



جامعة بوليتيكنيك فلسطين
كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

مدى تبنى المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي
في مدينة الخليل

فريق البحث

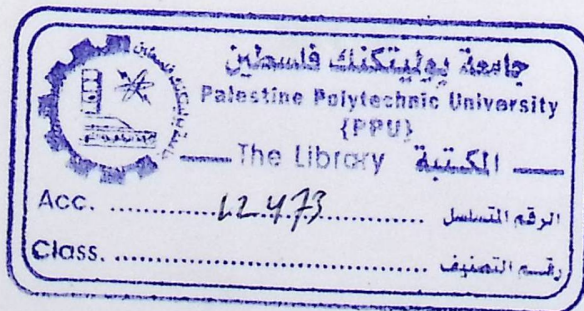
ديانا محمود إمام هادي خليل ربيعة

محمد وحيد ملحم

إشراف

أ.سعدية سلطان

أيار 2011



دى تبنى المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي
في مدينة الخليل

فريق البحث

ديانا محمود إمام هادي خليل ربيعة

محمد وحيد ملحم

إشراف

أ.سعدية سلطان

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

أيار 2011

شكر وتقدير

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى أعوام

قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذنين بذلك

جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد...

وقبل أن نمضي تقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا

أقدس رسالة في الحياة...

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة...

إلى جميع أساتذتنا الأفاضل.....

الإهداء

إلى من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة حب

إلى من كَلَّتْ أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم

إلى القلب الكبير (والدي العزيز)

إلى من أرضعتني الحب والحنان

إلى رمز الحب ويُسَمِّ الشفاء

إلى القلب الناصع بالبياض (والدتي الحبيبة)

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي (إخوتي)

الآن تفتح الأشرعة وترفع المرساة تنتطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو بحر الحياة

وفي هذه الظلمة لا يضيء إلا قنديل الذكريات ذكريات الأخوة البعيدة إلى الذين أحببتهم وأحبوني

(أصدقائي)

قائمة المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
*	شكر وتقدير	أ
*	الإهداء	ب
*	فهرس المحتويات	ت
*	فهرس الجداول	ح
*	فهرس الأشكال	خ
*	ملخص الدراسة	د
الفصل الأول (الإطار العام)		
1.1	المقدمة	2
1.2	أهداف الدراسة	4
1.3	مشكلة الدراسة	5
1.4	أهمية الدراسة	7
1.5	فرضيات الدراسة	8
1.6	ابعاد البحث ومحدداته	9
1.7	الهيكل التنظيمي لمحتويات الدراسة	9
1.8	المصطلحات	11
الفصل الثاني (الإطار النظري والدراسات السابقة)		
2.1	المبحث الأول (الإطار النظري)	
2.1.1	المسؤولية الاجتماعية	13
2.1.2	لمحة تاريخية عن المسؤولية الاجتماعية	14
2.1.3	انماط وابعاد تبني المسؤولية الاجتماعية	15
2.1.4	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	17
2.1.5	المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية	23
2.1.6	نماذج المسؤولية الاجتماعية	26
2.1.7	قياس المسؤولية الاجتماعية اتجاة اصحاب المصلحة	29
2.1.8	المسؤولية الاجتماعية في اطار أنشطة المنظمة	35

39	المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات الاعمال	2.1.9
40	المسؤولية الاجتماعية والقانون	2.1.10
42	المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات	2.1.11
43	دور المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص الفلسطيني	2.1.12
44	المسؤولية الاجتماعية في النظام الاسلامي	2.1.13
	المبحث الثاني (الدراسات السابقة)	2.2
47	الدراسات العربية	2.2.1
54	الدراسات الاجنبية	2.2.2
	الفصل الثالث (إجراءات الدراسة)	
60	منهج الدراسة	3.1
60	ادوات جمع البيانات والمعلومات	3.2
66	صدق اداة الدراسة	3.3
66	مجتمع الدراسة	3.4
67	عينة الدراسة	3.5
67	المعالجة الاحصائية للبيانات	3.6
	الفصل الرابع (تحليل البيانات والنتائج)	
70	السؤال الأول	4.1
72	السؤال الثاني	4.2
74	السؤال الثالث	4.3
75	السؤال الرابع	4.4
77	السؤال الخامس	4.5
78	السؤال السادس	4.6
80	السؤال السابع	4.7
82	السؤال الثامن	4.8
84	السؤال التاسع	4.9
85	السؤال العاشر	4.10
	الفصل الخامس (النتائج والتوصيات)	
89	نتائج الدراسة	5.1

90	توصيات الدراسة	5.2
المراجع		
91	المراجع	•
الملاحق		
96	ملحق رقم (1)	•
102	ملحق رقم (2)	•

74	توصيات الدراسة	5.2
75	المراجع	•
76	المراجع	•
77	المراجع	•
78	المراجع	•
79	المراجع	•
80	المراجع	•
81	المراجع	•
82	المراجع	•
83	المراجع	•
84	المراجع	•
85	المراجع	•
86	المراجع	•
87	المراجع	•
88	المراجع	•
89	المراجع	•
90	المراجع	•
91	المراجع	•
92	المراجع	•
93	المراجع	•
94	المراجع	•
95	المراجع	•
96	المراجع	•
97	المراجع	•
98	المراجع	•
99	المراجع	•
100	المراجع	•
101	المراجع	•
102	المراجع	•

فهرس الجداول

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
3.1	المتغيرات الاحصائية	61
3.2	اصحاب المصلحه وامثلة على مظاهر الالتزام	63
4.1	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال تجاه الموظفين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	70
4.2	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	72
4.3	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة من وجهة نظر المديرين الإداريين .	74
4.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	76
4.5	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة من وجهة نظر المديرين الإداريين	77
4.6	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	79
4.7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر المديرين الإداريين .	80
4.8.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي.	82
4.8.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي.	83
4.9.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة .	84
4.9.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة .	85
4.10.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير عدد الموظفين.	86
4.10.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير عدد الموظفين.	86

فهرس الجداول

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
3.1	المتغيرات الاحصائية	61
3.2	اصحاب المصلحه وامثلة على مظاهر الالتزام	63
4.1	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال تجاه الموظفين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	70
4.2	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	72
4.3	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة من وجهة نظر المديرين الإداريين .	74
4.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	76
4.5	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة من وجهة نظر المديرين الإداريين	77
4.6	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المديرين الإداريين.	79
4.7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر المديرين الإداريين .	80
4.8.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي.	82
4.8.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي.	83
4.9.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة .	84
4.9.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة .	85
4.10.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير عدد الموظفين.	86
4.10.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير عدد الموظفين.	86

نموذج القياس

الرقم	الوصف
3.1	المتغيرات الإحصائية
3.2	الصعاب، المشكلات وإشراك ذوي الخبرة
4.1	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد الموظفين تجاه الموظفين من وجهة نظر المدير الإداري
4.2	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد الموظفين بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع
4.3	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد الموظفين بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين
4.4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد الموظفين بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المدير الإداري
4.5	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد الموظفين الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين المديرين الإداريين
4.6	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد الموظفين بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المدير الإداري
4.7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد الموظفين بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر المدير الإداري
4.8.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي
4.8.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي
4.9.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنظمة
4.9.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنظمة
4.10.1	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في درجة أهمية المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي
4.10.2	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي

فهرس الأئكال

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
2.1.7	اصحاب المصلحة من المسؤولية الاجتماعية	28

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تجاه أصحاب المصلحة من (موظفين، مستهلكين، موردين، البيئة، المنافسين، الحكومة، المالكين، المجتمع)، كما وهدفت إلى دراسة العلاقة ذات الدلالة الإحصائية في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة والتي تعزى لمتغيرات (النشاط الاقتصادي، الشكل القانوني للمنشأة، عدد الموظفين).

استخدم فريق البحث المنهج الوصفي التحليلي لإجراء هذه الدراسة والذي يعتمد على دراسة الظاهرة وتحديد خصائصها ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها وذلك لملائمة هذا الأسلوب لطبيعة مشكلة الدراسة.

وقد تم استخدام أداتين للدراسة وهما الاستبانة بشكل أساسي فقد تم بناء الاستبانة للتعرف على مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة، والكتب والمقالات والدراسات السابقة كأداة ثانوية . وتم توزيع الاستبانة على مجتمع الدراسة بأكمله والذي يتكون من 55 شركة خاصة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تم إستعادة 47 منها، وقد تم تحليلها ومعالجتها إحصائياً.

وقد توصل فريق البحث إلى مجموعة من النتائج التي كان من أهمها أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والتي تعزى لمتغيرات النشاط الاقتصادي والشكل القانوني للمنشأة ، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام منظمات الأعمال الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والتي تعزى لمتغير عدد الموظفين وقد توصل فريق البحث كما توصل فريق البحث أيضا إلى أنه لا يوجد تدني في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة.

وقد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات من أهمها عمل ورشات عمل لزيادة وتطوير كفاء المدراء الإداريين في تقديم المسؤولية الاجتماعية لكافة أصحاب المصلحة، إضافة إلى إيجاد قسم متخصص ومتطور في تقديم المسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى أن تقوم إدارة المنظمة بعقد دورات وتوزيع نشرات لتتقيف المجتمع بقضايا البيئة وتوضيح دور المنظمة في تبني المسؤولية الاجتماعية ، وأخيرا يوصي فريق البحث الطلبة الخريجين والمهتمين بضرورة إجراء أبحاث مكملة لهذا البحث تختص بأي طرف من أطراف المصلحة أو بقطاعات أخرى .

الفصل الأول

● الإطار العام للبحث

● المقدمة

● مشكلة البحث

● أهداف البحث

● أهمية البحث

● فرضيات البحث

● حدود الدراسة

● الهيكل التنظيمي لمحتويات

1.1. المقدمة:

تأثر النشاط الاقتصادي بالعديد من المتغيرات الفكرية والتطبيقية عبر القرون، فلم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها، ولم تعد تلك الشركات تعتمد على مراكزها المالية لبناء سمعتها، فالشركات على اختلاف طبيعة نشاطها تسعى إلى تحقيق الأداء الاقتصادي الذي يهدف إلى تعظيم الأرباح، إلا أنها تحدث من خلال نشاطاتها مجموعة من الآثار السلبية التي تؤثر على البيئة والمجتمع المحيط بها، لذلك فقد كثرت الحديث مؤخرا عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وباتت مسألة المسؤولية الاجتماعية واضحة في برامج الشركات الكبرى التي تسعى إلى تحسين مركزها وسمعتها، إن المسؤولية الاجتماعية للشركات تركز على مدى تناسق وتكامل في مهام ثلاثة أطراف أساسية هي الدولة ورجال الأعمال (الشركات) والمجتمع، فقد أصبح دور الشركات الخاصة محوريا في عملية التنمية، فقد أدركت شركات القطاع الخاص أنها غير معزولة تماما عن المجتمع، لذا تبلورت فكرة وجوب التركيز على المسؤولية الاجتماعية وتذكير الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية حتى لا يكون تحقيق الربح عائدا من أمور غير مسئولة اجتماعيا، مثل تشغيل الأطفال أو عدم المساواة بالأجور وظروف العمل وشروطه والحرمان من الحقوق الأساسية للفرد، كما أن النمو الاقتصادي والاجتماعي السريع يحتم عليها القيام بواجباتها الاجتماعية وفقا للمفاهيم الحديثة .

فالمسؤولية الاجتماعية من المهام التي تقع على عاتق جميع العاملين في الشركة، فيجب على الجميع أن يقوموا بالمشاركة في أداء ما عليهم من مسؤوليات اجتماعية نحو تطوير وتنمية المجتمع، دون أن يكون هذا الأمر مفروضا عليهم من جهة رسمية، إن أنظره تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات تنقسم إلى قسمين؛ بحيث يرى بعض المدراء أن المسؤولية الاجتماعية هي عبء تتحمله الشركات، فيما يرى آخرون

أن مبدأ المسؤولية الاجتماعية هو واجب ونوع من التفاعل بين الأفراد والمجتمع، وينبغي على الإدارة العليا في الشركات أن تضعه في عين الاعتبار.

لذا أصبح من المهم الاهتمام بتطبيق المسؤولية الاجتماعية في جميع القطاعات وبخاصة القطاع الصناعي لما له من أهمية وتأثير كبير على أصحاب المصلحة ، وعليه استهدف الباحثون في دراستهما الشركات الخاصة من القطاع الصناعي في مدينة الخليل لما له من أهمية ودور فعال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتأثير على أصحاب المصلحة .

1.2. مشكلة الدراسة :

تتلخص مشكلة هذه الدراسة في البحث في واقع المسؤولية الاجتماعية لدى القطاع الصناعي في

مدينة الخليل وبالتالي يتفرع من ذلك الأسئلة التالية :

1. ما مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه الموظفين من وجهة نظر المدراء الإداريين؟

2. ما مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه البيئة من وجهة نظر المدراء الإداريين؟

3. ما مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المستهلكين من وجهة نظر المدراء الإداريين؟

4. ما مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المنافسين من وجهة نظر المدراء الإداريين ؟

5. ما مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه الحكومة من وجهة نظر المدراء الإداريين؟

6. ما مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المدراء الإداريين؟

7. ما مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر المدراء الإداريين؟

8. هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في

مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيرات النشاط الاقتصادي؟

9. هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في

مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة؟

10. هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في

مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير عدد الموظفين؟

1.3. أهداف الدراسة:

1. التعرف على مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه الموظفين من وجهة نظر المدراء الإداريين .

2. التعرف على مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه البيئة من وجهة نظر المدراء الإداريين .

3. التعرف على مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المستهلكين من وجهة نظر المدراء الإداريين.

4. التعرف على مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المنافسين من وجهة نظر المدراء الإداريين .

5. التعرف على مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه الحكومة من وجهة نظر المدراء الإداريين .

6. التعرف على مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المدراء الإداريين .

7. التعرف على مدى التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية

الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر المدراء الإداريين .

8. التعرف إن كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع

الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيرات النشاط الاقتصادي ، الشكل القانوني

للمنشأه، عدد الموظفين.

1.4. أهمية الدراسة :

يمكن التعرف على أهمية البحث من خلال النواحي التالية :

-أهمية البحث بالنسبة للباحثين :

أن هذا البحث سيمكن الباحثين من إنهاء متطلبات التخرج والحصول على درجة البكالوريوس في

تخصص إدارة الأعمال المعاصرة ونظم المعلومات من جامعة بوليتكنك فلسطين، كما أن هذا البحث سيمكن

فريق البحث في التعرف على واقع التطبيق الفعلي للمسؤولية الاجتماعية .

-أهمية البحث بالنسبة للجامعة :

تعتبر الدراسة مرجعا جيدا لدراسات مستقبلية في هذا الموضوع، وتسهم في زيادة الثروة المكتبية والمراجع في الجامعة ليتمكن الطلاب من الاستفادة منه في تخصص إدارة الأعمال المعاصرة ونظم المعلومات، إضافة إلى رفع مستوى الجامعة في البحث والتطوير، وإضافة الجديد للعلم.

-أهمية البحث بالنسبة لمجتمع الدراسة :

زيادة اهتمام المؤسسات بجميع القطاعات بالتزامها بتقديم المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، وزيادة التنمية الاقتصادية للمجتمع وتحسين من أوضاع العاملين بالمجتمع ، وبالمقابل التزام المجتمع اتجاه هذه المؤسسات بالولاء لمنتجاتها ومساندتها في تنمية وتطوير المجتمع اقتصاديا واجتماعيا وعلميا .

- أهمية البحث بالنسبة للجامعة :

تعتبر الدراسة مرجعا جيدا لدراسات مستقبلية في هذا الموضوع، وتسهم في زيادة الثروة المكتنية والمراجع في الجامعة ليتمكن الطلاب من الاستفادة منه في تخصص إدارة الأعمال المعاصرة ونظم المعلومات، إضافة إلى رفع مستوى الجامعة في البحث والتطوير، وإضافة الجديد للعلم.

- أهمية البحث بالنسبة لمجتمع الدراسة :

زيادة اهتمام المؤسسات بجميع القطاعات بالتزامها بتقديم المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، وزيادة التنمية الاقتصادية للمجتمع وتحسين من أوضاع العاملين بالمجتمع ، وبالمقابل التزام المجتمع اتجاه هذه المؤسسات بالولاء لمنتجاتها ومساندتها في تنمية وتطوير المجتمع اقتصاديا واجتماعيا وعلميا .

فرضيات الدراسة :

لقد قام فريق البحث باقتراح عدد من الفرضيات من اجل قبولها أو رفضها من خلال البحث :

1. هناك تدني في درجة التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.
2. هناك تدني في درجة التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.
3. هناك تدني في درجة التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين.
4. هناك تدني في درجة التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين.
5. هناك تدني في درجة التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة.
6. هناك تدني في درجة التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين.
7. هناك تدني في درجة التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

8. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيرات النشاط الاقتصادي.
9. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة.
10. لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير عدد الموظفين.

1.5. أبعاد البحث ومحدداته :

حدود الدراسة:

- حدود زمنية : بدأت هذه الدراسة في شهر 1/10/2010 ومن المتوقع ان تنتهي في 26/5/2010.
- حدود مكانية : مدينة الخليل والتي تتمثل في جميع الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي.
- حدود بشرية : المدراء الإداريين للشركات (الخاصة) المسجلة لدى غرفة تجارة وصناعة الخليل.

1.6. الهيكل التنظيمي لمحتويات الدراسة

يتكون البحث من خمس فصول وهي على النحو التالي :

- الفصل الأول (الإطار العام للبحث) : ويقسم إلى مبحثين الأول ويتضمن تمهيد، وأهداف البحث،

ومشكلة البحث ، أهمية البحث ، وفرضيات البحث، وأبعاد البحث، ومحدداته، والهيكل التنظيمي لمحتويات البحث.

- الفصل الثاني (الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية) : ويتضمن مقدمة الفصل ، مفهوم

المسؤولية الاجتماعية ، لمحة تاريخية للمسؤولية الاجتماعية، المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية ، مبادئ المسؤولية الاجتماعية ، نماذج المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة البيئة والموظفين والمستهلكين والمنافسين ، المسؤولية الاجتماعية في إطار أنشطة المنظمة التسويقية والموارد البشرية، والإنتاج والعمليات، والبحث والتطوير، والمالية والمحاسبة ، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة ، المسؤولية الاجتماعية والقانون، المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات ، المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص الفلسطيني، المسؤولية الاجتماعية في النظام الإسلامي، أما المبحث الثاني فيشمل الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة .

- الفصل الثالث (منهجية البحث) : ويتضمن هذا الفصل منهجية البحث، ومجتمع البحث، وأدوات

البحث.

- الفصل الرابع (الاستبانات) : ويتضمن هذا الفصل البيانات التي تم البحث فيها بالإضافة إلى

تفريغ الاستبانات وعرض النتائج وتحليلها .

- الفصل الخامس (الاستنتاجات والتوصيات) : ويتضمن هذا الفصل الاستنتاجات والتوصيات.

1.7. المصطلحات :

المسؤولية الاجتماعية : هي مجموعة النشاطات والإجراءات والسياسات التي تقدمها منظمات الأعمال لتحسين المستوى الداخلي لها ومستوى المجتمع ككل من خلال تبادل المنفعة الايجابية بينها وبين المجتمع .

