4.061	0.695	81.21	17.12	23.188	.000	دال
22	تهتم الشركة بتعظيم أرباح المساهمين وزيادة حجم المبيعات وتخفيض النفقات.	3.818	0.606	76.36	15.86	20.533	.000	دال
23	تهتم الشركة بتعظيم قيمة السهم وحماية	3.801	0.570	76.02	15.01	21.338	.000	دال

	أصول الشركة وموجوداتها.							
24	تسعى الشركة لرسم صورة محترمة للشركة في المجتمع.	3.957	0.624	79.13	15.77	23.301	.000	دال
25	تلتزم الشركة بسلامة الموقف القانوني والأخلاقي بما يضمن استمرارية الشركة.	4.017	0.625	80.35	15.57	24.727	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$

$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (12) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المساهمين

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.9307	.38725	.02548	9.85%	78.61%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
36.529	.000	.93074	.8805	.9809

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (12) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.93074)، وتقع ضمن المجال (3.41–4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين، وبأهمية نسبية بلغت (78.61%)، ومعامل اختلاف $CV = 9.85\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

6- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة:

يبين الجدول رقم (13) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة تقع ضمن المجال (3.41–4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تلتزم بالتشريعات والقوانين الصادرة من الحكومة من خلال قواعد وتعليمات العمل المعمول بها، حيث تقوم بتسديد الالتزامات الضريبية والرسوم بصدق، وتحرص على تعزيز سمعة الحكومة في التعامل

الخارجي، وتساهم بتعزيز جهود الدولة في مختلف المجالات لاسيما الصحية والتنموية، كما تحترم قرارات وتوجهات الحكومة في تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف والحد من البطالة.

الجدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه الحكومة

الرقم	المسؤولية تجاه الحكومة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر الاختبارt	احتمال الدلالة	القرار
26	تلتزم الشركة بالتشريعات والقوانين الصادرة من الحكومة من خلال قواعد وتعليمات العمل المعمول بها.	3.961	0.681	79.22	17.19	21.45	.000	دال
27	تقوم الشركة بتسديد الالتزامات الضريبية والرسوم بصدق.	4.026	0.678	80.52	16.85	22.986	.000	دال
28	تحرص الشركة على تعزيز سمعة الحكومة في التعامل الخارجي.	3.701	0.529	74.03	14.30	20.145	.000	دال
29	تساهم الشركة بتعزيز جهود الدولة في مختلف المجالات لاسيما الصحية والتنموية.	3.952	0.718	79.05	18.16	20.168	.000	دال
30	تحترم الشركة قرارات وتوجهات الحكومة في تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف والحد من البطالة.	3.810	0.566	76.19	14.85	21.747	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$

$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (14) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه الحكومة

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8900	.34570	.02275	8.89%	77.8%

One-Sample Test

Test Value = 3

t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
39.131	.000	.89004	.8452	.9349

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (14) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.89004)، وتقع ضمن المجال (3.41–4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة، وبأهمية نسبية بلغت (77.8%)، ومعامل اختلاف $CV = 8.89\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

7- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين:

يبين الجدول رقم (15) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين تقع ضمن المجال (3.41–4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تلتزم بدفع مستحقات الموردين في الوقت المناسب، كما تلتزم باطلاع الموردين والمجهزين على مختلف أساليب تطوير العمل والتعليمات الناظمة لتجنبهم الوقوع بالخطأ، وتعمل على الإعلان عن احتياجاتها من مواد وتجهيزات لجميع الموردين بعدالة، وتضمن الشركة الشفافية في التعامل مع الموردين مع ضمان سرية معلوماتهم وأسعار المواد المعروضة منهم، كما تتعامل مع العديد من الموردين وتضمين استمرار التعامل العادل معهم.

