



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية و نظم المعلومات

مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة من قبل  
الشركات العائلية في محافظة الخليل  
(دراسة حالة خاصة على القطاع الصناعي الغذائي)

فريق البحث

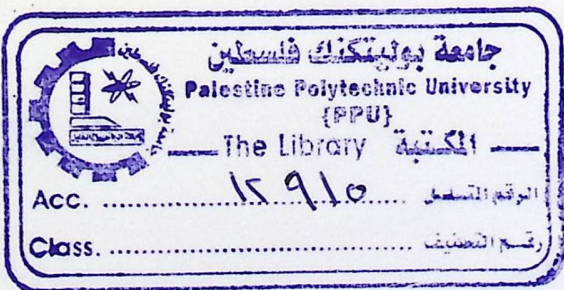
رزان جحشن

وعد مرعب

إشراف

د. مروان جلعود

أيار 2013



مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة من قبل  
الشركات العائلية في محافظة الخليل  
(دراسة حالة خاصة على القطاع الصناعي الغذائي)

فريق البحث

رزان جحش

وعد مرعب

إشراف  
د. مروان جلعود

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص  
إدارة الأعمال المعاصرة في كلية العلوم الإدارية و نظم المعلومات في جامعة  
بوايتكنك فلسطين .

أيار 2013

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قُلْ أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ  
وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ  
وَارْتَبُوا بِرَبِّكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ  
ذُو بُرْجَانٍ

مَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا  
وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ  
وَمَا يَرْزُقْهُ اللَّهُ مِنْ شَيْءٍ  
إِلَّا يُغْنِيهِ عَنْهُ وَبِهِ يُتَوَكَّلُ

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا  
وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ

## الشكر والتقدير

تتقدم أولاً بالشكر والامتنان لله وحده ونستعين به وتوكل إليه، ثم لكل من كل له يد العون والمساعدة لإتمام هذا البحث ثانياً، إذ تتقدم بالشكر والعرفان إلى المشرف الفاضل الدكتور مروان جلعود لما بذله من جهد ولما قدمه من نصائح وإرشاد طيلة فترة إعداد البحث حتى إكماله، كذلك نتقدم بالشكر الجزيل إلى الفاضل الأستاذ أكرم احشيش لما قدمه من مساعدة ونصائح فترة إعداد البحث وخاصة في مرحلة التحليل الإحصائي، كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى جامعتنا وكل أعضائها على ما وفروه لنا من الدعم والمساندة ونخص بالذكر أعضاء وأساتذة كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات والعاملين فيها، وكما نتقدم بالشكر إلى مدير وموظفي الغرفة التجارية في مدينة الخليل، وكذلك نتقدم بجزيل الشكر لكافة مدراء وموظفي الشركات الغذائية في مدينة الخليل لتعاونهم معنا لإتمام هذا العمل. وفي النهاية إلى كل فرد ساعدنا في إتمام المشروع وفاتنا ذكره.

فريق البحث

## إهداء

إلى من صبرت لرؤيتي طفلة ... و دفعت شبابها لتراني فتية ... إلى من ذرفت الدمع فرحا لكل جديد يقتحم حياتي ... إلى من سهرت ليال في سبيل راحتي ... إلى النور الذي يمتد و لا ينتهي ...

أمي الحنونة

إلى اليد التي تشق الأرض بنور ربها في النهار لتؤمن لنا قوت يومنا ... و إلى العين التي تسهر ليلا لتوفر لنا الأمان ... إلى من تهتز أمام ناظريه عظمة الجبال ... إلى من علمني يوما أن النجاح هو اسلم عنوان للنجاة لأي إنسان ....

أبي الغالي

إلى من خطوا معي أحلام الطفولة حتى كبرت معنا ... إلى من ابقوا على الطفل الجميل داخلنا ... إلى من رسموا و ساروا معي درب الحياة ... إلى من أتوق شوقا لرؤيتهم إذا حانت لحظة الفراق ...

إخوتي وأخواتي

إلى من جمعني بهم الزمان في هذا الصرح العلمي ... و تبادلنا و تقاسمنا همومنا و أفرحنا تحت هذه القبة ... إلى من أتمنى لهم كل التوفيق في حياتهم...

زملائي و زميلاتي

إلى من أوصلني إلى هذه المكانة من تدريس و تعليم و تمرين ... إلى من تبني على أيديهم صروح المجد ليكوّنوا و يصنعوا جيلا يحملنا من عتم الكهوف ... إلى نور الكون...

معلمينا و معلماتنا

إلى من عاشت حياتها جريحة باكية ... إلى من قاست في ظل موت عروبة جف الماء على قبرها .. إلى من نحلم يوما بفك أسرها ...

فلسطين الحبيبة

إلى من كان دوما بجانبني يساندني و يدعمني للوصول إلى هذا اليوم ... إلى من سأمضي معه بقية أيام حياتي .. إلى الشرارة المتقدة التي دوما تتيح لي الإلهام و الأفكار...

خطيبي العزيز محمد ... رزان

إلى حلم الطفولة البريء الذي لازمه أسوأ الرفقاء ... إلى الروح الطاهرة التي ارتقت لبارئها ... إلى طير الجنة المرفرف فيها و الذي أتمنأن يتوجنا بالرحمة يوم القيامة ...

إلى روح أخي العزيز مهند .... وعد

## قائمة المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
*	شكر وتقدير	ب
*	الإهداء	ت
*	قائمة المحتويات	ث
*	قائمة الجداول	ح
*	قائمة الأشكال	د
*	الملخص باللغة العربية	ذ
*	مصطلحات الدراسة	هـ
<b>الفصل الأول (الإطار العام)</b>		
1.1	المقدمة	2
1.2	مشكلة الدراسة	٤
1.3	أهداف الدراسة	4
1.4	أهمية الدراسة	5
1.5	حدود الدراسة	٦
1.6	الهيكل التنظيمي للدراسة	٦
<b>الفصل الثاني (الإطار النظري والدراسات السابقة)</b>		
2.1	المبحث الأول (الإطار النظري)	٩
2.1.1	مفهوم المسؤولية الاجتماعية	9
2.1.2	أهمية المسؤولية الاجتماعية	10
2.1.3	الجدور التاريخية للمسؤولية الاجتماعية	1٢
2.1.4	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	12
2.1.5	مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية و أنماطها	14
2.1.6	المؤيدون و المعارضون للمسؤولية الاجتماعية	16
2.1.7	قياس الأداء الاجتماعي	1٨
2.1.8	المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال	٢٢
2.1.9	المسؤولية الاجتماعية في إطار أنشطة المنظمة	٢٤
2.1.10	المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال في الوظائف الإدارية	٢٧

٣٠	المسؤولية الاجتماعية في الإسلام	2.1.11
٣٥	معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية	2.1.12
٣٥	واقع القطاع الغذائي في فلسطين	2.1.13
	المبحث الثاني (الدراسات السابقة)	2.2
3٦	الدراسات العربية	2.2.1
٤٥	الدراسات الأجنبية	2.2.2
<b>الفصل الثالث (الطريقة و الإجراءات)</b>		
٥٣	منهج الدراسة	3.1
٥٣	مجتمع الدراسة	3.2
٥٥	أداة الدراسة	3.3
٥٦	صدق الأداة	3.4
٥٦	إجراءات الدراسة	3.5
٥٦	التحليل الإحصائي	3.6
<b>الفصل الرابع (تحليل ومناقشة أسئلة الدراسة)</b>		
٥٩	السؤال الأول	4.1
٧٤	السؤال الثاني	4.2
٧٥	السؤال الثالث	4.3
٧٦	السؤال الرابع	4.4
٧٧	السؤال الخامس	4.5
٧٩	السؤال السادس	4.6
٨٠	السؤال السابع	4.7
<b>الفصل الخامس (النتائج والتوصيات)</b>		
٨٥	نتائج الدراسة	5.1
٨٧	توصيات الدراسة	5.2
٨٨	الاستنتاجات	5.3
المصادر و المراجع		
الملاحق		
الملخص باللغة الانجليزية		

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
53	خصائص مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	(3.1)
54	خصائص مجتمع الدراسة حسب متغير نوع النشاط الغذائي	(3.2)
57	الإجابات اللفظية ومقدارها بالدرجات	(٣.٣)
57	مفاتيح المتوسطات الحسابية الخماسية	(٣.٤)
59	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين والدرجة الكلية للبعد	(٤.١)
62	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين والدرجة الكلية للبعد	(٤.٢)
65	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المزودين والدرجة الكلية للبعد	(٤.٣)
67	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين والدرجة الكلية للبعد	(٤.٤)
68	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة والدرجة الكلية للبعد	(٤.٥)
69	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدرجة الكلية للبعد	(٤.٦)
72	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والدرجة الكلية للبعد	(٤.٧)
74	التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو مدى اطلاعهم على موضوع المسؤولية الاجتماعية	(٤.٨)
75	التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركة من وجهة نظر إدارتها	(٤.٩)
76	التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو شكل المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة	(٤.١٠)



77	المتوسطات الحسابية والانحرافات لإجابات أفراد مجتمع الدراسة تجاه استخدام الخصم الضريبي كوسيلة لتشجيع الشركات على القيام بدورها في المسؤولية الاجتماعية والدرجة الكلية للبعد.	(٤.١١)
79	التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو الدافع وراء التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية	(٤.١٢)
81	التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو المعوقات التي تواجه الشركة لدى قيامها بالمسؤولية الاجتماعية	(٤.١٣)

## قائمة الأشكال التوضيحية

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
54	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	(3.1)
55	توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير نوع النشاط الغذائي	(3.2)
61	توزيع النسب المئوية لعبارات الموظفين	(٤.١)
64	توزيع النسب المئوية لعبارات المستهلكين	(٤.٢)
66	توزيع النسب المئوية لعبارات المزودين	(٤.٣)
67	توزيع النسب المئوية لعبارات المنافسين	(٤.٤)
69	توزيع النسب المئوية لعبارات الحكومة	(٤.٥)
71	توزيع النسب المئوية لعبارات المجتمع	(٤.٦)
73	توزيع النسب المئوية لعبارات البيئة	(٤.٧)
74	توزيع مجتمع الدراسة حسب مدى الاطلاع والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركة	(٤.٨)
75	توزيع مجتمع الدراسة حسب مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر إدارة الشركة	(٤.٩)
76	توزيع مجتمع الدراسة حسب شكل المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة	(٤.١٠)
78	توزيع النسب المئوية لعبارات الخصم الضريبي	(٤.١١)
80	توزيع مجتمع الدراسة حسب الدافع وراء الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية	(٤.١٢)
82	توزيع مجتمع الدراسة حسب المعوقات التي تواجه الشركة لدى قيامها بالمسؤولية الاجتماعية	(٤.١٣)

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المستهلكين، المزودين، المجتمع، المنافسين، الحكومة والبيئة) من قبل الشركات العائلية في محافظة الخليل، ومدى إدراك مفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركة، واستخدام الحكومة للخصم الضريبي لتشجيع الشركات على القيام بدورها في المسؤولية الاجتماعية، وما أهم الدوافع التي تدفع بالشركة للقيام بالمسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى أبرز المعوقات التي تواجه الشركات العائلية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

استخدم فريق البحث المنهج الوصفي التحليلي لإجراء هذه الدراسة والذي يعتمد على دراسة الظاهرة ووصف طبيعتها و تحديد خصائصها وذلك لملائمة هذا الأسلوب لطبيعة مشكلة الدراسة.

وتم استخدام مصدرين للمعلومات، الاستبانة كمصدر رئيس والكتب، المقالات والدراسات السابقة كأداة ثانوية. وقد تم توزيع الإستبانة على جميع افراد مجتمع الدراسة والذي يتكون من (26) شركة عائلية مختصة في التصنيع الغذائي، وقد تم تحليل مخرجات الاستبانة إحصائياً ومعالجتها يدوياً من قبل فريق البحث.

وقد توصل فريق البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك اطلاق واهتمام وتطبيق كبيرين لموضوع المسؤولية الاجتماعية تجاه كل من المستهلكين، الموظفين، المنافسين والحكومة، وهناك اهتمام تجاه كل من المزوديين والمجتمع ولكن ليس بالمستوى المطلوب، والبيئة بدرجة جيدة، أيضاً تجمع المسؤولية الاجتماعية بين الشكل التنظيمي والجهود العشوائية، كما أن الدوافع وراء التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية تنوعت بين الدافع الديني والأخلاقي والاجتماعي، أيضاً تواجه الشركات معوقات عدة لدى قيامها بالأعمال المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية أهمها غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية، كما تستفيد الشركات من الخصم الضريبي بناءً على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

و قد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات من أهمها أن يكون الشكل المتبع للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركة هو الشكل التنظيمي، والاهتمام والمتابعة للمزودين، توفير البنية التحتية اللازمة لأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى تنظيم ورشة عمل لتحديد معايير أداء المسؤولية الاجتماعية ومنح جوائز للتميز في أداء المسؤولية الاجتماعية.

## مصطلحات الدراسة

- **التعريف الإجرائي للمسؤولية الاجتماعية للشركات:** أنها واجب منظمات الأعمال المتمثل ببعدين: بعد داخلي ويتمثل بواجبها نحو العاملين لديها، وبعد خارجي يتمثل بواجبها نحو المجتمع الذي تنتمي إليه، من خلال المساهمة بمختلف الأنشطة الاجتماعية والبيئية، وبما يعزز من صورة المؤسسة ويحقق تنمية اقتصادية مع ضمان مراعاة قيم المجتمع وأخلاقه والالتزام بالقوانين.
- **أصحاب المصلحة:** هم مجموعة الأفراد والجماعات والمؤسسات التي تؤثر وتتأثر بالأفعال التي تتخذها المؤسسة وهم: الموظفون، الزبائن، المزودين، الشركاء، الحكومة، المجتمع، المستثمرين، البيئة، المنافسين وغيرهم (هل و جولز، 2001).
- **الشركات العائلية:** شركة مملوكة لعائلة تقوم بإدارتها، وقد قام بتأسيسها شخص واحد واستمدت اسمها التجاري من اسمه أو اسم العائلة، للشركات العائلية مقومات خاصة بها منها: القدرة على الإدارة والرغبة لدى أفراد العائلة، تواصل جيد بين أفراد العائلة، تواصل جيد مع الموظفين غير المالكن، مسار واضح للجيل القادم (حمدان، 2009).

الإطار العام للدراسة

## الفصل الأول

### الإطار العام للدراسة

**محتويات الفصل**

**1.1 مقدمة الدراسة**

**1.2 مشكلة الدراسة**

**1.3 أهداف الدراسة**

**1.4 أهمية الدراسة**

**1.5 حدود الدراسة**

**1.6 الميكل التنظيمي للدراسة**

## 1.1 مقدمة الدراسة

مع التطور العلمي والتكنولوجي وانتقال المجتمعات إلى عصر المعرفة ازدادت أهمية الأعمال في المجتمع بشكل كبير وأصبح دورها فاعلاً على مختلف المستويات، وأخذت الأمم والشعوب تتبارى بمخترعاتها و مكتشفاتها ومدى قوة منظمات الأعمال فيها. وهذا الأمر يتطلب وضع فلسفة وآليات عمل منظمات الأعمال ضمن إطار أخلاقي واجتماعي ينعكس ايجابياً على مختلف فئات المجتمع وأطرافه بحيث تصبح هذه المنظمات ممثلة لنسيج اجتماعي رابط لمكونات الأمة و يمثلها في المنافسة العالمية. و في السنوات الأخيرة زاد الاهتمام بالحقول العلمية التي ترتبط بالأعمال وعلاقتها بالمجتمع وتبنيها لمسؤوليات اجتماعية وأخلاقية (الغالبى والعامري، 2010: 7).

حتى وقتنا الراهن، لم يتم تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسؤولية في جوهرها أدبية ومعنوية، أي أنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية. ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات والفعاليات بحسب طبيعة البيئة المحيطة، ونطاق نشاط الشركة وأشكاله، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية. وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة الديناميكية والواقعية وتنصف بالتطور المستمر كي تتواءم بسرعة وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية (رقية عيران، 2008).

من المنفق عليه أن الشركات بأنواعها، ليست بشركات خيرية وأن حاجسها الأول تحقيق أكبر عائد من الربح على أصحابها. ومن هنا تبلورت فكرة وجوب تنكير الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية حتى لا يكون تحقيق الربح عائداً عن أمور غير مقبولة أخلاقياً أو قانونياً كتشغيل الأطفال والإخلال بالمساواة في الأجور وظروف وشروط العمل، والحرمان من الحقوق الأساسية للفرد. علاوة على ذلك، فإن الدور الرئيس الذي تلعبه الشركات، كونها المصدر الرئيس للثروة والتحديث وتوليد فرص العمل، يحتم عليها القيام بواجباتها الاجتماعية، كما أن التطورات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في عصر يتسم بالتغير السريع تحتم عليها ذلك أيضاً. إن قيام الشركات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، والمساهمة في إنجاح أهدافها وفق ما خطط له مسبقاً، علاوة على المساهمة في سد احتياجات المجتمع ومتطلباته الحياتية والمعيشية الضرورية، إضافة إلى خلق فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي. وأيضاً من

بين الفوائد التي تجنيها الشركات ذات الممارسات المسؤولة اجتماعياً تقلص تكاليف التشغيل، تحسين الصورة العامة لأصناف المنتجات وسمعتها، زيادة المبيعات، إخلاص العملاء وزيادة الإنتاجية (رقية عيران، 2008).

لم تعد المسؤولية الاجتماعية منطقة بفضة محددة من المؤسسات والأفراد فقد أصبحت ضرورة اقتصادية إلى جانب كونها ضرورة إنسانية وأخلاقية لكافة أنواع الشركات سواء كانت شركات أشخاص (شركة التضامن، شركة التوصية البسيطة و شركة المحاصة) أو شركات أموال ( شركة المساهمة، شركة التوصية بالأسهم و الشركة ذات المسؤولية المحدودة ) (رقية عيران، 2008).

إن الشركات العائلية لها طابعاً خاص حيث أنها لا تعتبر مؤسسة خيرية خاصة فحسب؛ بل إنها تستعمل على بُعدين، هما العائلة والشركة، والتي من خلالها يمكن أن تؤثر في مجتمعها بدرجة أكبر من الشركات الأخرى. لقد قامت الشركات العائلية بدور كبير في التنمية الاقتصادية للبلدان التي تنتمي إليها و تمثل مكانة كبيرة في اقتصاديات الكثير من دول العالم (عيسى، 2007).

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات العائلية في محافظة الخليل، حيث أن الشركات في محافظة الخليل غالباً مصبوغة بطابع الشركات العادية والمساهمة الخصوصية التي تحمل صفة الشركات العائلية (عويضه، 2011).

تم استهداف هذا القطاع وذلك لأهميته ودوره في الاقتصاد الفلسطيني، حيث تشكل الشركات العائلية 90% من الشركات الاقتصادية المنشأة التي ساهمت في ازدهار الاقتصاد الفلسطيني من حيث مساهمتها في الدخل القومي التي بلغت حوالي 50%، إضافة إلى إمكانيتها في توظيف العديد من العمال في إطار العائلة و التخفيف من الأعباء على القطاع العام (أبو شهلا، 2012). كما تعد المنشآت الاقتصادية العائلية العمود الفقري للاقتصاد الفلسطيني، حيث بلغ عدد المنشآت العائلية في فلسطين ما يقارب (100,000) منشأة، و يبلغ عدد العمالة فيها ما يزيد عن (290,000) عامل (هاشم، 2012).



## 1.2 مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة الرئيسية في مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل، و للتعرف على مدى تطبيقها تم صياغة السؤال الرئيسي التالي: ما مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل تجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المستهلكين، المجتمع، المنافسين، الحكومة والبيئة)؟

و للإجابة على السؤال الرئيسي تم صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية من قبل ادارة الشركة؟
- ما أهمية المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ادارة الشركة؟
- هل تأخذ المسؤولية الاجتماعية شكلاً تنظيمياً أم جهوداً عشوائية؟
- هل تستخدم الحكومة الخصم الضريبي كوسيلة لتشجيع الشركات على القيام بدورها في المسؤولية الاجتماعية؟
- ما هي الدوافع التي تدفع بالشركة للقيام بالمسؤولية الاجتماعية؟
- ما هي المشاكل التي تواجه الشركات العائلية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية؟

## 1.3 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة للتعرف على:

- مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل من وجهة نظرها.
- أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات العائلية في محافظة الخليل من وجهة نظرها.
- مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة من قبل الشركات العائلية في محافظة الخليل.
- الشكل الذي تأخذه المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة.
- استخدام الخصم الضريبي من قبل الحكومة كوسيلة لتشجيع الشركات العائلية على القيام بدورها في المسؤولية الاجتماعية.

- الدوافع وراء قيام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية.
- المشاكل التي تواجه الشركات العائلية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية.
- الوصول إلى بعض التوصيات التي تساعد أصحاب القرارات في الشركات العائلية على تطوير عملها فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.

#### 1.4 أهمية الدراسة

أهمية الدراسة بالنسبة لمجتمع الدراسة:

- المساهمة في تقديم فائدة علمية للقطاع العائلي من خلال تشخيص مدى تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية على أرض الواقع، فالمسؤولية الاجتماعية قد تكون ميزة تنافسية للشركة.
- الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة سوف يساهم في تحسين مستوى صورة المنظمة في المجتمع وتؤدي إلى نشر التعاون والترابط بين مختلف الأطراف في الشركة.
- اعتبارها أول دراسة عن المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل.

أهمية الدراسة بالنسبة للمجتمع:

- إن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية سوف يؤدي إلى تحسين نوعية الحياة في المجتمع.
- تشكل مرجعية للباحثين في هذا القطاع لعمل دراسات وأبحاث تفصيلية عن القضايا التي أثارها الدراسة.

أهمية الدراسة بالنسبة للجامعة:

- مرجعاً مهماً للدراسات المستقبلية.
- رفع مستوى الجامعة في البحث والتطوير.
- زيادة الثروة المرجعية من المراجع و الأبحاث مما يساعد الطلبة على الاستفادة منه في عمل الأبحاث و كيفية صياغتها.

أهمية الدراسة بالنسبة لفريق البحث:

- معرفة أهمية ودور المسؤولية الاجتماعية في الشركات.
- معرفة واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية.

- زيادة القدرة على استخدام أدوات وأساليب البحث العلمي.
- متطلب للحصول على درجة البكالوريوس في تخصص إدارة الأعمال المعاصرة.

### 1.5 حدود الدراسة

- الحدود الزمنية: الفصل الدراسي الأول و الثاني من السنة الدراسية (2012 - 2013).
- الحدود المكانية: متمثلة بمحافظة الخليل.
- الحدود البشرية: متمثلة بإدارة و عملي الشركات العائلية المختصة في التصنيع الغذائي.
- الحدود الموضوعية: تتحدد بالمفاهيم والمهارات والاجراءات الواردة في الدراسة وأدواتها و أساليب التحليل الاحصائي فيها.

### 1.6 الهيكل التنظيمي للدراسة

- حيث يتضمّن المواد التمهيديّة: صفحة العنوان، الإهداء، قائمة المحتويات، قائمة الجداول وقائمة الأشكال والصور.
- الفصل الأول: يتضمن مقدمة الدراسة، مشكلة الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، فرضيات الدراسة وحدود الدراسة.
- الفصل الثاني: يتضمن الإطار النظري و الدراسات السابقة.
- الفصل الثالث: يتضمن منهجية الدراسة من حيث المنهج الذي تم اتباعه، وكذلك أدوات جمع البيانات والمعلومات، مجتمع الدراسة، صدق الأداة، والمعالجة الإحصائية للبيانات.
- الفصل الرابع: يتضمن مناقشة وتحليل أسئلة الدراسة.
- الفصل الخامس: يتضمن هذا الفصل النتائج والتوصيات التي توصل لها فريق البحث في هذه الدراسة.

المصادر و المراجع.

الملاحق.

الملخص باللغة الانجليزية.

الفصل الثاني

التجربة الأولى الإطار النظري

الإطار النظري

والدراسات السابقة

مقدمة البحث

2.1 الإطار النظري

2.1.1 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.1.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية

2.1.3 تطور المسؤولية الاجتماعية

2.1.4 مبادئ المسؤولية الاجتماعية

## الفصل الثاني

2.1.5 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.1.6 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

## المبحث الأول الإطار النظري

2.1.7 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.1.8 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.1.9 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.1.10 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.1.11 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.1.12 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

2.2 الخلاصة

## محتويات الفصل

## 2.1 الإطار النظري

## 2.1.1 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

## 2.1.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية

## 2.1.3 الجذور التاريخية للمسؤولية الاجتماعية

## 2.1.4 مبادئ المسؤولية الاجتماعية

## 2.1.5 نماذج دراسة المسؤولية الاجتماعية وأنماطها

## 2.1.6 المؤيدون و المعارضون للمسؤولية الاجتماعية

## 2.1.7 قياس الأداء الاجتماعي

## 2.1.8 المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال

## 2.1.9 المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال في إطار أنشطة المنظمة

## 2.1.10 المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال في الوظائف الإدارية

## 2.1.11 المسؤولية الاجتماعية في الإسلام

## 2.1.12 معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

## 2.1.13 واقع القطاع الغذائي في فلسطين

## 2.2 الدراسات السابقة

## 2.1 الإطار النظري

إن مناقشة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وطبيعة البيئة التي تعمل فيها هذه المنظمات من المواضيع المهمة التي أثارت و لا تزال تثير جدلاً كبيراً في الأوساط العلمية والأكاديمية، وكذلك بالنسبة للمدراء في الأعمال المختلفة. لقد تشعبت البحوث في إطار المسؤولية الاجتماعية وطرحت وجهات نظر متعددة مثلت تيارات فكرية لتعامل الأعمال مع مجتمعاتها من جهة و من جهة أخرى عكست هذه العلاقة طبيعة التطور الاقتصادي والاجتماعي وبل القانوني والتشريعي من جهة أخرى. فقد درست المسؤولية الاجتماعية كمفهوم ذي علاقة مع العديد من المفاهيم الإدارية كالأداء والشفافية والفساد الإداري والإبداع بشكله الخاص ومن جانب آخر طورت معايير وقياسات مختلفة وعرضت مداخل متعددة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في بيانات متعددة (الغالي و العمري، 2010:47).

### 2.1.1 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

تتعدد التعريفات وتتباين بسبب أن الموضوع يكتسب أهمية متزايدة يوماً بعد يوم. إن هذا الأمر يعبر عن كون المسؤولية الاجتماعية في حقيقتها تركيب معقد وليس مفهوماً مبسطاً قابلاً للقياس بمعايير موحدة عالمياً أو حتى إقليمياً. إن السبب في ذلك يعود إلى دخول متغيرات حضارية وثقافية ودينية وأمور أخرى غيرها. و فيما يلي بعض التعريفات للمسؤولية الاجتماعية :

- أوضح الباحث Carroll كون المسؤولية الاجتماعية "مفهوم يشتمل على أربعة جوانب رئيسية : الأول يتمثل بالمسؤولية الاقتصادية والثاني بالمسؤولية القانونية والثالث بالمسؤولية الخيرة والرابع بالمسؤولية الأخلاقية" (Carroll, 1991, P.42).
- عرّفها الباحثان Peter and Sarah بأنها "التزام الشركة بوضع وتنفيذ مسار عمل يساعد في القضايا الاجتماعية التي تؤثر على المجتمع" (Peter & Sarah Stanwick, 2009: 51).
- وقد عرفها عواد على أنها "التركيز على إيجاد نوع من التوازن بين مصلحة المجتمع ككل والمستهلكين والزبائن والمنظمة وذلك من خلال عدم تعمد المنظمات إلحاق الضرر بالمجتمع نتيجة أعمالها ونشاطاتها من ناحية، والعمل في سبيل مصلحة المجتمع ورفاهيته من ناحية أخرى" (عواد، 2010).

- أما منظمة المقاييس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية فقد عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها "مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين" (ISO26000).
- وقد عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل" (الأسرج، 2003).

ومن خلال قراءة العديد من الدراسات والأبحاث توصل فريق البحث إلى تعريف المسؤولية الاجتماعية بالتعريف الإجرائي التالي: "أنها واجب منظمات الأعمال المتمثل ببعدين: بعد داخلي ويتمثل بواجبها نحو العاملين لديها، وبعد خارجي يتمثل بواجبها نحو المجتمع الذي تنتمي إليه، من خلال المساهمة بمختلف الأنشطة الاجتماعية والبيئية، وبما يعزز من صورة المؤسسة ويحقق تنمية اقتصادية مع ضمان مراعاة قيم المجتمع وأخلاقه والالتزام بالقوانين".