القطاع الصناعي : وهو قطاع الطاقة المستهلكة التي تتكون من جميع المرافق والمعدات المستخدمة لإنتاج أو تجهيز أو تجميع السلع. القطاع الصناعي يشمل الأنواع التالية من النشاط : الصناعة ، والزراعة ، والغابات صيد الأسماك ، والصيد، التعدين ، بما في ذلك استخراج النفط والغاز ، والبناء .(عبد العزيز فهمي :1986)

الشركات الخاصة :هي الشركات العاملة في القطاع الصناعي والتي يتكون رأس مالهم من 500000 دينار وأكثر.(غرفة التجارة والصناعة في مدينة الخليل)

الفصل الثاني

المبحث الأول

يتناول هذا المبحث وصفا كاملا و مفصلا لموضوع المسؤولية الاجتماعية حيث سيتم التطرق فيه إلى

عدة مواضيع :

2.1.1 المسؤولية الاجتماعية :

تعددت تعريفات المسؤولية الاجتماعية واختلفت من باحث إلى آخر ومن جهة إلى أخرى، فقد عرفها الباحثان (العامري و الغالبي:2005). بأنها: " واجب التزام من جانب منظمات الأعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة أخذة بعين الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسدة إياها بصورة عديدة يغلب عليها طابع الاهتمام بالعاملين والبيئة، شرط أن يكون هذا التوجه طوعا ومتجاوزاً للالتزامات المنصوص عليها قانوناً، كما عرفتها (التميمي :2010).على أنها:" مجموعة من السياسات والإجراءات والأفعال، إضافة إلى الاعتبارات الأخلاقية والالتزامات التي تعتنقها المنظمة وتؤمن بها أكثر من كونها أداةً للتعامل مع المجتمع وتطبيقها للعديد من الأنشطة كجزء من متطلبات مساهمتها بالمجتمع على نحو فاعل دون إلحاق الضرر بالمجتمع" . كما عرفها (البنك الدولي) بأنها : " التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي ككل، لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد". وعرفتها (وهيبة) أيضا " هي طريقة عمل المؤسسة التي من خلالها تدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والأنشطة داخل الشركة بشفافية ومحاسبة، ليتم تطبيق أحسن الممارسات ومصداقيتها، مما يؤدي إلى زيادة الأرباح" . كما عرفها (عواد:2010) 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 ". كما عرفها الباحث (Drucker,1997) على أنها: "التزام المنظمة بتعظيم أثرها الايجابي والتقليل من أثرها السلبي على المجتمع " . كما وعرفها (Pride and Ferell,1997) بأنها: " التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه " .

من خلال مما سبق يتضح أن المسؤولية الاجتماعية: هي مجموعة النشاطات والإجراءات والسياسات التي تقدمها منظمات الأعمال لتحسين المستوى الداخلي لها ومستوى المجتمع ككل من خلال تبادل المنفعة الايجابية بينها وبينه .

2.1.2 لمحة تاريخية عن المسؤولية الاجتماعية :

بدأت الأعمال تتطور مع بداية الثورة الصناعية بشكل متصاعد ومستمر، وفي هذه الفترة تم الاهتمام بتحسين الأداء الاقتصادي، للحصول على أقصى ربح ممكن، عن طريق الاستغلال الكبير لجهود العاملين لساعات طويلة بظروف عمل قاسية .إن استغلال الأطفال والنساء في العمل دعا إلى اهتمام بعض الأفراد بتحسين ظروف العمل، كما أن التجارب التي تمت في مصانع هورثون أدت إلى حدوث نقله نوعية في مفهوم المسؤولية الاجتماعية .

إن التطور الكبير للمسؤولية الاجتماعية والاهتمام بالعاملين وظروفهم أدى دفع الكثيرون إلى إجراء دراسات تهتم بالعاملين وظروفهم في ما يتعلق بالتقاعد والضمان الاجتماعي وإصابات العمل واستقرار الوظيفة، ومع إهمال الشركات الصناعية لبعض مسؤوليتها الاجتماعية تجاه أطراف من المستفيدين وتسويقها لأكبر كمية

منتجات دون مراعاة حاجات ورغبات المستهلك، دخل العالم في مرحلة الكساد العالمي وانهارت الكثير من الشركات الصناعية مما أدى إلى مزيد من التحديد لعناصر المسؤولية الاجتماعية .

وبعد الحرب العالمية الثانية، وسقوط الأنظمة العسكرية والديكتاتورية، وظهور الأنظمة الديمقراطية وظهور النقابات وسن القوانين ومشاركة العاملين للإدارة ونظم التأمين الاجتماعي، تبنت منظمات الأعمال مفهوم المسؤولية الاجتماعية .

ومع تطور الاقتصاد والعالم وظهور العولمة والخصخصة و ازدهار صناعة تكنولوجيا المعلومات، ونمو كبير في جميع القطاعات الخدمائية والصناعية والتغير الكبير في هيكل الاقتصاديات في دول العالم، كل هذا التطور الكبير حث المنظمات على تطوير مبادراتها الاجتماعية وتبني جميع المنظمات للمسؤولية الاجتماعية، حيث أصبحت جزءاً أساسياً في نجاح المنظمات وتحقيق الميزة التنافسية.

(الغالبى والعامري ، 2005: ص 54-62) و (عبود، 2006، 195-199).

2.1.3 أنماط وأبعاد تبني المسؤولية الاجتماعية:

أنماط تبني المسؤولية الاجتماعية :

- النمط الأول: المسؤولية الاقتصادية ، وفق وجهة النظر هذه فإن منظمات الأعمال يجب أن تركز على

هدف تعظيم الربح، وأن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا نواتج عرضية ومشتقة منه.

منتجات دون مراعاة حاجات ورغبات المستهلك، دخل العالم في مرحلة الكساد العالمي وانهارت الكثير من الشركات الصناعية مما أدى إلى مزيد من التحديد لعناصر المسؤولية الاجتماعية .

وبعد الحرب العالمية الثانية، وسقوط الأنظمة العسكرية والديكتاتورية، وظهور الأنظمة الديمقراطية وظهور النقابات وسن القوانين ومشاركة العاملين للإدارة ونظم التأمين الاجتماعي، تبنت منظمات الأعمال مفهوم المسؤولية الاجتماعية .

ومع تطور الاقتصاد والعالم وظهور العولمة والخصخصة و ازدهار صناعة تكنولوجيا المعلومات، ونمو كبير في جميع القطاعات الخدمائية والصناعية والتغير الكبير في هيكل الاقتصاديات في دول العالم، كل هذا التطور الكبير حث المنظمات على تطوير مبادراتها الاجتماعية وتبني جميع المنظمات للمسؤولية الاجتماعية، حيث أصبحت جزءاً أساسياً في نجاح المنظمات وتحقيق الميزة التنافسية.

(الغالبى والعامري ، 2005: ص 54-62) و (عبود، 2006، 195-199).

2.1.3 أنماط وأبعاد تبني المسؤولية الاجتماعية:

أنماط تبني المسؤولية الاجتماعية :

- النمط الأول: المسؤولية الاقتصادية ، وفق وجهة النظر هذه فإن منظمات الأعمال يجب أن تركز على

هدف تكظيم الربح، وأن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا نواتج عرضية ومشتقة منه.

منتجات دون مراعاة حاجات ورغبات المستهلك، دخل العالم في مرحلة الكساد العالمي وانهارت الكثير من الشركات الصناعية مما أدى إلى مزيد من التحديد لعناصر المسؤولية الاجتماعية .

وبعد الحرب العالمية الثانية، وسقوط الأنظمة العسكرية والديكتاتورية، وظهور الأنظمة الديمقراطية وظهور النقابات وسن القوانين ومشاركة العاملين للإدارة ونظم التأمين الاجتماعي، تبنت منظمات الأعمال مفهوم المسؤولية الاجتماعية .

ومع تطور الاقتصاد والعالم وظهور العولمة والخصخصة و ازدهار صناعة تكنولوجيا المعلومات، ونمو كبير في جميع القطاعات الخدمائية والصناعية والتغير الكبير في هيكل الاقتصاديات في دول العالم، كل هذا التطور الكبير حث المنظمات على تطوير مبادراتها الاجتماعية وتبني جميع المنظمات للمسؤولية الاجتماعية، حيث أصبحت جزءاً أساسياً في نجاح المنظمات وتحقيق الميزة التنافسية.

(الغالبى والعامري ، 2005: ص 54-62) و (عبود، 2006، 195-199).

2.1.3 أنماط وأبعاد تبني المسؤولية الاجتماعية:

أنماط تبني المسؤولية الاجتماعية :

- النمط الأول: المسؤولية الاقتصادية ، وفق وجهة النظر هذه فإن منظمات الأعمال يجب أن تركز على

هدف تعظيم الربح، وأن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا نواتج عرضية ومشتقة منه.

- النمط الثاني : المسؤولية الاجتماعية، وهو نقيض لتوجهات النمط الأول، وفي إطاره فإن منظمات الأعمال تعتبر وحدات اجتماعية بدرجة كبيرة تأخذ بالنظر اعتبار المجتمع ومتطلباته عند اتخاذ قراراتها، مراعية آثار هذه القرارات في كل جوانب المجتمع.

- النمط الثالث: المتوازن، وفي إطار هذا النمط فإن إدارة المنظمات لا تمثل مصالح جهة واحدة بل يفترض أن توازن إدارة المنشأة بين مصالحها مجتمعة. (الغالبى والعامري، 2005، ص 62-68)

أبعاد تبني المسؤولية الاجتماعية :

أولاً- البعد الاقتصادي : ويستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية، يجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحررة والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي وبما لا يلحق ضرراً على المجتمع والبيئة .

ثانياً- البعد القانوني : ويقوم هذا البعد على أساس حماية البيئة والسلامة المهنية والعدالة للمستهلك، ويحتوي مجموعة كبيرة من العناصر يفترض أن تحترم من قبل المنظمات، وبالشكل الذي يعزز ويساهم في الارتقاء بالعلاقة مع المستهلك ومع العاملين بمختلف أجناسهم وأعراقهم وأديانهم، وكذلك منع الأضرار بالبيئة من خلال الاستخدام التعسفي للموارد أو التلوث الحاصل في الماء والهواء والتربة.

ثالثاً- البعد الأخلاقي : يستند إلى مبادئ ومعايير أخلاقية، وأعراف وقيم اجتماعية وفي إطارها توجد مؤشرات عديدة تتدرج في إطار تكافؤ الفرص والتوظيف و الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك ومراعاة مبادئ حقوق الإنسان واحترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع .

رابعا- البعد الخير : ويرتبط بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس وغيرها من جوانب أخرى.

(Stanwick:2009:51-52)

2.1.4 مبادئ المسؤولية الاجتماعية :

تقوم المسؤولية الاجتماعية على عدة مبادئ من أهمها :

1 - مبدأ القابلية للمساءلة :

ينبغي على المؤسسة أن تقبل وتوافق على الفحص والتدقيق الملائمين وأن توافق أيضا على مسؤوليتها في التجاوب مع هذا الفحص والتدقيق، تفرض هذه المسؤولية التزاما على الإدارة لتكون قابلة للمساءلة بخصوص الاهتمامات الكبرى للمنشأة، و التزاما على المنشأة أن تكون قابلة للمساءلة من قبل الهيئات القانونية فيما يتعلق بالقوانين واللوائح، وينبغي أيضا أن تكشف وتبرر بشكل منتظم للجهات الحكومية والسلطات القانونية والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمينية وإلى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات التصحيحية، التي تتحمل مسؤوليتها بشكل مباشر أيضا الآثار المتوقعة لما سبق من رفاهية المجتمع والتنمية المستدامة .

(عواد، 2010: ص10)

2- مبدأ الشفافية :

ينبغي أن تتحلّى المؤسسة بالشفافية في قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع والبيئة، كما ينبغي عليها أن تفصح على نحو واضح ودقيق وتام عن سياستها وقراراتها وأنشطتها التي تكون مسؤولة عنها، ويجب أن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المنشأة. وينبغي أن تقدم هذه المعلومات في الوقت المناسب وأن تكون معلومات فعلية وينبغي أن تتاح على نحو واضح وموضوعي، أو أن تكشف للإطراف المعنية بشكل ملائم عن هيكلها الداخلي وسياساتها وقوانينها وسياساتها الحامية ومسؤولياتها وعمليات اتخاذ القرار وغيرها من المعلومات المتعلقة بالرفاهية المجتمعية والتنمية المستدامة، ويجب أن يكون ذلك التواصل بشكل فوري من خلال القنوات المتفق عليها والتي تتلاءم مع الارتباط الهادف والملائم مع الأطراف المعنية.

3- مبدأ السلوك الأخلاقي:

يجب أن تتصرف المنشأة بشكل أخلاقي في جميع الأوقات، وينبغي أن يبنى سلوك المنشأة على أخلاقيات الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية، وينبغي على المنشأة أن تعمل بشكل فعال على تعزيز السلوك الأخلاقي من خلال:

أ- وضع هيكل حوكمي يساعد على تعزيز السلوك الأخلاقي، داخل المنشأة وفي تفاعلها مع الآخرين.

ب- تحديد وتبني وتطبيق معايير السلوك الأخلاقية التي تتلاءم مع غرضها وأنشطتها .

ج- تشجيع وتعزيز مراعاة معايير السلوك الأخلاقي الخاص بها.

- د- تحديد معايير السلوك الأخلاقي المتوقعة من موظفيها .
- هـ- منع حدوث أي تضارب في المصالح عبر المنشأة من شأنه إحداث سلوك غير أخلاقي والعمل
- و- على مواجهة ذلك وحله في حالة حدوثه.
- ز- إنشاء آليات رقابية لمراقبة وتطبيق السلوك الأخلاقي .
- ح- إنشاء آليات لتسهيل عملية تقديم التقارير حول المخالفات الخاصة بالسلوك الأخلاقي لتفادي الخوف أو الانتقام.

4- مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية:

يجب على المنشأة إقرار وقبول أن هناك مجموعة من الأطراف المعنية لها مصالح متنوعة في أنشطتها ومنتجاتها الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية، وكذلك احترام مصالح أطرافها المعنية، وينبغي أن تقوم المنشأة بما يلي:

- أ- أن تحدد أطرافها المعنية .
- ب- أن تكون على دراية بمصالح وحاجات أطرافها المعنية وأن تحترم هذه المصالح .
- ج- أن تعترف بالحقوق القانونية والمصالح الشرعية لأطرافها المعنية .
- د- أن تضع في الاعتبار العلاقة بين مصالح الأطراف المعنية و المصالح الخاصة بالمجتمع
- هـ- والمتعلقة بالتنمية المستدامة بالإضافة إلي طبيعة علاقة الأطراف المعنية بالمنشأة.

و- أن تضع في اعتبارها الرؤى الخاصة بالأطراف المعنية التي قد تتأثر بقرار ما، حتى لو لم يكن لهم دورٌ رسميٌّ حوكمي أو لم يكونوا على دراية بمصلحتهم في قرارات وأنشطة المنشأة.

5- مبدأ احترام سلطة القانون:

ينبغي على المنشأة أن توافق على احترامها لسلطة القانون بشكل إلزامي، و أن تلتزم بجميع القوانين واللوائح السارية " المحلية والدولية"، ويتضمن ذلك الالتزام الراسخ بالقوانين واللوائح السارية والإمام بها وضرورة الإعلان عنها وملاحظتها داخل إطار المنشأة. ويقصد بسلطة القانون: سيادته، حيث أنه لا يحق لأي فرد أو منشأة أن يكون فوق القانون الذي تخضع له الحكومة، وفي سياق المسؤولية المجتمعية، فإن احترام سلطة القانون يعني: " أن تتصاع المنشأة لكافة القوانين واللوائح المطبقة. " ويعني ذلك أن المنشأة ينبغي أن تحذو خطوات تجاه درايته بالقوانين واللوائح المطبقة لكي تخبرها للأشخاص المسؤولين عن المسؤولية الاجتماعية داخل المنشأة حتى يراعوها وليتقادوا حدوث ذلك.

6- مبدأ احترام الأعراف الدولية للسلوك:

ينبغي على المنشأة أن تحترم الأعراف الدولية للسلوك مع الالتزام بمبدأ احترام سلطة القانون.

أ- فيما يتعلق بالبلدان التي يكون قانونها الداخلي أو تطبيقه لا يوفر الحد الأدنى من حماية المجتمع والبيئة، ينبغي على المنشأة تسعى جاهدة إلى احترام الأعراف الدولية للسلوك.

ب- وإذا كان القانون الداخلي أو تطبيقه يمنع المنشأة من احترام الأعراف الدولية للسلوك ، ينبغي على المنشأة أن تبذل قصارى جهدها لاحترام هذه الأعراف. وفي حالة تضارب الأعراف الدولية للسلوك وفي حالة عدم إتباع هذه الأعراف غير المؤثرة بشكل جوهري، ينبغي على المنشأة مراجعة طبيعة أنشطتها وعلاقتها داخل هذا النطاق القانوني.

ج- ينبغي على المنشأة أن تضع في اعتبارها القنوات التشريعية الهادفة إلى التأثير على المنشآت والهيئات لعلاج أي تعارض مثل هذا مع القانون الداخلي وتطبيقه.

(مليحي : 2010 : 20-26).

7- مبدأ احترام حقوق الإنسان:

يجب أن تتخذ المنشأة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجود في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. وينبغي على المنشأة أن تحترم حقوق الإنسان و أن تعترف بأهمية هذه الحقوق وعموميتها، كما ينبغي على المنشأة القيام بما يلي:

- احترام وتعزيز الحقوق الموضوعية في الميثاق الدولي لحقوق الإنسان .

- القبول بأن هذه الحقوق تعد عالمية وعامة وتعد جزءاً لا يتجزأ من الحقوق المطبقة في كافة الدول والثقافات والمواقف.

- أن تحذو خطوات نحو العمل على احترام حقوق الإنسان في البلاد التي لا تحمي حقوق الإنسان، وأن تعمل أيضاً على الابتعاد عن الاستفادة من هذه المواقف.

- أن تلتزم بمبادئ احترام الأعراف الدولية للسلوك إذا كان القانون الوطني أو تطبيقه لا يوفر حماية

كافية لحقوق الإنسان. (عواد، 2010: ص 10-11).

2.1.5 المؤيدون والمعارضون للمسؤولية الاجتماعية :

عند تتبع الأدب الإداري الذي يتحدث عن المسؤولية الاجتماعية، نجد أن هنالك من يؤيد تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية، وبنفس الوقت من يعارض تبنيها ويعتبرها عامل مهدد لفشل المنظمات كلا الطرفين يدعمان أرائهما بحجج قائمة على أسس عقلانية .