الجدول (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه الموردين

الرقم	المسؤولية تجاه الموردين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر الاختبار t	احتمال الدلالة	القرار
31	تلتزم الشركة بدفع مستحقات الموردين في الوقت المناسب.	3.749	0.435	74.98	11.59	26.192	.000	دال
32	تلتزم الشركة باطلاع الموردين والمجهزين على مختلف أساليب تطوير العمل والتعليمات الناظمة لتجنبهم الوقوع بالخطأ.	3.970	0.217	79.39	5.46	68.052	.000	دال
33	تعمل الشركة على الإعلان عن احتياجاتها من مواد وتجهيزات لجميع الموردين بعدالة.	3.792	0.417	75.84	11.00	28.863	.000	دال
34	تضمن الشركة الشفافية في	3.831	0.398	76.62	10.39	31.748	.000	دال

	التعامل مع الموردين مع ضمان سرية معلوماتهم وأسعار المواد المعروضة منهم.							
35	تتعامل الشركة مع العديد من الموردين وتضمين استمرار التعامل العادل معهم.	3.818	0.459	76.36	12.01	27.118	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$

$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (16) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه الموردين

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8320	.19608	.01290	5.12%	76.64%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
64.493	.000	.83203	.8066	.8575

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (16) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.83203)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين، وبأهمية نسبية بلغت (76.64%)، ومعامل اختلاف $CV = 5.12\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

8- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين:

يبين الجدول رقم (17) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تلتزم بقواعد المنافسة العادلة والنزيهة، وبمبدأ عدم الإضرار بمصالح الآخرين، كما تلتزم بعدم سحب العاملي من الآخرين بطريقة غير نزيهة، وبالأحكام التي تصدر عن المحكمين والجهات المعنية بحل أي

خلاف بينها وبين منافسيها، وتحرص على التعاون مع المنافسين للمحافظة على المصلحة الوطنية العليا وضمان استقرار العمل.

الجدول (17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المنافسين

الرقم	المسؤولية تجاه المنافسين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر tالاختبار	احتمال الدلالة	القرار
36	تلتزم الشركة بقواعد المنافسة العادلة والنزيهة.	3.797	0.491	75.93	12.93	24.659	.000	دال
37	تلتزم الشركة بمبدأ عدم الإضرار بمصالح الآخرين.	3.905	0.372	78.10	9.54	36.921	.000	دال
38	تلتزم الشركة بعدم سحب العاملي من الآخرين بطريقة غير نزيهة.	3.727	0.518	74.55	13.91	21.321	.000	دال
39	تحرص الشركة على التعاون مع المنافسين للمحافظة على المصلحة الوطنية العليا وضمان استقرار العمل.	3.732	0.517	74.63	13.84	21.528	.000	دال
40	تلتزم الشركة بالأحكام التي تصدر عن المحكمين والجهات المعنية بحل أي خلاف بينها وبين منافسيها.	3.983	0.519	79.65	13.03	28.783	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$

$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (18) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه المنافسين

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8286	.27797	.01829	7.26%	76.57%

One-Sample Test

Test Value = 3

t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
45.304	.000	.82857	.7925	.8646

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (18) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.82857)، وتقع ضمن المجال (3.41–4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين، وبأهمية نسبية بلغت (76.57%)، ومعامل اختلاف $CV = 7.26\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

9- مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع:

يبين الجدول رقم (19) أنّ المتوسطات الحسابية لجميع عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع تقع ضمن المجال (3.41–4.20) المقابل لشدة الإجابة **كبيرة** على مجالات سلم ليكرت، وهي ترتفع عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات على أنّ أفراد العينة يوافقون وبدرجة كبيرة على أنّ الشركة تلتزم بمبدأ عدم التعصب ونشر روح التسامح نحو الأقليات، وبالمساواة في التوظيف والعدالة في الوصول إلى المناصب العليا، وبتشجيع التفكير العلمي عند الشباب ونشر ثقافة التسامح، كما تحرص على توفير تجهيزات للمعوقين ودعم الجمعيات التي تساعدهم على الاندماج بالمجتمع، واحترام حقوق وخصوصية المرأة.