### 2.1.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية

إن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال يحقق لها العديد من الفوائد منها تحسين صورة المنظمة بالمجتمع وترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين وأفراد المجتمع بصورة عامة. إن المسؤولية الاجتماعية تضفي تحسناً على مناخ العمل السائد في منظمة الأعمال و تؤدي إلى إشاعة التعاون والترابط بين مختلف الأطراف (عبد الرحمن، 1997: 198).

هناك عدة أوجه إيجابية لإدراك المسؤولية الاجتماعية تتجسد أهميتها من خلال المردود المتحقق للجهات الثلاث الرئيسية التي ستجني الفائدة من هذا الالتزام وهي المجتمع، الدولة والمنظمة. فبالنسبة للمنظمة، فبالإضافة إلى ما نكر أعلاه من فوائد فإن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي والعلاقة الإيجابية مع المجتمع (الغالب والعامري، 2010: 52).

وبالإضافة إلى ما ذكر أعلاه سوف ترى المنظمة الفوائد التالية من خلال دمج المنظمة للمسؤولية الاجتماعية في عملياتها

:(Peter and Sarah Stanwick, 2009: 55)

1. إدارة أفضل للمخاطر والأزمات التي تواجه المنظمة.



٢. زيادة التزام وولاء العاملين والذي سينعكس إيجابياً على إنتاجيتهم.
  ٣. تقليل التكاليف التشغيلية.
  ٤. تحقيق ديمومة أطول للمنظمة.
- أما المجتمع فإن العائد الذي سيتحقق له جراء اهتمام منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها بتبني نمط معين من المسؤولية الاجتماعية فإنه يمكن أن يلخص بالآتي (الغالبى و منهل، 2004):

١. زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد نوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين والأقليات والمرأة وغيرهم.
  ٢. الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص.
  ٣. تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية.
  ٤. ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع و مختلف الفئات ذات المصلحة.
  ٥. تحسين التنمية السياسية انطلاقاً من زيادة التنقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد و المجموعات والمنظمات وهذا سيساهم بالاستقرار السياسي.
  ٦. كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية في العمل والشفافية والصدق في التعامل فإن هذه الجوانب تزيد من الترابط الاجتماعي و ازدهار المجتمع على مختلف المستويات.
- وأما بالنسبة للدولة فهي أحد المستفيدين الرئيسيين من إدراك منظمات الأعمال لدورها الاجتماعي حيث هذا سيؤدي إلى تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها و خدماتها الصحية و التعليمية و الثقافية والاجتماعية الأخرى. كذلك فإن عوائد الدول ستكون أفضل بسبب وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية المختلفة و رقد الدولة بمستحققاتها من الضرائب والرسوم و المساهمة في القضاء على البطالة، والتطور التكنولوجي وغيرها (الغالبى و العامري، 2010: 53).

### 2.1.3 الجذور التاريخية للمسؤولية الاجتماعية

إن المنتبج لتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية يستطيع أن يلمس تغيرات مهمة و إضافات نوعية أدت إلى إثراء هذا المفهوم عبر الزمن. وفيما يلي أهم المراحل التي تشكل إطاراً لتطور المفهوم عبر مراحل زمنية متعاقبة ( الغالبى و العامري، 2010: 61-54):

- ١- الثورة الصناعية والإدارة العلمية: في هذه المرحلة كان هناك استغلال غير اعتيادي لجهود العاملين والموارد البشرية بشكل عام. وهنا وعت إدارات المنظمات جانباً بسيطاً من المسؤولية الاجتماعية تجسّد في تحسين أجور العاملين.
- ٢- مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات: تتميز هذه المرحلة بتعاظم قوة النقابات وزيادة تأثيرها في قرارات المنظمات بشكل عام، فضلاً عن التطور في وسائل الاتصال التي أسهمت في توعية الناس وساعدت في نشر سريع لما حقّقته النقابات العمالية أدى إلى تعميق الوعي بالمسؤولية الاجتماعية.
- ٣- مرحلة القوانين والمدونات الأخلاقية: في هذه المرحلة بدأت الأهداف الاجتماعية والاستعداد للالتزام بالقيم الأخلاقية بالظهور في شعارات منظمات الأعمال ورسالاتها بشكل صريح (Stark, 1993).
- ٤- مرحلة جماعات الضغط: تمثل جماعات الضغط مصالح شريحة واسعة من المستفيدين ومن أمثلتها جماعات حماية المستهلك وجماعات حماية البيئة. أصبحت المسؤولية الاجتماعية في هذه الفترة أقوى حضوراً على أرض الواقع كمارسة.

إن التطور في مفهوم المسؤولية الاجتماعية حصل بشكل متدرّج وعبر مراحل زمنية طويلة، كما يؤشر التطور كون المسؤولية الاجتماعية في إطار منظمات الأعمال انتقل من مفهوم بسيط يقاس بمعايير محدودة تخص الوضع الداخلي للعاملين في المنظمات إلى مفهوم أكثر شمولاً واتساعاً من خلال الاهتمام بالمجتمع ككل وبالبيئة الخارجية لمختلف شرائحها ومكوناتها.

#### 2.1.4 مبادئ المسؤولية الاجتماعية

- تقوم المسؤولية الاجتماعية على عدد كبير من المبادئ وترتكز على تسعة مبادئ رئيسة هي (عواد، 2010):
- المبدأ الأول: حماية البيئة من الأخطار المحدقة بها وبخاصة ما يتعلق بالتلوث.
  - المبدأ الثاني: القيم والأخلاقيات واعتبارها صمام أمان للاستثمارين المادي والبشري وما بينهما من علاقة مباشرة من حيث طبيعة الأنشطة التي ينبغي أن تأخذ البعد القيمي بعين الاعتبار (عواد، 2010).
  - المبدأ الثالث: المساعلة والمحاسبية ويتم ذلك من خلال إظهار المعلومات الصادقة والبيانات الدقيقة وفق ما يعرف بالشفافية حول الأنشطة التي نفّذت وتلك التي لم تنفّذ (مرجع سابق).
  - المبدأ الرابع: تقوية وتعزيز السلطات ويتحقق ذلك من خلال الشراكة المتوازنة ما بين القطاع العام والخاص وجمهور المستفيدين لتحقيق المصالح المتبادلة، بما يضمن أمن المجتمع (مرجع سابق).

- المبدأ الخامس: الأداء المالي والنتائج من خلال إيجاد أفضل مستويات الرفاهية الممكنة الناتجة عن رواتب وتقاعد وامتيازات وترقيات وفرص مبنية على التنافس الشريف القائم على حسن الأداء، ويحفظ بالوقت نفسه أوجه التقدم والتطور اللازمة للمؤسسة، والسعي نحو التقدم والنمو الذاتي (مرجع سابق).
- المبدأ السادس: مواصفات موقع العمل وربطها بإدارة الموارد البشرية وتطوير الكادر المدرب بحسب الاحتياجات المهنية العصرية الحديثة، وكذلك توفير البيئة المهنية السليمة التي يؤدي بها الموظفون أعمالهم على أكمل وجه، متضمناً ذلك عناصر الهدوء، الإضاءة، التهوية، والجو السيكولوجي المفتوح (مرجع سابق).
- المبدأ السابع: العلاقات التعاونية المبنية على العدالة والأمانة مع شركاء العمل، والمهمات والأنشطة والفئة المستهدفة من ثمرة الجهود المبذولة أيضاً (مرجع سابق).
- المبدأ الثامن: المنتجات ذات الجودة والخدمات عالية المستوى بحيث تستجيب لاحتياجات المجتمع المختلفة، مستثمرة بذلك كل عناصر الكفاءة التي يمكن توظيفها، بما يخلق لديها خصائص قادرة على التنافس بإيجابية مع مختلف الجهات المنتجة والموردة، سواء للجانب المعنوي أم المادي (عواد، 2010).
- المبدأ التاسع: الارتباط المجتمعي من خلال تجسير عرى التواصل الوثيق بين المجتمع ومؤسساته المختلفة، بحيث تتميز عمليتا التواصل والاتصال بالحساسية المسؤولة مجتمعياً تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع، الذي يسعى إلى توفير الحد الأقصى من الامتيازات لمواطنيه (مرجع سابق).

### 2.1.5 مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية و أنماطها

هناك مناهج متعددة لدراسة المسؤولية الاجتماعية ومن أهمها (العامري والغالي، 2010: 68-62):

- المناهج الأول: يقوم هذا المنهج على أساس بلورة ثلاث توجهات أساسية للمسؤولية الاجتماعية تعبر عنها ثلاثة أنماط:
١. النمط التقليدي للمسؤولية الاجتماعية، والذي يرى أن المنظمة تتبنى مسؤوليتها الاجتماعية من خلال التزامها بتقديم السلع والخدمات وأن أية التزامات أخرى إضافية فإنها ترجع إلى تقدير المنظمة وإدارتها.
  ٢. النمط الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية، وهنا فإن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا التزام المنظمة بالعمل على وفق مصالح وطلبات المجتمع وأن تعطي لهذه أسبقية حتى على أهداف المنظمة الخاصة.

٣. نمط الكلفة الاجتماعية، وهذه تستند إلى أن المسؤولية الاجتماعية يمكن اعتبارها وظيفة تضاف إلى وظائف رجال الأعمال (السعد و الغالبي، 1999).

المنهج الثاني: في هذا المنهج يمكن النظر للمسؤولية الاجتماعية ببعدين أساسيين ينصب الأول على الداخل و يرتبط بالعاملين و تحسين ظروف عملهم بجميع أشكالها والبعد الثاني خارجي مرتبط بالتعامل مع مجموعة كبيرة من الإشكالات التي يعاني منها المجتمع ومع ذلك وضمن هذا المنهج طوّرت ثلاثة أنماط للمسؤولية الاجتماعية (الغالبي و العامري، 63-64):

١. النمط الكلاسيكي التقليدي: وهذا النمط لا يبتعد كثيراً عن فكرة النمط الاقتصادي والتي تتمحور حول هدف تعظيم الربح في إطار نظرة عقلانية يؤمن بها مدراء المنظمات، وكذلك فإن التعامل مع المستهلك لا يخرج عن إطار تعظيم الربح هذا، كما أن نظرة الإدارة للعاملين تنطلق من فكرة أن العمل سلعة تباع و تشتري في ضوء العرض والطلب عليها.
٢. النمط الإداري: بعد إدراك وجود فجوة بين النمط الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية و طبيعة بيئة الأعمال الجديدة فإن هناك أفكاراً دعت إلى توسيع قاعدة أهداف المشروع ليشمل أصحاب المصالح المتعددين.
٣. النمط البيئي: إن ما يمكن تأشيريه في هذا النمط هو مسؤولية المنظمة في المحافظة على البيئة وتحقيق نوعية حياة أفضل للعاملين وللمجتمع ككل. كذلك فإن ما هو نافع وضروري للمجتمع يجب أن يحظى بعناية خاصة من قبل إدارة المنظمة (البكري والديوه جي، 2001).

المنهج الثالث: وهو منهج الباحث Carroll حيث يرى أن المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تدرس في ظل أربعة أبعاد محددة وهي (Carroll, 1991):

١. البعد الاقتصادي: و يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية يجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرّة و الاستفادة التامة من التطور التكنولوجي و بما لا يلحق ضرراً في المجتمع و البيئة.
٢. البعد القانوني: ويقوم هذا البعد على أساس مبادئ حماية البيئة والسلامة المهنية و العدالة و قوانين حماية المستهلك و يحتوي مجموعة من العناصر يفترض أن تحترم من قبل المنظمات و بالشكل الذي يعزّز و يساهم في الارتقاء بالعلاقة مع المستهلك و مع العاملين و كذلك منع الإضرار بالبيئة (Carroll, 1991).

٣. البعد الأخلاقي: يستند إلى مبادئ و معايير أخلاقية، و كذلك إلى أعراف و قيم اجتماعية، و في إطار تكافؤ الفرص و التوظيف، و الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك، و مراعاة مبادئ حقوق الإنسان و احترام العادات و التقاليد السائدة في المجتمع و غيرها (مرجع سابق).

٤. البعد الخيري: و يرتبط بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام و ما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام و نوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء و ملابس و نقل و غيرها (مرجع سابق).

المنهج الرابع: يقوم على أساس تحديد ثلاثة أنماط مختلفة لتبني المسؤولية الاجتماعية (الغالبية و العامري، 66-65) 2012: النمط الأول: المسؤولية الاقتصادية، وفق وجهة النظر هذه فإن المنظمات يجب أن تركز على هدف تعظيم الربح و أن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا نواتج عرضية و مشتقة منه.

النمط الثاني: المسؤولية الاجتماعية، وفي إطاره فإن منظمات الأعمال تعتبر وحدة اجتماعية بدرجة كبيرة تأخذ بنظر الاعتبار المجتمع و متطلباته عند اتخاذ قراراتها مراعيةً آثار هذه القرارات في كل جوانب المجتمع.

النمط الثالث: المتوازن، وفي إطار هذا النمط فإن إدارة المنظمات لا تمثل مصالح جهة واحدة أو بعض جهات ذات مصلحة بل إنها تمثل مصالح جهات عديدة، يفترض أن توازن إدارة المنشأة بين مصالحها مجتمعة (الغالبية و العامري، 2003).

و خلاصة الأمر في إطار مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية، تُبين هذه المناهج المختلفة مدى ثراء موضوع المسؤولية الاجتماعية و أهميته للمجتمع و الأفراد و المنظمات، كما أعطت هذه المناهج بعداً جديداً في تقييم أداء منظمات الأعمال، فبعد أن كان الأمر منصباً على الأداء بجانبه المادي متمثلاً في الأرباح و باقي المعايير ذات الطابع المالي، أضيف لها الأداء في الجانب الاجتماعي و مثل فرصة كبيرة أمام المنظمات لتحسين صورتها في المجتمع من خلال مبادراتها الإنسانية. كما أن هناك ميلاً باتجاه أن يكون هذا المفهوم صيغة عملية و واقعية تستطيع منظمات الأعمال تبنيها و ممارستها بشكل فعال.

## 2.1.6 المؤيدون و المعارضون للمسؤولية الاجتماعية

هناك مواقف مؤيدة لأن تتبنى المنظمة مزيداً من الأدوار الاجتماعية وبالمقابل هناك من يعارض هذا التوجه. ويدعم كلا الطرفين آراءهم بحجج قائمة على أسس عقلانية وعلمية (الغالبى والعامري، 2010: 69).

### • المؤيدون لتبني المسؤولية الاجتماعية:

إن تعارض أهداف المنظمة مع مصالح المجتمع مسألة محسومة من قبل هذا الفريق بإعطاء الأولوية للمجتمع قياساً للمنظمة وهم مستدين إلى حجج من أهمها (Pride, 2000), (Robbins, 1999) (الغالبى و العامري، 2010)، (Robbins and De Cenza, 1998):

- ١) على المنظمة أن تلعب دوراً كبيراً في تحقيق أهداف المجتمع المختلفة فهي جزء لا يتجزأ من هذا المجتمع.
- ٢) يرى أنصار هذا الرأي أنّ الأرباح على المدى البعيد يمكن أن تزداد من خلال تبني المنظمة دوراً اجتماعياً أكبر.
- ٣) إنّ الالتزام الاجتماعي يمثل حالة موازنة معقولة تجاه النقد الموجه إلى الأعمال بكونها تهتم فقط بزيادة الأرباح (مرجع سابق).

٤) الصورة العامة للمنظمة ستكون أفضل حينما تلعب دوراً اجتماعياً أو نشاطاً ثقافياً.

٥) التقليل من إجراءات الحكومة و قوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون المنظمات.

٦) المسؤولية الاجتماعية شكل من التدابير الوقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلاً

أم عاجلاً (مرجع سابق).

### • آراء المعارضين لتبني المسؤولية الاجتماعية:

إن حجج المعارضين لتبني دوراً اجتماعياً أكبر من منظمات الأعمال الخاصة هي في حقيقتها حججاً علمية وموضوعية وتدور أغلب هذه الحجج حول واحدة أو أكثر من التوجهات التالية: (الغالبى و العامري، 2010) (Robbins, 1999), (Pride, 2000), (Robbins and De Cenza, 1998)

- ١) إن تبني دوراً اجتماعياً أكبر من منظمات الأعمال الخاصة يؤدي إلى خرق قاعدة تعظيم الأرباح.

- ٢) نوبان الأهداف الأساسية الاقتصادية للمنشأة و اضمحلالها مع مرور الزمن و زيادة مطالبة المجتمع و الدولة للمنظمات في تبني أهداف اجتماعية و هذا الأمر سينعكس بضعف في الأداء الاقتصادي.
- ٣) تحميل منظمات الأعمال كلفة عالية جزاء الأنشطة الاجتماعية المتزايدة حيث أنّ قدرة المنظمة و مهما كانت مواردها فهي محددة.
- ٤) تفتقر منظمات الأعمال إلى المهارات الكافية التي تمكنها من النهوض بالدور الاجتماعي.
- ٥) صعوبة المساءلة القانونية و المحاسبية عن الأنشطة الاجتماعية.
- ٦) لا توجد جهة عليا رسمية من الجمهور يمكن أن تتابع مدى الإنجاز الاجتماعي المتحقق، مما يعقّد من عملية التأكد من مدى الإنجاز المتحقق و قد يترك المجال للدعاء بدور أكبر مما هو واقع فعلاً (مرجع سابق).
- يبدو أن حجج كلا الطرفين تبدو منطقية و مقنعة حيث أن تحميل المنظمة دوراً اجتماعياً يفوق طاقتها قد يترك دورها الاقتصادي و تحقيق العائد المجزي و الذي من خلالها تساهم بمبادرات اجتماعية من الجانب الآخر فإنّ الاهتمام بتعظيم الأرباح و الأخذ بالاعتبار مصالح المساهمين بعيداً عن مصالح الفئات الأخرى يجعل من منظمة الأعمال نظاماً اقتصادياً مغلقاً و قائماً بذاته لا تربطه علاقة طيبة مع المجتمع.

### 2.1.7 قياس الأداء الاجتماعي

- أصحاب المصالح: إن تزايد أعداد الفئات ذات المصلحة باستمرار بسبب تطور الحياة بشكل عام وتزايد قبول المجتمع لفئات متجددة وتطور مفاهيم حماية المستهلك وكثرة الحاجات والطلبات الاجتماعية للفئات ذات المصلحة من أهم ما يعقّد الأمر أمام منظمات الأعمال بشأن دورها الاجتماعي المقبول من قبل هذه الفئات ( الغالبي و العامري، 2010).
- عناصر المسؤولية الاجتماعية: يعرض بعض الباحثين عناصر المسؤولية الاجتماعية في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد بشكل عام. إن هذه العناصر يمكن أن تُكيّف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعية عمل المنظمة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح (الغالبي والعامري، 2010).

ويوجد أربعة أبعاد رئيسية هي الاقتصادي، الأخلاقي، القانوني والخير (Carroll, 1991).

إن المسؤولية الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموع هذه الأنواع الأربعة، وجهات نظر الفئات ذات المصلحة الأساسية حول المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال وفق هذه المكونات الأربعة تتباين من ناحية ترتيبها وفق الأهمية التي تعكس مصلحتها (الغالبى والعامري، 2010).

• المؤشرات التفصيلية لقياس الأداء الاجتماعي: تواجه عملية إيجاد مؤشرات تفصيلية لقياس الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال عدة إشكالات وتحتاج إلى تجميع بيانات ومعلومات من مصادر متعددة ومن أهم التحديات في هذا الجانب (الغالبى والعامري، 2010، 84) :

(1) تحديد عدد الفئات ذات المصلحة وترتيبها في سلم أولويات مناسب مع الظروف البيئية المحيطة بالمنظمة.

(2) صعوبة تحديد الممثل الفعلي لبعض الفئات.

(3) عدم سهولة القياس الكمي لبعض أوجه الدور الاجتماعي لمنظمة الأعمال.

(4) هناك فجوة بين إدراك المدراء لدورهم الاجتماعي تجاه الفئات المختلفة والتعبير عنها بقرارات المنظمة وما يتوقعه أصحاب المصالح فعلاً من أداء اجتماعي للمنظمة.

وإجمالاً يمكن الإشارة إلى المؤشرات التفصيلية التالية لقياس الأداء الاجتماعي وما تتوقعه فئات المستفيدين المختلفة المذكورين أدناه من منظمات الأعمال: المالكون، العاملون، الزبائن، المجهزون، المنافسون، المجتمع المحلي، البيئة، الحكومة، جماعات الضغط المختلفة والأقليات والفئات ذات الاحتياجات الخاصة (الغالبى والعامري، 2010).

أولاً: المالكون: إن هؤلاء المالكين يتحملون مخاطر الاستثمار من خلال المغامرة بأموالهم الخاصة متوقعين عائداً مجزياً ومناسباً من هذه الاستثمارات. ويمكن أن يكون المالك شخصاً واحداً أو مجموعة أو شركة. يوجد عدة مقاييس لقياس الأداء الاجتماعي تجاه هذه الفئة أهمها: تحقيق أكبر ربح ممكن، تعظيم قيمة السهم، زيادة قيمة المشروع أو المنظمة، رسم صورة محترمة للمنظمة، زيادة حجم المبيعات، حماية أصول المنظمة وموجوداتها، تطوير مستمر لقدرات المنظمة وإمكاناتها و سلامة الموقف القانوني والأخلاقي (الغالبى والعامري، 2010).



ثانياً: العاملون: لهم مصلحة مهمة في المنظمة لا تقتصر على الأجور فحسب بل تتعداها إلى عدد أكبر من المؤشرات من أهمها: أجور ومراتب مجزية، فرص ترقية متاحة وجيدة، تدريب وتطوير مستمر، عدالة وظيفية، ظروف عمل صحية ومناسبة، المشاركة في القرارات، رعاية صحية جيدة، إجازات مدفوعة والشفافية في العمل وتقليل الاتصالات غير الرسمية السلبية (مرجع سابق).

ثالثاً: الزبائن: يجب على المنظمة أن تبادر بالقيام بالدراسات حول هذه الفئة لمعرفة متطلباتها وأسلوب تلبية هذه المتطلبات لما لهذه الفئة من أهمية قصوى في حياة منظمات الأعمال. ويوجد عدة مقاييس للأداء الاجتماعي موجبة لهذه الشريحة أهمها: منتجات بأسعار مناسبة، منتجات بنوعية جيدة، إعلان صادق و أمين، منتجات آمنة عند الاستعمال، إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج والتخلص منه بعد الاستعمال والتزام بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع والاستخدام (مرجع سابق).

رابعاً: البيئة: بالرغم من أنه ليس هناك إجماع على وجود معايير واضحة ومحددة لقياس الأداء البيئي، إلا أنه توجد العديد من المعايير التي يمكن من خلالها الحكم على أداء منظمات الأعمال في هذا المجال أو قياس درجة خضرتها (greenness) ومن أهمها (Douglas j Lobber , 1996:187):

١. وجود مدونة الأخلاقيات البيئية ومعايير التطبيق: من خلال التوقيع على معاهدات خارجية أو إعلان مبادئ مشتركة مع قطاعات صناعية أخرى، والتوقيع على مدونات خاصة بالصناعات التي تعمل في إطارها المنظمة والالتزام بالأخلاقيات بشكل عام.
٢. الهيكل العام للمنظمة: وجود قسم خاص أو وحدة خاصة بالبيئة، موقع المدير البيئي في الهيكل التنظيمي، إشراك ممثل بيئي في مجلس الإدارة أو الإدارة العليا، وجود آليات للتفاعل والاتصال بشأن البيئة بين الأقسام المختلفة في منظمة الأعمال.
٣. اندماج العاملين في الأنشطة البيئية: من خلال مكافآت وحوافز للعاملين المتميزين في مجال الأنشطة البيئية وتدريب العاملين فيما يخص شؤون البيئة.

٤. الإشراف على المنتج والعمليات: الإشراف على عمليات التصنيع ومتابعتها، الإشراف على المنتجات من حيث تصميمها بطريقة ملائمة للبيئة، استخدام أسلوب تقييم دورة حياة المنتج البيئية واستخدام أسلوب تحليل المخاطر البيئية.

٥. الانبعاثات البيئية: جميع الانبعاثات الكيماوية، المخلفات المنتجة من قبل المنظمة، انبعاثات البيوت الزجاجية المستخدمة في الزراعة، وانبعاثات الغازات التي تؤدي إلى تآكل طبقة الأوزون و الروائح و الضوضاء.

٦. العلاقات مع المجتمع المحلي: جلسات حوار مع المجتمع المحلي حول قضايا البيئة، مسوحات حول البيئة، العدالة باختيار مواقع الوحدات الإنتاجية للمنظمة في المدينة، عدالة الأنشطة البيئية لمختلف المجتمعات الاجتماعية والاقتصادية والسكانية و عدالة الأنشطة البيئية للأجيال الحاضرة و المستقبلية.

٧. علاقة مع حملة الأسمه: إن حلول المشاكل البيئية وثيقة الصلة بمصالح حملة الأسمه.

٨. العلاقات مع مجاميع حماية البيئة من خلال التبرعات المالية و فرق عمل مشتركة لحل المشاكل (مرجع سابق).

خامساً: المجتمع المحلي: يمكن الإشارة إلى أهم المعايير الخاصة بالمجتمع كصاحب مصلحة من وجود منظمات الأعمال بالآتي: المساهمة في دعم البنى التحتية للمجتمع، خلق فرص عمل جديدة، دعم الأنشطة الاجتماعية، المساهمة الإيجابية والفاعلة في حالات الطوارئ والكوارث الطبيعية، الصدق بالتعامل وتزويد المجتمع المحلي والفني والثقافي وأن تكون المنظمات شفافة في تعاملها، احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع، دعم مؤسسات المجتمع المدني، دعم متواصل للمؤسسات العلمية والاتجاه نحو تبني حاضنات الأعمال من أجل دعم الرواد والمبدعين (الغالبى والعامري، 2010).

سادساً: الحكومة: إن الحكومة تتوقع أن يكون لمنظمات الأعمال دوراً في المجالات التالية: الالتزام بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة من الحكومة، احترام تكافؤ الفرص بالتوظيف والعمل بقاعدة وضع الشخص المناسب في المكان المناسب، المساهمة بالصرف على البحث العلمي، تسديد الالتزامات الضريبية والرسوم وعدم التهرب الضريبي والمساهمة بحل مشكلات اجتماعية وثقافية واقتصادية وغيرها والمساعدة في التأهيل والتدريب المجتمعي (مرجع سابق).

سابعاً: المجهزون: يتوقع المجهزون أن تحترم منظمات الاعمال تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة والتي يمكن تلخيص أهمها: الاستمرار بالتجهيز والإمداد لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة، أسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة لمنظمات الأعمال، تطوير استخدام المواد المجهزة، تسديد الالتزامات والصدق في التعامل وتدريبهم على مختلف أساليب تطوير العمل من أجل ضمان جودة المواد المسلمة (مرجع سابق).

ثامناً: المنافسون: يتوقع المنافسون مؤشرات للأداء الاجتماعي اتجاههم منها: منافسة عادلة و نزهاء يكون فيه الأفضل أو الأحسن أحق في تحقيق نتائج ايجابية أكثر، عدم سحب العاملين والموظفين من الآخر بأساليب غير نزهاء ومشروعة وعدم الاضرار بمصالح الآخرين وبأي وسيلة كانت (مرجع سابق).

تاسعاً: الأقلّيات ونوي الاحتياجات الخاصة (الغالي والعامري، 2010):

(١) الأقلّيات: تنتظر من منظمات الأعمال دوراً اجتماعياً يساهم في تعزيز وجودها و المحافظة على

كيانها وهويتها، عدم التعصب ونشر روح التسامح نحوها، التعليم والحق في إقامة الشعائر الدينية، المساواة في التوظيف و المساهمة في عملية دمجه بالمجتمع.

(٢) المعوقين: ينتظرون من المنظمات أن توفر لهم فرص عمل ومساعدتهم أن يكون لهم دور في

المجتمع، توفير التدريب والتطوير لهم، توفير أدوات خاصة بما تساعدهم على مواصلة حياتهم اليومية و دعم الجمعيات التي تساعد على دمجهم في المجتمع.

(٣) النساء: تتوقع هذه الشريحة أن تبادر المنظمات بتوظيف عادل تتباعد فيه عن التحيز ضد النساء،

إجازات مدفوعة الأجر في حالات الولادة، مساواة في الأجور وظروف العمل، واحترام خصوصية المرأة وفرص ترقية وتدريب.

(٤) الشّبَاب: يوجد بعض المتطلبات لهذه الفئة منها فرص تدريب وعمل مناسبة أثناء الإجازات الدراسية،

أنشطة شبابية و رياضية، مكافأة المتفوقين وتشجيعهم، عدم التحيز لفئة معينة منهم و تشجيعهم على التفكير العلمي.

(٥) كبار السن: تنتظر من المنظمات الاهتمام بقدمى العاملين وتقديم الممكن لهم، المساعدة في تقديم

العلاج للمصابين منهم وإنشاء أندية ومقاهي ومكتبات لهم.

