

واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية

دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات
صناعة الأدوية البشرية الأردنية

إعداد

محمد عاطف محمد ياسين

إشراف

الأستاذ الدكتور محمد عبد العال النعيمي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

إدارة الأعمال

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كلية العلوم الإدارية والمالية

يونيو / 2008

تفويض

أنا الموقع أدناه (محمد عاطف محمد ياسين) أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات الجامعية أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: " محمد عاطف محمد ياسين

التوقيع:

التاريخ: 2008/6/11

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة

تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية".

وأجيزت بتاريخ 2008/6/10 م

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة

.....	مشرفاً ورئيساً	الأستاذ الدكتور محمد عبد العال النعيمي
.....	عضواً	الأستاذ الدكتور محمد عطيه مطر
.....	عضواً	الأستاذ الدكتور كامل محمد المغربي
.....	عضواً خارجياً	الدكتور طاهر محسن الفالبي

شكر وتقدير

الحمد لله حمد الشاكرين ، على جلال فضله وعظيم نعمه ، الحمد لله الذي كفاني مؤونة هذه الدراسة ، ويسر لي من الوقت والجهد والصحة والعزيمة ما أعانني على إتمامها إنه على كل شيء قدير ، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آل بيته الأخيار الأطهار وبعد...

فالفضل لا يحويه الشكر وإن كان يثلج الصدور ، وإن كنت شاكراً فكيف لي أن أبدأ بغير أستاذي الفاضل ، الأستاذ الدكتور محمد عبدالعال النعيمي ، الذي كان عوناً لي ، ولم يألوا جهداً في الإرشاد والنصح والعمل الدؤوب للمساعدة في إخراج هذه الرسالة على أكمل وجه ، فشكراً له على جهده الحثيث ودأبه المسؤول. وأتقدم بالشكر للأستاذ الدكتور محمد مطر عميد كلية العلوم الإدارية والمالية والأستاذ الدكتور كامل المغربي رئيس قسم إدارة الأعمال لرعايتهما العلمية لطلبة الدراسات العليا. كما أوجه شكري وتقديري إلى السادة رئيس وأعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة وتجشمهم عناء قراءتها. وأتقدم بالشكر والإعزاز لأساتذتي في قسم إدارة الأعمال في جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، والعاملين فيه وطلابه ، ولا يفوتني إلا أن أقدم شكري للدكتور صالح العامري لما أبداه من مساعدة وخدمات جليلة ، فله مني جزيل الشكر. كما أشكر زملائي دون إستثناء ، وأختتم شكري وتقديري بان أزين هذه الرسالة بالكلمة الأولى والوجه الأول أُمى وأشكر إخوتي وأخواتي ، وإلى الذي يدوم فضله ويكبر معي يوماً بعد يوم والذي العزيز. والشكر موصول مع التقدير والعرفان للأستاذ وائل إدريس لما أبداه من مساعدات جليلة في إتمام هذه الرسالة ، فله مني جزيل الشكر. وأخيراً ، وليس آخراً .. أشكر كل من ساهم معي مادياً أو معنوياً ، وأعتذر لمن فاتني ذكره ولم أتمكن في هذا المقام من شكره ، سائلاً الله تعالى أن لا يضيع لهم أجراً..

لقد كانت كتابة هذه الرسالة محنة ممتعة وكان لأشخاص كثيرين فضلاً علي فإلى أولئك المساهمين المجهولين أعرب عن عميق إمتناني.

وصلى الله على نبيينا محمد ، وآله وصحبه وسلم ، ، ،

محمد عاطف محمد ياسين

الإهداء

إلى

مه تآقت نفسي لزوم صبحيتها .. أقبل قدميها .. وأمسح دموع عينيها .. وأفرح لبسمة
شفتيها .. وأكون عبداً صاغراً بيه يديها .. أمي الحبيبة .. رحمها الله.

مه رحمتي طفلاً صغيراً .. وشجعني .. ناشداً كبيراً .. تعجز ذاكرتي أن تجد له إلا الجميل ..
والدي الكريم الحليم .. رحمه الله وجزاه عني وأبنائي وإخواني الخير الوافر الجزيل.

أبنائي .. أأنا .. سلمان .. رعدان .. رياحيه الحياة .. ومذاق الحب والرحمة .. أصلحهم بي
.. وكتب لهم التوفيق والسعادة .. في الحياة الدنيا والآخرة .. اللهم آمين.

إخواني .. أشقاء وأصدقاء .. مه شاركوني طعم الحياة .. وبادلوني الإخلاص والوفاء ..
فكأنوا لي نعم الرفقاء .. أستضيء بأنائهم .. وأنشجع بأقوالهم .. وهم بحمد الله كثر .. بي أعلم
بهم .. جزاهم الله خير الجزاء ..

أهدي هذا العمل المتواضع ..

محمد عاطف محمد ياسين

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
التفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الأهداء	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ط
قائمة الأشكال	ك
قائمة الملاحق	ل
الملخص باللغة العربية	م
الملخص باللغة الإنجليزية	س
تمهيد	ف
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	1
1-1 المقدمة	2
2-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها	5
3-1 فرضيات الدراسة	6
4-1 أهمية الدراسة	9
5-1 أهداف الدراسة	10
6-1 حدود ومحددات الدراسة	10
7-1 أنموذج الدراسة	11
8-1 التعريفات الإجرائية	12

13	الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة
14	1-2 المقدمة
17	2-2 نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية
25	3-2 ماهية المسؤولية الاجتماعية
33	4-2 خيارات المسؤولية الاجتماعية
42	5-2 الدراسات السابقة العربية والأجنبية
42	1-5-2 الدراسات العربية
48	2-5-2 الدراسات الأجنبية
53	6-2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
54	الفصل الثالث : منهجية الدراسة
55	3 - 1 المقدمة
56	3 - 2 تصميم الدراسة الميدانية
56	3 - 3 أساليب القياس والاختبار
63	3 - 4 مجتمع الدراسة وعينتها
64	3 - 5 أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات
66	3 - 6 اختبار التحقق من ملائمة البيانات للتحليل الإحصائي
67	الفصل الرابع : مناقشة نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات
68	4 - 1 المقدمة
69	4 - 2 وصف خصائص عينة الدراسة
71	4 - 3 الإجابة عن أسئلة الدراسة
89	4 - 4 اختبار فرضيات الدراسة
114	الفصل الخامس : الإستنتاجات والتوصيات
115	5 - 1 المقدمة
116	5 - 2 الإستنتاجات

119

5 – 3 التوصيات

120

قائمة المراجع

121

المراجع العربية

124

المراجع الأجنبية

128

الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	المسؤولية الاجتماعية والنموذج الاقتصادي والاجتماعي	18
2	المقاييس التي إعتمدتها الباحثة في بناء ميزان تبني المسؤولية الاجتماعية	59
3	معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (كرونباخ ألفا)	62
4	أسماء شركات صناعة الأدوية البشرية في المملكة الأردنية الهاشمية	63
5	التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	66
6	وصف المتغيرات المنظمية للشركات عينة الدراسة	69
7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المالكين	71
8	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه العاملين	73
9	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المجتمع المحلي	75
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه البيئة المحيطة	77
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المستهلكين	79
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه الحكومة	81
13	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المنافسين	83
14	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه جماعات الضغط	85
15	واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في شركات صناعة الأدوية البشرية في المملكة الأردنية الهاشمية	87
16	أنماط التبني للمسؤولية الاجتماعية	88
17	تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاقتصادي	90
18	تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاجتماعي	92
19	تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية البيئي	94
20	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير رأس مال الشركة	97
21	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب رأس مال الشركة	98

100	نتائج اختبار Scheffee للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لأنماط المسؤولية حسب رأس مال الشركة	22
102	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير عمر الشركة	23
103	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب عمر الشركة	24
105	نتائج اختبار Scheffee للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لأنماط المسؤولية حسب عمر الشركة	25
107	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير عدد العاملين في الشركة	26
108	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب عدد العاملين في الشركة	27
111	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير شكل الملكية	28
112	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب شكل الملكية	29
118	أثر المتغيرات على أنماط المسؤولية الاجتماعية	30

قائمة الأشكال

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	أنموذج الدراسة	11
2	محور التطور الاستراتيجي	20
3	أبعاد المسؤولية الاجتماعية	29
4	إهتمامات فئات أصحاب المصلحة في ضوء المحاور الثلاث	30
5	هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية	32

قائمة الملاحق

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	قائمة بأسماء المحكمين	129
2	أداة الدراسة	130

واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية

دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية
الأردنية

إعداد

محمد عاطف محمد ياسين

إشراف

الأستاذ الدكتور محمد عبد العال النعيمي

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع تبني منظمات الأعمال الدوائية الصناعية للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

1. التحقق من وجود علاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط التبني المتبع في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية.

2. التحقق من وجود تأثير للمتغيرات المنظمة على نمط التبني المتبع في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية.

تكونت عينة الدراسة من (214) مفردة يعملون في شركات تصنيع الأدوية، وتم استخدام

مجموعة من الأساليب الإحصائية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أبرزها:

- ✎ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاقتصادي والاجتماعي والبيئي عند مستوى معنوية (0.05).
- ✎ وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الاجتماعي والبيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).
- ✎ عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الاقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).
- ✎ عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط الاقتصادي والاجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).
- ✎ وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).
- ✎ عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).
- ✎ عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط الاقتصادي والاجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).
- ✎ وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

ABSTRACT

The Status of Adopting Social Responsibility in the Industrial Organizations

Applied Study on the Opinions of a Sample of Functional Managers in Jordanian Human Drugs Companies

Prepared by:

MOHAMMED ATEF MOHAMMED YASSIN

Supervised by:

PROF. MOHAMMAD AL - NULAMI

The purpose of this study is to reveal the Status of Adopting Social Responsibility in the Industrial Organizations. 12 independent variables were defined for the analysis Adopting Social Responsibility and organizations Status.

The study sample consisted of (214) cases, as the researcher used a 46-item questionnaire of the fixed response type, the study used some of statistical tools. The study founded some of Conclusions, most importantly are as follows:

- ▶ There is significant statistical relationship between adopting social responsibility and economic, social, environmental style.
- ▶ There is significant statistical impact of capital on social, environmental style.
- ▶ There is no significant statistical impact of capital on economic style.

- ▶ **There is significant statistical impact of company age on economic, social style.**
- ▶ **There is no significant statistical impact of company age on economic, social style.**
- ▶ **There is significant statistical impact of company age on environmental style.**
- ▶ **There is no significant statistical impact of number of working employees on economic, social, and environmental style.**
- ▶ **There is no significant statistical impact of ownership type on economic, social style.**
- ▶ **There is significant statistical impact of ownership type on environmental style.**

تهيد :

إن مناقشة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وطبيعة البيئة التي تعمل فيها هذه المنظمات من المواضيع المهمة التي أثارت ولا تزال تثير جدلاً كبيراً في الأوساط العلمية والأكاديمية، وكذلك بالنسبة للمديرين في الأعمال المختلفة.

