



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا
عمادة التطوير والجودة



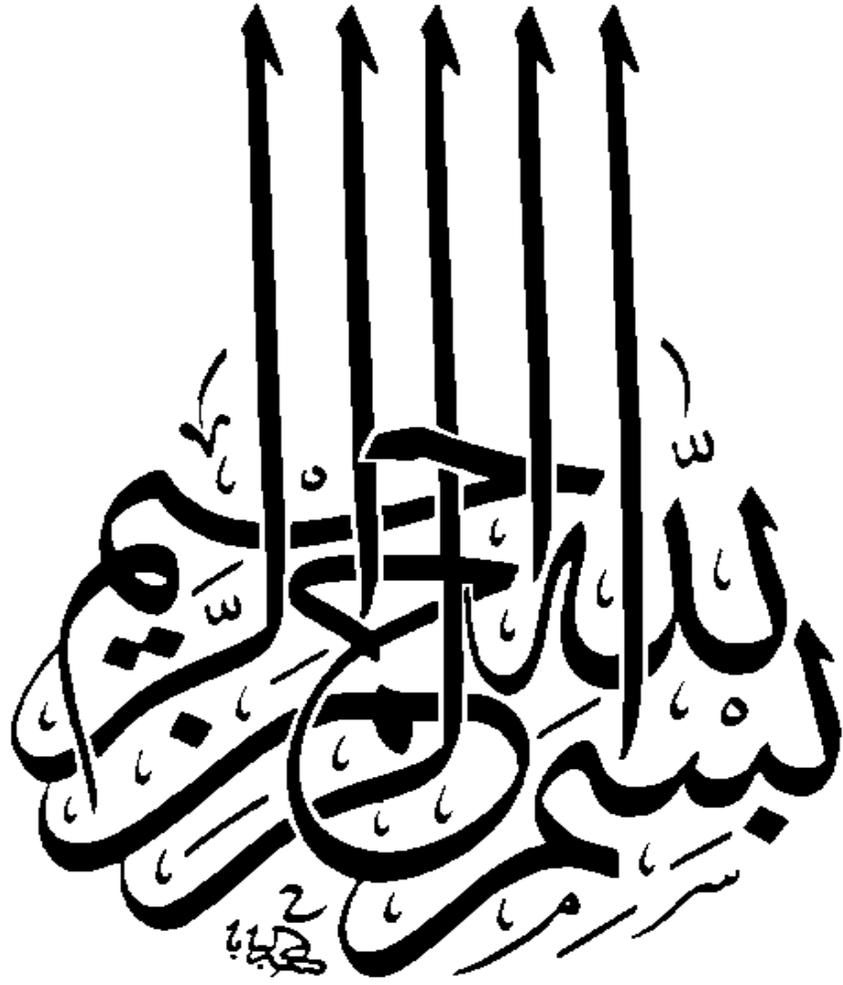
دور المسؤولية الإجتماعية في أداء شركات الإتصالات
بإستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن
دراسة حالة : مجموعة سوداتل للإتصالات

**Role Of Social Responsibility On Telecommunication Company
Performance by Using Balance Score card Dimentions
Cause study: Sudatel Group**

بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في إدارة الجودة والإمتياز

إشراف د. أميرة محمد علي احمد

إعداد الطالب : مصطفى محمد حسين موسى



إستحلال

قال تعالى:

(وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ ۗ صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي الَّذِي أَنْتَنَ كُلَّ شَيْءٍ ۗ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ)

(سورة النمل، الآية 88)

إهداء

إلى والدتي التي ربنتني على قول الطيب والتحلي بأفضل الأخلاص ...

إلى والدي الذي رباني على الصبر وطلب وحبه وأهله ...

إلى أخي و إخوتي ...

إلى من سعدت روحهم إلى السماء أختي ريم وعمتي محاسن ...

إلى رفقاء الدرب ...

إلى كل غيور على دينه الإسلام جاد في طلب العلم ...

إلى هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

شكر وتقدير

الحمد لله عز وجل أولاً أشكره على عظيم نعمته وجزيل فضله ، الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم ومن إتبعه بإحسان إلى يوم الدين .

وفي هذا المقام الجلي لا يسعني إلا أن أتقدم بوافر الشكر والتقدير لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا التي أتاحت لي فرصة الالتحاق بها و أتقدم بأسمى آيات الشكر وعظيم التقدير والإمتنان للدكتورة / أميرة محمد علي التي شرفني قبولها المتابعة والإشراف على هذا البحث وصبرها طوال مدة إنجاز العمل رغم مشاغلها الكثيرة بحكم مسؤولياتها ، والشكر موصول إلى أمناء المكتبات وإلى إدارة مجموعة سوداتل ، كما أخص بالشكر الأساتذة الذين شاركوا في تحكيم الإستبانة وجميع العاملين بمجموعة سوداتل الذين كانوا عينه البحث والشكر كذلك موصول للذين قاموا بالتحليل الإحصائي .

وفي الختام شكري وتقديري لكل من ساهم وقدم لي نصحاً وتوجيهاً وإرشاداً .

مستخلص البحث

هدف هذا البحث إلى بيان دور المسؤولية الاجتماعية على أداء شركات الإتصالات باستخدام محاور بطاقة الأداء المتوازن ، ولتحقيق أهداف البحث تم إستخدام المنهج الوصفي إذا أنه الأنسب لطبيعة البحث ، وتكونت عينة البحث من جميع أفراد المجتمع الأصلي والبالغ عددهم (50) موظف ، وتمثل هذه عينة مجتمع الدراسة الكامل بنسبة (100%) من مجتمع البحث ، وتمثلت أداة البحث في الاستبانة واستخدم الباحث عدة أساليب إحصائية ، وتوصل الباحث إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي لشركات الإتصالات ، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية ورضا عملاء شركات الإتصالات ، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية لشركات الإتصالات ، لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وعملياتي التعلم والنمو في شركات الإتصالات.

وفي ضوء نتائج البحث أوصى الباحث بعدة توصيات منها ضرورة الإهتمام بتبني بطاقة الأداء المتوازن لأهميتها في تحسين الأداء وقدرتها على تحقيق الأهداف بشكل إيجابي ، يجب حث مسؤول التدريب بأهمية دورهم الفعال في عملية التدريب ورفع كفاءة العاملين داخل مجموعة سوداتل ، العمل على تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الاجتماعية الأساسية لدى كافة الشركات العامة والخاصة على وجه الخصوص و السعي إلى نشر مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى كافة العاملين في الشركات ، وفي الأخير أوصى الباحث بضروره توعية الإدارة العليا في الشركات بأهمية عمليتي التعلم والنمو .

Abstract

This research is aimed at showing role of social responsibility on performance of telecommunications company by using Balance Scorecard , To archive the objective of the research the researcher has used the descriptive approach because it is the most suitable the sample content from overall population there were (50) employers , These sample represent the whole study (%100) from research population , Questionnaire was used as main tool to collect the data of this study meanwhile some statistic packages were utilized to analyze the data . the study came up with some valuable results that can be summarized as follows :There were significant differences between social responsibility and the financial performance of Telecommunications company , there were significant differences between social responsibility and customer satisfaction of Telecommunications company , there were significant differences between social responsibility and the efficiency the internal process of Telecommunications company , there were significant differences between social responsibility and the learning and growth of Telecommunications company .

The study concluded with some recommendations such as the necessary to adopt balance scorecards because it important to improve performance and it ability to achieve the objective positively , Training department manager should be made aware the important of there effective role on training process and improve the efficiency of the staff inside sudatel group , Work to adopt Balance Scorecard in there Basic perspectives in all public sectors and privet sector in particularly , Seek to sprat the concept of social responsibility among all the staff in company ,finally the researcher recommend Educate senior managers the important of learning and growth .

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
	الآية الكريمة
أ	إستهلال
ب	إهداء
ج	الشكر والتقدير
د	المستخلص
هـ	Abstract
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ك	قائمة الاشكال
ل	قائمة الملاحق
الفصل الأول: الاطار العام للبحث	
1	المقدمة
2	مشكلة البحث
2	أهداف البحث
2	أهميه البحث
3	فروض البحث
4	منهج البحث
4	حدود البحث
4	مصطلحات البحث
الفصل الثاني الاطار النظري والدراسات السابقة	
المبحث الاول: المسؤولية الإجتماعية	
5	تمهيد
6	تعريف المسؤولية الإجتماعية
8	أهمية المسؤولية الإجتماعية
9	مصطلحات مرادفة للمسؤولية الإجتماعية
9	تطور المسؤولية الإجتماعية للشركات
11	التحديات التي أدت لبروز مفهوم المسؤولية الإجتماعية
12	وجهات النظر حول مفهوم المسؤولية الإجتماعية
13	أبعاد المسؤولية الإجتماعية

14	مبادئ المسؤولية الإجتماعية
16	عناصر المسؤولية الإجتماعية
16	معايير قياس المسؤولية الإجتماعية
18	مجالات المسؤولية الإجتماعية
19	الميثاق العالمي للمسؤولية الإجتماعية
20	المتطلبات الأساسية لاي مشاركة في المسؤولية الإجتماعية
20	فوائد المسؤولية الإجتماعية
21	أركان المسؤولية الإجتماعية
المبحث الثاني: بطاقة الأداء المتوازن	
23	مفهوم بطاقة الأداء المتوازن
25	محاور بطاقة الاداء المتوازن
27	المميزات التي يحققها مدخل قياس بطاقة الأداء المتوازن في المنظمات
28	علاقة بطاقة الأداء المتوازن بالاستراتيجية
29	متطلبات تطبيق بطاقة الأداء المتوازن
29	أسباب نجاح وفشل تطبيق بطاقة الاداء المتوازن
30	علاقة المسؤولية الإجتماعية بأداء الشركة
المبحث الثالث: مجموعة سوداتل للاتصالات	
36	أولا : نبذة تعريفية
39	ثانيا : الدور الإجتماعي والإقتصادي لمجموعة سوداتل
المبحث الرابع: الدراسات السابقة	
43	أولا :الدراسات المحلية
44	ثانيا :الدراسات العربية
50	ثالثا :الدراسات الأجنبية
55	رابعا :التعقيب على الدراسات السابقة
56	خامسا : موقع البحث الحالي من الدراسات السابقة
الفصل الثالث اجراءات دراسته الميدانية	
58	تمهيد
58	منهج البحث
58	مجتمع البحث

58	عينة البحث
59	خصائص عينة البحث
62	أداة البحث
62	وصف الإستبانة
63	الثبات والصدق الظاهري
63	الثبات والصدق الإحصائي
65	تطبيق الاستبانة
الفصل الرابع	
عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج وتفسيرها	
66	تمهيد
72	المحور الأول
76	المحور الثاني
80	المحور الثالث
85	المحور الرابع
89	مناقشة النتائج والتحقق من الفروض
الفصل الخامس	
النتائج والتوصيات والمقترحات	
96	النتائج
96	التوصيات
97	المقترحات لبحوث مستقبلية
98	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول
12	جدول رقم (1) يبين الحجج التي يطرحها كلا الطرفين المؤيدون والمعارضون لتبني المسؤولية الإجتماعية
58	جدول رقم (2) يبين عينة البحث
59	جدول رقم (3) التوزيع التكراري والنسبي لمتغير النوع
60	جدول رقم (4) التوزيع التكراري والنسبي لمتغير المؤهل الاكاديمي
61	جدول رقم (5) التوزيع التكراري والنسبي لمتغير سنوات الخبرة
63	جدول رقم (6) يوضح محاور الإستبانة وعدد الفقرات لكل محور
64	الجدول رقم (7) يوضح الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على الاستبانة
66	جدول رقم (8) يوضح ترميز العبارات
67	جدول رقم (9) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث
69	جدول رقم (10) يوضح الإحصاء الوصفي للعبارات
72	جدول رقم (11) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الأول
74	جدول رقم (12) يوضح الدلالة على الفروق لعبارات المحور الأول
76	جدول رقم (13) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الثاني
78	جدول رقم (14) يوضح نتيجة اختبار مربع كأي للدلالة على الفروق لعبارات المحور الثاني
80	جدول رقم (15) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الثالث
82	جدول رقم (16) يوضح نتيجة اختبار مربع كأي للدلالة على الفروق لعبارات المحور الثالث
85	جدول رقم (17) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الرابع

87	جدول رقم (18) أعلاه يوضح نتيجة إختبار مربع كأي للدلالة على الفروق لعبارات المحور الرابع
88	جدول رقم (19) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الأولى علاقة المسؤولية الإجتماعية والمحور المالي
91	جدول (20) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الثانية علاقة المسؤولية الإجتماعية ورضا العملاء
92	جدول (21) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الأولى علاقة المسؤولية الإجتماعية ومحور العمليات الداخلية
94	جدول (22) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الأولى علاقة المسؤولية الإجتماعية ومحور التعلم والنمو

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل
13	شكل رقم (1) يوضح العلاقة بين الاداء الإقتصادي والإجتماعي
14	شكل رقم (2) يوضح المستويات الاربع للمسؤولية الإجتماعية
27	شكل رقم (3) يوضح أبعاد بطاقة الاداء المتوازن
38	شكل رقم (4) يوضح الهيكل التنظيمي لمجموعة سوداتل
59	شكل رقم (5) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير النوع
60	شكل رقم (6) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير المؤهل الاكاديمي
61	شكل رقم (7) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير سنوات الخبرة

قائمة الملاحق

الرقم	الملاحق
1	قائمة بأسماء المحكمين
2	الاستبانة بصورتها الأولية
3	الاستبانة بصورتها النهائية
4	عينه البحث لمجموعة سوداثل

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

مقدمة :

لقد أصبح هناك اتفاق وتوجه عام بالأخذ بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وذلك من أجل تحسين الأداء وزيادة فعاليتها، فلم تعد الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فحسب، ولم يعد تقييمها يعتمد على ربحيتها فقط ، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم .وكان من أبرز هذه المفاهيم مفهوم " المسؤولية الاجتماعية للشركات الذي يعتبر أحد الأساليب العلمية المتخذة في عمليات التقييم ومالها من إيجابيات .

لم تعد المسؤولية الاجتماعية تعتبر عبئا على الشركات وتقلل من أرباحها، ولكن على العكس، فنجد إن قيام المجموعة بمسئولياتها الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح وغيرهم في المجتمع يساهم في تحسين صورة ومركز المجموعة في أعين العملاء والجمهور مما ينعكس ايجابيا على عائدات المجموعة في الأجل المتوسط و الطويل ، لذلك فإن المسؤولية الاجتماعية للمجموعة تعتبر استثمارا طويل الأجل له عائد على المدى الطويل، يفوق التكلفة المنفقة على أوجه النشاط الاجتماعي للمجموعة .

ففي ظل سعي المنظمات إلى تحقيق الأداء الإقتصادي الذي يهدف إلي تعظيم أرباحها يطمح الباحث من خلال هذا البحث إلى معرفة دور تبني مجموعة سودائل للإتصالات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى تأثير ذلك على تحسين أدائها وذلك بمعرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية على أبعاد بطاقة الأداء المتوازن (البعد المالي ، بعد العميل ، بعد العمليات الداخلية ، بعد التعلم والنمو) ، ويسعى الباحث من خلال هذا البحث إلى تسليط الضوء على عملية القياس داخل مجموعة سودائل للإتصالات حيث تعتبر عملية القياس من أهم مراحل العملية الإدارية، و على الرغم من أنها تقع في آخر مرحلة من مراحل إتمام النشاط أو البرنامج او الاستراتيجية إلا أن القياس و من ثم التقييم يؤثر بشكل مباشر في النشاط ذاته من حيث أنه يعرض جدواه و فعاليته ويساعد في اظهار اختلاله و تقويمها لذلك فإن أي نشاط لا يكتمل إلا بقياس أدائه .

نجد أن المشكلة الأكبر تتعلق بقياس مجموعة سودائل للإتصالات للمسؤولية الاجتماعية، و ذلك لأن المسؤولية الاجتماعية مفهوم حديث نسبيا سواء من حيث التأسيس العلمي أو من حيث الممارسة العملية ، لذا الأهتمام باستخدام بطاقة الأداء المتوازن في عملية قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء يساعد على تحقيق تحسين كبير في الاداء ، وذلك من خلال تشجيع المديرين على الأخذ في الإعتبار كل المقاييس التشغيلية بالتالي التأكد من أن التحسين والتطوير في أحد المجالات لن يتحقق على حساب مجال اخر .

1 مشكلة البحث :

ومن خلال ماتقدم وتأسيساً عليه يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل العام الرئيسي الآتي :
ما أثر تبني المسؤولية الإجتماعية على الأداء مجموعة سودائل للإتصالات باستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن ؟

وينتفرع من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية :

1. مامدى تأثير المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي لمجموعة سودائل للإتصالات من خلال بطاقة الأداء المتوازن ؟
2. كيف يؤدي الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية إلى زيادة الرضا لدى العملاء بمجموعة سودائل للإتصالات من خلال بطاقة الأداء المتوازن ؟
3. إلى أي مدى تعمل المسؤولية الإجتماعية على رفع كفاءة العمليات الداخلية بمجموعة سودائل للإتصالات من خلال بطاقة الأداء المتوازن ؟
4. هل تساهم المسؤولية الإجتماعية في دعم عمليتي التعلم والنمو وضمان بقاء شركة سودائل للإتصالات من خلال بطاقة الأداء المتوازن ؟

2- أهداف البحث :

يهدف البحث إلى :

1. بيان تأثير المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي لمجموعة سودائل للإتصالات من خلال بطاقة الأداء المتوازن .
 2. إظهار دور المسؤولية الإجتماعية في زيادة رضا العملاء من خلال بطاقة الأداء المتوازن .
 3. الكشف عن مدى أهمية المسؤولية الإجتماعية في زيادة كفاءة العمليات الداخلية .
 4. إبراز مدى إسهام المسؤولية الإجتماعية في عمليتي التعلم والنمو بشركة سودائل .
- ### 3-أهمية البحث :

تكمن أهمية الدراسة بشكل أساسي في الأثر الواضح الذي يلعبه مفهوم المسؤولية الإجتماعية في تحسين الأداء , ويمكن أيضا تحديد الأهمية في النقاط التالية :

1. أنها تفيد الشركات بأهمية قيامها بمسؤولياتها الإجتماعية تجاه أصحاب المصالح وفي ظل التحولات التي يستهدفها محيط الشركات .
2. تقديم إطار علمي ومنهجي للشركات لتبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية وتغيير الصورة الذهنية لدى بعض الشركات التي تعتبر أن المسؤولية الإجتماعية تمثل عبء على المجموعة .
3. أنها تفيد المجتمع في تحفيز الشركات على القيام بمشروعات تهدف إلى دعم المجتمع وتنميته وحماية بيئته .

4. تساهم في تطوير التشريعات لتشجيع شركات المساهمة للقيام بمسئولياتها المجتمعية .

5. إثراء المكتبة السودانية بالدراسات في هذا المجال .

6. إلقاء الضوء على أهمية المسؤولية الإجتماعية لمجموعة سودائل والإهتمام بها بصورة أكبر .

7. المساهمة في توضيح أهمية تقييم الأداء داخل الشركات بصورة عامة .

4 -فروض البحث :

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي لمجموعة سودائل للإتصالات .

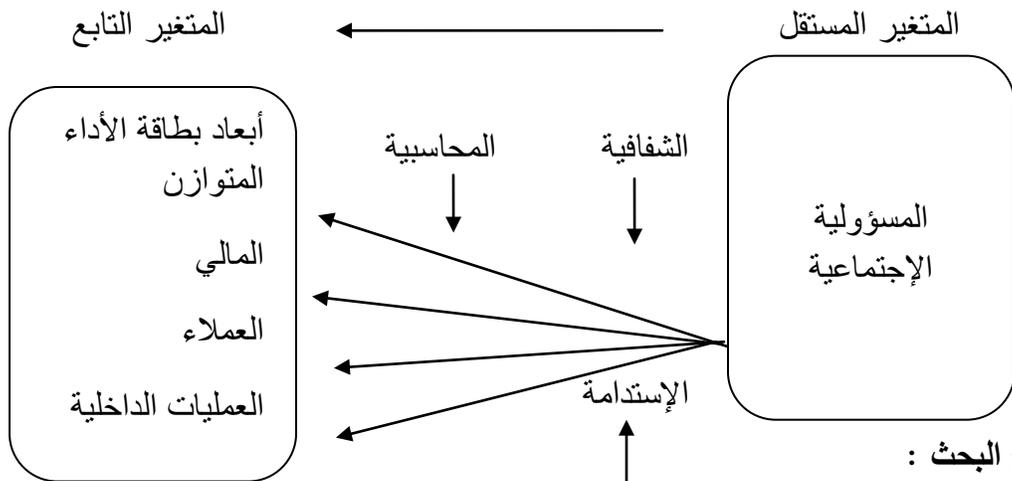
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية ورضا العملاء بمجموعة سودائل للإتصالات .

3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية بمجموعة سودائل للإتصالات .

4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وعملياتي التعلم والنمو في مجموعة سودائل للإتصالات .

5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الإجتماعية في أبعاد بطاقة الاداء المتوازن .

5- نموذج البحث :



6- منهج البحث :

يقوم هذا البحث على إستخدام المنهج الوصفي إذ يرى الباحث هو الأمثل لطبيعة البحث .

7- حدود البحث :

أ. الحدود الموضوعية : إقتصرت الدراسة على أثر تبني المسؤولية الإجتماعية على الأداء بإستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن .

ب. الحدود المكانية : مجموعة سوداتل للاتصالات.

ج. الحدود الزمانية : 2013 – 2015

8- مصطلحات البحث:

المسؤولية الاجتماعية :

يقصد بها الباحث في هذا البحث مساهمات الشركات في المجتمع الذي تعمل فيه حيث تعتبر الشركات جزءاً لا يتجزأ من هذا المجتمع , مع الأخذ في الإعتبار أهداف اصحاب المصالح .

الأداء :

يقصد به الباحث في هذا البحث أداء مجموعة سوداتل للاتصالات حيث ينظر له من خلال اربعة محاور (المحور المالي ، محور العميل ، محور العمليات الداخلية ، محور التعلم والنمو) .

بطاقة الأداء المتوازن :

يعرف الباحث بطاقة الأداء المتوازن في هذا البحث على أنها نموذج يعرض طرق متنوعة لإدارة المنظمة لكسب عوائد مرضية من خلال صناعة قرارات إستراتيجية تأخذ بالاعتبار الآثار المنعكسة على كل من المحور المالي والزبائن والعمليات الداخلية وتعلم ونمو الأفراد، وإن تحليل الأداء وقياسه للمحاور المذكورة يعتمد على تحليل وتشخيص مقاييس أداء مالية وغير مالية لأهداف قصيرة وطويلة الأجل .

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول : المسؤولية الإجتماعية

تمهيد:

ورود مصطلح المسؤولية الإجتماعية للمرة الأولى في إدارة الأعمال عام ١٩٢٣ وذلك عندما أشار شيلدن في كتابه فلسفة الإدارة إلى أن مسؤولية الإدارة في المشروعات هي بالدرجة الأولى مسؤولية إجتماعية، وأن التزام ادارة المشروع بمسئوليتها الإجتماعية عند اداء وظائفها المختلفة هو الجزء الهام من فن استخدام الأساليب العلمية لإدارة الأعمال .وبالرغم من تلك البداية، فإن مفهوم المسؤولية الإجتماعية لم يلفت الانظار أو يجذب الإنتباه في تلك المرحلة المبكرة، ولكن كانت هناك اشارات غير مباشرة ظلت تطفو وتتلاصق متجمعة سويًا حتى نهاية الخمسينات وبداية الستينات من القرن الحالي.(صبيحي،2009،ص520)

بدء مصطلح المسؤولية الإجتماعية يجذب الانتباه ويلفت الانظار اليه بشكل أكبر مما مضى .وكانت تلك المساحة أشبه ما تكون بداية لمولد فكر جديد في فلسفة الإدارة هو المسؤولية الإجتماعية و يقول العالم الأمريكي الأخصائي في مجال المسؤولية الاجتماعية دانييل فرانكلين " تعتبر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الآن الاتجاه السائد بعد أن كانت إستعراض لفعل الخير في السابق، إلا أن عددا قليلا من المنظمات يمارسها بصورة جيدة"، فمن المتفق عليه أن منظمات الأعمال ليست بمنظمات خيرية وأن هاجسها الأول تحقيق أكبر عائد من الربح، إلا أنه في وقتنا الحاضر نجد أن تقييم المنظمات لم يعد يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، وإنما ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة من أبرزها مفهوم "المسؤولية الاجتماعية" الذي يفرض نفسه على الساحة الاقتصادية الوطنية والدولية(الصيرفي،2006، ص29).

ونجد أن منظمات الأعمال ما وجدت إلا لتساعد في تطوير المجتمع والاهتمام بمتطلباته، ولا يفترض أن يقتصر دورها على خدمة مصالحها الذاتية، ومصالح مجتمعات ترتبط مباشرة بها كالمالكين والمساهمين ، لذلك فقد توسع الدور الاجتماعي لمنظمات الأعمال وفقد اعتبارات تطور قدرات المنظمات الأعمال من جانب وازدياد الضغوط عليها من قبل فئات متعددة (صبيحي،2009،ص523).

برز مفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في سياق مطالبات الجمعيات والمنظمات غير الحكومية، القطاع الخاص يتحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه مسألة تشغيل الأطفال وتجاه البيئة، وهو مفهوم يعكس دور ومساهمة المؤسسات الخاصة في عملية تنمية المسؤولية، بحيث تدمج هذه المؤسسات ضمن برامجها ومشاريعها

ونشاطاتها، للمكون الاجتماعي والبيئي والاقتصادي في تفاعل مع مختلف العاملين الاجتماعيين في القطاع الحكومي، ولقد بدأت عبارة "المسؤولية الاجتماعية للمنظمات" تتردد في الإعلام المطبوع كثيراً خاصة في السنوات الأخيرة، ولكن ملاحظ هذا المفهوم لم يتحدد بعد بشكل واضح، خاصة بالبيئة لمنظمات، المنظمة التي لم يحالفها الحظ حتى الآن لتطلق نحو الأسواق الإقليمية والدولية، وفي أحسن الأحوال فإن معظم مبادرات المسؤولية الاجتماعية لا تزال في إطار التعبير عن النوايا الحسنة للمؤسسات تجاه المجتمع الذي تداول نشاطها فيه، ولقد أجمع معظم علماء الإدارة إلى أنه لم يعد مقصوراً من الإدارة العليا في أي منظمة أن تنفذ المشروعات التي تحرص على تحقيق أهدافها التقليدية المتمثلة في تحقيق الأرباح فقط، وإنما أصبح لزاماً عليها أن تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع والجمهور لتحقيق التكيف والتوافق بين المشروعات والبيئة التي تعمل فيها، بحيث لا تحقق أي ضرر لها المجتمع وتحقق نفع حقيقي.

يشير مصطلح المسؤولية الاجتماعية إلى أن منظمات المجتمع بمختلف أنواعها عليها أن تساهم في خدمة المجتمع وتحسين نوعية الحياة الإنسانية للمواطنين فيه، ولقد أصبحت أهداف المنظمات المتميزة الذكية كما ذكرها (أبو النصر، 2015، ص 27-28) :

1. الربحية .

2. النمو .

3. البقاء والإستمرارية .

4. المسؤولية الإجتماعية .

تعريف المسؤولية الاجتماعية:

لا يوجد تعريف واحد رسمي محدد ومتفق عليه للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، بل أن هناك تعريفات عديدة للمسؤولية الاجتماعية للشركة، ومع تعدد هذه التعريفات، تتعدد صور المبادرات والفعاليات حسب طبيعة بيئة العمل المحيطة، ونطاق نشاط الشركة، وما تتمتع به من قدرات مالية وبشرية، وبالتالي فإن تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات ليس ثابتاً، بل هو تعريف ديناميكي، وواقعي، ومتطور، يتواءم مع المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية (الصيرفي، 2006، ص 30) .