٦) الأطفال: تنظر هذه الفئة إلى الحفاظ على الطفولة واحترام حقوقها، منتجات آمنة لاستخدامات الأطفال، توفير ملاعب ومساحات لهم، معالجة الحالات الخاصة ووضع علاوات مناسبة خاصة بأطفال العاملين (مرجع سابق).

عاشراً: جماعات الضغط: تطالب هذه الفئة منظمات الأعمال بعدة مطالب منها التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام أنشطة جماعات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها، التعامل الصادق مع وسائل الإعلام، احترام رأي الأقلية، احترام مبدأ الاستشارة ببعض القضايا والصدق بالتعامل ونشر المعلومات عن حالة المنظمة وتطورها (مرجع سابق).

### 2.1.8 المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال

تقتضي الضرورة وجود علاقة إيجابية بين أخلاقيات الأعمال و تبني منظمات الأعمال لمسئوليتها الاجتماعية. إن الأخلاقيات والسلوك الأخلاقي في الأعمال يفترض أن تكون أبعد من مجرد الحسابات الاقتصادية أو توسيع المشاركة الجماعية وأنها ترتبط بالنزعات الأخلاقية لدى الإنسان. في هذا السياق نجد منظمات أعمال ذات توجه اجتماعي والتزام أخلاقي عالي و في هذه الحالة فإن المنظمة منسجمة في طبيعة التزاماتها الاجتماعية مع مجمل الجوانب الأخلاقية القانونية منها وغير القانونية، كذلك قد نجد منظمات أخرى في الجانب المعاكس لهذا الموقف لكونها منظمات غير ملتزمة أخلاقياً و غير مبادرة في أن تتبنى أي مسؤوليات اجتماعية تجاه مختلف الأطراف. وتبقى الحالات الأخرى من المنظمات التي قد نجد فيها من يلتزم بمسؤولية اجتماعية كبيرة لكنها أقل التزاماً بالجوانب الأخلاقية و السلوكيات المقبولة في قراراتها أما الحالات الأخرى والتي تكون فيها المنظمات ملتزمة أخلاقياً بحدود كبيرة لكنها تحجم عن تبني دور اجتماعي أكبر لأسباب عديدة إلا ما يفرضه القانون (الغالب و العامري، 2010).

إن المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تكون بشقين، الأول يتمثل في البعد الرسمي والمفروض بقوة القانون وهذا لا يمكن تجاهله، أما الثاني فهو بعد أخلاقي يتمثل بالالتزام والمبادرات الطوعية في الجانب الاجتماعي. إن هناك تداخل بين الإطار القانوني للعمل والذي يحمل جوانب الرضوخ للتعليمات والإجراءات القانونية والابتعاد عن كل ما يوقع المنظمة في إشكالات اتجاه أطراف أخرى بحكم القانون، في حين أن المسؤولية الاجتماعية تمثل التزاماً أوسع فهي مجموعة كبيرة من المبادرات تجاه مختلف الأطراف بعيداً عن الاهتمام بمصلحة المنظمة لوحدها أما الأخلاقيات فهي التزام أوسع و أعلى لكونها ترتبط بقيم و مثل عليا يفترض أن لا تخرقها المنظمة (نجم، 2000).

وفي أغلب الأدبيات الإدارية يستخدم مفهوما المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال كمترادفين لطبيعة العلاقة الكبيرة بينهما. يفترض أن تكون الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية قاعدة أساسية و مكون مهم من مفردات استراتيجية الأعمال وأن تؤخذ بنظر الاعتبار في قراراتها المهمة. إن الحقوق والواجبات والقيم يجب أن تكون معلنة في وصف واضح للمسؤولية الأخلاقية للمنظمة وتشير بوضوح إلى عوامل استراتيجية مشخصة في المنظمة فضلاً عن كون المكون الأخلاقي في استراتيجية الأعمال يتمتع بقدرة توفير نوع من التقييم للأعمال ومجاميع العمل وسلوكيات الأفراد (Ferrell & Fraedrich, 1994).

وفي حقيقة الأمر تلعب الإدارة العليا للمنظمة دوراً كبيراً من خلال تبنيها لاستراتيجيات تتحمل فيها مسؤولياتها الاجتماعية طوعية، إن هذا الأمر يدخل في إطار وجود ثقافة تنظيمية قوية أسست قواعد راسخة وأوجدت لغة مشتركة مرتكزة أساساً على السلوك الأخلاقي ومراعاة مصالح الجميع. كما أنه لا يمكن قبول الطرح النظري للإدارة العليا لكونها ملتزمة أخلاقياً أو لكونها تمتلك مدونة أخلاقية صيغت بعناية بل يفترض بالإدارة العليا أن تعطي القدوة الحسنة والمبادرة بالتطبيق الفعلي (الغالبى والعامري، 2010).

### 2.1.9 المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال في إطار أنشطة المنظمة

إن المسؤولية الاجتماعية الشاملة للمنظمة تتجسد من خلال التفاعل الإيجابي لمختلف الأنشطة والإدارات لكي تكون القرارات المتخذة من قبل المنظمة ذات أبعاد سلوكية إيجابية وكذلك لا تؤثر سلباً على مصالح أي من الفئات التي تتعامل معها المنظمة (الغالبى والعامري، 2010:231).

وسوف يتطرق فريق البحث للمسؤولية الاجتماعية في نشاطات المنظمة التالية: الإنتاج والعمليات، التسويق، الموارد البشرية، الإدارة المالية والمحاسبة و العلاقات العامة وذلك لكون هذه الأنشطة الأكثر ارتباطاً وتأثراً بقرارات المنظمة حول موضوع المسؤولية الاجتماعية.

#### 2.1.9.1 المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال في إطار وظيفة الإنتاج و العمليات:

- تتجسد المسؤولية الاجتماعية في هذه الوظيفة في مجالات قرارات كثيرة من أهمها (الغالبى والعامري، 2010) :
- مجال تصميم المنتج أو الخدمة: بحيث على المنظمة أن تراعي في تصميم المنتج العديد من الجوانب منها المواد الأولية المستخدمة وطبيعة هذه المواد وصلاحياتها وسلامة المستهلكين.

- تصميم مواقع الإنتاج: يجب أن يأخذ بنظر الاعتبار العديد من الجوانب و أولها سلامة العاملين وسهولة حركتهم وحركة معدات العمل في الموقع خاصة وأن هذه الجوانب تنعكس على كلفة الإنتاج وبالتالي أسعار هذه المنتجات.
- تكنولوجيا العمليات المستخدمة: مهما يكن نوع التكنولوجيا المستخدمة فإن لها تأثيرات جانبية وسلبية على العديد من جوانب الحياة اليومية لذلك فإن المنظمة الملتزمة اجتماعياً يجب أن تعالج بمنظور إنساني هذه الجوانب.
- تخطيط ورقابة الإنتاج: يمكن لإدارة الإنتاج أن تركز مسؤوليتها الاجتماعية باتجاه مختلف الفئات ذات المصلحة من خلال الفلسفة التخطيطية وآلية الرقابة التي تعتمدها في النظام الإنتاجي للمنظمة (العامري والتميمي، 2002).
- أخلاقيات الجودة: حيث على المنظمة أن تنتج منتجات ذات جودة و مواصفات عالية.
- الصيانة وتجنب الإخفاق: إن الصيانة ليست موضوعاً فنياً تتحمل المنشأة من خلاله تكاليف إضافية ويجب تخفيضها عبر الزمن بل هي التزام أخلاقي واجتماعي (الغالبى والعامري، 2010).

### 2.1.9.2 المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في التسويق:

إن المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الإطار التسويقي تتجسد وتظهر في مختلف آليات التسويق والأنشطة الفرعية المكونة له ومن أهمها (الغالبى والعامري، 2010):

1. حماية المستهلك ودراسة سلوكه: أصبح مفهوم حماية المستهلك مشتملاً على العديد من الأبعاد وردت في الإعلان الشهير لحقوق المستهلك و الذي حدد فيه الحقوق الرئيسية الستة التالية: حق الأمان، حق الحصول على المعلومات، حق الاختيار، حق سماع رأي المستهلك، حق تربية المستهلك و حق الخدمة.
2. التسعير: حيث يجب أن تكون سياسات التسعير المتبعة عادلة و معقولة توازن بين الكلفة و الربح المتحقق.
3. الإعلان و الترويج: يفترض بالمنظمة أن تعطي القوة الحسنة و المثال الذي يحتذى به في تبنيها لمسؤولية اجتماعية و أخلاقية من خلال البرامج الإعلانية و الترويجية، كما أن الإعلانات يجب أن تكون مدروسة بعناية من قبل متخصصين في العلوم النفسية و الاجتماعية.

### 2.1.9.3 المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الموارد البشرية:

يمكن لمنظمة الأعمال أن تجسد مسؤوليتها الاجتماعية وسلوكياتها الأخلاقية تجاه الموارد البشرية من خلال وسائل عديدة من أهمها (الغالي و العامري، 2010):

أ. تعبئة واستقطاب الموارد البشرية: إذا ما كانت إجراءات الاستقطاب سليمة فإنها تنعكس إيجابياً على المنظمة من خلال عملية الاختيار والتعيين.

ب. المقابلة والاختبار والاختيار والتوظيف: ويمكن النظر إلى هذه الإجراءات إذا ما اتسمت بالمسؤولية والمصداقية والشفافية والعدالة فإنها تمثل استثماراً في الجوانب الاجتماعية ينعكس إيجاباً على الموارد البشرية وإدارتها في المنظمة (Waring and Lower, 2004).

ج. التدريب والتطوير: يمكن أن تجسد إدارة الموارد البشرية التزامها الأخلاقي والاجتماعي من خلال أنشطة التدريب والتطوير المختلفة بحيث تنعكس هذه الأنشطة إيجاباً لصالح العاملين والمنظمة والمجتمع.

د. الأجور والمكافآت: تتجسد في الأجور والمكافآت جوانب مسؤولية اجتماعية كبيرة وجوانب أخلاقية متعددة ويمكن للمنظمة أن تلتزم بها إذا نظرت إلى هذه التعويضات بمنظور شمولي وبأن لها علاقة برفاهية المجتمع وتطوير الأداء في المنظمة.

هـ. تقييم أداء العاملين: إن عملية تقييم الأداء يفترض أن تكون متكاملة بحيث تتضمن القياس والتقييم والتقييم ضمن إطار رسمي وبمعايير ذات قدرة على إعطاء معنى محدد لما يراد قياسه (Schuler, 1995).

### 2.1.9.4 المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الإدارة المالية والمحاسبية:

من الممكن فحص بعض القضايا الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في إطار أهم الوظائف في المجال المالي والمحاسبي كالاتي (الغالي و العامري، 2010):

(1) الاستثمار: ويعتبر من الوسائل للحد من البطالة، ويفتح آفاق جديدة للاستثمار في مجالات جديدة تساهم في تقديم سلع وخدمات يحتاجها المجتمع، ويعمل على توفير موارد للدولة من خلال الضرائب وغيرها. وعليه فإن الاستثمار

تتجسد فيه معالم كبيرة لممارسة منظمات الأعمال مسؤوليتها تجاه مختلف الفئات وأن تكون هذه القرارات مستندة إلى سلوك أخلاقي قويم.

(٢) المحاسبة المالية و الإدارية: يفترض بالمحاسب المالي والإداري في المنظمة أن يقيم أنشطته وإجراءاته في إطار أخلاقيات نظرية عامة.

(٣) الاستشارات المالية و المحاسبية: حيث أن من أهم الالتزامات الأخلاقية والاجتماعية لمن يعمل في الاستشارات المالية والمحاسبية عدم إفشاء الأسرار المالية والمحاسبية للشركة لأي جهة كانت، التقدير العادل والصحيح للأتعاب التي يستحقها، عدم التورط أو تسهيل أعمال التزوير.

### 2.1.9.5 المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في العلاقات العامة:

ضمن بيئة منظمة الأعمال فإن إدارة العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً حيث أنها تعزز الثقة المتبادلة بين المنظمة ومختلف الجهات الداخلية والخارجية ففي إطار تعزيز الثقة مع الجهات الداخلية كالعاملين والإدارة يجب أن تلتزم بمعايير السلوك الأخلاقي المسؤول من خلال زيادة وعي العامل بحقوقه و توضيح تشريعات و إجراءات صادرة من المنظمة و الخاصة بجوانب العمل المختلفة (جودة، 2002).

أما ما يخص العلاقات مع الفئات الخارجية فإن إدارة العلاقات العامة تجري دراسات واستقصاءات دورية لمعرفة توجهات الزبائن تجاه سياسات الشركة وإشراك هؤلاء الزبائن في المناسبات المهمة والاتصال بوسائل الإعلام وتزويدهم بالمعلومات الصادقة والالتزام بالمواعيد معهم (الغالبى والعامري، 2010).

ويوجد ستة قيم أساسية تمثل سلوكيات مهنة العلاقات العامة وهي: الدفاع و المحاماة، النزاهة، الخبرة، الاستقلالية، الولاء والعدالة (Seitel, 2004).

### 2.1.10 المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال في الوظائف الادارية

#### 2.1.10.1 المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوظيفة التخطيط: من أهم الجوانب الاجتماعية

والأخلاقية المتعلقة بالوظيفة التخطيطية (الغالبى والعامري، 2010):



١. المضمون الأخلاقي والاجتماعي للفلسفات التخطيطية: لقد كانت الفلسفة التخطيطية التي تعتمد عليها المنظمات هي الفلسفة المثالية التي تمثل الحد الأدنى للالتزام الاجتماعي والأخلاقي، بعد ذلك فلسفة الرضا ومثلت قدرة المنظمة على التجاوب مع متطلبات فئات كثيرة وفلسفة التكيف تمثل استجابة متكيفة مع متطلبات بيئة متغيرة.
٢. أن تكون القيم والأخلاق مرتكزات أساسية للعملية التخطيطية والخطط: تشمل القيم مجمل الاتجاه الاستراتيجي للمنظمة (الرؤية والرسالة والأهداف الاستراتيجية). إن قيم الإدارة العليا ومنظورها للعلاقات بين مختلف أصحاب المصالح ورؤيتها لدور المنظمة في المجتمع تنعكس على جميع خطط المنظمة.
٣. الموازنة الأخلاقية والمسؤولية للأهداف في إطار الخطة: إن توزيع الموارد ضمن العملية التخطيطية يجب أن يكون مستنداً إلى العدالة والموضوعية بعيداً عن التحيز بكافة أشكاله (Harbone, 1999).

#### 2.1.10.2 المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في وظيفة التنظيم: إن الجوانب الاقتصادية والمسؤولية

تتجسد بشكل كبير في الجوانب التنظيمية المختلفة ومن أهمها (الغالبى والعامري، 2010):

- (١) ضرورة إيجاد وحدات أو هيئات في الهيكل التنظيمي تقوم كحلقات وصل بين المنظمة والجهات الخارجية تعمل على رسم صورة اجتماعية إيجابية للمنظمة.
- (٢) يمكن للمنظمة أن تتحمل مسؤوليتها وتجسد سلوكها الأخلاقي من خلال الاهتمام بالتنظيم غير الرسمي.
- (٣) ضرورة أن تكون المنظمة نظاماً مفتوحاً على المجتمع حيث تتفاعل جميع العناصر التنظيمية حتى تأخذ أهداف المنظمة صيغة مقبولة من فئات أصحاب المصالح.
- (٤) يمكن أن يبرز الدور الأخلاقي والاجتماعي للسلوك التنظيمي في تقوية الولاء للمنظمة.
- (٥) تظهر مسؤولية المنظمة الاجتماعية بشكل جلي من خلال الاهتمام بمناخ تنظيمي صحي تتسم أبعاده بالمرونة والاهتمام بأنماط استخدام السلطة والاهتمام بالأمن الوظيفي للعاملين وغيرها.

### 2.1.10.3 المسؤولية الاجتماعية في وظيفة التوجيه: تتجسد وظيفة التوجيه في بعدين :

١. القيادة: وفي هذا البعد يتم الحديث عن القيادة التحويلية كاتجاه في القيادة معززاً بأبعاد يغلب عليها الطابع الأخلاقي والسلوكي (Bass and Seltzer, 1990). ومن أهم سمات القائد الملتزم أخلاقياً واجتماعياً (الغالبى و العامري، 2010):

- أ- يلتزم بجوانب العمل الكفو ممثلاً بالعدالة وصدق التعامل واحترام العاملين.
- ب- الاهتمام بعمليات التقييم للعاملين والرغبة الصادقة في وضع الشخص المناسب في المكان المناسب (الغالبى و العامري، 2010).
- ت- ربط نظام الحوافز بمؤشرات موضوعية قائمة على أساس تقييم أداء عادل ودقيق لجميع العاملين (مرجع سابق).
- ث- أن يكون الاهتمام بنفس القدر و متوازناً بالإنتاج والعمل والأفراد العاملين.
- ج- للقيادة دور كبير في حسم الصراعات من خلال تعاملها الإيجابي والعدالة وعدم التحيز (مرجع سابق).

ح- الاهتمام ببناء القيادة البديلة وهو أمر مهم لاستمرارية عمل المنظمة.

خ- إن أقصى التزام أخلاقي واجتماعي هو الذي يؤدي إلى الوصول بالرضا الوظيفي.

٢. التحفيز: في إطار هذا البعد يمكن أن يلعب نظام الأجور دوراً فعالاً خاصة وإن كان مرتبطاً بمبادئ تجعله مثصفاً بالتجديد والديناميكية كالاتي (الغالبى و العامري، 2010):

- أ- أن يتوافق برنامج التحفيز ونظام الأجور مع ثقافة المنظمة وأهدافها الأساسية.
- ب- ربط التحفيز ونظام الأجور بمجمل التغييرات الأخرى في المنظمة.
- ت- توقيت تطبيق نظام الأجور بحيث يتفاعل ويدعم مبادرات التغيير في المنظمة.
- ث- تتجسد المسؤولية والسلوك الأخلاقي في نظام التحفيز من خلال تحقيق الديمقراطية والعدالة في سياسات الأجور والرواتب.
- ج- يجب إزالة الغموض والتداخل بين عناصر نظام الأجور، ويجب أن تعي قيادة المنظمة كون نظام الأجور يتكامل مع بقية عمليات الموارد البشرية.

ح- ضرورة معرفة العلاقة ذات التأثير التبادلي بين نظام الأجور والرواتب والنتائج.

#### 2.1.10.4 المسؤولية الاجتماعية في وظيفة الرقابة: من أهم الجوانب الاجتماعية والأخلاقية التي

يجب مراعاتها في النظام الرقابي وأنشطة العملية الرقابية (الغالبى والعامرى، 2010):

١. أن تشمل الأنشطة الرقابية إجراءات متعددة ترتبط بعضها بالجوانب الفنية والآخر منها بالجوانب السلوكية والذاتية للعاملين.
٢. أن ينمي جوانب الاستقلالية والحرية وروح النقد والإبداع والحوار.
٣. أن لا ينظر إلى المنظور الرقابي بمنظور ضيق.
٤. إن الخلل في النظام الرقابي وعدم دقته سيؤثر سلباً على الروح المعنوية للعاملين أو العلاقة مع الزبائن أو العلاقة مع جهات أخرى وهذه كلها تؤثر سلباً على النظرة الاجتماعية للمنظمة.

#### 2.1.10.5 المسؤولية الاجتماعية في الإدارة الاستراتيجية: في إطار المسؤولية الاجتماعية على

المستوى الاستراتيجى يمكن مراعاة ما يلي (الغالبى و العامرى، 2010):

١. أن تتحمل منظمات الأعمال مسؤولية اجتماعية منسجمة مع قدرتها التأثيرية وإمكاناتها في تحقيق الأرباح.
٢. أن يكون التوجه الإستراتيجى للمنظمة توجهاً سليماً وصادقاً ويصب دائماً باتجاه بناء منظمة تجسد الممارسة الأخلاقية الصادقة السلوكيات الانسانية المنضبطة.
٣. أن تكون المبادرات الاجتماعية في إطار انساني واجتماعي واسع يفيد فئات المجتمع الاكثر تضرراً وحاجة.
٤. أن تتبنى منظمة الأعمال برنامجاً محدداً وواضحاً تمارس من خلاله مسؤوليتها الاجتماعية.
٥. أن تكون المبادرات الاجتماعية للمنظمة متفوقة على الالتزام القانوني المفروض ضمن التشريعات والأنظمة المعمول بها (مرجع سابق).

## 2.1.11 المسؤولية الاجتماعية في الإسلام

يعتبر الدين الإسلامي أول من اهتم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية ونظم طبيعة العلاقات بين أفراد المجتمع، وطالب كل فرد أن يقوم بواجباته تجاه الآخرين وجاء بالعديد من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة التي تنظم العلاقة بين المؤسسة والمجتمع و منها قوله تعالى "وتعاونوا على البرِّ والتقوى" (المائدة: ٣)، وقوله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "وسلم يقول كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته الإمام راع ومسئول عن رعيته والرجل راع في أهله وهو مسئول عن رعيته والمرأة راعية في بيت زوجها ومسئولة عن رعيتها والخادم راع في مال سيده ومسئول عن رعيته قال وحسبت أن قد قال والرجل راع في مال أبيه ومسئول عن رعيته وكلكم راع ومسئول عن رعيته" (رواه البخاري) (الزعتري، 2010).

وإن كان الفرد مطالباً بمسؤولية اجتماعية، فعلى مستوى الجماعات ومنظمات الأعمال تكون المسؤولية أعظم. إن الأداء الاجتماعي يجمع بين المسؤولية الملزمة من الشريعة الإسلامية و بين الالتزام الذاتي من المسلم تقرباً لله عز وجل. فالزكاة والحقوق الواجبة للأقارب والجيران والكفارات ملزمة شرعاً. والوقف والصدقات التطوعية الأخرى تدخل في مجال الالتزام الذاتي من المسلم يقوم بها لنيل الثواب من الله عز وجل. لم يتوقف التشريع الإسلامي عند حد الأمر والحث على المسؤولية الاجتماعية وإنما نظم كيفية هذا الأداء في أساليب وأدوات وآليات محددة بدقة. يتضح هذا في فقه الزكاة وفقه الوقف والحقوق الواجبة للعمال، والإحسان والسماحة مع العملاء والموردين (الزعتري، 2010).

نظم الإسلام المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه أصحاب المصلحة وسيتناول فريق البحث المسؤولية الاجتماعية من منظر إسلامي تجاه كل من العاملين، المجتمع، المستهلكين، الحكومة، الموردين والبيئة:

- المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه العاملين فيها: تضمنت الشريعة الإسلامية ضوابط حفظ حقوق العاملين من أهمها (وهيبة، 2008):

▪ للعامل الحق في مستوى معيشي لائق، فأنه عز وجل كرم الإنسان و رفعه فوق كل المخلوقات فلا يجوز أن تكون كرامته عرضة للانتقاص بسبب عدم كفاية أجره للوفاء بحاجاته الأساسية و حاجات من هم في كفالته، ولقد أكد الله سبحانه وتعالى على ذلك فقال: ﴿وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ﴾ (الأعراف: ٨٥).

## 2.1.11 المسؤولية الاجتماعية في الإسلام

يعتبر الدين الإسلامي أول من اهتم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية ونظم طبيعة العلاقات بين أفراد المجتمع، وطالب كل فرد أن يقوم بواجباته تجاه الآخرين وجاء بالعديد من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة التي تنظم العلاقة بين المؤسسة والمجتمع و منها قوله تعالى "وتعاونوا على البرِّ والتقوى" (المائدة: ٣)، وقوله صلى الله عليه و سلم: "وسلم يقول كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته الإمام راع ومسئول عن رعيته والرجل راع في أهله وهو مسئول عن رعيته والمرأة راعية في بيت زوجها ومسئولة عن رعيتها والخادم راع في مال سيده ومسئول عن رعيته قال وحسبت أن قد قال والرجل راع في مال أبيه ومسئول عن رعيته وكلكم راع ومسئول عن رعيته" (رواه البخاري) (الزعتري، 2010).

وإن كان الفرد مطالباً بمسؤولية اجتماعية، فعلى مستوى الجماعات ومنظمات الأعمال تكون المسؤولية أعظم. إن الأداء الاجتماعي يجمع بين المسؤولية الملزمة من الشريعة الإسلامية و بين الالتزام الذاتي من المسلم تقرباً لله عز وجل. فالزكاة والحقوق الواجبة للأقارب والجيران والكفارات ملزمة شرعاً. والوقف والصدقات التطوعية الأخرى تدخل في مجال الالتزام الذاتي من المسلم يقوم بها لنيل الثواب من الله عز وجل. لم يتوقف التشريع الإسلامي عند حد الأمر والحث على المسؤولية الاجتماعية وإنما نظم كيفية هذا الأداء في أساليب وأدوات وآليات محددة بدقة. يتضح هذا في فقه الزكاة وفقه الوقف والحقوق الواجبة للعمال، والإحسان والسماحة مع العملاء والموردين (الزعتري، 2010).

نظم الإسلام المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه أصحاب المصلحة وسيتناول فريق البحث المسؤولية الاجتماعية من منظر اسلامي تجاه كل من العاملين، المجتمع، المستهلكين، الحكومة، الموردين والبيئة:

• المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه العاملين فيها: تضمنت الشريعة الإسلامية ضوابط حفظ حقوق العاملين من أهمها (وهيئة، 2008):

▪ للعامل الحق في مستوى معيشي لائق، فانه عز وجل كرم الإنسان و رفعه فوق كل المخلوقات فلا يجوز أن تكون كرامته عرضة للانتقاص بسبب عدم كفاية أجره للوفاء بحاجاته الأساسية و حاجات من هم في كفالته، ولقد أكد الله سبحانه وتعالى على ذلك فقال: ﴿وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ﴾ (الأعراف: ٨٥).

▪ التعجيل في إعطاء أجر العامل لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم قوله: " أعطوا الأجير أجره قبل أن يجف عرقه " (رواه البخاري).

▪ حق العامل في الحرية وإبداء رأيه والمشاركة في اتخاذ القرارات في إطار مبدأ الشورى والتي أشار إليها الله عز وجل: ﴿ وَأْمُرْهُمْ شُورَىٰ تَتَّبِعُهُمْ ﴾ (الشورى : ٣٨).

▪ أن تكفل الشركة للعامل حق الكفاية عند العجز أو البطالة وفي ظل الأزمات، وقد وضع الإسلام نظاما فريدا للضمان الاجتماعي يضمن لكل إنسان حق الحياة الكريمة وقوام هذا الضمان هو نظام الزكاة ونظام الزكاة التكافل الاجتماعي.

▪ الأصل في الشريعة الإسلامية أنها تقوم على الرحمة والسعة والرفق والتيسير، لذا يجب أن يشمل اليسر علاقات العمل، من خلال تجنب كل ما يؤدي إلى إرهاق صحة العامل أو حرمانه من حق الراحة الضرورية، مع عدم تكليف العامل بما لا طاقة له به، مصداقا لقوله تعالى: " وما أريد أن أشق عليك " ( القصص ٢٧).

• يجب على صاحب العمل أن يمكن العامل من أداء ما افترضه الله عليه من طاعة كالصلاة والصيام، فالعامل المتدين أقرب الناس إلى الخير ويؤدي بإخلاص (وهيبة، 2008).

• تحسين علاقات العمل، وصون الحقوق من خلال إقامة الحق والعدل بين الناس، ذلك أن إقامة الحق والعدل تشد علاقات الأفراد بعضهم ببعض وتقوى الثقة بين العامل وصاحب العمل وتنمي الثروة وتزيد من الرخاء ويمضي كل من العامل وصاحب العمل إلى غايتهما في العمل والإنتاج دون أن يقف في طريقه ما يعطل نشاطه (مرجع سابق).

• ساوى الإسلام بين الرجل والمرأة في حق العمل، فأباح للمرأة أن تضطلع بالوظائف والأعمال المشروعة التي تحسن أدائها ولا تنتافر مع طبيعتها ولم يقيد هذا الحق إلا بما يحفظ للمرأة كرامتها و يصونها من التبذل (مرجع سابق).