لقد تشعبت الكتابات في إطار المسؤولية الاجتماعية وطُرحت وجهات نظر متعددة مثلت تيارات فكرية لتعامل منظمات الأعمال مع مجتمعاتها من جهة ومن جهة أخرى عكست هذه العلاقة طبيعة التطور الاقتصادي والاجتماعي كمفهوم ذي علاقة مع العديد من المفاهيم الإدارية كالأداء والشفافية والفساد الإداري والإبداع بشكله العام والتكنولوجي بشكله الخاص. ومن جانب آخر طوّرت معايير وقياسات مختلف وعُرِضت مداخل متعددة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في بيئات متعددة.

وإذا كانت المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال بشقيها السلعي والخدمي قد نشأت تاريخياً تحت تأثير الضغوط التي مارستها جماعات متنوعة مثل العاملين والمستهلكين وجماعات حماية البيئة والمنظمات غير الحكومية أو المجتمعات المدنية، فإنها تطورت خلال العقود الأخيرة تحت تأثير المنافسة والتغيير في توقعات أصحاب المصالح، وباتت أكثر فأكثر ممارسة طوعية من منظمات الأعمال التي ظهرت توجهات لتصبح جزءاً من نظام المواطنة الصالحة وشريكاً في التنمية المستدامة.

وفي هذا السياق، يتعين على المؤسسات أن تضع المسؤولية الاجتماعية في صلب استراتيجياتها بعيداً عن العلاقات التسويقية والعامة وإدارة الأزمات، إذ إن هذه المسؤولية هي في

المقام الأول رسالة صدق وخدمة إنسانية تهدف إلى تحسين حياة المجتمع من خلال تناول مشكلات معينة في بيئة معينة وإيجاد حلول عملية لها. وعلى سبيل المثال، يمكن للمؤسسات العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية أن تركز استراتيجياتها الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية نحو المساهمة في حل المشكلات اليومية لأفراد المجتمع الأردني من خلال برامج التوعية المرورية والاستهلاكية والوقائية والبيئية والاجتماعية. إن مبدأ المسؤولية الاجتماعية يتعدى مفهوم الأعمال العلاجية ليشمل توفير آليات فاعلة من شأنها التصدي للتحديات القائمة ومحاولة إيجاد حلول للمشكلات التي تقف عائقاً في وجه النمو الاقتصادي ورفاه المجتمع على المدى الطويل.

ولتوفير مظلة اجتماعية تنطوي تحتها جميع المبادرات الطوعية – والارتجالية في أحيان كثيرة – التي تقوم بها مؤسسات القطاع الخاص في مجال المسؤولية الاجتماعية، فإنه لا بد أولاً من توحيد المعايير التي تحكم مثل هذه المبادرات وإسناد مهمة تطبيقها إلى موظفين مختصين في المؤسسة وليس إلى قسم التسويق. ويمكن لهذه المظلة، أو ما يمكن تسميته "الهيئة الوطنية للمسؤولية الاجتماعية"، أن تضع استراتيجيات شاملة بناء على دراسات وأبحاث تتناول كل شريحة اجتماعية وقطاع اقتصادي على حدة .

واستناداً إلى ما تقدم، تألف هيكل الدراسة من خمسة فصول:

عُقد الأول، لإطار الدراسة العام، متضمناً مقدمة الدراسة، ومشكلتها، وأسئلة الدراسة وفرضياتها، وأهمية الدراسة وأهدافها، ومحددات الدراسة وأنموذجها، والتعريفات الإجرائية للدراسة.

وأفرد الثاني، للإطار النظري للدراسة والدراسات العربية والاجنبية السابقة، إذ إحتوى على مقدمة، ونشأة وتطور المسؤولية الإجتماعية، ومفهومها وأهميتها، وخيارات المسؤولية الإجتماعية. ومن ثم الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية والتي تناولت المسؤولية الإجتماعية مفهوماً وتطبيقاً. وأخيراً، ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

وخصّص الفصل الثالث، لمنهجية الدراسة المتضمنة مقدمة، وتصميم الدراسة، ومصادر الحصول على المعلومات لتحقيق أهداف الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها، ومراحل تطوير أداة القياس، والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، وإختبار التحقق من ملائمة البيانات للتحليل الإحصائي لها.

وتطرق الفصل الرابع، إلى مناقشة نتائج التحليل الإحصائي وإختبار فرضيات الدراسة، متضمناً مناقشة أسئلة الدراسة ونتائجها بالإضافة إلى نتائج فرضيات الدراسة.

وختم الفصل الخامس الدراسة، بمحصلة ختامية لأهم الإستنتاجات النظرية والعملية، وإستكمالاً لمستلزمات الدراسة وفي ضوء ما تقدم من مفاهيم، وتأسيساً على ما تم عرضه من نتائج وإستنتاجات عُرضت مجموعة من التوصيات.

المفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- 1-1 المقدمة
- 2-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها
- 3-1 فرضيات الدراسة
- 4-1 أهمية الدراسة
- 5-1 أهداف الدراسة
- 6-1 محددات الدراسة
- 7-1 نموذج الدراسة
- 8-1 التعريفات الإجرائية

1-1 المقدمة

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية من أكثر المفاهيم المستخدمة في الآونة الأخيرة في عالم الاقتصاد والأعمال على الصعيدين العربي والدولي، حيث يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية الى أشياء مختلفة، لأشخاص عديدين سواء من رجال الأعمال والإدارة والمال أو مؤسسات المجتمع المدني، أو الجامعات أو الجمهور، الأمر الذي يخضع هذا المفهوم لتفسيرات متباينة وأحيانا متعارضة. فالبعض يرى إن المسؤولية الاجتماعية لا تعدو أن تكون بمثابة تذكير المنظمات بمسؤولياتها وواجباتها تجاه مجتمعتها. والبعض الآخر يرى إن مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز مجرد مبادرات اختيارية/طوعية، دون إلزام تقوم به المنظمات صاحبة الشأن بإدارتها المنفردة تجاه المجتمع. والبعض الآخر يرى إنها صورة من صور الملائمة الاجتماعية الواجبة على المنظمات. ولكن في جميع الأحوال فإن جوهر هذه المسؤولية وحدودها لا يتجاوز في وقتنا الراهن إطار المبادرات الايجابية الطوعية/الاختيارية التي تقوم به المنظمات سواء من تلقاء نفسها، أو بالتعاون والتشاور والتنسيق مع غيرها من المنظمات وبحسن النية لكل متطلبات ومقتضيات الالتزامات القانونية المفروضة في حقول متسعة من المجالات الاقتصادية والاجتماعية، بما في ذلك مراعاة كافة الحقوق الأساسية للإنسان (دحلان، 2004).

وقد فرض مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات نفسه في محيط العلاقات الاقتصادية الوطنية أو الدولية. فمن ناحية، فقد أثارت ردود أفعال المناهضين للعولمة، منذ منتصف التسعينات، الصدى العميق لدى الشركات المتعددة الجنسيات العملاقة حول دورها ومسؤولياتها الجديدة في مواجهة تنامي ظاهرة الفقر والإفقار في العالم، نتيجة التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة الدولية.

إن المشاكل الاجتماعية المتفاقمة لم تأت متزامنة مع التطور العلمي والتكنولوجي ، بل جاءت كنتيجة طبيعية لها ، وقد أصبح من الضروري البحث عن الحلول العلمية لهذه المشاكل من جهة والإعتراف بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال من جهة ثانية . وهذا الأمر يتطلب تطوير النظرة نحو منظمات الأعمال وعدم حصر نشاطها بالجانب الاقتصادي فقط ، بل التفكير بما يمكن أن تؤديه تجاه المشاكل الاجتماعية المتفاقمة.

ويوماً بعد يوم ، وباعتبار أن لهذه المنظمات التزامات بجانب حقوقها تجاه المجتمع الذي يوفر لها متطلبات البيئة الاقتصادية الصحيحة ، أدى إلى ظهور ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية . ويهدف هذا المفهوم باعتبار أن المنظمة من المفترض ان لا تكتفى باستغلال الموارد المتاحة لها بما يخدم أهدافها الاقتصادية بل أن مسؤوليتها تمتد إلى مواجهة المتطلبات الاجتماعية أيضاً . فإكتساب ثقة الجمهور ورضا العملاء يساعد في خدمة أهداف المنظمة الاقتصادية ، وعلى هذا الأساس فلا بد للمنظمة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع عن طريق تحسين الظروف البيئية والحد من الآثار السلبية التي يسببها نشاطها للبيئة المحيطة عن طريق تقليص التلوث وتحقيق التنمية الاقتصادية ، كما أن رعاية شؤون العاملين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية لهم والاستقرار النفسي سيجعل منهم أكثر إنتاجية من خلال تنمية قدراتهم الفنية والإنتاجية وتوفير الأمن الصناعي والرعاية الصحية والاجتماعية لهم مما ينعكس بدوره على خدمة نشاط المنظمة.

وتأسيساً على ما تقدم، أصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءاً من استراتيجية المنظمات المعاصرة للتفاعل مع البيئة بكل متغيراتها، فضلاً عن أهدافها الاستراتيجية الإقتصادية التقليدية، ومن هنا برزت إهتمامات وإتجاهات فكرية متباينة حيال المسؤولية الاجتماعية التي قامت بها هذه المنظمات.

2-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها

تعد المسؤولية الاجتماعية من القضايا الأساسية التي من المفترض أن تعطى لها أهمية كبيرة من قبل المنظمات على اختلاف أشكالها وطبيعة ملكيتها . فقد كان الاعتقاد سائداً بأن المنظمات الحكومية أو منظمات القطاع العام هي فقط التي تتحمل جانب المسؤولية الاجتماعية، ومع تغيير دور الدولة وكثرة منظمات القطاع الخاص وزيادة عدد العاملين فيها وارتفاع الأرباح التي تحققها، كل هذا فرض دوراً اجتماعياً جديداً لهذا القطاع للتعويض عن تضائل دور القطاع العام (الغالبى والعامري، 2001).

من هنا تكمن المشكلة أساساً في إمكان إدارة شركات صناعة الأدوية البشرية أخذ مفهوم المسؤولية الاجتماعية منهجاً وتطبيقاً في تعاملها على مستوى الأمد القصير أو البعيد، سواءً أكان ذلك من داخل الشركة أو خارجها مع الأطراف المتفاعلة معها، وبما أن المنظمات الأردنية هي جزء من النظام العالمي الذي يفرض عليها تحمل العديد من المسؤوليات والالتزامات الاجتماعية تجاه أدائها الإقتصادي والاجتماعي والبيئي التي هي جزء منها.

وتأسيساً على ما تقدم فإنه يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية في التساؤلات التالية:

أولاً: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه كل من (المالكون، والعاملون، والمجتمع المحلي، والبيئة، والمستهلكون، والحكومة، والمنافسون، وجماعات الضغط) ؟.

ثانياً: هل هناك علاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط تبني هذه المسؤولية (الإقتصادي، والاجتماعي، والبيئي).

ثالثاً: هل هناك تأثير للمتغيرات المنظمة (رأس مال الشركة، وعمر الشركة، وعدد العاملين في الشركة، وشكل الملكية) على نمط تبني المسؤولية الاجتماعية (الإقتصادي، والاجتماعي، البيئي).