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفاً بشكل واضح في النصف الأول من القرن العشرين، حيث كانت المؤسسات تحاول تعظيم أرباحها بكافة الوسائل ولكن مع النقد المستمر لمفهوم الأرباح فقد ظهرت دوافع لتبني المؤسسات دوراً أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها، وبالرغم من صعوبة تحديد تعريف دقيق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية إلا أن هناك عدة اجتهادات هادفة إلى تعريفها من بينها ما يلي:

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال على أنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد".

أما الغرفة التجارية العالمية فقد عرفت المسؤولية الاجتماعية على أنها "جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية و اجتماعية ، و بالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع و التعليم. (السكرانة،2009،ص162)

منظمة الأيزو ISO وضمن مواصفاتها ISO2600 / 2007 أكدت بأنها: تصرف يتفق مع مبادئ، المسؤولية الاجتماعية وممارستها، مثل مبدأ التزام أصحاب المصالح واهتماماتها، مبدأ الامتثال القانوني، مبدأ المساواة ومبدأ الشفافية ومبدأ احترام الاستحقاقات المعنوية الأساسية والأخيرة مبدأ احترام التنوع. (ميسر،2014،ص15) ويرى (العتيبي،2002،ص12) بأنها توظيف المنظمة لأنشطتها المختلفة، بما فيها صالح المجتمع ومنفعة وعدم إلحاق الضرر به من خلال ممارستها تلك الأنشطة وتعزيز قبول المجتمع ودعمه لأهدافها التي يجب ألا تتعارض مع المصلحة العامة لذلك المجتمع .

وتعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها "إجبار المنظمات للعمل بطريقة لخدمة ذوي سالاهتمام الداخليين والخارجيين والإطراف ذوي العلاقة بالمنظمة . (الصيرفي،2007،ص125)

وتعتبر المسؤولية المجتمعية عقد بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر لها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق الكثير من فرص العمل وحل الكثير من المشاكل (المواصلات، الإسكان، الصحة) وغيرها من الخدمات، فالمسؤولية الاجتماعية التزم من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل .

ويؤكد (العامري،2005،ص93) أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا واجب إدارات المنظمات بالقيام باتخاذ قرارات أو التصرف بطريقة تساهم بزيادة رفاهية المجتمع ومصالحه ومصالح المنظمات.

و أيضا تعرف المفوضية الأوروبية المسؤولية الاجتماعية للشركة على أنها "مفهوم تدمج فيه الشركة بين الاهتمامات المجتمعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تعاملها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي. كما تدرك الشركة بشكل متزايد بأن السلوك المسؤول اجتماعياً يؤدي إلى النجاح في عالم الأعمال ، وربط البعض مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالقرارات الإستراتيجية التي تقوم بها منظمات الأعمال، حيث يرون أن المسؤولية الاجتماعية للشركة هي الشعور بالالتزام من جانب الشركات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء عملية صنع القرار الاستراتيجي . (عبدالمتعال،2007،ص118)

عرف دراكر المسؤولية الاجتماعية بأنها إلتزام المؤسسة إتجاه المجتمع العاملة به، وأن هذا إلتزام يتسع بإتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين وجهاتهم. ويرى برايد وفيرل أن المسؤولية الاجتماعية تشير إلى إلتزام من قبل المنظمات من أجل تعزيز تأثيرها الإيجابي وتقليل تأثيرها السلبي على المجتمع فهي تهتم بالتأثيرات الكلية لقرارات التسويق على المجتمع . (فرحان،2010،ص37-38)

ويرى الباحث ان المسؤولية الاجتماعية هي عبارة عن مساهمات الشركات في المجتمع الذي تعمل فيه حيث تعتبر الشركات جزءاً لا يتجزأ من هذا المجتمع ، مع الأخذ في الإعتبار أهداف اصحاب المصالح .

أهمية المسؤولية الاجتماعية:

- تبرز أهمية المسؤولية الاجتماعية من خلال تقديم الأسباب والحجج المؤيدة لقيام المنظمة بمسئولياتها الاجتماعية كما شرحها (محمدابراهيم،2005،ص66) :
1. من مصلحة المنظمة تعزيز وتحسين المجتمع الذي تعمل فيه.
 2. إن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية قضية أخلاقية.
 3. زيادة فرص البقاء أمام المنظمة.
 4. أن التصرفات الاجتماعية ربما تؤدي للربح.
 5. تحسين الصورة العامة للمنظمة في تحسين سمعة وشهرة المنظمة.
 6. منح المنظمات الفرصة لحل المشكلات الاجتماعية التي فشلت الحكومة في حلها.

مصطلحات مرادفة أو مكافئة للمسؤولية الاجتماعية :

يشير (ابوالنصر،2015،ص34-36) ان هناك عدة مصطلحات مرادفة للمسؤولية الاجتماعية وهي :

المسؤولية الاجتماعية للشركات: وهذا المصطلح مهمته فقد بالدور الاجتماعي والإنساني للقطاع الخاص (الشركات) في خدمة المجتمع.

المسؤولية المجتمعية: وهذه التسمية هي أدق من مصطلح المسؤولية الاجتماعية، حيث أن مبادرات وبرامج ومشروعات المسؤولية الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والصحية والثقافية ، ليست قاصرة فقط على التنمية إلا أن معظم المنظمات والجهات سواء على المستوى الدولي أو الإقليمية أو القومي تستخدم مصطلح المسؤولية الاجتماعية، لذا تقرر استخدام المصطلح الأكثر استخداماً والأكثر شيوعاً .

المواطنة المؤسسية أو مواطنة الشركات: من منطلق أن أحد معايير مواطنة أي مؤسسة هي التزامها الطوعي بالمساهمة في خدمة المجتمع وتنميته.

المسؤولية المؤسسية أو مسؤولية الشركات : بمعنى أن لكل مؤسسة في المجتمع مسؤولية الاشتراك في تحسين رفاة المجتمع من خلال مبادرات خيرية ومساهمات بالموارد المؤسسية.

المشاركة المجتمعية : حيث أن كل مؤسسة عندما تساهم وترعى بعض مشروعات وبرامج التنمية الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع سواء كانت هذه المشاركة بالجهد أو بالمعلومات أو بالمال أو بالأجهزة ، فإن هذا يمثل مشاركة مجتمعية من قبل هذه المؤسسة تجاه المجتمع.

الاستجابة الاجتماعية : أقترح بعض الباحثين تحويل مصطلح المسؤولية الاجتماعية إلى مصطلح الاستجابة الاجتماعية حيث يتضمن المصطلح الأول نوعاً من الإلزام، بينما يتضمن الثاني وجود دافع أو حافز في سعر رأس المال لتحمل مسؤوليته الاجتماعية.

عطاء الشركات : لا يقتصر العطاء على الأفراد، وإنما الشركات في المجتمع يمكنها العطاء أيضاً إلى مجتمعاتها، فعندما تقوم الشركات بتقديم بعض الخدمات إلى المجتمع دون محاولة الحصول على شيء ما في المقابل، يتحقق العطاء الإنساني المتوقع منها.

تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات:

تطورت منذ مطلع القرن العشرين فلسفات اقتصادية تزامنت مع الانفصال المتزايد بين الملكية والإدارة في الشركات الحديثة. فابتداء كانت الفلسفة الاقتصادية الكلاسيكية تفترض بأن واجب الشركات الأساسي، ان لم يكن الوحيد، هو أن تعظم من ربحيتها دون أن تقوم بأي واجب آخر تجاه المجتمع، الأمر الذي سوف يمكن المشروعات من النمو، ويوفر بالتالي طائفة أوسع من السلع والخدمات للمستهلكين، وسوف يؤمن دفع أجور أفضل للمستخدمين. وتتمثل النظرة التقليدية للشركات، كما أوجزها بعض الاقتصاديين أمثال ميلتون فريدمان في السبعينات من القرن الماضي ومن وجهة النظر الكلاسيكية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية إذ يرى أن مسؤولية الشركة تتحقق من خلال

سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به، وتقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال، وسداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات العامة للمواطنين، واحترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة. وأن تبني الشركة لفلسفة المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يقلل أرباحها ويزيد تكاليف العمل، كما من شأنه إعطاء قوة اجتماعية للأعمال بشكل أكثر من اللازم. (جون سوليفان وآخرون، 2008، ص8)

بخلاف هذه النظرية فقد شرع المدراء التنفيذيون بالاهتمام بأهداف أخرى إلى جانب تعظيم الأرباح، مثل مصالح المستهلكين والموظفين والدائنين والمجتمعات المحلية. وكان هذا التطور قد ارتبط بنشوء جماعات المصالح ولا سيما النقابات العمالية، وفي الوقت نفسه كانت تتطور التشريعات الخاصة ببيئة الأعمال، فأخذت الحكومات في البلدان المتقدمة صناعاتاً تمنح إعفاءات ضريبية للتبرعات المقدمة من الشركات والجمعيات لأعمال الخير، الأمر الذي شجع الشركات على تخصيص حصة من الأرباح للأعمال الاجتماعية، مستفيدة من هذه الإعفاءات والحوافز المادية وخلال الخمسينات والستينات من هذا القرن، ومع تكريس الانفصال بصورة مزيدة ما بين الملكية والإدارة والذي ميز الشركات العملاقة، بدأت جماعات الحقوق المدنية وجمعيات حماية المستهلكين، وغيرها من الحركات الاجتماعية بالتأثير على سلوك الشركات، عن طريق مراقبة الآثار البيئية للصناعات الكبيرة. ومستوى جودة المنتجات للتأكد من خلوها من المواد الضارة. وبالمثل فقد ازدادت فاعلية حركات الحقوق المدنية وجماعات الضغط، كالمنظمات العمالية والنسائية وحركات السود والأقليات في الولايات المتحدة وأوروبا، الأمر الذي ألزم الشركات بتطوير سياساتها في مجال الاستخدام، مثل تعيين حد أدنى من المستخدمين النساء العاملات، والمواطنين السود والملونين، وأبناء الأقليات، بل تم التراجع عن السياسات التمييزية تجاه المعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة، وتطورت أنظمة الرقابة والحماية ضد التلوث وازداد الاهتمام بالحد من هدر الطاقة. وبالنظر إلى التأثير الكبير الذي باتت تمارسه الشركات العملاقة على اقتصادات المجتمعات المتقدمة، ووصولها إلى مختلف مكونات وجوانب حياة هذه المجتمعات، فقد ازدادت الحاجة إلى وضع ضوابط ومعايير للتأكد من استجابة هذه الشركات للمصلحة العامة، وقام علماء الإدارة والاقتصاد بتطوير قواعد ملموسة لقياس مسؤولية الشركات الاجتماعية. (الحوارني، 2009، ص24-25)

وتشير التوقعات إلى أن هذا الدور سيشهد المزيد من التطور في المستقبل. وتشير الدراسات إلى اهتمام المستهلكين بالسلوك الأخلاقي للشركات. ولعل من أبرز أنصارها ومؤيديها رجل الاقتصاد

المعروف بباول سامباولو والذي يرى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعدين الاقتصادي والاجتماعي معاً. كما يشير إلى أن الشركات في عالم اليوم يجب ألا تكتفي بالارتباط بالمسؤولية الاجتماعية، بل يجب أن تغوص في أعماقها، وأن تسعى نحو الإبداع في تبنيها. وقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حتى أصبح يدخل ضمن استراتيجيات الشركات وأدائها اليومي بما يُوضِّح الفهم الجيد لطلبات المجتمع المتغيرة في الحاضر والمستقبل.

التحديات التي أدت إلى بروز المسؤولية الاجتماعية :

أشارت العديد من الدراسات إلى ان بروز وتنامي مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء نتيجة العديد من التحديات كما حددها (الحمدي، 2003، ص35-36) :

1. العولمة: وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية التي ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، و أصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية.

2. تزايد الضغوط الحكومية والشعبية: من خلال التشريعات التي تنادي بضرورة حماية المستهلك والعاملين والبيئة، الأمر الذي قد يكلف المنظمة أموالاً طائلة إذا ما رغبت في الالتزام بتلك التشريعات، وبخلاف ذلك قد تتعرض للمقاطعة والخروج من السوق بشكل عام.

3. الكوارث والفضائح الأخلاقية: حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة.

4. التطورات التكنولوجية المتسارعة: والتي صاحبته تحديات عديدة أمام منظمات الأعمال فرضت عليها ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الاهتمام بالتغيرات في أنواق المستهلكين و تنمية مهارات متخذي القرار .

وجهات النظر المختلفة حول تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

قد يعترض البعض على موضوع تبني منظمة الأعمال لمسئوليات كبيرة ويطرحون في ذلك حججاً كبيرة مدعمة لأدائها، وبمقابل ذلك فإن هناك من يرون أن الدور الاجتماعي أصبح حقيقة واقعة وأمرأ ضرورياً لا يمكن تجاهله، ويلخص في الجدول الآتي

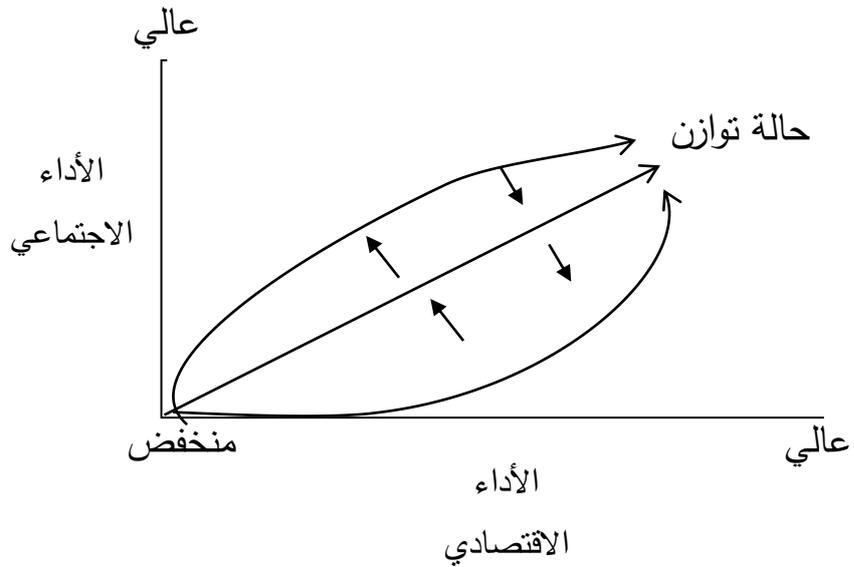
جدول رقم (1) يوضح الحجج التي يطرحها كلا الطرفين المؤيدين لتبني المسؤولية الاجتماعية

المعارضون Milton Freidman	المؤيدون Archie Carroll Keith Davis
يؤدي تبني دوراً اجتماعي أكبر إلى حذف قاعدة تعظيم الأرباح التي هي جوهر وجود منظمات الأعمال الخاصة.	يمكن للأرباح أن تزداد على المدى البعيد من خلال تبني دور اجتماعي، حيث رضا المجتمع، ومد جسور التفاهم والثقة معهم.
تحميل منظمات الأعمال كلفة عالية جراء أنشطة اجتماعية متزايدة، حيث قدرة المنظمة المحدودة قياساً لقدرات الدولة.	إن الالتزام الاجتماعي يمثل حالة موازنة معقولة تجاه النقد الموجه للمنظمات بكونها تهتم بالأرباح وتوسيع الاستثمارات فقط حساب العاملين والمجتمع.
سلطة إضافية أكبر تتمتع بها منظمات الأعمال وتضاف إلى نفوذها الاقتصادي.	أن تبني دور اجتماعي أكبر يقلل من إجراءات الحكومة وتدخلها في شؤون الأعمال
عدم وجود جهة عليا ورسمية ومعروفة من الجمهور يمكن أن تتابع مدى الإنجاز الاجتماعي لمنظمات الأعمال.	نظراً لامتلاك بعض منظمات الأعمال موارد كبيرة مالية وتكنولوجية فإن هذه الموارد يمكن أن تؤدي إلى إنجازات اجتماعية كبيرة.

المصدر: (صبيحي، 2009، ص527)

يوضح الجدول أعلاه وجهات النظر المختلفة حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية التي تساهم في تحسين صورة الشركات في نظر عملائها مما ينعكس إيجابياً على مبيعاتها وبالتالي زياده الأرباح ، لذا يرى الباحث انه المسؤولية الاجتماعية امر ضروري لابد للشركات من تبنيه .

فمن المعلوم أن هناك اتجاه يرى أن الأداء الاقتصادي والاجتماعي للمنظمة إذا ما تعارضا على المدى القصير، بأنه لا يمكن أن يكون كذلك وباستمرار على المدى الطويل. بل أن الأمر يبدو وكأن هناك علاقة تبادلية وانطلاقة متوازنة بين كلا الأدائين لينعكس كل منهما على الآخر بشكل إيجابي، وبالتالي على ضرورة التركيز على جانب واحد فقط وإهمال الجانب الآخر. (صبيحي، 2005، ص528) والشكل أدناه يوضح ذلك



المصدر: (العامري، 2005م، ص 528)

الشكل (1) يوضح العلاقة بين الأداء الإقتصادي والأداء الإجتماعي.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

1/ المسؤوليات الاقتصادية:

تتمثل مسؤوليات أساسية يجب أن تقوم بها منظمات الأعمال، حيث إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع يكلف معقولة، ونوعيات جيدة، وفي إطار هذه المسؤوليات تحقق المنظمة العوائد والأرباح الكافية بتعويض مختلف مساهمات أصحاب رأس المال والعاملين وغيرهم .

2/ المسؤولية القانونية:

وهي عادةً ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تخرقها منظمات الأعمال وأن تحترمها، وفي حالة عكس ذلك، فإنها تقع في إشكالية قانونية، وفي إطار هذه المسؤوليات يمكن الإشارة إلى إتاحة فرص العمل بصورة متكافئة للجميع دون تغيير بسبب الجنس أو القومية أو غيرها.

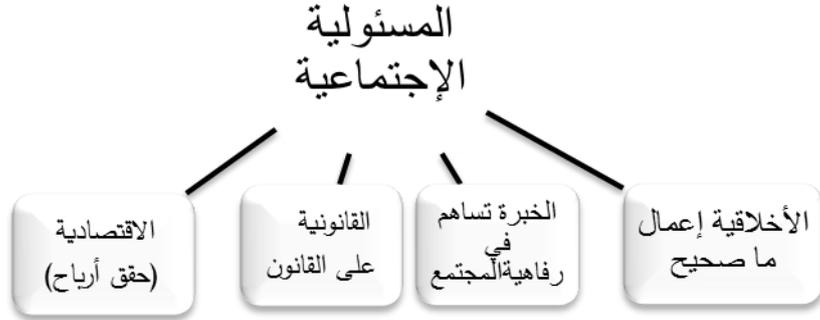
3/ المسؤولية الأخلاقية:

يفترض في إدارة منظمات الأعمال أن تستوعب الجوانب القيمة والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها، وفي حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم توظّر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر ضرورياً .

4/ المسؤولية الخيرية:

وهذه مبادرات طوعية غير ملزمة للمنظمة تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي من قبيل برامج تدريب لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر، ولا تتوخى إدارة منظمات الأعمال من هذه البرامج ارتباطها المباشر بزيادة الأرباح والحصة السوقية.. ويمكن تمثل هذه المسئوليات الأربع التالية

شكل رقم (2) يوضح المستويات الأربع للمسئولية الإجتماعية



المصدر: (وائل صبحي، 2009، ص: 524)

ويشير (ابو النصر، 2015، ص58) في أبعاد المسئولية الإجتماعية للآتي :

1. **الخيرية:** وهي قيام المنظمة بعمل الخير وتقديم الإعانات والمساعدات للمجتمع بما يساهم في تحقيق نوعية الحياة لسكان هذا المجتمع.
 2. **الأخلاقية:** القيام بالعمل الصواب وليس الخطأ أو العمل بما هو صحيح وعادل مع عدم الإضرار بالآخرين وأن تراعي المنظمة القيم والأخلاقيات المهنية وقيم وأخلاقيات العمل والإدارة عند قيامها بإنتاج السلع أو تقديم الخدمات.
 3. **اقتصادية:** تقدير السلع والخدمات التي نشأت من أجلها أصلاً وتقدير السلع والخدمات بكفاءة وفاعلية وبالسعر المناسب وعدم الاحتكار والمغالاة وإهدار موارد المجتمع.
- مبادئ المسئولية الإجتماعية :**

ترتكز المسئولية الإجتماعية على تسع مبادئ رئيسية كما بينها (عويبة، 2011، ص55-56) :

المبدأ الأول: الحماية واعادة الإصلاح البيئي :

يدعو إلى أن تقوم المؤسسة على حماية واعادة إصلاح البيئة والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والخدمات والأنشطة الأخرى وادماج ذلك في العمليات اليومية .

المبدأ الثاني: القيم والأخلاقيات :

تعمل بموجبه المؤسسة على تطوير وِإنفاذ المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق والمصلحة.

المبدأ الثالث: المسائلة والمحاسبة :

يستوجب إبداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة لأصحاب الشأن لإتخاذ القرارات .

المبدأ الرابع: تقوية وتعزيز السلطات :

العمل على الموازنة في الأهداف الإستراتيجية والإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والمزودين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن.

المبدأ الخامس: الأداء المالي والنتائج :

تعمل المؤسسة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في ذات الوقت على الممتلكات والأصول و استدامة هذه العائدات وأن تكون سياسات المؤسسة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل.

المبدأ السادس: مواصفات موقع العمل :

أن ترتبط أنشطة المؤسسة بإدارة الموارد البشرية لترقية وتطوير القوى العاملة على المستويات الشخصية والمهنية بحسبان أن العاملين يمثلون شركاء قيمين في العمل بما يستوجب إحترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع وبيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات.

المبدأ السابع: العلاقات التعاونية :

أن تتسم المؤسسة بالعدالة و الأمانة مع شركاء العمل وتعمل على ترقية و متابعة المسؤولية الإجتماعية لهؤلاء الشركاء.

المبدأ الثامن: المنتجات ذات الجودة و الخدمات :

تحدد المؤسسة وتستجيب لإحتياجات وحقوق الزبائن و المستهلكين الآخرين وتعمل على تقديم أعلى مستوى للمنتجات وقيمة للخدمات بما في ذلك الإلتزام الشديد برضاء وسلامة الزبائن

المبدأ التاسع: الإرتباط المجتمعي :

تعمل المؤسسة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه تتميز بالحساسية تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع و تلعب المؤسسة في هذا الخصوص دورا يتسم بالإيجابية والتعاون والمشاركة حيثما يكون ممكنا في جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال .

عناصر المسؤولية الإجتماعية :

تشير (ميسون، 2009، ص114) إلى أن عناصر المسؤولية الإجتماعية هي :

أ. الإهتمام : ويقصد به الإرتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد، صغيرة أم كبيرة، ذلك الإرتباط الذي يخالطه الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغها أهدافها، والخوف من أن تصاب بأي ظرف يؤدي إلى إضعافها أو تفككها.

ب. الفهم هو ينقسم إلى شقين، الأول فهم الفرد للجماعة، والثاني فهم الفرد للمغزى الإجتماعي لأفعاله. ويقصد بالشق الأول فهم الفرد للجماعة، أي فهمه للجماعة في حالتها الحاضرة من ناحية، وفهم لمؤسساتها ومنظماتها وعاداتها وقيمها ووضعها الثقافي وتاريخها. أما الشق الثاني من الفهم، وهو فهم الفرد للمغزى الإجتماعي لأفعاله، فالمقصود به أن يدرك الفرد أثار أفعاله وتصرفاته وقراراته على الجماعة، أي يفهم القيمة الإجتماعية لأي فعل أو تصرف إجتماعي يصدر عنه.

ج. المشاركة : يقصد بها إشتراك الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الإهتمام وما يتطلبه الفهم من أعمال تساعد الجماعة في إشباع حاجاتها، و حل مشكلتها، والوصول إلى أهدافها، وتحقيق رفاهيتها، والمحافظة على إستمرارها .

معايير قياس المسؤولية الإجتماعية :

هناك أربعة مؤشرات أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية كما

بينها (أوبكر محمد، 2014، ص2014):

1- **مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة:** ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتكوينهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك.

2- **مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:** ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحى لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك.

3- **مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع:** ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتكوين الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

4- **مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:** وتشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتكوين وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات :

يمكن تصنيف ما تقدمه الشركات في مجالات المسؤولية الاجتماعية إلى ما يلي كما بينها (فؤاد، 2010، ص17-20):

1- الأنشطة الاجتماعية للشركة تجاه العاملين بها :

يمثل الإنفاق على الموارد البشرية في الشركة استثمارا حقيقيا تجنى ثماره في الأجلين القصير والبعيد، حيث تمثل العمالة مجالا داخليا من مجالات المسؤولية الاجتماعية، تلتزم الشركة فيه بتوفير الخدمات اللازمة لتحسين جودة حياة العاملين وذلك من خلال:

أ. وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين.

ب. توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، والإنفاق على بعض العاملين .
الراغبين في إكمال دراساتهم العليا وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية.
ج. وضع نظم للحوافز والمكافآت سواء في المناسبات الدينية أو غيرها.

2- الأنشطة الخاصة بتحسين جودة التعامل مع العملاء والمستهلكين

يهدف هذا النوع من الأنشطة إلى تحقيق أهداف الشركة الاقتصادية وأهمها زيادة الأرباح، وزيادة سمعتها في الأوساط الصناعية والتجارية، وبالتالي زيادة قدرتها التنافسية وحصص مبيعاتها في السوق المحلية وسهولة نفاذها الى السوق الخارجية، حيث يؤدي تحقيق رغبات العملاء والمستهلكين في تطوير وتحسين منتجات وخدمات الشركة على جذب ثقتهم ورضاهم والحفاظ على هذا الرضا، ومن أهم الأنشطة التي تقدمها الشركة للعملاء والمستهلكين:

- أ. الإعلان والترويج الصادق والأمين عن منتجات وخدمات الشركة .
- ب. الشفافية والنزاهة والصدق وعدم الخداع والغش في التعامل مع العملاء .
- ج. توفير البيانات والإيضاحات اللازمة عن المنتجات مثل تواريخ الانتاج وفترة

الصلاحية، والمكونات والمنشأ وغيرها.

3- الأنشطة الاجتماعية للشركة تجاه المجتمع

يتمثل هذا النوع من الأنشطة في الخدمات التي تقدم النفع العام لأفراد المجتمع، والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية وهذا سوف يخلق مناخا جاذبا للاستثمار ويوفر الاستقرار الاجتماعي لفئات المجتمع ومن أهم هذه الأنشطة الخاصة بالتفاعل مع المجتمع :

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

ب. حاجة الأكل والشرب كتزويد المحتاجين من أفراد المجتمع بالطعام والمواد الغذائية الأخرى في المناسبات الدينية مثل شهر رمضان، وليلة القدر، والأعياد .

4- أنشطة الشركة للحفاظ على البيئة :

رغم وجود وزارات متخصصة للبيئة ، إلا أنه يقع على عاتق الشركات جزء كبير من المسؤولية في هذا المجال يشمل منع التلوث ودرء الأضرار بالبيئة الصادرة عن الإشعاعات نتيجة عمليات الإنتاج أو تلوث المياه وتجريف الأراضي بسبب مقالب النفايات وغيرها من مصادر التلوث، وحيث أن الاهتمام يعاني منها معظم أفراد المجتمع ، فانه يجب على الشركات الصناعية أن تراعي الحفاظ على البيئة ومنع التلوث والتوازن بين التكلفة الاجتماعية للإنتاج وتكاليف التحكم والرقابة وبين المنافع الاجتماعية له، وكذلك عملية تدوير واسترجاع بعض المواد ثم تسويقها.