المؤيدون لتبني المسؤولية الاجتماعية :

يرى أنصار هذا الفريق أن تحقيق أهداف المنظمة يجب أن تكون قائمة مع تحقيق مصالح المجتمع بإعطاء المجتمع الأولوية قياساً للمنظمة مستندين إلى الحجج التالية :

1. توقع الجمهور من المنظمة أن تقوم ليس فقط على تحقيق الأهداف في المجالات الاقتصادية، وإنما في المجتمع ككل كون المنظمة جزء لا يتجزأ من المجتمع لتنمو وتزدهر فيه.
2. يرى أنصار هذا الفريق أن تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية ولو كان مكلفاً اليوم، فإنه سيحقق أرباحاً طويلة الأمد واستثماراً مستقبلياً للمنظمة من خلال التفاهم والثقة بين المجتمع والمنظمة.
3. أن الالتزامات الأخلاقية تملئ على المنظمات أن يكون لها دوراً اجتماعياً عن طريق الموازنة في النقد الموجه لها بأنها تقوم فقط على تحقيق الأرباح وتوسيع الاستثمار دون الاهتمام بالعاملين وحاجاتهم .
4. إن تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية يزيد من مبيعاتها ويحقق ميزة تنافسية وسمعة كبيرة .
5. إن تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية يحسن البيئة ونوعية الحياة للمجتمع ككل عن طريق تخصيص المنظمات لجزء من عوائدها لمواجهة الآثار السلبية التي يتعرض لها المجتمع .

6. امتلاك المنظمات لموارد مالية وفنية هائلة يساعدها على تقديم انجازات اجتماعية هائلة للمجتمع.
7. إن تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية يقلل الإجراءات الحكومية وتدخل الحكومة في شؤون الأعمال وتقيّد حريتهم؛ لأن المنظمات بتبنيها للمسؤولية الاجتماعية تخفف عن كاهل الحكومة المشاكل الاجتماعية الملقاة على عاتقها .
8. التقليل من النقد الموجه لمنظمات الأعمال والحكومة، حيث يعتقد المجتمع بان أصحاب رؤوس الأموال والحكومة قوة مهيمنة على المجتمع ككل، ولكن مع تقديم المسؤولية الاجتماعية ودعمها الكافي للمجتمع يخفف من هذا النقد.

المعارضون لتبني المسؤولية الاجتماعية :

يدعم أنصار هذا الفريق فكرة عدم تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية وذلك بتقديم الحجج التالية:

1. إن تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية يعد خرقاً لقاعدة تعظيم الأرباح، والتي تعد جوهر وجود الأعمال الخاصة بالمنظمات؛ لأن هذه المنظمات وجدت من أجل تقديم سلع وخدمات بأسعار عالية، ومن حقها الحصول على عوائد، من خلال ذلك تقوم على زيادة في ميزان المدفوعات وتشغيل العديد من العاملين فلا داعي لتبنيها للمسؤولية الاجتماعية.
2. ذوبان الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للمنظمة واختفائها بشكل تدريجي مع مرور الزمن مع زيادة مطالبة المجتمع والدولة للمنظمات بزيادة تبنيها للأهداف الاجتماعية .

3. تحميل منظمات الأعمال كلفة عالية من جراء تقديمها للأنشطة الاجتماعية المختلفة المتزايدة، فمهما كانت قدرة المنظمة المالية فإن المنظمات ستعرض نفسها للمخاطرة الكبيرة بالخسارة والفشل.

4. افتقار المنظمات إلى المهارات الكافية التي تمكنها من النهوض بالمجتمع والدور الاجتماعي بشكل الصحيح، هذا من جانب، أما من الجانب الآخر الحاجة إلى وجود مؤسسات متخصصة بتقديم الدور الاجتماعي التي تعزز دور المنظمات .

5. أن تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية سوف يضيف سلوك إضافي لهذه المنظمات في المجتمع لأنها تمتلك الموارد الاقتصادية، وهذه تمثل السلطة الكبرى وتبنيها للمسؤولية الاجتماعية سوف يضيف سلطة اجتماعية ستحصل من خلالها على قوة كبيرة في المجتمع .

6. صعوبة المسائلة القانونية والمحاسبة على الأنشطة الاجتماعية، ويرجع إلى عدم وجود معايير متطورة لقياس الأداء الاجتماعي.

7. لا توجد جهة عليا رسمية من الجمهور تتابع مدى الإنجاز الاجتماعي المتحقق وعدم وجود هذه الجهة يترك المجال مفتوح لتبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية بشكل أكبر مما هو مقدم .

وبالتالي فإنه من تقديم كل فريق لحجج منطقية ومقنعة أما ما أخذت في إطار التطرف لزيادة الدور الاجتماعي.(الغالي والعامري ، 2005 : ص69-74)

2.1.6 نماذج المسؤولية الاجتماعية :

نموذج مواطنة المسؤولية الاجتماعية للشركات :

ويقوم هذا النموذج على وجود شخص يتمتع بالقوة والسيطرة في الشركة ،وهو الذي يقوم على تقديم المسؤولية الاجتماعية للمجتمع، ويتم تبادل المنفعة بين الشركة والمجتمع بناءً على الواقع الموجود.

نموذج العقد الاجتماعي :

يقوم هذا المبدأ على أن تكون الشركة عضو في المجتمع ويتطلب ذلك مجموعة من القواعد قد تكون موجودة مكتوبة وقد تكون ضمنية ، إضافة إلى احترام الحقوق المعنوية لجميع أصحاب المصلحة .

نموذج المصلحة الذاتية المستفيدة من المسؤولية الاجتماعية :

هذا النموذج يقوم على منح ميزة تنافسية للشركات التي تقدم المسؤولية الاجتماعية ، إضافة إلى السمعة الجيدة والحصول على علامة تجارية مميزة تحقق الفائدة لأصحاب المصلحة من تقديم المسؤولية الاجتماعية.

(Desjardians and Hartman,2008 : p 150).

نموذج Ackerman's للمسؤولية الاجتماعية :

يقوم هذا النموذج على وضع إستراتيجيات ،من تخطيط وتنفيذ، والرقابة على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية ،التي تقدمها شركات الأعمال فعند مواجهة أي مشكلة اجتماعية لابد من إتباع عدة مراحل، أولها

مرحلة الوعي لوجود مشكلة اجتماعية في المجتمع ثم المرحلة الثانية وهي البدء بالتخطيط ووضع الاستراتيجيات لمواجهة هذه المشكلة وأخيراً مرحلة التطبيق العملي للإستراتيجيات والخطط لحل المشكلة الاجتماعية .

نموذج Carroll's للمسؤولية الاجتماعية :

وقد قسم Carroll's المسؤولية الاجتماعية إلى عدة مجموعات :

1. المسؤولية الاقتصادية : وتقوم هذه المسؤولية على أن المجتمع هو من سمح للمؤسسات بوجودها بالمجتمع وتحقيق قيمة اقتصادية للمجتمع الذي سمح لها بظهور كشركات أعمال.
2. المسؤولية القانونية : أي أنه يجب على الشركات والمؤسسات الالتزام بجميع القوانين الصادرة والخاصة بالأخلاقيات والمحافظة على البيئة والمجتمع ، وإذا خالفت هذه الشركات الالتزام بالقوانين، فإن هنالك قوانين عقوبة للشركات التي تخالف التزامها .
3. المسؤولية الأخلاقية : تحدد المسؤولية الأخلاقية من قبل المجتمع وذلك بناءً على توقعات المجتمع لتقديم المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية، بحيث كيف تكون هذه المؤسسات عضو صالح يحافظ على مصالح المجتمع.
4. المسؤولية الطوعية : وهي أن تقوم المؤسسات بمسؤوليات ليس من المطلوب منها القيام بها؛ وذلك لتحقيق قيمة في المجتمع ويترك تقييم تطبيقها للمدراء ، وإذا لم يقم المدراء بتقييمها لا تعتبر مسألة غير أخلاقية

نموذج معارضة المسؤولية الاجتماعية :

ويقوم هذا النموذج على أن شركات الأعمال تقوم بممارسات غير أخلاقية , إضافة إلى عدم شعور المجتمع بالوفاء بالتزاماتها اتجاهه ، وبالتالي فقد قسم هذا النموذج المسؤولية الاجتماعية إلى عدة مستويات، حتى تقوم الشركات بالوفاء بالتزاماتها دون ممارسة أعمال غير أخلاقية، وهذه المستويات هي:

1. المعارضة الاجتماعية : وهي معارضة المجتمع للشركات التي تقوم بأعمال غير أخلاقية ، وعدم الوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع ، وبذلك فإن على الشركات الوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع دون ممارسة أعمال غير أخلاقية.

2. الالتزام الاجتماعي : أي أن تقوم شركات الأعمال لجميع أعمالها التجارية والخدماتية في حدود القانون والالتزام بجميع القوانين الصادرة دون ممارسات غير أخلاقية .

3. الاستجابة الاجتماعية : أي استجابة المجتمع لالتزام الشركات ليس فقط بالقوانين والعمل في حدوده بل يجب أن تكون جميع أعماله أخلاقية داخلياً وخارجياً .

4. المساهمة الاجتماعية : وهي أن تساهم شركات الأعمال بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع وذلك من خلال الاستجابة الاجتماعية من المجتمع لأعمال الشركة والتي يجب أن تكون أخلاقية وضمن حدود القانون. (paliwal, 2006 : p 66-68).

نموذج معارضة المسؤولية الاجتماعية :

ويقوم هذا النموذج على أن شركات الأعمال تقوم بممارسات غير أخلاقية ، إضافة إلى عدم شعور المجتمع بالوفاء بالتزاماتها اتجاهه ، وبالتالي فقد قسم هذا النموذج المسؤولية الاجتماعية إلى عدة مستويات، حتى تقوم الشركات بالوفاء بالتزاماتها دون ممارسة أعمال غير أخلاقية، وهذه المستويات هي:

1. المعارضة الاجتماعية : وهي معارضة المجتمع للشركات التي تقوم بأعمال غير أخلاقية ، وعدم الوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع ، وبذلك فإن على الشركات الوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع دون ممارسة أعمال غير أخلاقية.

2. الالتزام الاجتماعي : أي أن تقوم شركات الأعمال لجميع أعمالها التجارية والخدماتية في حدود القانون والالتزام بجميع القوانين الصادرة دون ممارسات غير أخلاقية .

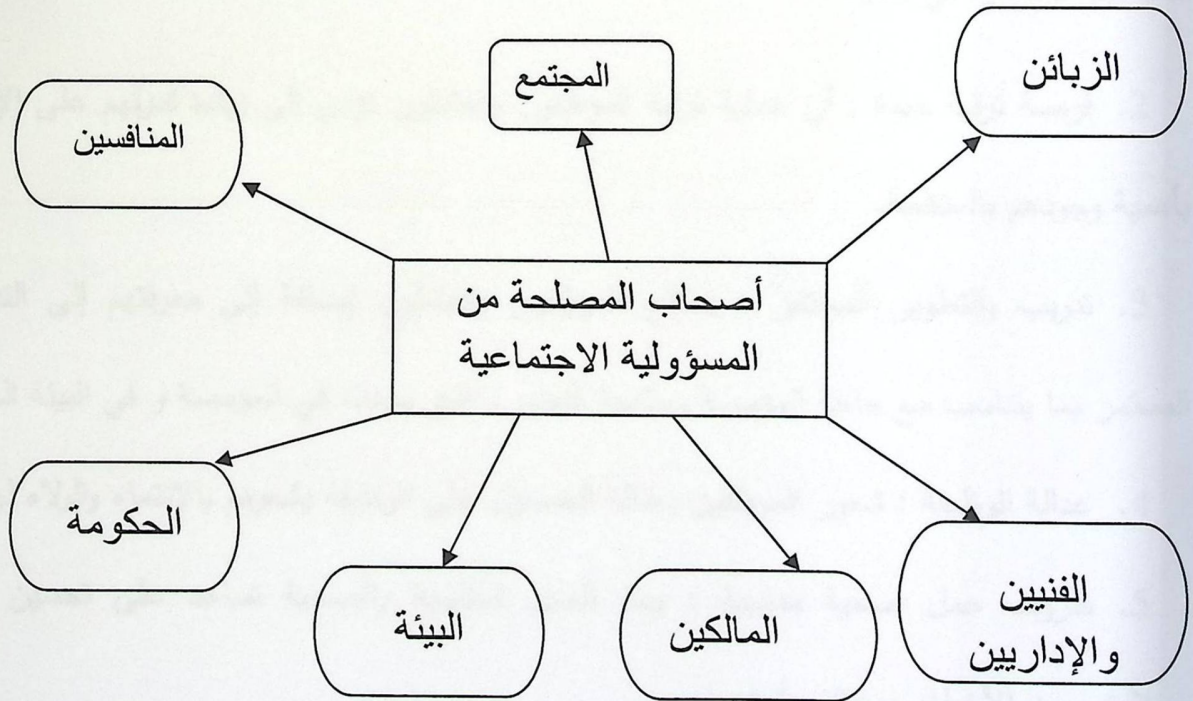
3. الاستجابة الاجتماعية : أي استجابة المجتمع لالتزام الشركات ليس فقط بالقوانين والعمل في حدوده بل يجب أن تكون جميع أعماله أخلاقية داخلياً وخارجياً .

4. المساهمة الاجتماعية : وهي أن تساهم شركات الأعمال بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع وذلك من خلال الاستجابة الاجتماعية من المجتمع لأعمال الشركة والتي يجب أن تكون أخلاقية وضمن حدود القانون. (paliwal, 2006 : p 66-68).

2.1.7 قياس المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة :

يمكن قياس المسؤولية الاجتماعية اتجاه عدة أطراف من المستفيدين والتي من أهمها :

(الغالبى والعامري ، 2005 ، 79-100) و (kaler ، 1993 ، 259-261)



شكل رقم (2.1.7)

أصحاب المصلحة من المسؤولية الاجتماعية

الفنيين والإداريين :

وتشتمل ليس فقط الموظفين من الفنيين والإداريين بل تشتمل جميع العاملين في جميع الفئات في المؤسسة ويمكن قياس المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين من خلال :

1. الأجر والرواتب: يتوقع الموظفون والعاملون الحصول على أجر مناسب متناسب حجم العمل المبذول سواء كان هذا الجهد المبذول فكري أو عضلي كما يتوقعوا العدالة في إعطاء الأجر بحيث تقوم على سداد حاجاتهم الأساسية في الحياة .
2. فرصة ترقية جيدة : أن عملية ترقية الموظفين والعاملون تؤدي إلى زيادة قدرتهم على الإنتاج ويشعرون بأهمية وجودهم بالمنظمة.
3. تدريب والتطوير المستمر : يحتاج الموظفون والعاملون إضافة إلى معرفتهم إلى التدريب والتطوير المستمر بما يتناسب مع حاجة المؤسسة ومتابعة التطور، الذي يحدث في المؤسسة و في البيئة الخارجية.
4. عدالة الوظيفة : شعور الموظفين بعدالة الحصول على الوظيفة يشعرهم بالانتماء والولاء لهذه المنظمة .
5. ظروف عمل صحية مناسبة : بيئة العمل المناسبة والصحية تساعد على تحسين أداء الموظفين وسلامتهم من الأخطار بمختلف أنواعها .
6. المشاركة في القرارات : إن مشاركة الموظفين بقرارات المنظمة تزيد من تحسين وتحفيز الموظفين والاستفادة من أفكار إبداعية مختلفة .
7. إجازات مدفوعة : إن تقديم الإجازات للموظفين بسبب الراحة أو المرض أو الدراسة أو التدريب يعد إحدى مساهمات المنظمة الاجتماعية .

الزبائن :

- تعتبر شريحة الزبائن من أهم الفئات بالنسبة للمنظمة لأنهم هم من يستهلكون السلع والخدمات وبدونهم لا يمكن للمنظمة أن تعمل ويمكن قياس المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن من خلال :
1. منتجات بأسعار مناسبة : كلما أنتجت المنظمة منتجات بأسعار مناسبة وبجودة مناسبة لكافة فئات المجتمع يزيد من ثقة الزبائن بهذه المنظمة وبالتالي يزيد ولاؤهم .
 2. منتجات بنوعية جيدة : يختلف المجتمع بحاجاته ورغباته المختلفة إلى فئات مختلفة وأذواق مختلفة وكلما راعت المنظمة في إنتاجها وتقديمها للسلع والخدمات جميع فئات المجتمع بإنتاج لكل فئة ما تحتاجه يزيد من استهلاك الزبائن لمنتجات هذه المنظمة ويزيد ولاؤهم لها.
 3. إعلان صادق وأمين : إن تعريف الزبائن بمنتجاتها بوصف صادق وأمين والوضوح في ذكر المعلومات وعدم المبالغة في الإعلان عنها يزيد من ثقة الزبائن بها وولاءهم لها .
 4. منتجات آمنة عند الاستخدام : لقد حصل تطور كبير في إنتاج المنتجات بحيث أصبح هناك منتجات متنوعة وبدائل كثيرة وبالتالي يجب على المنظمات أن تنتج منتجات سليمة وآمنة حتى لا تسبب حوادث ومخاطر للزبائن .
 5. تطوير مستمر للسلع والخدمات : احتراماً للزبائن وللارتقاء بمستوى المجتمع يجب على المنظمات المبادرة دائماً بتطوير مستمر للسلع والخدمات المقدمة.
 6. إرشادات صحية واضحة: بشأن استخدام المنتج والتي تجعل من استخدام المنتج أكثر سلامة وأمانة.

7. الالتزام الأخلاقي : يجب على المنظمات الالتزام الأخلاقي في عدم خرق قواعد السوق مثل: الاحتكار أو فرض سلع معينة أو الغش بالمنتجات أو رفع الأسعار وغيرها من القواعد.

البيئة:

وهنا المقصود بالبيئة هي البيئة الطبيعية من تربة وماء وهواء، إن الاعتناء بالبيئة يؤدي إلى الاعتناء بصحة وسلامة الإنسان؛ لأن التأثير على البيئة سواء بشكل سلبي أو إيجابي يؤثر على الإنسان وعلى النباتات والحيوانات ويمكن قياس المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة من خلال:

1. وجود مدونة أخلاقيات ومعايير للتطبيق والتي تشمل التوقيع على المعاهدات الخارجية والتوقيع على مدونات خاصة بالصناعات التي تعمل بها المنظمة ، إضافة إلى الالتزام بالأخلاقيات بشكل عام .
2. الهيكل التنظيمي للمنظمة : وتكمن من خلال وجود قسم بالمنظمة خاص بالبيئة ، إضافة إلى وجود المدير البيئي في الهيكل التنظيمي ، إضافة إلى وجود آليات وفعاليات والاتصال بالبيئة بين الأقسام المختلفة في المنظمة .
3. الوقاية من التلوث وتقليل العادم وأنشطة إعادة التدوير .
4. العلاقة المستديمة مع نظم حماية البيئة الطبيعية والتي تتمثل من خلال القدرة على امتصاص واستيعاب العوادم والمخلفات ، حماية التنوع البيئي ، إضافة إلى القدرة على معالجة وإعادة استخدام العوادم والمخلفات .
5. الحوادث البيئية والتي من خلال معرفة عدد الحوادث التي تحصل بالبيئة وكيفية الاستجابة لهذه الحوادث.
6. العلاقة مع الجمهور ووسائل الإعلام من خلال تثقيف الجمهور بقضايا البيئة والإفصاح ومصادقية المنظمة بقضايا البيئة.

المنافسين:

يمكن قياس المسؤولية الاجتماعية اتجاه المنافسين من خلال:

1. المنافسة العادلة والنزهة.
2. عدم سحب العاملين والموظفين من المنافسين بطرق غير شرعية ونزهة .
3. عدم الأضرار بأي طرف من المنافسين بأي وسيلة كانت لأن عملية الأضرار بالمنافسين تقوم على تدمير مصالح الجميع.