3-1 فرضيات الدراسة

إعتماداً على مشكلة الدراسة وأنودجها تمت صياغة الفرضيات التالية؛ التي جرى اختبارها، واستخلاص النتائج والتوصيات :

أولاً: فرضية الارتباط Correlation Hypothesis

H01: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط التبني لهذه

المسؤولية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع عنها الفرضيات التالية :

H01-1: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمطها الإقتصادي عند

مستوى معنوية (0.05).

H01-2: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمطها الاجتماعي عند

مستوى معنوية (0.05).

H01-3: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمطها البيئي عند

مستوى معنوية (0.05).

ثانياً: فرضية التأثير Impact Hypotheses

H01: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المنظمية على نمط تبني المسؤولية الاجتماعية عند

مستوى معنوية (0.05). ويتفرع عنها الفرضيات التالية :

الفرضية الرئيسة الأولى

H01-1: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على نمط تبني المسؤولية الاجتماعية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها:

H01-1-1: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على نمط المسؤولية الإقتصادي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-1-2: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على نمط المسؤولية الاجتماعي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-1-3: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على نمط المسؤولية البيئي عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الرئيسة الثانية

H01-2: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على نمط تبني المسؤولية الاجتماعية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها:

H01-2-1: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على نمط المسؤولية الإقتصادي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-2-2: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على نمط المسؤولية الاجتماعي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-2-3: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على نمط المسؤولية البيئي عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الرئيسة الثالثة

H01-3: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على نمط تبني المسؤولية الاجتماعية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها:

H01-3-1: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على نمط المسؤولية الإقتصادي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-3-2: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على نمط المسؤولية الاجتماعي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-3-3: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على نمط المسؤولية البيئي عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الرئيسة الرابعة

H01-4: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على نمط تبني المسؤولية الاجتماعية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها:

H01-4-1: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على نمط المسؤولية الإقتصادي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-4-2: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على نمط المسؤولية الاجتماعي عند مستوى معنوية (0.05).

H01-4-3: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على نمط المسؤولية البيئي عند مستوى معنوية (0.05).

4-1 أهمية الدراسة

ترجع أهمية الدراسة إلى أهمية المسؤولية الاجتماعية ومدى تأدية المنظمات الإنتاجية في إستجابتها لمعطيات البيئة الخارجية ؛ فالمسؤولية الاجتماعية تمثل النشاطات التي تمارسها المنظمات في تقديم أفضل السلع والخدمات، لذا فإن دراسة واقع تبني منظمات الأعمال الدوائية الصناعية للمسؤولية الاجتماعية له إنعكاس واضح على صياغة أهداف المنظمات وسياساتها. وعليه فإن أهمية هذه الدراسة تتجلى فيما يشير إليه مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى المديرين العاملين في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، وقياس واقع تبني هؤلاء للمسؤولية الاجتماعية. بالإضافة إلى كون هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تناولت المسؤولية الاجتماعية بشكل عام وواقع تبني المسؤولية الاجتماعية وأنماط التبني في شركات صناعة الأدوية البشرية بشكل خاص.

ومن المؤمل أن تخرج هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات من شأنها أن تسهم في توجيه برامج التدريب نحو توعية المديرين بمفهوم المسؤولية الاجتماعية في كافة أنواع المنظمات.

5-1 أهداف الدراسة

إن الهدف الأساسي لهذه الدراسة يتمثل في محاولة الكشف عن واقع تبني منظمات الأعمال الدوائية الصناعية للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

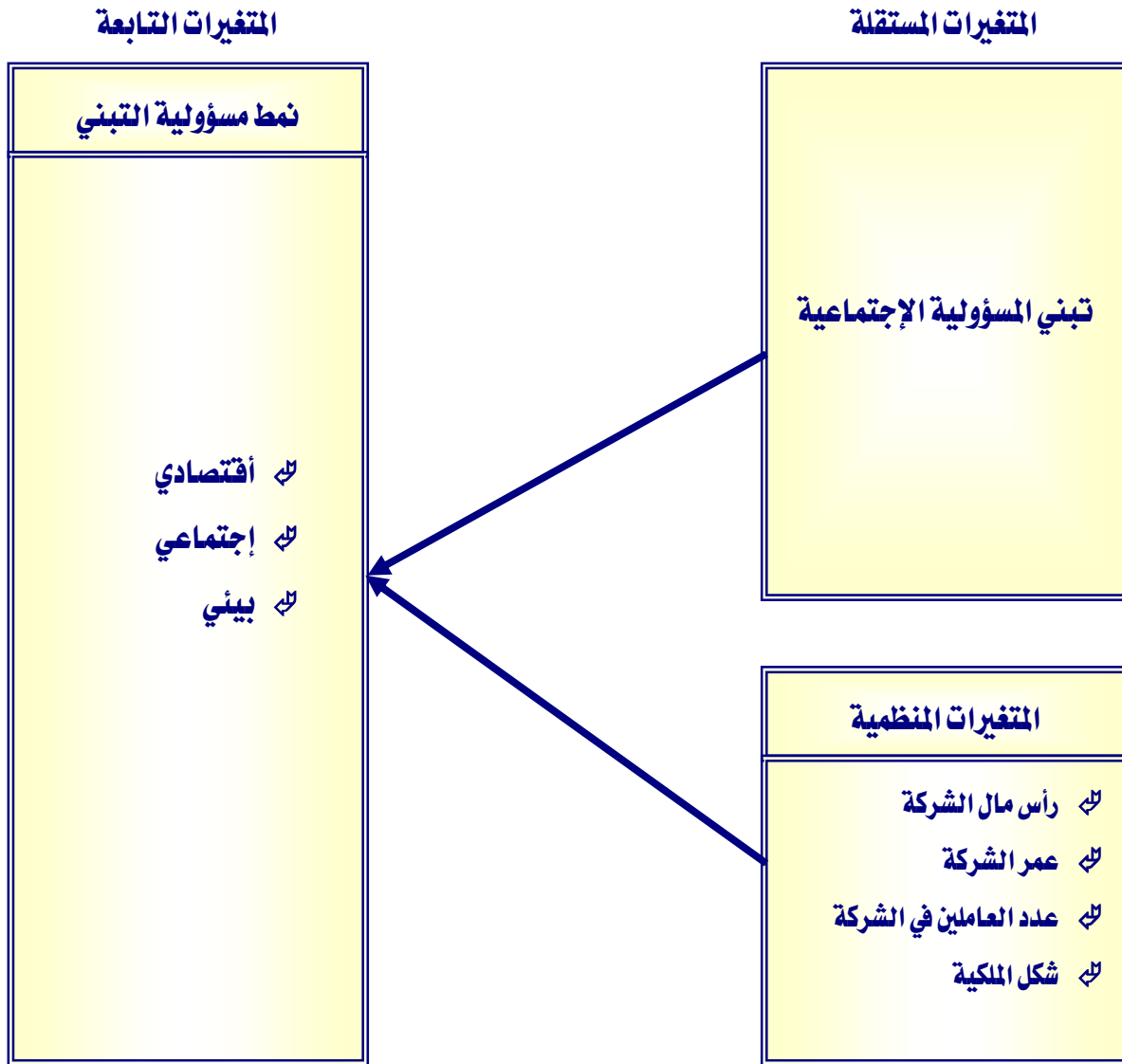
3. التحقق من وجود علاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط التبني المتبع في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية.

4. التحقق من وجود تأثير للمتغيرات المنظمة على نمط التبني المتبع في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية.

6-1 حدود ومحددات الدراسة

تتمثل محددات الدراسة بالعينة المستخدمة والمتغيرات التي تتضمنها الدراسة، والمقاسة بالطرق الإحصائية الواردة في أسلوب الدراسة. بالإضافة إلى الفترة الزمنية التي ستطبق بها الدراسة، وما واجهه الباحث من صعوبة في التعامل مع بعض شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية.

7-1 أنموذج الدراسة



شكل (1)

أنموذج الدراسة

8-1 التعريفات الإجرائية

المسؤولية الاجتماعية: مجموعة الواجبات أو التصرفات التي تقوم بها المنظمة من خلال قراراتها بزيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه إضافة لمصالحها الخاصة.

تبني المسؤولية الاجتماعية: إلتزام المنظمات تجاه فئات المتعاملين والمتضمنة بالمالكون، والعاملون، والمستهلكون، والمنافسون، وجماعات الضغط والحكومة، والمجتمع المحلي، والبيئة.

نمط التبني: إتجاه المنظمات نحو تبني أداء إقتصادي، و/ أو أداء إجتماعي، و/ أو أداء بيئي.

منظمات الأعمال: منظمات فردية أو جماعية خاصة تمارس نشاطاً إقتصادياً مفيداً للمجتمع بهدف تحقيق الربح.

مديرو الوظائف الرئيسية: الأشخاص المسؤولون عن أنشطة ضمن مجال محدد مثل التسويق أو الإنتاج أو العمليات.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1-2 المقدمة

2-2 نشأة ونظور المسؤولية الاجتماعية

3-2 ماهية المسؤولية الاجتماعية

4-2 خيارات المسؤولية الاجتماعية

2-5 الدراسات السابقة العربية والأجنبية

1-5-2 الدراسات العربية

2-5-2 الدراسات الأجنبية

2-6 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

1-1 المقدمة

لقد كان هناك إعتقاد سائد بأن منظمات الأعمال Business لا تعمل بشكل أفضل وبكفاءة أعلى إلا إذا ركزت الإدارة فيها على تعظيم الربح وأعطيت الحرية في أداء وظائفها من أجل ذلك. وأن تحقيق منظمة الأعمال لأهدافها الربحية الخاصة فإنها بذلك وتلقائياً تحقق مصلحة المجتمع ككل. وساد الإعتقاد بأن ما هو جيد لمنظمة الأعمال هو جيد للمجتمع ، وهذا هو أساس مفهوم مواطنة المنظمة. لهذا كان رجال الأعمال يرون أن ما يمكن أن ينتج عن ذلك في كل الأحوال هو الأفضل بالمقارنة مع الحالات الأخرى التي تقيد وتحد من حرية الأعمال وإستقلالها. وهو أفضل من توجيه الأعمال نحو الأهداف والعمل وفق معايير لا تنسجم مع مسؤوليتها الأولى في تعظيم الأرباح. والواقع أن هذه المفاهيم كانت تمثل إنجاء حرية الأعمال وأولوية الأهداف الإقتصادية التي تعمل من أجلها منظمات الأعمال في مرحلة يمكن تسميتها بمرحلة تعظيم الأرباح.

وفي مقابل ذلك كان هناك من يرى في ضوء ظروف العمال الصعبة في مناجم ومصانع الثورة الصناعية ومواقف منظمات الأعمال في ظل الأزمات الاقتصادية أن منظمات الأعمال يجب أن تعمل من أجل رفاهية المجتمع وتطوره. وأن موارد المجتمع التي توضع تحت تصرف المنظمات من المفترض ألا تستخدم بأية طريقة تتعارض مع مصلحة المجتمع. ومتى ظهر أن هذه المنظمات تعمل ضد مصلحة المجتمع ، يكون من الضروري عندئذ فرض مصلحة المجتمع عليها بقوة القانون. وهذا ما يعرف باتجاه المسؤولية الإجتماعية والقانون الحديدي للمسؤولية Iron Law of Responsibility (تدخل الدولة في كل

مجال لا يتم الأداء فيه وفق معايير مقبولة إقتصادية وغير إقتصادية) وتكامل الأهداف الإقتصادية والإجتماعية، وبمرحلة الإستجابة الإجتماعية.