• مسؤولية الشركة تجاه المجتمع من منظور إسلامي: حث الدين الإسلامي على ضرورة أن يكون للمجتمع الذي تعمل فيه المنظمة نصيب من الخير الذي يجنيه جراء قيامها بأنشطتها المختلفة، و يمكن الاستشهاد بقوله صلى الله عليه وسلم : "خيركم خيركم لأهله" أخرجه الترمذي، و تنعكس رؤية الإسلام لمشاركة منظمات الأعمال في التنمية الاجتماعية من خلال عدة نشاطات منها(وهيبة، 2008):

- تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للجميع بلا تفریق بين جنس أو طبقة أو لون أو دين، أي أن الجهد الإنساني كله يجب أن يتعاون في إيجاد التنمية الاجتماعية الشاملة.
- لا يجوز للشركات ممارسة الاستغلال لأنه يعني سلب الحق للغير، وإضافته إلى حق آخر دون تعويض، وهذا سيؤدي إلى سوء توزيع الثروات، و لذلك وضعت الشريعة الإسلامية قيوداً على التملك لصيانة حرمة لأن المال مال الله له وظيفة اجتماعية و لا بد أن يكون الحصول عليه شرعياً.
- التكافل الاجتماعي طريق مهم يمكن أن تساهم المنظمات من خلاله بضمان حقوق الأفراد في المجتمع، و الزكاة هي أهم مظهر للتكافل الاجتماعي (وهيبة، 2008).
- منع التعسف في استعمال الحق وتحديد حرية الأفراد لصالح الجماعة، و الانتفاع بالمباح بشرط عدم الضرر بالمصلحة العامة (مرجع سابق).
- الابتعاد عن المعاملات التجارية التي تؤثر سلباً على المجتمع والابتعاد عما حرمه الإسلام مثل الربا والاحتكار والغش والربح الفاحش والاحتياز (مرجع سابق).
- العمل هو حق وواجب في نفس الوقت، فهو حق للفرد قبل المجتمع بتوفيره وواجب عليه أيضاً قبل المجتمع، و يبني التزام المنظمة بتوفير العمل لكل قادر و التزام كل قادر بتقديم العمل إلى المنظمة، فلا مكان للعاطل جبراً و اختياراً لأن كل طاقة إنسانية فاعلة لا بد أن تسخر لخدمة أغراض الإنتاج والتنمية وتوفير أسباب الارتقاء بها (مرجع سابق).
- الاقتصاد الإسلامي هو اقتصاد قناعة، و في ذلك حث للشركات على ضرورة الاستخدام الأمثل و المخطط للموارد، فلا تحدث حينئذ مشكلة اقتصادية حقيقية (مرجع سابق).
- ممارسة العمل الخيري و العمل الاجتماعي التطوعي سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل، و دعم المؤسسات الخيرية، و تمويل المشاريع الاجتماعية و التنمية (مرجع سابق).
- المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك من منظور إسلامي: وضع الإسلام إطاراً أخلاقياً محددًا لعمليات التجارة التبادل، وفرض العقوبات التي تكفل حماية المستهلك، والحث على الأمانة في البيع والشراء وعدم الغش، وفي هذا قال الله تعالى: "فأوفوا الكيل و الميزان و لا تبخسوا الناس أشياءهم و لا تفسدوا في الأرض بعد إصلاحها ذلكم خير لكم إن كنتم مؤمنين" (الأعراف، الآية ٨٥)، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من غشنا فليس منا" (رواه مسلم) (وهيبة، 2008).

وحول جودة المنتج أشار عليه الصلاة والسلام بقوله: "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه" (رواه الطبراني).

ومن أجل تنظيم العلاقة بين البائع والمشتري انشأ رسول الله صلى الله عليه وسلم نظام الحسبة و التي تعني أمر الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله، وقد شمل قانون الحسبة أكثر من خمسين صنعة، لكل منها مواصفات محددة على صاحبها الالتزام بها ويتعرض لمراقبة المحتسب بشكل مستمر (وهيبة، 2008).

كما أن الشريعة الإسلامية تحمي المستهلك من المنتج حيث أمر الإسلام المنظمة بتجنب إنتاج المحرمات والخبائث، وبإتقان الصنع وترشيد النفقات حتى تكون الأسعار في متناول المستهلك، كما أمر الإسلام بحرية المعاملات في الأسواق وأن تكون خالية من الغش والتليس والمقامرة والجهالة والغرر والمعاملات الربوية والبيع المحرمة، وكل صيغ أكل أموال الناس بالباطل وصيغ الميسر (مرجع سابق).

• **المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه الحكومة:** منظمات الأعمال مسؤولة اجتماعياً تجاه الحكومة حيث عليها أن تلتزم بدفع الضرائب المفروضة وممارسة العمليات التجارية والأنشطة وفقاً للقوانين التي تحددها الحكومة، كما ينبغي أن تشارك المنظمة في الأنشطة الاجتماعية وتكون داعمة لسياسات الحكومة خصوصاً تلك التي تدعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية (مرجع سابق).

• **المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين:** قدم الإسلام توجيهات واضحة يتعين إتباعها لتنظيم العلاقة بين المنظمة و الموردين المتعاملين معها، من أهمها ضرورة وجود عقد مكتوب يوضح كل ما يتعلق بالتعاملات المالية والتجارية، مع توفر الشهود حين توقيعها، و يدعو الإسلام إلى الوفاء بكل الالتزامات تجاه الموردين و تسويتها وفقاً لما اتفق عليه من قبل (مرجع سابق).

• **المسؤولية الاجتماعية للشركة تجاه البيئة من منظور إسلامي:** من المبادئ الشرعية التطبيقية في الحفاظ على البيئة ما يلي (وهيبة، 2008):

■ **حفظ البيئة من التلوث:** يكون الفساد بتلويث البيئة بما يقذف فيها من عناصر مسمومة، أو بما يغير من النسب الكمية أو الكيفية لمكونات البيئة، ومن بين الأحكام المتعلقة بصيانة البيئة ما يوجب على الإنسان الطهارة في حياته كلها، ابتداء من طهارة الجسم إلى طهارة الثوب والآنية والمنزل، وانتهاء بطهارة الشارع والأماكن العامة (مرجع سابق).



■ **حفظ البيئة من فرط الاستهلاك:** كثيرة هي النصوص الشرعية في ذم التبذير والإسراف وهو الإنفاق في غير حق سواء في الماء أو الشجر أو سائر موارد البيئة، وفي الاقتصاد والتوسط بين الإسراف والبخل ولاسيما فيما هو محدود الكمية (مرجع سابق).

■ **حفظ البيئة بالتنمية:** لما كانت بعض الموارد تصير بالاستهلاك إلى نفاذ ليس له جبر فإن التشريع الإسلامي جاء يصونها بالترشيد في ذلك الاستهلاك، ولكن الموارد التي تصير هي أيضا إلى النفاذ ولكنها تقبل الجبر جاء التشريع الإسلامي يوجه إلى صيانتها من النفاذ بترشيد استهلاكها، فانه جاء يوجه إلى صيانتها بالتمتع والتنمية (مرجع سابق).

### 2.1.12 معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

تواجه المنظمات عدداً من المعوقات لدى قيامها بتنفيذ الأعمال المرتبطة بمجالات المسؤولية الاجتماعية المختلفة، من بينها على سبيل المثال لا الحصر، عدم وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال المسؤولية الاجتماعية وتضع لها التشريعات والقوانين والأنظمة التي تعمل على ازدهارها وتطورها وانتشارها. من بين المعوقات كذلك، ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم أصحاب القرار في المنشآت ما يعوق تنفيذ عديد من البرامج ولا يحقق الأهداف المنشودة منها ويخلق في الوقت نفسه فجوة بين توجهات ومقاصد تلك البرامج والنتائج المتحققة عنها. أيضاً غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية، بما في ذلك غياب الهياكل التنظيمية والتشريعية وآليات العمل المرتبطة بتنفيذ البرامج إضافة إلى عدم توافر كوادر بشرية ووحدات أو إدارات متخصصة في مجال التخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية وتنفيذها، حيث غالباً ما تتناط أعمال نشاطات المسؤولية الاجتماعية لإدارات في المنشأة لا علاقة لها بالمسؤولية الاجتماعية. كما أن عدم وجود معايير أو مؤشرات يتم بموجبها تقييم أداء أعمال المسؤولية الاجتماعية، يجعل من الصعوبة بمكان التأكد من فعالية البرامج المطبقة وقدرتها على تحقيق الأهداف المرجوة منها، هذا إضافة إلى أن ضعف التنسيق بين المنشآت والجهات ذات الصلة بمجالات عمل المسؤولية الاجتماعية، وغياب المعلومات عن الاحتياجات الأساسية والفعلية في مجالات المسؤولية الاجتماعية يضعف من فاعلية تلك البرامج ويقلل من قيمتها التنموية والاجتماعية (الاقتصادية، 2010).

## 2.1.13 واقع القطاع الغذائي في فلسطين

تحتل الصناعات الغذائية الفلسطينية موقعاً حيوياً ضمن القطاع الصناعي الفلسطيني بشكل عام وضمن قطاع الصناعات التحويلية بشكل خاص، فقد بلغ عدد المؤسسات في صناعات المنتجات الغذائية والمشروبات في الضفة الغربية وغزة (٢٥٤٨) منشأة منها (١٩٣٨) منشأة في الضفة الغربية حسب إحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني لعام ٢٠٠٧، حيث تمثل ما نسبته (١٥.٨%) من مجموع منشآت القطاع الصناعي و(١٦.٦%) من مجموع المنشآت الصناعية التحويلية، كما توظف الصناعات الغذائية والمشروبات (١١٧٣١) عاملاً يمثلون (١٧.٣%) من عدد العاملين في قطاع الصناعات الفلسطينية و(١٨.٧%) من عدد العاملين في الصناعة التحويلية (ابورميلة، ٢٠١١).

إلا أن هذا القطاع يعاني من عراقيل ومعوقات تمنع من تطوره ولاسيما المنافسة (المحلية والعالمية) الشديدة في القطاع الصناعي بعد فتح باب الاستيراد بشكل كبير، واتجاه المستهلك لشرط السلع الإسرائيلية والأجنبية لاعتقاده أن جودتها أعلى من المنتجات الغذائية الفلسطينية، وتعدد البدائل والتغليب العالمي أحدث تطور في بعض المنشآت التي لا تستطيع أن تتماشى مع هذا التغيير. قطاع الصناعات الغذائية في محافظة الخليل ودوره في رفع المؤشرات الاقتصادية وتوفير فرص العمل، إلا أن هذا القطاع مهمل ولديه تطلعات تنموية وفرص استثمارية جاذبة في ظل المتغيرات الحالية (ابورميلة، ٢٠١١).

## 2.2 الدراسات السابقة

في هذا البحث سيتم عرض جود بعض الباحثين العرب بالأدب في حق المسؤولية الاجتماعية، كما سيتم تلخيص في الدراسات العربية، الدراسات الأجنبية، التطور على الدراسات السابقة.

### 2.2.1 الدراسات العربية:

#### 2.2.1.1 دراسة (الشمس، 2010) بعنوان:

مسؤولية الاجتماعية للشركات المدروسة في ضوء تطبيق لنموذج المالبي وعلاقتها بالبيئة.

## الفصل الثاني

### المبحث الثاني الدراسات السابقة

موضوع الدراسة يدور حول الشركات المدروسة في ضوء تطبيق لنموذج المالبي، كل عام 2014 في منطقة الغربية والتي يبلغ عددها 17 من أصل 41 والتي تمثل في المقام الأول قطاع التأمين، قطاع البناء، قطاع الصناعة، قطاع الاستثمار وقطاع التجارة.

في استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة كما اعتمدت الباحثة استخدام الأداة لجمع المعلومات المتعلقة بوضع الشركات المدروسة في ضوء تطبيق لنموذج المالبي لتسوية الحصول على المعلومات من وجهة الشركات، كما اعتمدت الباحثة الأبحاث السابقة من كتب ودراسات ومجلات لتوضيح كل من أهمية المسؤولية الاجتماعية، أبعادها، نتائجها، ومساهمتها في التنمية في القطاع، كدفع وراء التي لها المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الاجتماعية كحد كل من المثلين، نوع أسئلة البحث، واستخدام المنهج

## 2.2 الدراسات السابقة

في هذا المبحث سيتم عرض جهود بعض الباحثين العرب والأجانب في حقل المسؤولية الاجتماعية. هذا المبحث مقسم إلى الدراسات العربية، الدراسات الأجنبية، التعليق على الدراسات السابقة.

## 2.2.1 الدراسات العربية:

## 2.2.2.1 دراسة (التميمي، 2010) بعنوان:

"المسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية وعلاقتها بالربحية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية وعلاقته بالربحية من خلال التعرف على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه كل من العاملين، البيئة، سوق العمل والمجتمع، بالإضافة إلى التعرف على مستوى الربحية لهذه الشركات ومن ثم التعرف على العلاقة بين كون الشركة مسؤولة اجتماعياً و مستوى ربحيتها خلال الفترة (2004 - 2008) من خلال قياس كل من العائد على الاستثمار، العائد على الأصول، سعر الحصة السوقية، هامش الربح والإيراد لكل حصة.

مجتمع الدراسة: مدراء فروع الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية قبل عام 2004 في الضفة الغربية والتي يبلغ عددها 17 من أصل 41 والتي تتمثل في القطاعات التالية: قطاع التأمين، قطاع الخدمات، قطاع الصناعة، قطاع الاستثمار و قطاع البنوك.

تم استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة كما اعتمدت الباحثة المصادر الأولية لجمع المعلومات والاستبانة وجمع البيانات المتعلقة بآراء مدراء الفروع بالإضافة إلى استخدام تقارير الشركات السنوية للحصول على معلومات عن ربحية الشركات. كما استخدمت الباحثة الأبيات السابقة من كتب ودوريات ومجلات لتوضيح كل من مفهوم المسؤولية الاجتماعية، أبعادها، نماذجها ومحدداتها، دور المنظمة في المجتمع، الدوافع وراء تبني المنظمة للمسؤولية الاجتماعية، والمسؤولية الاجتماعية تجاه كل من العاملين، سوق العمل، البيئة، و المجتمع، الحجج

المعارضة للمسؤولية الاجتماعية، كما تمّ توضيح مفهوم الربحية وكيفية قياسه، ومفهوم المنظمات وميزاتها ومساوئها، كما تمّ توضيح مفهوم الشركات المساهمة العامة.

توصلت الباحثة إلى النتائج التالية: أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية لا يؤثر إيجاباً أو سلباً على ربحية الشركات المدرجة، كما أظهرت هذه الدراسة مسؤولية اجتماعية عالية للشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية تجاه سوق العمل ( المستهلكين، المزودين والمنافسين) ويتبعها مسؤوليتها تجاه العاملين، مسؤوليتها تجاه المجتمع المحلي وأخيراً كانت مسؤوليتها تجاه البيئة، أيضاً أن قطاع الصناعة هو الأكثر ربحية بين القطاعات وقطاع التأمين هو الأقل ربحية، كما أن قطاعي الخدمات والبنوك هي أكثر القطاعات مسؤولية وقطاعي الصناعة والاستثمار هي الأقل مسؤولية.

أوصت الباحثة بما يلي: على الشركات ذات مستوى ربحية جيد ومسؤولية اجتماعية جيدة أن تنتقل إلى الخطوة الثانية من خلال المشاريع التطوعية تجاه كل من العاملين لديها والمجتمع، أيضاً على الشركات أن تهتم بشكل أكبر بالعاملين لديها فمثلاً أن تقوم بمساعدة العاملين في حالة الزواج أو السفر للحج أو العمرة، وأوصت بأنه على الشركات بغض النظر عن حجمها أو القطاع الذي تعمل فيه أن تساعد في تقليل التأثيرات البيئية السلبية من خلال تقليل استهلاك الطاقة، تقليل الفاقد وإعادة تدوير المواد، أيضاً تطوير نظام خاص بالمحاسبة الاجتماعية لتمييز الشركات الاجتماعية من غيرها بالإضافة إلى تطوير طرق جديدة لقياس سمعة الشركات عن طريق مجموعة من المختصين والأكاديميين، كما على الجامعات والكليات إدخال المسؤولية الاجتماعية في مناهجها التدريسية لزيادة المعرفة في هذا المجال.

### 2.2.1.2 دراسة (السحبياني، 2009) بعنوان:

"المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تبني الشركات في المملكة العربية السعودية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، التعرف على تأثيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع السعودي والتعرف على المسؤولية

الاجتماعية للشركات ودورها في تحقيق التنمية في المجتمع السعودي. تم استخدام منهجين في هذه الدراسة هما المنهج الوصفي والمنهج التحليلي التقييمي.

استخدم الباحث المصادر الثانوية في جمع المعلومات من كتب وحلقات نقاش ووثائق ومجلات لتوضيح ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والدور التنموي للشركات، كما استخدم الباحث تطبيقات ونماذج من المملكة العربية السعودية.

توصل الباحث إلى النتائج التالية: أن هناك غياب واضح لآليات واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية داخل غالبية الشركات ومحدودية الأنشطة التي تمارسها الشركات في خدمة المجتمع و تركيزها على مجالات محددة، أيضاً غياب التقييمات والدراسات عن تأثير البيئة والمجتمع على قطاع الأعمال، كما توصل الباحث إلى أن عدم نشر وسائل الإعلام للمساهمات التي تقوم بها الشركات السعودية في المسؤولية الاجتماعية أدى إلى تشكيل انطباع لدى المجتمع السعودي بأن الشركات السعودية لا تقوم بدورها في هذا المجال.

أوصى الباحث بما يلي: أن تتبنى الشركات السعودية آليات واستراتيجيات محددة للمسؤولية الاجتماعية، ضرورة أن تتبنى الشركات السعودية مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالمعنى الشمولي، بثّ الوعي العام عبر وسائل الإعلام و ورش العمل حول المسؤولية الاجتماعية، كما على الحكومة أن تبذل جهود حثيثة لربط مفهوم العمل الخيري بالتنمية المستدامة بالإضافة إلى تشجيع الاستثمار الأجنبي على التقيد بالمعايير العالمية في مجالات الصحة والبيئة كما أوصت بإجراء المزيد من الدراسات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.

### 2.2.1.3 دراسة (وهيبة، 2008) بعنوان:

#### "المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور الاقتصاد الإسلامي"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور إسلامي و إبراز تميّز الفكر الإداري الإسلامي وشموليّته في نظريته للمسؤولية الاجتماعية مقارنةً بالأفكار الوضعية. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة.

اعتمدت الباحثة في جمعها للمعلومات على الأدبيات السابقة من كتب ودوريات ودراسات سابقة بالإضافة إلى القرآن الكريم لتوضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في الإسلام و أيضاً مفهومها في الفكر الإداري الوضعي.

توصلت الباحثة إلى النتائج التالية: أن أداء المسؤولية الاجتماعية في الإسلام واجب ديني وفضيلة إسلامية سبق الإسلام بها الأفكار والنظم المعاصرة، نظم التشريع الإسلامي كيفية أداء المسؤولية الاجتماعية من خلال أساليب محددة بدقة مثل: السماح مع العملاء والموردين وغيرها، أن المسؤولية الاجتماعية في الإسلام تتعدى العمل الخيري والتطوعي أو الهيئات المالية إلى بناء المساجد والمشاركة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية وغيرها، إضافة إلى أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية متأصلة في الإسلام من خلال آيات قرآنية وأحاديث شريفة وليست مستحدثة كما في الأنظمة الوضعية، كما تتميز المسؤولية الاجتماعية في الإسلام بنظرة شمولية، فهي لا تركز على النواحي المادية فقط كما هو الحال بالنسبة للأنظمة المادية الوضعية، إنما تشمل سائر المناحي الأدبية و الروحية.

أوصت الباحثة بما يلي: دعوة رجال الأعمال المسلمين إلى ضرورة المشاركة في البرامج الاجتماعية بروح إسلامية، كما يجب أن تعتبر منظمات الأعمال في المجتمعات الإسلامية أن قيامها بالمسؤولية الاجتماعية ليس لمجرد الاستجابة للضغوطات من المجتمع إنما هو واجب ديني متأصل في الشريعة الإسلامية، الارتكاز على أساليب التكافل الاجتماعي وأخلاقيات العمل التجاري التي وردت في التشريع الإسلامي، صياغة نظرية عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لدعم الفكر الإداري الإسلامي، كما أوصت بدعوة المفكرين في الاقتصاد والإدارة الإسلامية إلى البحث والدراسة في هذا المفهوم.

#### 2.2.1.4 دراسة (شاهين، 2010) بعنوان:

##### "المسؤولية الاجتماعية للجامعات: دراسة تحليلية وصفية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم وأهمية المسؤولية المجتمعية للجامعات والمساهمة في إيجاد أدب نظري أولي في مجال المسؤولية المجتمعية للجامعات، كما تهدف إلى وضع تصور لأداء المسؤولية المجتمعية للجامعات من خلال تأثيراتها في المجتمع ومراحل الأداء والتعرف على واقع أداء جامعة القدس المفتوحة في المسؤولية المجتمعية وتحديد المتطلبات للتعامل مع معوقات أداء الجامعة لدورها في المسؤولية المجتمعية.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، كما اعتمد الباحث على الأدبيات السابقة من كتب ودراسات لتوضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل عام ومفهوم المسؤولية الاجتماعية للجامعات بشكل خاص. كما تمّ توضيح واقع المسؤولية الاجتماعية لجامعة القدس المفتوحة.

توصل الباحث إلى أنّ الممارسات التي تتفّدها الجامعات في إطار المسؤولية المجتمعية تعدّ جزء من الواجبات والمهمّات التي تقوم بها الجامعة ضمن عملها اليومي وخطتها العامة، كما توصل الباحث إلى أن الدور الذي تقوم به جامعة القدس المفتوحة في مجال المسؤولية المجتمعية هو دور متميز وفاعل.

أوصى الباحث بما يلي: التوجّه نحو تطوير أداء الجامعات لمسؤوليتها المجتمعية في إطار منظم ومؤسّس، كما على الجامعات أن تقوم بوضع استراتيجيات تساهم بتفعيل دورها في دعم المسؤولية المجتمعية بدءاً بالتعامل مع المناطق الريفية والمهمّشة والمساهمة في المجتمع المحلي والعالمي وتعزيز دور المتقنين والأكاديميين في الشؤون العامة المحلية والعالمية وأن يكون هنالك ميثاق اجتماعي يكتب بين الجامعات والمجتمع في الجوانب المتعددة للمسؤولية الاجتماعية.

### 2.2.1.5 دراسة (حسين و الجميل، 2009) بعنوان:

"المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل: دراسة لآراء عيّنة من

منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كل من مفهوم أخلاقيات الإدارة وأخلاقيات العمل ومفهوم المسؤولية الاجتماعية، أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في إطار أخلاقيات العمل. كما تهدف إلى تشخيص آراء المبحوثين (أطباء، فنيين، إداريين) حول الاهتمام بأبعاد معينة للمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل مقارنة بالأبعاد الأخرى وتهدف إلى تحليل التباين في إجابات المبحوثين حول أبعاد البحث.

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي. كما اعتمد الباحثان على استخدام الأدبيات السابقة من كتب ودراسات لتوضيح مفهوم الأخلاق وأخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية و تحديد الأطر الأخلاقية بهدف توضيح أخلاقيات الأعمال وأخلاقيات المواطنة والسلوك الأخلاقي للأفراد العاملين.



كما استخدم الباحثان المصادر الأولية لجمع المعلومات التي وضحت في استمارة الاستبيان حيث وزعت على عينة من منتسبي عدد من مستشفيات مدينة الموصل لجمع البيانات.

توصل الباحثان إلى عدة نتائج من أهمها: هنالك العديد من الأبعاد الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين إذ يجب على المنظمات الأخذ بها، كما أظهرت نتائج تحليل ووصف متغيرات البحث أن أغلب فئات عينة البحث من الأطباء والفنيين والإداريين متفقون على أهمية أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في المستشفيات وضرورة توفيرها، كما أظهرت نتائج التحليل أن الغالبية العظمى من فئات الأفراد من الأطباء والفنيين والإداريين متفقون على أهمية أبعاد أخلاقيات الأعمال. أظهرت نتائج تحليل التباين بأن هناك فروق معنوية لإجابات المبحوثين من الأطباء والفنيين العاملين في المستشفيات في حين لم تظهر فروق معنوية لدى الإداريين وكان أهم متغير متميز لدى الأطباء هو ضرورة تقديم خدمات صحية للأفراد العاملين في المستشفيات مقارنة مع الخدمات الأخرى.

من أهم ما أوصى به الباحثان، ضرورة اهتمام المستشفيات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد أخلاقيات العمل كذلك من الضروري وضع خطة متكاملة للثقافة المنظمة التي يمكن أن تنتهجها المستشفيات وضرورة تزايد الاهتمام من قبل المستشفيات في تقديم خدمات للأفراد العاملين فيها وخاصة الخدمات الصحية وأن تسعى المستشفيات إلى منع تسرب أفرادها العاملين من خلال علاج مشكلات الغياب وتخفيض نسب دوران العمل ومعدلات إصابات العمل.

#### 2.2.1.6 دراسة (الغالبى و العامري، 2006) بعنوان:

"المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظم المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من

#### المصارف التجارية الأردنية"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة ونظم المعلومات فيها، وهدفت إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية وشفافية نظم المعلومات في المنظمات.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المصادر الأولية في جمع المعلومات التي وضّحت في استمارة الاستبيان و جمع البيانات المتعلقة بالمصارف التجارية الأردنية. كما تم استخدام المصادر الثانوية من كتب وندوات وتقارير ومجلات وجرائد لتوضيح كل من تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، أنماط المسؤولية الاجتماعية، عناصر المسؤولية الاجتماعية، ومفهوم ومكونات ووظائف نظم المعلومات.

وقد توصل الباحثان إلى نتائج عديدة منها وجود علاقة ضعيفة بين نمط المسؤولية الاجتماعية المعتمد وشفافية نظام المعلومات في المصارف، وضرورة وأهمية إدراك دور المسؤولية الاجتماعية في تطور المنظمات ووعيها بدورها الجديد في ظل نظام اقتصادي منفتح عالمياً ويتجه لتحميل المنظمات مسؤوليات كبيرة تخلت الدولة عنها نتيجة لعمليات الخصخصة وأنّ كون نظام المعلومات يعتبر مرآة للأطراف المختلفة ذات المصلحة فيجب توفّر الوضوح والشفافية. وأوصى الباحثان بضرورة زيادة وعي إدارات المصارف والمنشآت بأهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق ازدهار اجتماعي. وأن تدرّس المسؤولية الاجتماعية كمقررات مستقلة في الجامعات والمعاهد، والتوسع بدراسة شفافية نظم المعلومات في المصارف والمنشآت الأخرى.

#### 2.2.1.7 دراسة (التميمي، 2010) بعنوان:

"واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للتسويق في الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل: دراسة ميدانية مبنية على آراء مجموعة من مديري شركات إنتاج مستحضرات التجميل"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية في التسويق من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية في الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل، والتعرف على أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق ونمط التبني السائد في الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل. أيضاً التعرف على طبيعة العلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط التبني المتبع في الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل.

اعتمدت الباحثة على نوعين من مصادر جمع المعلومات، المصادر الأولية بحيث اعتمد على استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية المتعلقة بالشركات المنتجة لمستحضرات التجميل. واستخدمت المصادر

الثانوية والتي تمثلت في الأدبيات كالكتب والدوريات التي أنجزت في هذا المجال لتوضيح كل من مفهوم المسؤولية الاجتماعية، مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية وأنماطها، وفلسفة المسؤولية الاجتماعية واستراتيجية المنظمة. توصلت الباحثة إلى عدة نتائج منها: تبني الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل للمسؤولية الاجتماعية في التسويق، وأنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق ومع كل نمط من أنماط تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل. وأوصت الباحثة بوجود تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية في شركات مستحضرات التجميل، والتركيز على تبني المسؤولية الاجتماعية من خلال التنسيق بين تحقيق المنظمة للربح وما يطلبه المجتمع، كما أنه يجب على الشركات معرفة نوعية الأنشطة الاجتماعية ومعرفة العلاقة بين ما تقوم به الشركات من أنشطة اجتماعية وبين وضعها المالي.

### 2.2.1.8 دراسة (وهيبة، 2009) بعنوان:

"دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة"

هدفت هذه الدراسة إلى تأصيل المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية نظراً لقلّة المراجع بخصوصها واختلاط المفاهيم المرتبطة بها، تبيان أهمية ممارسة المؤسسة لدورها الاجتماعي ليس تجاه أصحاب المصالح فقط و إنما تجاه بيئتها على المستوى الدولي، وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي. كما استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية المتعلقة بمنشآت الأعمال بالإضافة إلى اعتمادها على الأدبيات السابقة من كتب ومقالات وأبحاث سابقة لتوضيح كل من منظومة الإدارة البيئية في المنشآت الاقتصادية، مفهوم الإدارة البيئية ومستوياتها، مفهوم التنمية المستدامة، تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية، أهم المؤشرات التي تقيس الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال، المسؤولية الاجتماعية ودورها في تفعيل الإدارة البيئية وتحقيق التنمية المستدامة.

وتوصلت الباحثة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية يحقق فائدة لكل من المنظمات والمجتمعات والبيئة. وأن تحقيق التنمية المستدامة هي جزء لا يتجزأ من ممارسات وتطبيقات المسؤولية

الاجتماعية في الشركات وأنه يمكن للشركة أن تدمج الاهتمامات البيئية من خلال المسؤولية الاجتماعية عن طريق القيام بمجموعة من الأنشطة البيئية كنشر الثقافة البيئية لدى الموظفين.