الميثاق العالمي للمسئولية الاجتماعية:

في عام 1999 تم تقديم الاقتراح الأولي للميثاق العالمي للمسئولية الاجتماعية من قبل الأمين العام للأمم المتحدة كوفي عنان في خطابه في مقر المنتدى الاقتصادي العالمي، في حين أطلق الميثاق بمرحلته النهائية في مقر الأمم المتحدة في نيويورك في 26 يوليو 2000م، ولا يعد هذا الميثاق وثيقة رقابية، بل هو عبارة عن مبادرة مواطنة متعلقة بالشركات يعرض تسهيلاً وتعهداً من خلال عدة آليات (سياسة الجوار، المعرفة، شبكات محلية، ومشاريع الشراكة).

ويعتمد هذا الميثاق على المسؤولية الاجتماعية بما في ذلك شفافية الشركات والقوى العامة والمجتمع المدني للبدء والمشاركة في الأداء الجوهري .

المتطلبات الأساسية والاشتراطات اللازمة لأي مشاركة في المسؤولية الاجتماعية
(أبو النصر، 2015، ص: 118- 119) :

1. يجب أن تكون متوائمة مع أهداف الشركة.
2. يجب أن يكون لها أثر مستدام.
3. يجب أن تسهم في حل إحدى المشكلات التي يعاني منها المجتمع.
4. يجب أن تكون مبتكرة.
5. يجب أن تستفيد من الموارد المالية وغير المالية للشركة.
6. يجب تكوين شراكات تحقق فوائد مستدامة لكافة الأطراف.

فوائد المسؤولية الاجتماعية:

يمكن أن تشير إلى أن هناك بعض العوائد والفوائد تعود للمؤسسة من خلال

تبنيها للمسؤولية الاجتماعية كما أوردها (أبو النصر، 2015، ص 43-45) :

1. أثبتت البحوث والدراسات أن الشركات التي تطبق فكرة المسؤولية الاجتماعية نمت بمعدل أربعة أضعاف عن تلك التي لم تتبع هذا الاتجاه.
2. تشير استطلاعات الرأي إلى أن 73% من قادة الأعمال في أوروبا يؤمنون أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يساهم بشكل فعال في زيادة الإنتاجية والربحية للشركات التي لديها برامج في المسؤولية الاجتماعية.
3. أثبتت البحوث والدراسات إلى أن تثقيف الموظف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وإشراكه في بعض برامجها ساهم في تخفيف الأعباء عن الشركات وزيادة الإنتاجية وخفض التكاليف التي يتسبب بها الغياب والفواتير الصحية بنسبة 30%.

4. التزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية يساهم في بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي تتعرض لها هذه المنظمات أثناء ممارستها أعمالها.

5. أثبتت البحوث والدراسات أن هناك علاقة إيجابية وقوية بين الأداء الاجتماعي والأداء البيئي والأداء المالي للمنظمة، بمعنى أنه إذا تحسن الأداء الاجتماعي على سبيل المثال فإنه يحدث تحسين في الأداء البيئي والمالي للمنظمة .

اركان المسؤولية الاجتماعية :

1- المحاسبية :

تقوم المحاسبية على تقديم المعلومات التي تسمح بتقييم أثر أنشطة الوحدة الاقتصادية في المجتمع ، وكذلك تشجيع الوحدات الاقتصادية للأخذ بنظر الاعتبار تأثير النشاطات الاقتصادية في البيئة الاجتماعية من خلال قياس التأثيرات السلبية والإيجابية لهذه الأنشطة وعدها جزء من إهتمامات المحاسبة والإفصاح عن ذلك في القوائم المالية .

لابد من التأكيد على العلاقة المتينة بين المحاسبة كوظيفة إجتماعية والبيئة التي تعمل ضمنها ولاسيما في ضوء مجتمعاتنا المعاصرة ، حيث أصبح من غير المقبول الوقوف عند الأهداف الاساسية للمحاسبة والتمثلة في القياس والإتصال ، بل تعداها الى تحقيق أهداف أخرى تخدم المجتمع وتحافظ على سلامة البيئة ونقائها لبناء البيئة المناسبة للنشاط الإقتصادي .

2-الشفافية

عند الحديث عن تطبيق مفاهيم المسؤولية المجتمعية وممارستها تبرز مفاهيم الشفافية والعدالة والنزاهة في المساعدات والهيئات التي تقدمها الشركات تحت مظلة مسؤوليتها

المجتمعية، وأن الشفافية بمعناها الإفصاح عن المعلومات التي من حق الجميع إن يعلم بها وليس مجرد الإعلان عن الأشياء المرغوب أن نعلم بها أن مفهوم الشفافية لدى بعض المسؤولين في السلطة والقطاعين العام والخاص ((أن يقول ما يريد أن يقوله ((لكن الشفافية يعني كما ذكرنا الإعلان عن كل المعلومات الضرورية أمام المواطن وليس ما تريده الشركة أن يعلمه، وبالتالي الشفافية في الحكومة أو القطاع الخاص مجزوءة وانتقائية ولا تعبر عن الجوهر الموضوعي، وهو حق المواطن في الحصول على المعلومة التي كفلها القانون، ومن هنا نرى بأنه لا يوجد عدالة ونزاهة في توزيع المساعدات فإذا كانت هذه الشفافية مقدمة وشرطاً للنزاهة والمساءلة والعدالة فلا يستطيع أحد الإدعاء بأن ما يعلن عنه من مسؤولية مجتمعية يحقق أو يخدم غرضاً أو يصب باتجاه تحقيق العدالة .

3-الإستدامة :

تشير الإستدامة إلى ضمان أن خياراتنا وأعمالنا ليست مقصورة فقط على المسؤولية الاقتصادية بل تنطوي على المسؤولية الإجتماعية أيضا .
والإستدامة هي ضمان أننا نفي بإحتياجاتنا دون إهدار حق الأجيال المستقبلية في الوفاء بإحتياجاتها ذلك هو جوهر التنمية الإستدامة .

المبحث الثاني: بطاقة الأداء المتوازن

مفهوم بطاقة الأداء المتوازن :

نبتت فكرة هذه البطاقة من الحاجة إلى أسلوب شامل لقياس وتقييم الأداء بتجاوز النتائج المالية وبيانات الدخل ويمتد لحد التأكد من سلامة تحقيق المؤسسة لرسالتها ورؤيتها ، بإعتبار أن تغطية الجوانب المالية وغير المالية معاً من شأنه ترشيد عمليات صياغة الأهداف ووضع أولويات تحقيق الموارد ومراجعة وتقوية السياسات والبرامج الحالية حسب مقتضى الحال ، فهي بذلك تحاول خلق التوازن فى الأداء باستخدام عوامل أو محاور مختارة تعكس لإستراتيجية المنظمة بتضمن كل منها بنود معينة بنسب تتعلق بالعمل ، وذلك بقصد ربط الرقابة التشغيلية فى المدى القصير بالمدى البعيد ، وإستراتيجية الأعمال .

ويرى البعض ان هذه الفكرة بصفة عامة ليست بالجديدة ، فهي تشبه إلى حد كبير مفهوم الإدارة بالأهداف الذى قدمه بيتر دراكر فى اواخر خمسينيات القرن الماضى ، والتي تركز على أن مفهوم التوازن ينبى على جوانب متعددة متكاملة لتحقيق الرضا للعميل بالقدر الذى يفترض وجود سلسلة علاقات من السبب والنتيجة بين مكونات هذه البطاقة . فتحسين نتائج الأداء المالى قد يكون نتاج تحسين عمليات بالمنظمة التى تمخضت عن تقدير سلع أو خدمات متميزة ، زادت من قبول العملاء ، مما انعكس على زيادى مبيعات المنظمة ، وزيادة أرباحها (الحاكم،2010،ص251).

يعمل نظام التقييم المتوازن للأداء ، على ترجمة مهام ومستويات كل وحدة نشاط داخل المؤسسة فى ظل عناصر الإستراتيجية إلى أهداف ، ويعبر عن تلك الأهداف بمؤشرات ومقاييس محددة ، وتوضح هذه المؤشرات التوازن فى المستهدف داخل المؤسسة فى مجالاتها المختلفة بداية من تحقيق تنمية جيدة لكفاءات ومهارات العاملين بالمؤسسة حتى الإنتقال لتحسين موقف الإنتاج وعمليات التشغيل الداخلية مما ينعكس بمستوى جودة وأداء أفضل للعملاء ، ويؤثر إيجاباً على الجوانب المادية للمنشأة ، فهذه المؤشرات تحقق التوازن بين المقاييس التى تستخدم فى نشاط وأداء الوضع المالى للمؤسسة ، وتلك التى يمكن إستنتاجها لقياس الأداء المستقبلى ، وعليه فإن بطاقة الأداء التى تتضمن هذه المقاييس ، أو ما يعرف ببطاقة الأداء المتوازن وتمثل ما يمكن تحقيقه من توازن بين الهدف فى الأجل القصير ومقاييس الأداء المستقبلى لهذا الهدف ، ومن ثم فإن نظام التقييم المتوازن للأداء هو أكبر من أن يكون فقط مجرد نظام لتقييم الأداء فى الأجل القصير

، حيث أن المؤسسات الحديثة تستخدم هذا النظام كنظام للإدارة الإستراتيجية للمؤسسة وإدارة هذه الإستراتيجية فى الأجل الطويل . (سلوى،2001،ص61)

وكانت مصفوفة الأداء المتوازن طوق النجاة بالنسبة لكثير من المنظمات ، فقد أعطت الإدارة طريقة جديدة لمراقبة أداء الشركة من خلال قياس النجاح الماضى ووضع أهداف للمستقبل ، ومصفوفة الأداء المتوازن مصممة من أجل توفير رؤية إستراتيجية للمنظمة عن طريق النظر إلى أربعة منظورات : المنظور المالى ، منظور العملاء ، منظور التعلم والنمو ومنظور عمليات العمل الداخلية وفى كل واحدة من هذه النواحي الأربع تنظر الشركة إلى الغايات . (يوسف،2005،ص:126)

تستخدم مصفوفة الأداء المتوازن من قبل كبار المديرين التنفيذيين منذ أكثر من عشر سنوات كأداة ممتازة لصياغة الإستراتيجيات . وقد بين كابلان ونورتين كيف استخدم التنفيذيون فى صناعة مثل الخدمات المصرفية والبتروى والتأمين ، وتجارة التجزئة ، مصفوفة الأداء المتوازن كدليل مرشد لأدائها الحالى ، ووضع أهداف الأداء مستقبلاً ، إلا أن تنفيذها عند المستوى القاعدى أثار تساؤلات حول مدى عمليتها والتوازن كجزء من بطاقة الأداء المتوازن يشير إلى التوازن بين الاتي كما بينها (توفيق،2008،ص47) :

1- القياس المالى و الغير مالى .

2- قياس حملة الأسهم الخارجيين وقياس العمليات الداخلية .

3- أهداف طويلة الأجل وأهداف قصيرة الأجل .

4- قياس الأهداف الكمية ونوعية المعلومات .

وتعرف بطاقة الأداء المتوازن على أنها هى نظام إدارى يهدف إلى مساعدة المنظمة أو المنشأة على ترجمة رؤيتها واستراتيجياتها إلى مجموعة من الأهداف والقياسات الإستراتيجية المترابطة ، وذلك من خلال الإعتماد على بطاقة الأداء المتوازن ، حيث لما يعد التقدير المالى

يمثل الطريقة الوحيدة التي تستطيع الشركات من خلالها تقييم أنشطتها ورسم تحركاتها المستقبلية . (الأعرابي,1990،ص35)

هي أول عمل نظامى حاول تصميم نظام لتقييم الأداء بترجمة إستراتيجية المنشأة إلى اهداف محددة ومقاييس ومعايير مستهدفة ومبادرات للتحسين المستمر ، كما أنها توحد جميع المقاييس التي تستخدمها المنشأة . (هاني,2015،ص257)

هي وسيلة لتحديد أهداف دورية (سنوية مثلاً) للمؤسسة بحيث لا يطغى جانب واحد على هذه الأهداف ، حيث نجد أنه فى كثير من الأحيان ، يكون للأهداف المادية نصيب الأسد من الأهداف التي توضع للعام أو الأعوام القادمة ، وهو ما قد يؤدي إلى نتيجة على المدى البعيد . (السكرانة,2015،ص349)

محاور بطاقة الأداء المتوازن : -

1 - المحور المالى : -

يقيس هذا الجانب ربحية الاستراتيجية ، لأن تخفيض التكلفة المتعلقة بالمنافسين والغير وتحقيقهم للأرباح ، تمثل المحركات الأساسية للمبادرات الإستراتيجية التي تمارسها المنظمة . ويعتمد الجانب المالى على كل من الدخل التشغيلى والعائد على رأس المال سيتم تحقيقه . (هاني,2015،ص259)

يحتوى هذا المحور على أهداف مالية بحتة مثل العائد على الإستثمار ، تكلفة المنتجات الربحية ، التدفق النقدى ، وتستخدم لقياس ذلك النسب المالية والأرقام المالية المختلفة(السكرانة,2015،ص350)

وينطوى على تطوير استراتيجية تتعلق بالنمو والربحية والمخاطر التي يقيمها الشركاء ، ويركز هذا المنظور على تحقيق متطلبات حاملى الأسهم ، فهل تحقق المنظمة عائد على الإستثمار ؟ وهل تزيد من قيمة المنظمة فى السوق مما يزيد من أموال حاملى الأسهم ؟ مع الأخذ فى الإعتبار أن النتائج تقاس باستخدام المؤشرات التالية : أرباح المنظمة ، التدفقات النقدية ، نصيب السهم من الأرباح .

2 - محور العملاء : -

تتطوى على تطوير استراتيجية لتحقيق قيمة مضافة ، وخلق نوع من التميز فى الخدمات التى تقدمها المنظمة لكسب رضا العملاء ، وفيما تهتم المنظمة بتحقيق رغبات عملائها لأن هؤلاء العملاء هم يدفعون للمنظمة (سلوى،2001،ص63) .

ونجد أيضاً ان هذا المحور يحتوى أهدافاً تتعلق برضا العملاء مثل تحقيق رغبات العملاء عن طريق منتجات او خدمات جديدة ، الإستجابة لشكاوى العملاء ، تحسين الخدمة أو أسلوب البيع . وهذه البطاقة تساعد على تغطية قصور كبير فى كثير من مؤسساتنا التى لا تقوم بقياس مثل هذه الأهداف ، فقليلاً ما تجد مؤسسة تطلب منك التعليق على الخدمة التى تلقيتها ، فى حين أن المؤسسات فى الدول المتقدمة إدارياً ترسل لك إستقصاء تلو إستقصاء لكى تتعرف على رغباتك ، وما أعجبك وما لم يعجبك ، وأن المؤسسة التى تحاول تعظيم الأرقام المالية على المدى القريب ، قد تفاجىء بعد عدة أعوام بأن متطلبات العملاء قد تغيرت ، وأن منتجاتهم أو خدماتهم قد أصبحت غير مرغوب فيها .

وكذلك فإن المؤسسة التى لا تتابع طلبات العملاء واقتراحاتهم وشكاويهم ، هى مهددة بأن يذهب هؤلاء العملاء تدريجياً لمنافس يحقق لهم رغباتهم .

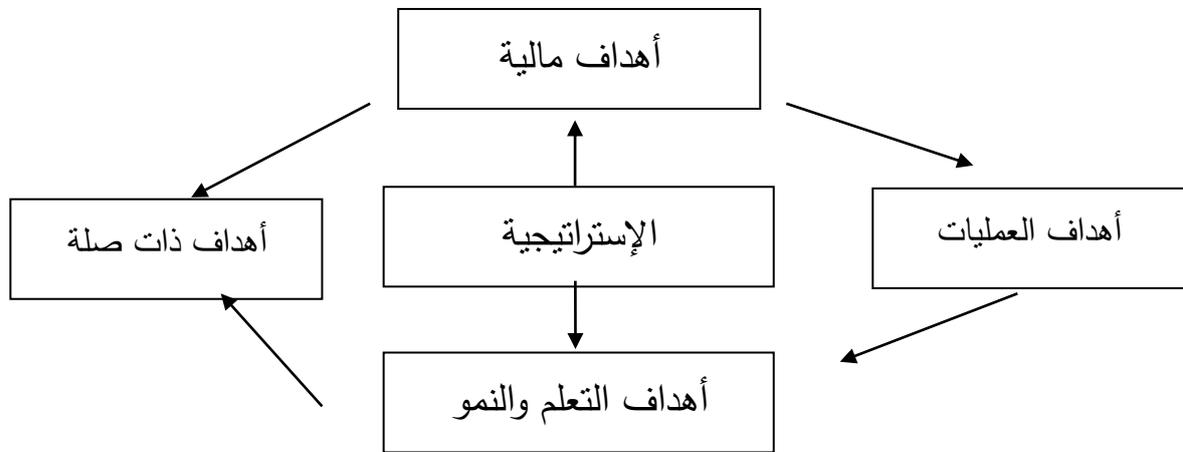
ونجد أن أهم المؤشرات المستخدمة لقياس نتائج هذا المحور هى : القدرة على اجتذاب العميل ، رضا العميل ، ربحية العميل ، القدرة على الإحتفاظ بالعميل ، درجة الولاء للمنظمة (السكرانة،2015،ص350).

3 - محور العمليات الداخلية : -

تختص بالأولويات الإستراتيجية للعمليات والإجراءات الداخلية والتى تحقق رضا كلاً من الشركاء والعملاء ومن أهم المؤشرات المستخدمة عدد المنتجات المعيبة ، تكلفة فترة الضمان ونجد أن هذا المحور يجعل ألا ننسى تطوير المنظمة من الداخل والمحافظة على مستوى عال من الأداء ، فيما تقوم به من عمليات ، وقد يشمل هذا المحور أهدافاً مثل : جودة التصنيع ، وقت التقدم فى التصنيع ، نسبة الفوائد فى المواد الخام أثناء التصنيع (سلوى،2001،ص63).

4 - محور التعلم والنمو : -

هذا المحور يتعلق بقدرة المنظمة على تطوير منتجات جديدة ، وتعلم أو إبتكار تكنولوجيا متقدمة ، وتطبيق سياسات إدارية حديثة . وقد يشمل هذا المحور أهدافاً مثل تطبيق أسلوب إدارى جديد ، تعلم تكنولوجيا جديدة ، تقديم عدد من المنتجات الجديدة ، الحافز لدى العاملين للإبتكار والتطوير ، بدون التعلم والنمو والابتكار لا يمكننا أن نستمر ، لأن المنافسين يتطورون ، وبالتالي سنخرج خارج المنافسة ، لذلك فإن إستخدام هذا المحور يساعدنا على مراقبة تطورنا وقدراتنا الإبتكارية مقارنةً بالآخرين .



شكل رقم (3) يوضح أبعاد بطاقة الأداء المتوازن

المصدر : (السكرانة،2015،ص351)

المميزات التي يحققها مدخل قياس بطاقة الأداء المتوازن في المنظمات :

بينت إحدى الدراسات التي تم تنفيذها على المنظمات التي طبقت مدخل قياس الأداء المتوازن ، بأنه أداة إدارية هامة يستخدمها مجلس الإدارة ، وتمكن كل فرد من أفراد المنظمة من تحقيق الحاجات والمتطلبات لمختلف أصحاب المصلحة (المتعاملين مع المنظمة) ، وعلى الرغم من أن هناك بعض الصعوبات التي تظهر عند التطبيق العملي، إلا أن هذا المدخل يحقق كثيراً من المميزات . وقد تبنت العديد من المنظمات مدخل بطاقة الأداء المتوازن ، ومن خلال خبرة هذه المنظمات في تطبيق هذا المدخل ، تبين أنه يحقق المميزات التالية : -

1- يمكن للمنظمة أن تقدم في تقرير واحد معلومات عن الأولويات التي يجب أن تهتم بها المنظمة : توجهات العمل ، تحسين الجودة ، التركيز على فرق العمل.

2- يعمل هذا المبدأ على تحقيق تحسن كبير في الأداء ، من خلال تشجيع المديرين على الأخذ في الاعتبار كل المقاييس التشغيلية ، وبالتالي التأكد من أن التحسين والتطوير في أحد المجالات لن يتحقق على حساب مجال آخر .

3- تترجم بطاقة الأداء المتوازن رؤية المنظمة واستراتيجيتها في مجموعة مترابطة من مقاييس الأداء ، تضم مقاييس المخرجات ومحركات الأداء لهذه المخرجات ، وبالتالي يساعد في الربط بين المخرجات ومحركات الأداء ويساعد المديرين في توجيه الطاقات والقدرات والمعلومات لتحقيق أهداف المنظمة بدرجة عالية من الكفاءة والفعالية .

4- بطاقة الأداء المتوازن ليس أسلوباً للرقابة التقليدية ، ولكنه نظام للمعلومات لأن المقاييس المستخدمة فيه هي نتيجة لترجمة رؤية واستراتيجية المنظمة .
كما يضيف البعض عدداً من النقاط الهامة التي تعتبر من المميزات التي يحققها تطبيق بطاقة الأداء المتوازن : -

- 1- تحدد بطاقة الأداء المتوازن توجهات المنظمة واستراتيجيتها نحو الأسواق والعمل .
- 2- يسهل مراقبة وتقييم استراتيجية المنظمة ، وبالتالي التأكد من أن عملية التنفيذ تتم بشكل سليم.
- 3- يساعد على تفعيل آليات التعاون والتنسيق داخل المنظمة .
- 4- يساعد على تحقيق المساءلة عن الأداء في كل مستويات المنظمة. (عبدالرحيم،2009،ص:220-222)

علاقة بطاقة الأداء المتوازن بالاستراتيجية : -

عند استخدام بطاقة الأداء المتوازن ، فإن الأهداف التي يتم وضعها في كل بطاقة تكون نابعة من استراتيجية المنظمة، فالمنظمة التي تحاول ان تنافس عن طريق تقليل التكلفة ، ستهتم بمؤشرات تكلفة المنتج وكفاءات التصنيع وقلة العوائد وتقليل تكلفة المواد الخام . أما المنظمة التي تحقق للتوسع عالمياً ستهتم بقياس القدرة على الدخول إلى أسواق جديدة ، والقدرة على تلبية الإحتياجات الخاصة بعملاء كل بلد ، وبهذه الطريق ، تصبح بطاقة الأداء المتوازن وسيلة لتحقيق استراتيجية للمنظمة. وتلاحظ أن بطاقة الأداء المتوازن لا تحتوى على أهداف مالية فقط وإنما هي تربط ما بين الأهداف المالية وأهداف تطوير العمل وتحسينه ، وبالتالي يمكن القول أنها تساعد على ربط الأهداف قصيرة المدى باستراتيجية المنظمة بعيدة المدى . (السكرانة،2015،ص:355)

متطلبات تطبيق بطاقة الأداء المتوازن : -

يتطلب تطبيق أداء بطاقة الأداء المتوازن ، الإلتزام بالشروط التالية : -

1- وعى ومساندة الإدارة العليا : -

إن إقتناع الإدارة الاستراتيجية العليا بالمنظمة بهذه الأداة وبالمزايا والفوائد التي تترتب على تطبيقها ، تعتبر جانب أساسى لضمان نجاحها ، ولعدم توفر هذا الدعم ستكون كل الجهود المرتبطة بها عرضة للإهمال ، وسموت المشروع فى مهده.

2- يجب ان تتبثق بطاقة الأداء المتوازن من رؤية واستراتيجية المنظمة وأن تتسق معها وإلا فإنها لا تصلح كأداة لترجمة الرؤيا والاستراتيجية الى مقاييس وأهداف وواقع ملموس .

3- يجب تحديد محاور النجاح الرئيسية ذات التأثير المباشر على نجاح الرؤيا وعلى النتائج المرغوبة إلى جانب تحديد العوامل المؤثرة فى كل محور وترتيبها وفقاً لأسبقيتها وأهميتها الرئيسية ، وبالتالي ربط كل من هذه العوامل بمقاييس معينة تتناسب وطبيعة كل عامل ، بجانب تحديد أهداف لكل مقياس .

4- حتى يتم ربط التطبيق بطريقة منهجية ، لابد من اعداد خطة عمل توضح ما يجب إتباعه من خطوات وطريقة إتخاذ الأهداف ، على أن يشمل التطبيق مختلف الوحدات والبرامج ، مع ضرورة تحديد القواعد التي يتطلبها حفظ التوازن وتقييم النظام المناسب للمتابعة بشكل مستمر .
(الحاكم،2010،ص:253-257).

أسباب نجاح وفشل تطبيق بطاقة الاداء المتوازن :

1- أسباب النجاح : -

- 1- الحصول على دعم الادارة العليا .
- 2- الاتفاق على المؤشرات والمسئوليات .
- 3- تحديد المسئولين عن تلك المؤشرات .
- 4- تحديد آلية جمع المعلومات وحساب المؤشرات .
- 5- الاتفاق على النتائج المستهدفة .
- 6- تحديد المبادرات .
- 7- تفعيل استخدام البطاقة وتعديلها وفقاً لنتائج التطبيق .

2- أسباب الفشل : -

1- عدم تحديد المتغيرات المستقلة (غير المالية) بشكل دقيق لمحركات أولية للاداء لتحقيق رضا اصحاب المصلحة فى المستقبل ، ففى الماضى كانت مستويات الجودة وتوصيل الخدمة والانتاج محددة ، وكان من السهل تحديد المقاييس غير المالية الصحيحة . أما الآن فهناك صعوبة كبيرة فى تحديد محركات الأداء نظراً لأن المنظمات تحدد مستويات عالية للجودة وتوصيل الخدمة .

2- التحديد غير الدقيق لمعايير القياس .

3- يعتمد النجاح فى تحسين الاهداف على المعارضة بدلاً من تحديدها على أساس متطلبات اصحاب المصلحة ،الأنشطة الأساسية ، تحسين القدرات وعندما يحدد مديرو التنفيذ معدلاً للتحسين يبعد كثيراً عن المعدل الممكن ، فإن هذا يمثل مشكلة .

4- عدم استخدام طرق لتحسين الأهداف .

5- غياب الربط الكمي بين النتائج غير المالية والنتائج المالية المتوقعة .

(المنصوري،2007،ص:246)

علاقة المسؤولية الإجتماعية بأداء الشركة

أولاً : علاقة البعدين الاقتصادي والقانوني بأداء المنظمات :

1-البعد الاقتصادي:

أ. البعد المالي: تعكس مقاييس الأداء المالي الأهداف قصيرة المدى للمنظمة وتشير إلى مدى إسهاماتها في تنفيذ الاستراتيجيات ، وفي تحسين مستمر لأهدافها ونشاطاتها، ومن جهة النظر المالي تحدد الجوانب الخاصة بالموقف المالي للمنظمة بالاعتماد على عدة مقاييس، وهنا يكون تقييم الأداء بالمقارنة مع نتائج المالية للمنظمة المنافسة، كما أن الأهداف والمقاييس يجب أن يرتبط بتحقيق واحد أو أكثر من الأهداف في المنظور المالي، ويعتبر البعد المالي المحصلة النهائية لأنشطة المنظمة التي تسعى من خلالها إلى تعظيم أرباحها لمقابلة المساهمين، فهو الصورة التي تبين مدى نجاح الإستراتيجية التي تتبعها المنظمة لتحقيق ربحية المساهمين.(بلاسكة،2012،ص30)

ب. بعد العميل: إن رضا العميل يعد مؤشراً حاسماً لمعرفة كيف تسير أمور المنظمة مع عملائها الحاليين على الأقل وكذلك المستهدفين والمستقبليين ويمكن للمنظمة تحقيق رضا العملاء باستخدام ما يحقق علاقة مميزة ومستمرة بينهما، وهي عبارة عن خلق مميز لكل من المنتج، السعر، الخدمة، العلاقة والصورة، والتي تقدمها المنظمة لشريحة محددة من عملائها بشكل أفضل أو مختلف عن منافسيها، وبالتالي تقوم المنظمة بتقديم الخدمة أو السلعة بأقل التكاليف من خلال تقديم أسعار مميزة وجودة عالية، وهذا سوف يعود عليها بربحية تساعدها باستمرار نشاطها بتحقيق رقم أعمال مريح. (أبوعجيلة، 2012، ص33)

ج. بعد التعلم والنمو: يركز هذا الجانب على القدرات والمهارات الداخلية والواجب تتميتها لتحقيق أهداف المنظمة في الأمد الطويل ويهتم هذا البعد بالتعلم التنظيمي والنمو لدى العاملين وهذا البعد يساهم في تعزيز قدرة المنظمة على التكيف بفاعلية مع الظروف المتغيرة من أجل تحسين قدرتها وأداءها على تقديم منتجات أو خدمات جديدة تساهم في تطوير ربحها واستمراريتها في البقاء.

