

الآية

قال تعالى:

(فَتَبَسَّمْ ضَاحِكًا مِّنْ قَوْلِهَا وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ
وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ)
صدق الله العظيم

سورة النمل

الاية (19)

إهداء

الى كل من اضاء بعلمه عقلى وكل من علمني حرفاً

.....

الى روح والدي احتراماً وإجلالاً

.....

الى والدي طاعة واحساناً

.....

الى اسرتي الصغيرة حبا ومودة

.....

الى اخوتي حبا واحتراماً

.....

والى اصدقائي وزملائي واحبتي تحية وتقديراً

.....

اليهم جميعاً اهدي هذا الجهد المتواضع

.....

الشكر والعرفان

الشكر والحمد لله تعالى كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، اتقدم بخالص
الشكر وخالص التقدير الى اساتذة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بصفة عامة
وكلية الدراسات التجارية بصفة خاصة، واتوجه بعميق شكري وتقديري الى
مشرفي الدكتور صديق بلل إبراهيم بلل الذي لم يبخل بجهده وعلمه ونصائحه
فجزاه الله عني كل خير وحسن الجزاء.

كما أخص بالشكر وأصدق عبارات الإمتنان القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس
البريئة الى رياحين حياتي أبنائي الذين تحملوا عنائي، كما لا يفوتني أن اتقدم
بالشكر لزملائي في الدفعة التاسعة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال.

الباحثة:

رباب حسن محمد

مستخلص

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات من العناصر الرئيسية في تكوين سمعة الشركات بعد ان كانت الربحية هي الهدف الأساسي للشركات، وأجريت هذه الدراسة لاختبار الدور الوسيط للتوجه بالعملاء في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأداء العاملين وذلك بهدف قياس مستوى إدراك عملاء شركات الصناعات الغذائية السودانية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وقياس درجة تأثير المسؤولية الاجتماعية على التوجه بعملاء شركات الصناعات الغذائية. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، استهدفت الدراسة عينة من طلاب الدراسات العليا وطلاب المستوى الرابع بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وكانت الاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات من عينة غير احتمالية وزعت (200) استمارة بنسبة استرداد 92.5% وتمت معالجة البيانات إحصائياً عن طريق (spss) وظهرت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية تؤثر إيجابياً على التوجه بالعملاء كما تؤثر إيجابياً على أداء العاملين، وأن التوجه بالعملاء يتوسط العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأداء العاملين، وتوصلت الدراسة الى عدة توصيات منها: ضرورة تبني الشركات لفلسفة المسؤولية الاجتماعية ضمن خططها التسويقية والعمل على بناء ثقافة مجتمعية ومؤسسية لتعزيز المعرفة بالمسؤولية الاجتماعية، والقيام بدراسات متعمقة ومتخصصة لتأكيد أهمية تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية.

العبارات الدالة: التوجه بالعملاء، المسؤولية الاجتماعية، أداء العاملين.

Abstract

Corporate social responsibility appear to play integral part in the formation of Firms reputation after profitability it was the main objective of the firms, study conducted to examine the role of mediating customers orientation in the relationship between social responsibility and the employees performance , to measure the awareness level of clients of Sudanese food industry firms to the concept of social responsibility and measure the impact of social responsibility on the customers orientation of food industry firms. The researcher used the descriptive and analytical approach, the study targeted sample of graduate students and fourth grade students from the Faculty of Business Studies, using the questionnaire as primary data collection tool, and distributed(200) questionnaire by recovery(92.5) the collected data has been analyzed statistically by (spss). The results showed that social responsibility positively impact on the customers orientation as will as on the employees performance, customers orientation mediates the relationship between social responsibility and the employees performance, study recommended a set of recommendations, including: firms must adopt the philosophy of corporate social responsibility within the marketing plans and work to build corporate and community culture to enhance the understanding of social responsibility, conduct specialized studies to confirm the importance of adopt a philosophy of social responsibility.

Keywords: customer's orientation, social responsibility, employees' performance.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	البيان	م
أ	الاستهلال	
ب	الإهداء	
ج	الشكر والعرفان	
د	مستخلص البحث (عربي)	
هـ	Abstract (English) مستخلص البحث	
و	قائمة المحتويات	
ط	قائمة الجداول	
ي	قائمة الأشكال	
الفصل الأول		
الإطار العام للدراسة		
1	مقدمة	1
2	مشكلة الدراسة	1-1
3	تساؤلات الدراسة	2-1
4	أهداف الدراسة	3-1
4	أهمية الدراسة	4-1
4	الأهمية النظرية	1-4-1
5	الأهمية التطبيقية	2-4-1
5	التعريفات الإجرائيات لمتغيرات الدراسة	5-1
5	المسئولية الإجتماعية	1-5-1
5	المسئولية القانونية	2-5-1
5	المسئولية الأخلاقية	3-5-1
6	المسئولية الخيرية	4-5-1
6	المسئولية تجاه البيئة	5-5-1
6	التوجه بالعملاء	6-5-1
6	الأداء الوظيفي	7-5-1
6	تنظيم البحث	6-1