### 2.2.1.9 دراسة (الضمور وعسكر، 2011) بعنوان:

"أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء المدرك للشركات: دراسة مقارنة بين الشركات المحلية و الأجنبية في الأردن"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كان هناك اختلافاً في مدى تأثير تطبيق المسؤولية الاجتماعية في أداء أعمال في هذه الشركات يعزى لبعض خصائص الشركات مثل رأس المال، عدد الموظفين ونوع القطاع .

واعتمد الباحثان على تطبيق الأساليب الإحصائية كالإحصاء الوصفي واختبار قيمة "ت" لوسيط واحد ولوسيطين مجتمعين بالإضافة إلى الانحدار البسيط والمتعدد، بالإضافة إلى اعتماده على الأدبيات السابقة من كتب ومقالات وأبحاث سابقة لتوضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية، الاتجاه نحو المسؤولية الاجتماعية، أنماط المسؤولية الاجتماعية في الأردن.

وقد لخصت الدراسة عدد من النتائج أهمها: هناك تطبيق للمسؤولية الاجتماعية بين الشركات قيد الدراسة، هناك اختلاف بين الشركات الأردنية والأجنبية في ممارسة الجوانب البيئية من المسؤولية، لم تظهر الدراسة أي اختلاف بين الشركات الأجنبية والمحلية، من حيث تطبيق المسؤولية الاجتماعية في أداء الأعمال.

## 2.2.2 الدراسات الأجنبية:

## 2.2.2.1 دراسة (Schere, 2007) بعنوان:

**"Globalization and Corporate Social Responsibility"**

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير العولمة على المسؤولية الاجتماعية للشركات، فقد ركز الباحث على توضيح مفهوم العولمة، الأسباب التي أدت إلى ظاهرة العولمة، أبعاد العولمة، عواقب وتحديات العولمة. اعتمد الباحث في دراسته على الأدبيات السابقة من كتب ومقالات ودراسات سابقة.

توصل الباحث إلى أن العولمة أثرت إيجاباً وسلباً على الشركات والمجتمعات المختلفة، الأثر الإيجابي يتضح في زيادة التطور التكنولوجي الذي انتشر في جميع أنحاء العالم وانفتاح المجتمعات على بعضها البعض، أيضاً زيادة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات، إضافة إلى انتشار الشركات العالمية والشركات متعددة الجنسيات، أما الأثر السلبي فيتضح في السيطرة السياسية والاقتصادية لبعض الدول على دول أخرى، وظهور صناعة الأسلحة بشكل أكبر نتيجة للتطور التكنولوجي. أيضاً توصل الباحث إلى أن العولمة أدت إلى أن تتبنى الشركات مسؤولية سياسية إضافة إلى مسؤوليتها الاجتماعية.

## 2.2.2.2 دراسة (kostyuk and others) بعنوان:

**"Corporate Social Responsibility in Banks: an International Overview"**

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مفهوم المسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي في دول مختلفة حيث يستند التحليل على افتراض أن النماذج الأساسية للمسؤولية الاجتماعية لا وجود لها و اعتمادها على الخصائص التاريخية للدول والنظام المالي للبنك والنظام البنكي ككل. كما حددت هذه الدراسة السمات المميزة للمسؤولية الاجتماعية للأعمال التجارية المصرفية في بلدان مختلفة منها الولايات المتحدة الأمريكية، روسيا، أوكرانيا، الهند، ألمانيا، بريطانيا و إيطاليا.

توصل الباحثون إلى عدة نتائج من أهمها: أنّ البنوك الأمريكية، البريطانية والأسترالية تميزت بتنفيذ نظم إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات، أيضاً تتبني البنوك المحلية مفهوم المسؤولية الاجتماعية للحفاظ على ميزتها، كما أنّ النموذج الأمريكي للمسؤولية الاجتماعية للشركات منتشر بشكل واسع في جميع أنحاء العالم، أيضاً أنّ المسؤولية الاجتماعية لم تظهر حتى الآن كمصدر رئيسي لتحقيق الميزة التنافسية في الأسواق الآسيوية، كما تقسم البنوك في فرنسا تبعاً لمدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية إلى أربع مجموعات من الأكثر إلى الأقل التزاماً وهي الإستراتيجيون الملتزمون، القلقون والوافدون. وأيضاً توصل الباحثون إلى أنّ النظم المصرفية في أوكرانيا وروسيا لا زالت على الطريق لتصبح ذات مسؤولية اجتماعية.

### 2.2.2.3 دراسة (Plazzi and Starcher, 2006) بعنوان:

#### "Corporate Social Responsibility and Business success"

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعاده، تحديد بعض القوى والاتجاهات في العمل التي تؤثر على الشركات ووصف كيف يمكن أن يتم تبني المسؤولية الاجتماعية في ممارسات الإدارة. توصل الباحث إلى عدة نتائج منها أنّ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يحتضن العديد من أصحاب المصلحة (الموظفين، العملاء والموردين والبيئة والسلطات المحلية، الحكومات وغيرها) بالإضافة إلى المساهمين. أنّ الشركات لم تعد قادرة على أن تكون معزولة عن الجهات الفاعلة التي تعمل في المجتمع. الشركات التي لديها سجلات اجتماعية وبيئية جيدة أظهرت أداء أفضل على المدى الطويل من تلك التي لا تتصرف بمسؤولية، أنّ المعايير البيئية والاجتماعية تؤثر بصورة متزايدة على القرارات الاستثمارية للأفراد والمؤسسات على حد سواء. وأيضاً توصل الباحث إلى أنّ المشاريع الخاصة هي بداية للوصول إلى أعضاء آخرين من المجتمع المدني مثل المنظمات غير الحكومية، الحكومات المحلية والمؤسسات، وتشكيل شراكات أكثر ملاءمة لتلبية مصالح مختلف أصحاب المصلحة والمجتمع ككل في ظل اقتصاد عالمي يزداد تعقيداً.

#### 2.2.2.4 دراسة (McGuire and Others) بعنوان:

##### "Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance"

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقات بين إدراك الشركات للمسؤولية الاجتماعية وأدائها المالي. استخدم الباحثون الأدبيات السابقة لجمع المعلومات من كتب ومجلات ومقالات.

وقد توصل الباحثون في هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها: أنّ الشركة المقابلة على الأداء المالي وقياس المخاطر هي الأكثر ارتباطاً بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

#### 2.2.2.5 دراسة (Flammer, 2012) بعنوان:

##### "Corporate Social Responsibility and Shareholder Reaction: The Environmental awareness of investors"

تبحث هذه الدراسة ما إذا كان المساهمين حساسين لبصمة الشركة البيئية. استخدم الباحث الأدبيات السابقة كالكتب والمجلات. وقد توصل إلى عدة نتائج من أهمها: أنّ المسؤولية الاجتماعية البيئية للشركات تولّد موارد تنافسية جديدة للشركات و أنّ الشركات التي تتصرّف بالمسؤولية تجاه البيئة قد وجدت زيادة ملحوظة في سعر السهم وأنّ الشركات التي تتصرف بطريقة غير مسؤولة تواجه انخفاض كبير في سعر السهم وأنّ البيئة هي مورد الأوراق المالية سواء كانت إيجابية أو سلبية.

#### 2.2.2.6 دراسة (Fiske and Others, 2009) بعنوان:

##### "Anti -corporation as Strategic CSR :A call to action for corporations"

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية في مكافحة الفساد من خلال استراتيجية الشركات بتخفيف المخاطر الاجتماعية، وتوضيح دور المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمل الجماعي.

اعتمد الباحثون في جمعهم للمعلومات على المقابلات لخبراء مكافحة الفساد وتوزيع الاستبانة على المراكز والشركات العالمية بالإضافة إلى اعتمادهم على الأدبيات السابقة من كتب ومقالات وأبحاث سابقة.

وتوصل الباحثون إلى عدة نتائج أهمها: تعزيز مكافحة الفساد في الشركات، زيادة مستوى السلامة في جميع البلدان، وتعزيز العمل الجماعي والتعاون. وقد أوصى الباحثون بالتركيز على مكافحة الفساد وأن تضبط الشركات استراتيجيتها بما يضمن مكافحة الفساد.

### التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة يمكن ملاحظة ما يلي:

- تناولت الدراسات العربية الدور الذي تقوم به المسؤولية الاجتماعية حيث ركزت دراسة (وهيبة، 2009) على الدور الذي تقوم به المسؤولية الاجتماعية في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة، بينما ركزت دراسة (السحبياني، 2007) على دور المسؤولية الاجتماعية في مشاركة القطاع الخاص في التنمية وركزت دراسة (التميمي، 2011) على العلاقة بين مستوى ربحية الشركة ومدى تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية، أيضاً ركزت دراسة (الغالبي والعامري، 2006) على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة ونظام المعلومات فيها، كذلك ركزت دراسة (الضمور وعسكر، 2011) على تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المدرك الشركات، وركزت دراسة (التميمي، 2011) على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للتسويق في الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل، بينما ركزت دراسة (وهيبة، 2008) على المسؤولية الاجتماعية من منظور الإسلام، وكذلك ركزت دراسة (حسين و الجميل، 2009) على المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في المؤسسة و انعكاسها على أخلاقيات العمل، وكذلك ركزت دراسة (شاهين، 2010) على المسؤولية الاجتماعية للجامعات وتحديداً جامعة القدس المفتوحة.
- الدراسات الأجنبية ركزت على دور المسؤولية الاجتماعية حيث ركزت دراسة (Fiske and Others, 2009) على الدور الذي تقوم به المسؤولية الاجتماعية في مكافحة الفساد، و أيضاً ركزت دراسة (McGuire and others , 1988) على إدراك الشركة للمسؤولية الاجتماعية و أدائها المالي، و أيضاً ركزت دراسة (Starcher and Plazzi, 2006) على المسؤولية الاجتماعية ونجاح الشركة،



وأيضاً ركزت دراسة (kostyuk and others) على المسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي في عدة دول مختلفة، و كذلك ركزت دراسة (Schere, 2007) على تأثير العولمة على المسؤولية الاجتماعية للشركات، وأيضاً ركزت دراسة (Flammer, 2012) على حساسية المساهمين لمدى التزام الشركة بالنواحي البيئية في عملها.

تشابهت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في كونها تمحورت حول موضوع المسؤولية الاجتماعية والتي أصبحت من المواضيع الهامة والضرورية للمؤسسات على اختلاف نوعها، وأيضاً في استخدامها للكتب والأدبيات السابقة للحصول على المعلومات، كما تشابهت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، كما تشابهت مع بعض الدراسات السابقة في استخدام الاستبانة كمصدر رئيس في الحصول على المعلومات.

استفاد فريق البحث من الدراسات السابقة في الاطلاع على كيفية عمل الدراسات والابحاث والتعرف على مدى أهمية وضرورة القيام بالمسؤولية الاجتماعية فالمسؤولية تجاه العاملين ستعكس ايجاباً على أدائهم ونتاجيتهم، و ارتباط المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بنظام المعلومات فيها و بأدائها المالي يدل على أهميتها للشركة، وعلى دور المسؤولية الاجتماعية الكبير في تحقيق التنمية في المجتمع، كما أن المسؤولية الاجتماعية تستخدم كنوع للتسويق والترويج للشركة، و أيضاً تناول الاسلام لموضوع المسؤولية الاجتماعية بشكل مفصل يدل على أهميتها أيضاً.

وأيضاً كما استفاد فريق البحث من الدراسات السابقة في كتابة بعض المواضيع في الإطار النظري للدراسة الحالية.

الدراسة الحالية استهدفت القطاع الصناعي الغذائي والذي يعتبر من القطاعات الاساسية في القطاع الصناعي في أية دولة. تهدف الدراسة الحالية الى التعرف على كل من مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه لأصحاب المصلحة (الموظفين، المستهلكين، المزودين، المجتمع، الحكومة والبيئة)، مدى ادراك المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ادارة الشركة، وأهمية المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ادارة الشركة، والشكل الذي تأخذ المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة، واستخدام الحكومة للخصم

الضريبي كوسيلة لتشجيع الشركات على القيام بدورها في المسؤولية الاجتماعية، وما أهم الدوافع التي تدفع بالشركة للقيام بالمسؤولية الاجتماعية، بالإضافة الى أبرز المعوقات التي تواجه الشركات العائلية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية، و هذا لم يتطرق اليه في أي من الدراسات السابقة.

الدراسة الحالية طبقت على أرض فلسطين وتحديداً محافظة الخليل مما يميزها عن الدراسات الأجنبية وبعض الدراسات العربية.

## الفصل الثالث

### منهجية الدراسة

الطريقة والاجراءات

تتمثل هذه العملية وفقاً للطريقة والاجراءات التي استعملتها فيما يخص البحث لتفادي هذا الخطأ، وتعتبر متديداً

محتواها الفصل

3.1 منهجية الدراسة

تتمثل هذه العملية وفقاً للطريقة والاجراءات التي استعملتها فيما يخص البحث لتفادي هذا الخطأ، وتعتبر متديداً

3.2 مجتمع الدراسة

تم من الدراسات من هذا النوع (الآن بالجزيرة 1998)

3.3 أداة الدراسة

3.4 صحت الأداة

3.5 اجراءات الدراسة

3.6 التحليل الإحصائي

جدول رقم (3.3)

توزيع مجتمع الدراسة حسب مخرج المرفق العائلي

مخرج المرفق العائلي	عدد	النسبة المئوية
لا يوجد	8	2.34 81
أحد	2	57 69
اثنان	15	457 79
ثلاثة	9	260

## الطريقة والاجراءات

يتناول هذا الفصل وصفاً للطريقة والاجراءات التي استخدمها بها فريق البحث لتنفيذ هذا البحث، وتضمن منهجية الدراسة، مجتمع الدراسة، اداة الدراسة، صدق الاداة، اجراءات الدراسة والتحليل الاحصائي.

## 3.1 منهجية الدراسة:

استخدم فريق البحث المنهج الوصفي التحليلي لاجراء هذه الدراسة، والذي يعتمد على وصف ظاهرة ما، أحداث يتم وصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو كميّاً يؤدي الى الوصول الى نتائج معينة من خلال جمع أكبر قدر من المعلومات عن هذه الظاهرة. (ذوقان وآخرون، 1998)

## 3.2 مجتمع الدراسة:

استخدم فريق البحث أسلوب المسح الشامل لمجتمع الدراسة حيث تم استهداف جميع أفراد المجتمع وهو أكثر دقة وتحديدًا من حيث البيانات التي يتم جمعها. ويتألف مجتمع الدراسة من جميع الشركات العائلية المختصة بالتصنيع الغذائي في محافظة الخليل و قد بلغ عددها 26 شركة. مصدر أسماء أفراد مجتمع الدراسة تم الحصول عليها من قبل غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل و مكتب وزارة الاقتصاد الوطني.

والجدولين التاليين يوضحان خصائص مجتمع الدراسة الديموغرافية:

## جدول رقم (3.1)

## خصائص مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	9	34.61%
الثانوية العامة فما دون	2	7.69%
دبلوم	15	57.70%
بكالوريوس	0	0%
دراسات عليا	26	100%
المجموع		

شكل رقم (3.1)

توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي



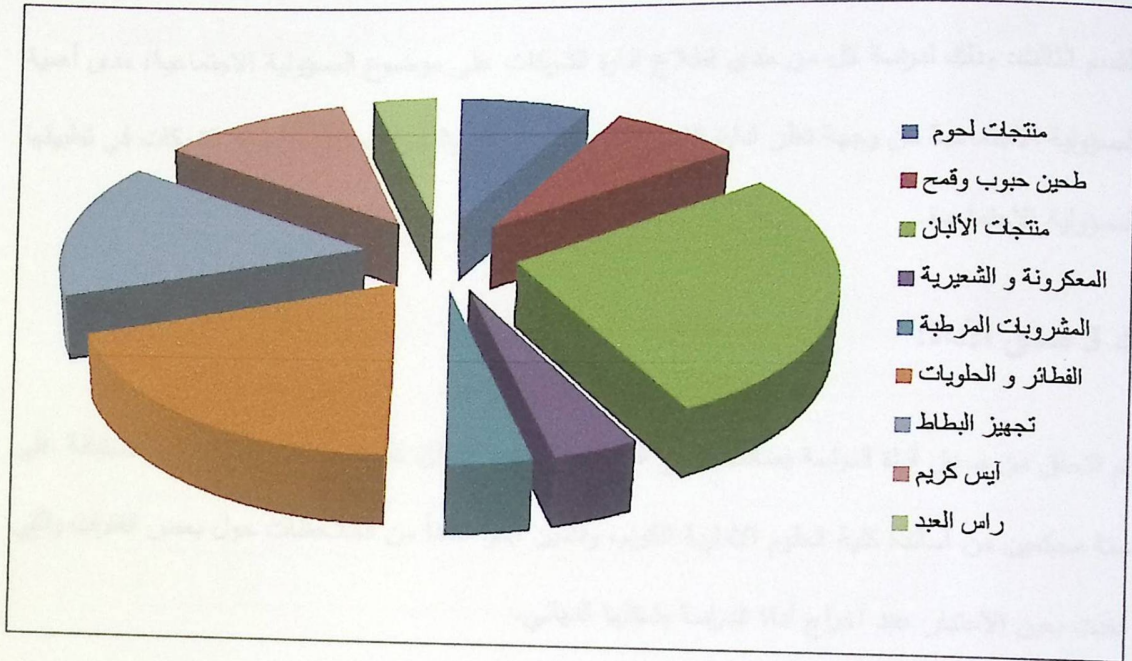
جدول رقم (3.2)

خصائص مجتمع الدراسة حسب متغير نوع النشاط الغذائي

النسبة المئوية	التكرار	المتغير
		نوع النشاط الغذائي
7.69%	2	منتجات لحزم طازجة أو مجمدة أو معلبة
7.69%	2	طحين حبوب و قمح
26.92%	7	صنع منتجات الألبان
3.84%	1	صنع المعكرونة والشعيرية
3.84%	1	صنع المشروبات المرطبة
19.23%	5	صنع الفطائر و الحلويات و المخبوزات
15.38%	4	تجهيز البطاطا
11.53%	3	أيس كريم
3.84%	1	راس العبد
100%	26	المجموع

شكل رقم (3.2)

توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير نوع النشاط الغذائي



3.3 أداة الدراسة:

اعتمد فريق البحث على مصدرين للمعلومات في هذه الدراسة:

- المصدر الأساسي: باستخدام الاستبانة في جمع البيانات وذلك لملائمتها لغرض البحث.
- المصدر الثانوي: بالرجوع الى الكتب والدراسات السابقة والمراجع ومواقع الانترنت المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية.

وقد طور فريق البحث استبانته تتألف من ثلاثة أقسام:

القسم الأول: ويشمل المعلومات العامة وهي: المؤهل العلمي ونوع النشاط الغذائي.

القسم الثاني: ويتكون من أسئلة على شكل جدول لقياس مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المستهلكين، المجتمع، المالكين، المنافسين، الحكومة والبيئة)، بالإضافة الى قياس استخدام الحكومة للخصم الضريبي لتشجيع الشركات على القيام بالمسؤولية الاجتماعية وتأثيره على مدى تطبيقها.

القسم الثالث: وذلك لدراسة كل من مدى اطلاع ادارة الشركات على موضوع المسؤولية الاجتماعية، مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ادارة الشركات، دراسة الدوافع والمعوقات التي تواجهها الشركات في تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية.

#### 3.4 صدق الأداة:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة بمناقشتها مع المشرف الدكتور مروان جلعود أولاً، كما تم عرض الاستبانة على ستة محكمين من أساتذة كلية العلوم الادارية الكرام، والذين أبدوا عدداً من الملاحظات حول بعض الفقرات والتي أخذت بعين الاعتبار عند اخراج أداة الدراسة بشكلها النهائي.

#### 3.5 اجراءات الدراسة:

بعد الانتهاء من اعداد الاستبانة والتأكد من صدقها، قام فريق البحث بتوزيع نسخ من هذه الاستبانة على المجتمع المستهدف، وتم جمع هذه الاستبانات بعد أن تمت الاجابة عليها من قبل أفراد المجتمع و من ثم التأكد منها وبدأ فريق البحث بعملية التحليل الاحصائية يدوياً، ومن ثم التوصل إلى النتائج و الخروج بالتوصيات المتعلقة بموضوع الدراسة.

#### 3.6 التحليل الاحصائي:

قام فريق البحث بتفريخ الاستبانات بطريقة يدوية وبالاستعانة بالاستاذ أكرم حشيش حيث تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام الأعداد، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري. وقد تم عرض النتائج في جداول وأشكال توضيحية توضح النسب المئوية للإجابات على الأسئلة، إضافة إلى الاستفادة من المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للتأكد من دقة الإجابات وعدم تشتت البيانات.



تم تصميم الاستبانة لتكون الإجابات عليها على أساس مقياس "ليكرت" الخماسي (5\_4\_3\_2\_1) حيث يعني الرقم خمسة موافق بشدة، والرقم واحد معارض بشدة، وقد اعتبر المعامل الذي وسطه الحسابي أعلى من ثلاثة في منطقته الموافقة. أما العامل الذي وسطه أقل من ثلاثة فقد أعتبر في منطقة المعارض. أما مقياس التشتت فقد أعتبر العامل الذي انحرافه المعياري مرتفع فيه تشتت بينما الذي انحرافه المعياري قليل غير متشتت.

### جدول رقم (3.3)

الاجابات اللفظية ومقدارها بالدرجات

الاجابة	الرقم "الدرجة"
موافق بشدة	5
موافق	4
محايد	3
معارض	2
معارض بشدة	1

### جدول رقم (3.4)

مفاتيح المتوسطات الحسابية الخماسية

مفاتيح المتوسطات الحسابية للدرجات الخماسية	
المتوسط	درجة الاتجاه
1 - 2.50	منخفض
3.50 - 2.51	متوسط
5 - 3.51	مرتفع

## مناقشة أسئلة الدراسة

يتناول هذا الفصل النوع ونظرة الباحث التي تم جمعها بواسطة أداة البحث (الاستبانة) حيث تم تناول العناوين المستخدمة ووجود التكررات والسبب لتكرره بالإضافة إلى أن تمت معالجة الإحصائية للترتيب الذي أتت به البيانات وتم ترتيبها وتصنيفها بدءاً من أقل ترتيب لبحث.

1. السؤال الأول: ما مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العاملة في محافظة

البحرين تجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المستثمرين، المانحين، المزارعين، المجتمع

البيئي والحيواني)؟

والجواب هو التالي:

جدول رقم (4.1)

تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العاملة في محافظة البحرين على مدى تطبيق المسؤولية

## الفصل الرابع

### تحليل أسئلة الدراسة

رقم السؤال	البيان	الاجابة	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	البيان
1	تطبيق الشركة على	3.5			100%	تطبيق الشركة على
2	تطبيق الشركة على	4.46153846	77.7%	90%	92.3%	تطبيق الشركة على
3	تطبيق الشركة على	4.61538462	83.8%	90%	93%	تطبيق الشركة على
4	تطبيق الشركة على	4.30769231	77.7%	93.8%	95.4%	تطبيق الشركة على
5	تطبيق الشركة على	4.15384615	77.7%	97.7%	94.6%	تطبيق الشركة على

## مناقشة أسئلة الدراسة

يتناول هذا الفصل تفريغ وتحليل البيانات التي تم جمعها بواسطة أداة البحث (الاستبانة) حيث تم تناول المقاييس المستخدمة وإيجاد التكرارات والنسب المئوية للإجابات، وقد تمت المعالجة الإحصائية اللازمة لهذه البيانات، وتم تفريغ البيانات وتحليلها يدوياً من قبل فريق البحث.

**4.1 السؤال الأول: ما مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل تجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المستهلكين، المنافسين، المزودين، المجتمع، الحكومة والبيئة)؟**

أولاً: تجاه الموظفين

## جدول رقم (4.1)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية

الاجتماعية تجاه الموظفين والدرجة الكلية للبعد.

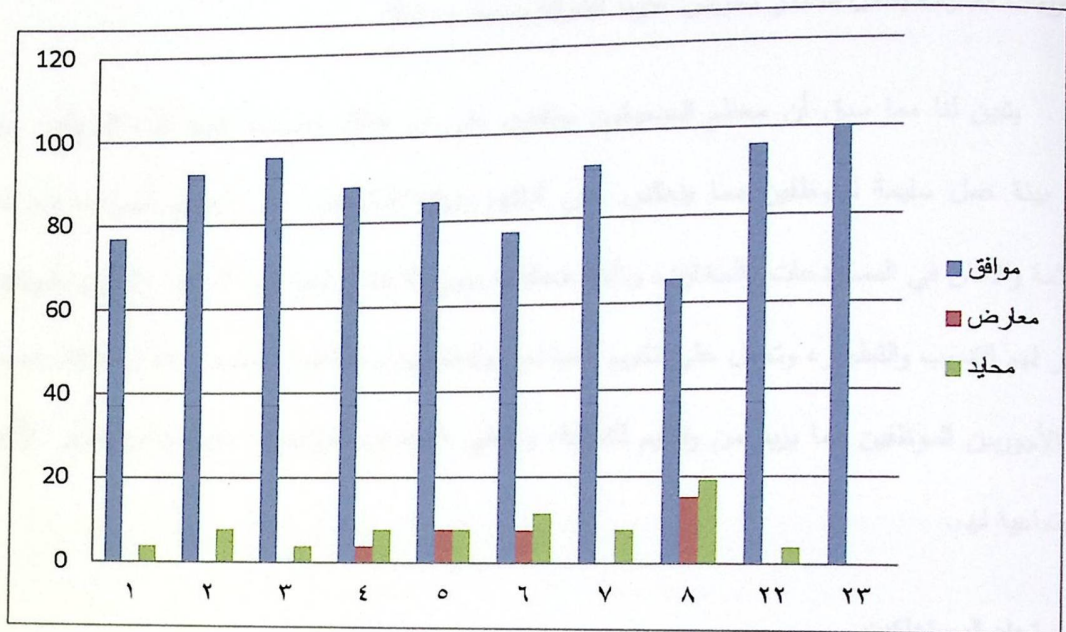
رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري
1.	يوجد لدى الشركة مدونة أخلاقية خاصة بها.	76.8%	19.2%	3.8%	3.5	متوسطة	1.457606046
2.	توفر الشركة/المصنع بيئة عمل مناسبة و سليمة (الاضاءة، التهوية، احذية وقبعات السلامة،.....).	92.3%	0%	7.7%	4.46153846	مرتفعة	0.68612625
3.	اجراءات الاختيار والتعيين شفافة و واضحة و بعيدة عن الوساطة و المحسوبية.	96%	0%	3.8%	4.61538462	مرتفعة	0.697247335
4.	تحرص الشركة على تدريب و تطوير العاملين باستمرار.	88.4%	3.8%	7.7%	4.30769231	مرتفعة	0.780532363
5.	تحرص الشركة على العدالة والمساواة في الاجور.	84.6%	7.7%	7.7%	4.15384615	مرتفعة	0.989172148

1.092632671	مرتفعة	4	%11.5	%11.5	%77	يتم تكريم المبدعين والتميزين و مكافأتهم.	6.
0.895286804	مرتفعة	4.11538462	%7.7	%0	%92.2	توفر الشركة تعويضات غير مباشرة للعاملين (تأمين صحي، ضمان اجتماعي،....) و اجازات مدفوعة.	7.
1.403840885	متوسطة	3.5	%19.2	%15.3	%65.3	تقوم الشركة بأنشطة اجتماعية و ترفيهية للعاملين.	8.
0.697247335	مرتفعة	4.61538462	%3.8	%0	%96.1	تتبع الشركة اجراءات للسلامة و الامان في المستودعات و المخازن	9.
0.657501097	مرتفعة	4.65384615	%0	%0	%100	تحرص الشركة على القيام باجراءات للصيانة بشكل مستمر	10.
	مرتفعة	4.192307693				المتوسط الكلي	

نلاحظ من الجدول رقم (4.1) أن المتوسطات الحسابية للعبارة المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين تتراوح بين ٤.٦٥ و ٣.٥، حيث بلغت الدرجة الكلية ٤.١٩ تصدّرتها إجراءات الصيانة حيث بلغ متوسطها الحسابي ٤.٦٥ بدرجة مرتفعة، تلاها كلا من إجراءات السلامة والأمان في المستودعات والمخازن، وإجراءات الاختيار والتعيين بمتوسط ٤.٦١ معبرة بدرجة مرتفعة، في حين بلغ متوسط بيئة العمل السليمة التي توفرها الشركة ٤.٤٦، وبلغ متوسط التدريب والتطوير ٤.٣٠، حيث حصلت العدالة والمساواة في الأجور متوسط ٤.١٥، فيما كان متوسط التعويضات غير المباشرة للموظفين ٤.١١، بينما بلغ متوسط التكريم والمكافآت ٤، ومتوسط كلا من الأنشطة الاجتماعية والترفيهية، والمهنية الأخلاقية لدى الشركة ٣.٥ بدرجة مرتفعة.