د. العمليات الداخلية: وهي تلك العمليات التي تعد مفتاحية للمنظمة حيث يتم عرض الأعمال المتميزة المقدمة للزبائن والمساهمين من أجل ضمان تحقيق الربحية ورقم أعمال مرتفع، كما يركز هذا البعد على العمليات الداخلية والإجراءات التشغيلية التي تمكن المنظمة من التميز وبالتالي تحقيق رغبات العملاء بكفاءة وفعالية وكذلك تحقيق نتائج مالية مرضية للمساهمين. (بلاسكة، 2012، ص36)

2. البعد القانوني:

أ. البعد المالي: يتجلى هذا البعد بإنشاء قوانين تظم تعويضات المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي، بينما تحافظ في ذات الوقت على نمو رأسمالها هادفة إلى تعزيز الربحية والنمو على المدى الطويل.

ب. بعد العميل: تعمل المنظمة في هذا البعد بأن تستجيب لإحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين وتعمل على تقديم أعلى مستوى للمنتجات وقيمة الخدمات، وبأسعار ونوعية مناسبة والإعلان لهم بكل صدق وأمانة، وتقديم منتجات صديقة لهم وبالإضافة إلى تقديم إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج، وبما في ذلك الإلتزام الشديد برضا و سلامة الزبون.

ج. بعد العمليات الداخلية: يجب على المنظمة في هذا البعد على أن ترتبط أنشطتها بإدارة الموارد البشرية لترقية وتطوير القوى للعاملين على المستويات الشخصية والمهنية لهم لأنهم يمثلون شركاء قيمين في العمل، بما يستجوب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل ، ومنافع وبيئة عمل آمنة وصادقة وخالية من المضايقات، وأن تتسم المنظمة بالعدالة والأمانة مع العامل.

د. بعد التعلم و النمو: يركز هذا البعد حول التعلم التنظيمي والنمو الذي يقصد به تحديد

وتشخيص البنية التحتية التي يجب أن تحققها المنظمة، ويتطلب عليها أن تعي طبيعة التغيرات العميقة والجذرية التي ظهرت في البيئة المعاصرة حيث الأهمية الفائقة لرأس المال المعرفي والفكري والتأثير الشامل للعولمة والتسارع في تطور التكنولوجيا، والتنوع الشديد في مكان العمل والاهتمام والحساسية العالية لجوانب المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للأعمال والاهتمام بالقوانين والالتزامات بتطوير المسار المهني والوظيفي للعاملين. (الغالبى، 2009، ص240-241)

ثانيا : علاقة البعدين الأخلاقي والإنساني بأداء المنظمة :

1. البعد الأخلاقي :

أ. البعد المالي :يحقق هذا البعد نسبة من الربحية تساعد المنظمة على تحسين نوعية الحياة وذلك من خلال زيادة قيمة إستثماراتها ويمكن تحقيق البعد المالي ببناء علاقة خدمية مميزة لتتحقق خدمات إضافية إلى الخدمات الجديدة المتعلقة بالأسواق والعملاء الجدد وزيادة مدى ربحية ولا يقتصر هذا البعد على مدى الربحية كقياس البعد الاخلاقي بل يجب على المنظمة ان تحقق ربحية بدون ان تلحق ضررا بأصحاب المصالح التي تتعامل معهم.

ب. **بعد العميل** :تعمل المنظمة بالتعرف على الزبائن المحتملين واحتياجاتهم بغية إرضائهم، ويجب على المنظمة أن تتبع وتعمل على مجموعة من الخصائص للمنتج وهو الدور الوظيفي للمنتج أو الخدمة بالنسبة للمستهلك من حيث السعر، والجودة والتميز، وبالأخص يجب على المنظمة المراعاة والحرص على أن تدخل للأسواق بمنتج يوافق كل متطلبات الزبون ولا يمس بعاداتهم وأخلاقهم من جهة ولا ينعكس على البيئة التي تعيش فيها من تلوث من جهة أخرى، وهذا يساعدها في كسب رضا الزبون . (بلاسكة 2012،ص30-31)

ج. **بعد التعلم ونمو**: يركز هذا البعد الإهتمام بالقدرات الفكرية للعاملين ومستويات مهاراتهم ونظم المعلومات والإجراءات الإدارية داخل المنظمة ولا يقتصر هذا البعد على تطوير مهارات العامل بل محاولة ملاءمتها مع المحيط الذي تعيش فيه،حيث تلتزم المنظمة على إنشاء برامج وإجراءات تساعد السمات التي تتميز بها غيرها من المنظمات.

د. **بعد العمليات الداخلية**: وترتكز العمليات الداخلية بتحديد العمليات الجديدة كليا كما تعمل على إدخال عمليات الإبداع في محور العمليات الداخلية للمنظمة لنجاح إستراتيجيتها ، حيث تلتزم المنظمة بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء

والإنتماء للعاملين كالأهتمام بحالتهم الصحية والحرص على مراعاة كافة تكاليف الأداء الإجتماعي المضحي بها لحماية المجتمع والمحيط الذي تعمل به المنظمة حيث تعمل جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة . (ضيافي نوال، 2010، ص37)

2. البعد الخيري (الإنساني)

أ. **البعد المالي:** الذي يعنى بوضع المقاييس الداخلية والخارجية لتحديد مدى مساهمة الاستراتيجية وتطبيقاتها في تحقيق التحسينات المالية من الأرباح والخسائر والقوة المالية. ومن المؤشرات التي يمكن متابعتها عند تطبيق المنظور المالي في البعد الخيري ما يلي: الإيرادات والمصروفات السنوية ونسبة التبرعات من الإيرادات ونسبة التبرعات الثابتة أو المتقطعة وحجم الترشيد في النفقات ونسبة فعالية التبرعات (مجموع التبرعات إلى مجموع المصروفات)، نسبة التبرعات المحصلة فعليا إلى التبرعات المعلنة .

ب. **بعد العميل:** ويعنى بتحديد المكانة الحالية والمستقبلية للشركة في نظر المستفيدين والموردين. ومن الأمثلة على المؤشرات التي يمكن وضعها: عدد المستفيدين من الخدمة المقدمة، وعدد الشركاء، ونسبة رضاهم.

ج. **بعد العمليات الداخلية:** ويعنى هذا البعد بالمقاييس الداخلية التي تحدد عمليات وإجراءات المنظمة الداخلية وكفاءتها، كالوقت اللازم لإنجاز العمليات الرئيسية وفعالية أدائها، ونسبة التحسين في الإجراءات، ونسبة الأخطاء في تقديم الخدمة، وعدد الاقتراحات المقدمة ونسبة التطبيق، وعدد المشاريع الجديدة، ونسبة التعاملات الإلكترونية.

د. **بعد التعلم ونمو:** يركز هذا البعد على المقاييس الداخلية والخارجية التي تظهر الإمكانيات المحتملة بتطور البنية التحتية والقدرات البشرية، وتركز المؤشرات الرئيسية في هذا البعد على

الكفاءات والاستثمار في الأنظمة، وأداء الخدمات الجديدة، وتطوير الأداء والمهارات بصورة دائمة في الأفراد، والنظم، والإجراءات. وفيمايلي بعض الأمثلة على المؤشرات المقترحة في هذا البعد: فرص التعليم والتدريب داخل المنشأة وخارجها، وعدد ونسبة الفرص الوظيفية للعاملين والمتطوعين، وعدد المشاركات في المؤتمرات واللقاءات العلمية ذات العلاقة بالعمل الخيري. (أوبكر محمد، 2014، ص58)

المبحث الثالث: مجموعة سوداتل للاتصالات المحدودة

تمهيد :

يكتسب الدور الإجماعي للمؤسسات أهمية متزايدة ، حيث أن كثير من قادة هذه المؤسسات يرغبون في المشاركة الإجتماعية على أنها نشاط إجتماعي وطني إنساني. وتمثل دراسة وتبني المسؤولية الإجتماعية أهمية خاصة بالنسبة للمؤسسات السودانية ، ومن بين هذه المؤسسات أختار الباحث مجموعة سوداتل للاتصالات كدراسة حالة لهذا البحث .

نبذه تعريفه : (2016،www.sudani.sd)

مجموعة سوداتل للاتصالات هي إحدى كبرى شركات الاتصالات في المنطقة جاءت لتلبية احتياجات العملاء في السودان وأفريقيا. فمنذ تأسيسها في 13 سبتمبر 1993، ختت سوداتل بخطوات ثابتة للانتقال من الأسواق المحلية نحو الأسواق العالمية لتضرب مثالا يحتذى في توجهات الدولة نحو سياسة الخصخصة. وتشكل سوداتل جسرا لتلاحق الاتصالات بين العالم العربي وأفريقيا وبقية أرجاء العالم، حيث تصل السودان بالمملكة العربية السعودية عن طريق الكيبل البحري، والسودان بمصر وإثيوبيا عن طريق شبكة الألياف البصرية. ويشارك السودان في كيبل وسط وغرب أفريقيا الذي يمتد من السودان عبر القارة الأفريقية وصولا إلى جنوب أفريقيا.

المهام الرئيسية للمجموعة :

تقدم سوداتل خدمات اتصالات متنوعة، وظلت على الدوام ذات قدرة على المنافسة مع الشركات الأخرى. وتعنى سوداتل بتوفير خدمات الهاتف المحمول، والثابت، ونقل الحركة وخدمات البيع بالجملة .

تقدم سوداتل خدماتها في مجال نقل الصوت والبيانات والصورة بأحدث التقنيات التي توصل لها العالم في مجال الاتصالات والمعلومات عبر شبكات الجيل الثالث (G3) والجيل التالي (NGN).

وتوسعت خدمات سوداتل لتعمّ المدن والمناطق الريفية، لتشكل بذلك حضورا كبيرا وتغطية واسعة. وتتسجم البنية التحتية لسوداتل وتتكامل جيدا مع كافة عناصر الاتصالات الحديثة سواء فيما يتعلق بشبكات الألياف البصرية أو الشبكات النحاسية واللاسلكية لكي تتطلق كافة هذه الشبكات من قاعدة تقنية مشتركة هي الأفضل والأحدث في مجال الاتصالات.

وتتولى سوداتل حاليا تشغيل أعمال الإتصالات في أربع دول أفريقية غير السودان (موريتانيا، السنغال، غانا، وغينيا) في مجالات الهاتف المحمول، والهاتف الثابت، والإنترنت، وخدمات الساعات العريضة.

كما تساهم سوداتل بنسبة 13% في الكيبل البحري لشرق أفريقيا (EASSY) والممتد من بورتسودان الي كيب تاون رابطا 13 دولة في الساحل الشرقي لأفريقيا، وتمتلك نسبة 50% من مشروع الكيبل البحري الأول SAS1 والكيبل البحري الثاني SAS2 ، وهما مشروعان كبيران لربط حركة الاتصال بين مدينة بورتسودان ومدنية جدة، إضافة لمساهمة سوداتل في الكيبل القاري (ACE) بنسبة 9% والذي يربط دول الساحل الغربي لأفريقيا والممتد من كيب تاون الي فرنسا، وترتبط سوداتل عبر الألياف الضوئية مع مصر وأثيوبيا. وتعتبر سوداتل هي الشركة السودانية الأولى التي تدرج في أسواق المال الإقليمية. ففي الرابع من يوليو 1997 تم إدراج سوداتل في سوق الخرطوم للأوراق المالية. وفي السادس من نوفمبر 2000 تم إدراجها في سوق البحرين للأوراق المالية، وفي سوق أبو ظبي للأوراق المالية في 31 مارس 2003م .

كما تعتبر سوداتل هي الشركة السودانية الأولى في صناديق الإستثمار بالنسبة لشهامة وبنك الإستثمار المالي.

ولسوداتل تعاملات مع مستثمرين من المملكة العربية السعودية، واليمن، وقطر، والبحرين، وإيران، وسلطنة عمان، والأردن، ومع أكثر من 14 مصرفا محليا وإقليميا، ومع أكثر من 80 شركة سودانية وإقليمية.

ومنذ انطلاقتها انفقت سوداتل أكثر من 36 مليون دولار على فعاليات المسئولية الاجتماعية لتلبية احتياجات مشاريع التعليم والصحة والمياه .

الرؤية:

أن تكون سوداتل حاضرة بخدماتها في كل بيت سوداني وأن ينعم زبائنها بحياة أفضل عبر منتجاتها وخدماتها المتطورة التي تناسب احتياجاتهم وإمكانياتهم، وأن تعمل الشركة على تطوير مجتمعها الذي تعمل فيه وتساعد في رفعة وتنميته في مختلف المناحي

المهمة:

مهمة سوداتل الرئيسية هي إثراء الحياة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية في القارة الأفريقية ببيت روح الاتصال، وانتشالها من براثن الجهل بنور العلم الذي تساعد في توفيره عبر خدمات الاتصال ونقل البيانات والانترنت.

القيم:

تقوم قيم سوداتل على ركائز أساسية:-

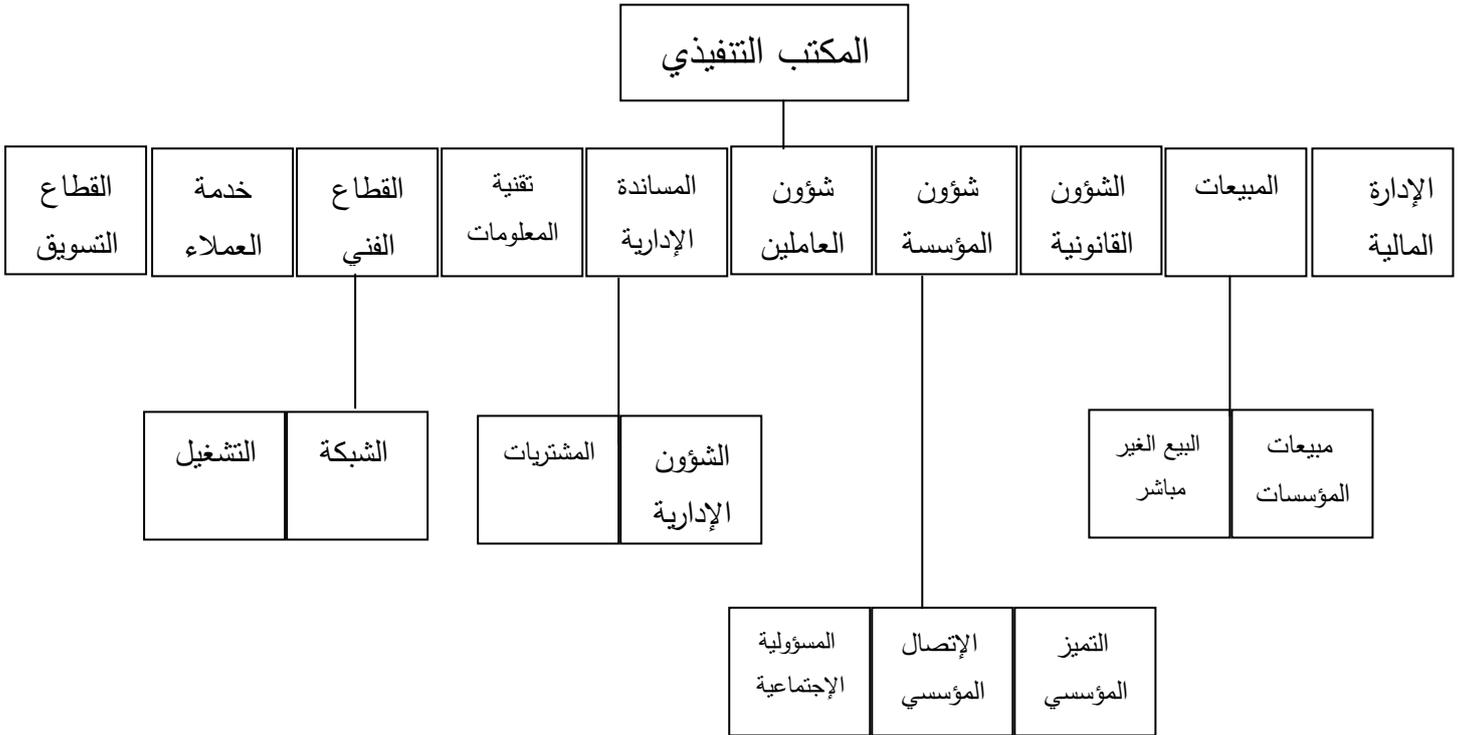
- أ. روح الفريق
- ب. إرضاء الزبون
- ج . الأمانة
- د. الإبداع والإبتكار.

وتتجسد شخصية سوداتل وكيفية عملها في هذه القيم فهي جزء لا يتجزأ من حياتها اليومية.

الاهداف :

تهدف سوداتل إلى تقديم خدمات المعلومات والاتصالات بأحدث التقنيات لتلبية متطلبات البنية التحتية للتنمية في البلاد، وإستخدام آخر ما توصل إليه العالم في مجال تقنية الاتصالات لتوسيع تغطية شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية لكافة المجتمعات، وتحسين مقدرات الشبكة التشغيلية، سواء من حيث الكم أو النوع، ورفع مستوى تأهيل الأفراد، والظهور بمظهر ناقل للحركة الإقليمية بين أفريقيا وبقية أنحاء العالم، وتعزيز النجاح الذي حققته سوداتل بجني الأرباح العالمية والدخول في المنافسات، واستخدام أحدث التقنيات لتوسيع قاعدة خدماتنا للوصول إلى المناطق النائية .

الهيكل التنظيمي لمجموعة سوداتل



شكل رقم (4) يوضح الهيكل التنظيمي لمجموعة سوداتل

المصدر : دليل سوداتل

المسؤولية الإجتماعية :

تتطلق سودائل في فهمها للمسؤولية المجتمعية من رؤية إسلامية أصيلة, قوامها نظام متكامل للحقوق الإجتماعية التي حددها الإسلام لعامة الناس في الثروات والأموال, ولا يقف التكافل في الإسلام الذي يمثل ركيزة اساسية في هذا الإطار علي الجوانب المادية بل يمتد ليشمل الجانب الروحي , وقد استهدت سودائل فيها بالتجارب الانسانية الخيرة و ثمرات المعايير الدولية التي تصدرها المؤسسات الإنسانية الدولية المتخصصة بما يتفق مع قيمها ومعاييرها الأخلاقية , وتؤكد سودائل التزامها المستمر بالثوابت الأخلاقية وممارسات العمل المسؤولة في كافة عملياتها وتعاملاتها , والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية لعاملها وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل والحفاظ علي البيئة , وتؤكد التزامها بخدمة المجتمع كخيار استراتيجي لا تحيد عنه.

الدور الإجتماعي والإقتصادي لمجموعة سودائل :

قامت سودائل بجهد كبير في إطار مسؤوليتها الإجتماعية تجاه اصحاب المصلحة من مجتمع وحكومة و مساهمين ومشاركين وعاملين ووكلاء وموردين و مؤسسات مجتمع مدني, والتزمت بمبدأ الشفافية, وقد تمخضت عن هذه الجهود عدة انجازات., ويتجسد الدور الإجتماعي والإقتصادي لمجموعة سودائل في المحاور التالية :

محور المجتمع :

خدمات الاتصالات هي مشروع للمسؤولية الإجتماعية ,لأنها تساهم في تطوير القطاعات الاخرى و تحقيق التنمية الشاملة , وقد بنت سودائل شبكات إتصال ضخمة تجاوز طول شبكة الاليف الضوئية وحدها 10الف كيلو متر , ربطتها مع دول الجوار مصر والسعودية واثيوبيا ويجري العمل علي ربط دول أخرى ,وشاركت في مشروعات اتصال كبري بالقارة مثل الكيبل البحري القاري لشرق افريقيا (EASSY) وكيبل (ACE)بغرب افريقيا , وكيبل SAS1 و SAS 2 التي تربط السودان بالسعودية عبر البحر الأحمر , وهي مشروعات تصب في صالح التنمية المستدامة وتجسير الفجوة الرقمية لتلحق افريقيا بمجتمع المعرفة , وفوق ذلك ظلت سودائل تخصص مبلغ إثنين مليون دولار منذ العام 1999 م لدعم الشرائح الضعيفة في المجتمع وبناء شراكات خيرة مع مؤسساته , من خلال تنفيذ مشروعات ذات قيمة في مجال الصحة والمياه والتعليم وكفالة الأيتام والتنمية بشكل عام باسطة أيديها البيضاء لمساعدة الفقير والضعيف والأرملة والمسكين والمريض عبرالدعم المباشر , إمتدت خدماتها بطول البلاد وعرضها علي مدي السنين الماضية ولا زالت تمضي في ذات الإتجاه , تفيض علي أهل السودان خيرا وبركه.

محور المياه :

محور المياه من المحاور المهمة التي أولتها سودائل اهتمامها , خاصة في المناطق الريفية التي تعاني من العطش وشح المياه , حيث تم تنفيذ عدد من المشروعات تمثلت في إنشاء محطات المياه ودعم الشبكات وبناء تركيب الصهاريج والطمبات وساهمت هذه المشروعات في إستقرار تلك المناطق, و تحلق الناس حولها في الريف مما سهل إيصال الخدمات الأخرى , لتتطلق من خلالها مسيرة التنمية الشاملة , فالماء هو عصب الحياة.

محور التعليم :

الإنسان هو الرأس مال الحقيقي للتنمية والإستثمار فيه يفتح آفاقا واسعة للنمو والتطور لذا جاء إهتمام سودائل بالتعليم الذي نفذت من خلاله مشروعات نوعية تلمست الحاجة الحقيقية للمجتمع في هذا الجانب ,شملت المؤسسات التعليمية المختلفة

محور المساهمين :

يعتبر المساهمون هم الملاك الرئيسين للشركة ويبلغ عددهم 10 الف مساهم , عملت ادارة الشركة علي تحقيق اكبر ربح ممكن لهم رغم الظروف التي تمر بها اسواق الاتصالات وتوسع الشركة في الإستثمار خارجيا والتي يتوقع ان تدر ارباحا كبيرة في الاعوام القادمة , كما عملت علي المحافظة علي اسعار الاسهم في سوق الخرطوم للأوراق المالية وسوق ابو ظبي والسمعة الطيبة التي تتمتع بها سودائل كرائد لخدمات الاتصالات , وتم اطلاعهم علي مايدور بالشركة في الجمعية العمومية التي درجت الشركة علي عقدها سنويا ' كما عملت علي المحافظة علي القيمة السوقية للشركة واصولها .

محور العاملين :

العاملون هم الرأس مال الحقيقي للشركة والمحافظة عليهم واجب اصيل في أدب سودائل, وقد عملت سودائل علي تقديم الرواتب والاجور المناسبة لهم مقارنة بسوق العمل والركود الاقتصادي الذي ضرب العالم ,كما عملت علي تنفيذ برامج التدريب والتطوير المستمرة لهم داخل البلاد وخارجها للإرتقاء بمهاراتهم وزيادة كفاءتهم المهنية , وقد وفرت لهم ظروف عمل مميزه وادوات عمل مريحة ,بجانب وسائل النقل والرعاية الصحية الطيبة لهم ولاسرههم.

محور المشتركين :

تبنت سودائل فلسفة التوجه نحو المشترك في كافة عملياتها , وعملت علي تقديم خدمات متكاملة في مجال نقل الصوت والصورة والبيانات علي احدث التقنيات المتاحة عالميا , اتسمت بالجودة العالية والاسعار المناسبة , كمثال لتلك الخدمات خدمة ربح بالك التي قدمت فيها خيارات ممتازة في مجال نقل الصوت والصورة والبيانات مما دفع الشركات الأخرى علي النسخ علي منوالها فعاد ذلك بالنفع علي المواطن السوداني , كما عملت علي توفير هذه الخدمات علي نطاق واسع من البلاد عبر مراكز خدمات متطورة , والتزمت في الاعلان عنها بالصدق والمعايير الاخلاقية للمجتمع , كما قدمت الارشادات اللازمة لكيفية استخدامها والإنتفاع بها .

محور الحكومة :

عملت سودائل علي الإلتزام بالتشريعات والتوجيهات الصادرة من الحكومة و تسديد الإلتزامات الضريبية والذكاة والرسوم الأخرى , والمساهمة في حل المشكلات الاجتماعية مثل البطالة و المساهمة في إعادة التأهيل والتدريب لقطاعات واسعة من المجتمع , عبر أكاديمية سودائل للإتصالات (سوداكاد) التي تعد الطلاب الخريجين لسوق العمل عبر دبلومات متخصصة , وكذلك مشروع التدريب القومي الذي درب عشرات المواطنين في مجال محو الأمية التقنية وكذلك تقديم كورسات متخصصة في مجالات مختلفة عبر مشروع easy learning وعبر برامج الأكاديمية الراتبية , كما أن سودائل شريك أصيل في مشروع التعليم التكنولوجي الذي ترعاه الدولة , وتشارك فيه بنسبة 65% ,والذي سيحدث نقلة كبرى في مجال التعليم حيث يم إستخدام النقانة الحديثة في إدارة العمليات التعليمية .

محور المنافسين:

التزمت سودائل بالنزاهة والصدق في التعامل مع منافسيها والتزمت بشروط المنافسة العادلة , وظلت تتيح بنياتها التحتية لمنافسيها لتقديم خدماتهم عبرها بأسعار عادلة ومعقولة , كما ظلت تشارك معهم في المعارض الخارجية في مجال تقانة الاتصالات والمعلومات والمسؤولية الاجتماعية, لعكس الوجه المشرق للبلاد في هذه المجالات .

محور الموردين:

تعاملت سودائل في مجال بناء شبكاتها وتسويق خدماتها وعملياتها المختلفة مع قطاع واسع من الشركات والافراد مما خلق فرص عمل كبيرة صبت في مصلحة المجتمع , وقدمت لهم اسعار عادلة ومقبولة مقابل خدماتهم عملا بمبدأ المصلحة المشتركة ,وعملت علي تسديد التزاماتهم المالية بشكل مناسب , ملتزمة بالصدق في التعامل والمشاركة لتجويد الأداء وتعظيم .

محور نقابة العاملين

أناحت سودائل للعاملين تكوين نقابتهم التي ترعي مصالحهم بالتعاون مع إدارتها, وافردت لها ميزانية مقدرة من صافي الأرباح , وقد قامت النقابة بعمل مقدر علي المستوي الوطني و الداخلي , حيث تولت بالتعاون مع الإدارة علاج العاملين بالداخل والخارج في افضل المستشفيات والمراكز الصحية عبرصندوق الرعاية الصحية , كما يتبع للنقابة صندوق التكافل الاجتماعي الذي يدعم العاملين في مجال الزواج والمواليد ويقوم بتوفير الاجهزة والمعدات الكهربائية والاليكترونية للعاملين عن طريق البيع بالتقسيط , كما ترعي الإدارة جمعية القرآن الكريم التي تعني بأمر حفظ القرآن الكريم وتلاوته وتمتين روح التدين وسط العاملين عبر برامج متنوعة, كما تجد رابطة المرأة العاملة الإهتمام من الإدارة فهي تقيم المخيمات والمعسكرات الصيفية لابناء العاملين وكذلك معارض البيع بالتقسيط في المناسبات المختلفة بجانب رعاية شؤون المرأة والطفل.