الحكومة:

وتمثل الحكومة فئة من الفئات المستفيدة من منظمات الأعمال ،حيث تعتبر الحكومة الممثل القانوني

للدولة ويمكن قياس المسؤولية الاجتماعية اتجاه الحكومة من خلال:

1. المساهمة في البحث العلمي لأن قيام المنظمات بأعمال مساهمة بالبحث العلمي يرفع من المستوى العلمي للدولة.
2. تسديد الالتزامات من الضرائب والرسوم وعدم التهرب من دفعها.
3. المساهمة في مشكلات اجتماعية وثقافية واقتصادية والنهضة بالمجتمع اقتصاديا واجتماعيا.
4. تعزيز سمعة الدولة عن طريق التعامل الخارجي وعدم التورط بنشاطات تخالف القوانين والتشريعات.

المالكين :

وهم فئة المالكين للمنظمة، وهم أصحاب العمل والاستثمار، وهم من يتحملون مخاطرة الاستثمار من خلال المغامرة بأموالهم ويمكن قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال :

1. تحقيق أكبر ربح ممكن وبذل الإدارة أقصى جهد لتحقيق أقصى ربح من خلال الإدارة الجيدة وحسن استخدام الموارد.
2. تعظيم قيمة الأسهم .
3. زيادة قيمة المشروع أو المنظمة والتي تمثل قيمة حقيقية يعرضها واقع عمل المنظمة في البيئة التنافسية وفي الأسواق التي تعمل بها .
4. زيادة حجم المبيعات لأن ذلك يزيد من حصة المنظمة بالسوق ويؤدي إلى زيادة الأرباح والإنتاج.
5. حماية أصول المنظمة ومجوداتها؛ لأن ذلك يؤدي إلى عدم انهيار المنظمة وخروجها من السوق عند مواجهتها لأي مخاطرة .
6. تطوير مستمر لقدرات المنظمة وإمكاناتها، والتي تزيد من تحقيق المزيد من الإنجازات والإنتاج، وتحقيق الأرباح المتوقعة وزيادة الحصة السوقية.

المجتمع :

وتشمل كافة فئات المجتمع المحلي ويمكن قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال:

1. المساهمة في دعم البنية التحتية للمجتمع من حيث المساهمة في تحسين نوعية الحياة في المجتمع مثل تبليط الطرق، والمتنزهات والحدائق العامة .
2. خلق فرص عمل جديدة للحد من مستوى البطالة وتحسين الاوضاع المعيشية لأبناء المجتمع المحلي.

3. دعم الأنشطة الاجتماعية وذلك من خلال الأندية الترفيهية وملاعب للأطفال ونوادي اجتماعية تشمل كافة فئات المجتمع.
4. المساهمة في حالات الطوارئ والكوارث الطبيعية مثل الفيضانات والزلازل وغيرها من الكوارث الطبيعية .
5. دعم متواصل للمؤسسات البحث العلمي من جامعات ومراكز البحث العلمي باعتبار أن البحث العلمي وسيلة تواصل بين المنظمات والمجتمع.
6. احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع وعدم خرق القوانين والانظمة المعمول بها .

2.1.8 المسؤولية الاجتماعية في إطار أنشطة المنظمة :

يجب أن تشمل المسؤولية الاجتماعية كافة الأنشطة والإدارات داخل المنظمة وذلك من خلال التفاعل

الاجباني فيما بينها، والتي تتمثل في آليات وقرارات من أهمها :

أولاً: المسؤولية الاجتماعية في إطار الإنتاج والعمليات :

حيث تعتبر عملية الإنتاج والعمليات الوظيفية الأساسية سبب وجود المنظمة، بحيث أصبحت المنظمات

تعنى بها بشكل خاص، وتتمثل المسؤولية الاجتماعية فيها من خلال عدة قرارات ومجالات من أهمها :

1. في مجال تصميم المنتج أو الخدمة، بحيث على المنظمة أن تقوم بتصميم منتج يتصف بالأمان

والسلامة، وصالح للاستخدام وان يكون مراعيًا في تصميمه الفئة المستهدفة منه.

2. تصميم مواقع الإنتاج، بحيث يؤخذ بعين الاعتبار عند تصميمها أن تكون مواقع مناسبة، وان تراعي سلامة العاملين، وسهولة الحركة، خاصة وان هذه الجوانب تنعكس على تكلفة المنتج وسعره، وان يكون موقع بعيد عن الأماكن السكنية، ويتصف بالتهوية وانعدام الضوضاء، وأن لا يؤثر على البيئة بشكل سلبي.
3. التخطيط والرقابة على الإنتاج، من حيث التأكد أن الإنتاج يتم وفقاً للمواصفات والمعايير المطلوبة، والرقابة على هذه العملية لتقديم منتج أو خدمة للمستهلكين بشكل جيد دون خداعهم بها.
4. أخلاقيات الجودة بحيث يجب أن تقوم المنظمة بإنتاج منتج، أو تقديم خدمة بجودة عالية ومناسبة، لتعزيز ثقة المستهلكين والسوق بهذه المنتجات أو الخدمات.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية في إطار التسويق :

تعد عملية التسويق العملية الهامة بعد عملية الإنتاج؛ لأنه بدونها لا تتم عملية البيع والتوصيل للمستهلك، لأن عملية التسويق هي حيوية وحلقة وصل بين المنظمة والسوق والمستهلكين، وتتمثل المسؤولية الاجتماعية في عدة مجالات وأنشطة تسويقية من أهمها:

1. حماية المستهلك ودراسة سلوكه بحيث يجب على منظمات الأعمال أن تنتج منتجات أو تقدم خدمات من خلال دراسة سلوك المستهلكين وحاجاتهم ورغباتهم وتقديم ما يناسبهم، وأن تكون هذه المنتجات أو الخدمات تتصف بالأمان والسلامة لحماية المستهلك .
2. حق الأمان، أي أن تكون هذه المنتجات آمنة ومزودة بنشرات إيضاحية لكيفية الاستخدام، وأن تكون هذه المعلومات صريحة وصادقة عن المنتج وكيفية الاستخدام.

3. حق سماع رأي المستهلك، بحيث يجب على منظمات الأعمال عند إنتاجها للمنتجات أو تقديمها للخدمات أن تقوم بسماع آراء المستهلكين؛ لمعرفة حاجاتهم ورغباتهم وما يفضلونه في المنتجات وما لا يفضلونه فيها.
 4. التسعير، أي انه يجب على منظمات الأعمال أن تقوم بتقديم منتجات أو خدمات بأسعار مناسبة ومختلفة لجميع فئات المجتمع، وأن تكون هذه الأسعار مناسبة لطبيعة المنتج وجودته.
- الإعلان والترويج: وهي من أهم نشاطات المسوقين؛ لأنها تصب في النهاية لمصلحة المنظمة لأن الإعلان وسيلة فعالة وقليلة التكلفة، إضافة إلى إنها تشجع عملية المنافسة، وبالتالي تقليل الأسعار، إضافة إلى خلق فرص عمل مختلفة في جميع المجالات، أيضا يعد ممول أساسي للصحف والمجلات.

ثالثا: المسؤولية الاجتماعية في إطار الموارد البشرية :

- تعد إدارة الموارد البشرية ميزة أساسية للكثير من المنظمات، والتي تتمثل من خلال تقديمها بالمسؤولية الاجتماعية والتي تتمثل من خلال:
1. استقطاب الموارد البشرية، أي استقطاب حاجة المنظمة من الموارد البشرية .
 2. الاختيار والتعيين، أي أن تقوم المنظمة باختيار الموظفين والعاملين بناءً على الكفاءة ووضع الشخص المناسب في المكان المناسب.
 3. التدريب والتطوير، وذلك من خلال تدريب وتطوير قدرات ومهارات الموظفين والعاملين، وذلك للقيام بالوظائف والمهام وفقا للمعايير المطلوبة .

4. الأجر والمكافآت، أي أن تقوم المنظمة بمنح أجر مناسبة وعادلة للموظفين والعاملين بما يناسب الجهد المبذول، إضافة إلى منح مكافآت ومزايا للمبدعين والمميزين .

تقييم أداء العاملين، أي أن تقوم المنظمة بتقييم أداء العاملين لديها لجميع الفئات من خلال قياس الإنتاجية والربحية وتطوير المنظمة وتقييم أدائها والتزامهم بالقوانين والتشريعات الصادرة .

رابعاً: المسؤولية الاجتماعية في إطار الإدارة المالية والمحاسبية :

بحيث تتمثل المسؤولية الاجتماعية في مجالات عدة من أهمها :

1. الاستثمار، والذي يعد وسيلة سريعة لتطوير المسؤولية الاجتماعية، والذي يقيس مدى تقديم المنظمة للمسؤولية الاجتماعية، من خلال أنها محرك للاقتصاد ويحد من البطالة، إضافة إلى أنها تقدم العديد من السلع والخدمات المختلفة، مراعيًا لحاجات ورغبات كافة فئات المجتمع، إضافة إلى أنها تدعم موارد الدول المالية وتساعد في النمو الاقتصادي للدولة .

2. الاستشارات المالية والمحاسبية، والتي تتمثل من خلالها المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، من خلال عدم إفشاء أسرار الشركات المالية والمحاسبية لأي جهة، إضافة إلى التطوير العادل والصحيح للأتعاب التي يحصل عليها من تقديمه الاستشارات، إضافة إلى عدم التورط بأعمال التزوير أو أي أعمال أخرى غير قانونية .

خامساً: المسؤولية الاجتماعية في إطار البحث والتطوير :

مع تطور العالم وتطور التكنولوجيا بشكل كبير، أصبحت مسألة البحث والتطوير مسألة حيوية وأساسية لمنظمات الأعمال، والتي تعد جوهر العمليات الإنتاجية وسر نجاح منظمات الأعمال، لذلك فإن تقدم المنظمات

في البحث والتطوير يحسن من نموها ويزيد من منتجاتها بشكل متطور ومراع لحاجات ورغبات المستهلكين والمجتمع، إضافة إلى الرقي بمستوى المجتمع، والدولة على نطاق خارجي ويزيد من المستوى العلمي للدولة ويزيد من وجود صناعات مختلفة ومتطورة.

(الغالبى والعامري ، 2005 ، 79-100) و (kaler ، 1993 ، 259-261)

2.1.9 المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة :

لا شك في أن هناك علاقة كبيرة بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، حيث تصل هذه العلاقة إلى تداخل كبير في ما بينها، وتعد المسؤولية الاجتماعية هي إحدى أخلاقيات الإدارة، إلا أن أخلاقيات الإدارة تعد أقدم من المسؤولية الاجتماعية، حيث عرفها الأفراد في الشركات قديماً، أما المسؤولية الاجتماعية فقد عرفت حديثاً، فهي وليدة النموذج الاقتصادي القائم على فكرة تعظيم الربح، لذا فإن ظهور المسؤولية الاجتماعية يكمن في النموذج الاقتصادي، وبالمصلحة الذاتية التي تعد قادرة على مجارة التطور في المفاهيم والممارسات الجديدة فتحوّلت إلى نمط المصلحة الذاتية، وهذا النمو أتى لعدة أسباب كان من أهمها:

1. أن الإخلال بالمسؤولية الاجتماعية والالتزامات في المجتمع ليس بالعمل البسيط؛ لأن ذلك يجعل المؤسسات في دوامة كبيرة أمام المحاكم، بدفع التكاليف والتعويضات بشكل لا يمكن مقارنته إذا قامت الشركات بالوفاء بالتزاماتها.

2. أن القوانين تطورت إلى درجة فرضت فيها التزام الشركات بتقديمها للمسؤولية الاجتماعية، في حالة عدم تبني هذه الشركات للمسؤولية الاجتماعية .

3. بعد التحليل الاقتصادي للشركات التي تقدم المسؤولية الاجتماعية، فإن نفقات المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية يكون مقابل عوائدها، وهذا يعزز صورته ملائمة لدى الزبائن .
وبالتالي فإن الأخلاقيات هي نزوع أخلاقي موجود بالفرد ويلتزم به، حتى لو كان يتعارض مع مصالح المؤسسة، بينما المسؤولية الاجتماعية هي حالة نسبية بالمقارنة مع المصالح والإطراف ذات العلاقة، إضافة إلى أن الأخلاقيات في السلوك العام للإفراد بالمجتمع تعمل على دعم المسؤولية الاجتماعية، كما وتعد أساسا قويا لتطور مفاهيم أخلاقيات الإدارة .

(منصور والخفاجي ، 2008 : ص 292-293).

2.1.10 المسؤولية الاجتماعية والقانون :

يعتبر القانون أداة فرض رسمي، فما كان ضمن القانون مسموح به، وما تجاوز القانون فهو مخالف له ويعاقب عليه، وبالتالي فإن تاريخ الأعمال يحاول الحصول على أكبر قدر ممكن من الحرية وأقل قدر ممكن من القوانين، إلا أن الأعمال وقوانين السوق الحرة قائمة على تنظيم نفسها بنفسها ضمن قواعد وقوانين محددة، وبالتالي لا تحتاج إلى تدخل القوانين بها، إضافة إلى أن القانون يأتي في الأخير في نموذج التطور والالتزام، حيث أن أخلاقيات الإدارة تأتي في مقدمة الهرم وتأتي المسؤولية الاجتماعية في متوسطه وأخيرا الامتثال للقانون إذ أصبحت الكثير من قوانين الدول تقوم على فرض الالتزام بتقديم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات التي لا تقدمها، وذلك لتطور وتقدم المجتمع وعدم جعل هذه المؤسسات فقط مؤسسات تسعى فقط لتحقيق مصالحها

دون الاهتمام بالإطراف الأخرى؛ لذا فإن المسؤولية الاجتماعية تعد التزاما على المؤسسات وهناك قوانين تقوم على إلزام المؤسسات بتقديمها مثل الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية.

(عبود ، 2006 :ص225-227).

المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات :

لقد ظهرت المسؤولية الاجتماعية كحالة جديدة مرافقة للتطورات التي حدثت في الاقتصاد العالمي؛ وذلك بسبب تعدد الاستثمارات المباشرة في الدول والقارات، وأصبحت الساحة الدولية مجالاً للمنافسة العالمية بين الشركات في جميع أنحاء العالم، وبالتالي يجب على هذه الشركات أن تقوم على فهم بيئة المجتمعات وعاداتها وتقاليدها المجتمعات، التي تعمل بها من أجل مواجهة المتطلبات الاجتماعية المتعددة والمختلفة، وبالتالي يجب على الشركات الدولية الالتزام بالمعايير والقوانين والأخلاق الدولية للعمل إضافة إلى احترامها للعادات والتقاليد، أيضاً وجود الكثير من التهديدات التي تواجه هذه الشركات الدولية والتي تغير مؤشرها في مجالات مختلفة منها:

1. أن شركات متعددة الجنسيات ظهرت وتطورت مع تطور العالم الرأسمالي، وهي تمثل حالة استغلال للموارد والاستفادة من العمال بأجور متدنية وتقديمها لمنتجات رخيصة في جميع أنحاء العالم، وهذا الأمر لا يمكن تعميمه على جميع الشركات .

2. أن هنالك شركات تجاوزت إجراءات عمل صحية مناسبة؛ مما أدى إلى خروقات مهمة في ما يتعلق بالصحة، ولكن الأمر الإيجابي هو الضغوط التي تمارسها الصحافة والإعلام؛ وسرعة انتقال المعلومات، مما أدى إلى انتشار الديمقراطية حيث أصبحت كوسيلة رقابة على تصرفات الشركات الدولية.

3. أيضاً مسألة التلوث التي أصبحت تقوم بها الشركات حيث تقوم بدفن النفايات وخاصة النووية في الدول النامية، وذلك أدى إلى تلوث هذه الدول والأضرار بها، وانتشار الفساد والأمراض وغيرها من الآثار السلبية.

4. خرق القيم والعادات والتقاليد؛ بسبب جهل العاملين بقيم وعادات الدول المضيفة، وهذا يؤدي إلى تعارض

مصالح الشركة في المدى القصير.

5. ظهور الفساد الإداري والرشاوى مع السياسيين والمستفيدين في الدول النامية، وبالتالي يؤثر على سمعة الشركة في المدى البعيد، ويجعلها عرضة للانتقاد من قبل هذه الشعوب.

الشركات متعددة الجنسيات تسعى للاستثمار في دول تمتاز بالاستقرار السياسي والأمني والبيئة الاقتصادية الملائمة، كما وتسعى الكثير من هذه الشركات لتبني المسؤولية الاجتماعية حتى لا تتعرض لهذه المآخذ .

(Krishnan,p 1-19) و (Chris,2009:p 1-11).

2.1.11 دور المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص الفلسطيني:

لم يعد تقييم شركات القطاع الخاص يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم. وكان من أبرز هذه المفاهيم مفهوم "المسؤولية الاجتماعية للشركات". وقد أصبح دور مؤسسات القطاع الخاص محورياً في عملية التنمية، وهو ما أثبتته النجاحات التي تحققت الاقتصاديات المتقدمة في هذا المجال، وقد أدركت مؤسسات القطاع الخاص أنها غير معزولة عن المجتمع، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، مثل هموم المجتمع والبيئة .

وهنا نرى مدى تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في بعض شركات القطاع الخاص العاملة في السوق

الفلسطيني:

إطلاق صندوق المسؤولية الاجتماعية لسوق فلسطين للأوراق المالية، الذي تم إنشاؤه خلال النصف الأول من العام 2006 برؤية إستراتيجية تهدف إلى خدمة المجتمع الفلسطيني من خلال عدد من المشروعات بنواح مختلفة، وصندوق المسؤولية الاجتماعية لمجموعة الاتصالات الفلسطينية، وكذلك الحال بالنسبة لشركة فلسطين للتنمية والاستثمار "باديكو". حيث تقوم هذه الشركات والمؤسسات على تقديم للمسؤولية الاجتماعية من خلال المعونات الغذائية، والتبرعات المالية، ورعاية الحفلات، ودعم أسر الأسرى، ودعم طلبة الجامعات وغيرها من الأنشطة المختلفة، وبهذا فإننا نجد تتطور المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني، وذلك من أجل السعي لتحقيق الأرباح، إضافة إلى تنمية وتطوير المجتمع الفلسطيني والنهوض به إلى الأفضل رغم كل الظروف المحيطة، إضافة إلى وجود الكثير من المؤسسات الغير فلسطينية التي تقدم الدعم المالي للمجتمع الفلسطيني وذلك سعياً لدعم صمودهم وتضحياتهم. (شاهين ، 2009:ص 1-18)

2.1.12 المسؤولية الاجتماعية في النظام الإسلامي:

من أوجه العظمة في دين الله الإسلام، أنه جاء بما يزرع النظرة الكريمة للمجتمع في النفوس، فالرسول العظيم صلي الله عليه وسلم يقول فيما رواه الترمذي عن السيدة عائشة رضي الله عنها : "خيركم لأهله، وأنا خيركم لأهلي"، ومن ضيق الأفق أن لا تقتصر النظرة إلى الأهل، على أصول الإنسان وفروعه وزوجه وحدهم بل إن حقيقة الواقع تفرض أن تمتد هذه النظرة لتشمل المجتمع كله، باعتبار أن الأسرة هي اللبنة الأولى فيه، وباجتماعها مع غيرها يقوم بنيان هذا المجتمع . ويؤكد عمومية هذه النظرة، ما رواه القضاعي ، في مسند الشهاب عن جابر رضي الله عنه، أن الرسول صلي الله عليه وسلم قال : " خير الناس، أنفعهم للناس " أيا كان دين أو ملة أو مذهب هؤلاء الناس، والمنتفع أو مقدم النفع ، لأنهم جميعا عباد الله ، وأحبهم إليه ، أكثرهم نفعاً للناس

بنعمة يسديها أو نعمة يذويها عنهم دينا أو دنيا . أن صاحب الثروة لا يرضن بها علي أبناء مجتمعه ، أيا كان نوع هذه الثروة - مادية أو معنوية - طالما في استعمالها ما يعود بالنفع علي الجميع ، فكما أن صاحب المال ينفقه لتيسير أمور الحياة المادية ، فإن صاحب العلم ، يبذله لمن يطلبه ، بقصد الانتفاع به ، فيما يصلح شأنه في الدين والدنيا .