شكل رقم (4.1)

توزيع النسب المئوية لبيانات الموظفين



نلاحظ من الشكل (4.1) أن الإجابات فيما يتعلق بالموظفين كانت على النحو التالي:

أفادت معظم الشركات بأنه يوجد لديها مدونة أخلاقية خاصة بها بنسبة 76.8% وكانت إجابة 3.8% محايداً. وأن غالبية الشركات توفر بيئة عمل مناسبة وسليمة من ناحية الإضاءة والتهوية وغيرها بنسبة 92.3% وعبر 7.7% عن الحياد. أما فيما يتعلق بإجراءات الاختيار والتعيين شفافة وواضحة وبعيدة عن الوساطة بنسبة 96% ، إلى أن 3.8% من الشركات اختارت الحياد. وتحرص غالبية الشركات بنسبة 88.4% على تدريب وتطوير العاملين، فيما عارضت 3.8% من الشركات على التدريب والتطوير، بينما 7.7% من الشركات أشارت إلى الحياد. وبخصوص العدالة والمساواة في الأجور، فقد تبين أن 84.6% من الشركات تحرص على العدالة والمساواة في الأجور، بينما عارض 7.7% من الشركات ذلك وكانت نسبة الحياد 7.7%. أما عن تكريم المبدعين والمتميزين ومكافئتهم فقد عبر 77% من الشركات عن تأييدهم لذلك و7.6% من الشركات عارض التكريم والمكافئة، و11.5% من الشركات عبرت بالحياد. وفيما يتعلق بالتعويضات غير المباشرة للعاملين أكدت 92.2% من الشركات بأنها توفر تعويضات غير مباشرة للعاملين وقد أجاب 7.7% بالحياد. أما فيما تقوم الشركة بأنشطة اجتماعية وترفيهية للعاملين أكدت 65.3% من الشركات ذلك بينما عارضها 15.3% من

الشركات واكتفت ١٩.٢% من الشركات بالحياد. فيما تبين النتائج أن ٩٦.١% من الشركات تتبع إجراءات السلامة والأمان في المستودعات والمخازن، واكتفت ٣.٨% من الشركات بالحياد عن ذلك. أما بالنسبة لإجراءات الصيانة بشكل مستمر تحرص عليها الشركة بنسبة ١٠٠%

يتبين لنا مما سبق أن معظم المبحوثون يوافقون على أن هنالك مسؤولية كبيرة تجاه الموظفين حيث توفر بيئة عمل سليمة للموظفين مما ينعكس على أدائهم وزيادة إنتاجيتهم، وتهتم جميع الشركات بإجراءات السلامة والأمان في المستودعات والمخازن، وتأخذ معظمها بعين الاعتبار إجراءات الاختيار والتعيين للموظفين، وتوفر لهم التدريب والتطوير، وتعمل على تكريم المبدعين والمتميزين ومكافئتهم، وتحرص على العدالة والمساواة في الأجور بين الموظفين مما يزيد من ولائهم للشركة، وتعطي الموظفين تعويضات غير مباشرة وتوفر الأنشطة الاجتماعية لهم.

ثانياً: تجاه المستهلكين

#### جدول رقم (4.2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق

المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين والدرجة الكلية للبعد.

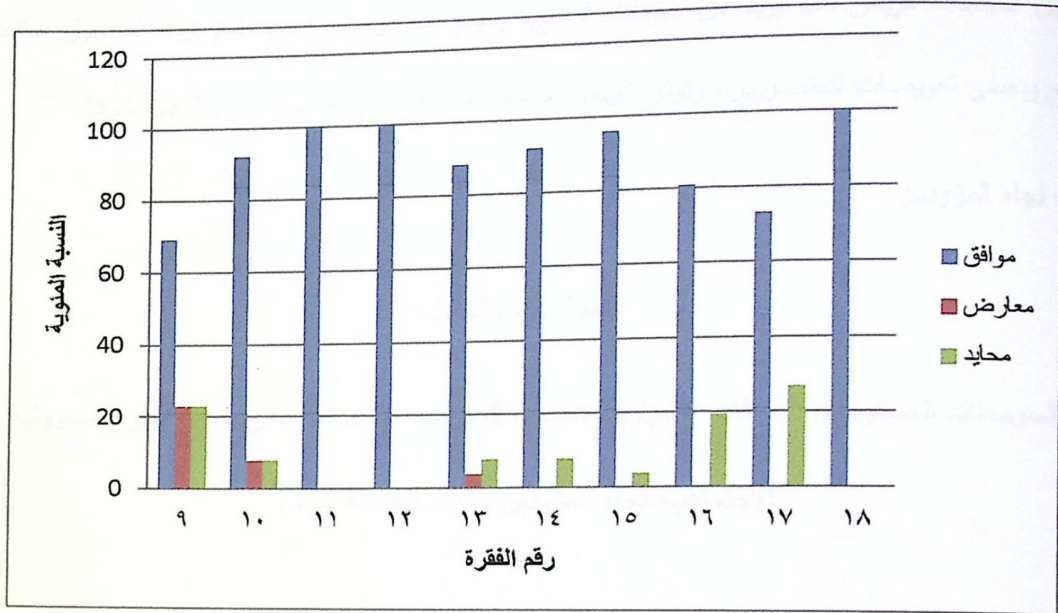
رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري
11.	توفر الشركة خدمات ما بعد البيع للمستهلك.	69.2%	7.7%	23%	3.30769231	متوسطة	1.13408723
12.	تقدم الشركة منتجات/خدمات بأسعار مناسبة.	92.3%	0%	7.7%	4.38461538	مرتفعة	0.651625187
13.	تقدم الشركة منتجات/خدمات بجودة عالية.	100%	0%	0%	4.5692308	مرتفعة	0.621412782
14.	تلتزم الشركة بإعلان صادق و أمين.	100%	0%	0%	4.61538462	مرتفعة	0.639711473
15.	تحرص الشركة على دراسة	88.4%	3.8%	7.7%	4.26923077	مرتفعة	0.765606845

						حاجات و رغبات المستهلكين.
0.702741882	مرتفعة	4.5	%7.7	%0	%92.3	16. تحرص الشركة على تسهيل عملية وصول المنتج للمستهلك.
0.627571632	مرتفعة	4.46153846	%3.8	%0	%96.1	17. تحرص الشركة على الاهتمام برأي الجمهور و شكاواهم.
0.765606848	مرتفعة	4.26923077	%19.2	%0	%80.7	18. توفر الشركة للمستهلك تعليمات و إرشادات حول كيفية استخدام المنتج.
0.775589106	مرتفعة	4.03846154	%26.9	%0	%73	19. تدفع الشركة تعويضات للمتضررين من استخدام بعض المنتجات.
0.708193802	مرتفعة	4.76923077	%0	%0	%100	20. تهتم الشركة بالتعبئة والتغليف و سلامة المنتج.
	مرتفعة	4.318461542				المتوسط الكلي

من الجدول رقم (4.2) يتبين أن المتوسطات الحسابية للعبارات المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين تراوح بين ٤.٧٦ و ٣.٣٠ وكانت الدرجة الكلية لهذه العبارات بمقدار ٤.٣١ معبرة بدرجة مرتفعة، حيث حل أولاً الاهتمام بالتعبئة والتغليف وسلامة المنتج حيث بلغ متوسطها الحسابي ٤.٧٦ معبرة بدرجة مرتفعة، ويأتي من بعدها التزام الشركات بإعلان صادق وأمين بمتوسط ٤.٦١ بدرجة مرتفعة، في حين تلاها تقديم الشركة منتجات بجودة عالية بمتوسط ٤.٥٦، تبعها متوسط حرص الشركة على تسهيل عملية وصول المنتج ٤.٥، وكان متوسط الاهتمام برأي الجمهور وشكاويهم ٤.٤٦، حيث تبعها تقديم الشركة منتجات بأسعار مناسبة بمتوسط ٤.٣٨، حيث حصلت على متوسط ٤.٢٦ كلاً من دراسة حاجات ورغبات المستهلكين وتوفر تعليمات وإرشادات حول استخدام المنتج، وبلغ متوسط دفع الشركة تعويضات للمتضررين من استخدام بعض المنتجات ٤.٠٣، وحل أخيراً توفر خدمات ما بعد البيع للمستهلكين بمتوسط ٣.٣٠ معبرة بدرجة مرتفعة.

شكل رقم (4.2)

## توزيع النسب المئوية لعبارات المستهلكين



وبالنظر إلى الشكل (4.2) فيما يتعلق بالإجابة عن الزبائن فقد أفادت ٦٩.٢% من الشركات بالموافقة بأنها توفر خدمات ما بعد البيع للزبائن، بينما عارضها ٧.٧%، واكتفت ٢٣% من الشركات بالحياد عن ذلك. فيما تبين النتائج أن ٩٢.٣% من الشركات تقدم منتجات بأسعار مناسبة، و٧.٧% صرح بالحياد. بالنسبة لتقديم الشركات منتجات بجودة عالية فقد صرحت ١٠٠% من الشركات ذلك. وفيما إذا كانت الشركة تلتزم بإعلان صادق وأمين فقد أكدت الموافقة ١٠٠% من الشركات. أما عن حرص الشركات على دراسة حاجات ورغبات الزبائن فقد صرح بالموافقة ٨٨.٤% من الشركات وأجاب ٣.٨% من الشركات بعدم دراسة الحاجات والرغبات وكانت نسبة الحياد ٧.٧%. وبخصوص تسهيل عملية وصل المنتج إلى الزبائن فقد كان ٩٢.٣% من الشركات موافقة بينما أجاب بالحياد ٧.٧% من الشركات. أما عن حرص الشركات على الاهتمام برأي الجمهور وشكاويهم فقد عبر ٩٦.١% بالاهتمام بينما فضل الآخرون الحياد بنسبة ٣.٨%. وقد بينت النتائج ٨٠.٧% من الشركات تؤيد توفير تعليمات وإرشادات حول كيفية استخدام المنتج، وعبر ١٩.٢% من الشركات بالحياد. فيما يتعلق بدفع الشركات تعويضات للمتضررين من استخدام بعض المنتجات أجاب ٧٣% بالموافقة أما نسبة الحياد عن ذلك كانت ٢٦.٩%. وكانت غالبية الشركات تهتم بالتعبئة والتغليف وسلامة المنتج بنسبة ١٠٠%.



يتبين لنا مما سبق أن المبحوثين يوافقون على ان هنالك مسؤولية كبيرة تجاه المستهلكين حيث تهتم بالتعبئة والتغليف وسلامة المنتج، والتزامها بإعلان صادق وأمين، وتقدم منتجاتها بجودة عالية، وتحرص على توصيل المنتجات للزبائن مما يزيد من مبيعات المنتج، وتهتم بشكاويهم وأرائهم، تقدم إرشادات حول استخدام المنتج وتعطي تعويضات للمتضررين، وتوفر للزبائن خدمات ما بعد البيع مما يزيد من ولاءهم للشركة.

ثالثاً: تجاه المزودين

### جدول رقم (4.3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية

الاجتماعية تجاه المزودين والدرجة الكلية للبعد.

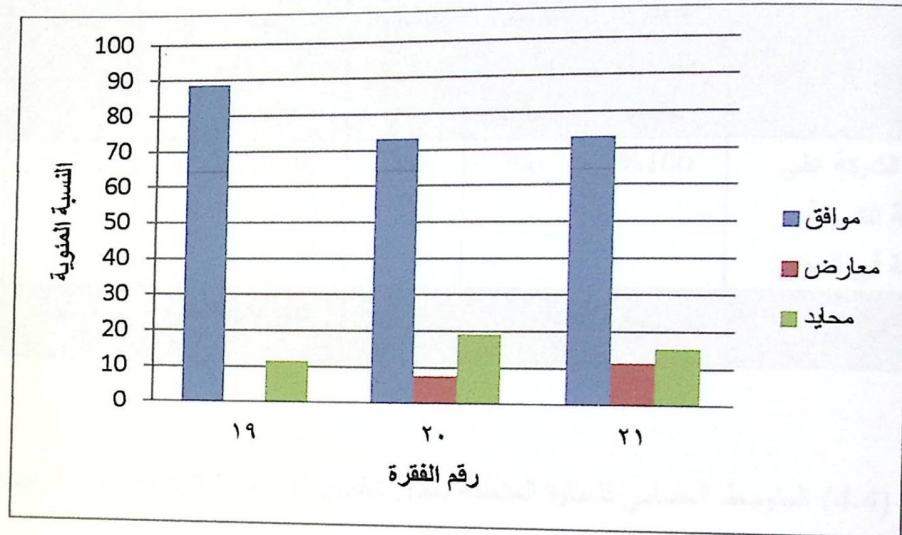
رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري	
21.	تتابع الشركة الوسطاء و تتأكد من قيامهم بأعمالهم بشكل اخلاقي.	%88.5	%0	%11.5	4.30769231	مرتفعة	0.674821914	
22.	تأخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لمزود عن مزود آخر.	%73.1	%7.7	%19.2	4	مرتفعة	0.941357449	
23.	تأخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لموزع عن موزع آخر.	%73.1	%11.5	%15.4	3.76923077	مرتفعة	0.949493792	
المتوسط الكلي							مرتفعة	4.02564102

وفيما يتعلق بالمتوسط الحسابي للعبارات المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الوسطاء، يبين الجدول (4.3) أن المتوسطات الحسابية تتراوح ما بين ٤.٣٠ و ٣.٧٦ وتبين أن الدرجة الكلية لتلك العبارات حظيت بدرجة مرتفعة مقدارها ٤.٠٢. تصدرها متوسط تتابع الشركة الوسطاء وتتأكد من قيامهم بأعمالهم بشكل أخلاقي ٤.٣٠ معبرة بدرجة مرتفعة، وتبعثها أخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لمزود عن

مزود آخر بمتوسط ٤ بدرجة مرتفعة، في حين بلغ متوسط أخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لموزع عن موزع آخر ٣.٧٦ بدرجة مرتفعة.

شكل رقم (4.3)

توزيع النسب المئوية لعبارات المزودين



أما بالنسبة لعبارات الوسطاء يبين الشكل (4.3) النتائج التالية :

تبين أن ٨٨.٥% من الشركات تتابع الوسطاء وتتأكد من قيامهم بأعمالهم بشكل أخلاقي، وصرح ١١.٥% من الشركات بالحياد عن ذلك. أما بالنسبة لان تأخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لمزود عن مزود آخر فقد أيد ٧٣.١% من الشركات و عارض ٧.٧% واكتفى بالحياد ١٩.٢% من الشركات. وبخصوص أخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها موزع عن موزع آخر فقد كان ٧٣.١% من الشركات موافقة بينما أفاد ١١.٥% بالمعارضة، وصرح ١٥.٤% من الشركات بالحياد.

نلاحظ مما سبق أن غالبية المبحوثين كانوا على اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الوسطاء، وذلك من خلال متابعة الوسطاء والتأكد من قيامهم بأعمالهم بشكل أخلاقي، وتأخذ بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لمزود عن آخر، وتفضيلها لموزع عن آخر، مما ينعكس ايجابيا على سمعة وصورة المؤسسة.

رابعاً: تجاه المنافسين

جدول رقم (4.4)

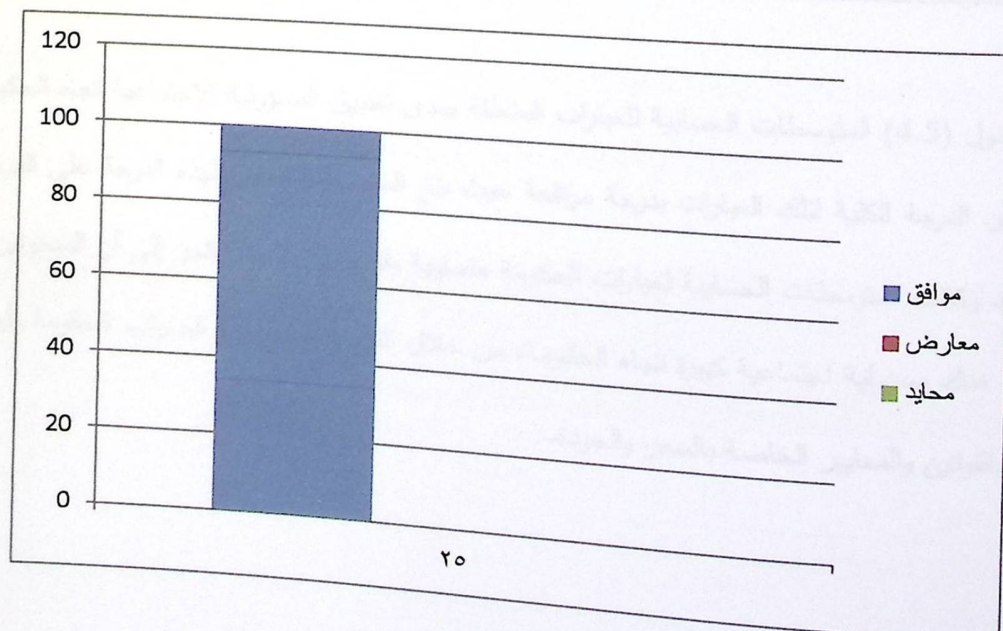
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين والدرجة الكلية للبعد.

رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري
24.	تحرص الشركة على المنافسة الشريفة و المشروعة في السوق.	%100	%0	%0	4.57692308	مرتفعة	0.621412782
	المتوسط الكلي				4.57692308	مرتفعة	

يبين الجدول (4.4) المتوسط الحسابي للعبارة المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين التي تبين حرص الشركات على المنافسة الشريفة والمشروعة في السوق بقيمة المتوسط 4.57 معبرة بدرجة مرتفعة.

شكل رقم (4.4)

توزيع النسب المئوية لاجابات عبارات المنافسين



لقد تبين من الشكل (4.4) أن جميع الشركات بنسبة ١٠٠% تحرص على المنافسة الشريفة والمشروعة في السوق. يتبين مما سبق حرص جميع الشركات العائلية التي شملها مجتمع الدراسة على المنافسة الشريفة والمشروعة في السوق وتطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين.

خامساً: تجاه الحكومة

#### جدول رقم (4.5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق

المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة والدرجة الكلية للبعد.

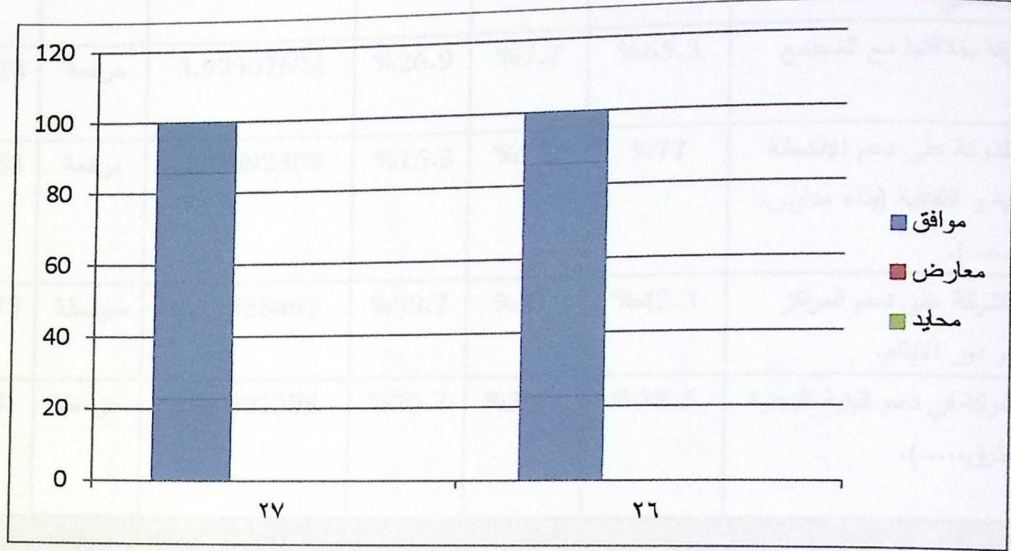
رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري	
25.	تلتزم الشركة بدفع الضرائب للحكومة.	%100	%0	%0	4.73076923	مرتفعة	0.691709142	
26.	تلتزم الشركة بالقوانين و المعايير الخاصة بالسعر و الجودة.	%100	%0	%0	4.73076923	مرتفعة	0.691709142	
المتوسط الكلي							مرتفعة	4.73076923

يبين الجدول (4.5) المتوسطات الحسابية للعبارات المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة حيث يلاحظ أن الدرجة الكلية لتلك العبارات بدرجة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة على الدرجة الكلية (٤.٧٣). وكانت المتوسطات الحسابية لعبارات الحكومة متساوية بقيمة ٤.٧٣ مما يشير إلى أن المبحوثين موافقون على أن هناك مسؤولية اجتماعية كبيرة تجاه الحكومة، من خلال التزام الشركة بدفع الضرائب للحكومة وأيضاً التزام

الشركة بالقوانين والمعايير الخاصة بالسعر والجودة.

شكل رقم (4.5)

## توزيع النسب المئوية لبيانات الحكومة



لقد أفادت النتائج الظاهرة في الشكل (4.5) بأن ١٠٠% من الشركات تلتزم بدفع الضرائب للحكومة وأيضاً ١٠٠% من الشركات تلتزم بالقوانين والمعايير الخاصة بالسعر والجودة.

نلاحظ مما سبق أن جميع شركات مجتمع الدراسة تطبق المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة وذلك بالتزامها بدفع الضرائب للحكومة والتزامها بالقوانين والمعايير الخاصة بالسعر والجودة.

ساساً: تجاه المجتمع

جدول رقم (4.6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدرجة الكلية للبعد.

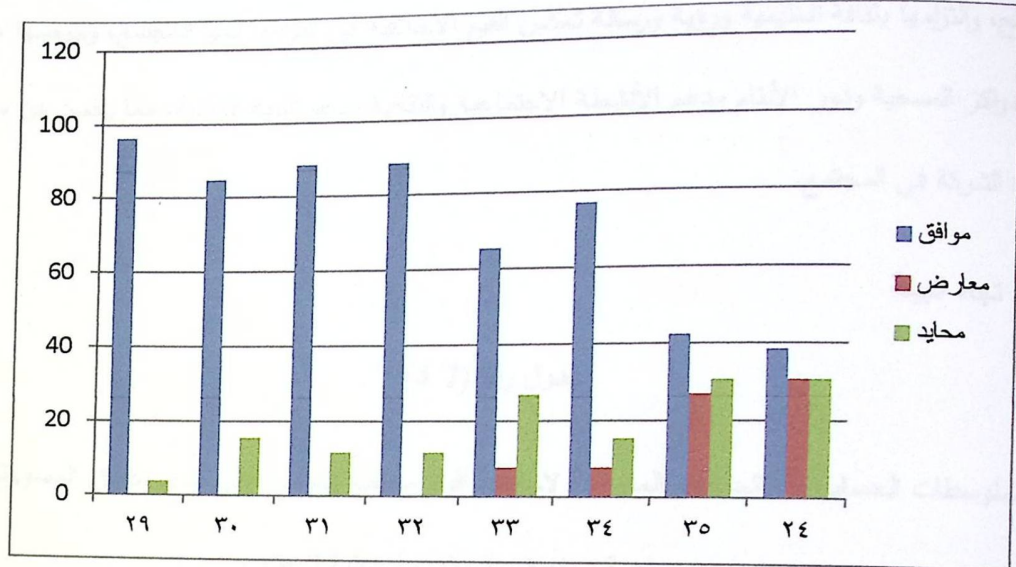
رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري
27	موقع الشركة /المصنع بعيد عن المناطق السكنية	96.2%	0%	3.8%	4.34615385	مرتفعة	0.569750283
28	تراعي الشركة في أعمالها أهداف مختلف اصحاب المصالح.	84.6%	0%	15.4%	4.19230769	مرتفعة	0.680497555

0.674821913	مرتفعة	4.30769231	%11.5	%0	%88.5	29. تعكس رؤية و رسالة الشركة القيم الاخلاقية في التزامها نحو المجتمع.
0.708193802	مرتفعة	4.38461538	%11.5	%0	%88.5	30. هنالك ثقافة تنظيمية تعكس التزام الشركة الاخلاقي.
0.996918328	مرتفعة	3.92307692	%26.9	%7.7	%65.3	31. تهتم الشركة بعلاقتها مع المجتمع المحلي.
0.924870053	مرتفعة	4.07692308	%15.3	%7.7	%77	32. تحرص الشركة على دعم الانشطة الاجتماعية و الثقافية (بناء مدارس، ملاعب،.....).
1.483758275	متوسطة	3.11538462	%30.7	%27	%42.3	33. تحرص الشركة على دعم المراكز الصحية و دور الايتام.
1.624807681	متوسطة	3.07692308	%30.7	%30.8	%38.5	34. تساهم الشركة في دعم البنية التحتية (تعبيد الطرق،.....).
	مرتفعة	3.927884616				المتوسط الكلي

يبين الجدول (4.6) المتوسطات الحسابية للعبارة المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والتي تتراوح بين 4.38 و 3.07 مما يشير إلى أن الباحثين موافقون على أن هناك مسؤولية اجتماعية كبيرة تجاه المجتمع وكانت الدرجة الكلية لمجموع المتوسطات مرتفعة بمقدار 3.92 حيث تصدرت اهتمام الشركة بعلاقتها مع المجتمع المحلي بمتوسط 4.38 معبرة مرتفعة، وتلاها مراعاة الشركة في أعمالها أهداف مختلف أصحاب المصالح بمتوسط 4.34 معبرة بدرجة مرتفعة، وتبعها ثقافة تنظيمية تعكس التزام الشركة الأخلاقي بمتوسط 4.30، وجاءت رؤية ورسالة الشركة التي تعكس القيم الأخلاقية في التزامها نحو المجتمع بمتوسط 4.19، بينما يشكل متوسط حرص الشركة على دعم المراكز الصحية ودور الأيتام 4.07، في حين كان حرص الشركة على دعم الأنشطة الاجتماعية والثقافية بمتوسط 3.92، ويليه مساهمة الشركة في دعم البنية التحتية بمتوسط 3.11، وأخيراً موقع الشركة بعيد عن المناطق السكنية بمتوسط 3.07 وحل أخيراً كلا من مساهمة الشركة في دعم البنية التحتية بمتوسط 3.11 معبرة بدرجة متوسطة، وموقع الشركة بعيد عن المناطق السكنية بمتوسط 3.07 معبرة بدرجة متوسطة.

شكل رقم (4.6)

توزيع النسب المئوية لعبارات المجتمع



وبالنظر إلى الشكل (4.6) يتضح لنا أن 96.2% من الشركات تراعي في أعمالها أهداف مختلف أصحاب المصالح، وأجاب 3.8% من الشركات بالحياد. أما بالنسبة إلى رؤية ورسالة الشركة أنها تعكس القيم الأخلاقية في التزامها نحو المجتمع فكان 84.6% من الشركات موافقة على ذلك، واكتفى 15.4% من الشركات بالحياد. فيما يخص الثقافة التنظيمية التي تعكس التزام الشركة الأخلاقي فإن 88.5% من الشركات عبرت عن موافقتها، و 11.5% من الشركات فضلت الحياد. عند السؤال عن اهتمام الشركة بعلاقتها مع المجتمع المحلي وجد أن 88.5% موافق وكانت نسبة المحايد 11.5%. أما عن حرص الشركة على دعم الأنشطة الاجتماعية والثقافية فقد أثبتت النتائج بأن 64.3% من الشركات تدعم الأنشطة الاجتماعية والثقافية، وقد عارض 7.7% من الشركات، وكانت إجابة 26.9% من الشركات بالحياد. عبر 77% من الشركات على حرصها لدعم المراكز الصحية ودور الأيتام، بينما كانت 7.7% تعارض ذلك، وأجاب 15.4% بالحياد. تظهر النتائج فيما يختص بالمساهمة في دعم البنية التحتية فقد صرح 42.3% من الشركات بالموافقة وعارضها 26.9%، ويرى 30.7% بأن يبقى محايدا. أما عن موقع الشركة فترى 30.4% من الشركات بأن تكون بعيدة عن المناطق السكنية بينما 30.7% من الشركات عارض، وعبر 30.7% بالحياد.

ومما سبق تظهر النتائج أن غالبية الشركات العائلية التي شملها مجتمع الدراسة تقدم مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع من خلال اهتمامها بعلاقتها مع المجتمع المحلي ومراعاتها في أعمالها أهداف مختلف أصحاب المصالح، والتزامها بثقافة تنظيمية ورؤية ورسالة تعكس القيم الأخلاقية في التزامها نحو المجتمع، وحرصها على دعم المراكز الصحية ودور الأيتام ودعم الأنشطة الاجتماعية والثقافية ودعم البنية التحتية، مما يحسن من سمعة وصورة الشركة في المجتمع.