لقد نمت وتطورت المسؤولية الإجتماعية كنتيجة طبيعية لإخفاق منظمات الأعمال في الإستجابة لإحتياجات بيئتها الإجتماعية ولمصالح الأطراف الأخرى فيها. فهي نتاج المشكلات الكثيرة والأزمات العديدة التي إرتبطت بحرية الأعمال ونظرتها الضيقة لمصلحتها الذاتية على حساب المجتمع الذي تعمل فيه. لهذا لم يكن ممكناً الإستمرار فى حرية منظمات الأعمال، خاصة بعد أن بدأت منظمات الأعمال تواجه ظروفاً جديدة ووعياً إجتماعياً وبيئياً ومفاهيم جديدة تقوم على المسؤولية الإجتماعية من أجل مراعاة مصالح الأطراف الأخرى ومصلحة المجتمع ككل.

وعليه، تبقى مشكلة تبني المسؤولية الإجتماعية في ظروف المنافسة تطرح العديد من الأسئلة منها، هل تقوم المنظمة بأنشطة المسؤولية الإجتماعية بشكل اختياري؟ والواقع أن المنظمات المسؤولة إجتماعياً من المحتمل أن تفقد جانباً من ميزتها التنافسية لأن مثل هذه الأنشطة تعني تكلفة أعلى لمنتجاتها وخدماتها، وبالتالي سعراً أعلى نسبياً بالمقارنة مع المنافسين. ولعل هذا ما يجعل المنظمات المسؤولة إجتماعياً تتحمل تكلفة إضافية، بينما المنظمات المنافسة الأخرى التي لا تأخذ بالمسؤولية الإجتماعية تزيد من أرباحها. وهذا بالتأكيد غير ممكن أو على الأقل غير عادل (Wetson, 1996:13-14).

إن للمسؤولية الإجتماعية علاقة قوية بمجموعة من المفاهيم كالعمل الأخلاقي والمهني والمواطنة وإحترام الفرد والبيئة المحيطة، حيث أن الترابط والتداخل بين المسؤولية الإجتماعية وهذه المفاهيم يرتبط

بشكل صريح أو ضمني بالحديث عن الأخرى. وفي سياق هذا الطرح نجد أن هناك منظمات ذات توجه إجتماعى والتزام أخلاقي عال منسجمة في طبيعة طروحاتها والتزاماتها الاجتماعية مع مجمل الجوانب الاخلاقية القانونية منها وغير القانونية ، كما وأن هناك منظمات غير ملتزمة أخلاقياً وغير مبادرة في أن تتبنى أي مسؤوليات إجتماعية تجاه مختلف الأطراف.

2-2 نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية

إن المتتبع للتطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية يستطيع أن يلمس تغيرات مهمة وإضافات نوعية أدت إلى إثراء مفهوم المسؤولية الاجتماعية عبر الزمن. حيث أن منظمات الأعمال **Businesses** عاشت منذ الثورة الصناعية عصرها الذهبي. بيد أن التطور الصناعي في تصاعد مستمر، وكان الإتجاه السائد نحو تعظيم الأرباح **Profit-Maximizing** يبرر كافة الأمور لصالح الأعمال على حساب مصالح الأطراف الأخرى. فكان في البدء أسبوع العمل ذي المائة ساعة عمل، وظروف العمل المأساوية، والأمراض المهنية، وإصابات العمل الفردية والجماعية، هدر الموارد، وحروب الأعمال في الداخل والخارج، وغيرها الكثير، كلها كانت مقبولة كضمن إجتماعي لا بد منه من أجل التطور الاقتصادي. ولكن القاعدة في التطور هي أن لكل ظاهرة تاريخية مراحلها ولكل إتجاه أساسي منحى تطور من التصاعد إلى الذروة، ومن ثم يتراجع ليأخذ شكلاً أكثر اعتدالاً وتوازناً وقبولاً. وما زال هذا التطور حتى الآن هو السائد في علاقة الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية.

وبشكل عام، فإن موضوع المسؤولية الاجتماعية ودرجة تبنيها أو عدم تبنيها من قبل منظمات الأعمال يقوم في جوهره على ميل المنظمة للتركيز على الجانب الاقتصادي أو الجانب الاجتماعي بعناصرها المختلفة والموضحة بالجدول (1) (الغالبى والعامري، 2005: 54).

جدول (1)

المسؤولية الاجتماعية والنموذج الاقتصادي والاجتماعي

النموذج الاجتماعي يركز على		النموذج الاقتصادي يركز على
▪ نوعية الحياة ▪ المحافظة على الموارد الطبيعية ▪ قرارات قائمة على أساس أوضاع السوق مع رقابة من المجتمع ▪ الموازنة بين العائد الاقتصادي والعائد الاجتماعي	منطقة وسط بين النموذجين	▪ الإنتاج ▪ استغلال الموارد الطبيعية ▪ قرارات داخلية قائمة على أساس أوضاع السوق ▪ العائد الاقتصادي (الربح) ▪ مصلحة المنظمة أو المدير أو المالكين

Source: Pride, 2000:P49

ومع ظهور الثورة الصناعية كان التركيز منصباً على مصلحة الأعمال، حيث إن اليد الخفية وقوى السوق غير المنظورة تجعل المصلحة الخاصة تعمل لصالح المجتمع، حتى وإن بدت مضرة ببعض الأطراف. وقد تم التعبير عن ذلك من خلال الإهتمام الكبير بمعايير الكفاءة والربح على حساب جميع المعايير الأخرى. وقد شهدت الثورة الصناعية ولفترة طويلة من تطورها معضلات إنسانية من الإهمال وسوء الإستغلال وتشغيل الأطفال والأحداث والنساء في ظروف عمل قاسية. وإستمرت هذه الحالة حتى بداية القرن العشرين، حيث مصلحة الأعمال هي المصلحة العليا، وأقصى الربح هو القيمة الاقتصادية العليا، وأن ما هو خير للمنظمة ومالكها هو خير للمجتمع كله. وخلال هذه الفترة كانت هناك إرهابات فردية ودعوات متفرقة من أجل الحد من هذه الظواهر القاسية كما هو الحال في الرأسمالي — Robert Owen — في بداية القرن التاسع عشر الذي دعا إلى الإهتمام بالآلة البشرية (الفرد العامل) من خلال مده بأاساسيات الحياة كساعات عمل محددة، ووجبات طعام أثناء العمل، والتعليم العام (دنكان، 1988: 173). وبرغم تصاعد حركة الإدارة العلمية في بداية

واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية

القرن العشرين، فإنها كانت تعمل في ظل مرحلتها التاريخية القائمة على أساس تعظيم الأرباح لصالح المنظمة على حساب العوامل والأطراف الأخرى. فقد ركزت هذه الحركة على ما أكده **Taylor** أن هناك طريقة مثلى لأداء العمل، وكان هذا من أجل تحسين الكفاءة وبالتالي تعظيم الربح في المنظمة. ومن بين الإرهاصات التي أعقبت ذلك ما أشار إليه — **Henry Gantt** — في كتابه تنظيم العمل الصادر في عام **1919** إلى أنه "إذا حدث في أي وقت أن وجد المجتمع أن ثمن وجود المنظمات يفوق ما يجنى من ورائها من نفع، فإن السماح بوجودها ينتفى" (دنكان، 1988: 176).

لقد بين (Zadek, 2001: 37-93) أن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية أخذ ثلاثة أجيال،

هي:

1. **الجيل الأول The First Generation**، والذي بين أن المنظمات يمكن أن تكون مسؤولة بعدة

طرق مثل المساهمات والمساعدات الطوعية من أصحاب رؤوس الأموال في الأعمال الخيرية المؤثرة.

2. **الجيل الثاني The Second Generation**، والذي تعمل على أساسه المنظمات في الوقت

الحاضر، حيث أن المنظمات وكافة الصناعات تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية كعنصر رئيسي ومكمل لاستراتيجية أعمالها بعيدة المدى. فعلى سبيل المثال لا الحصر التعامل بمسؤولية والتحلّى بأخلاق العمل مع كافة المتعاملين مع المنظمة ووضع المخصصات المالية اللازمة لإيجاد المنظمات المواطنة لتنفيذ الاستراتيجيات وذلك بدعم من الإدارة العليا.

3. **الجيل الثالث The Third Generation**، وهو المطلوب للقيام بمساهمة معنوية تجاه البيئة وما

يحيط بها، حيث أن هذا الجيل يهدف بالأساس إلى إنجاز القضايا الاجتماعية بالإضافة إلى

تطوير الأعمال، فعلى سبيل المثال هو إيجاد شراكة بين القطاع العام والمنظمات لتوجيه جهود المسؤولية بمختلف أنماطها تجاه تحقيق أهداف المسؤولية بشكل عام. وكما هو موضح بالشكل (2).

شكل (2)

محور التطور الاستراتيجي



Source: Zadek & Raynard, 2001:83.

ويشير كل من (الغالبى والعامري، 2005: 55-60) أن مراحل تطور مفهوم المسؤولية أخذت

الشكل التالي:

1. **الثورة الصناعية والإدارة العلمية**، والتي يتضح خلالها أن منظمات الأعمال التي كانت تركز

الجهود على تحسين أدائها الاقتصادي من منظور الإهتمام بالبيئة الداخلية للعمل ومحاولة جني

الأرباح ليعاد قسم منها في التوسع أو إنشاء مصانع جديدة.

2. **العلاقات الإنسانية وتجارب هوثورن**، وفيها تم محاولة دراسة تأثير الإهتمام بالعاملين وبظروف العمل على الإنتاج والإنتاجية. وهذا يمثل نقلة نوعية في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث بدأ الإهتمام بالمستفيد الأول والأقرب للمالكين وهم العاملون.
3. **ظهور خطوط الإنتاج وكبر حجم المنظمات**، وفيها يتخصص العامل بجزء بسيط جداً من العمل طبقاً للتطورات التي أدخلها **Henry Ford** ولا يحتاج إلى تدريب طويل لكي يتقنه. وهذا الأمر يعني عدم مراعاة للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية فضلاً عن بداية حصول التلوث البيئي نتيجة الأعداد الكبيرة من السيارات التي بدأت تجوب شوارع المدن خصوصاً وأن نوعية الوقود المستخدم كانت منخفضة الجودة والغازات المنبعثة من إحتراقها تحمل الكثير من الملوثات. كذلك الإستنزاف الموزع للموارد الطبيعية كالغابات وغيرها.
4. **تأثير الأفكار الاشتراكية**، وهي من العلامات البارزة التي دفعت منظمات الأعمال في الغرب إلى تبني الكثير من عناصر المسؤولية الاجتماعية التي تخص المستفيدين باختلاف أنواعهم.
5. **مرحلة الكساد الإقتصادي الكبير والنظرية الكينزية**، حيث أن حصول الكساد العالمي الكبير وإنهيار الشركات الصناعية وتسريح آلاف العاملين الذين وجدوا أنفسهم فجأة بدون دخل يعيشون منه أدى إلى إضطرابات كثيرة نجم عنها دعوات مهمة لتدخل الدولة لحماية مصالح العاملين وإيجاد فرص عمل بديلة لهم. بالإضافة إلى دعوة كينز ونظريته الشهيرة بوجوب تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الاقتصادي.
6. **مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي**، وهي من المراحل الحاسمة في إنطلاق مفهوم المسؤولية الاجتماعية بصورته الحديثة. فقد تخلصت كثير من الدول من الحكم

الديكتاتوري والفاشي وسقطت الكثير من الأنظمة العسكرية وأستبدلت بنظم ديمقراطية تؤمن بالمشاركة السياسية. وهذه الأحداث إنعكست بشكل كبير على منظمات الأعمال في العالم كله، فالمشاركة، بالقرار وتحديد حد أدنى للأجور، وإشراك العاملين في الإدارة، ونظم التأمين الإجتماعي والصحي، وقوانين معالجة حوادث العمل، وظهور جمعيات حماية المستهلك في العالم الغربي كله نتاج التطورات المشار إليه سابقاً.