إننا في أيامنا المعاصرة، في حاجة ماسة لتعميق المسؤولية الاجتماعية، فقد ضاقت سبل العيش علي كثير من عباد الله، لتغير الزمن والحال وأصبح من الواجب علي المدراء وأصحاب الشركات ورؤوس الأموال تفعيل الوظيفة الاجتماعية لأموالهم وخدماتهم، واستخدامه في الأغراض العامة التي تعود بالخير علي أبناء المجتمع .

إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية ليس دخيلا علي الإسلام كما في النظام الرأسمالي، وليست بديلاً وحيداً كما في النظام الشيوعي وإهمالاً للمصلحة الذاتية لمالك المال، وتستند هذه الأصالة إلى أن ملكية المال في المنظور الإسلامي لله عز وجل، استخلف الإنسان فيه، وبالتالي فإن لله . سبحانه حقاً . في المال، وحق الله في التصور الإسلامي هو حق المجتمع. وفي ذلك يقول الله تعالى: {وَأَتَوْهُمْ مِنْ مَالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ} [النور: 33]، كما يقول عز من قائل: {آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفَقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ} [الحديد: 7].

لم يتوقف التشريع الإسلامي عند حد الأمر والحث علي أداء المسؤولية الاجتماعية وإنما ومن فضل الله علينا أن شريعة الإسلام السمحاء قد جاءت بالعديد من الوسائل التي تعين علي تحقيق هذه المسؤولية ، وقد نظم كيفية هذا الأداء في أساليب وأدوات وآليات محددة بدقة ويتضح هذا في فقه الزكاة وفقه الوقف والحقوق الواجبة

للعمال والإحسان والسماحة مع العملاء والموردين ونحو ذلك من الأحكام الرشيدة والتوجيهات السديدة للمعاملات المالية سواء كانت معاملات تتعلق بعقود المعاوضات أو التبرعات.

كما و كان للتجار دور هام في نشر الإسلام وذلك عن طريق التزامهم بأخلاقيات الإسلام في البيع والشراء، والتي أثارت إعجاب الناس؛ فمعلوم أن الإسلام دخل إلى بلاد وانتشر فيها (مثل إندونيسيا) عن طريق التجار، وكذلك كان انتشار الإسلام في بلاد النوبة وغرب إفريقيا بهذه الأخلاقيات، سواء عن طريق التجار أو الحجاج يقول غوستاف لويون: (والمسلم حيث يمر يترك خلفه دينه، وقد بلغ (المسلمون) ملايين كثيرة في البلاد التي دخلها العرب بقصد التجارة كـبعض أجزاء الصين وإفريقيا الوسطى وروسيا).

(الزعتري ، 2010: ص1-10).

1.2. الترتيبات السابقة

2.1. الترتيبات الجديدة

الترتيب الثاني - 2019

الفصل الثاني

المبحث الثاني

1.2. الدراسات السابقة:

2.1.1 الدراسات العربية:

- دراسة (العناتي , 2009) بعنوان " محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية "

هدفت هذه الدراسة إلى قياس الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية بمختلف أنواعها في تنمية المجتمع المحلي، في كيفية الحد من مزار التلوث الإشعاعي الناتج عن قدرة مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل للعاطلين عن العمل، و التي تساهم في الحد من البطالة، بالإضافة إلى دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية في المجتمع المحلي.

اعتمد الباحث في جمعه للمعلومات على إتباع المنهج الوصفي في تحليل البيانات الخاصة بالمجتمع، بالإضافة إلى اعتماده المقابلات الشخصية، والدراسات والتقارير المعدة في محاسبة المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية، أي انه اعتمد على المعلومات الأساسية والثانوية في جمع المعلومات .

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة إلى أهمية دور شركات الاتصالات الأردنية في المساهمة بتنمية المجتمع المحلي، الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية، بدرجة متوسطة بالإضافة إلى وجود فرق واضح بين ادعاء شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعا المحلي، الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية .

وقد أوصى الباحث بضرورة توعية شركات الاتصالات الأردنية بدورها في تحمل مسؤولياتها نحو مجتمعا الذي تعمل فيه خصوصا في ظل تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية، إضافة إلى انه يجب تنمية

الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية في خدمة وتنمية مجتمعها المحلي، عن طريق توفير فرص عمل، مما يساهم في الحد من البطالة، وبالتالي تكون قد قامت بتلبية حاجات المستهلكين، وأعطت فرصة للمستهلكين بالمشاركة في العمل، وبالتالي أدت إلى تنمية الجوانب الثقافية والاجتماعية والرياضية.

- دراسة (الطاني ، 2006) بعنوان "إطار مفاهيمي لأخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخدمية " .

هدفت الدراسة إلى دراسة أخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخدمية، وقد هدف الباحث إلى توضيح ما هو النقد الاجتماعي للتسويق من حيث ارتفاع أسعار الخدمات وممارسات التضليل، وهدف أيضا إلى توضيح تأثير التسويق على المجتمع بأكمله من حيث محدودية السلع والخدمات ذات الطابع الاجتماعي والتلوث الثقافي والبيئي وتدخل الكبير من قبل الحكومة، وهدف أيضا إلى توضيح تأثير التسويق على أطراف الأعمال الأخرى، من حيث مكاسب المنافسين وممارسات تسويقية ينتج عنها عوائق الدخول للسوق وممارسات تسويقية غير عادلة اتجاه المنافسين .

اعتمد الباحث في دراسته على جمعه للمعلومات من الأدبيات السابقة، من الكتب والمقالات

والأبحاث السابقة.

وقد توصل الباحث إلى عدة نتائج وتوصيات كان من أهمها: أهمية وجود سياسات التسويق المشتركة بين جميع أطراف العمل من المنافسين والمستهلكين وحتى الحكومة، والتي تأتي في عدة محاور من أهمها علاقات الاتصال بين المشتريين والبائعين والالتزام والتقييد بالمعايير المتعلقة بالإعلان، بالإضافة إلى خدمة الزبون كما يرغب وليس كما يريد البائع، إضافة إلى إتباع أسلوب أخلاقي في التسعير، والى تنمية وتطوير المنتجات والخدمات لتلبية رغبات الزبائن، وأخيرا الالتزام بمعايير الأخلاق العامة.

- دراسة (وهيبة) بعنوان " دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة"

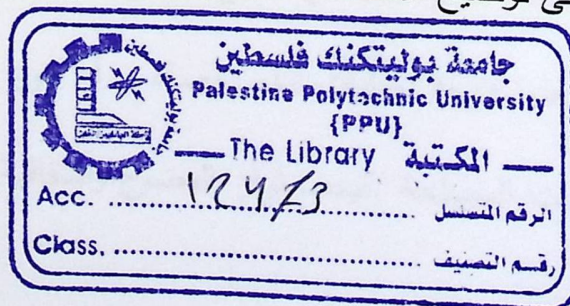
هدفت الباحثة إلى عرض مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وتوضيح كيفية قياسها، كما وهدفت إلى توضيح أهمية المسؤولية الاجتماعية والتركيز على توضيح دورها الفاعل في المؤسسات، كما وهدفت الباحثة إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية ليس فقط لاصحاب المصلحة بل باتجاه البيئة، بالإضافة إلى دمج اهتمامات المنشأة الخاصة بها مع الاهتمامات البيئية للدولة.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي في جمعها للمعلومات بإعداد الاستبانة بالإضافة إلى اعتمادها على الأدبيات السابقة من كتب ومقالات وأبحاث سابقة.

وقد توصلت الباحثة إلى أهمية دور المسؤولية الاجتماعية في المحافظة على البيئة، إضافة إلى أهميتها في ترسيخ ثقافة المؤسسة، إضافة إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية للتنمية المستدامة للمؤسسات.

- دراسة (شاهين) بعنوان " البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني"

هدفت الدراسة إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية في تطوير العمليات الإنتاجية ووجود الشفافية المطلقة في العمل وبجميع النشاطات، أيضا هدفت الدراسة إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية في المحافظة على البيئة، إضافة إلى توضيح الأنظمة العالمية والقوانين التي ترعى المسؤولية الاجتماعية .



اعتمد الباحث في جمعه للمعلومات على الأدبيات السابقة من كتب ومقالات وأبحاث سابقة. وقد توصل الباحث إلى ضرورة تضمين مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى شركات القطاع ، وأن تقديم المسؤولية الاجتماعية لها دور فاعل في المحافظة على البيئة.

- دراسة (العامري و الغالبي) بعنوان " المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات :دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية" .

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وشفافية نظام المعلومات ،وهدفت أيضا إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية وشفافية نظام المعلومات في المنشآت ودعمها للاقتصاد الأردني، وهدفت أيضا إلى الوصول إلى وجود أو عدم وجود علاقة ايجابية بين الدور الاجتماعي للمنظمة وطبيعة نظام المعلومات المتبع إلى جانب شفافية هذا النظام .

اعتمد الباحثان في جمعهم للمعلومات على نوعين من مصادر جمع المعلومات منها المصادر الثانوية والتي تمثلت في الأدبيات كالكتب والدوريات والدراسات العربية والأجنبية التي أنجزت في هذا المجال والمصادر الأولية بحيث اعتمدت على تصميم الاستبانة كأداة لجمع المعلومات .

وقد توصل الباحثان إلى ضرورة وأهمية معرفة دور المسؤولية الاجتماعية في تطور المنظمات وعبورها بدورها الجيد في ظل هذا نظام اقتصادي منفتح عالمي ،وانتشار العولمة لتحميل المنظمات مسؤوليات كبيرة تخلت الدولة عنها نتيجة لعمليات الخصخصة، و أن كون نظام المعلومات في المنظمة يعتبر مرآة أطراف المختلفة ذات المصلحة فيجب توفر الوضوح والشفافية ، وإضافة إلى أن العلاقة بين

المسؤولية الاجتماعية ونظام الشفافية ضعيفة، أن الجزء الأكبر من المصارف في عينة الدراسة قد كانت ذات أنظمة معلومات متوسطة الشفافية .

وقد أوصى الباحثان بضرورة تعزيز نمط الشفافية و المسؤولية الاجتماعية في جميع المنشآت والمصارف ودورها في تحقيق ازدهار اجتماعي ، وبالتالي نوع من الاستقرار وتوفير مناخ اقتصادي أفضل، أيضا أن تدرس المسؤولية والشفافية والأخلاق الإدارية كمساقات، التوسع بدراسة شفافية نظم المعلومات في المصارف وفي المنشآت الأخرى خصوصاً مع العلم إن هذا الموضوع ذات أهمية وأن هناك منظمات عالمية تتابع هذا الأمر.

- دراسة (الحمدي والجعل، 2008) بعنوان " مدى إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها" دراسة تحليلية لأراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى إدراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية لمعرفة الاجتماعية ومفهومها ومدى استيعابهم لأهميتها، بالإضافة إلى معرفة ما هي النشاطات والواجبات التي تقوم بها المنظمات الصناعية اليمنية اتجاه المجتمع التي تتضمنها مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وما يمكن أن تسهم المسؤولية الاجتماعية من دور فاعل وإيجابي مع الدور الذي تؤديه الحكومة في تطور والتقدم في التنمية للمجتمع.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة في جمعها للمعلومات على المصادر الثانوية من كتب ودوريات ودراسات سابقة وغيرها لتوضيح المسؤولية الاجتماعية وأهميتها، وكما استخدم الباحثان المصادر الأولية

التي وضحت في استمارة الاستبيان التي صممت من أجل الدراسة وجمع البيانات المتعلقة بآراء المدراء والنسبة للأنشطة والممارسات التي تقوم بها المنظمات الصناعية، وقد تم استخدام أدوات التحليل الإحصائي مثل استخدام التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي لوصف متغيرات الدراسة.

من نتائج الدراسة أنه يوجد لدى الأفراد إدراكا عاليا لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى معرفة الأفراد بالأنشطة والممارسات التي تقدمها المنظمة للمجتمع وأفراده كتقديم رواتب وأجور مجزية وتدريب العاملين وتوفير الرعاية وتقديم منتجات آمنة و بأسعار مناسبة والالتزام بالأخلاقيات الادراية والمنافسة في إطار المسؤولية الاجتماعية في سبيل تحقيق الرقي والتطور للمجتمع .

وقد أوصى الباحثان بضرورة تبني المدراء في المنظمات الصناعية للمسؤولية الاجتماعية بشكل اكبر، وضرورة تطبيقه على أرض الواقع من خلال اتخاذ الإجراءات لتلبية احتياجات المجتمع ونموه، وحل المشكلات الاجتماعية ، وتحقيق العدالة والترقية وتشجيع العاملين في المشاركة في الحملات الوطنية، كما وأوصيا بأن ممارسة المسؤولية الاجتماعية ستؤدي إلى استقطاب العملاء وزيادة المنافسة وبالتالي زيادة الأرباح وأوصيا أيضا بضرورة اهتمام الحكومة بالمسؤولية الاجتماعية وأوصيا أيضا بأن تقوم المنظمات الصناعية بوضع خطط إستراتيجية لمسئوليتها الاجتماعية .

- دراسة (التميمي , 2010) بعنوان "واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل"

هدفت الدراسة إلى محاولة الكشف عن واقع تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية في التسويق من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية في الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل، كما وهدفت الدراسة إلى توضيح أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق ونمط التبني السائد في الشركات المنتجة

لمستحضرات التجميل، بالإضافة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين التبني المسؤولية الاجتماعية ونمط التبني المتبع في هذه الشركات وأخيراً هدفت إلى التوصية لتعزيز في مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.

اعتمدت الباحثة على عدة أساليب في جمعها للمعلومات بحيث تم إعداد الاستبانة من قبل الباحثة وتكييف المؤشرات التي تم اعتمادها والتي تتوافق مع متغيرات وفرضيات الدراسة، وقد اعتمدت الباحثة على نوعين من مصادر جمع المعلومات منها المصادر الثانوية والتي تمثلت في الأدبيات كالكتب والدوريات التي أنجزت في هذا المجال والمصادر الأولية بحيث اعتمدت على تصميم الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية وغيرها من الأساليب والمقاييس.

وقد توصلت الباحثة إلى عدة نتائج منها: تبني الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل للمسؤولية الاجتماعية في التسويق بالإضافة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية ونمط التبني من حيث الاجتماعية والبيئية، وبين المسؤولية الاقتصادية من حيث تركيز الشركات على تعظيم الربح، واعتقاد الشركات بان المساهمات الاجتماعية ناتج عن النجاح بتقديم المسؤولية الاقتصادية، كما وبينت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية في التسويق ونمط المسؤولية الاجتماعي للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل، من حيث اعتبار هذه الشركات وحدات اجتماعية وأخذ بنظر الاعتبار متطلبات المجتمع عند اتخاذها القرارات، كما وأوضحت بوجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية في التسويق ونمط المسؤولية المتوازن للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل من حيث أن الإدارة لا تمثل مصالح جهة واحدة ولا تمثل جهات ذات المصلحة الواحدة ولكنها تمثل مصالح جهات عديدة كما أنها توازن بين مصالحها المجتمعية.

وأوصت الباحثة بوجوب تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية في شركات مستحضرات التجميل كون لها دوراً رائداً في أنشطة المسؤولية الاجتماعية كونها تعتبر وحدة اجتماعية تقوم على تلبية احتياجات المستهلكين والمجتمع، كما وأوصت بالتركيز على تبني المسؤولية الاجتماعية من خلال التنسيق بين تحقيق المنظمة للربح وما يطلبه المجتمع، كما وأوصت بأنه يجب على الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل معرفة نوعية الأنشطة الاجتماعية ومعرفة العلاقة بين ما تقوم به الشركات من أنشطة اجتماعية وبين وضعها المالي الذي يسمح بإقامة مثل هذه الأنشطة، وأيضاً بأن تكون علاقة المنظمة مع المجتمع هي علاقة متوازنة، وأوصت أخيراً بأهمية إجراء دراسات للتركيز على واقع المسؤولية الاجتماعية في عدة جوانب الإنتاج والعمليات والموارد البشرية وغيرها بالإضافة إلى إجراء دراسة مكملة لهذه الدراسة من حيث خصائص الأخرى للمنظمة.

2.1.2 الدراسات الأجنبية:

- دراسة (2009, Fiske, Hills) بعنوان "Anti-corruption as Strategic CSR: A call to action for corporations"

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية في مكافحة الفساد من خلال إستراتيجية الشركات بتخفيف من المخاطر الاجتماعية، وهدفت أيضاً إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع والعمل الجماعي .

اعتمد الباحثان في جمعهما للمعلومات على المقابلات للخبراء لمكافحة الفساد بالإضافة إلى إعداد الاستبانة وتوزيعها على المراكز والشركات العالمية إضافة إلى اعتمادهما على الأدبيات السابقة من كتب ومقالات وأبحاث سابقة .

وقد توصل الباحثان إلى أهمية تعزيز مكافحة الفساد في الشركات وذلك من خلال والتعاون والامتثال والالتزام بالأخلاق الإدارية والقواعد، و ذلك بواسطة الاستثمار بشكل كبير والإقتداء وإتباع الأخلاق المسؤولة الاجتماعية، بالإضافة إلى زيادة مستوى السلامة في جميع البلدان، بالإضافة إلى تعزيز العمل الجماعي والتعاون، وهذا كله يقوم على تحقيق نتائج فعلية وعملية فعالة يمكننا من خلالها خلق حوافز تغيير سلوك الأعضاء، وكما وتوصل الباحث إلى أهمية الزيادة في التشجيع في قوة الطلب وذلك بالتركيز على كل نموذج من نماذج المستخدمة لمكافحة الفساد، وكما يجب على كل الشركات والقطاعات الأطراف زيادة جهودها للتأثير على جانب العرض، إضافة إلى التركيز على مكافحة الفساد والعمل على إمكانية تطبيقه، إضافة إلى حاجة الشركات إلى التحكم في ضبط إستراتيجيتها لتضمنين جدول أعمال أوسع لمكافحة الفساد.

دراسة (Scherer,2007) بعنوان " GLOBALIZATION AND CORPORATE Social

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير العولمة على المسؤولية الاجتماعية، وهدفت أيضا إلى توضيح دور النظام الرأسمالي والتجارة العالمية وطريقة توريد السلع والخدمات العالمية وتدخلات الحكومة بتأثير على دور العولمة في مساندة الشركات بتقديمها للمسؤولية الاجتماعية لجميع الأطراف ، أيضا هدف إلى توضيح دور عدة ظواهر اجتماعية واقتصادية مثل السلام والجريمة والهجرة والإنتاج والمخاطر البيئية في توزيع الدخل والضمان الاجتماعي والتماسك الاجتماعي إضافة إلى الكشف عن أسباب حدوث العولمة، و دورها في تقديم المسؤولية الاجتماعية إضافة إلى مخاطرها مثل انتشار الأسلحة النووية ومدى ضررها

على المجتمعات، إضافة إلى ما قدمته من فائدة مثل انفتاح المجتمعات على بعضها البعض والتطور التكنولوجي والاقتصادي.