سابعاً: تجاه البيئة

#### جدول رقم (4.7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والدرجة الكلية للبعد.

رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري	
35.	تساهم الشركة في الحد من التلوث.	%73	%7.7	%19.2	3.88461538	مرتفعة	0.903837971	
36.	تحرص الشركة على أن تكون منتجاتها صديقة للبيئة.	%80.7	%3.8	%15.4	4.03846154	مرتفعة	0.775589106	
37.	تحرص الشركة على نشر الوعي لدى مختلف اصحاب المصالح بأهمية الحفاظ على البيئة.	%88.4	%3.8	%7.7	4.15384615	مرتفعة	0.718973627	
المتوسط الكلي							مرتفعة	4.028974357

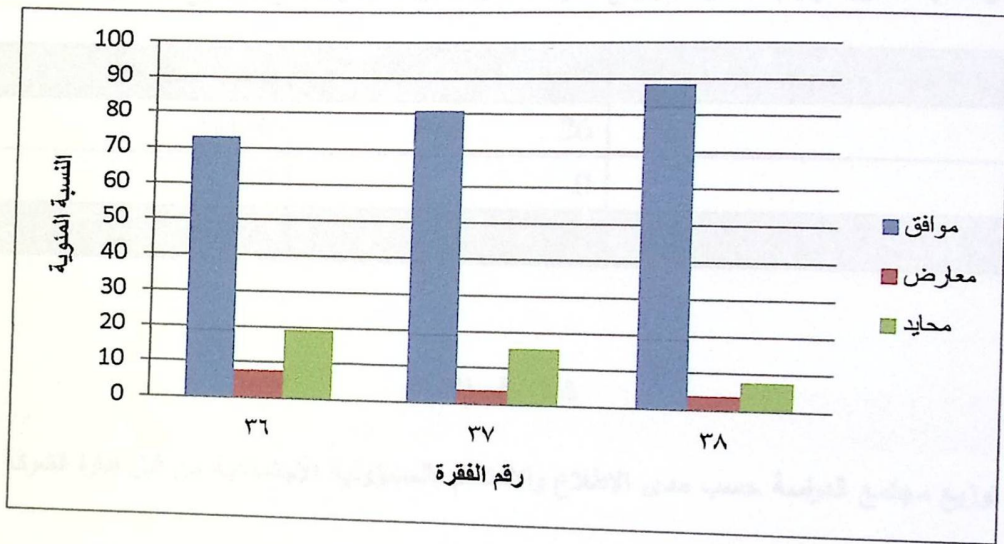
ومن الجدول (4.7) يتبين أن المتوسطات الحسابية للعبارات المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة يتراوح بين ٤.١٥ و ٣.٨٨ مما يبين إلى أن المبحوثين موافقون على أن هناك مسؤولية كبيرة تجاه البيئة



وكانت الدرجة الكلية بمقدار ٤.٠٢ معبرة بدرجة مرتفعة، فحل أولا المتوسط الحسابي لحرص الشركة على نشر الوعي لدى مختلف أصحاب المصالح بأهمية الحفاظ على البيئة بواقع ٤.١٥ بدرجة مرتفعة ، وحل ثانيا حرص الشركة على أن تكون منتجاتها صديقة للبيئة بمتوسط ٤.٠٣ بدرجة مرتفعة ، وحل أخيرا مساهمة الشركة في الحد من التلوث بمتوسط ٣.٨٨ بدرجة مرتفعة.

شكل رقم (4.7)

توزيع النسب المئوية لعبارات البيئة



يبين الشكل (4.7) فيما يتعلق بالبيئة النتائج التالية :

أن ٧٣% من الشركات تساهم في الحد من التلوث، و٧.٧% لا تساهم في ذلك، بينما ١٩.٢% أجاب بالحياد. بالنسبة إلى حرص الشركة على أن تكون منتجاتها صديقة للبيئة ٨٠.٧% من الشركات موافقة ونسبة الشركات المعارضة ٣.٨% بينما ١٥.٤% كانت محايدة. أما عن حرص الشركة على نشر الوعي لدى مختلف أصحاب المصالح بأهمية الحفاظ على البيئة فقد وافق ٨٨.٤% وعارضها ٣.٨% ، واكتفى ٧.٧% من الشركات بالحياد. يتضح مما سبق أن غالبية الشركات العائلية التي شملها مجتمع الدراسة تجاه البيئة كانت على حرص نشر الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة، وتقديم منتجات صديقة للبيئة وتساهم في الحد من التلوث، مما يعكس ذلك إيجاباً على الشركة.

4.2 السؤال الثاني: ما مدى إدراك المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركة؟

لقد تبين بعد التحليل أن ما نسبته ١٠٠% من أفراد مجتمع الدراسة على اطلاع بموضوع المسؤولية الاجتماعية. وبين الشكل (4.8) توزيع مجتمع الدراسة حسب مدى الاطلاع والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركة.

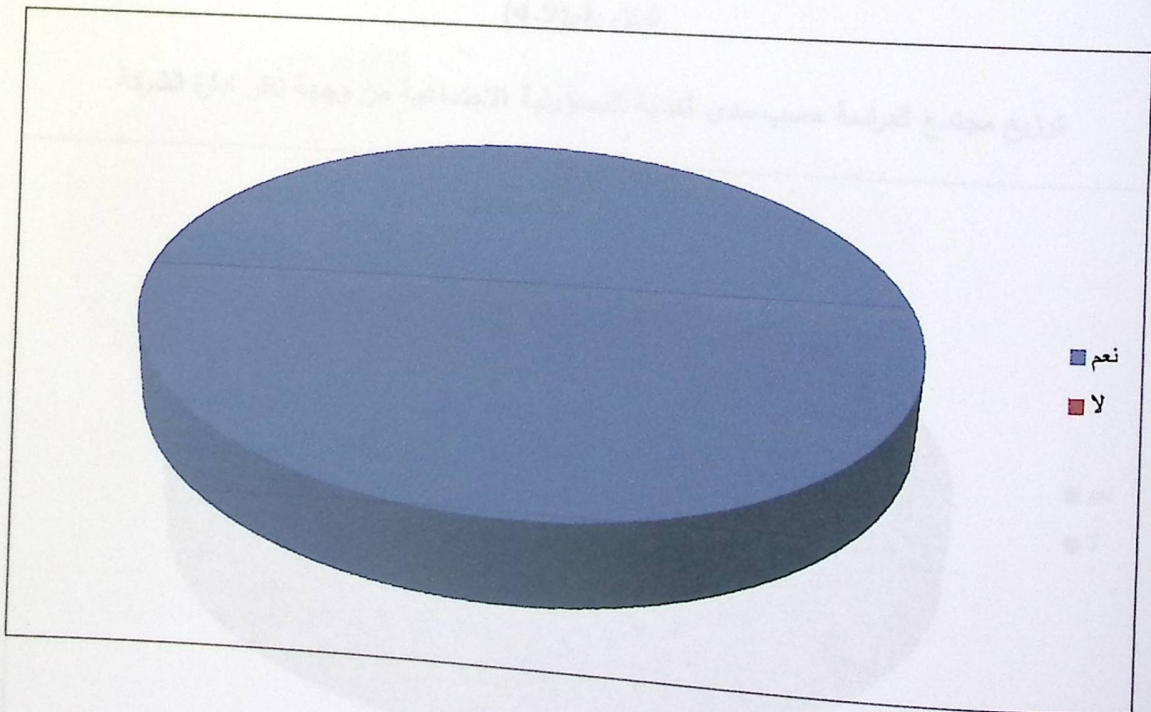
جدول رقم (4.8)

التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو مدى اطلاعهم على موضوع المسؤولية الاجتماعية

الاطلاع والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	100%
لا	0	0%
المجموع	26	100%

شكل رقم (4.8)

توزيع مجتمع الدراسة حسب مدى الاطلاع والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركة



4.3 السؤال الثالث: ما أهمية المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ادارة الشركة؟

يوضح الشكل (4.9) توزيع مجتمع الدراسة حسب مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركة من وجهة نظر إدارة الشركة، حيث أظهرت النتائج أن ما نسبته ١٠٠% من مدراء الشركات على اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية.

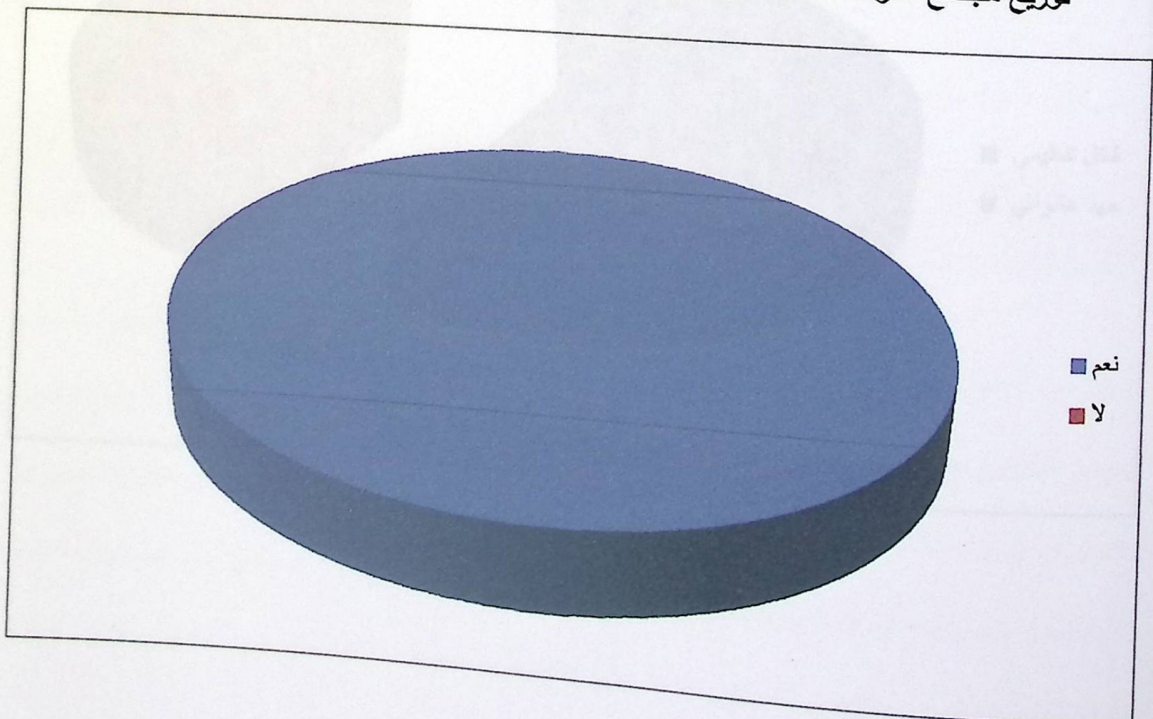
جدول رقم (4.9)

التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركة من وجهة نظر إدارتها

النسبة المئوية	التكرار	المسؤولية الاجتماعية ذات أهمية للشركة
100%	26	نعم
0%	0	لا
100%	26	المجموع

شكل رقم (4.9)

توزيع مجتمع الدراسة حسب مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ادارة الشركة



4.4 السؤال الرابع: هل تأخذ المسؤولية الاجتماعية شكلا تنظيميا أم تأخذ شكل جهود عشوائية؟

يبين الشكل (4.10) توزيع مجتمع الدراسة حسب شكل المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة حيث يتبين أن ٥٧.٦٩% تأخذ شكل تنظيمي، وكان ٤٢.٣٠% تأخذ الجهود العشوائية.

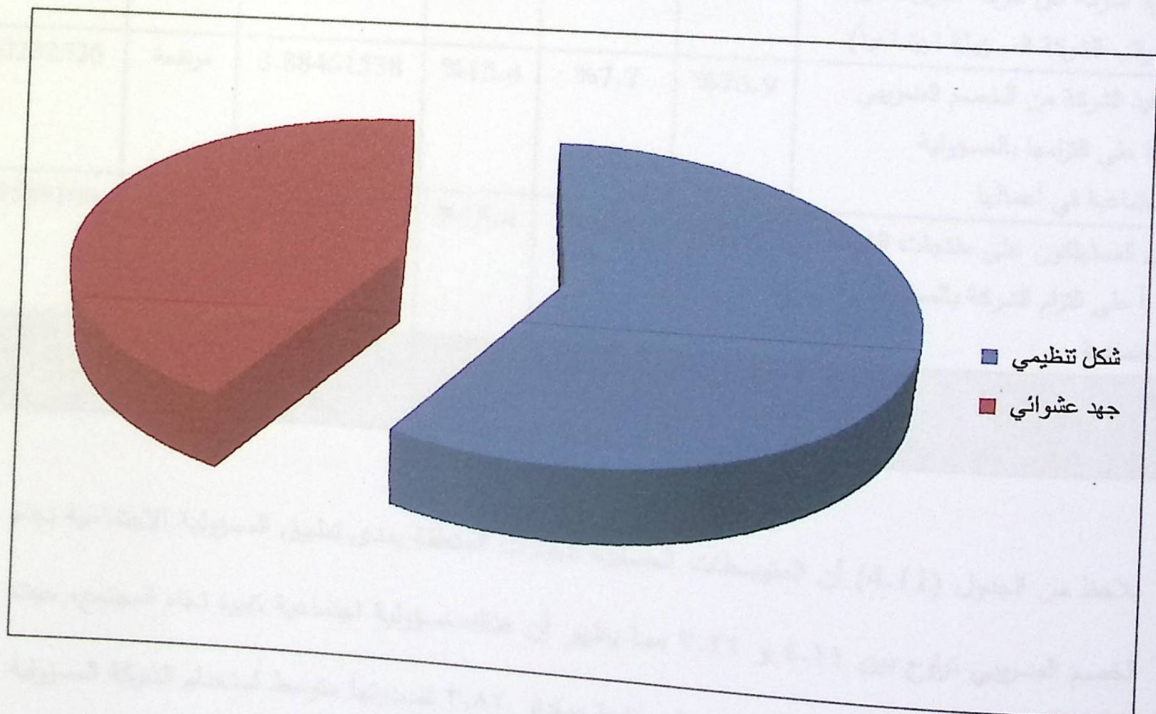
#### جدول رقم (4.10)

التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو شكل المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة

النسبة المئوية	التكرار	شكل المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة
57.70%	15	شكل تنظيمي
42.30%	11	جهود عشوائية
100%	26	المجموع

#### شكل رقم (4.10)

توزيع مجتمع الدراسة حسب شكل المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة



4.5 السؤال الخامس: هل تستخدم الحكومة الخصم الضريبي كوسيلة لتشجيع الشركات على القيام بدورها في المسؤولية الاجتماعية؟

جدول رقم (4.11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات أفراد مجتمع الدراسة تجاه استخدام الحكومة للخصم الضريبي كوسيلة لتشجيع الشركات على القيام بدورها في المسؤولية الاجتماعية والدرجة الكلية للبعد.

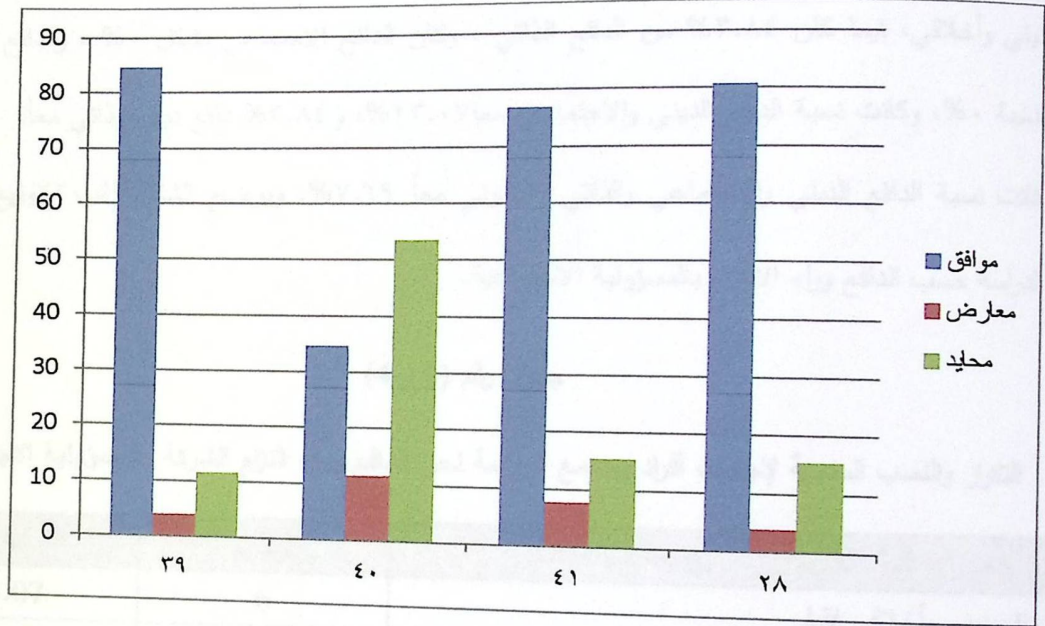
رقم الفقرة	الفقرة	موافق بشدة و موافق	معارض بشدة ومعارض	محايد	المتوسط الحسابي	الدرجة	الانحراف المعياري
38.	تستخدم الشركة المسؤولية الاجتماعية كطريقة لتمييز أعمالها و منتجاتها عن الاعمال و المنتجات الاخرى.	84.6%	3.8%	11.5%	4.11538462	مرتفعة	0.755492707
39.	تأخذ الجهات الرسمية بعين الاعتبار مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في تميزها لشركة عن شركة أخرى (تقليل الضرائب للشركة المسؤولة اجتماعياً).	34.6%	11.5%	53.8%	3.26923077	مرتفعة	1.265519048
40.	تستفيد الشركة من الخصم الضريبي بناء على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية في أعمالها	76.9%	7.7%	15.4%	3.88461538	مرتفعة	0.860232526
41.	يقبل المستهلكون على منتجات الشركة بناءً على التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية.	80.7%	3.8%	15.4%	4.03846154	مرتفعة	0.775589106
	المتوسط الكلي				3.82692307	مرتفعة	8

نلاحظ من الجدول (4.11) أن المتوسطات الحسابية للعبارات المتعلقة بمدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه الخصم الضريبي تراوح بين 4.11 و 3.26 مما يظهر أن هناك مسؤولية اجتماعية كبيرة تجاه المجتمع، حيث يلاحظ أن الدرجة الكلية لتلك العبارات بدرجة مرتفعة بمقدار 3.82 تصدرتها متوسط استخدام الشركة للمسؤولية الاجتماعية لتمييز أعمالها ومنتجاتها عن الأعمال والمنتجات الأخرى بواقع 4.11 معبرة بدرجة مرتفعة، وتلاها أن الشركات تستفيد من الخصم الضريبي بناءً على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية في أعمالها بمتوسط 4.03

بدرجة مرتفعة، في حين بلغ متوسط قبول المستهلكون على منتجات الشركة بناءً على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية ٣.٨٨ بدرجة مرتفعة، وحل أخيراً متوسط أخذ الجهات الرسمية بعين الاعتبار مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في تمييزها لشركة عن شركة أخرى ٣.٢٦ بدرجة متوسطة.

## شكل رقم (4.11)

توزيع النسب المئوية لعبارات الخصم الضريبي



نلاحظ من الشكل (4.11) أن الإجابات فيما يتعلق بعبارات الخصم الضريبي كانت على النحو التالي:

أفادت ٨٤.٦% من الشركات بأنها تستخدم المسؤولية الاجتماعية كطريقة لتمييز أعمالها ومنتجاتها عن المنتجات والأعمال الأخرى، فيما عارض ٣.٨% ذلك ومسبة الحياد ١١.٥%. ٣٤.٦% من الشركات تأخذ بعين الاعتبار مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في تمييزها لشركة عن أخرى، فقد عارضها ١١.٥% وكانت نسبة الحياد ٥٣.٨%. أما بالنسبة إلى قبول المستهلكون على منتجات الشركة بناءً على التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية فكانت نسبة الموافقين ٧٦.٩% والمعارضين لها ٧.٧% واكتفى ١٥.٤% بالحياد. في حين ٨٠.٧% من الشركات تستفيد من الخصم الضريبي بناءً على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية في أعمالها، بينما ٣.٨% من الشركات لا تستفيد من الخصم الضريبي، إلى أن ١٥.٤% من المنشآت اختارت الحياد.

تبين مما سبق أن غالبية الشركات العائلية التي شملها مجتمع الدراسة تستفيد من الخصم الضريبي من قبل الحكومة ولكن ليس بشكل دائم، كما أن بعض أفراد مجتمع الدراسة قد أقر بتمييز الجهات الرسمية بين الشركات بناءً على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

#### 4.6 السؤال السادس: ما هي الدوافع التي تدفع بالشركة للقيام بالمسؤولية الاجتماعية؟

لقد تبين بعد التحليل أن ما نسبته ٣٢.٠٧% من الدافع وراء التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية دافع ديني وأخلاقي، فيما كان ٣.٨٤% من الدافع الذاتي، وكان الدافع الاجتماعي يشكل ٠%، والدافع القانوني بنسبة ٠%، وكانت نسبة الدافع الديني والاجتماعي معاً ٢٣.٠٧%، و ٣.٨٤% دافع ديني وذاتي معاً، في حين كانت نسبة الدافع الديني والاجتماعي والذاتي والقانوني معاً ٧.٦٩%. ويوضح الشكل (٢٠.4) توزيع مجتمع الدراسة حسب الدافع وراء الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

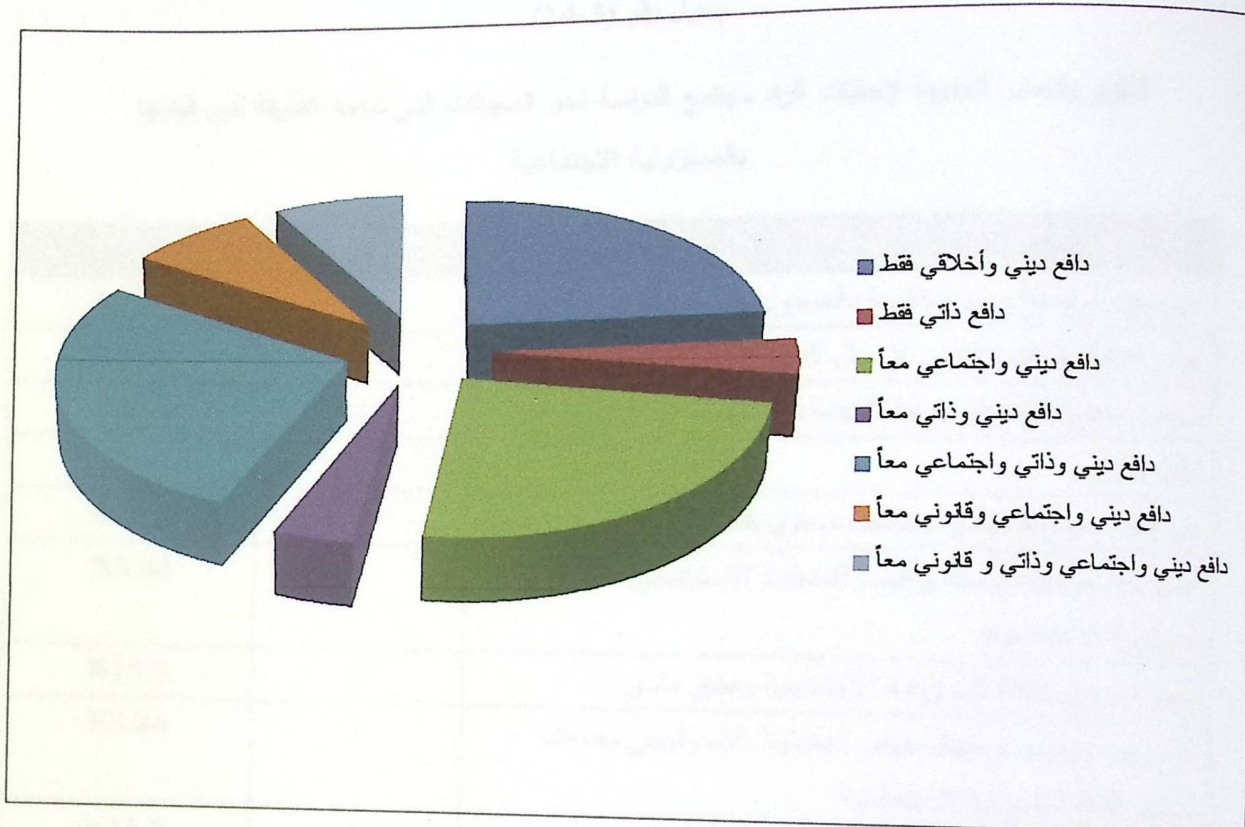
#### جدول رقم (4.12)

التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو الدافع وراء التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الدافع وراء التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية
23.07%	6	دافع ديني وأخلاقي فقط
3.84%	1	دافع ذاتي فقط
0%	0	دافع اجتماعي فقط
0%	0	دافع قانوني فقط
23.07%	6	دافع ديني واجتماعي معاً
3.84%	1	دافع ديني وذاتي معاً
26.92%	7	دافع ديني واجتماعي معاً
7.69%	2	دافع ديني واجتماعي وقانوني معاً
7.69%	2	دافع ديني واجتماعي وذاتي وقانوني معاً

## شكل رقم (4.12)

توزيع مجتمع الدراسة حسب الدافع وراء الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية



## 4.7 السؤال السابع: ما هي المشاكل التي تواجه الشركات العائلية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية؟

يوضح الشكل (4.13) توزيع مجتمع الدراسة حسب المعوقات التي تواجه الشركة لدى قيامها بالمسؤولية الاجتماعية حيث أظهرت النتائج أن ما نسبته ٣.٨٤% من العائق أمام تطبيق الشركة للمسؤولية الاجتماعية عدم وجود مرجعية رسمية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية، وكان غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية يشكل ٣٤.٦%، و ٣.٨٤% ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم أصحاب القرار، ويشكل العائق المادي ٠%، وكان عدم وجود مرجعية رسمية وضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية ويشكل العائق المادي ٠%، ونسبة عدم مرجعية رسمية وغياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية ٣.٨٤%، فيما كان ١٩.٢% من ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية وعائق مادي، ونسبة عدم وجود مرجعية وغياب



التخطيط الاستراتيجي وضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية تشكل ٣.٨٤%، في حين كانت نسبة عدم وجود مرجعية رسمية وضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية وعائق مادي تشكل ١١.٥%.