7. **مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات،** والتي تتميز بتعاظم قوة النقابات وزيادة تأثيرها

في قرارات المنظمات بشكل عام وكذلك تزايد عدد الإضرابات وتعرض كثير من الأعمال إلى خسائر كبيرة بسببها. فتعزيز المسار الديمقراطي والمكاسب التي حققها العاملون في مختلف الدول، فضلاً عن التطور في وسائل الإتصال أسهمت في توعية الأفراد في دول أخرى وساعدت في نشر سريع لأخبار المكتسبات التي تحققتها النقابات العمالية في بعض الدول مثل بريطانيا وألمانيا أدى إلى تعميق الوعي بالمسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى الإتساع بشكل كبير في دعوات المطالبة بحماية البيئة ونشر الوعي البيئي وإدراك الأفراد للتلوث الحاصل جراء العمليات الصناعية.

8. **مرحلة القوانين والمدونات الأخلاقية،** حيث أن كافة النداءات والإحتجاجات تجسدت في هذه

المرحلة بشكل قوانين ودرسات أخلاقية بدأت منظمات الأعمال بصياغتها وتبني بنودها وبدأت الأهداف الاجتماعية والإستعداد للإلتزام بالقيم الأخلاقية بالظهور في شعارات منظمات الأعمال ورسالاتها بشكل صريح ولافت للنظر.

9. **مرحلة جماعات الضغط**، وهي تمثل مصالح شريحة واسعة من المستفيدين ومن أمثلتها جماعات حماية المستهلك، جماعات حماية البيئة والمحافظة عليها، جمعية أطباء بلا حدود، محامين بلا حدود، جماعات الدفاع عن حقوق المرأة، جمعيات الدفاع عن حقوق الطفل وجمعيات السلام الأخضر وغيرها. إن تأثير هذه الجماعات يتجلى في تحريكها لمشاعر الجمهور وإثارة الرأي العام لمساندتها وفرض خياراتها لكي تؤخذ بنظر الاعتبار من قبل المنظمات مباشرة أو بشكل ضغط على الحكومات ينعكس بالتالي على المنظمات بشكل مباشر. فقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية في هذه المرحلة أكثر نضوجاً كفكرة نظرية وأقوى حضوراً على أرض الواقع كممارسة بحكم تطوير معايير واضحة ومؤشرات قياس كمية تطلبها كثير من المنظمات الدولية خصوصاً تلك التي تهتم بما يسمى بالتنمية المستدامة.

10. **مرحلة إقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية**، وهذه المرحلة تتسم بتغير طبيعة الإقتصاد وبرزت ظواهر مثل العولمة والخصخصة وانتشار شبكات المعلومات وإزدها صناعة تكنولوجيا المعلومات وإتساع نمو قطاع الخدمات. وهذه حملت في طياتها العديد من الإشكالات وذلك لتزايد سطوة منظمات الأعمال العملاقة نتيجة لتخلي الحكومات عن دورها التقليدي في تقديم كثير من الخدمات بسبب إتساع نطاق ظاهرة الخصخصة وما حملته معها من تسريح للعاملين وتغير هيكل الإقتصاديات في دول العالم. فقد بين (النعمي ونجم، 2006: 1) أن تزايد أهمية الأصول غير الملموسة وبشكل خاص أصول المعرفة أو رأس المال الفكري ودورها في تعظيم أصول الشركات الكلية وإنعكاس ذلك على قيمتها السوقية، لم يعد بالإمكان إلا

الإعتراف بالقيمة الحقيقية لهذه الأصول في الشركة، خاصة وان الكثير من الشركات ليس لها رأس مادي كبير، وإنما رأس مالها الحقيقي يتمثل في أصولها الفكرية.

3-2 ماهية المسؤولية الاجتماعية

رافق التطور في مسؤوليات منظمات الأعمال تجاه مجتمعاتها تصاعداً في تأثيرات المجتمع وضغوطه لأن تتبنى إدارة منظمات الأعمال مزيداً من الأهداف والتطلعات المجتمعية، وقد أدت هذه الضغوط إلى أن تتبنى منظمات الأعمال مزيداً من الالتزام للطلب الاجتماعي سواء كان مفروضاً بحكم القانون أو بالمبادرات التي تقوم بها لإرضاء المجتمع. وهكذا ظهرت المسؤولية الاجتماعية كتفاعل لعدة عوامل منها (الغالبى والعامري، 2005: 48):

1. تصاعد ضغوط المجتمع وتناميها مع التوسع في حجوم منظمات الأعمال وتعقد علاقاتها.
2. إسهام أكبر لمنظمات الأعمال في تطوير نوعية الحياة والإرتقاء بها.
3. ضرورة إسهام منظمات الأعمال في تعزيز القيم الإنسانية والاجتماعية.
4. أهمية رضا المجتمع وقبوله لأهداف منظمات الأعمال ووسائل عملها.
5. التطور في وعي الإنسان وإدراكه لذاته وللمجتمع.
6. الإهتمام العالي الذي تبديه الجامعات العالمية الكبرى ومراكز البحوث بتدريس مساقات تخص علاقة الأعمال بالمجتمع.
7. تراكم البحوث العلمية النظرية منها والتطبيقية في هذا المجال.

وعلى هذا الأساس أورد العديد من الباحثين ومن وجهات نظر متعددة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

فقد عُرِفَت المسؤولية الاجتماعية بأنها "العلاقات المتفق عليها والالتزامات والواجبات المتصلة بالمؤثرات المشتركة في تحقيق سعادة ورفاهية المجتمع" (Engel, et..al, 1990:759). وأشار لها (Robbins, 1999:147) إلى أنها "تستند إلى اعتبارات أخلاقية تركز على الأهداف بشكل إلتزامات بعيدة الأمد آخذة في الإعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الإلتزامات وبما يعزز صورتها في المجتمع". ووردت بأنها "إلتزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" (Drucker, 1977:584). وطرح (Holms, 1985:435) مفهوم المسؤولية الاجتماعية بكونها "إلتزاماً على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وإيجاد فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها". وهناك من ذهب إلى أبعد من ذلك بقوله "الدرجة التي يؤدي بها مديرو المنظمة أنشطتهم نحو حماية المجتمع، بعيداً عن السعى لتحقيق المنافع الفنية والاقتصادية المباشرة للمنظمة" (Certo, 1990:207).

من هنا، تتعدد التعاريف وتتباين تبعاً لإختلاف توجهات الكُتاب نحو المسؤولية الاجتماعية، وهذا ما يعبر عن إعتبار المسؤولية الاجتماعية تركيبياً معقداً **Complex Construction** وليس مفهوماً بسيطاً قابلاً للقياس بمعايير موحدة عالمياً أو حتى إقليمياً. والسبب في ذلك يعود إلى دخول متغيرات حضارية وثقافية ودينية وأمور أخرى غيرها. فقد أشار أحد الباحثين في هذا المجال إلى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم لم تحدد أبعاده بدقة حتى يومنا هذا. ولهذا السبب فإن هناك تبايناً

لدى منظمات الأعمال لتحديد المدى الذي يجب أن تصل إليه مسؤوليتهم الاجتماعية والأفق الذي تنطلق منه هذه المسؤولية (الغالبى والعامري، 2005: 50).

وإذا كانت الأفكار الأولى المقدمة لتوضيح معنى المسؤولية الاجتماعية على أنها أعمال خيرية أو مبادرات إنسانية تقوم بها منظمات الأعمال لصالح جهات معينة في المجتمع فإن الفترات الأخيرة وما حصل فيها من تطور جعل هذا المنظور لا يستجيب لما حصل من متغيرات في بيئة الأعمال والحياة بشكل عام خصوصاً في ظل ظواهر عالمية جديدة مثل العولمة والخصخصة والتطور التكنولوجي وضمور دور الدولة وانتشار جمعيات حماية البيئة وقوة دور جماعات الضغط وحقوق الإنسان.

لذلك نحا مفهوم المسؤولية الاجتماعية منحاً جديداً يقدمها في إطار أكثر شمولية وأوسع معنى وضمن هذا الإطار تأتي أفكار **Robbins** حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية المشار إليها سابقاً. وانتقال مفهوم المسؤولية الاجتماعية من مفهوم ضيق للتعامل مع أحداث بيئية آنية إلى هدف استراتيجي يتطلب إعطاء أهمية كبيرة في عمليات الإدارة الاستراتيجية بعيدة المدى. حيث أكد (Daft, 2002: 143) أن المسؤولية الاجتماعية هي واجب إدارة المنظمة الأساسي في إتخاذ القرارات المهمة والأفعال بطريقة تحقق رفاهية للمجتمع ومصالحة.

من هنا، يلاحظ أن هناك إتفاقاً عاماً بأن المسؤولية الاجتماعية تمثل صيغة عملية مهمة ومفيدة لمنظمات الأعمال في علاقاتها مع مجتمعاتها، أي أن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال يحقق العديد من الفوائد يقف في مقدمتها تحسين صورة المنظمة لدى المجتمع وترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين وأفراد المجتمع بصورة عامة خاصة إذا ما اعتبرت

المسؤولية الاجتماعية مبادرات طوعية للمنظمة تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة من وجود المنظمة.

لقد بين (عبد الرحمن، 1997: 198) أن أهمية المسؤولية الاجتماعية تتجلى في إضفاء تحسيناً على مناخ العمل السائد في منظمة الأعمال وتؤدي إلى إشاعة التعاون والترابط بين مختلف الأطراف. بالإضافة إلى أنها تمثل تجاوباً فعالاً مع التغييرات الحاصلة في حاجات المجتمع وإنقالها إلى الحاجات الاجتماعية وتحقيق جانب من ذاتية الفرد والمجموعة. فيما إتضح أن أهمية المسؤولية الاجتماعية تتضح من عدة أوجه، تتمثل في المردود المتحقق للجهات الثلاث الرئيسة التي ستجني الفائدة من هذا الإلتزام وهي المجتمع والدولة والمنظمة. فبالنسبة للمنظمة، تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي والعلاقة الإيجابية مع المجتمع وغيرها. أما المجتمع فإن العائد الذي سيتحقق له جراء إهتمام منظمات الأعمال على إختلاف أنواعها بتبني نمط معين من المسؤولية الاجتماعية فإنه يمكن أن يلخص بالآتي (الغالبى ومنهل، 2004: 106 - 107):

1. زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الإحتياجات الخاصة كالمعوقين وقليلي التأهيل والأقليات والمرأة والشباب وغيرهم.
2. الإستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.
3. تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية.
4. إزدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة.