الجدول (19) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومعاملات الاختلاف
ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه فئات المجتمع

الرقم	المسؤولية تجاه فئات المجتمع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%	Test Value = 3		
						مؤشر tالاختبار	احتمال الدلالة	القرار
41	تلتزم الشركة بمبدأ عدم التعصب ونشر روح التسامح نحو الأقليات.	3.987	0.548	79.74	13.73	27.396	.000	دال
42	تلتزم الشركة بتشجيع التفكير العلمي عند الشباب ونشر ثقافة التسامح.	3.671	0.471	73.42	12.83	21.658	.000	دال
43	تلتزم الشركة بالمساواة في التوظيف والعدالة في الوصول إلى المناصب العليا.	3.996	0.466	79.91	11.66	32.496	.000	دال
44	تحرص الشركة على توفير تجهيزات للمعوقين ودعم	3.961	0.235	79.22	5.92	62.284	.000	دال

	الجمعيات التي تساعدهم على الاندماج بالمجتمع.							
45	تحرص الشركة على احترام حقوق وخصوصية المرأة.	3.840	0.471	76.80	12.27	27.087	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

ولتحديد مدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع، قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع واختبار معنويته:

$$H_0 : \bar{y} = 3$$

$$H_1 : \bar{y} \neq 3$$

الجدول (20) نتائج اختبار الوسط الحسابي لمدى التزام الشركة محل الدراسة بالمسؤولية تجاه فئات المجتمع

One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	معامل الاختلاف%	الأهمية النسبية%
231	3.8909	.18522	.01219	4.76%	77.82%

One-Sample Test

Test Value = 3				
t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
73.104	.000	.89091	.8669	.9149

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.23)

يبين الجدول رقم (20) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.89091)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة **كبيرة** على مجالات مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي أنّ الشركة محل الدراسة تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع، وبأهمية نسبية بلغت (77.82%)، ومعامل اختلاف $CV = 4.76\%$ يدل على تجانس إجابات أفراد العينة.

الاستنتاجات والتوصيات:

أ- الاستنتاجات:

1- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

2- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

3- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المراجعين.

4- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين.

5- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين.

6- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة.

7- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين.
8- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين.
9- تلتزم الشركة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه فئات المجتمع.

ب- التوصيات:

1- ضرورة الحفاظ على مستوى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة محل الدراسة، وتطوير بشكل مستمر نحو الأفضل، وإيلاء موضوع دعم البنى التحتية للمجتمع وإيجاد نشرات ومبادرات تحث من خلالها الشركة على الحفاظ على البيئة، والسعي الدائم إلى أن يشعر المراجع بالسرور بالحصول على الخدمة.

2- الاهتمام أكثر بموضوع اختيار الأشخاص المناسبين لتولي مسؤوليات من شأنها زيادة المسؤولية الاجتماعية للشركة محل الدراسة وتوجيهها للفئات ذات العلاقة بها كالمجتمع والبيئة والحكومة والعلاقات من المراجعين والموردين والمنافسين، أو الأكثر تميزاً في عملهم لإشغال الوظائف المتخصصة المناسبة لهم.

3- تعزيز العلاقات الوظيفية ما بين العاملين، وبما ينعكس إيجاباً على أدائهم، وتميزهم في عملهم في خدمة المجتمع والمراجعين والأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة، وتعميم مفهوم المسؤولية الاجتماعية ما بين المستويات الإدارية المختلفة، ودعم الأفكار المتميزة والتي تنعكس إيجاباً على تطوير العمل، ورفع مستوى الأداء.

4- إيلاء التدريب حول المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية مزيداً من الاهتمام، وبما يساعد في تحقيق الأهداف المتوخاة منه، وذلك بتوفير البرامج التدريبية الأكثر مناسبة وطلباً من العاملين، مع ضرورة إجراء الدراسات المستمرة اللازمة لتطوير مراحل وفعاليات المسؤولية الاجتماعية.