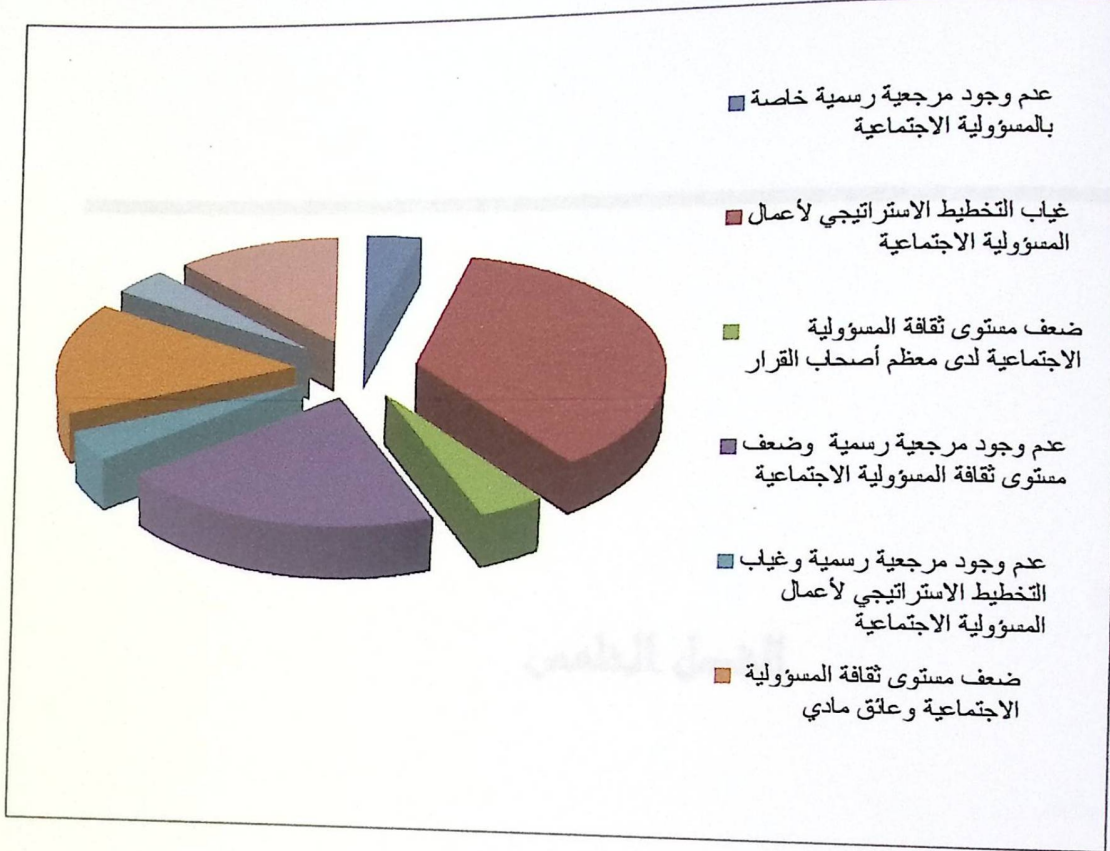
### جدول رقم (14.3)

التكرار والنسب المئوية لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو المعوقات التي تواجه الشركة لدى قيامها بالمسؤولية الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	العائق أمام تطبيق الشركة للمسؤولية الاجتماعية
3.84%	1	عدم وجود مرجعية رسمية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية
34.6%	9	غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية
3.84%	1	ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم أصحاب القرار
0%	0	عائق مادي
19.2%	5	عدم وجود مرجعية رسمية وضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية
3.84%	1	عدم وجود مرجعية رسمية وغياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية
15.3%	4	ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية وعائق مادي
3.84%	1	عدم وجود مرجعية رسمية وغياب التخطيط الاستراتيجي وضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية
11.5%	3	عدم وجود مرجعية رسمية وضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية وعائق مادي

شكل رقم (4.13)

توزيع مجتمع الدراسة حسب المعوقات التي تواجه الشركة لدى قيامها بالمسؤولية الاجتماعية



الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

5.1 النتائج

• خالية اداء الشركات المالية العقارية في منطقة الدمام خاصة على ارضه المتطورة بنسبة 957.7 ،  
**مؤناه الفصل :**

5.1 النتائج

• على جميع منتجات الاقطن على اقل نسبة في مناطق نوع النشاط العقاري اداء مشروع القرضه بنسبة  
 957.52 ، يوه تسويق القرض والتسويق بنسبة 957.79 ، يوه تسويق القرضه بنسبة 957.52 ، يوه

5.2 التوصيات

• وانما موضوع المسؤولية الاجتماعية من قبل جميع الشركات المالية العقارية في منطقة  
 الدمام بنسبة 957.52

5.3 الاستنتاجات

• جميع المسؤولية الاجتماعية في الشركات المالية العقارية في منطقة الدمام بنسبة 957.7  
 وتعتبر العنصرية بنسبة 957.5

## 5.1 النتائج:

- غالبية ادارة الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل حاصلة على درجة البكالوريوس بنسبة 57.7% ، يليه متغير الثانوية العامة فما دون بنسبة 34.61% و حظي متغير درجة الدبلوم على أقل نسبة وتبلغ 7.69%.
- حظي تصنيع منتجات الالبان على أعلى نسبة في متغير نوع النشاط الغذائي لأفراد مجتمع الدراسة بنسبة 26.92%، يليه تصنيع الخبز والمعجنات بنسبة 19.24%، يليه تصنيع البطاطا بنسبة 15.39%، يليه تصنيع البوظة بنسبة 11.53%، يليه كل من تصنيع الحبوب والقمح و تصنيع اللحوم بنسب متساوية وتبلغ 7.69%، واحتل المرتبة الاخيرة تصنيع كل من المعكرونة، المشروبات المرطبة و رأس العبد بنسبة 3.84%.
- هنالك اطلاع واهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية من قبل جميع الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل بنسبة 100%.
- هناك إدراك من قبل إدارة جميع الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركة بنسبة 100%.
- تجمع المسؤولية الاجتماعية في الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل بين الشكل التنظيمي بنسبة 57.7% والجهود العشوائية بنسبة 42.3% .
- الدوافع وراء التزام الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل جمعت بين الدافع الديني والأخلاقي والاجتماعي والذاتي أما الدافع القانوني حظي بأقل نسبة وذلك لعدم وجود قوانين وأنظمة مباشرة تشجع على التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية.

- تواجه الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل معوقات عدة لدى قيامها بالأعمال المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية على رأسها غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركة وعدم وجود مرجعية رسمية (تشريعات وقوانين وأنظمة) خاصة بالمسؤولية الاجتماعية.
- أظهرت النتائج أن الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل تطبق المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين من ناحية توفير بيئة عمل مناسبة وسليمة بما ينعكس إيجاباً على إنتاجيتهم، وتحرص على القيام بإجراءات السلامة والأمان والصيانة في بيئة العمل كما تحرص على العدالة والمساواة في الأجور وتعمل على تدريب وتطوير العاملين.
- بينت النتائج أن أكثر فئة يتم تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاهها هي فئة المستهلكين من حيث تقديم منتجات بسعر ملائم وجودة عالية كما تهتم بالتعبئة والتغليف السليم للمنتج وتهتم بالشكاوي والاقتراحات وتلتزم بإعلان صادق وأمين وتقديم خدمات ما بعد البيع مما ينعكس إيجاباً على مستوى رضا الزبائن.
- هنالك اهتمام من قبل الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل بمتابعة الموردين والتأكد من أعمالهم بشكل أخلاقي ولكن ليس بالمستوى المطلوب فمتابعة الموردين سينعكس إيجاباً على أداء الشركة .
- تطبق جميع الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل بنسبة 100% المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين من خلال حرصها على المنافسة الشريفة والمشروعة في السوق.
- هنالك اهتمام من قبل الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل بتطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع ولكن ليس بالمستوى المطلوب.
- تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة من قبل الشركات العائلية الغذائية في محافظ الخليل يظهر بأعلى مستوياته في حرصها على تقديم منتجات صديقة للبيئة ونشر الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة.
- تظهر الشركات العائلية الغذائية في محافظة الخليل اهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة من خلال التزامها بدفع الضرائب والتزامها بالقوانين والمعايير الخاصة بالسعر والجودة.
- لا يوجد اهتمام بالمستوى المطلوب من قبل الجهات الرسمية باستخدام المسؤولية الاجتماعية بتميز شركة عن شركة أخرى.

- كما تستفيد الشركات من الخصم الضريبي بناءً على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية ولكن ليس بشكل مستمر ومنظم ورسمي.

## 2.5 التوصيات:

بناءً على ما توصل إليه من نتائج خرج فريق البحث بالتوصيات التالية:

- يوصي فريق البحث الشركات بأن يكون الشكل المتبع للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركة هو الشكل التنظيمي مما ينعكس على مستوى أداء الشركة للمسؤولية الاجتماعية.
- يوصي فريق البحث بزيادة الاهتمام والمتابعة للوسطاء والتأكد من قيامهم بأعمالهم بشكل أخلاقي.
- ضرورة قيام الجهات المعنية بتوفير البنية التحتية اللازمة لأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية من خلال وضع أنظمة وتشريعات وقوانين لتشجيع القيام بالمسؤولية الاجتماعية.
- استمرارية الحكومة بتقديم محفزات للشركات من قبل الحكومة على ضوء تميزها في المسؤولية الاجتماعية.
- تنظيم ورشة عمل تضم صناع القرار في الجهات المعنية لتحديد معايير أداء المسؤولية الاجتماعية.
- منح جوائز للتميز في أداء المسؤولية الاجتماعية ليصبح التنافس بين الشركات على مستوى المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركات .
- يوصي فريق البحث بزيادة الاهتمام بالمجتمع وعمل دراسات لبحث احتياجات المجتمع والعمل على سد هذه الاحتياجات والمساهمة في عمل مشاريع تطويرية وتنموية.
- ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بالتوعية بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها.
- ضرورة وجود إدارات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركة تتوالى تخطيط وتنفيذ البرامج والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة.
- قيام الغرفة التجارية الصناعية بتنظيم دورات تدريبية وندوات لزيادة الخبرات في مجالات المسؤولية الاجتماعية.

## الاستنتاجات:

- أن المسؤولية الاجتماعية بحاجة الى تسليط الضوء عليها لأهميتها للشركة والمجتمع على حد سواء.
- أن المسؤولية الاجتماعية قد تكون احدى الطرق التي تستخدمها الشركة للتنافس في السوق.
- أن الشركات العائلية تطبق المسؤولية الاجتماعية و لكن دون ادراكها بأن ما تقوم به يطلق عليه مصطلح المسؤولية الاجتماعية.
- أن المؤسسات و الشركات بحاجة الى ادراك اكبر لأهمية المسؤولية الاجتماعية و بالتالي زيادة العمل بشكل امبر على تطوير اداء المسؤولية الاجتماعية.
- أن الشركات العائلية ذات تأثير كبير في الاقتصاد في محافظة الخليل كونها الشكل الغالب على معظم الشركات التجارية و الصناعية في المحافظة.
- أن الشركات العائلية بحاجة الى تثقيف و توعية بالأهمية الكبيرة للمسؤولية الاجتماعية على المدى الطويل لديمومة الشركة و استمراريتها.
- أن الشركات العائلية بحاجة الى توعية بأهمية جميع أطراف الفئات ذات المصلحة على حد سواء.
- أن المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين ستحسن من أدائهم و بالتالي ستعكس ايجاباً على انتاجيتهم و على أداء الشركة بشكل عام.
- أن المستهلكين يفضلون الشركات التي تساهم و تقدم و تخدم المجتمع و تتمتع بصورة أخلاقية و اجتماعية جيدة.
- أن اهتمام اشركات العائلية بالمسؤولية الاجتماعية نابع من ذاتها و التزامها بالدين الاسلامي.
- أن نسبة المتعلمين العاملين في الشركات العائلية قليلة.
- أن الخصم الضريبي من قبل الحكومة يتم على أعمال المسؤولية الاجتماعية المتعلقة بالتبرعات الضخمة للدول الاخرى في حالة الكوارث و الحروب.



## المصادر و المراجع

### -المصادر العربية

١-

-أبو رميلة، حنان. 2011، " الصناعات الغذائية في محافظة الخليل واقع و تحديات"، غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل.

-أبو شهلا، علي. 2012، " الشركات العائلية منعت انهيار القطاع الخاص"، [www.felesteen.ps](http://www.felesteen.ps)

-الأسرج، حسين (2010) "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة جسر التنمية، العدد التسعون، فبراير/ شباط - السنة التاسعة.

-التميمي، رند (2010) "المسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية و علاقتها بالربحية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، الخليل، فلسطين.

-التميمي، وفاء (2010) "واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل: دراسة ميدانية على آراء مجموعة من مديري شركات إنتاج مستحضرات التجميل"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 6، العدد 3.

-جودة، محفوظ أحمد (2002) "العلاقات العامة: مفاهيم و ممارسات"، دار زهران للنشر و التوزيع، ط4، عمان.

-حسين، ليث، والجميل، ريم (2009) "المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل: دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل"، بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث تحت عنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27-29 نيسان.

-حمدان، مأمون (2009) "مزايأ تحول الشركات العائلية الى شركات مساهمة"، مؤتمر الشركات العائلية، دمشق، 15-16 نوفمبر.

-الزعتري، علاء. 2010، "المسؤولية الاجتماعية للشركات"، [www.iefpedia.com](http://www.iefpedia.com)

-السحيباني، صالح (2009) "المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حاله تطبيقية على المملكة العربية السعودية"، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييم استشراف" بيروت، لبنان، 23-25 مارس.

-شاهين، أحمد (2009) "المسؤولية الاجتماعية للجامعات: دراسة تحليلية وصفية"، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.

-الضمور، هاني، وعسكر، حياة (2011) "أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة مقارنة بين الشركات المحلية والأجنبية في الأردن"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 7، العدد 1.  
-عبد الرحمن، أحمد (1997) "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال مجالاتها ومعوقات الوفاء بها دراسة ميدانية تطبيقية"، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، مجلد 11، عدد (2).  
-عواد، يوسف (2010) "الجامعات العربية والمسؤولية الاجتماعية"، دليل المسؤولية الاجتماعية للجامعات، جامعة القدس المفتوحة، 13 ديسمبر.

-عيران، رقية. 2008، "المسؤولية الاجتماعية للشركات بين الواجب الوطني والمبادرات الطوعية".

[www.arabvol.org](http://www.arabvol.org)

-الغالب، طاهر، والعامري، صالح (2006) "المسؤولية الاجتماعية ومنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات، دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، المؤتمر العربي الثاني"، 3-8 نوفمبر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

-الغالب، طاهر والمنهل، محمد (2004) "الأداء الاجتماعي الداخلي و علاقته بدوران العمل: دراسة ميدانية في شركة نفط الجنوب و الشركة العامة للحديد و الصلب في العراق"، أبحاث اليرموك، المجلد 20، العدد 1.

-مقدم، وهيبه (2009) "دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة" [www.csr.sa.net](http://www.csr.sa.net)

-مقدم، وهيبه. 2008، "المسؤولية الاجتماعية من منظور الاقتصاد الإسلامي"، موسوعة الاقتصاد الإسلامي، [www.aleqt.com](http://www.aleqt.com)

-المسؤولية الاجتماعية للشركات، [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

-معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية، [www.unrisd.org](http://www.unrisd.org)

-6 معوقات تمنع الشركات والبنوك السعودية من القفز بأدوارها الاجتماعية"، موسوعة الاقتصاد الإسلامي، [www.aleqt.com](http://www.aleqt.com)

-نجم، عبود (2000)، "أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

-هاشم، عمر. 2012، "مخاوف الشركات العائلية... الواقع والطموح"، [www.wafa.ps](http://www.wafa.ps)

-هل، شارلز وجولز، جاريت (2001) الإدارة الاستراتيجية "مدخل متكامل"، (دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية).

### -المصادر الأجنبية-

- Caroll, Archie B (1991) "The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July. August.
- Flammer, Caroline(2012) "Corporate Social Responsibility and Stock Prices: The Environmental Awareness of Shareholders" [journals.aomonline.org](http://journals.aomonline.org)
- Fiske & others (2009) "Anti-corporation as Strategic CSR :A call to action for corporation" [www.ethics.org](http://www.ethics.org)
- Harbone, R. (1999) "Power Planning", Strategic Finance, Vol. 81, October.
- Joyce, William et.al (2004) "What Really Woks: The 472 Formula for Sustained Business Success", Harper Collins Puplisher.
- Kostyuk & Others "Corporate Social Responsibility in Banks: An International Overview", Ukrainian Academy of Banking of the National Bank of Ukraine [www.virtusinterpress.org](http://www.virtusinterpress.org)
- McGuire and other (1988) "Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance" [www.amj.aom.org](http://www.amj.aom.org)
- Seitel, Fraser P. (2004) "The Practice of Public Relations", 9<sup>th</sup> ed., Prentice-Hall, Ndew Jersey.
- Seltzer, J. and Bass B. (1990) "Transformational Leadership Beyond Initiation and Consideration", Journal Of Management, Vol. 16.
- Stanwick, Peter & Sarah (2009) Understanding Business Ethics, Pearson Education, Inc, Upper Saddle, New Jersay.
- Shere, Andreas (2007) "Globalization and Corporate Social Responsibility", University of Zurich, Switzerland. [www.csr-udesc-esag.wikispaces.com](http://www.csr-udesc-esag.wikispaces.com)

- Starcher, G. & Plazzi, M. (1997) "Corporate Social Responsibility And Business Success", The European Business Forum. [www.centreonphilanthropy.com](http://www.centreonphilanthropy.com)
- Schuler, R. (1995) "Managing Human Resources", 5<sup>th</sup> ed., West Publishing Co., New York.
- Waring, P. and lower G. (2004) 'The impact of the Socially Response Investment on Human Resource Management: A conceptual Framework", journal of Business Ethics, Vol.52, No. 1.

الملاحق



التربية الوطنية / ١٤٢٠هـ

مادة التربية الوطنية / ١٤٢٠هـ

تتمثل أهداف التربية الوطنية في تنمية الشعور بالانتماء للوطن والمشاركة في التنمية الوطنية، وتثقيف المواطنين في الحقوق والواجبات، وتعزيز القيم الأخلاقية، وتطوير الشخصية الإنسانية، وإعداد المواطن الواعي والمؤهل للمشاركة في الحياة الوطنية.

# الملاحق

الهدف  
المادة  
الموضوع

- ١- دور التربية الوطنية في التنمية الوطنية
- ٢- أهمية التربية الوطنية في الحياة الوطنية
- ٣- أهداف التربية الوطنية
- ٤- مبادئ التربية الوطنية
- ٥- طرق التربية الوطنية



السيدة/ة المدير/ة المحترم/ة

تحية طيبة وبعد.....

يقوم فريق البحث من كلية العلوم الادارية و نظم المعلومات في جامعة بوليتكنك فلسطين بدراسة حول (مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في مدينة الخليل)، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص ادارة الاعمال المعاصرة. ويقصد فريق البحث بالمسؤولية الاجتماعية بأنها: واجب منظمات الأعمال المتمثل ببعدين: بعد داخلي ويتمثل بواجبها نحو العاملين لديها، وبعد خارجي يتمثل بواجبها نحو المجتمع الذي تنتمي إليه، من خلال المساهمة بمختلف الأنشطة الاجتماعية والبيئية، وبما يعزز من صورة المؤسسة ويحقق تنمية اقتصادية مع ضمان مراعاة قيم المجتمع وأخلاقياته والالتزام بالقوانين. لذا يرجى من حضرتكم التعاون و الاجابة على أسئلة الاستبانة بدقة وموضوعية علماً بأن هذه المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة.

شاكرين لكم حسن تعاونكم.....

فريق البحث:

وعد مرعب رزان جحش

إشراف:

د. مروان جلعود

نوع النشاط الاقتصادي/مجال العمل.....

المؤهلات العلمية:

- دبلوم
- دراسات عليا

- الثانوية العامة فما دون
- بكالوريوس

مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل تجاه أصحاب المصلحة (الموظفين، المستهلكين، المجتمع، المنافسين، الحكومة و البيئة)

يرجى وضع إشارة (✓) بجانب الخيار الذي تراه مناسباً

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
					١. يوجد لدى الشركة مدونة أخلاقية خاصة بها.
					٢. توفر الشركة/المصنع بيئة عمل مناسبة و سليمة (الاضاعة، التهوية، احذية وقبعات السلامة،.....).
					٣. اجراءات الاختيار والتعيين شفافة و واضحة و بعيدة عن الوساطة و المحسوبية.
					٤. تحرص الشركة على تدريب و تطوير العاملين باستمرار.
					٥. تحرص الشركة على العدالة و المساواة في الاجور.
					٦. يتم تكريم المبدعين و المتميزين و مكافأتهم.
					٧. توفر الشركة تعويضات غير مباشرة للعاملين (تأمين صحي، ضمان اجتماعي،....) و اجازات مدفوعة.
					٨. تقوم الشركة بأنشطة اجتماعية و ترفيهية للعاملين.
					٩. تتبع الشركة اجراءات للسلامة و الامان في المستودعات و المخازن.
					١٠. تحرص الشركة على القيام بإجراءات للصيانة بشكل مستمر.
					١١. توفر الشركة خدمات ما بعد البيع للمستهلك.
					١٢. تقدم الشركة منتجات/خدمات بأسعار مناسبة.
					١٣. تقدم الشركة منتجات/خدمات بجودة عالية.
					١٤. تلتزم الشركة بإعلان صادق و أمين.
					١٥. تحرص الشركة على دراسة حاجات و رغبات المستهلكين.
					١٦. تحرص الشركة على تسهيل عملية وصول المنتج للمستهلك.
					١٧. تحرص الشركة على الاهتمام برأي الجمهور و شكاواهم.
					١٨. توفر الشركة للمستهلك تعليمات و ارشادات حول كيفية استخدام المنتج.
					١٩. تدفع الشركة تعويضات للمتضررين من استخدام بعض المنتجات.
					٢٠. تهتم الشركة بالتعبئة و التغليف و سلامة المنتج.

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
					٢١. تتابع الشركة الوسطاء و تتأكد من قيامهم بأعمالهم بشكل اخلاقي.
					٢٢. تأخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لمزود عن مزود آخر.
					٢٣. تأخذ الشركة بعين الاعتبار المسؤولية الاجتماعية في تفضيلها لموزع عن موزع آخر.
					٢٤. تحرص الشركة على المنافسة الشريفة و المشروعة في السوق.
					٢٥. تلتزم الشركة بدفع الضرائب للحكومة.
					٢٦. تلتزم الشركة بالقوانين و المعايير الخاصة بالسعر و الجودة.
					٢٧. موقع الشركة/المصنع بعيد عن المناطق السكنية.
					٢٨. تراعي الشركة في أعمالها أهداف مختلف اصحاب المصالح.
					٢٩. تعكس رؤية و رسالة الشركة القيم الاخلاقية في التزامها نحو المجتمع.
					٣٠. هنالك ثقافة تنظيمية تعكس التزام الشركة الاخلاقي.
					٣١. تهتم الشركة بعلاقتها مع المجتمع المحلي.
					٣٢. تحرص الشركة على دعم الانشطة الاجتماعية و الثقافية (بناء مدارس، ملاعب،.....).
					٣٣. تحرص الشركة على دعم المراكز الصحية و دور الايتام.
					٣٤. تساهم الشركة في دعم البنية التحتية (تعبيد الطرق،.....).
					٣٥. تساهم الشركة في الحد من التلوث.
					٣٦. تحرص الشركة على أن تكون منتجاتها صديقة للبيئة.
					٣٧. تحرص الشركة على نشر الوعي لدى مختلف اصحاب المصالح بأهمية الحفاظ على البيئة.
					٣٨. تستخدم الشركة المسؤولية الاجتماعية كطريقة لتمييز أعمالها و منتجاتها عن الاعمال و المنتجات الاخرى.
					٣٩. تأخذ الجهات الرسمية بعين الاعتبار مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في تميزها لشركة عن شركة أخرى (تقليل الضرائب للشركة المسؤولة اجتماعياً).
					٤٠. تستفيد الشركة من الخصم الضريبي بناءً على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية في أعمالها.
					٤١. يقبل المستهلكون على منتجات الشركة بناءً على التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية.



هل انت على اطلاع واهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية؟

نعم  لا

من وجهة نظرك، هل المسؤولية الاجتماعية ذات أهمية للشركة؟

نعم  لا

تأخذ المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة:

شكلاً تنظيمياً  جهداً عشوائياً

ما هو الدافع وراء التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية؟  
ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من اجابة

دافع ديني وأخلاقي  دافع اجتماعي   
دافع ذاتي  دافع قانوني

انكر أية دوافع اخرى تجدها مناسبة.....  
.....

ما هي أهم المعوقات التي تواجه الشركة لدى قيامها بالأعمال المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية؟  
ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من اجابة

عدم وجود مرجعية رسمية (التشريعات والقوانين والأنظمة) خاصة بالمسؤولية الاجتماعية   
غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية الاجتماعية   
ضعف مستوى ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى معظم أصحاب القرار   
عائق مادي

انكر اية معيقات اخرى تجدها مناسبة.....  
.....

انتهت الأسئلة

شاكرين لكم حسن تعاونكم

فريق البحث



كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

التاريخ: 2013/2/13

قائمة بأسماء المحكمين
د. غسان شاهين
أ. أمجد الننتشة
أ. محمد الشلالة
أ. سعدية سلطان
أ. ليلى المحتسب
أ. دينا القدسي

يكون من مهام اللجنة: الاستكمال من خلال استطلاع آراء أعضاء اللجنة واداء واجباتهم في مجاله التخصصي ، فضلا عن اعداد التقرير السنوي للفترة 2012/2013

التوقيع: د. حسن عازم

وتفصيلا بالتفصيل في التقرير

التوقيع: د. محمد دويك

التوقيع: د. محمد دويك

التوقيع: د. محمد دويك  
التوقيع: د. محمد دويك



كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات  
دائرة العلوم الادارية

التاريخ: 2013/2/13

حضرة السادة غرفة تجارة وصناعة الخليل المحترمين.

غرفة تجارة وصناعة الخليل

الموضوع: مساعدة الطلبة

رقم الموارد: 490/2013/2014

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يرجى من حضرتكم التكرم بمساعدة الطالبات التالية اسماؤهن:

وعد مرتعب

رزان جحش

وهن من طلبة الكلية، لاستكمال متطلبات مشروع التخرج والذي هو بعنوان " واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل " ، للفصل الدراسي الثاني 2012/2013.

شاكرين لكم حسن تعاونكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

رئيس الدائرة

د. اسماعيل رومي

13-2-2013

السيد  
المستودع  
13/2/2013



كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات  
دائرة العلوم الادارية

التاريخ: 2013/2/26

حضرة السيد مدير مكتب وزارة الاقتصاد الوطني المحترم.

الموضوع : مساعدة الطالبات

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يرجى من حضرتكم التكرم بمساعدة الطالبات التالية اسماؤهن:

وعد مرعب

رزان جحش

وهن من طلبة الكلية، لاستكمال متطلبات مشروع التخرج والذي هو بعنوان "مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل"، للفصل الدراسي الثاني 2012/2013.

شاكرين لكم حسن تعاونكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

رئيس الدائرة

د. اسماعيل رومي

26.2.2013

بسم الله الرحمن الرحيم

University Graduates Union  
Palestine Polytechnic University  
(PPU)



رابطة الجامعيين / محافظة الخليل  
جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات  
دائرة العلوم الادارية

التاريخ: 2013/5/5

حضرة السيد المدير المحترم

الموضوع : مساعدة الطالبات

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

نرجو من حضرتكم التكرم بمساعدة الطالبات التالية اسماؤهن:

وعد مرعب

رزان جحشن

وهن من طلبة الكلية، لتوزيع استبانة لاستكمال متطلبات مشروع التخرج والذي هو بعنوان " مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل " للفصل الدراسي الثاني 2012/2013.

شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

رئيس الدائرة

د.اسماعيل رومي

فلسطين - الخليل - ص.ب: ١٩٨

مباني وادي الهرية - تلفاكس: ٢٢٣٠٠٦٨ - ٢٢٣٣٠٥٠

مباني أبو كتيل - تلفاكس: ٢٢٢٠٦٢٠ - ٢٢٢٠٦٢٠

مباني أبو رمان - تلفاكس: ٢٢٣١٩٢١ - ٢٢٣١٩٢١

Palestine - West Bank - Hebron P.O.box: 198

Wadi Al Hareih Campus / Telefax: 02-2233050 2230068

Abu Ktela Campus / Telefax: 02-2220620

Abu Romman Campus / Telefax: 02-2231921

Email: info@ppu.edu

www.ppu.edu



كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات  
دائرة العلوم الادارية

التاريخ: 2013/5/6

حضرة السيد مدير غرفة تجارة وصناعة الخليل المحترم

الموضوع : مساعدة الطالبات

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

نرجو من حضرتكم التكرم بمساعدة الطالبات التالية اسماؤهن:

وعد مرعب

رزان جحشن

وهن من طلبة الكلية، للحصول على معلومات لانتهاء متطلبات مشروع التخرج والذي هو بعنوان "مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات العائلية في محافظة الخليل" للفصل الدراسي الثاني 2012/2013.

شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

رئيس الدائرة

د. اسماعيل رومي

٢٠١٣/٥/٠٦

## *Abstract*

*This Study aimed to identify the extent of social responsibility application in family companies in food industrial sector in Hebron City towards stakeholders including (Employees, consumers, suppliers, competitors, government, society and environment). Also, it aimed to identify the range of social responsibility recognition by directors of company, the government's use of the tax discount as a way to encourage companies to do their part in social responsibility, the most important motivations that drive the company to do social responsibility, in addition to the most obstacles that faced family companies to do the social responsibility.*

*The research team used the descriptive analytical process. Two tools were used; the questionnaire, as a major tool, In addition to books, articles and previous studies as a minor tool. Questionnaire had been distributed to the entire study population, which consists of 26 of a family companies which specializing in food processing, and we have been analyzed outputs statistically questionnaire and processed manually by the research team.*

*The research team reached to a set of results that there is informed and with great attention and apply to the issue of social responsibility towards both consumers, employees, competitors and government, there is an interest towards a societybut not at the required level, the environment to a good extent, also social responsibility combine between the organizational form and random efforts,the motives for the company's commitment to social responsibility were varied between religious motivation, moral and social development. Companies are faces several obstacles to doing business related to social responsibility, including the absence of strategic planning for the work of social responsibility. Companies are utilize from the tax rebate based on its commitment to social responsibility.*

*The most important recommendations of the research that the shape applied for social responsibility within the company is the organizational form, attention and follow-up of suppliers, providing the infrastructure needed to perform corporate social responsibility, in addition to organizing a workshop to determine the performance standards of social responsibility and awards for excellence in the performance of social responsibility.*