استخدم الكاتب في دراسته على ورقة بحث في جمعه للمعلومات على الأدبيات السابقة من الكتب والمقالات والدراسات السابقة .

وقد توصل الكاتب إلى أن العولمة لها الأثر الايجابي والسلبى في تقديم المسؤولية الاجتماعية للمجتمعات المختلفة، الأثر الايجابي الذي أدى إلى زيادة التنمية الاقتصادية للمجتمعات مختلفة تحتاج إلى هذه التنمية وإلى زيادة التطور التكنولوجي والاقتصادي الذي عم على جميع أنحاء العالم، إضافة إلى انتشار الشركات العالمية والمتعددة الجنسيات، أما الأثر السلبى فهو من ناحية التطور التكنولوجي والاقتصادي الذي أعطى كثير من الدول في السيطرة السياسية والاقتصادية وصناعة الأسلحة التي باتت تهدد أمن المجتمعات

- دراسة (2009, Maloney) بعنوان: " The new strategic marketing battleground: "

"Corporate Social Responsibility

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن معرفة كيف تقوم الشركات متعددة الجنسيات بالاندماج مع المسؤولية الاجتماعية في إستراتيجية التسويق لبناء والحفاظ على ميزة تنافسية، وهدفت أيضا إلى توضيح أهمية المسؤولية الاجتماعية دعم التنمية المستدامة من خلال الاستمرار في الأعمال المساهمة في التنمية الاقتصادية، وهدفت أيضا إلى أهمية المسؤولية الاجتماعية في مراعاة نوعية الحياة وحاجات ورغبات القوى العاملة وعائلاتهم في المجتمع ككل، وهدفت أيضا إلى توضيح أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية عالمية .

اعتمد الباحث في دراسته على ورقة بحث باعتماده في جمع المعلومات على المعلومات من الأدبيات السابقة من الكتب والمقالات والدراسات السابقة .

وقد توصل الكاتب إلى نجاح الشركات متعددة الجنسيات في إيجاد إستراتيجية تسويق ناجحة ونجاحها في تحقيق ميزة تنافسية عالمية وحصّة سوقية كبيرة في السوق العالمي من خلال تقديمها للتبرعات المادية والاقتصادية والانفتاح العالمي والدخول بمجتمعات مختلفة والتسويق إلى جميع أنحاء العالم بإرضاء جميع الأطراف أدى إلى نجاحها بالفعل من خلال إتباع هذه الإستراتيجية.

- دراسة (Krishnan ، 2005) بعنوان: " Corporate Social Responsibility as a determinant of market success: An exploratory analysis with special reference to MNCs in emerging markets "

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور المسؤولية الاجتماعية كعامل نجاح للسوق وخاصة للشركات متعددة الجنسيات، وقد ركز الباحث هدفه على الأسواق الناشئة لدى الدول النامية التي تحتاج إلى تنمية اقتصادية ، إضافة إلى توضيح دور الشركات متعددة الجنسيات بتقديم الأنشطة الاجتماعية من تمويل وتبرعات خيرية ، إضافة إلى توضيح أن المسؤولية الاجتماعية تعد عامل نجاح لهذه الشركات ، إضافة إلى توضيح أهمية الاستثمار في الأسواق الناشئة والاستفادة المستدامة منها.

اعتمد الباحث في جمع المعلومات البحث على ورقة بحث من خلال المعلومات الموجودة في الأدبيات السابقة من كتب ومجلات ومقالات ودراسات سابقة بالإضافة إلى استفادته من الدراسة الواقعية التي جريت في هذا المجال في الهند.

وقد توصل الباحث إلى أهمية دور الشركات متعددة الجنسيات في تقديمها للمسؤولية الاجتماعية في الأسواق الناشئة التي قد حققت عامل نجاح قوي لها في هذه الأسواق بجميع الأبعاد الداخلية والخارجية ولجميع الأطراف في المجتمعات النامية ، وما قد حققته هذه الشركات في تطوير التنمية الاقتصادية في الدول النامية من خلال تقديمها للمسؤولية الاجتماعية من خلال زيادة الأرباح وحجم المبيعات والإنتاجية بالمقابل إرضاء المجتمعات النامية بالدعم المالي والاقتصادي.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

يلاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة أنها تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية في عدة قطاعات وجوانب مختلفة فمنها ما ركزت على الاخلاقيات التسويقية، إندماج شركات متعددة الجنسيات مع المسؤولية الاجتماعية في استراتيجية التسويق، طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وشفافية نظم المعلومات، مدى تبنى شركات الاتصالات للمسؤولية الاجتماعية، مكافحة الفساد من خلال استراتيجية الشركات في تخفيف المخاطر الاجتماعية، تأثير العولمة على المسؤولية الاجتماعية، ولكن ما يميز هذه الدراسة بالإضافة إلى اختلاف من حيث القطاع والجوانب المختلفة ومن حيث الهدف ومجتمع الدراسة والعينة هو احتوائها على أبعاد أخرى ضمن الدراسة وقد ساعد استعراض الدراسات السابقة في إلقاء نظرة على مدى تبنى المسؤولية الاجتماعية في الشركات والمؤسسات المختلفة لذا جاءت هذه الدراسة لسد النقص الحاصل في مجال تبنى المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل وهذا ما ميزها عن غيرها.

الفصل الثالث

➤ منهجية الدراسة

➤ أدوات جمع البيانات والمعلومات

• الاستبانة

• المقابلات

➤ مجتمع الدراسة

➤ عينة الدراسة

➤ المعالجة الإحصائية

ناول هذا الفصل وصفاً كاملاً ومفصلاً للطريقة والإجراءات التي قام بها الباحثين لتنفيذ هذه الدراسة
وصف منهج الدراسة، وأدوات جمع البيانات والمعلومات، ومجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، والتحليل
سائي.

3.1 منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة في الوقت الحاضر والتي
تتمثل في مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة
الخليل، ويحلل النتائج ليفسر سبب كون النتائج على ما هي عليه، وهو المنهج المناسب والأفضل لمثل هذه
الدراسات.

3.2 أدوات جمع البيانات والمعلومات

1. بيانات ومعلومات ثانوية: تم الاعتماد على الكتب والمقالات والدراسات السابقة .
2. بيانات ومعلومات أولية: تم الاعتماد فيها على الاساليب التالية :

أ. الاستبانة

تم تصميم استبانته خصيصاً لغرض الدراسة، وقد مرت عملية تطوير الاستبانة بعدة مراحل:

- (1) تمت صياغة أسئلة الاستبانة بشكل أولي بعد أن تم الاطلاع على الكتب والدراسات السابقة.
- (2) تم عرض الاستبانة على عدد من الأساتذة المتخصصين بموضوع الدراسة، وتم بناءً على عملية
التحكيم تعديل لبعض فقرات الاستبانة.

(3) تكونت الاستبانة بشكلها النهائي من:

القسم الأول : العلاقة ذات الدلالة الإحصائية والتي قسمت إلى ثلاثة أسئلة وهي:

هل يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيرات كما هي

موضحة بالجدول التالي؟

جدول رقم (3.1)

المتغيرات الإحصائية

المتغيرات	العدد	النسبة المئوية
نوع النشاط الاقتصادي		
منسوجات	3	6.4
انتاج الجلد المدبوغ	1	2.1
منتجات معدنية	6	12.8
احذية	6	12.8
منتجات اغذية	5	10.6
منتجات الورق الصحي	2	4.3
انتاج اشربة وديسكات كمبيوتر	1	2.1
منتجات زجاجية	1	2.1

6.4	3	مفروشات
8.5	4	مفروشات اللدائن (البلاستيك)
0.0	0	صناعة الملابس
4.3	2	صناعة الصناديق وعلب التعبئة
6.4	3	خرسانة جاهزة
17.0	8	منتجات احجار
0.0	0	صناعة الاثاث
2.1	1	زيوت وشحوم السيارات
2.1	1	اخرى
100.0	47	المجموع
الشكل القانوني للمنشأة		
40.4	19	منشأة فردية
44.7	21	منشأة تضامن
2.1	1	منشأة مساهمة عامة
12.8	6	منشأة مساهمة خاصة
100.0	47	المجموع

		عدد الموظفين
25.5	12	10-0
29.8	14	20-11
14.9	7	30-21
8.5	4	40-31
6.4	3	50-41
14.9	7	أكثر من 50
100.0	47	المجموع

القسم الثاني : تكون هذه القسم من اسئلة تتعلق بمدى التزام أصحاب المصلحة بالشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية .

جدول رقم (3.2)

يوضح الجدول أصحاب المصلحة وأمثلة على مظاهر الالتزام

أصحاب المصلحة	أمثلة	الأمثلة
	بيئة عمل مناسبة	تقوم إدارة الشركة/ المصنع على توفير بيئة عمل مناسبة (كالإضاءة المناسبة، والتهوية.....).
	أجور ورواتب عادلة	تلتزم إدارة الشركة/المصنع على منح أجور ورواتب عادلة تتناسب مع حجم العمل المبذول.
	التدريب المستمر	تحرص إدارة الشركة/المصنع على التدريب المستمر لمهارات جميع الموظفين.
	معدات مكافحة الحرائق	يوجد لدى إدارة الشركة/المصنع معدات كافية لمكافحة الحرائق ومخارج الطوارئ.

	منح المكافآت	تقوم إدارة الشركة/المصنع على منح مكافآت للأشخاص المبدعين والمميزين.
	إجازات مدفوعة	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم إجازات مدفوعة بسبب (المرض، الدراسة، التدريب.....).
الموظفين	معدات وقاية وحماية	تحرص إدارة الشركة/المصنع على توفير معدات وقاية وحماية الموظفين مثل (سماعات لتخفيف الص كمامات.....).
	حاجات المستهلكين	تحرص إدارة الشركة/المصنع على دراسة حاجات المستهلكين
	منتجات بأسعار مناسبة	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم منتجات بأسعار مناسبة .
	وصول المنتجات بالوقت المناسب	الحرص على تسهيل عملية وصول المنتجات إلى المستهلكين في كافة المناطق.
	فحص المنتجات	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بفحص منتجاتها من حيث الصلاحية قبل القيام ببيعها .
المستهلكين	منتجات بجودة عالية	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم منتجات بجودة عالية.
	إرشادات صحية على غلاف المنتج	توجد إرشادات على غلاف المنتج منها (إرشادات صحية، كيفية الاستخدام، الوزن الصافي، تاريخ الإنتاج والإنتهاء.....)
	إعلان صادق وأمين	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم إعلان صادق وأمين عن منتجاتها.
	قسم للمحافظة على البيئة	يوجد لدى الشركة/المصنع قسم خاص للمحافظة على البيئة.
	إجراءات وقاية من التلوث	تقوم إدارة الشركة/المصنع بإجراءات الوقاية من التلوث.
	مواقع الإنتاج	مواقع إنتاج الشركة/المصنع بعيدة عن المناطق السكنية.
البيئة	تثقيف الجمهور	تقوم إدارة الشركة/المصنع بتثقيف الجمهور بقضايا المحافظة

على البيئة.		
تحرص إدارة الشركة/المصنع على معرفة الحوادث البيئية المختلفة لتجنبها.	تجنب حوادث البيئة	
تحرص إدارة الشركة /المصنع على منافسة عادلة.	المنافسة العادلة	
تقوم إدارة الشركة/المصنع بسحب الموظفين من المنافسين بطريقة غير شرعية.	سحب الموظفين بطريقة غير شرعية	المنافسين
تحرص إدارة الشركة/المصنع على منافسة نزيهة.	منافسة نزيهة	
تلتزم إدارة الشركة/المصنع بسعر السوق عند بيع منتجاتها .	التزام بسعر السوق	

تحرص إدارة الشركة/المصنع على تعزيز سمعة الدولة عن طريق (البحث العلمي، التعامل الخارجي.....).	سمعة الدولة	
تساعد إدارة الشركة/المصنع الحكومة في مكافحة الامراض المستعصية والمزمنة	مكافحة الامراض المستعصية والمزمنة	
تساهم إدارة الشركة/المصنع في التأهيل المجتمعي.	التأهيل المجتمعي	الحكومة
تلتزم إدارة الشركة/المصنع بالقوانين والتعليمات المتعلقة بالاسعار .	القوانين والتعليمات	
تلتزم إدارة الشركة/المصنع بدفع الضرائب والرسوم الحكومية.	الضرائب والرسوم	
تسعى إدارة الشركة/المصنع إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح لتعظيم قيمة الأسهم .	تعظيم قيمة الاسهم وتحقيق أكبر ربح ممكن	
تحرص إدارة الشركة/المصنع على التطوير المستمر لقدرات المنظمة بالسوق.	التطوير المستمر	
تحرص إدارة الشركة/المصنع على زيادة قيمة المشروع أو المنظمة	قيمة المشروع أو المنظمة	المالكين
تحرص إدارة الشركة/المصنع على المحافظة على أصول الشركة وموجوداتها.	أصول الشركة وموجوداتها	
تسعى إدارة الشركة/المصنع على زيادة حصتها في السوق.	الحصة السوقية	

المجتمع	البنية التحتية	تساهم إدارة الشركة/المصنع في دعم البنية التحتية للمجتمع من (تبليط الطرق، انشاء الجسور، متنزهات، حدائق عامة...).
	فرص عمل للحد من البطالة	تحرص إدارة الشركة/المصنع على خلق فرص عمل للحد من البطالة.
	الطوارئ والكوارث الطبيعية	تساهم إدارة الشركة/المصنع في حالة الطوارئ والكوارث الطبيعية.
	دعم المؤسسات	تقوم إدارة الشركة/المصنع على دعم المؤسسات منها (مراكز البحث العلمي، الجامعات، المستشفيات، الجمعيات الخيرية...).
	دعم الأنشطة الاجتماعية	تحرص إدارة الشركة/المصنع على دعم الأنشطة الاجتماعية منها (أندية ترفيهية، أماكن مريحة لكبار السن ، ملاعب للأطفال).

3.3 صدق أداة الدراسة:

بعد الانتهاء من مراجعة الدراسات السابقة أعد الباحثين الاستبانة في صورتها الأولية، ثم تم عرضها على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة، وذلك للحكم على مدى مناسبة كل فقرة من حيث صياغتها وقياسها لما وضعت من أجله، فقد اختيرت الفقرات التي أجمع المختصون عليها وتم تعديل ما اقترحوا عليه من التعديل حيث صيغت فقرات الأداة بصورتها الجديدة لقياس المطلوب، حيث بلغ عدد فقرات الاستبانة (38) فقرة، واستخدم مقياس "البكرت الخماسي".

3.4 مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث لهذه الدراسة تكون من الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل

ويتكون مجتمع الدراسة من ثلاثة أبعاد:

- البعد البشري: والذي يرتبط بالمدرء الإداريين الذين يديرون الشركات الخاصة .
- البعد المكاني: مدينة الخليل والذي يتمثل في جميع الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي .
- البعد الزمني: 1/ 10/2010-26/5/2011.

3.5 عينة الدراسة:

حسب الإحصائيات المتوفرة لدى غرفة تجارة وصناعة الخليل قدر عدد الشركات الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل إلى (55) شركة، وتتألف العينة من جميع الشركات الخاصة جدول رقم (3.3- موضح بالملحق) بحيث تم توزيع 55 استبانة تم إسترداد (47) إستبانة بنسبة 85.4% ، ولم تسترد (8) إستبانات بنسبة 14.5%.

3.6 المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد جمع بيانات الدراسة قام الباحثين بمراجعتها وذلك تمهيدا لإدخالها إلى جهاز الحاسوب وبعد ذلك تم إدخالها جهاز الحاسوب وذلك بإعطائها أرقاما معينة أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية وذلك بناء على مقياس ليكرت الخماسي، أن تصبح الفقرات السالبة تقيس في الاتجاه الإيجابي، وتم عكس هذه الدرجات في الفقرة الموجبة، بحيث أصبحت كلما ارتفعت الدرجة، إرتفعت درجة الأهمية والعكس صحيح.

وبالاستناد لهذا تم تقسيم درجة الأهمية كما يلي:-

- من (صفر - 2.75) درجة منخفضة.

- من (2.76-3.87) درجة متوسطة.

- من (3.88-5) درجة مرتفعة.

وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج التكرارات (الأعداد) والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية

الانحرافات المعيارية واختبار (t-test)، واختبار تحليل التباين الأحادي One Way Analysis of Variance

معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية

الحاسوب (SPSS - PC) Statistical Package for Social Sciences.

4.1 مثال الدراسة الأولى: ما مدى التزام منظمات الأعمال في القطاع الصناعي في مدينة العقبة
بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين من وجهة نظر المتقنين الإقليميين؟

الفصل الرابع

لأهمية من هذا السؤال الاجتماعي والتغيرات المتزايدة في المسؤولية الاجتماعية لدى
في المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخاصة العاملة في قطاع الصناعي في مدينة

تحليل البيانات والنتائج

المتغير	القيمة	الوصف
0.49025	4.527	تعتبر إدارة الشركة كالمصنع على مستوى عالية من المسؤولية الاجتماعية
0.48723	4.517	تعتبر إدارة الشركة كالمصنع على مستوى عالية من المسؤولية الاجتماعية
0.48526	4.519	تعتبر إدارة الشركة كالمصنع على مستوى عالية من المسؤولية الاجتماعية
0.48473	4.513	تعتبر إدارة الشركة كالمصنع على مستوى عالية من المسؤولية الاجتماعية
0.48341	4.507	تعتبر إدارة الشركة كالمصنع على مستوى عالية من المسؤولية الاجتماعية

نتائج الدراسة:

4.1 سؤال الدراسة الأول: ما مدى التزام منظمات الأعمال في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين من وجهة نظر المديرين الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل مرتبة حسب الأهمية جدول رقم (4.1).

جدول رقم (4.1)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال تجاه الموظفين من وجهة نظر المديرين الإداريين

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
Q1	تقوم إدارة الشركة/المصنع على توفير بيئة عمل مناسبة(كالإضاءة المناسبة، والتهوية...).	4.5957	0.49605
Q4	يوجد لدى إدارة الشركة/المصنع معدات كافية لمكافحة الحرائق ومخارج للطوارئ.	4.3617	0.60525
Q2	تلتزم إدارة الشركة/المصنع على منح أجور ورواتب عادلة تتناسب مع حجم العمل المبذول.	4.3191	0.51526
Q7	تحرص إدارة الشركة/المصنع على توفير معدات وقاية وحماية الموظفين مثل (سماعات لتخفيف الصوت، كاميرات...).	4.0213	0.84672
Q5	تقوم إدارة الشركة/المصنع على منح مكافآت للأشخاص	4.0000	0.75181

		المبدعين والمميزين.	
0.88046	3.9149	تحرص إدارة الشركة/ المصنع على تقديم إجازات مدفوعة بسبب (المرض، الدراسة، التدريب ...).	Q6
0.59833	3.8936	تحرص إدارة الشركة/المصنع على التدريب المستمر لمهارات جميع الموظفين.	Q3
0.670554	4.158043		المعدل

بالرجوع إلى الجدول رقم (4.1) وقد جاء في مقدمته الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تقوم على توفير بيئة عمل مناسبة (كالإضاءة المناسبة، والتهوية ...) بمتوسط حسابي 4.5957، أي أعلى من مرتفع، ويعتقد فريق البحث أنه من الممكن أن يعود ذلك إلى اهتمام المنظمة بتوفير بيئة عمل مناسبة وصحية تساعد على تحسين أداء الموظفين وسلامتهم من الأخطار التي قد يتعرضون لها أثناء قيامهم بالعمل، مقابل ذلك كانت أقل المظاهر شيوعاً الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تحرص على التدريب المستمر لمهارات جميع الموظفين. بمتوسط حسابي 3.8936 أي بدرجة متوسط، ويعتقد فريق البحث بأن ذلك قد يعود إلى عدم اهتمام الإدارة بالطرق الحديثة بالعمل والتي تقوم على أساس مشاركة المعرفة بين الموظفين وترقية معرفتهم بما يتناسب مع حاجة المؤسسة والتطور المحيط بها.