5- ضرورة تبني مفهوم ربح ومساهمة اجتماعية من أجل كسب جميع أصحاب المصالح، وزيادة وعي العاملين بأهمية المسؤولية الاجتماعية وتحقيق التفوق التنافسي، وتفعيل دور الإعلام بمختلف وسائله في نشر المسؤولية الاجتماعية للشركة.

6- إنشاء ميثاق أخلاقي ذو بعد اجتماعي ملزم لمقدمي الخدمة وعلى مختلف مستوياتهم الوظيفية يتضمن مؤشرات حول المساهمة الاجتماعية نحو المجتمع والبيئة والمراجعين والعاملين والحكومة والمساهمين والموردين والمنافسين وذوي الاحتياجات الخاصة.

7- إجراء المزيد من الدراسات حول المسؤولية الاجتماعية، لإلقاء المزيد من الضوء حول مفهوم وضرورة المحافظة على مستوى عال من المسؤولية الاجتماعية تجاه جميع الفئات المستهدفة.

المراجع:

أ- المراجع العربية:

1- أبو ماضي، كامل أحمد إبراهيم. *أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على أداء مؤسسات القطاع العام في قطاع غزة*، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد (23)، العدد (2)، 2015، 61-88.

2- إدريس، ثابت عبد الرحمن، *إدارة الأعمال: نظريات ونماذج تطبيقية*، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، 178.

3- البكري، ثامر ياسر، *التسويق والمسؤولية الاجتماعية*، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، 52.

4- الحمدي، فؤاد محمد؛ الجعبل، ماجد مبخوت. مدى *إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها: دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية*، كلية العلوم الإدارية، جامعة ذمار، 2008.

5- الخشروم، محمد؛ عبيدو، أميرة؛ الجاموس، عبد الرحمن. *تبني المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية العاملة في مدينة حلب: دراسة ميدانية لعينة من المدراء*، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 24، العدد 108، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2012.

6- الغالبي، طاهر محسن منصور؛ العامري، صالح محسن حسن، *المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل: الأعمال والمجتمع*، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2008، 48.

7- المغربل، نهال؛ ياسمين، فؤاد، *المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية*، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، 2008، 5.

8- المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح، *الإدارة: الأصول العلمية والتوجهات المستقبلية*، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر، 2006، 558.

9- برقاوي، خالد بن يوسف، *أراء الشباب الجامعي حول المسؤولية الاجتماعية: دراسة استطلاعية لآراء طلاب وطالبات جامعة أم القرى بمكة المكرمة*، الملتقى السنوي لمراكز الأحياء بمكة المكرمة، المملكة العربية السعودية، 2009، 11-12.

10- شريفي، مسعودة؛ حاجي، كريمة، *المسؤولية الاجتماعية والثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال المعاصرة: رحلة الألف ميل تبدأ بخطوة*، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، 2012، 5.

ب- المراجع الأجنبية:

11- Al-Hazaymeh, Ahmad Saleh. *The Impact of Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage: Field Study in Private Hospitals of Irbid*, Governorate, International Journal of Arts and Commerce,2015, Vol.4 No.5, 48-68.

12- Heslin, A. Peter. and Ochoa, D. Jenna, *Understanding and developing strategic corporate social responsibility*, Organizational Dynamics, Vol.37,No.2, 2008, 126.

13- ISO 26000 Working Group on Social Responsibility, Working definition, Sydney, February 2007.

14- Jones G. R. *Organizational Theory*. USA, 2001, 153.

15- Margolis, Joshua and Walsh, James "*Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business*," Administrative Science Quarterly, 48, 2003, 269.

16- Nyoro, S. N. *Corporate social responsibility as a competitive strategy and its effect on performance of mobile telephone service industry: A case of Safaricom Kenya.* International Academic Journal of Human Resource and Business Administration, 2017, 1 (5), 1-12.

17- Prentice Hall. Hill C. W. L. & Jones G. R. (2002). *Strategic Management* New York: Houghton Mifflin, 2002, 160.