5. تحسين التنمية السياسية إنطلاقاً من زيادة التنقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد

والمجموعات والمنظمات وهذا يساهم بالإستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

6. كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية بالعمل والشفافية والصدق

في التعامل وهذه تزيد من الترابط الاجتماعي وإزدهار المجتمع على مختلف المستويات.

وأخيراً، فإن الدولة هي أحد المسفيدين الرئيسيين من إدراك منظمات الأعمال لدورها

الاجتماعي، حيث أن هذا سيؤدي إلى تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها

وخدماتها الصحية والتعليمية والاجتماعية الأخرى. بالإضافة إلى أن عوائد الدول ستكون أفضل

بسبب وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية المختلفة

ورفد الدولة بمستحققاتها من الضرائب والرسوم والمساهمة في القضاء على البطالة والتطور

التكنولوجي وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها

جميعاً بعيداً عن تحمل منظمات الأعمال الخاصة دورها في هذا الإطار.

لقد بين (Raynard & Forstater, 2002:5-11) أن هناك أبعاداً للمسؤولية الاجتماعية تتمثل

بأربعة أبعاد رئيسية، وكما هو موضح بالشكل (3).

شكل (3)

أبعاد المسؤولية الاجتماعية

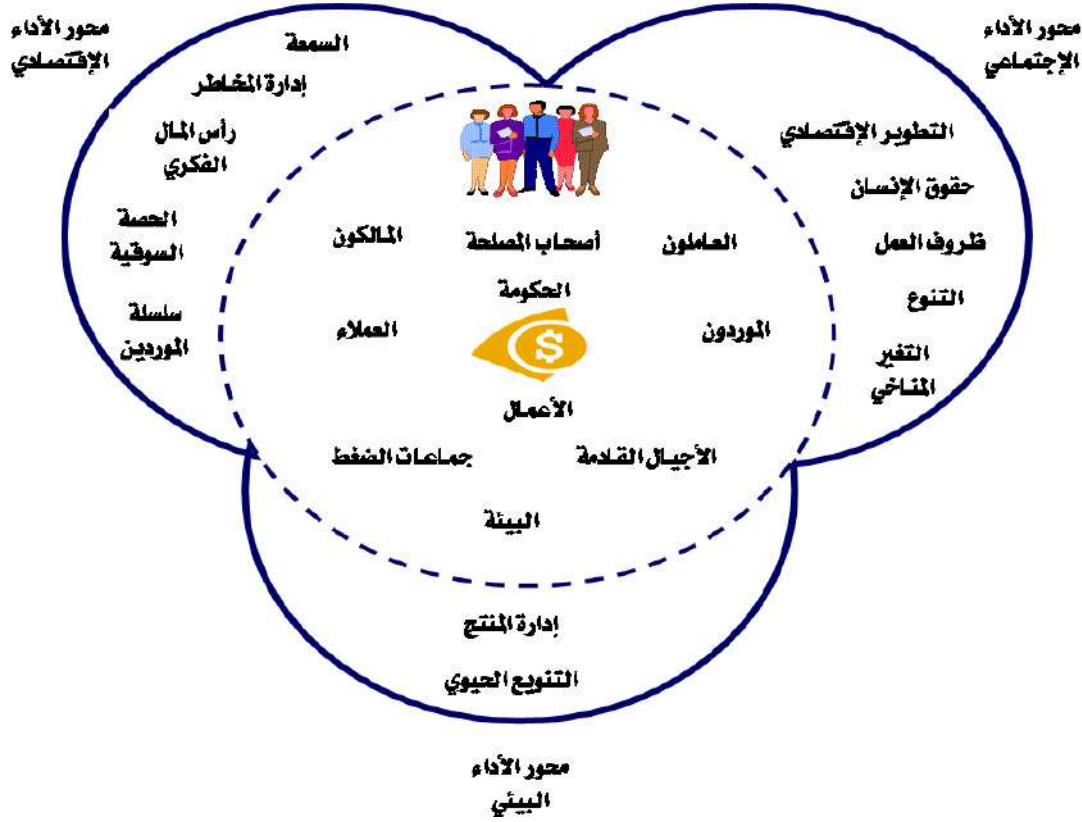
تشكيلة واسعة من أصحاب المصلحة والتأثيرات بعيدة المدى	إلى	أصحاب المصلحة المباشرين والتأثيرات قصيرة الأمد	إلى	أصحاب المصلحة القانونيين والتقليديين	من	التركيز على المساءلة
المحاذاة الاستراتيجية	إلى	علاقة الكلفة — المنفعة	إلى	تخفيف الألام	من	حالة الأعمال
توليد قيمة اجتماعية	إلى	الحد الأدنى من الضرر	إلى	الالتزام بالمسؤوليات القانونية	من	مستوى الارتباط
التأثير السياسي	إلى	إعادة تشكيل السوق	إلى	أعمال السوق	من	درجة التأثير

Source: Raynard & Forstater, 2002:5

حيث أن بعد التركيز على المساءلة يبين أن فئات أصحاب المصلحة لهم إهتمامات مختلفة، إلا أن هذه الإهتمامات ومهما اختلفت فإنها تقع ضمن ثلاثة محاور رئيسة، وهي محور الأداء الاجتماعي، ومحور الأداء الإقتصادي، ومحور الأداء البيئي. وكما هو موضح بالشكل (4).

شكل (4)

إهتمامات فئات أصحاب المصلحة في ضوء المحاور الثلاث



Source: Raynard & Forstater, 2002:5

فيما يبين البعد الثاني أن تنامي قبول المنظمات بالأرباح والقيم والمبادي والتكامل فيما بينها يشكل هدفاً أساسياً لديها. أما بعد الارتباط فيؤكد على أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تعمل على ثلاثة مستويات أساسية، وهي الالتزام بالمسؤوليات القانونية، والحد من الضرر، وتوليد قيمة اجتماعية. وأخيراً، البعد الرابع والمتمثل بدرجة التأثير، والمتضمن التغير في السوق والمحدد بربحية المنظمة في الوقت الحاضر. أما في المستقبل فيحدد بكون المسؤولية الاجتماعية أحد أهداف المنظمة الرئيسة.

واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية

إن تبني أهداف أصحاب المصالح من قبل منظمات الأعمال يحتل أسبقيات متسلسلة في ضوء طبيعة تأثير هذه المجاميع على أهداف المنظمة ومصالحها الخاصة. لذلك فإن الدراسات تشير إلى إختلاف ترتيب هؤلاء المستفيدين إستناداً إلى إختلاف البيئات وعبر الزمن، حيث ان البعض من هذه الفئات يأتي في مراتب متقدمة وبشكل مستمر.

من هنا، عرض بعض الباحثين عناصر المسؤولية الاجتماعية في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد، حيث أن هذه العناصر يمكن أن تكيف بقياسات مختلفة وفق إعتبار طبيعة عمل المنظمة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح المختلفين.

إن شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية حذت بالباحث (Carroll,2006:30-38) إلى بيان أن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة عناصر جوهرية رئيسة، هي الإقتصادي **Economic** والأخلاقي **Ethical** والقانوني **Legal** والخيرية **Philanthropy**، وفي إطار ذلك طور مصفوفة بين فيها هذه العناصر الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة.

إن فهم هذه العناصر الأربعة للمسؤولية الاجتماعية التي قدمها **Carroll** يتطلب إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات تلبية حاجات المجتمع وخاصة في إطار العناصر الإقتصادية والقانونية حيث تمثل هذه العناصر مطالب أساسية للمجتمع من المفترض تلبيتها من قبل منظمات الأعمال. في حين يتوقع المجتمع من منظمات الأعمال أن تلعب دوراً أكبر فيما يخص العنصر الأخلاقي والخيري، علماً بأن هذا الأخير يمثل في حقيقته رغبات مشروعة للمجتمع من المفترض أن تتبناه منظمات الأعمال. وقد وضع **Carroll** هذه العناصر بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن إستناد أي بعد على بُعد آخر يمثل حالة واقعية، وكما هو موضح بالشكل (5).

شكل (5)

هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية



Source: Carroll, 2006:37.

إن مسؤولية الشركة الاجتماعية الشاملة **Corporate Social Responsibility** هي حاصلمجموع العناصر الأربعة، والتي أوردتها **Carroll** بشكل معادلة:

المسؤولية الاجتماعية الشاملة = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية

الأخلاقية + المسؤولية الخيرية.

4-2 خيارات المسؤولية الاجتماعية

إن التأكيد على المسؤولية الاجتماعية للأعمال لا يعني أن هناك إقراراً كاملاً بهذه المسؤولية من قبل المعنيين والمختصين في هذا المجال، فلا يزال الجدل على أشده ولا يزال الخلاف يستأثر بالدراسات والبحوث الكثيرة التي تنقسم بين معارض للمسؤولية الاجتماعية بزعم **Milton Friedman** الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد، ومدافع عنها (مؤيد) بزعم **Paul Samuelson** العالم الاقتصادي الأمريكي. ولكل فريق أسبابه وحججه التي يؤكد فيها وجهة نظره ضد أو مع المسؤولية الاجتماعية.

فمع التطور الحاصل في بيئة عمل المنظمات ومع تصاعد وتأثير قوى الضغط المختلفة على منظمات الأعمال فإن هذه المنظمات من جانبها قد طورت من إلتزاماتها آزاء الطلب الاجتماعي المتزايد وبالتالي فإنها قد بررت مشروعيتها تواجدها عبر المراحل الزمنية المختلفة بمنهجيات متباينة للنظر إلى طبيعة العقد الضمني المبرم مع المجتمع. ومن خلال مراجعة أدبيات المسؤولية الاجتماعية، يلاحظ وجود مناهج متعددة في دراسة محتوى المسؤولية الاجتماعية وأنماطها، يمكن إجمالها بالآتي:

المنهج الأول:

حيث أن هذا المنهج يقوم على أساس بلورة ثلاثة توجهات أساسية للمسؤولية الاجتماعية معبراً عنها بثلاثة أنماط (**Porter & Kramer, 2006: 78-92**):

1. **النمط التقليدي للمسؤولية الاجتماعية**، والذي تقوم فكرته على مبادئ الإقتصاد الحر والقوى المتحركة فيه والتي ترى أن المنظمة تتبنى مسؤوليتها الاجتماعية من خلال إلتزامها بتقديم السلع

والخدمات التي ترضي المجتمع وتستجيب لحاجاته وأن أية إلتزامات أخرى إضافية فإنها ترجع إلى تقدير المنظمة وإدارتها والتي يجب أن تؤخذ في إطار قدرة المنظمة وإمكانياتها وبما لا يؤثر على أهدافها الإقتصادية وفي مقدمتها تحقيق أقصى الأرباح.