كما و يبين الجدول رقم (4.1) معدل الوسط الحسابي لهذا السؤال وهو 4.1580 أي بدرجة أكثر من مرتفع وهذه النتيجة تدفع فريق البحث إلى رفض الفرض الذي ينص على أن هناك تدني في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين .

4.2 سؤال الدراسة الثاني: ما اهم مظاهر مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع

الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين من وجهة نظر المديرين الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية مدى

التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية

تجاه المستهلكين من وجهة نظر المديرين الإداريين مرتبة حسب الأهمية جدول رقم (4.2).

جدول رقم (4.2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين من وجهة نظر

المديرين الإداريين.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نص الفقرة	رقم الفقرة
0.68552	4.4468	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم منتجات بجودة عالية.	Q12
0.73501	4.3617	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بفحص منتجاتها من حيث الصلاحية قبل القيام ببيعها.	Q11
0.70481	4.3617	الحرص على تسهيل عملية وصول المنتجات إلى المستهلكين في كافة المناطق.	Q10
0.59368	4.3191	تحرص إدارة الشركة/المصنع على دراسة حاجات المستهلكين.	Q8
0.76522	4.2553	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم إعلان صادق وأمين عن منتجاتها.	Q14
0.59756	4.2340	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم منتجات بأسعار مناسبة.	Q9Q

0.85919	3.8511	توجد إرشادات على غلاف المنتج منها (إرشادات صحية، كيفية الاستخدام، الوزن الصافي، تاريخ الإنتاج والإنتهاء ...).	Q13
0.6803	4.329767		المعدل

بالرجوع إلى الجدول رقم (4.2) وقد جاء في مقدمته الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تحرص على تقديم منتجات بجودة عالية. بمتوسط حسابي 4.4468، أي بدرجة أعلى من مرتفع، ويعتقد فريق البحث بأنه من الممكن أن يعود ذلك إلى اهتمام المنظمة بإنتاج سلع تتناسب فئات المجتمع ورغباتهم، وهذا يزيد من استهلاك الزبائن لمنتجاتها وبالتالي يزيد من ولائهم لها، مقابل ذلك كانت أقل المظاهر شيوعاً الفقرة التي تنص على أن توجد إرشادات على غلاف المنتج منها (إرشادات صحية، كيفية الاستخدام، الوزن الصافي، تاريخ الإنتاج والإنتهاء ...). بمتوسط حسابي 3.8511 أي بدرجة متوسط، ويعتقد فريق البحث بأن هذه النتيجة قد تأثرت بنوعية النشاط الذي تقوم به هذه المنظمات وبالرجوع إلى العينه الديمغرافية نلاحظ بأن نسبة المنظمات التي تنتج الأحجار هي 17% أي أعلى نسبة مقابل 10.6% للمنظمات التي تنتج منتجات غذائية. وبالعودة إلى جدول رقم (4.2) نلاحظ بأن معدل الوسط الحسابي لهذا السؤال هو 4.3297، ويأتي بدرجة أكثر من مرتفع وهذه النتيجة تدفع فريق البحث إلى رفض الفرض الذي اقترحه والذي ينص على أن هناك تدني في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين .

4.3 سؤال الدراسة الثالث: ما اهم مظاهر مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع

الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة من وجهة نظر المديرين الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية مدى

التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية

تجاه البيئة من وجهة نظر المديرين الإداريين مرتبة حسب الأهمية جدول رقم (4.3).

جدول رقم (4.3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة من وجهة نظر

المديرين الإداريين .

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
Q19	تحرص إدارة الشركة/المصنع على معرفة الحوادث البيئية المختلفة لتجنبها.	4.2128	0.95408
Q16	تقوم إدارة الشركة/المصنع بإجراءات الوقاية من التلوث.	4.0851	0.97423
Q17	مواقع إنتاج الشركة/المصنع بعيدة عن المناطق السكنية.	3.8936	1.06799
Q15	يوجد لدى الشركة/المصنع قسم خاص للمحافظة على البيئة.	3.5957	1.19163
Q18	تقوم إدارة الشركة/المصنع بتنقيف الجمهور بقضايا المحافظة على البيئة.	3.4255	1.09831
المعدل		3.84254	1.05248

بالرجوع إلى الجدول رقم (4.3) وقد جاء في مقدمته الفقرة التي تنص على إن إدارة الشركة/المصنع تحرص على معرفة الحوادث البيئية المختلفة لتجنبها. بمتوسط حسابي 4.2128 أي بدرجة أعلى من المرتفع، ويرجع فريق البحث هذه النتيجة إلى اهتمام المنظمات الصناعية بمعرفة الحوادث البيئية وعددها وكيفية الاستجابة لها، مقابل ذلك كانت أقل المظاهر شيوعاً الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تقوم بتتقيف الجمهور بقضايا المحافظة على البيئة. بمتوسط حسابي 3.4255 وهذه النتيجة تبين أن اهتمام المنظمات الصناعية يأتي بدرجة متوسطة بالنسبة لهذا الموضوع. بالرجوع إلى جدول رقم (4.3) نلاحظ أن معدل الوسط الحسابي لهذا السؤال هو 3.842 أي بدرجة متوسطة وهذه النتيجة تدفع فريق البحث إلى رفض الفرض الذي اقترحه والذي ينص على أن هناك تدني في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

4.4 سؤال الدراسة الرابع: ما أهم مظاهر مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين من وجهة نظر المديرين الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين من وجهة نظر المديرين الإداريين مرتبة حسب الأهمية جدول رقم (4.4).

جدول رقم (4.4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين من وجهة نظر المديرين الإداريين.

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
Q20	تحرص إدارة الشركة/المصنع على منافسة عادلة.	4.5106	0.77662
Q22	تحرص إدارة الشركة/المصنع على منافسة نزيهة.	4.3404	0.91549
Q23	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بسعر السوق عند بيع منتجاتها.	4.2128	0.99861
Q21	تقوم إدارة الشركة/المصنع بسحب الموظفين من المنافسين بطريقة غير شرعية.	1.9787	1.9787
المعدل		3.760625	0.925325

بالرجوع الى الجدول رقم (4.4) وقد جاء في مقدمته الفقرة التي تنص على ان إدارة الشركة/المصنع تحرص على منافسة عادلة، بمتوسط حسابي 4.5106 أي بدرجة أعلى من مرتفع، ويرى فريق البحث بان هذه النتيجة تبين حرص منظمات الاعمال على المنافسة العادله والالتزام بأخلاقيات الأعمال، مقابل ذلك كانت اقل المظاهر شيوعا الفقرة والتي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تقوم بسحب الموظفين من المنافسين بطريقة غير شرعية. بمتوسط حسابي 1.9787 أي بدرجة منخفضة. كما ويوضح الجدول رقم (4.4) معدل الوسط الحسابي لهذا السؤال وهو 3.760 أي بدرجة متوسطة وهذه النتيجة تدفع فريق البحث رفض الفرض الذي اقترحه والذي ينص على أن هناك تدني في مدى التزام

منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين.

4.5 سؤال الدراسة الخامس: ما اهم مظاهر مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع

الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة من وجهة نظر المديرين الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية مدى

التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية

تجاه الحكومة من وجهة نظر المديرين الإداريين مرتبة حسب الأهمية جدول رقم (4.5).

جدول رقم(4.5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة من وجهة نظر

المديرين الإداريين .

رقم الفقرة	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
Q28	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بدفع الضرائب والرسوم للحكومة.	4.3830	0.53378
Q27	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بالقوانين والتعليمات المتعلقة بالأسعار والجودة.	4.1489	0.97755
Q24	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تعزيز سمعة الدولة عن طريق(البحث العلمي، التعامل الخارجي.....).	3.9362	0.98696
Q26	تساهم إدارة الشركة/المصنع في التأهيل المجتمعي .	3.8298	1.04921
Q25	تساعد إدارة الشركة /المصنع الحكومة في مكافحة الامراض المستعصية والمزمنة.	3.7234	1.07748
المعدل		4.00426	0.924996

بالرجوع إلى الجدول رقم (4.5) وقد جاء في مقدمته الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تلتزم بدفع الضرائب والرسوم للحكومة، بمتوسط حسابي 4.3830 أي بدرجة أعلى من المرتفع، ويرجع فرق البحث هذه النتيجة إلى التزام المنظمات بتسديد التزاماتها من الضرائب وعدم التهرب من دفعها. مقابل ذلك كانت أقل المظاهر شيوعاً الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة /المصنع تساعد الحكومة في مكافحة الأمراض المستعصية والمزمنة. بمتوسط حسابي 3.7234 أي أن هناك التزام ولكن بشكل متوسط . كما ويوضح الجدول رقم (4.5) معدل الوسط الحسابي لهذا السؤال وهو 4.004 أي بدرجة أعلى من مرتفع وهذه النتيجة تدفع فريق البحث إلى رفض الفرض الذي اقترحه والذي ينص على أن هناك تدني في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه .

4.6 سؤال الدراسة السادس: ما أهم مظاهر مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المديرين الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المديرين الإداريين مرتبة حسب الأهمية جدول رقم (4.6).

جدول رقم (4.6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين من وجهة نظر المديرين الإداريين.

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
Q30	تحرص إدارة الشركة /المصنع على التطوير المستمر لقدرات المنظمة بالسوق.	4.6383	0.67326
Q33	تسعى إدارة الشركة/المصنع على زيادة حصتها في السوق.	4.6170	0.49137
Q31	تحرص إدارة الشركة /المصنع على زيادة قيمة المشروع أو المنظمة.	4.5745	0.68349
Q32	تحرص إدارة الشركة/المصنع على المحافظة على أصول الشركة وموجوداتها.	4.4468	0.61885
Q29	تسعى إدارة الشركة/المصنع إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح لتعظيم قيمة الأسهم.	4.3404	0.84124
المعدل		4.5234	0.661642

بالرجوع الى الجدول رقم (4.6) وقد جاء في مقدمته الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/ المصنع تحرص على التطوير المستمر لقدرات المنظمة بالسوق، بمتوسط حسابي 4.6383 أي بدرجة أكثر من المرتفع، ويفسر فريق البحث هذه النتيجة بان منظمات الأعمال تهتم بتطوير قدراتها بالسوق وذلك لتحقيق المزيد من الانجازات و الأرباح ألمتوقعه وزيادة حصتها السوقية. مقابل ذلك كانت اقل المظاهر شيوعا الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تسعى إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح لتعظيم قيمة الأسهم بمتوسط حسابي 4.3404 أي بدرجة أكثر من مرتفع، ويرى فريق البحث بان هذه

النتيجة تبين ان منظمات الأعمال تبذل أقصى جهد لتحقيق أعلى الأرباح. بالرجوع إلى الجدول رقم(4.6) نلاحظ بان معدل الوسط الحسابي لهذا السؤال هو 4.5234 أي بدرجة أعلى من مرتفع وهذا يدفع فريق البحث أي رفض الفرض الذي ينص على أن هناك تدني في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين.

4.7 سؤال الدراسة السابع : ما اهم مظاهر مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع

الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر المديرين الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر المديرين الإداريين مرتبة حسب الأهمية جدول رقم (4.7)

جدول رقم (4.7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر مدى التزام منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع من وجهة نظر

المديرين الإداريين .

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
Q35	تحرص إدارة الشركة/ المصنع على خلق فرص عمل للحد من البطالة.	4.6809	0.62923
Q36	تساهم إدارة الشركة/المصنع في حالة الطوارئ والكوارث الطبيعية .	4.3617	0.87042
Q37	تقوم إدارة الشركة/المصنع على دعم المؤسسات منها(مراكز البحث العلمي، الجامعات، المستشفيات، الجمعيات الخيرية.....).	4.1064	1.10796

1.16056	3.8511	تحرص إدارة الشركة/المصنع على دعم الأنشطة الاجتماعية منها (أندية ترفيهية، أماكن مريحة لكبار السن، ملاعب للأطفال....)..	Q38
1.18345	3.7660	تساهم إدارة الشركة/المصنع في دعم البنية التحتية للمجتمع من (تبليط الطرق، انشاء الجسور، متنزهات، حدائق عامة....).	Q34
0.990324	4.15322		المعدل

بالرجوع الى الجدول رقم (4.7) وقد جاء في مقدمته الفقرة التي تنص على أن إدارة الشركة/ المصنع تحرص على خلق فرص عمل للحد من البطالة. بمتوسط حسابي 4.6809 أي بدرجة أعلى من مرتفع، ويفسر فريق البحث هذه النتيجة بان منظمات الأعمال تحرص على تقليل البطالة وشدة التزامها اتجاه المجتمع وولاءها له، مقابل ذلك كانت اقل المظاهر شيوعا الفقرة والتي تنص على أن إدارة الشركة/المصنع تساهم في دعم البنية التحتية للمجتمع من (تبليط الطرق، انشاء الجسور، متنزهات، حدائق عامة...) بمتوسط حسابي 3.7660 أي بدرجة متوسطة .

بالرجوع إلى جدول رقم (4.7) نلاحظ بان معدل الوسط الحسابي لهذا السؤال هو 4.15322 أي بدرجة أكثر من مرتفع وهذه النتيجة تدفع فريق البحث إلى رفض الفرض الذي اقترحه والذي ينص على أن هناك تدني في مدى التزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع .

4.8 السؤال الثامن: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha = 0.05)$ في درجة أهمية مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي؟

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي one way Anova للفروق في درجة أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي.

جدول رقم (4.8.1)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي one way Anova للفروق في درجة أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي.

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	14	1.021	0.073	1.003	0.474
داخل المجموعات	32	2.328	0.073		
المجموع	46	3.348			

يتضح لنا من الجدول رقم (4.8.2) انه لا توجد فرق ذات دلالة احصائية عند المستوى $(\alpha = 0.05)$ في درجة متوسطات إجابات المبحوثين وفي درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي ولأن قيمة الفا اكبر من 0.05، قد يعزى ذلك إلى كون الأنشطة الاقتصادية أغلبها أنشطة يدوية بسيطة، وهذه النتيجة تؤكد الفرض الذي اقترحه

فريق البحث والذي ينص على انه لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيرات النشاط الاقتصادي.

جدول رقم (4.8.2)

الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي.

نوع الاقتصاد	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
منسوجات	3	3.4610	0.17198
إنتاج الجلد	1	4.0213	0
منتجات معدنية	6	3.5603	0.18823
أحذية	6	3.6489	0.31465
منتجات اغذية	5	3.7106	0.28530
منتجات ورق صحي	2	3.7447	0.03009
منتجات أشرطة وديسكات الكمبيوتر	1	3.4043	0
منتجات زجاجية	1	3.8511	0
مفروشات	3	3.7447	0.53531
مفروشات اللدائن	4	3.6596	0.10567
صناعة الصناديق	2	3.6064	0.16549
صناعة خرسانه جاهزه	3	3.7021	0.16888
منتجات احجار	8	3.5027	0.28770
زيوت وشحوم سيارات	1	3.8298	0
اخرى	1	3.0213	0

4.9 السؤال التاسع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($a = 0.05$) في درجة أهمية تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة؟

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي one way Anova للفروق، الجدول رقم (4.9.1) .

جدول رقم (4.9.1)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي one way Anova للفروق في درجة أهمية تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال

تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة .

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين
520	0.764	0.057	0.170	3	بين المجموعات
		0.074	3.180	43	داخل المجموعات
			3.349	46	المجموع

يتضح لنا من الجدول رقم (4.9.2) انه لا توجد فرق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($a = 0.05$) في درجة متوسطات إجابات المبحوثين في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة لان قيمة الفا اكبر من 0.05 ، وقد يعود ذلك لتشابه وضيق الشكل القانوني للمؤسسات في محافظة الخليل لأن أغلبها هو من النوع الفردي، وهذه النتيجة تؤكد الفرض الذي اقترحه فريق البحث والذي ينص على انه لا توجد فروق ذات دلالة

إحصائية عند مستوى $(a = 0.05)$ في درجة أهمية تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة. ولبيان هذه الفروق تظهر الأعداد والمتوسطات الحسابية حسب الجدول التالي:

جدول رقم (4.9.2)

الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير الشكل القانوني للمنشأة

الشكل القانوني	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
منشأة فردية	19	3.6058	0.30770
منشأة تضامن	21	3.6160	0.20612
منشأة مساهمه عامه	1	4.0213	0
منشاه خاصه	6	3.5922	0.35384

4.10 السؤال العاشر: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(a = 0.05)$ في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد الموظفين؟
 لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي one way Anova, جدول رقم (4.10.1).

جدول رقم (4.10.1)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي one way Anova للفروق في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير عدد الموظفين.

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	5	0.822	0.164	2.2665	0.036
داخل المجموعات	41	2.528	0.062		
المجموع	46	3.349			

يتضح لنا من الجدول رقم (4.10.2) انه توجد فرق ذات دلالة احصائية عند المستوى $(\alpha = 0.05)$ في درجة متوسطات إجابات المبحوثين في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال تعزى لمتغير عدد الموظفين في المنشأة، وذلك يعود إلى التناسب في عدد العاملين في المنشأة وحجم هذه المنشأة، ولبيان هذه الفروق تظهر الأعداد والمتوسطات الحسابية حسب

الجدول التالي:

جدول رقم (4.10.2)

الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال تعزى لمتغير عدد

عدد الموظفين	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
0-10	12	3.4557	0.25923
11-20	14	3.7568	0.18048
21-30	7	3.6170	0.13116
31-40	4	3.7926	0.34192
41-50	3	3.4255	0.36295
أكثر من 50	7	3.5988	0.32857

يتضح من الجدول رقم (4.10.2) أن الفروق ذات الدلالة الاحصائية كانت للمنشات التي عدد موظفيها من 31-40 موظف بمتوسط حسابي 3.7926 يليها التي عدد موظفيها 11-20 بمتوسط حسابي 3.7568 يليها عدد موظفين 21-30 بمتوسط حسابي 3.6170 , وهذه النتيجة تدفع فريق البحث إلى رفض الفرض الذي اقترحه والذي ينص على انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha = 0.05)$ في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد الموظفين.