الفصل الثاني
الإطار النظري

8	المبحث الأول: المفاهيم	1-2
8	مقدمة	1-1-2
8	مفهوم المسؤولية الاجتماعية	2-1-2
11	البعد التاريخي لنشوء المسؤولية الاجتماعية	3-1-2
14	أهمية المسؤولية الاجتماعية	4-1-2
15	أنماط المسؤولية	5-1-2
17	العوامل التي تؤدي الى اختلاف انماط تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمنظمات	6-1-2
18	أبعاد المسؤولية الاجتماعية	7-1-2
30	اهم النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية للشركات	8-1-2
32	التوجه بالعملاء	2-1-2
32	مفهوم التوجه بالعملاء	1-2-1-2
32	تعريف التوجه بالعملاء	2-2-1-2
36	أبعاد التوجه بالعملاء	3-2-1-2
37	أداء العاملين	3-1-2
37	عناصر الاداء	1-3-1-2
38	محددات الأداء	2-3-1-2
39	تقييم الأداء الوظيفي	3-3-1-2
39	أهداف تقييم أداء العاملين	4-3-1-2
40	أوقات تقييم أداء العاملين	5-3-1-2
40	معايير تقييم أداء العاملين	6-3-1-2
41	المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات	7-3-1-2
42	الحفاظ على البيئة	8-3-1-2
44	المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية وأثرها على التوجه بالعملاء	2-2
44	العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتوجه بالعملاء	1-2-2
48	الخلاصة	2-2-2

الفصل الثالث

منهجية واجراءات الدراسة

49	نظرية ونموذج الدراسة	1-3
49	نظرية الدراسة	1-1-3
51	نموذج الدراسة	2-3
52	فرضيات الدراسة	3-3
53	طبيعة الدراسة	4-3
54	مجتمع وعينة الدراسة	5-3
54	أدوات الدراسة ومصادر جمع البيانات	6-3
55	قياس متغيرات الدراسة	7-3
58	الإختبار المبدئي لأداة جمع البيانات	8-3
59	توصيل أداة جمع البيانات	9-3

الفصل الرابع

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

60	نسبة الإستجابة	1-4
62	التحليل العاملي	2-4
64	الإعتمادية	3-4
65	المتوسطات والإنحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	4-4
67	إختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأداء العاملين	5-4

الفصل الخامس

ملخص ومناقشة النتائج

73	إستعراض نتائج الدراسة	1-5
75	مناقشة النتائج	2-5
78	تأثيرات الدراسة	3-5
79	التوصيات	4-5
79	محددات الدراسة	5-5
80	مقترحات لبحوث مستقبلية	6-5
81	الخاتمة	7-5
82	المصادر والمرجع	
84	الملحقات	

فهرس الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
19	الأبعاد الأساسية لمحتوى المسؤولية الإجتماعية تجاه مختلف أطراف المستفيدين	1-2
29	مجالات المسؤولية البيئية	2-2
55	العبارات المتعلقة بقياس بعد المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع	1-3
56	العبارات المتعلقة بقياس بعد المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع	2-3
56	العبارات المتعلقة بقياس بعد المسؤولية تجاه البيئة	3-3
57	العبارات المتعلقة بقياس بعد التوجه بالعملاء	4-3
57	بعد الأداء الوظيفي	5-3
58	المتغيرات وعدد فقرات الإستبانة التي تم من خلالها قياس متغيرات الدراسة	6-3
60	نسبة الإستجابة	1-4
62	التحليل العاملي لمكونات المسؤولية الإجتماعية (المستقل)	2-4
63	التحليل العاملي لمكونات التوجه بالعملاء (الوسيط)	3-4
64	التحليل العاملي لمكونات أداء العاملين (التابع)	4-4
65	المتوسطات والإنحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	5-4
67	الإرتباطات بين المتغيرات	6-4
68	إختبار العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية والأداء الوظيفي	7-4
68	إختبار الفرضية الاولى (1)	7-4
69	إختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء الوظيفي	8-4
69	إختبار الفرضية الاولى (1)	8-4
69	إختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء الوظيفي	9-4
69	إختبار الفرضية الاولى (1)	9-4
70	إختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وأداء العاملين	10-4
71	إختبار الفرضية الاولى (1)	11-4
71	إختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتوجه بالعملاء والاداء الوظيفي	12-4
72	الإنحدار المتعدد لأبعاد المسؤولية الإجتماعية والتوجه بالعملاء والأداء الوظيفي	13-4
72	إختبار الفرضية الرابعة (4)	13-4

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
26	هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية	1-2
27	حدود المسؤوليات الرئيسة للمسؤولية الاجتماعية التي تعبر عن أبعادها	2-2
51	نموذج كانو لإرضاء العميل	1-3
53	نموذج الدراسة المقترح	2-3