2. النمط الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية، وتأسست فكرة هذا النمط إستناداً إلى النقد الموجه إلى النمط الإقتصادي، بإعتبار أن إطار عمل المنظمة يفترض أن يتسع ليشمل مجمل الأهداف الاجتماعية بالإضافة إلى الأهداف الإقتصادية، حيث ذهبت بعض الطروحات بعيداً في هذا النمط ونادت بضرورة أن تنتقل مسؤولية الرقابة على أعمال المجتمع من المسؤولية الخاصة إلى المسؤولية العامة، وهنا فإن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا إلتزام المنظمة بالعمل على وفق مصالح ومتطلبات المجتمع.

3. نمط التكاليف الاجتماعية، والمستند إلى وجهة نظر أكثر تطوراً عن طبيعة العقد الاجتماعي الذي أضاف مسؤوليات وأعباء جديدة تفرضها المجتمعات بقواها المختلفة على المنظمات، وبهذا فإن المسؤولية الاجتماعية يمكن إعتبارها وظيفة ومهام جديدة تضاف إلى وظائف رجال الأعمال وبالتالي فإن ما تتحمله المنظمة من مسؤولية إجتماعية يمكن أن تحسب كغيرها من الكلف في ضوء بدائل متعددة القرار.

المنهج الثاني؛

وفي هذا المنهج يمكن النظر للمسؤولية الاجتماعية ببعدين أساسيين ينصب **الأول** على الداخر ويرتبط بالعاملين وتحسين ظروف عملهم بجميع أشكالها. **الثاني**، خارجي مرتبط بالتعامل مع

مجموعة كبيرة من الإشكالات التي يعاني منها المجتمع. وقد طور ضمن هذا المنهج ثلاثة أنماط للمسؤولية الاجتماعية، وهي:

1. النمط الكلاسيكي التقليدي، وهذا النمط لا يبتعد كثيراً عن فكرة النمط الإقتصادي المشار إليه سابقاً والذي يتمحور حول هدف تعظيم الربح في إطار نظرة عقلانية يؤمن بهام مديرو المنظمات، وكذلك فإن التعامل مع المستهلك لا يخرج عن إطار تعظيم الربح هذا، كما أن نظرة الإدارة للعاملين تنطلق من فكرة أن العمل سلعة تباع وتشتري في ضوء العرض والطلب عليها.

2. النمط الإداري، والمتضمن أن تحقيق المنفعة الذاتية للمنظمة بالإضافة إلى تحقيق منفعة المجاميع الأخرى يمثل توجهاً عقلياً جديداً للإدارة. حيث إن العلاقة مع المستهلكين تقوم على أساس الموازنة في المصالح وعلى شاكلة العلاقة مع مجهزي المواد الأولية للمنظمة فضلاً عن أن تحقيق رضا المستهلك يعد أمراً حيوياً.

3. النمط البيئي، حيث أن مسؤولية المنظمة في هذا النمط المحافظة على البيئة وتحقيق نوعية حياة أفضل للعاملين وللمجتمع ككل. كذلك فإن ما هو نافع وضروري للمجتمع يجب أن يحظى بعناية خاصة من قبل إدارة المنظمة (البكري والديوه جي، 2001: 100-101).

المنهج الثالث:

وفي إطار هذا المنهج الذي وضع أسسه الباحث **Carroll** والمتضمن دراسة المسؤولية الاجتماعية ضمن أربعة عناصر والتي تم ذكرها آنفاً.

المنهج الرابع:

والذي يقوم على أساس تحديد ثلاثة أنماط مختلفة لتبني المسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمات، وهي:

1. **المسؤولية الاقتصادية Economic Responsibility**، حيث أن وجهة النظر هذه ترى أن منظمات الأعمال يجب أن تركز على هدف تعظيم الربح وأن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا نتائج عرضية ومشتقة منه، ومن أنصار هذا التوجه **Milton Friedman** والذي يرى أن المديرين هم محترفون وليسوا مالكيين للأعمال التي يديرونها وبهذا فهم يمثلون مصالح المالكيين التي يفترض أن تتجزأ بأحسن الطرق لتعظيم الأرباح.

2. **النمط الاجتماعي للمسؤولية Social Responsibility**، وهو نقيض لتوجهات النمط الأول، وفي إطاره فإن منظمات الأعمال تعتبر وحدات اجتماعية بدرجة كبيرة تأخذ بنظر الاعتبار المجتمع ومتطلباته عند اتخاذ قراراتها مراعية آثار هذه القرارات في كل جوانب المجتمع.

3. **النمط الإقتصادي - الاجتماعي (المتوازن) Socio-Economic**، حيث أن هذا النمط يرى أن إدارة المنظمات لا تمثل مصالح جهة واحدة أو بعض جهات ذات مصلحة بل إنها تمثل مصالح جهات عديدة يفترض أن توازن إدارة المنظمة بين مصالحها مجتمعة (الغالبية والعامة، 2001: 2-4).

المنهج الخامس: منهج المسؤولية الاجتماعية الشاملة Corporate Social Responsibility

ففي إطار هذا المنهج تتجسد المسؤولية الاجتماعية والأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال

بثلاث أبعاد مهمة (Nickels, et..al, 2002:103):

1. **البعد الخيري الشامل Corporate Philanthropy**، والمتضمن تبرعات إنسانية وهبات الإحسان المستمرة للمجموعات غير الهادفة إلى الربح من جميع الأصناف. وتقع هذه التبرعات في إطار إستراتيجية خيرية تتبعها المنظمة على الأمد البعيد دعماً لقضية مهمة من قضايا المجتمع، ويقع ضمن نفس الإطار إسناد مؤسسة شومان في المملكة الأردنية الهاشمية للباحثين والطلاب من خلال الإنفاق المستمر على مكتبة شومان والخدمات المتنوعة فيها.

2. **بعد المسؤولية الشامل Corporate Responsibilities**، ويشتمل هذا على جميع المبادرات الإجتماعية مثل تشغيل العاملين من القليات والعمل على تحسين البيئة وتقليل التلوث وترشيد استخدام الطاقة والإستغلال العقلاني للموارد وتأمين بيئة عمل صحية ونظيفة وإنتاج منتجات آمنة وغيرها من الأمور التي تعكس مسؤولية عالية تجاه المجتمع.

3. **بعد السياسة الشاملة Corporate Policy**، ويشمل هذا البعد موقف المنظمة الذي تتبناه تجاه القضايا السياسية والإجتماعية المثارة بقوة المجتمع. حيث أن هذه القضايا تتجدد وتتغير باستمرار بسبب التطور الحاصل في المجتمع وإنعكاسات هذا التطور خاصة التكنولوجي على الجانب الإجتماعي والسياسي والثقافي لذلك تبادر المنظمة إلى أن تحمل طوعية بعضاً من متطلبات هذا الدور للمجتمع صورة عامة أو بعض فئاته بشكل خاص.

من هنا، يلاحظ انه مهما تعددت مناهج دراسة محتوى المسؤولية الإجتماعية فإنها تلقي بتوجهات عامة تبدأ مع بداية تطور الصناعة والتركيز على مصالح المالكين لتمتد لاحقاً إلى مصالح الفئات المختلفة داخل المنظمة لتصل إلى مرحلة أخذ مصالح الأطراف المختلفة والخارجية منها بشكل خاص بنظر الإعتبار.

لقد أشار كل من (البكري، 2001: 51 - 54) و (Carroll, 2006: 39-40 ؛ Pride, 2000: 49 ؛ Robbins, 1999: 145) أن هناك مواقف مؤيدة لتبني المنظمة مزيداً من الأدوار الاجتماعية وبالمقابل يكتشف بسهولة أن هناك من يعارض هذا التوجه ويعتبره مهدداً لوجود منظمات الأعمال. ويدعم كلا الطرفين آراءهم بحجج قائمة على أسس عقلانية وعلمية. ويمكن أن نستعرض آراء الطرفين، وكالاتي:

المؤيدون لتبني المسؤولية الاجتماعية

حيث أن المؤيدين يؤكدون على أن وجود المنظمات يصبح غير مبرر في حالة عدم إهتمامها بقضايا المجتمع الأساسية بشكل خاص. ويدعمون وجهة نظرهم هذه بالحجج التالية:

1. أن الجمهور يتوقع من منظمات الأعمال أن تلعب دوراً كبيراً في تحقيق أهدافه ومن خلال مجالات متعددة ليست إقتصادية فقط، وهذا يجسد كون منظمة الأعمال جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تعيش وتنمو وتزدهر فيه.

2. أن الأرباح على المدى البعيد يمكن أن تزداد من خلال تبني المنظمة دوراً اجتماعياً أكبر، حيث أن رضا المجتمع ومد جسور التعاون والتفاهم والثقة معه يمثل مدخلاً مهماً ذي مردود مستقبلي كبير.

3. إن الإلتزامات الأخلاقية تملئ علي منظمات الأعمال أن يكون لها دوراً اجتماعياً، حيث أن الإلتزام الاجتماعي يمثل حالة موازنة معقولة تجاه النقد الموجه إلى الأعمال بكونها تهتم فقط بزيادة الأرباح وتوسع الإستثمار على حساب العديد من المتطلبات الأساسية للعاملين والمجتمع بشكل عام.

4. الصورة العامة للمنظمة ستكون أفضل حينما تلعب دوراً اجتماعياً أو تمارس نشاطاً ثقافياً
ينعكس مستقبلاً على زيادة المبيعات. حيث إن تبني دوراً اجتماعياً أكبر من قبل منظمات الأعمال
يعزز من الميزة التنافسية الجديدة التي تسعى منظمات الأعمال إلى تحقيقها وهي السمعة أو الشهرة

الشاملة للمنظمة Corporate Reputation.

5. بيئة أفضل ونوعية حياة أرقى للمجتمع ككل.
6. تقلل من إجراءات الحكومة وقوانينها المتعلقة بالتدخل في شؤون الأعمال.
7. الموازنة بين مسؤولية المنظمة ونفوذها حيث أن المسؤولية الاجتماعية تقلل من النقد الموجه
لهيمنة منظمات الأعمال على القرارات المتعلقة بحياة الناس.
8. مصلحة المالكين حيث يتعزز موقف المنظمة وتزداد مبيعاتها حينما تساهم اجتماعياً بإنعاش
الوضع العام للدولة.
9. إمتلاك الموارد حيث أن منظمات الأعمال وخصوصاً الكبيرة منها تتمتع بموارد مالية
وموارد فنية كبيرة يمكن معها أن تؤدي إنجازات اجتماعية هائلة.
10. تدابير وقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلاً أن آجلاً، وهذه
التدابير يجب أن تتطور باستمرار وفي ضوء احتياجات المجتمع لها.