المبحث الرابع الدراسات السابقة

حرصا من الباحث على إثراء دراسته عن ورغبة منه في معرفة ما توصل إليه الباحثون من دراسات علمية حول هذا الموضوع ، فقد حاولت الباحث تتبع ما قام به الباحثون من دراسات متعلقة بالموضوع من خلال ذلك فقد وقف على العديد من الدراسات والأبحاث المحلية والعربية والأجنبية التي لها صلة بموضوعها
أولا الدراسات المحلية :

1- دراسة هالة اسماعيل محمود (2015) بعنوان (المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أهداف مجموعة دال) رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة الزعيم الأزهرى ، كلية العلوم الإدارية .

تهدف الدراسة إلى بيان دور المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص والتعرف على تأثيرات المسؤولية الاجتماعية على منظمات الأعمال وعلى المجتمع معاً ومجموعة دال بالتحديد وذلك من خلال التعرف على مدى تبني مجموعة دال لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ، الوصول إلى معايير ومؤشرات لقياس عنصر المسؤولية الاجتماعية وبالتالي قدره على على تقييم الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص ، ونجد أن الباحث إستخدم المنهج الوصفي وكانت عينه البحث تتكون من 90 موظف والأداة المستخدمة هي الإستبانة وتوصلت الدراسة إلى أن لمجموعة دال رؤية متكاملة حول المسؤولية الاجتماعية ، وإذ تؤمن الإدارة العليا والإدارت الوسطية في كافة الهياكل الإدارية للمجموعة بالدور الذي تلعبه منظمات الأعمال في النشاط الإقتصادي من جهة والنشاط الإجماعي من جهة أخرى بإعتبار بأن لها حقوق وعليها إلتزامات تجاه المجتمع مما يضعها في موقع الإعتراف والإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية جنبا إلى جنب مع المسؤولية المالية والإقتصادية لأصحاب المصلحة المالكين للمجموعة .

وجه الشبه: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها وتركيزها على المسؤولية الاجتماعية ودورها في منظمات المجتمع .

وجه الإختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها اقتصرت على تأثير المسؤولية الاجتماعية على الاهداف بينما الدراسة الحالية ركزت على تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء بإستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن .

2- دراسة علياء العميري (2016) بعنوان (أثر المسؤولية الإجتماعية على رضا العملاء) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .

تهدف الدراسة إلى معرفة أثر المسؤولية الإجتماعية على رضا العملاء من منظور عملاء مجموعة سوداتل ، إستخدم الباحث المنهج الوصفي ، وكانت الأداة هي الإستبانة وتتكون عينة الدراسة من 70 موظف ، وخلصت الباحثة للنتائج التالية :

1- هناك اتجاه إيجابي لممارسة سوداتل للمسؤولية الإجتماعية ورضا العملاء
2- مجموعة سوداتل تلتزم بتطبيق مبادئ المسؤولية الإجتماعية التي تنعكس في نتائج التغذية العكسية من العميل تجاه سوداتل .

وجه الشبه : تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها لتبني سوداتل مفهوم المسؤولية الإجتماعية من وجه نظر العميل .

وجه الاختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها ركزت على تأثير المسؤولية الإجتماعية من منظور العميل وأهملت الجوانب الأخرى ، أما الدراسة الحالية فقد كانت أشمل حيث تناول المحور المالي ومحور العميل و محور العمليات الداخلية و محور التعلم والنمو .

ثانيا الدراسات العربية :

3- دراسة أبوبكر محمد الحسن (2014) بعنوان (دور المسؤولية الإجتماعية في تحسين الأداء) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة محمد خضيرة ، كلية الإقتصاد ، الجزائر .

تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية المسؤولية الإجتماعية كأداة تقييمية من بين مجموعة من الأساليب التي تعتمدها المنظمة في عملية التقييم ، وأيضا إبراز أهمية تقييم الأداء داخل المنظمة الإقتصادية ، وعلى صعيد آخر تهدف الدراسة إلى مساعدة إدارة المنظمة على إتخاذ القرارات الرشيدة بأقل وقت وجهد وتكلفة و بأعلى جودة ، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف إستخدم الباحث المنهج الوصفي والإستبانة كأداة للبحث وكانت عينة الدراسة تتكون من 50 موظف بإدارة مؤسسة نفضال ، ولقد وصل الباحث للنتائج التالية :

1- تبني فكرة المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة يحسن من أدائها وصورتها في المجتمع وبالتالي جذب مزيد من العملاء.

2- الشركة الجزائرية تهتم بأبعاد المسؤولية الاجتماعية بنسب متفاوتة .

3- الشركة الجزائرية بدأت توجه نظرها نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية ولكن بخطى متثاقلة .

4- تؤثر المسؤولية الاجتماعية على الموقف المالي إيجابيا للشركة .

وجه الشبه : تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها لدور و مفاهيم وابعاد

المسؤولية الاجتماعية .

وجه الاختلاف: تختلف هذه الدراسة الحالية حيث استخدم الباحث المسؤولية

الاجتماعية كأداة للتقييم بينما الدراسة الحالية تناولت تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء .

4- دراسة أحمد سامي عدلي (2010) بعنوان (المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر

كشركات مساهمة مصرية مجالاتها وتأثيراتها) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أسيوط

، كلية التجارة ، مصر .

تهدف الدراسة إلى توضيح العلاقة بين ممارسة درجة من المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية على أداءها، وذلك من خلال التعرف على دوافع البنوك التي ستجرى عليها الدراسة على مدى مساهمتها في الأنشطة الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية. وتحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية لتلك البنوك باعتبارها شركات مساهمة مصرية وبيان أثر ذلك على أدائها. وعينة الدراسة تمثل القطاع المصرفي في محافظة أسيوط والذي يتكون من 45 فرد كعينة عشوائية من مختلف المصارف، وتم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي والتحليلي، واداة البحث كانت الإستبانة وقد توصل الباحث للنتائج التالية :

1- أن انتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية جعل من المشاركة الاجتماعية جزءا من خطط

التسويق والدعاية للبنك. وأدى ذلك إلى وجود منافسة في القطاع المصرفي في مجال المسؤولية

الاجتماعية مما ساعد في زيادة كفاءة العمليات الداخلية للبنك .

2- أن أكثر عنا صر المسؤولية الاجتماعية أهمية لدى فروع البنوك محل الدراسة هي الحفاظ

على أمن وسلامة العملاء وأموالهم وكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بهم المتاحة له ، مما يساعد

ذلك في الإهتمام بالعملاء .

3- ان البعض الآخر من البنوك لا يتوفر لديها خطط واستراتيجيات واضحة لممارسة المسؤولية الاجتماعية، وأن هناك نقص في برامج التوعية بالدور الاجتماعي لدى بعض فروع البنوك خاصة الفروع التي تعمل في القرى.

وجه الشبه: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية و تأثيرها على الأداء .

وجه الاختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها إهتمت بتحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية فقط بينما الدراسة الحالية تناولت عناصر المسؤولية الاجتماعية وعناصر الأداء (بطاقة الاداء المتوازن) .

5- دراسة الأغا مروان سليم(2007) بعنوان(العلاقة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والتوجه بالتسويق والأداء في المؤسسات الصناعية بغزة) ، رسالة دكتوراة ، غير منشورة ، جامعة أسيوط ، كلية التجارة ، مصر .

هدفت الدراسة إلى توضيح العلاقة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والتوجه بالتسويق لدى المؤسسات الصناعية الفلسطينية وأثر ذلك على الأداء المالي لها، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي ، والأداة الأستبانة وتتكون عينه البحث من 250 موظف كعينه عشوائية من مختلف المؤسسات الصناعية بغزة وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- وجود علاقة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والتوجه بالتسويق، كما أثبتت الدراسة أيضا

وجود علاقة بين إلتزام المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية وبين الأداء المالي لتلك المنظمات، في حين

لم تثبت الدراسة وجود علاقة بين التوجه بالتسويق والأداء المالي للمنظمات الصناعية، ويدل ذلك

على العوامل البيئية غير المستقرة في فلسطين على تلك العلاقات.

2- أن حجم المنظمات وطبيعة إنتاجها يؤثر في درجة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية

3- أن المتغيرات الديموغرافية(العمر أو المستوى التعليمي أو الخبرة) ليست ذات تأثير كبير على

إدراك المديرين للالتزام بالمسؤولية للاجتماعية.

وجه الشبه: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها مفاهيم المسؤولية الاجتماعية

وجه الاختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها تناولت تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي فقط بينما الدراسة الحالية كانت اشمل حيث تم تناول تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء الكلي للموسسة (مالي ، العملاء ، العمليات الداخلية ، التعلم والنمو) .

6- دراسة زايري بلقاسم(2013) بعنوان(الحاجة إلى تصميم لوحة قيادة من أجل دمج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال و قياس الأداء تجاهها) ، رسالة دكتوراة ، غير منشورة ، جامعة وهران ،كلية الإقتصاد ، الجزائر .

هدفت الدراسة إلى التعريف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال التعرض لمفهوم الأداء الاجتماعي و لطرق و أنظمة قياسه في منظمات الأعمال و. التعريف بلوحة القيادة و تبيان أهميتها في قياس الأداء في منظمات الأعمال، و التعرض لمراحل تصميم هذه الأداة و الربط بينها و بين قياس الأداء تجاه المسؤولية الاجتماعية و التعرض لنظام حديث من أنظمة القياس و هو بطاقة الأداء المتوازن المستدامة، و التي تعد تطويرا لبطاقة الأداء المتوازن.

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف هذه الدراسة، وكانت عينة البحث تتكون من 80 عينة ، وإستخدم الباحث الأستبانة كأداة للبحث وبعد التحليل توصل الباحث للنتائج التالية :

1- المسؤولية الاجتماعية تعني إلتزام منظمة الأعمال بممارسات مسؤولة وأخلاقية تجاه أصحاب المصالح، ومنهم المجتمع و المستهلكون و البيئة و حملة الأسهم و غيرهم ممن يؤثرون أو يتأثرون بنشاطات المنظمة.

2- من أجل الإدارة الجيدة لبرامج المسؤولية الاجتماعية تحتاج منظمات الأعمال إلى قياس الأداء تجاهها، حتى تستطيع تقييمها و تحسينها.

3- تختلف أدوات أنظمة قياس الأداء الاجتماعي، فمنها القياسات المحاسبية ومنها القياسات غير المحاسبية، و يتسم قياس الأداء الاجتماعي بالصعوبة بسبب تعقيد ترجمة التكاليف و العوائد الاجتماعية كميا، و صعوبة التعبير عنها من خلال المؤشرات و قياسها.

4- تعتبر بطاقة الأداء المتوازن المستدامة أداة إدارية مناسبة لقياس أداء المنظمة تجاه مسؤوليتها الاجتماعية، حيث أنها تقيس أداء خمس محاور أساسية في منظمات الأعمال هي :المحور المالي، محور الزبائن،محور الأنظمة و محور التعلم و النمو و محور المسؤولية الاجتماعية.

وجه الشبه : تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولهما مفهوم المسؤولية

الاجتماعية طرق قياسها

وجه الاختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها استخدمت لوحة القيادة في القياس بينما الدراسة الحالية استخدمت بطاقة الأداء المتوازن في قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء .

7- دراسة غادة عمر أرشيد(2001) بعنوان(المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء) ،رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة اليرموك ، كاية علوم التسيير ، العراق .

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على الاداء بعناصره الثلاثة (إجتماعي، بيئي ، مالي) كما تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى ممارسات المستشفيات للأنشطة الاجتماعية والبيئية ، وتهدف كذلك إلى التعرف على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والكفاءة النسبية ، ونجد أن الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي وإسلوب الدراسة الميدانية ، وكانت عينة الدراسة تتكون من 150 عينة ، ومن أبرز النتائج التي توصل لها الباحث :

- 1- تبني المستشفيات الخاصة المسؤولية الاجتماعية بدرجة متوسطة .
 - 2- هناك علاقة إيجابية بين تبني المسؤولية الاجتماعية والأداء (إجتماعي-مالي- بيئي) .
 - 3- قلة إهتمام المستشفيات بالأنشطة الاجتماعية الموجة تجاه العاملين .
- وجه الشبه :** تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على المؤسسة .

وجه الاختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها ركزت على تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي والاجتماعي والبيئي بينما الدراسة الحالية كانت اشمل حيث تم تناول تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء الكلي للمؤسسة(مالي،العاملين،العمليات الداخلية، التعلم والنمو) .

8- دراسة صالح بلاسكة (2012) بعنوان (قابلية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن كأداة لتقييم الإستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية ، جامعة فرحات عباس ، الجزائر .

هدفت الدراسة إلى بيان الأبعاد الأساسية لإسلوب بطاقة الأداء المتوازن والإضافة التي تمنحها البطاقة عند تقييم الإستراتيجية والدور الذي تلعبه بطاقة الأداء المتوازن في العملية الإستراتيجية ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي وتكونت عينة الدراسة من (64) مدير للمؤسسات المختلفة وتوصلت الدراسة للنتائج التالية :

- 1- تعد بطاقة الأداء المتوازن من الادوات الحديثة التي تجمع بين كل عناصر الأداء الكلي .
- 2- تساهم بطاقة الأداء المتوازن في تحسين الأداء الكلي للمؤسسة .

3- لا تتوفر في المؤسسات الإقتصادية الجزائرية المتطلبات الأساسية اللازمة لتطبيق بطاقة الأداء المتوازن .

وجه الشبه : تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في إستخدامها لبطاقة الأداء المتوازن في عملية التقييم .

وجه الإختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أن الدراسة الحالية استخدمت بطاقة الأداء المتوازن لتقييم الإستراتيجية ، أما الدراسة الحالية إستخدمت أبعاد بطاقة الأداء المتوازن في قياس أثر المسؤولية الإجتماعية على الأداء .

9- ياسر علي الناصري(2001) بحث مقدم للمؤتمر العربي الثاني في الإدارة : القيادة الإستراتيجية في مواجهة التحديات المعاصرة للإدارة العربية ، بعنوان (منهجية تطبيق بطاقة قياس الاداء المتوازن في المؤسسات السعودية) ، 6-8 نوفمبر القاهرة .

هدفت الدراسة إلى التعريف ببطاقة الأداء المتوازن في صياغة الإستراتيجية للمؤسسة ، وكيفية وإبراز الخطوات اللازمة لتصميم البطاقة ، وإستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتكونت عينة الدراسة من (50) موظف بالمؤسسة وتوصلت الدراسة للنتائج التالية :

1-توفر بطاقة الأداء المتوازن إطاراً كاملاً للعمل وتعمل على ترجمة إستراتيجية المؤسسة على خطط عملية .

2-ساهمت بطاقة الأداء المتوازن في التحول من التركيز على المؤشرات المالية إلى الإهتمام بجوانب أخرى .

4- تشكل بطاقة الأداء المتوازن مصدراً ثرياً للعلومات بذلك تساهم في تغذية نظم المعلومات الإدارية داخل المؤسسة .

وجه الشبه : تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها لبطاقة الأداء المتوازن .

وجه الإختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أنها تناول التعريف ببطاقة الأداء المتوازن في صياغة ستراتيجية المؤسسة ، أما الدراسة الحالية تناولت تأثير المسؤولية الإجتماعية على الأداء وذلك بإستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن .

ثالثا الدراسات الأجنبية :

10- تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء التنظيمي

Impact of CSR on Organizational Performance

Shaista Siddiq, Sara Javed MS (Finance), student.APCOMS, University of Engineering and Technology Taxila, Pakistan , 2014 .

تهدف الدراسة هذه إلى إثبات أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات لتعزيز أداء المنظمات وكذلك تهدف الدراسة إلى وصف العلاقة بين ماهو مدرك من المسؤولية الاجتماعية (Perceived corporate Social Responsibility PCSR) والمدرك من علاقة أصحاب المصلحة (Perceived Stakeholder Relationship PSR) وبين أداء المنظمة , ونجد ان الباحث استخدم المنهج الوصفي والمنهج التحليلي , وتم إجراء الدراسة على 6 من شركات باكستانية وكانت عينه تتكون من 200 موظف وقد توصلت الدراسة للآتي :

- 1- ان اهتمام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى بناء سمعة جيدة في الأسواق مما يؤدي إلى جذب المزيد من العملاء والمستهلكين مما يحسن في أداء المنظمة .
- 2- يعتقد المديرون أن مل مؤسسة يجب أن تركز على المسؤولية الاجتماعية وهذه لا تساعد فقط في بناء سمعة جيدة ولكن أيضا القيام باضافة قيمة للمجتمع .
- 3- أن عملية إضافة قيمة للشركة من خلال بناء سمعة جيدة بتأثر بعوامل أخرى , فإن الابتكار يؤدي إلى زيادة العائد على الأصول والعائد على المساهمين .
- 4- للمسؤولية الاجتماعية فوائد إضافية من ولاء العملاء والذي في نهاية المطاف يزيد من هامش المساهمة .
- 5- المسؤولية الاجتماعية تؤثر في نمو الشركة بشكل بسيط .

وجه الشبه : تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها تأثير المسؤولية الاجتماعية على أداء المؤسسة .

وجه الاختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها تناولت تأثير المسؤولية الاجتماعية بين ماهو مدرك من المسؤولية الاجتماعية والمدرك من اصحاب المصلحة وأداء المؤسسة بينما الدراسة الحالية كانت اشمل حيث تم تناول تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء الكلي للمؤسسة (مالي،العملاء،العمليات الداخلية، التعلم والنمو) .

11- تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء البنك في نيجيريا

Impact of Corporate Social Responsibility on Bank Performance in Nigeria

Paul Ayobami Akanbi, Onyema Eugene Ofoegbu Ajayi Crowther University, Oyo, Nigeria Journal of US-China Public Administration, ISSN 1548-6591

April 2012, Vol. 9, No. 4, 374-383

تهدف الدراسة إلى التحقق من تأثير المسؤولية الاجتماعية على أداء المنظمة في القطاع المصرفي وذلك بغرض تحديد العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأداء المنظمة ، ونجد أن الباحث يستخدم المنهج الوصفي والملاحظة للموظفين ، حيث كانت عينة الدراسة تتكون من 250 موظف من بنك أفريقيا المتحد ، وأظهرت الدراسة النتائج التالية :

1- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد الإقتصادي للمسؤولية الاجتماعية و كفاءة العمليات الداخلية للمنظمة ، ونجد أيضا أن البعد الإقتصادي والبعد القانوني كانت تعمل على التنبؤ بأداء المنظمة .

2- كان هناك إرتباط إيجابي أو علاقة بين البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية وأداء المنظمة وهذا يعني أن أخلاقيات أصحاب المصلحة في القطاع المصرفي ترتبط بشكل إيجابي في أداء المنظمة .

3- البعد الإقتصادي والأخلاقي والقانوني والإنساني جميعها تعمل على التنبؤ بأداء المنظمة ، وهذا يشير إلى أن الأبعاد للمسؤولية الاجتماعية تستخدم للتنبؤ بأداء المنظمة .

وجه الشبه : تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء المنظمة

وجه الإختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها تناولت تأثير أبعاد المسؤولية

الاجتماعية وذلك بغرض التنبؤ بأداء المنظمة أما في الدراسة الحالية تم استخدام بطاقة الأداء

المتوازن لقياس تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء .

12- تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء المنظمة. القطاع المصرفي كينيا، مقاطعة كاكاميجا .

Effect of Corporate Social Responsibility on Organisation kenya, Kakamega County. Performance; Banking Industry

Emily.Mokeira Okwemba *Kenyatta University of Agriculture and
Technology Kakamega campu*

International Journal of Business and Management Invention ISSN Issue 4

تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى معرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية على أداء المنظمة وذلك من خلال دراسة تأثير المسؤولية الخيرية على الأداء التنظيمي و التأثير البيئي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء التنظيمي و تأثير سياسة الحكومة على أداء المنظمة , إستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي ، ونجد ان هذا البحث اقتصر للبنوك تجارية مختارة في كاكاميجا حيث إختار الباحث عينة عشوائية من عدة بنوك مكونة من (50) عميل و (36) موظف (4) مدراء اي بإجمالي (90) عينة , وتوصلت الدراسة للاتي :

1- أن المسؤولية الخيرية لبنك لها تأثير على أداء البنك على أساس المحافظة على العملاء وأن اي زيادة في المسؤولية الخيرية سيزيد من أداء البنك .

2- كانت المسؤولية البيئية ضئيلة في هذه الدراسة حيث أن معظم الانشطة الخاصة بالمسؤولية البيئية تمر مرور الكرام من قبل العملاء ومعظم البنوك يفضلون الاستثمار في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الواضحة والبارزة للعملاء .

3- كانت لسياسات الحكومة الاثر الكبير في أداء المنظمة وذلك عن طريق المحافظة على العملاء حيث نجد ان سياسات الحكومة تجبر المنظمات لان تكون أكثر مسؤولية لمنطقة عملياتها وبالتالي زيادة الإحتفاظ بالعملاء مما يؤثر في نمو المنظمة .

وجه الشبه: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها تأثير أبعاد المسؤولية

الإجتماعية على الأداء

وجه الإختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها تناولت تأثير البعد

البيئي والبعد الخيري للمسؤولية الإجتماعية على الأداء بينما الدراسة الحالية كانت تناول تأثير المسؤولية الإجتماعية بأبعادها الأربعة (الإقتصادي , القانوني , البيئي , الخيري) على الأداء .

13- تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء الأعمال التجارية هل يمكن ان تقاس؟ فإذا كان الأمر كذلك فكيف ؟

THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON BUSINESS PERFORMANCE _ CAN IT BE MEASURED, AND IF SO, HOW?

The Berlin International Economics Congress 2012, March 7th-10th, 2012 Presented by Dd. Dipl.-Vw. Malte Kaufmann, The Bucharest Academy of Economic Studies

تهدف هذه الدراسة الى قياس اثر المسؤولية الاجتماعية على اداء الاعمال التجارية وذلك بوصف الإتجاهات الحديثة في قياس الأداء , وتهدف هذه ايضا إلى إعطاء لمحة عن اخر إتجاهات مجالات المسؤولية الاجتماعية ومن ثم توفير وسيلة ممكنة لقياس تأثيرها على الأداء ، استخدم الباحث المنهج الوصفي وكانت عينه البحث تتكون من 50 عينه وتوصلت الدراسة للإجابة على السؤال المطروح اعلاه ، بحيث أنه يمكن قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء ، ومع ذلك يجب إختيار نهج غير مباشر على الرغم من أنه يكاد يكون من المستحيل خصم تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء الأعمال بشكل مباشر، فمن الممكن لتحديد تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على مختلف أصحاب المصلحة في الشركة باستخدام النهج الجديد ،و إنه من الضروري قياس التغيرات في مستويات رضى العملاء بسبب الاستثمارات في المسؤولية الاجتماعية للشركات ويوفر نظام EFQM نموذجا مفيدا لتحديد قيمة العوامل العوامل المتشابه لنجاح الأعمال التجارية على المدى الطويل وعلاوة على ذلك ويمكن أن تركز الدراسة على تحديد ميزانية المسؤولية الاجتماعية المثلى التي من شأنها أن توفر للشركات معلومات مفيدة في كفاها لدمج المسؤولية الاجتماعية على مستوى الأستراتيجية الشاملة للمؤسسة .

وجه الشبه: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها تأثير المسؤولية الاجتماعية على اداء المؤسسة

وجه الإختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها استخدمت نموذج التميز الاوربي EFQM في قياس المسؤولية الاجتماعية بينما الدراسة الحالية تستخدم بطاقة الاداء المتوازن في عملية القياس .

14- دور المسؤولية الاجتماعية للشركات والعلاقات العامة في منظمات الأعمال

Ceranesh onsarmon enam , The role of corporate social responsibility and public relation on organization, *Kenyatta University of Agriculture* 2007

هدفت الدراسة إلى إكتشاف التصورات حول المسؤولية الاجتماعية لدى عينة من المدراء التنفيذيين ، و تهدف الدراسة ايضا إلى تقييم الأنشطة والدوافع لعمليات صنع القرار وأصحاب المصالح والفوائد المترتبة على المسؤولية الاجتماعية للشركات ، ونجد ان الدراسة إستخدمة عدة أساليب وأدوات بحثية منها الإستقصاء والمقابلات ، وتتكون عينة الدراسة من (74) مدير تنفيذي من مختلف الشركات في سنغافورة ، وتوصل الباحث للنتائج التالية :

1-عينة المديرين في الشركات كانوا قادرين على تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية على نحو شامل.

2-عدم وجود إلتزام بين بعض الشركات لتقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية وذلك يعود لأن هذه الشركات لم تضع أهدافا للمسؤولية الاجتماعية في المقام الاول .
وجه الشبه :تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وجه الإختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها تناولت تقييم الأنشطة والدوافع لعمليات صنع القرار وأصحاب المصالح والفوائد المترتبة على المسؤولية الاجتماعية بينما الدراسة الحالية كانت اشمل حيث تم تناول تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء الكلي للموسسة(مالي،العملاء،العمليات الداخلية، التعلم والنمو) .

15- المسؤولية الاجتماعية والاداء المالي:علاقة إرتباطية ام حيادية

Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification

Abigail, M. and Siegel D. “Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification”, *Strategic Management Journal*, Vol.12, No 5,2000.

تهدف الدراسة إلى معرفة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي وذلك بتحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال الاتي :

1- التعرف على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسة

2- التعرف على عملية تقييم الأداء المالي للمؤسسة محل الدراسة .

3- معرفة مدى تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة محل الدراسة.

استخدم الباحثان المنهج الوصفي وكانت العينه تتكون من 120 عينة وخلص الباحثان الى اختلاف نتائج البحوث حول العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنشأة وأدائها المالي ورغم أن أغلب البحوث تؤيد وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي إلا أن الباحثين حاولا أن يثبتا أن هذه العلاقة الإيجابية مضللة بسبب عدم الدقة في فرز العلاقة بين مؤشرات القياس لأبعاد المسؤولية الاجتماعية من جانب والأداء المالي من جانب آخر وقد حاولا من خلال نموذج قياسي أن يوضحا أن المسؤولية الاجتماعية ذات تأثير حيادي على الأداء المالي إذا قيست بشكل دقيق آخذين بنظر الاعتبار العلاقات المتداخلة بين أبعادها بشكل أحادي والأداء . وقد عززا هذا الأمر من خلال طرح علاقة البحث والتطوير في مجال الموارد البشرية، والتدريب باعتبارها بعد مهم في المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي .

وجه الشبه: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها تأثير المسؤولية الاجتماعية

على المؤسسة .

وجه الاختلاف : تختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في كونها تناولت تأثير المسؤولية

الاجتماعية على الأداء المالي فقط بينما دراسة الحالية كانت اشمل حيث تم تناول تأثير المسؤولية

الاجتماعية على الأداء الكلي للمؤسسة (مالي ، العملاء، العمليات الداخلية ، التعلم والنمو) .

التعقيب على الدراسات السابقة :

على الرغم من كثرة الدراسات السابقة التي أجريت حول المسؤولية الاجتماعية ، يلاحظ

الباحث أن الدراسات المتعلقة بأثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء معظمها قد اتفق على وجود

أثر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية على المنظمات .

لقد تعددت الموضوعات التي تناولتها هذه الدراسات وتتنوع أهدافها ومناهجها كل حسب الفرض ،

كما اتسمت بالتنوع والثراء والتباين في بعض الأهداف ، وحتى تتضح الصورة سوف يورد الباحث

في هذا التعقيب رؤية عن محتواها ومناهجها وربط ذلك بالدراسة الحالية للتعرف على نقاط الإلتقاء

والإختلاف وما استفادته الباحثة من موضوعاتها . وقد قسمت الباحثة هذه الدراسات حسب

موضوعاتها إلى :

النوع الأول : تعرض على دور المسؤولية الإجتماعية على الأداء دراسة ابو بكر محمد الحسن (2014) ، الأغا مروان سليم (2007) ، غادة عمر أرشيد (2001) ، Emily Paul Ayobami(2012) ، Mokeira(2014) النوع الثاني :تعرض لتأثير المسؤولية الإجتماعية على محاور معينه مثل المحور المالي ومحور العملاء كما في دراسة (Abagail, M. and Siegel(2000) ، علياء العميري (2016) المجموعة الأولى : اتفقت مع الدراسة الحالية في أنها ركزت على دور المسؤولية الإجتماعية على الأداء .