يتضح من الجدول رقم (4.10.2) أن الفروق ذات الدلالة الاحصائية كانت للمنشآت التي عدد موظفيها من 31-40 موظف بمتوسط حسابي 3.7926 يليها التي عدد موظفيها 11-20 بمتوسط حسابي 3.7568 يليها عدد موظفين 21-30 بمتوسط حسابي 3.6170 , وهذه النتيجة تدفع فريق البحث إلى رفض الفرض الذي اقترحه والذي ينص على انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha = 0.05)$ في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد الموظفين.

النتائج والتوصيات

النتائج والتوصيات

لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha = 0.05$ في درجة متوسطات إعجاب المتخصصين في درجة أهمية تأثير مدى فهم المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha = 0.05$ في درجة متوسطات إعجاب المتخصصين في مدى فهم المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخاصة العاملة في قطاع تصداع في مدينة المنصورة. كما لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha = 0.05$ في درجة متوسطات إعجاب المتخصصين في مدى فهم المسؤولية الاجتماعية في القطاع الصناعي في مدينة المنصورة. وبالمسؤولية الاجتماعية عند الموظفين، المستهلكين، المبدأ، المالكين، المجتمع، الحكومة، والمجالس من وجهة نظر خبراء الأعمال الإقليميين.

النتائج :

أظهرت الدراسة النتائج التالية :

1. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى $a = 0.05$ في درجة متوسطات إجابات المفحوصين في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي او الشكل القانوني للمنشأة.
2. يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى $a = 0.05$ في درجة متوسطات إجابات المفحوصين في مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد الموظفين في المنشأة .
3. لا يوجد تدني في مدى الالتزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، المستهلكين، البيئة، المالكين، المجتمع، الحكومة، و المنافسين من وجهة نظر المدراء الإداريين .

النتائج :

أظهرت الدراسة النتائج التالية :

1. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى $\alpha = 0.05$ في درجة متوسطات إجابات المفحوصين في درجة أهمية تأثير مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير نوع النشاط الاقتصادي او الشكل القانوني للمنشأة.
2. يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى $\alpha = 0.05$ في درجة متوسطات إجابات المفحوصين في مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد الموظفين في المنشأة .
3. لا يوجد تدني في مدى الالتزام منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، المستهلكين، البيئة، المالكين، المجتمع، الحكومة، و المنافسين من وجهة نظر المدراء الإداريين .

التوصيات:

1. عقد دورات وورشات عمل للمديرين الإداريين حول فوائد المسؤولية الاجتماعية ودورها في زيادة ثقة المستهلكين بمؤسساتهم بحيث يشارك فيها مديرين اداريين من قطاعات اخرى وذلك لمشاركة المعرفة وللرقي بمستوى المؤسسات.
2. إيجاد قسم مختص بالمسؤولية الاجتماعية أكثر كفاءة والرقابة عليها في المؤسسات بما يتناسب مع حجم المؤسسة وخاصة الشركات التي تحتوي على عدد موظفين قليل .
3. على إدارة المنظمة أن تقوم بعقد دورات وتوزيع نشرات لتثقيف المجتمع بقضايا البيئة وكيفية المحافظة عليها .
4. يوصي فريق البحث الطلبة الخريجين والباحثين المهتمين بضرورة إجراء أبحاث مكملة لهذا البحث تختص بأي طرف من أطراف أصحاب المصلحة أو بقطاعات أخرى .

قائمة المصادر والمراجع

المصادر العربية :

الكتب:

- 1- القران الكريم .
- 2- السنة النبوية .
- 3- الخفاجي ، نعمة و منصور ، طاهر ، 2008. "قراءات في الفكر الإداري" ، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر ، الطبعة العربية .
- 4- شاهين ، ياسر ، "البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني" ، فلسطين
- 5- العامري، صالح و الغالبي ، طاهر ، 2005 . " المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال" ، عمان : دار وائل للنشر ، الطبعة الأولى .
- 6- نجم عبود، نجم ، 2006. " أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال" ، عمان: الوراق للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى .
- 7- يوسف نيا ب ، عواد ، 2010. " دليل المسؤولية الاجتماعية للجامعات " ، فلسطين: جامعة القدس المفتوحة .

الدراسات العربية :

- 1- تميمي ، وفاء ، 2010. "واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل" ، عمان : المجلة الأردنية في إدارة الأعمال ، المجلد 6 ، العدد 3.
- 2- الجعل، محمد و الحمدي، ابراهيم (2008) " مدى إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها"دراسة تحليلية لأراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية " ، اليمن.
- 3- الزعتري ، علاء الدين ، 2010 . " المسؤولية الاجتماعية للشركات " ، فلسطين : موسوعة الاقتصاد والتمويل الإسلامي .
- 4- شاهين، ياسر ، " البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني" ، فلسطين.
- 5- الطاني، حميد (2006) " إطار مفاهيمي لأخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخدمية " ، جامعة الزيتون الاردنية الأهلية، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، الأردن.
- 6- العامري،صالح و الغالبي ، طاهر ، " المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات : دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية"، الأردن.
- 7- العناتي، رضوان(2009) " محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية"، جامعة الزرقاء الخاصة، الأردن .
- 8- فهمي، محمد" القطاع الصناعي والمنتجات الاستخراجية" ، مصر.

قائمة المصادر والمراجع

9- المؤتمر السنوي للجمعية المصرية للجودة ، 2010 . " المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والمواصفات القياسية الدولية ايزو 26000 " ، المجموعة العربية للمسؤولية المجتمعية في منظمة

ايزو .

10- المعهد العربي للتخطيط ، المنظمة العربية المستقلة ، " المسؤولية الاجتماعية للشركات "

الكويت : المعهد العربي للتخطيط.

11- وهيبة ، مقدم ، " دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية

لتحقيق التنمية المستدامة " ، فلسطين .

المراجع الأجنبية :

الكتب الأجنبية:

1. Frederick, William . Davis , Keith. Post , James.1988. **Business and society** . MCGraw Hill.
2. FERREL , John.2005. **Business Ethics** . LINDA FERREL.
3. Hartman , LauraP. Desjardins , Joe . 2008 . **Business ethics (Decision making for personal integrity and social responsibility)** . MCGraw-Hill.

4. Paliwal , Manisha . 2006 .**Business Ethics** . new age international Ltd.
5. Stanwick , Peter , Sarah . 2009. **Understanding business ethics** . upper saddle river , new jersey.

الدراسات الأجنبية :

- 1- Chris , Maloney.2009. **The new strategic marketing battleground: Corporate Social Responsibility** .maloneyon marketing.com .
- 2- Krishnan , Sandeep .(2005) "**Corporate Social Responsibility as a determinant of market success: An exploratory analysis with special reference to MNCs in emerging markets**" . Indian Institute of Management , Ahmedabad , Vastrapur .
- 3- Fiske , leigh . Hills, Greg(2009) "**Corporate Social Responsibility as a determinant of market success: An exploratory analysis with special reference to MNCs in emerging markets**".
- 4- Scherer,Andreas (2007)" **GLOBALIZATION AND CORPORATE Social Responsibility**", University of Zurich , Switzerland.

الملاحق

ملحق رقم (1)

السيد/المدير الإداري المحترم

تحية وبعد ...

يقوم فريق البحث من كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات في جامعة بوليتكنك فلسطين بدراسة حول (مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخاصة العاملة في القطاع الصناعي في مدينة الخليل)، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصصي إدارة الأعمال ونظم المعلومات. لذا يرجى من حضرتكم التعاون والإجابة على أسئلة الاستبانة بدقة وموضوعية علماً بأن هذه المعلومات ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم.....

فريق البحث:

ديانا إمام هادي ربيعة

محمد ملحم

إشراف:

أ.سعدية سلطان

أولا المعلومات العامة:

أ. يرجى اختيار نوع النشاط الاقتصادي بوضع إشارة (✓) في المكان المحدد:

- | | | |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> المنسوجات | <input type="checkbox"/> إنتاج الجلد المدبوغ | <input type="checkbox"/> أحذية |
| <input type="checkbox"/> منتجات معدنية | <input type="checkbox"/> منتجات أغذية | <input type="checkbox"/> منتجات الورق |
| الصحي | | |
| <input type="checkbox"/> إنتاج أشربة وديسكات كمبيوتر | <input type="checkbox"/> منتجات زجاجية | <input type="checkbox"/> مفروشات |
| <input type="checkbox"/> مفروشات اللدائن (البلاستيك) | <input type="checkbox"/> صناعة الملابس | <input type="checkbox"/> صناعة الصناديق وعلب التعبئة |
| <input type="checkbox"/> خرسانة الجاهزة | <input type="checkbox"/> منتجات أحجار | <input type="checkbox"/> صناعة أثاث |
| <input type="checkbox"/> زيوت وشحوم السيارات | | |

ب. يرجى اختيار نوع المنشأة بوضع إشارة (✓) في المكان المحدد:

- | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> منشأة فردية | <input type="checkbox"/> منشأة تضامن | <input type="checkbox"/> منشأة مساهمة عامة | <input type="checkbox"/> منشأة خاصة |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------|

ت. عدد الموظفين:

ثانياً: عبر عن درجة موافقتك بكل من العبارات التالية وذلك بوضع إشارة (✓) في المكان المناسب:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	تقوم إدارة الشركة/المصنع على توفير بيئة عمل مناسبة(كالإضاءة المناسبة، والتهوية).					
2	تلتزم إدارة الشركة/المصنع على منح أجور ورواتب عادلة تتناسب مع حجم العمل المبذول.					
3	تحرص إدارة الشركة/المصنع على التدريب المستمر لمهارات جميع الموظفين.					
4	يوجد لدى إدارة الشركة/المصنع معدات كافية لمكافحة الحرائق ومخارج للطوارئ.					
5	تقوم إدارة الشركة/المصنع على منح مكافآت للأشخاص المبدعين والمميزين.					
6	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم إجازات مدفوعة بسبب (المرض، الدراسة، التدريب.....).					
7	تحرص إدارة الشركة/المصنع على توفير معدات وقاية وحماية الموظفين مثل (سماعات لتخفيف الصوت، كامات....).					
8	تحرص إدارة الشركة/المصنع على دراسة حاجات المستهلكين.					
9	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم منتجات بأسعار مناسبة.					
10	الحرص على تسهيل عملية وصول المنتجات إلى المستهلكين في كافة المناطق.					
11	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بفحص منتجاتها من حيث الصلاحية قبل القيام ببيعها.					
12	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم منتجات بجودة عالية.					
13	توجد إرشادات على غلاف المنتج منها (إرشادات صحية، كيفية الاستخدام، الوزن الصافي، تاريخ الإنتاج والإنتهاء.....).					
14	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تقديم إعلان صادق وأمين عن منتجاتها.					

الرقم	العبرة	موافق	موافق بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة
15	يوجد لدى الشركة/المصنع قسم خاص للمحافظة على البيئة.					
16	تقوم إدارة الشركة/المصنع بإجراءات الوقاية من التلوث.					
17	مواقع إنتاج الشركة/المصنع بعيدة عن المناطق السكنية.					
18	تقوم إدارة الشركة/المصنع بتنقيف الجمهور بقضايا المحافظة على البيئة.					
19	تحرص إدارة الشركة/المصنع على معرفة الحوادث البيئية المختلفة لتجنبها.					
20	تحرص إدارة الشركة/المصنع على منافسة عادلة.					
21	تقوم إدارة الشركة/المصنع بسحب الموظفين من المنافسين بطريقة غير شرعية.					
22	تحصل إدارة الشركة/المصنع على منافسة نزيهة.					
23	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بسعر السوق عند بيع منتجاتها.					
24	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تعزيز سمعة الدولة عن طريق (البحث العلمي، التعامل الخارجي.....).					
25	تعزز إدارة الشركة/المصنع جهود الحكومة في مكافحة الامراض المستعصية والمزمنة.					
26	تساهم إدارة الشركة/المصنع في التأهيل والتدريب المجتمعي .					
27	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بقوانين وتعليمات المتعلقة بالاسعار والجودة.					

الرقم	العبرة	موافق	موافق بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة
15	يوجد لدى الشركة/المصنع قسم خاص للمحافظة على البيئة.					
16	تقوم إدارة الشركة/المصنع بإجراءات الوقاية من التلوث.					
17	مواقع إنتاج الشركة/المصنع بعيدة عن المناطق السكنية.					
18	تقوم إدارة الشركة/المصنع بتنقيف الجمهور بقضايا المحافظة على البيئة.					
19	تحرص إدارة الشركة/المصنع على معرفة الحوادث البيئية المختلفة لتجنبها.					
20	تحرص إدارة الشركة/المصنع على منافسة عادلة.					
21	تقوم إدارة الشركة/المصنع بسحب الموظفين من المنافسين بطريقة غير شرعية.					
22	تحصل إدارة الشركة/المصنع على منافسة نزيهة.					
23	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بسعر السوق عند بيع منتجاتها.					
24	تحرص إدارة الشركة/المصنع على تعزيز سمعة الدولة عن طريق (البحث العلمي، التعامل الخارجي.....).					
25	تعزز إدارة الشركة/المصنع جهود الحكومة في مكافحة الامراض المستعصية والمزمنة.					
26	تساهم إدارة الشركة/المصنع في التأهيل والتدريب المجتمعي .					
27	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بقوانين وتعليمات المتعلقة بالاسعار والجودة.					

الرقم	العبارة	موافق	موافق بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة
28	تلتزم إدارة الشركة/المصنع بدفع الضرائب والرسوم للحكومة.					
29	تسعى إدارة الشركة/المصنع إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح لتعظيم قيمة الأسهم.					
30	تحرص إدارة الشركة /المصنع على التطوير المستمر لقدرات المنظمة بالسوق.					
31	تحرص إدارة الشركة /المصنع على زيادة قيمة المشروع أو المنظمة.					
32	تحرص إدارة الشركة/المصنع على المحافظة على أصول الشركة وموجوداتها.					
33	تسعى إدارة الشركة/المصنع على زيادة حصتها في السوق.					
34	تساهم إدارة الشركة/المصنع في دعم البنية التحتية للمجتمع من (تبليط الطرق، انشاء الجسور، متنزهات ، حدائق عامة....).					
35	تحرص إدارة الشركة/ المصنع على خلق فرص عمل للحد من البطالة.					
36	تساهم إدارة الشركة/المصنع في حالة الطوارئ والكوارث الطبيعية .					
37	تقوم إدارة الشركة/المصنع على دعم المؤسسات منها (مراكز البحث العلمي، الجامعات، المستشفيات، الجمعيات الخيرية.....).					
38	تحرص إدارة الشركة/المصنع على دعم الأنشطة الاجتماعية منها (أندية ترفيهية، أماكن مريحة لكبار السن، ملاعب للأطفال....).					

الملاحق

ملحق رقم (2)

جدول رقم (3.3)

عينة الدراسة

الرقم	اسم الشركة الخاصة
1	الاتحاد للتجارة و الصناعة
2	الشركة الدولية للصناعات البلاستيكية
3	الشركة الرباعية للتجارة والصناعة
4	الشركة العالمية لصناعة الفرشات
5	الشركة الفلسطينية للزيوت المعدنية - بتروبال
6	سوبر تكس للملابس
7	شاور للالبسة الجاهزة و المستوردة
8	شركة (ان. أي . اس) الصناعيه التجاريه
9	شركة الجنيدى للالبان والمواد الغذائية
10	شركة G.R.S جي ار س للاحذية
11	شركة ابو الحلاوة للصناعات والتجارة العامة
12	شركة اديكو للاستثمار م.خ.م
13	شركة استثمارات باما فورزا م.خ.م
14	شركة الامير العقارية الاستثمارية
15	شركة الاتوار لتصنيع الحجارة والرخام
16	شركة البتراء للمواد الغذائية
17	شركة البراء للحجاره و الرخام
18	شركة التقدم لصناعة القبانات والموازين
19	شركة الجبريني لمنتجات الالبان
20	شركة الجنوب للتعبئة و التغليف
21	شركة الحرباوي هوم سنتر للصناعة
22	شركة الخالد لصناعة و تجارة الاحذية
23	شركة الديك الذهبي للنسيج
24	شركة الرامز للتجارة والاشخاب

25	شركة الشرباتي الحديثه للرخام والحجارة
26	شركة الشروق لعلب الكرتون
27	شركة الشعراوي للمواد الغذائية
28	شركة الصافي للالبان
29	شركة العنان للمناشير والمحاجر والاستثمار
30	شركة الفضل للاستثمار
31	شركة القصراوي التجارية الصناعية
32	شركة الهاليه للكسارات والحجارة
33	شركة المصنوعات الورقيه م.خ.م
34	شركة النجار الدولية للصناعة و الاستثمار
35	شركة ايليت للصناعات البلاستيكية
36	شركة توسني للاحذية م.خ.م
37	شركة جيروسلم ماربل اندستونز للاستثمار
38	شركة جيلانكو انترناشونال ابريسف
39	شركة حرباوي الصناعية التجارية
40	شركة رويال الصناعية التجارية
41	شركة ريم سبورت لصناعة الاحذية
42	شركة زلوم للاعمار م.خ.م
43	شركة زمزم للصناعات البلاستيكية م.خ.م
44	شركة سلفر ستون للحجارة و الرخام
45	شركة عاشور التجارية الصناعية
46	شركة كريستال سيكوريت الحديثه للزجاج
47	شركة لايزر للصناعة والتجارة
48	شركة ليدي فاين الصناعية التجارية
49	شركة مصنع ربحي عبد اللطيف الكرد
50	شركة مناوس للتجارة العامة والاستثمار
51	شركة نابولي لصناعة الاحذية
52	شركة نيروخ للقبنات والموازين
53	شركة يافا للصناعات المعدنية

مدبغة الزعترى للجلود	54
مصنع نسيج السعاده	55

Abstract

This study aimed to identify the range of social responsibility adoption in business organizations that work in the industrial sector in Hebron City towards the stakeholders including (Employees, consumers, suppliers, environment, competitors, government, owners and community). Also, it aimed to analyze the relationship of statistical significance among the private business organizations commitment that attribute to the (economic movement, origin legal form and employees number).

The research team used the descriptive analytical process – to apply this study- that depends on the study of the phenomena and determine its characteristics and so to describe its nature and the relationships quality among variables in order to fit this style of the nature of study problem.

Two tools were used during this study; the questionnaire, as a major tool, which was used to identify the range of the commitment of private business organizations on the social responsibility towards the stakeholders. Books, articles and previous studies are used as a minor tool.

Questionnaires had been distributed to entire of the study's population that consists of 55 private companies in the industrial sector in Hebron City. As a result, 47 companies out of 55 were covered, analyzed and treated statistically.

The research team has found several conclusions, the most important one is that there are no significant differences between the private business organization's commitment to social responsibility, that attribute in economical movement change and origin legal form. In addition, the existence of the statistical significant relationship between the business organization's commitments to social responsibility that attribute in the range of stuff number.

Also, the research team noted that there is no decline in the extend of business organizations' commitment towards the stakeholders.

This study comes out with several recommendations. The most important one is to make workshops to increase and develop the efficiency of managing directors in presenting social responsibility to all stakeholders. In addition, a specialized and developed section in presenting the social responsibility should be associated. Also, the organization administration has to make sessions and distribute brochures to educate the community about the environmental issues and to clarify the organization role in adopting the social responsibility.

To conclude, the research team recommends the graduated students, that are interested in, for the importance of making complement researches for this research that are specialized in any interested sector or in the other sectors about this field.