المجموعة الثانية : اتفقت مع الدراسة الحالية في كونها تعرضت إلى تأثير المسؤولية الأجتماعية على المحور المالي ومحور العملاء . والمجتمع .

يمكن القول بأن العديد من الدراسات استخدمت مناهج عدة ومختلفة ولكن المنهج الوصفي أكثر المناهج التي تم استخدامها من قبل الباحثين سواء في البيئات المحلية او العربية أو الأجنبية وفيما يتعلق بأداة جمع المعلومات التي إعتد عليها الباحثون فقد كانت الإستبانة في أغلبها . وعلى الرغم من تعدد جنسيات الباحثين فإن الدراسات توصلت إلى نتائج هي : أن للمسؤولية الأجتماعية تأثير على الأداء بشكل مباشر .

ومن خلال ما تقدم يمكن للباحثة أن توضح ما إستفادته من هذه الدراسات في النقاط التالية :
1- استفاد الباحث من الاطلاع على الدراسات السابقة ليثبت فرضياته واثبات تأكيد اهمية المسؤولية الإجتماعية

2- تم عرض عدد (15) دراسة منها(2) محلية (7)عربية (6) اجنبية ، ومن خلال هذه الدراسات استطاع الباحث ان يأخذ فكره واسعه عن المسؤولية الإجتماعية ودورها في الجوانب المختلفه .

موقع البحث الحالي من الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسة الحالية إمتداد للدراسات السابقة ولكن مايميزها من الدراسات السابقة مايلي :
أولا : إنها الدراسة الأولى التي تبحث عن أثر المسؤولية الإجتماعية على الأداء من خلال عدة محاور (المحور المالي ، محور العملاء ، محمور العمليات الداخلية ، محور التعلم والنمو) هذه المحاور تمثل محاور بطاقة الأداء المتوازن اي أن الباحث إستخدم بطاقة الأداء المتوازن لدراسة

تأثير المسؤولية الإجتماعية على الأداء ، وفي حد علم الباحث أن هذه الدراسة تعتبر الأولى من نوعها في السودان .

ثانيا : تناولها لأبعاد ومتغيرات جديدة لم تتناولها أي من الدراسات السابقة ضمن بطاقة الأداء المتوازن كمحور العمليات الداخلية ومحور التعلم والنمو وذلك لقياس أثرها في الأداء .

ثالثا : تناولها لقطاع هام من قطاعات الإقتصاد الخدمية وهو قطاع الإتصالات الذي يساهم بشكل كبير في الناتج المحلي القومي ، وتناولها لإحدى أهم الشركات في هذا القطاع وهي مجموعة سوداتل للإتصالات .

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة الميدانية

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة الميدانية

تمهيد:

سوف يتضمن هذا الفصل وصف وتحديد منهج البحث المستخدم ، وكذلك مجتمع البحث وكيفية اختيار عينة البحث ، والأداة ، كما يتعرض الباحث خلال هذا الفصل لكيفية جمع المعلومات الميدانية وطريقة التحليل الإحصائي المناسب لتصنيف هذه المعلومات بغرض معالجة الإحصائية التي تقود لنتائج البحث .

منهج البحث :

يقوم هذا البحث على إستخدام المنهج الوصفي بإعتباره المنهج المناسب في تحقيق أهداف البحث ، فضلاً على أنه يقوم على وصف الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو المشكلة بتقديرها كميّاً عن طريق جمع البيانات .

مجتمع البحث :-

يتكون مجتمع البحث من الموظفين بمجموعة سوداتل للاتصالات والبالغ عددهم (1500) موظف وفق إحصائية مجموعة سوداتل للعام 2016.

عينة البحث :

تم إختيار عينة البحث بالطريقة القصدية والتي تتكون من المدراء ورؤساء فرق العمل و الموظفين في قسم المسؤولية الإجتماعية والتسويق وعلاقات المشغلين والبالغ عددهم (50) موظف تم إختيارهم جميعاً بنسبة 100% .

جدول رقم (2) يبين عينة البحث

موظف	رئيس فريق	مدير	الإدارة الوظيفة
12	9	3	المسؤولية الإجتماعية
6	3	5	التسويق
6	3	3	علاقات المشغلين
50	المجموع		

يلاحظ من الجدول (2) ان العينة تمثل مجتمع البحث بالكامل حيث تم إختيار العينة بالطريقة القصدية نسبة لصغر مجتمع الدراسة .

خصائص عينة البحث :

وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة من حيث شمولها على الآتي:

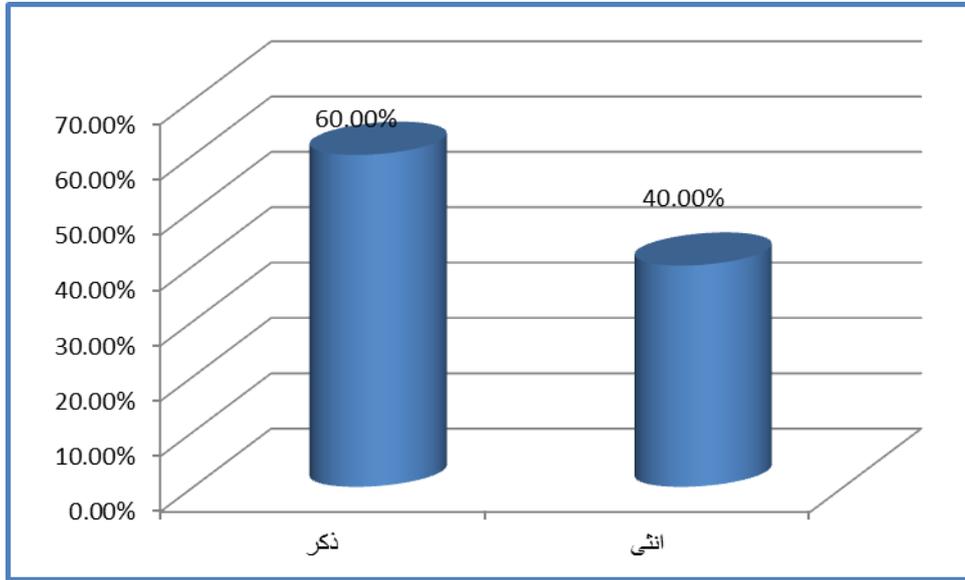
- 1- الأفراد من الجنسين (الذكور والإناث).
 - 2- الأفراد من مختلف المؤهلات العلمية (دبلوم، بكالوريوس، ماجستير ، دكتوراه).
 - 3- الأفراد من مختلف سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات ، 5-10 سنة ، 5 سنوات فأكثر)
- وفيما يلي وصفاً مفصلاً لأفراد عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات أعلاه (خصائص المبحوثين):

أولاً النوع:

يوضح الجدول رقم (3) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع.

النوع	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	30	60.0%
انثى	20	40.0%
المجموع	50	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م



الشكل رقم (4) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير النوع

يتبين من الجدول (3) والشكل (4) أن بلغ عدد الذكور في العينة (30) فرد ويمثلون ما نسبته (60.0%) من العينة الكلية، في حين بلغ عدد الإناث في العينة (20) أفراد ويمثلون ما نسبته

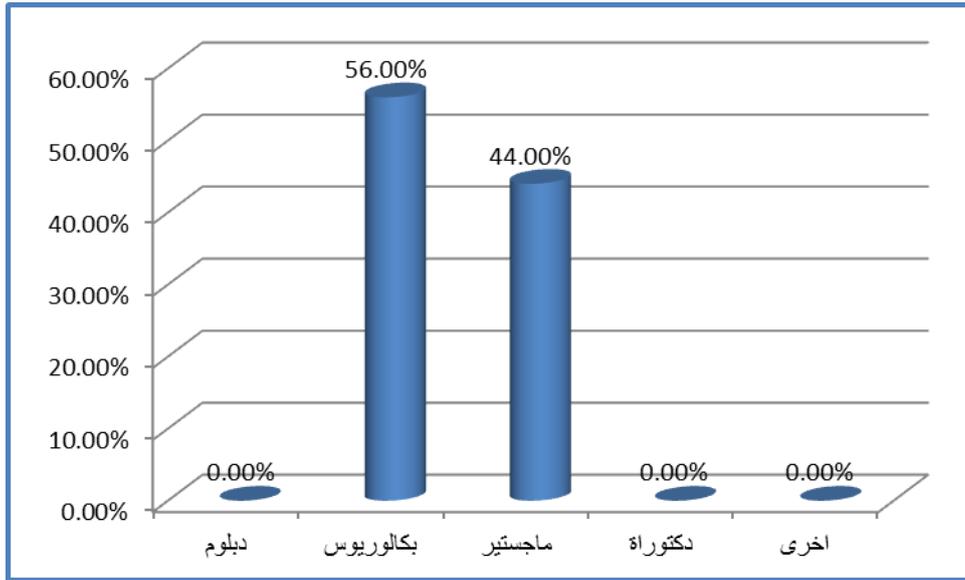
(40.0%) من العينة الكلية.

ثانياً المؤهل العلمي:

جدول رقم (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرارات	المؤهل الاكاديمي
%0.00	0	دبلوم
%56.0	28	بكالوريوس
%44.0	22	ماجستير
%0.00	0	دكتورة
%0.00	0	اخرى
%100.0	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م.



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م.

الشكل رقم (6) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير المؤهل الاكاديمي

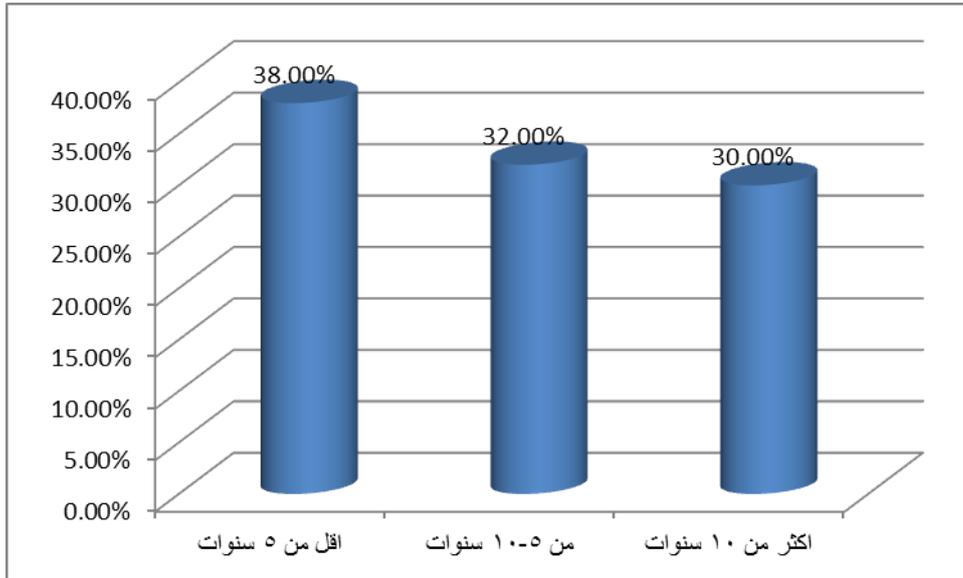
يتبين من الجدول رقم (4) والشكل رقم (6) ، أن غالبية أفراد عينة البحث هم من حملة البكالوريوس ، حيث بلغ عددهم (28) فرد ويمثلون ما نسبته (56.0%) من العينة الكلية، ويليهم حملة الماجستير حيث بلغ عددهم (23) فرد ويمثلون ما نسبته (44.0%) ونلاحظ أن لم تتضمن العينة حملة الدبلوم أو الدكتورة .

ثالثاً سنوات الخبرة:

جدول رقم (5) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	19	38.0%
من 5-10 سنوات	16	32.0%
أكثر من 10 سنوات	15	30.0%
المجموع	50	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م.



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م.

شكل رقم (7) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير سنوات الخبرة

يتبين من الجدول (5) والشكل (7) أن هناك (19) فرد بنسبة (38.0%) لهم خبرة أقل من 5 سنوات ، وهناك (15) فرد بنسبة (32.0%) لهم خبرة ما بين (5-10 سنة)، بينما بلغ عدد الأفراد الذين خبرتهم أكثر من 10 سنوات (15) فرد أي بنسبة (30.0%) من مجتمع البحث

أداة البحث

أداة البحث عبارة عن الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة موضوع الدراسة. ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للبحث. وقد اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من عينة البحث، حيث أن للاستبانة مزايا منها:

- 1- يمكن تطبيقه للحصول على معلومات عن عدد من الأفراد.
- 2- قلة تكلفته وسهولة تطبيقه.
- 3- سهولة وضع عباراته واختيار ألفاظه.
- 4- يوفر الاستبيان وقت المستجيب وتعطيه فرصة التفكير.
- 5- يشعر المجيبون على الاستبانة بالحرية في التعبير عن آراء يخشون عدم موافقة الآخرين عليها.

وصف الاستبانة:

قام الباحث بإعداد وصياغة بنود الإستبانة في صورتها الأولى وعرضها على (5) محكمين من الأساتذة المختصين، وأعضاء هيئة التدريس في الجامعات السودانية ، للتحقق من مدى صدق فقرات الاستبانة، ولقد تم الأخذ بملاحظاتهم، وإعادة صياغة بعض الفقرات وإجراء التعديلات المطلوبة، على نحو دقيق يحقق التوازن بين مضامين الاستبانة في فقراتها .

وإحتوت الإستبانة على قسمين رئيسيين: (راجع الملحق رقم (3))

القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على بيانات حول: النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة.

القسم الثاني: يحتوي هذا القسم على أربعة محاور، رأى الباحث أنها أهم الجوانب لبيان أثر تبني المسؤولية الإجتماعية على أداء شركات الإتصالات وإشتملت المحاور على عدد (44) عبارة، طلب من أفراد عينة الدراسة أن يحددوا إجابتهم عن كل عبارة وفق مقياس ليكرت الخماسي المتدرج الذي يتكون من خمس مستويات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة)، وقد تم توزيع هذه العبارات على فرضيات الدراسة الأربع كما يلي:

جدول رقم (6) يوضح محاور الإستبانة وعدد الفقرات لكل محور

المحاور	سؤال المحور	عدد البنود
المحور الأول	تبني سوداتل لمفهوم المسؤولية الإجتماعية	9
المحور الثاني	أبعاد بطاقة الأداء المتوازن :	8
	أ. المالي	8
	ب. رضا العملاء	8
	ج. العمليات الداخلية	9
	د. التعلم والنمو	8
المجموع		64

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م.

أولاً: الثبات والصدق الظاهري للإستبانة:

للتأكد من الصدق الظاهري لإستبانة البحث وصلاحيه عباراته من حيث الصياغة والوضوح قام الباحث بعرض الإستبانة على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين في مجال البحث والبالغ عددهم (5) محكمين . وبعد إستعادت الإستبانة من المحكمين تم إجراء التعديلات التي تم إقتراحها أنظر الملحق رقم (3)

ثانياً: الثبات والصدق الإحصائي

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة. ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق إختبار ما على مجموعة من الأفراد ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً. كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار. ومن أكثر الطرق استخداماً في تقدير ثبات المقياس هي:

1- طريقة التجزئة النصفية باستخدام معادلة سبيرمان-براون.

2- معادلة ألفا-كرونباخ.

3- طريقة إعادة تطبيق الاختبار.

4- طريقة الصور المتكافئة.

5- معادلة جوتمان.

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات. وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح. ومقياس الصدق هو معرفة صلاحية

الأداة لقياس ما وضعت له . وقام الباحث بإيجاد الصدق الذاتي له إحصائياً باستخدام معادلة الصدق الذاتي هي:

$$\text{الصدق} = \sqrt{\text{الثبات معامل الثبات}}$$

وقام الباحث بحساب معامل ثبات وفق طريقة ألفا كرونباخ حيث تم حساب الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ الموضحة فيما يلي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{1 - \text{مجموع تباينات الأسئلة}}{1 - \text{تباين الدرجات الكلية}}$$

حيث $n =$ عدد عبارات القائمة.

وللتحقق من ذلك تم توزيع (25) استمارة لعينة إستطلاعية عن طريق الإتساق الداخلي (الفكرونباخ) ولقد كان معامل ألفا كرونباخ = (0.94) وهو معامل ثبات عال يدل على ثبات المقياس وصلاحيته للدراسة ومعامل الصدق هو الجذر التربيعي لمعامل الثبات فبالنتالي هو (0.97) وهذا يدل على ان هنالك صدق عال للمقياس وصالح للبحث مما يؤكد دقة الاستبانة وتمتعها بالنقطة والقبول لما ستخرج به هذه الدراسة من نتائج.

جدول رقم (7) يوضح الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الإستطلاعية على الإستبانة

الرقم	المحور	عدد الفقرات	الثبات	الصدق
1	الاول	9	0.74	0.86
2	الثاني	8	0.86	0.92
3	الثالث	8	0.89	0.94
4	الرابع	9	0.85	0.92
5	الخامس	8	0.91	0.5
الاستبانة		42	0.94	0.97

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتضح من نتائج الجدول رقم (7) أن جميع معاملات الثبات والصدق لإجابات أفراد العينة الإستطلاعية على العبارات المتعلقة بكل فرضية من فرضيات البحث، وعلى الإستبانة كاملاً كانت أكبر من (50%) والبعض منها قريبة جداً إلى (100%) مما يدل على أن إستبانة البحث تتصف بالثبات والصدق الكبيرين جداً بما يحقق أغراض البحث، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

تطبيق الإستبانة :

قام الباحث بمخاطبة إدارة الأمن والسلامة بمجموعة سودائل للإتصالات وذلك لأخذ الموافقة

بجمع البيانات وتوزيع الإستبانات ، حيث قابل أفراد العينة وعرفهم بنفسه وبالبحث الذي يقوم به وشرح الإجراءات المراد تنفيذها فيما يتعلق بالبحث ووجد الباحث تعاون من المبحوثين وتم إرفاق خطاب خاص مع كل إستبانة .

مراجعة البيانات والإجابات :

تم توزيع (50) إستبانة على المبحوثين إستردت كاملة ، وقام الباحث بمراجعة الأداة والوقوف على مدى إكتمال البيانات والإجابات الواردة ووجد الإستبانات كاملة ولم يتم إستبعاد أي واحد منها ، ولجأ الباحث بعد التأكد من إكتمال البيانات وإجابات المبحوثين ، إلى تفرغ البيانات والمعلومات في الجداول التي أعدت لذلك ، حيث تم تحويل المتغيرات الإسمية إلى متغيرات كمية أو ما يعرف بالمعالجة الإحصائية .

المعالجات الإحصائية

لتحليل البيانات الخاصة بالإستبانة استخدم الباحث البرنامج الجاهز للتحليل الاحصائي (SPSS) (Statistical Package for Social Science) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وقد قام الباحث باستعراض كل عبارة أو مجموعة عبارات في جدول يوضح عدد الاستجابات والنسب المئوية لكل إجابة لتحليل إجابات الاستبانة، بعد ذلك قام بالتعليق على نتيجة العبارة، وقد استخدم الباحث الجداول التكرارية لتحليل المعلومات وذلك بإعطاء الجداول أرقاماً متسلسلة ثم إعطائها عنواناً لمعرفة ما تحتويه من بيانات عينة الدراسة لمعرفة النسب المئوية وغيرها. ولتحليل المعلومات والبيانات التي تحصل عليها الباحث من خلال الاستبانة تم إدخال هذه البيانات في جهاز الحاسب الآلي ثم طبقت عليها مجموعة من المعالجات الإحصائية وهي:

1- الجداول التكرارية

2- النسب المئوية.

3- الأشكال البيانية.

4- الوسيط

5- اختبار مربع كاي

الفصل الرابع

عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج وتفسيرها

الفصل الرابع

عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج وتفسيرها

تمهيد

للإجابة على تساؤلات البحث والتحقق من فرضياته سيتم حساب الوسيط لكل عبارة من عبارات الإستبانة والتي تبين آراء عينة البحث بخصوص أثر المسؤولية الإجتماعية على الأداء، حيث تم إعطاء الدرجة (5) لكل إجابة "أوافق بشدة"، والدرجة (4) لكل إجابة "أوافق"، والدرجة (3) لكل إجابة " محايد"، والدرجة (2) لكل إجابة " لاأوافق"، والدرجة (1) لكل إجابة " لاأوافق بشدة". إن كل ما سبق ذكره وحسب متطلبات التحليل الإحصائي هو تحويل المتغيرات الاسمية إلى متغيرات كمية، وبعد ذلك سيتم إختبار مربع كاي لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات كل فرضية

جدول رقم (8) يوضح ترميز العبارات

المستويات	الرتبة
اوافق بشدة	5
اوافق	4
محايد	3
لا اوافق	2
لا اوافق بشدة	1

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

تبني سودائل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ساعد على

جدول رقم (9) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث

الرقم	العبرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	تحقيق أكبر الأرباح	9	13	17	11	0
		18.0	26.0	34.0	22.0	0.0
2	الإلتزام بتوفير حقوق العاملين في خدمات الإجتماعية المختلفة.	6	27	12	5	0
		12.0	54.0	24.0	10.0	0.0
3	إحترام عادات وتقاليد المجتمع الذي تعمل فيه	14	32	2	2	0
		28.0	64.0	4.0	4.0	0.0
4	زيادة فرص البقاء والإستمرارية أمام منافسيها	8	27	10	5	0
		16.0	54.0	20.0	10.0	0.0
5	الإلتزام بالقوانين لتوفير العناية بالعاملين في مختلف النواحي	6	25	14	4	1
		12.0	50.0	28.0	8.0	2.0
6	خلق صورة ذهنية جيدة لسودائل	27	21	1	1	0
		54.0	42.0	2.0	2.0	0.0
7	الإلتزام بممارسة مسؤولياتها تجاه المجتمع لحل مشاكله	14	30	5	1	0
		28.0	60.0	10.0	2.0	0.0
8	جعلها جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة	11	34	3	2	0
		22.0	68.0	6.0	4.0	0.0
9	كسب ولاء العملاء	11	25	11	3	0
		22.0	50.0	22.0	6.0	0.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

فيما يتعلق بعبرة تحقيق أكبر الأرباح تبين ان (9) فرداً وبنسبة (18%) اجابوا اوافق بشدة ، و(13) فرداً وبنسبة (26%) اجابوا اوافق ، و(17) فرداً وبنسبة (34%) اجابوا محايد و(11) فرداً وبنسبة (22%) اجابوا لا اوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.00%) اجابوا لا اوافق بشدة.

الإلتزام بتوفير حقوق العاملين في خدمات الإجتماعية المختلفة تبين ان (6) فرداً وبنسبة (12%) اجابوا أوافق بشدة ، و(27) فرداً وبنسبة (54%) اجابوا اوافق ، و(12) فرداً وبنسبة (24%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

إحترام عادات وتقاليد المجتمع الذي تعمل فيه تبين ان (14) فرداً وبنسبة (28%) اجابوا أوافق بشدة ، و(32) فرداً وبنسبة (64%) اجابوا اوافق ، و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا محايد و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

زيادة فرص البقاء والإستمرارية أمام منافسيها تبين ان (8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا أوافق بشدة ، و(27) فرداً وبنسبة (54%) اجابوا اوافق ، و(10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإلتزام بالقوانين لتوفير العناية بالعاملين في مختلف النواحي تبين ان (6) فرداً وبنسبة (12%) اجابوا أوافق بشدة ، و(25) فرداً وبنسبة (50%) اجابوا اوافق ، و(14) فرداً وبنسبة (28%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

خلق صورة ذهنية جيدة لسوداتل تبين ان (27) فرداً وبنسبة (54%) اجابوا أوافق بشدة ، و(21) فرداً وبنسبة (42%) اجابوا اوافق ، و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا محايد و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإلتزام بممارسة مسؤولياتها تجاه المجتمع لحل مشاكله تبين ان (14) فرداً وبنسبة (28%) اجابوا أوافق بشدة ، و(30) فرداً وبنسبة (60%) اجابوا اوافق ، و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا محايد و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

جعلها جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة تبين ان (11) فرداً وبنسبة (22%) اجابوا أوافق بشدة ، و(34) فرداً وبنسبة (68%) اجابوا اوافق ، و(3) فرداً وبنسبة (6%) اجابوا محايد و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

كسب ولاء العملاء تبين ان (11) فرداً وبنسبة (22%) اجابوا اوافق بشدة ، و(25) فرداً وبنسبة (50%) اجابوا اوافق ، و(11) فرداً وبنسبة (22%) اجابوا محايد و(3) فرداً وبنسبة (6%) اجابوا لا اوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تبني سوداتل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ساعد على :

جدول رقم (10) يوضح الإحصاء الوصفي للعبارات

الرقم	العبارة	مربع كاي	درجات الحرية	القيمة المعنوية	الوسيط	درجة القياس
1	تحقيق أكبر الأرباح	21.800	3	0.000	3.00	محايد
2	الإلتزام بتوفير حقوق العاملين في خدمات الإجتماعية المختلفة	24.720	3	0.000	4.00	اوافق
3	إحترام عادات وتقاليد المجتمع الذي تعمل فيه	48.240	3	0.000	4.00	اوافق
4	زيادة فرص البقاء والإستمرارية أمام منافسيها	23.440	3	0.000	4.00	اوافق
5	الإلتزام بالقوانين لتوفير العناية بالعاملين في مختلف النواحي	37.400	4	0.000	4.00	اوافق
6	خلق صورة ذهنية جيدة لسوداتل	43.760	3	0.000	5.00	اوافق بشدة
7	الإلتزام بممارسة مسؤولياتها تجاه المجتمع لحل مشاكله	39.760	3	0.000	4.00	اوافق
8	جعلها جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة	53.200	3	0.000	4.00	اوافق
9	كسب ولاء العملاء	20.080	3	0.000	4.00	اوافق

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

بالنسبة لعبارة تحقيق أكبر الأرباح حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (21.800) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا محايد.

الإلتزام بتوفير حقوق العاملين في خدمات الإجتماعية المختلفة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (24.720) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

إحترام عادات وتقاليد المجتمع الذي تعمل فيه حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (48.420) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

زيادة فرص البقاء والإستمرارية أمام منافسيها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (23.440) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

الإلتزام بالقوانين لتوفير العناية بالعاملين في مختلف النواحي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (37.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

خلق صورة ذهنية جيدة لسودانل حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (43.760) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق بشدة.

الإلتزام بممارسة مسؤولياتها تجاه المجتمع لحل مشاكله حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (39.760) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

جعلها جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (53.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

كسب ولاء العملاء حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (20.080) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

عرض ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى من فرضيات البحث على الآتي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي لشركات الاتصالات وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة البحث بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي :

المحور المالي : تؤثر مشاريع وبرامج المسؤولية الاجتماعية على الاداء المالي من خلال :

جدول رقم (11) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الأول

الرقم	العبرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	العوائد المالية المتوقعة أكبر من الإنفاق على المشاريع	5	13	21	10	1
		10.0	26.0	42.0	20.0	2.0
2	تحقيق انجازات مالية بصورة مستمرة أكثر من السابق	2	17	17	12	2
		4.0	34.0	34.0	24.0	4.0
3	زيادة الحصة السوقية	5	29	10	6	0
		10.0	58.0	20.0	12.0	0.0
4	إستغلال الموارد المالية المتاحة	6	22	15	6	1
		12.0	44.0	30.0	12.0	2.0
5	تخصيص جزءاً من الأرباح لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية	12	28	6	4	0
		24.0	56.0	12.0	8.0	0.0
6	زيادة المساهمة في تكاليف التشغيل	4	21	17	7	1
		8.0	42.0	34.0	14.0	2.0
7	تقديم العروض بأسعار مخفضة لخدمات التواصل الاجتماعي	4	24	13	9	0
		8.0	48.0	26.0	18.0	0.0
8	زيادة العائد المادي	2	21	15	11	1
		4.0	42.0	30.0	22.0	2.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

العوائد المالية المتوقعة أكبر من الإنفاق على المشاريع تبين ان (5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا أوافق بشدة ، و(13) فرداً وبنسبة (26%) اجابوا اوافق ، و(21) فرداً وبنسبة (42%) اجابوا محايد و(10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

تحقيق انجازات مالية بصورة مستمرة أكثر من السابق تبين ان (2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا
أوافق بشدة ، و(17) فرداً وبنسبة (34%) اجابوا اوافق ، و(17) فرداً وبنسبة (34%) اجابوا
محايد و(12) فرداً وبنسبة (24%) اجابوا لا أوافق و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا أوافق
بشدة.

زيادة الحصة السوقية تبين ان (5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا أوافق بشدة ، و(29) فرداً وبنسبة
(58%) اجابوا اوافق ، و(10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا محايد و(6) فرداً وبنسبة (12%)
اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

إستغلال الموارد المالية المتاحة تبين ان (6) فرداً وبنسبة (12%) اجابوا أوافق بشدة ، و(22)
فرداً وبنسبة (44%) اجابوا اوافق ، و(15) فرداً وبنسبة (30%) اجابوا محايد و(6) فرداً وبنسبة
(12%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

تخصيص جزء من الأرباح لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية تبين ان (12) فرداً وبنسبة
(24%) اجابوا أوافق بشدة ، و(28) فرداً وبنسبة (56%) اجابوا اوافق ، و(6) فرداً وبنسبة
(12%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%)
اجابوا لا أوافق بشدة.

زيادة المساهمة في تكاليف التشغيل تبين ان (4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا أوافق بشدة ،
و(21) فرداً وبنسبة (42%) اجابوا اوافق ، و(17) فرداً وبنسبة (34%) اجابوا محايد و(7) فرداً
وبنسبة (14%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

تقديم العروض بأسعار مخفضة لخدمات التواصل الاجتماعي تبين ان (4) فرداً وبنسبة (8%)
اجابوا أوافق بشدة ، و(24) فرداً وبنسبة (48%) اجابوا اوافق ، و(13) فرداً وبنسبة (26%)
اجابوا محايد و(9) فرداً وبنسبة (18%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا
أوافق بشدة.

زيادة العائد المادي تبين ان (2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا أوافق بشدة ، و(21) فرداً وبنسبة
(42%) اجابوا اوافق ، و(15) فرداً وبنسبة (30%) اجابوا محايد و(11) فرداً وبنسبة (22%)
اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

جدول رقم (12) يوضح نتيجة مربع كاي للدلالة على الفروق لعبارات المحور الأول

الرقم	العبارة	مربع كاي	درجات الحرية	القيمة المعنوية	الوسيط	درجة القياس
1	العوائد المالية المتوقعة أكبر من الإنفاق على المشاريع	23.600	4	0.000	3.00	محايد
2	تحقيق انجازات مالية بصورة مستمرة أكثر من السابق	23.000	4	0.000	3.00	محايد
3	زيادة الحصة السوقية	30.160	3	0.000	4.00	اوافق
4	إستغلال الموارد المالية المتاحة	28.200	4	0.000	4.00	اوافق
5	تخصيص جزءاً من الأرباح لدعم المؤسسات الخيرية والإجتماعية	28.400	3	0.000	4.00	اوافق
6	زيادة المساهمة في تكاليف التشغيل	29.600	4	0.000	3.50	اوافق
7	تقديم العروض بأسعار مخفضة لخدمات التواصل الاجتماعي	17.360	3	0.001	4.00	اوافق
8	زيادة العائد المادي	29.200	4	0.000	3.00	محايد

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

1/العوائد المالية المتوقعة أكبر من الإنفاق على المشاريع حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (23.600) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا محايد.

2/تحقيق انجازات مالية بصورة مستمرة أكثر من السابق حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (23.00) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا محايد.

3/زيادة الحصة السوقية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (30.160) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

4/إستغلال الموارد المالية المتاحة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (28.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

5/تخصيص جزء من الأرباح لدعم المؤسسات الخيرية والإجتماعية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (28.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

6/زيادة المساهمة في تكاليف التشغيل حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (29.600) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

7/تقديم العروض بأسعار مخفضة لخدمات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (17.360) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

8/زيادة العائد المادي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (29.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا محايد.

- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية :

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية ورضا عملاء شركات الاتصالات. وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعةً، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

محور رضا العملاء : الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية يؤدي الي زيادة الرضا لدى العملاء
الداخليين من خلال

جدول رقم (13) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الثاني

الرقم	العبرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	مقابلة إحتياجات العملاء والإستجابة لها	4	30	7	8	1
		8.0	60.0	14.0	16.0	2.0
2	دعم أنشطة ومبادرات العملاء الإجتماعية	9	29	8	4	0
		18.0	58.0	16.0	8.0	0.0
3	الإهتمام بالعملاء الجدد	6	29	10	4	1
		12.0	58.0	20.0	8.0	2.0
4	تقديم الخدمة بأسعار وجودة مناسبة للعملاء	8	24	11	5	2
		16.0	48.0	22.0	10.0	4.0
5	الإستجابة لشكاوي العملاء	10	25	9	5	1
		20.0	50.0	18.0	10.0	2.0
6	الإهتمام بالرعاية الصحية الإجتماعية	8	30	9	3	0
		16.0	60.0	18.0	6.0	0.0
7	إشراكهم في المشاريع بالعمل والرأي	8	22	17	2	1
		16.0	44.0	34.0	4.0	2.0
8	الإهتمام بمتابعة طلبات العملاء واقتراحاتهم	8	27	11	3	1
		16.0	54.0	22.0	6.0	2.0

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

مقابلة إحتياجات العملاء والإستجابة لها تبين ان (4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا أوافق بشدة ،
و(30) فرداً وبنسبة (60%) اجابوا اوافق ، و(7) فرداً وبنسبة (14%) اجابوا محايد و(8) فرداً
وبنسبة (16%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

دعم أنشطة ومبادرات العملاء الإجتماعية تبين ان (9) فرداً وبنسبة (18%) اجابوا أوافق بشدة ، و(29) فرداً وبنسبة (58%) اجابوا اوافق ، و(8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإهتمام بالعملاء الجدد تبين ان (6) فرداً وبنسبة (12%) اجابوا أوافق بشدة ، و(29) فرداً وبنسبة (58%) اجابوا اوافق ، و(10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

تقديم الخدمة بأسعار وجودة مناسبة للعملاء تبين ان (8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا أوافق بشدة ، و(24) فرداً وبنسبة (48%) اجابوا اوافق ، و(11) فرداً وبنسبة (22%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا أوافق و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإستجابة لشكاوي العملاء تبين ان (10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا أوافق بشدة ، و(25) فرداً وبنسبة (50%) اجابوا اوافق ، و(9) فرداً وبنسبة (18%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإهتمام بالرعاية الصحية الإجتماعية تبين ان (8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا أوافق بشدة ، و(30) فرداً وبنسبة (60%) اجابوا اوافق ، و(9) فرداً وبنسبة (18%) اجابوا محايد و(3) فرداً وبنسبة (6.0%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

إشراكهم في المشاريع بالعمل والرأي تبين ان (8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا أوافق بشدة ، و(22) فرداً وبنسبة (24%) اجابوا اوافق ، و(17) فرداً وبنسبة (34%) اجابوا محايد و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإهتمام بمتابعة طلبات العملاء وإقتراحاتهم تبين ان (8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا أوافق بشدة ، و(27) فرداً وبنسبة (54%) اجابوا اوافق ، و(11) فرداً وبنسبة (22%) اجابوا محايد و(3) فرداً وبنسبة (6%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

جدول رقم (14) يوضح نتيجة اختبار مربع كأي للدلالة على الفروق لعبارات المحور الثاني

الرقم	العبرة	مربع كاي	درجات الحرية	القيمة المعنوية	الوسيط	درجة القياس
1	مقابلة إحتياجات العملاء والإستجابة لها	53.000	4	0.000	4.00	اوافق
2	دعم أنشطة ومبادرات العملاء الإجتماعية	30.160	3	0.000	4.00	اوافق
3	الإهتمام بالعملاء الجدد	49.400	4	0.000	4.00	اوافق
4	تقديم الخدمة بأسعار وجودة مناسبة للعملاء	29.000	4	0.000	4.00	اوافق
5	الإستجابة لشكاوي العملاء	33.200	4	0.000	4.00	اوافق
6	الإهتمام بالرعاية الصحية الإجتماعية	34.320	3	0.000	4.00	اوافق
7	إشراكهم في المشاريع بالعمل والرأي	34.200	4	0.000	4.00	اوافق
8	الإهتمام بمتابعة طلبات العملاء وإقتراحاتهم	42.400	4	0.000	4.00	اوافق

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

1/مقابلة إحتياجات العملاء والإستجابة لها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (53.00) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

2/دعم أنشطة ومبادرات العملاء الإجتماعية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (30.160) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

3/الإهتمام بالعملاء الجدد حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (49.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

4/تقديم الخدمة بأسعار وجودة مناسبة للعملاء حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (29.000) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

5/الإستجابة لشكاوي العملاء حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (33.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

6/الإهتمام بالرعاية الصحية الإجتماعية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (34.320) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

7/إشراكهم في المشاريع بالعمل والرأي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (34.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

8/الإهتمام بمتابعة طلبات العملاء وإقتراحاتهم حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (42.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة :

تنص الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة على الآتي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية لشركات الإتصالات .

وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

محور العمليات الداخلية: تعمل المسؤولية الاجتماعية على رفع كفاءة العمليات الداخلية من خلال

جدول رقم (15) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الثالث

الرقم	العبارة	وافق بشدة	وافق	محايد	لاوافق	لاوافق بشدة
1	إستخدام أساليب نقاط القوة لتحسين جودة العمليات	3	30	14	3	0
		6.0	60.0	28.0	6.0	0.0
2	التنسيق الفعال مع الجهات ذات العلاقة	4	32	10	4	0
		8.0	64.0	20.0	8.0	0.0
3	الإهتمام بإستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة	9	28	8	5	0
		18.0	56.0	16.0	10.0	0.0
4	الإهتمام بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل بعدالة	5	22	21	2	0
		10.0	44.0	42.0	4.0	0.0
5	إعتماد سياسة إدارية تسمح للموظفين بالمشاركة في عمليات صنع القرار	3	19	18	9	1
		6.0	38.0	36.0	18.0	2.0
6	توفير ظروف عمل مميزة وأدوات عمل مريحة	6	24	14	5	1
		12.0	48.0	28.0	10.0	2.0
7	الإهتمام بالبحوث العلمية	3	22	16	8	1
		6.0	44.0	32.0	16.0	2.0
8	الإهتمام بعملية الإبتكار لإشباع حاجات العملاء	5	25	15	4	1
		10.0	50.0	30.0	8.0	2.0
9	العمل على تكريم وتحفيز الموظفين المتفوقين والمبدعين في العمل	10	28	7	4	1
		20.0	56.0	14.0	8.0	2.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016

إستخدام أساليب نقاط القوة لتحسين جودة العمليات تبين ان (3) فرداً وبنسبة (6%) اجابوا أوافق بشدة ، و(30) فرداً وبنسبة (60%) اجابوا اوافق ، و(14) فرداً وبنسبة (28%) اجابوا محايد و(3) فرداً وبنسبة (6%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

التنسيق الفعال مع الجهات ذات العلاقة تبين ان (4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا أوافق بشدة ، و(32) فرداً وبنسبة (64%) اجابوا اوافق ، و(10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإهتمام بإستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة تبين ان (9) فرداً وبنسبة (18%) اجابوا أوافق بشدة ، و(28) فرداً وبنسبة (56%) اجابوا اوافق ، و(8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإهتمام بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل بعدالة تبين ان (5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا أوافق بشدة ، و(22) فرداً وبنسبة (44%) اجابوا اوافق ، و(21) فرداً وبنسبة (42%) اجابوا محايد و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

إعتماد سياسة إدارية تسمح للموظفين بالمشاركة في عمليات صنع القرار تبين ان (3) فرداً وبنسبة (6%) اجابوا أوافق بشدة ، و(19) فرداً وبنسبة (38%) اجابوا اوافق ، و(18) فرداً وبنسبة (36%) اجابوا محايد و(9) فرداً وبنسبة (18%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

توفير ظروف عمل مميزة وأدوات عمل مريحة تبين ان (6) فرداً وبنسبة (12%) اجابوا أوافق بشدة ، و(24) فرداً وبنسبة (48%) اجابوا اوافق ، و(14) فرداً وبنسبة (28%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإهتمام بالبحوث العلمية تبين ان (3) فرداً وبنسبة (6%) اجابوا أوافق بشدة ، و(22) فرداً وبنسبة (44%) اجابوا اوافق ، و(16) فرداً وبنسبة (32%) اجابوا محايد و(8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

الإهتمام بعملية الإبتكار لإشباع حاجات العملاء تبين ان (5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا أوافق بشدة ، و(25) فرداً وبنسبة (50%) اجابوا اوافق ، و(15) فرداً وبنسبة (30%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة.

العمل على تكريم وتحفيز الموظفين المتفوقين والمبدعين في العمل تبين ان (10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا أوافق بشدة ، و(28) فرداً وبنسبة (56%) اجابوا اوافق ، و(7) فرداً وبنسبة (14%) اجابوا لا أوافق و(0) فرداً وبنسبة (0.0%) اجابوا لا أوافق بشدة.

(14%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا لا أوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا أوافق بشدة

جدول رقم (16) يوضح نتيجة إختبار مربع كأي للدلالة على الفروق لعبارات المحور الثالث

الرقم	العبرة	مربع كاي	درجات الحرية	القيمة المعنوية	الوسيط	درجة القياس
1	إستخدام أساليب نقاط القوة لتحسين جودة العمليات	39.120	3	0.000	4.00	اوافق
2	التنسيق الفعال مع الجهات ذات العلاقة	42.480	3	0.000	4.00	اوافق
3	الإهتمام بإستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة	26.320	3	0.000	4.00	اوافق
4	الإهتمام بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل بعدالة	26.320	3	0.000	4.00	اوافق
5	إعتماد سياسة إدارية تسمح للموظفين بالمشاركة في عمليات صنع القرار	27.600	4	0.000	3.00	محايد
6	توفير ظروف عمل مميزة وأدوات عمل مريحة	33.400	4	0.000	4.00	اوافق
7	الإهتمام بالبحوث العلمية	31.400	4	0.000	3.50	اوافق
8	الإهتمام بعملية الإبتكار لإشباع حاجات العملاء	39.200	4	0.000	4.00	اوافق
9	العمل على تكريم وتحفيز الموظفين المتفوقين والمبدعين في العمل	45.000	4	0.000	4.00	اوافق

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

1/إستخدام أساليب نقاط القوة لتحسين جودة العمليات حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (39.120) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

2/التنسيق الفعال مع الجهات ذات العلاقة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (42.480) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

3/الإهتمام باستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (26.320) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

4/الإهتمام بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل بعدالة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (26.320) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

5/إعتماد سياسة إدارية تسمح للموظفين بالمشاركة في عمليات صنع القرار حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (27.600) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا محايد.

6/توفير ظروف عمل مميزة وأدوات عمل مريحة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (33.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

7/الإهتمام بالبحوث العلمية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (31.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

8/الإهتمام بعملية الإبتكار لإشباع حاجات العملاء حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (39.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

9/العمل على تكريم وتحفيز الموظفين المتفوقين والمبدعين في العمل حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (45.00) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الرابعة :

تنص الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة على الآتي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وعملياتي التعلم والنمو في شركات الإتصالات.

وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعةً، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي

محور التعلم والنمو: تساهم المسؤولية الاجتماعية لسوداتل في دعم عملياتي التعليم والنمو من خلال

جدول رقم (17) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لأفراد عينة البحث للمحور الرابع

الرقم	العبارة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	العمل على تدريب وتطوير العاملين	4	29	8	7	2
		8.0	58.0	16.0	14.0	4.0
2	الإهتمام بقدرات العاملين لزيادة كفاءتهم	4	26	14	5	1
		8.0	52.0	28.0	10.0	2.0
3	تحفيز العاملين من أجل الإبتكار	5	24	14	5	2
		10.0	48.0	28.0	10.0	4.0
4	إستقطاب العاملين ذوي الكفاءة العالية	8	21	12	8	1
		16.0	42.0	24.0	16.0	2.0
5	إستبقاء العاملين الذين أثبتو كفاءتهم	6	15	17	10	2
		12.0	30.0	34.0	20.0	4.0
6	قياس الرضا الوظيفي	1	26	16	5	2
		2.0	52.0	32.0	10.0	4.0
7	بناء القدرات المعرفية لعاملين	5	22	17	5	1
		10.0	44.0	34.0	10.0	2.0
8	التوسع في نوافذ تقديم الخدمة	6	28	7	8	1
		12.0	56.0	14.0	16.0	2.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

العمل على تدريب وتطوير العاملين تبين ان (4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا اوافق بشدة ، و(29) فرداً وبنسبة (58%) اجابوا اوافق ، و(8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا محايد و(7) فرداً وبنسبة (14%) اجابوا لا اوافق و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا اوافق بشدة.

الإهتمام بقدرات العاملين لزيادة كفاءتهم تبين ان (4) فرداً وبنسبة (8%) اجابوا اوافق بشدة ، و(26) فرداً وبنسبة (52%) اجابوا اوافق ، و(14) فرداً وبنسبة (28%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا اوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تحفيز العاملين من أجل الإبتكار تبين ان (5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا اوافق بشدة ، و(24) فرداً وبنسبة (48%) اجابوا اوافق ، و(14) فرداً وبنسبة (28%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا اوافق و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا اوافق بشدة.

إستقطاب العاملين ذوي الكفاءة العالية تبين ان (8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا اوافق بشدة ، و(21) فرداً وبنسبة (42%) اجابوا اوافق ، و(12) فرداً وبنسبة (24%) اجابوا محايد و(8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا لا اوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا اوافق بشدة.

إستبقاء العاملين الذين أثبتو كفاءتهم تبين ان (6) فرداً وبنسبة (12%) اجابوا اوافق بشدة ، و(15) فرداً وبنسبة (30%) اجابوا اوافق ، و(17) فرداً وبنسبة (34%) اجابوا محايد و(10) فرداً وبنسبة (20%) اجابوا لا اوافق و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا اوافق بشدة.

قياس الرضا الوظيفي تبين ان (1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا اوافق بشدة ، و(26) فرداً وبنسبة (52%) اجابوا اوافق ، و(16) فرداً وبنسبة (32%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا اوافق و(2) فرداً وبنسبة (4%) اجابوا لا اوافق بشدة.

بناء القدرات المعرفية لعاملين تبين ان (5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا اوافق بشدة ، و(22) فرداً وبنسبة (44%) اجابوا اوافق ، و(17) فرداً وبنسبة (34%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (10%) اجابوا لا اوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا اوافق بشدة.

التوسع في نوافذ تقديم الخدمة تبين ان (6) فرداً وبنسبة (12%) اجابوا اوافق بشدة ، و(28) فرداً وبنسبة (56%) اجابوا اوافق ، و(7) فرداً وبنسبة (14%) اجابوا محايد و(8) فرداً وبنسبة (16%) اجابوا لا اوافق و(1) فرداً وبنسبة (2%) اجابوا لا اوافق بشدة.

جدول رقم (18) يوضح نتيجة إختبار مربع كأي للدلالة على الفروق لعبارات المحور الرابع

الرقم	العبارة	مربع كاي	درجات الحرية	القيمة المعنوية	الوسيط	درجة القياس
1	العمل على تدريب وتطوير العاملين	47.400	4	0.000	4.00	وافق
2	الإهتمام بقدرات العاملين لزيادة كفاءتهم	41.400	4	0.000	4.00	وافق
3	تحفيز العاملين من أجل الإبتكار	32.600	4	0.000	4.00	وافق
4	إستقطاب العاملين ذوي الكفاءة العالية	21.400	4	0.000	4.00	وافق
5	إستبقاء العاملين الذين أثبتو كفاءتهم	15.400	4	0.000	3.00	محايد
6	قياس الرضا الوظيفي	46.200	4	0.000	4.00	وافق
7	بناء القدرات المعرفية لعاملين	32.400	4	0.000	4.00	وافق
8	التوسع في نوافذ تقديم الخدمة	43.400	4	0.000	4.00	وافق

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

1/العمل على تدريب وتطوير العاملين حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (47.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

2/الإهتمام بقدرات العاملين لزيادة كفاءتهم حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (41.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

3/تحفيز العاملين من أجل الإبتكار حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (32.600) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

4/إستقطاب العاملين ذوي الكفاءة العالية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (21.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

5/إستبقاء العاملين الذين أثبتو كفاءتهم حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (15.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا محايد.

6/قياس الرضا الوظيفي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (46.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

7/بناء القدرات المعرفية لعاملين حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (32.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

8/التوسع في نوافذ تقديم الخدمة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (43.400) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا أوافق.

مناقشة النتائج والتحقق من الفروض :

مناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الأول والذي ينص على : تأثير مشاريع وبرامج المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي والذي يقابله الفرض (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي لشركات الإتصالات)

جدول رقم (19) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الأولى علاقة المسؤولية الإجتماعية والمحور

المالي

الدالة الاحصائية	معامل الارتباط	القيمة المعنوية	درجات الحرية	مربع كاي	الحجم
دالة احصائياً	0.64	0.011	270	297.597	المسؤولية الإجتماعية الأداء المالي

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (19) ان قيمة مربع كاي (297.597) بقيمة معنوية (0.011) وهي اقل من القيمة الاحتمالية (0.05) وان معامل الارتباط بين المتغير هو (0.64) هذا يعني انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي لشركات الاتصالات .

إتضح من بيانات الجدول رقم (10) أن الوسيط وقيمة كاي للإجابة على هذا الحور أظهرت الفقرات (2,3,4,5,6,7,8,9) أنها جاءت بتقدير أوافق ، وأنه وبحسب هذه العبارات نشير إلى أن تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية ساعد على تحقيق هذه الفقرات ، ويعزي ذلك وجود قيمة كاي أكبر من قيمة كاي الجدولية وقيمة الوسيط (4) لصالح الموافقين ، ماعدا في الفقرة (1) فكانت قيمة كاي أصغر من قيمة كاي الجدولية لذلك فإن تبني لم يساهم بشكل كبير في تحقيق الأرباح ، ونجد أن هناك ارتباط بين تبني المسؤولية الإجتماعية والأداء بالشركة لأن المسؤولية الإجتماعية تعتبر أهم مصدر للنجاح والتفوق وهذا يؤكد دور وأثر المسؤولية الإجتماعية في الأداء بشكل إيجابي ، ويرى الباحث أن تبني المسؤولية الإجتماعية يساعد على الصلة الحقيقية بين الممارسات الإجتماعية للشركة والأداء وهذا يعزز الإهتمام المطلوب من قبل الشركات

ويرى الباحث وعلى ضوء النتائج أن للمسؤولية الإجتماعية تأثير إيجابي وأن تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية من قبل الشركة ينعكس بشكل إيجابي على الأداء المالي والأداء العام ، إذ لم يعد مفهوم المسؤولية الإجتماعية يعتبر عبئاً على الشركات ويقلل من أرباحها ولكن على العكس يساهم في تحسين صورتها ومركزها في نظر العملاء مما ينعكس إيجابياً على عائدات أو الشركة مما جعل مفهوم المسؤولية الإجتماعية جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة ، وكما أثبتت البحوث والدراسات السابقة أن الشركات التي تطبق مفهوم المسؤولية الإجتماعية نمت بمعدل أربعة أضعاف

عن تلك التي لم تتبع هذا الإتجاه ، كما أثبتت البحوث كذلك أن هناك علاقة إيجابية قوية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي للشركات إذ أن تبني المسؤولية الإجتماعية إنعكس إيجابياً على الأداء المالي .

ومما تقدم وإعتاماداً على إجابات غالبية أفراد عينه البحث تم التأكد على أن تبني المسؤولية يساعد على إستمرارها بإبعادها المختلفة .

وكذلك بالنظر إلى جدول رقم (12) يتضح في بياناته أن الوسيط وقيمة كأي للإجابة على هذا المحور بينت الفقرات (3,4,5,6,7) الموافقة ، أن هذه النتيجة تشير إلى وجود علاقة بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي ، ويعزز الباحث ذلك أن الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية يمكن أن يساهم بشكل فعال في زيادة الإنتاجية والربحية للشركات .

ومما تقدم وإعتاماداً على إجابات غالبية أفراد عينه البحث يرى الباحث أن الفرضية الأولى التي نصت على:(توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي لشركات الإتصالات) قد تحققت ، وإتفقت نتائج هذا البحث مع بعض نتائج عديدة واختلفت مع بعض نتائج دراسات اخرى ، ومن الدراسات التي إتفقت مع بعض نتائجها منها دراسة (أبويكر محمد الحسن 2004) التي توصلت إلى أن تبني فكرة المسؤولية الإجتماعية من قبل الشركة يحسن من الموقف المالي ، كما إتفقت مع دراسة (الآغا مروان 2007) التي توصلت أن

المسؤولية الإجتماعية التي توصلت الى وجود علاقة بين إلتزام المنظمات بالمسؤولية الإجتماعية والأداء المالي ، وتختلف نتيجة هذ البحث مع دراسة (Abagail2000) التي أظهرت أن المسؤولية الإجتماعية ذات تأثير حيادي على الاداء المالي إذا قيست بشكل حيادي .

مناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الثاني والذي ينص على : إن الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية يؤدي إلى زيادة الرضا لدى العملاء الداخليين والذي يقابله الفرض (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية ورضا عملاء شركات الأتصالات)

جدول (20) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الثانية علاقة المسؤولية الإجتماعية ورضا العملاء

الدلالة	معامل	القيمة	درجات	مربع كاي	الحجم
الاحصائية	الارتباط	المعنوية	الحرية		
دالة	0.74	0.000	255	282.986	المسؤولية الإجتماعية
احصائياً					رضا عملاء

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (20) أن قيمة مربع كاي (282.986) بقيمة معنوية (0.000) وهي اقل من القيمة الاحتمالية (0.05) وان معامل الارتباط بين المتغير هو (0.74) هذا يعني انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية ورضا عملاء شركات الأتصالات .

وكذلك بالنظر إلى جدول رقم (14) يتضح في بياناته أن الوسيط وقيمة كأي للإجابة على هذا المحور بينت الفقرات (1،2،3،4،5،6،7،8) الموافقة ، أن هذه النتيجة تشير إلى وجود علاقة بين المسؤولية الإجتماعية ورضا العملاء ، ويعزي الباحث ذلك أن الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية يمكن أن يدعم أنشطة ومبادرات العملاء الإجتماعية مما يمكن الشركة من الإهتمام بمتابعة طلبات العملاء وإقتراحاتهم .

ومما تقدم وإِعتماداً على إجابات غالبية أفراد عينه البحث يرى الباحث أن الفرضية الثانية التي نصت على: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بين المسؤولية الإجتماعية ورضا عملاء شركات الإتصالات) قد تحققت ، وإنتفتت نتائج هذا البحث مع بعض نتائج عديدة واختلفت مع بعض نتائج دراسات اخرى ، ومن الدراسات التي إنتفتت مع بعض نتائجها منها دراسة(علياء العميري 2016) التي توصلت إلى أن هناك اتجاه إيجابي لممارسة المسؤولية الإجتماعية ورضا العملاء ، وإنتفتت أيضاً مع دراسه (أبو بكر محمد الحسن 2014) التي توصلت إلى أن تبني فكرة المسؤولية الإجتماعية من قبل الشركة يحسن من أدائها وصورتها في المجتمع وبالتالي جذب مزيد من العملاء، وكذلك دراسة (Shaista 2014) التي توصلت إلى أن إهتمام المؤسسة بالمسؤولية الإجتماعية يؤدي إلى بناء سمعة جيدة في الأسواق مما يؤدي إلى جذب المزيد من العملاء والمستهلكين مما يحسن من أداء المنظمة .

مناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الثالث والذي ينص على: تعمل المسؤولية الإجتماعية على رفع كفاءة العمليات الداخلية والذي يقابله الفرض (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية لشركات الإتصالات)

جدول (21) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الأولى علاقة المسؤولية الإجتماعية والعمليات الداخلية

الدالة	معامل	القيمة	درجات	مربع كاي	الحجم
الاحصائية	الارتباط	المعنوية	الحرية		
دالة	0.39	0.016	270	293.024	المسؤولية الإجتماعية
احصائياً					كفاءة العمليات الداخلية

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (21) ان قيمة مربع كاي (293.024) بقيمة معنوية (0.016) وهي اقل من القيمة الاحتمالية (0.05) وان معامل الارتباط بين المتغير هو (0.39) هذا يعني انه توجد علاقة طردية قوية بين المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية لشركات الإتصالات .

إتضح من بيانات الجدول رقم (16) أن للمسؤولية الإجتماعية تأثير كبير على كفاءة العمليات الداخلية حيث يتضح في بياناته أن الوسيط وقيمة كأي للإجابة على هذا المحور بينت الفقرات(1,2,3,4,6,7,8,9) الموافقة ، وأنه وبحسب هذه العبارات نشير إلى أن تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية ساعد على تحقيق هذه الفقرات ، ويعزي ذلك وجود قيمة كاي أكبر من قيمة كاي الجدولية وقيمة الوسيط (4) لصالح الموافقين ، ماعدا في الفقرة (5) فكانت قيمة كاي أصغر من قيمة كاي الجدولية لذلك لابد لمجموعة سوداتل من الإهتمام بعملية السماح للموظفين بالمشاركة في عمليات صنع القرار ، ونجد أن هناك ارتباط بين تبني المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية بالشركة ، ونجد أن تبني المسؤولية الإجتماعية يساعد على الإهتمام بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل بعدالة وهذا يعزز الإهتمام المطلوب من قبل الشركات

ويرى الباحث أنه وعلى ضوء النتائج أن للمسؤولية الإجتماعية تأثير إيجابي وأن تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية من قبل الشركة ينعكس على كفاءة عملياتها الداخلية ،

ومما تقدم وإعتماًداً على إجابات غالبية أفراد عينه البحث يرى الباحث أن الفرضية الثالثة التي نصت على:(توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بين المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية شركات الإتصالات) قد تحققت ، وإتفقت نتائج هذا البحث مع بعض نتائج دراسات أخرى ، ومن الدراسات التي إتفقت مع بعض نتائجها منها دراسة(أحمد سامي عدلي 2010) التي توصلت إلى أن إنتشار مفهوم المسؤولية الإجتماعية جعل من المشاركة الإجتماعية جزءا من

خطط التسويق والدعاية للبنك ، وأدى ذلك لوجود منافسة في القطاع المصرفي في مجال المسؤولية الإجتماعية مما ساعد في كفاءة العمليات الداخلية .

مناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الرابع والذي ينص على :تساهم المسؤولية الإجتماعية في دعم عمليتي التعلم والنمو والذي يقابله الفرض (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وعملياتي التعلم والنمو في شركات الإتصالات)

جدول (22) يوضح نتيجة إختبار الفرضية الأولى علاقة المسؤولية الإجتماعية ومحور التعلم

والنمو

الدالة الاحصائية	معامل الارتباط	القيمة المعنوية	درجات الحرية	مربع كاي	الحجم
غير دالة احصائياً	0.14	0.53	285	282.208	المسؤولية الإجتماعية
					عملياتي التعلم والنمو

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (22) ان قيمة مربع كاي (282.208) بقيمة معنوية (0.53) وهي اكبر من القيمة الاحتمالية (0.05) وان معامل الارتباط بين المتغير هو (0.14) هذا يعني انه توجد علاقة طردية ضعيفة بين المسؤولية الإجتماعية وعملياتي التعلم والنمو في شركات الإتصالات .

إتضح من بيانات الجدول رقم (18) أن للمسؤولية الإجتماعية تأثير ضعيف على عمليتي التعلم والنمو لمجموعة سوداتل حيث يتضح في بياناته أن الوسيط وقيمة كأي للإجابة على هذا المحور بينت الفقرات(1،2،3،4،6،7،8) الموافقة ، ماعدا في إستبقاء العاملين الذين اثبتو كفاءتهم فكانت عينة المبحوثين ليس لها رأي واضح في ذلك حيث كانت قيمة الوسيط (3) ، وأنه وبحسب هذه العبارات نشير إلى أن تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية ساهم بشكل ضعيف على عمليتي

التعلم والنمو ، ويعزي ذلك وجود قيمة كاي أصغر من قيمة كاي الجدولية وقيمة الوسيط (4) لصالح الموافقين ، ماعدا في الفقرة (5) فكانت قيمة كاي أصغر من قيمة كاي الجدولية ، وبالرجوع للجدول (5) نلاحظ أن (38.0%) من أفراد العينة عدد سنواتهم اقل من 5 سنوات لذلك لابد لمجموعة سوداثل من إستبقاء العاملين الذين اثبتو كفاءتهم .

ومما تقدم وإعتامادا على إجابات غالبية أفراد عينه البحث يرى الباحث أن الفرضية الرابعة التي نصت على:(توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بين المسؤولية الإجتماعية كفاءة العمليات الداخلية شركات الإتصالات) لم تتحقق ، وإتفقت نتائج هذا البحث مع بعض نتائج دراسات اخرى ، ومن الدراسات التي إتفقت مع بعض نتائجها منها دراسة (Shaista 2014) التي توصلت إلى أن المسؤولية الإجتماعية تؤثر في نمو الشركة بشكل بسيط ، وإختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج بعض الدراسات منها دراسة (Emily 2014) التي توصلت إلى أن الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية يجعل المنظمة مسؤولة لمنطقة عملياتها وبالتالي زيادة الإحتفاظ بالعملاء مما يؤثر في نمو المنظمة .

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات والمقترحات

أولا :النتائج :

أهم النتائج التي توصل إليها البحث:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي لشركات الإتصالات.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية ورضا عملاء شركات الإتصالات.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية لشركات الإتصالات.
- 4- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وعملياتي التعلم والنمو في شركات الإتصالات.

ثانيا :التوصيات

بناء على النتائج التي توصل إليها الباحث نوصي بالاتي :

- 1- الإهتمام بعملية قياس الرضا الوظيفي مما يوفر للإدارة تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف مما يقود من تحسين الأداء.
- 2- ضرورة الإهتمام بتبني بطاقة الأداء المتوازن لأهميتها في تحسين الأداء وقدرتها على تحقيق الأهداف بشكل إيجابي .
- 3- يجب حث مسؤول التدريب بأهمية دورهم الفعال في عملية التدريب ورفع كفاءة العاملين داخل مجموعة سوداتل . .
- 4- العمل على تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية بأبعادها الإجتماعية الأساسية لدى كافة الشركات العامة والخاصة بشكل خاص .
- 5- تحفيز الشركات التي تقوم بدورها الإجتماعي لخلق منافسة بين الشركات .
- 6- توعية الإدارة العليا في الشركات بأهمية عملياتي التعلم والنمو .

7- بناء ثقافة تعليمية تقوم على أساس ومبادئ المسؤولية الإجتماعية .

ثالثا :مقترحات لدراسات مستقبلية :

- 1- أسباب فشل المؤسسات في تبني المسؤولية الإجتماعية .
- 2- دور المسؤولية الإجتماعية في نمو الشركات .
- 3- دور أبعاد المسؤولية الإجتماعية في بطاقة الأداء التوازن .

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

اولاً: المصادر

1) القرآن الكريم .

2) دليل سودائل .

ثانياً : المراجع العربية

1. أبو النصر مدحت محمد (2015) المسؤولية الإجتماعية والمنظمات، المجموعة العربية للنشر ، الطبعة الأولى ، القاهرة .
2. إبراهيم ميسر (2014) المسؤولية الإجتماعية والالتزام بالجودة ، دار العربية لتنمية الإدارية، الاسكندرية.
3. الحوراني هاني (2009) ، المسؤولية الإجتماعية دراسة إستطلاعية ، سندباد للنشر والتوزيع ، عمان .
4. بلال خلف السكارنة (2009)، أخلاقيات العمل ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية ، عمان.
5. بلال خلف السكارنة (2015) ، الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي ، دار المسيرة للنشر، الطبعة الاولى ، عمان .
6. وائل محمد صبحي وآخرون (2009) ، الإدارة الاستراتيجية، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، القاهرة.
7. وائل محمد صبحي إدريس(2007) ، الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل ، ، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، عمان .
8. طاهر محسن منصور الغالبي وآخرون(2009)، أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن ، دار وائل للنشر ، عمان .
9. محمد إبراهيم (2005) ، الاتجاهات المعاصرة في المنظومة الإدارية، دار عين شمس للنشر ،الاسكندرية.

10. محمد الصيرفي (2006) ، بحوث إدارية محكمة 2 ، دار الوفاء للطباعة ، الطبعة الأولى ، الإسكندرية .
11. محمد الصيرفي (2007)، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، ، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية .
12. محمد هاني (2015) ، إدارة وتنظيم وتطوير الأعمال ، دار المعترف للنشر ، الطبعة الأولى ، عمان .
13. محمد محمود يوسف(2005) ، البعد الإستراتيجي لتقييم الأداء المتوازن ، المنظمة العربية للتوزيع ، القاهرة .
14. محمد توفيق عبد المحسن(1999)، تقييم الأداء مدخل جديد لعالم جديد ، دار النهضة العربية ، القاهرة.
15. سيد أحمد عثمان(2000)، المسؤولية الاجتماعية في الإسلام ، مكتبة الأنجلو ، القاهرة .
16. سلوى على صالح (2001) ، الإدارة بالأداء كمدخل لتقييم العاملين ، دار النهضة للنشر ، القاهرة .
17. عاصم الأعرابي (1999) ، دراسات معاصرة في التطور الإداري ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، القاهرة .
18. عبدالمتعال محمد سيد وآخرون (2007)، الإدارة الإستراتيجية: الجزء الأول ، دار المريخ للنشر، القاهرة .
19. عبد الرحمن توفيق (2008) ، 6 سيجما ومصفوفة الأداء المتوازن ، دار الخبرات المهنية للنشر ، القاهرة .
20. علاء طالب فرحان وآخرون(2010) ، فلسفة التسويق الأخضر، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان.
21. على عبد الله الحاكم (2010)، الإدارة الإستراتيجية للأعمال الإنتاجية والخدمية ، مطابع العملة ، الطبعة الثانية ، الخرطوم .
22. صالح مهدي محسن العامري (2005)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، عمان .

23. صبحي محمد العتيبي (2002)، تطور الفكر والأنشطة الإدارية، دار ألحان للنشر، عمان .
ثانيا : الدراسات العلمية :
24. أبوبكر محمد الحسن (2014) بعنوان(دور المسؤولية الإجتماعية في تحسين الأداء) ، رسالة ماجستير ، منشورة ، جامعة محمد خضيرة ، الجزائر .
25. أبو عجيلة رمضان عثمان (2012) مدى إمكانية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن لتقييم الأداء في البنوك (، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإقتصاد .
26. أحمد سامي عدلي (2010) بعنوان(المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية مجالاتها وتأثيراتها) ، رسالة ماجستير ، منشورة ، جامعة أسيوط ، كلية التجارة ، مصر .
27. الأغا مروان سليم(2007) بعنوان(العلاقة بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والتوجه بالتسويق والأداء في المؤسسات الصناعية بغزة) ، رسالة دكتوراة ، منشورة ، جامعة أسيوط ، كلية التجارة ، مصر .
28. هالة اسماعيل محمود (2015) بعنوان(المسؤولية الإجتماعية وأثرها على أهداف مجموعة دال) رسالة ماجستير ، منشورة ، جامعة الزعيم الأزهري .
29. زايري بلقاسم(2013) بعنوان(الحاجة إلى تصميم لوحة قيادة من أجل دمج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال و قياس الأداء تجاهها) ، رسالة دكتوراة ، منشورة ، جامعة وهران ، الجزائر .
30. ميسون محمد عبد القادر(2009) ، بعنوان (التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الإجتماعية وبعض المتغيرات) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، الجامعة الإسلامية بغزة ، فلسطين .
31. علياء العميري (2016) بعنوان (أثر المسؤولية الإجتماعية على رضا العملاء) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
32. عريوة محاد(2011)، دور الأداء المتوازن في قياس وتقييم الأداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر .

33. فؤاد محمد حسين الحمدي (2003) بعنوان (الأبعاد التسويقية للمسؤولية الإجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة المستنصرية ، كلية الإقتصاد ، اليمن .

34. فؤاد محمد عيسى (2012) بعنوان (المسؤولية الإجتماعية للقطاع الخاص في مصر) ، رسالة دكتوراة ، غير منشورة ، جامعة الإسكندرية ، مصر .

35. صالح بلاسكة (2012) ، قابلية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن كأداة لتقييم الإستراتيجية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية ، ماجستير ، جامعة فرحات عباس - سطيف ، كلية علوم التسيير ، الجزائر .

36. ضيافي نوال (2010) ، بعنوان (المسؤولية الإجتماعية والموارد البشرية) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة أبوبكر بلغاد ، كلية الإقتصاد .

37. غادة عمر أرشيد(2001) بعنوان(المسؤولية الإجتماعية واثرها على الاداء) ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة اليرموك ، العراق .

ثالثا :الدوريات والمجلات والأوراق العلمية :

38. ياسر علي الناصري ، منهجية تطبيق بطاقة قياس الاداء المتوازن في المؤسسات السعودية بحث مقدم للمؤتمر العربي الثاني في الإدارة : القيادة الإستراتيجية في مواجهة التحديات المعاصرة للإدارة العربية ، بعنوان ، 6-8 نوفمبر 2001 ، القاهرة .

39. جون سوليفان واخرون ، مواطنة الشركات المفهوم والتطبيق ، مجلة الإصلاح الإقتصادي ، مركز المشروعات الدولية الخاصة ، العدد 24 ، مارس 2013 .

رابعا :المراجع الإنكليزية :

40. Shaista Siddiq, Sara Javed , MS (Finance), student.APCOMS, University of Engineering and Technology Taxila, Pakistan , 2014.

41. Paul Ayobami Akanbi, Onyema Eugene Ofoegbu Ajayi , Nigeria Crowther University, Oyo, Nigeria Journal of US-China Public Administration, ISSN 1548-6591 . April 2012,

42.Emily.Mokeira Okwemba, Kenyatta University of Agriculture and Technology Kakamega campu International Journal of Business and Management Invention ISSN Issue 4 April 2014 .

43.The Berlin International Economics Congress 2012, March 7th–10th, 2012 Presented by Dd. Dipl.–Vw. Malte Kaufmann, The Bucharest Academy of Economic Studies

44.Ceranesh onsarmon enam , Kenyatta University of Agriculture , 2007.
55.

45. S. Robert Kaplan and David Norton , using BSC as strategic , Manany system . Harvard Business Review , Jan. 1996 .

46. Abagail, M. and Siegel ”, Strategic Management Journal, Vol.12, No 5,2000.

خامسا :مواقع الإنترنت :

47 . www.sudani.sd , 20/7/2016 , 11:19PM

الملاحق

الملاحق

ملحق رقم (1)

قائمة المحكمين

الاسم	الجهة	الدرجة الوظيفية
بروفيسور/علي عبدالله الحاكم	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	بروفيسور
دكتور/أحمد موسى	جامعة السودان المفتوحة	أستاذ. مشارك
دكتور/نور الدين محمد عثمان	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	أستاذ. مشارك
دكتور/ الطاهر محمد احمد	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	أستاذ. مشارك
دكتور / مصطفى الحكيم	جامعة الزعيم الأزهري	أستاذ. مشارك

ملحق رقم (2)

الإستبانه بصورتها الأولى

السيد الدكتور :.....

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

وبعد

تشكل هذه الإستبانه جزء من دراسة يقوم بها الباحث للحصول على درجة الماجستير في إدارة الجودة والإمتياز بعنوان (دور المسؤولية الاجتماعية في أداء شركات الاتصالات باستخدام ابعاد بطاقة الأداء المتوازن) لأغراض هذه الدراسة قام الباحث بتصميم الإستبانه ، وبإعتباركم أحد المظفين في هذد المؤسسة نرجو منكم التكرم بالإجابة بدقة على فقرات الأستبيان المرفق بوضع علامة (√) أمام الإجابة المناسبة ، ونؤكد أن المعلومات التي ستقدموها ستحاط بالسرية التامة ولن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي

نشكر لكم حسن تعاونكم ...

الباحث / مصعب محمد حسين موسى

ماجستير إدارة الجودة والإمتياز

البيانات الشخصية

النوع : ذكر أنثى

المؤهل الأكاديمي : دبلوم بكالوريوس

ماجستير دكتوراة أخرى

سنوات الخبرة : اقل من 5 سنوات 5-10 سنوات

5 سنوات فأكثر

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى :

1. بيان تأثير المسؤولية الإجتماعية على الأداء لشركات الإتصالات .
2. إظهار دور المسؤولية الإجتماعية في زيادة رضا عملاء شركات الإتصالات .
3. الكشف عن مدى أهمية المسؤولية الإجتماعية في زيادة كفاءة العمليات الداخلية .
4. إبراز مدى إسهام المسؤولية الإجتماعية في عمليتي التعلم والنمو بشركة سوداتل .

فروض البحث :

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية والأداء المالي لشركات الإتصال .
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية ورضا العملاء لشركات الإتصال.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وكفاءة العمليات الداخلية لشركات الإتصال .
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وعمليتي التعلم والنمو في شركات الإتصال .

درجة التطبيق					العبرة
لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة	
					تبنى سوداتل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ساعد على : 1-تحقيق أكبر الأرباح .
					2- رسم صورة محترمة لها في المجتمع
					3-الإلتزام بتوفير حقوق العاملين في خدمات الإجتماعية المختلفة.
					4-إحترام عادات وتقاليد المجتمع الذي تعمل فيه
					5-زيادة فرص البقاء والإستمرارية أمام منافسيها .
					6-الإلتزام بالقوانين لتوفير العناية بالعاملين في مختلف النواحي .
					7-خلق صورة ذهنية جيدة.
					8-الإلتزام بممارسة مسؤولياتها تجاه المجتمع لحل مشاكله .
					9-جعلها جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة .
					10-كسب ولاء العملاء .

درجة التطبيق					العبارة
لاوافق بشدة	لاوافق	محايد	وافق	وافق بشدة	<p>محاور بطاقة الأداء المتوازن :</p> <p>1-المحور المالي :</p> <p>تؤثر مشاريع وبرامج المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي من خلال:</p>
					1-العوائد المالية المتوقعة أكبر من الإنفاق على المشاريع .
					2-تحقيق انجازات مالية أكثر من السابق .
					3-زيادة المبيعات في الحصة السوقية .
					4-توفير جزءاً من الأرباح لدعم منتجات الشركة
					5. إستغلال الموارد المالية المتاحة .
					6-تخصيص جزءاً من أرباحها لدعم المؤسسات الخيرية والإجتماعية .
					7-المساهمة تكاليف التشغيل زيادة أو نقصان .
					8-تقديم عروض بأسعار مخفضة لخدمات التواصل الإجتماعي .
					9.- زيادة العائد المادي .

درجة التطبيق					العبارة
لاوافق بشدة	لاوافق	محايد	وافق	وافق بشدة	2-محور رضا العملاء : الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية يؤدي إلى زيادة الرضا لدى العملاء من خلال:
					1 . جذب العملاء .
					2- دعم أنشطة ومبادرات العملاء الإجتماعية
					3-الإهتمام بالعملاء الجدد.
					4-تقديم المنتجات بأسعار وجودة مناسبة للعملاء .
					5- الإستجابة لشكاوي العملاء
					6-الإهتمام بالرعاية الصحية الإجتماعية .
					7-إشراكهم في مشاريع المجموعة بالعمل والرأي .
					8-الإهتمام بمتابعة طلبات العملاء وإقتراحاتهم .
					9- الإهتمام بفرص الترقية

درجة التطبيق					العبارة
لاوافق بشدة	لاوافق	محايد	وافق	وافق بشدة	<p>3-محور العمليات الداخلية :</p> <p>تعمل المسؤولية الإجتماعية على رفع كفاءة العمليات الداخلية من خلال :</p>
					1-إستخدام أساليب نقاط القوة لتحسين جودة العمليات .
					2-التنسيق الفعال مع الجهات ذات العلاقة .
					3-الإهتمام بإستخدام التكنولوجيا في العمليات الإنتاجية .
					4-الإهتمام بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل بعدالة .
					5-إعتماد سياسة إدارية تسمح للموظفين بالمشاركة في عمليات صنع القرار .
					6-توفير ظروف عمل مميزة وأدوات عمل مريحة .
					7-الإهتمام بالبحوث العلمية .
					8-الإهتمام بعملية بعملية الإبتكار لإشباع حاجات العملاء .
					9-العمل على تكريم وتحفيز الموظفين المتفوقين والمبدعين في العمل

درجة التطبيق	العبارة
--------------	---------

لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة	4-محور التعلم والنمو : تساهم مجموعة سوداتل المسؤولية الإجتماعية في دعم عمليتي التعلم والنمو من خلال :
					1-العمل على تدريب وتطوير العاملين .
					2-الإهتمام بقدرات العاملين لزيادة كفاءتهم .
					3-تحفيز العاملين من أجل الإبتكار .
					4- إستقطاب العاملين ذوي الكفاءة العالية .
					5-إستبقاء العاملين الذين أثبتو كفاءتهم.
					6-قياس الرضا الوظيفي .
					7- بناء القدرات المعرفية لعاملين .

ملحق (3)

الإستبانة بصورتها النهائية

السيد /

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

وبعد

تشكل هذه الإستبانة جزء من دراسة يقوم بها الباحث للحصول على درجة الماجستير في إدارة الجودة والإمتياز بعنوان (دور المسؤولية الاجتماعية في أداء شركات الاتصالات باستخدام ابعاد بطاقة الأداء المتوازن) دراسة حالة مجموعة سواتل للاتصالات المحدودة , ولأغراض هذه الدراسة قام الباحث بتصميم الإستبانة ، وبإعتباركم أحد الموظفين في هذه المؤسسة نرجو منكم التكرم بالإجابة بدقة على فقرات الأستبيان المرفق بوضع علامة (√) أمام الإجابة المناسبة ، ونؤكد أن المعلومات التي ستقدموها ستحاط بالسرية التامة ولن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي

نشكر لكم حسن تعاونكم ...

الباحث / مصعب محمد حسين موسى

ماجستير إدارة الجودة والإمتياز

اولا : البيانات الشخصية :

النوع : ذكر أنثى

المؤهل الأكاديمي : دبلوم بكالوريوس

ماجستير دكتورة أخرى

سنوات الخبرة : اقل من 5 سنوات 5-10 سنوات

5سنوات فأكثر

المحور الأول : تبني سوداتل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

درجة التطبيق					العبرة
لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة	تبني سوداتل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ساعد على :
					1- تحقيق أكبر الأرباح .
					2- الإلتزام بتوفير حقوق العاملين في خدمات الإجتماعية المختلفة.
					3- إحترام عادات وتقاليد المجتمع الذي تعمل فيه
					4- زيادة فرص البقاء والإستمرارية أمام منافسيها .
					5- الإلتزام بالقوانين لتوفير العناية بالعاملين في مختلف النواحي .
					6- خلق صورة ذهنية جيدة لسوداتل .
					7- الإلتزام بممارسة مسؤولياتها تجاه المجتمع لحل مشاكله.
					8- جعلها جزءاً لا يتجزأ من سياستها العامة .
					9- كسب ولاء العملاء .

المحور الثاني :أبعاد بطاقة الأداء المتوازن

درجة التطبيق					العبرة
لا وافق بشدة	لا وافق	محايد	وافق	وافق بشدة	
					1-المحور المالي : تؤثر مشاريع وبرامج المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي من خلال:
					1-العوائد المالية المتوقعة أكبر من الإنفاق على المشاريع .
					2-تحقيق انجازات مالية بصورة مستمرة أكثر من السابق.
					3-زيادة الحصة السوقية .
					4. إستغلال الموارد المالية المتاحة .
					5-تخصيص جزءاً من الأرباح لدعم المؤسسات الخيرية والإجتماعية .
					6-زيادة المساهمة في تكاليف التشغيل .
					7- تقديم العروض بأسعار مخفضة لخدمات التواصل الاجتماعي .
					8.- زيادة العائد المادي .

درجة التطبيق					العبرة
لا وافق بشدة	لا وافق	محايد	وافق	وافق بشدة	
					2-محور رضا العملاء : الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية يؤدي إلى زيادة الرضا لدى العملاء الداخليين من خلال:
					1 . مقابلة إحتياجات العملاء والإستجابة لها .
					2.- دعم أنشطة ومبادرات العملاء الإجتماعية

					3-الإهتمام بالعملاء الجدد.
					4-تقديم الخدمة بأسعار وجودة مناسبة للعملاء .
					5- الإستجابة لشكاوي العملاء
					6-الإهتمام بالرعاية الصحية الإجتماعية .
					7-إشراكهم في المشاريع بالعمل والرأي .
					8-الإهتمام بمتابعة طلبات العملاء وإقتراحاتهم .

درجة التطبيق					العبرة
لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة	
					3-محور العمليات الداخلية : تعمل المسؤولية الإجتماعية على رفع كفاءة العمليات الداخلية من خلال :
					1- إستخدام أساليب نقاط القوة لتحسين جودة العمليات .
					2- التنسيق الفعال مع الجهات ذات العلاقة .
					3- الإهتمام بإستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة.
					4- الإهتمام بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل بعدالة .
					5- إعتداد سياسة إدارية تسمح للموظفين بالمشاركة في عمليات صنع القرار .
					6- توفير ظروف عمل مميزة وأدوات عمل مريحة .
					7- الإهتمام بالبحوث العلمية .
					8- الإهتمام بعملية الإبتكار لإشباع حاجات العملاء.
					9- العمل على تكريم وتحفيز الموظفين المتفوقين والمبدعين في العمل .

درجة التطبيق					العبارة
لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة	
					4-محور التعلم والنمو : تساهم المسؤولية الاجتماعية لسوداتل في دعم عمليتي التعلم والنمو من خلال :
					1- العمل على تدريب وتطوير العاملين .
					2- الإهتمام بقدرات العاملين لزيادة كفاءتهم .
					3- تحفيز العاملين من أجل الإبتكار .
					4- إستقطاب العاملين ذوي الكفاءة العالية .
					5- إستبقاء العاملين الذين أثبتو كفاءتهم.
					6- قياس الرضا الوظيفي .
					7- بناء القدرات المعرفية لعاملين .
					8- التوسع في نوافذ تقديم الخدمة .

الملحق (4)

عينة البحث لمجموعة سوداتل للإتصالات

موظف	رئيس الفريق	مدير	مدير أول	
12	9	5		إدارة التسويق
6	3	3		إدارة علاقات المشغلين
6	3	2	1	إدارة المسؤولية المجتمعية
50				المجموع