المعارضون لتبني المسؤولية الاجتماعية

إن حجج المعارضين لتبني دوراً اجتماعياً أكبر من منظمات الأعمال الخاصة هي في
حقيقتها حججاً علمية وموضوعية تستحق المناقشة وإبداء الرأي بشأنها وتدور أغلب هذه الحجج
حول واحدة أو أكثر من التوجهات التالية (الغالبى والعامري، 2005: 73-74):

1. إن قيام منظمات الأعمال بمهام المسؤولية الاجتماعية وبشكل متزايد سيحولها إلى شكل لا يختلف عن المنظمات الحكومية.
2. أن القيام بمهام المسؤولية الاجتماعية عمل طوعي لا يحدده القانون.
3. تحمل المنظمة كلفاً إضافية نتيجة القيام بإنفاق المبالغ على تنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي زيادة أسعار السلع / الخدمات التي تتعامل بها مما ينعكس سلباً على موقفها وقوتها التنافسية في السوق.
4. محدودية الخبرة والمهارة المتاحة لدى منظمات الأعمال في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عليها.
5. أن الإهتمام بمضامين المسؤولية الاجتماعية كهدف يضعف الأهداف الرئيسة الأخرى للمنظمة.
6. أن المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية الدولة والجهات المرتبطة بها.
7. تعقيد وصعوبة المسؤولية الاجتماعية مما يصعب إستيعابها وخصوصاً في المنظمات صغيرة الحجم.

أن حجج كلا الطرفين المؤيد والمعارض للمسؤولية الاجتماعية تبدو منطقية ومقنعة إذا ما أخذت في إطار التطرف لزيادة الدور الاجتماعي لمنظمات الأعمال بشكل كبير أو نقصان هذا الدور وضموره بشكل كبير جداً. حيث أن تحميل المنظمة دوراً اجتماعياً يفوق طاقاتها قد يربك أداء دورها الإقتصادي وتحقيق العائد المجزي والذي من خلالها تساهم بمبادرات اجتماعية. من جانب آخر، فإن الإهتمام بتعظيم الأرباح والأخذ بنظر الإعتبار مصالح المساهمين بعيداً عن مصالح الفئات

الأخرى ذات العلاقة يجعل من منظمة الأعمال نظاماً إقتصادياً مغلقاً وقائماً بذاته لا تربطه علاقة طيبة مع المجتمع ولا تتحمل المنظمة ما يواجه المجتمع من إشكالات تتطلب الحل.

5-2 الدراسات السابقة العربية والأجنبية

1-5-2 الدراسات العربية

- دراسة (التويجري، 1988) بعنوان "المسؤولية الإجتماعية في القطاع الخاص في المملكة

العربية السعودية". هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توافر. المسؤولية الإجتماعية في الهيكل الإداري للمنشآت العاملة في المملكة العربية السعودية، من حيث النشاطات الإجتماعية التي تقوم بها المنشأة، ومدى مساهمتها في توفير التسهيلات للموظفين من ناحية السكن والأماكن الترفيهية والمحافظة على البيئة الخارجية، والمساعدة على توظيف ذوي العاهات، فضلاً عن تقديم فكرة مستنبطة من الدراسة الميدانية حول موضوع المسؤولية الإجتماعية ودورها في المجتمع، وكيفية الإستفادة منها في المنشآت. وقد تضمنت عينة البحث (110) منشأة ما بين صناعية وخدمية ومعتمداً أسلوب الإستبيان المرسل في جمع البيانات. وقد توصلت الدراسة إلى عدم تجاوب وتفاعل المنشآت مع المجتمع، حيث أن المشاركات والإسهامات لا تزال محدودة قياساً بالقدرات المالية والخبرات الإدارية التي تمتلكها.

- دراسة (علام، 1991) بعنوان " حدود المسؤولية الاجتماعية: إطار فكري للأداء الاجتماعي

لمنظمات الأعمال في دول العالم النامي". هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مفهوم المراجعة الاجتماعية في جمهورية مصر، وجهود الباحثين والمنظمات المهنية العربية والعالمية في هذا المجال. وتحديد المسببات التي أدت إلى صعوبة تحديد الإطار الفكري للمراجعة الاجتماعية في الدول النامية عامة والعربية خاصة ومن ثم اقتراح نموذج لمراجعة الأداء الاجتماعي والاقتصادي. وقد توصلت الدراسة إلى أن موضوع مراجعة الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال لم يحظ بالقدر اللازم من الاهتمام من جانب المنظمات المهنية في الدول النامية بما في ذلك الدول العربية؛ أن الإطار العام للأداء الاجتماعي – إطار غير محدد المعالم، ولم يتفق على أبعاده حتى اليوم بشكل قاطع. وأخيراً، أن الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال، هو نشاط يمكن تقنيه عن طريق تحديد فئاته ومجالاته.

- دراسة (التركستاني، 1995) بعنوان "مدى تطبيق الإدارة في القطاع الخاص لنشاط المسؤولية

الاجتماعية". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تطبيق الإدارة في القطاع الخاص لنشاط المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية. والتعرف على ما إذا كان هناك خلاف حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى المسؤولين عن هذا النشاط في الإدارات التي شملتها الدراسة والبالغة (352) شركة سعودية، وقد تمثل ذلك بوجود ثلاثة مفاهيم للمسؤولية الاجتماعية هي المفهوم الاجتماعي، المفهوم الديني، والمفهوم الإداري أو الاقتصادي. وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن هناك علاقة بين حجم الشركة ومدى قيامها بمهام المسؤولية الاجتماعية، بحيث أنه كلما كانت الشركة ذات مركز مالي قوي، أدى ذلك إلى زيادة ممارستها لمهام المسؤولية الاجتماعية.

- دراسة (البكري والديوه جي، 2001) بعنوان "إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى مديري منظمات الاعمال، وقياس مدى إدراكهم وذلك وفقاً للمعايير الشخصية والمهنية التي يحملونها، فضلاً عن صياغة إطار نظري عام لمضمون المفاهيم الثلاثة للمسؤولية الاجتماعية. وقد شمل مجتمع البحث (20) شركة صناعية في العراق وعبر إستطلاع آراء عينة البحث والبالغة (94) مفردة من قادة هذه الشركات. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين السمات الشخصية للمديرين وفهمهم للمسؤولية الاجتماعية فضلاً عن اعتماد المديرين للمفهوم الكلاسيكي كتوجه فكري وإداري في عملهم.

- دراسة (الفالبي والعامري، 2001) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية

نظام المعلومات ، دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية". هدفت الدراسة إلى استكشاف ما إذا كانت هناك علاقة ايجابية بين الدور الاجتماعي للمنظمة وطبيعة نظام المعلومات فيها مركزاً على جانب الشفافية لهذا النظام، وإذا ما تحقق وجود مثل هذه العلاقة أو عدم وجودها فإن إدارات المصارف الأردنية مطالبة بأن تعي هذه الحقائق وتتعامل في ضوءها مع مختلف الأطراف وبما ينعكس ايجابيا على الأداء في المصارف. وقد أقتصرت مجتمع البحث على المصارف التجارية العربية الأساسية العاملة في البيئة الأردنية وبالذات في مدينة عمان لتواجد العدد الأكبر من الفروع وللحركة الاقتصادية القوية في هذه المدينة. وقد تم اختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع بلغ عددها (7) مصارف تمثل أكبر المصارف وأقدمها في البيئة الأردنية . وقد تم إختيار مجموعة من الفروع بلغ عددها (63) فرعاً تمثل ما نسبته (41.7%) من العدد الكلي لفروع هذه المصارف السبعة

عينة الدراسة وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها تمثل في وجود علاقة ضعيفة بين نمط المسؤولية الاجتماعية المعتمد وشفافية نظام المعلومات في المصرف وكذلك فإن المسؤولية الاجتماعية في ضوء معامل التحديد المستخرج لا تفسر سوى (4.88%) من شفافية نظام المعلومات المعتمد من قبل المصرف.

- دراسة (السافي ونور، 2005) بعنوان "محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال".

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على محاسبة المسؤولية الاجتماعية والوقوف عند أهم مشاكلها. والتعرف على معايير تقييم الأداء الاجتماعي القابلة للقياس الكمي والتي تصلح لقياس موقف منظمات الأعمال من خلالها. ومحاولة وضع نموذج لتقييم كفاءة الأداء الاجتماعي في منشأة صناعية كدراسة ميدانية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان أبرزها أن كافة عناصر تكاليف الأداء الاجتماعية للشركة موضوع الدراسة يمكن تجميعها وقياسها والافصاح عنها بثلاث محاور تم توضيحها من خلال نموذج مقترح. كما أثبتت الدراسة إلى إمكانية الحكم على مدى كفاءة الأداء الاجتماعي للشركة تجاه العاملين والعملاء وأفراد المجتمع المحيط من خلال معدل حجم الانفاق لكل وحدة من الوحدات لقياس كل محور من المحاور المقترحة. كما أشرت الدراسة إلى أهمية توفر مؤشرات للمقارنة يتم وضعها من قبل الجهات الداخلية للشركة يتناسب مع المعايير الموضوعية من الجهات المعنية.

- دراسة (العاني، 2005) بعنوان "دور المعلومات المحاسبية في قياس وتقييم الأداء

الاجتماعي للمؤسسات الصناعية: دراسة تطبيقية في مملكة البحرين". هدفت هذه الدراسة إلى

بيان دور المعلومات المحاسبية في قياس وتقييم مستوى الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصناعية للكشف

عن مدى وفاء تلك الوحدات بمسؤولياتها الاجتماعية، وقد تم اختيار عينة البحث الممثلة للقطاع الصناعي في مملكة البحرين لاستخدام وسائل القياس المختارة وتحليل النتائج لتقييم مستوى أدائها الاجتماعي ومن ثم مساهمتها في الربحية الاجتماعية. وتوصلت الدراسة أن موضوع تكاليف الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصناعية قد تبوأ موقعا ذات أهمية كبيرة ضمن إطار الظروف الاقتصادية الراهنة للعصر الحديث، لما يتضمنه من آفاق جديدة للتصدي لأضرار المجتمع المتولدة عن النشاطات الاقتصادية لمنظمات الأعمال والذي بدوره يؤدي إلى تعظيم المنافع الاجتماعية للمجتمع، بالإضافة إلى تعزيز الوضع المالي للمؤسسة.

- دراسة (أبودوم، 2006) بعنوان "إدارة المعرفة والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية". هدفت هذه

الدراسة إلى طرح جهود الفكر الإنساني والإشكالات التي واجهت المعرفة الإنسانية في تحقيق الجودة الشاملة على مختلف الأنظمة الاجتماعية والسياسات التنموية، وقد أجريت الدراسة في السودان. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان أبرزها هناك علاقة ارتباط بين مصادر المعرفة والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

- دراسة (جربوع، 2007) بعنوان "مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية

الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة، دراسة استكشافية لآراء المديرين الماليين ورؤساء أقسام المحاسبة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في قطاع غزة / فلسطين".

هدفت الدراسة التعرف على مدى وجود منظمات أعمال من الشركات والمؤسسات وغيرها متخصصة لممارسة المسؤولية الاجتماعية في قطاع غزة. ولتحقيق أهداف الجانب التطبيقي للدراسة، تم تصميم استبانة بالاعتماد على الدراسات السابقة والإطار النظري، وزعت على 70 من

المديرين الماليين ومحاسبي الشركات الفلسطينية. وقد تبين من نتائج الدراسة أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لم تحظ بالقدر الكافي من الاهتمام من جانب الجمعيات المهنية للمحاسبة والمراجعة في فلسطين، كما أظهرت أن الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية هو إطار غير محدد المعالم ولم يتفق على أبعاده حتى اليوم بشكل قاطع، كما أظهرت الدراسة أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لهذه المشروعات أنها نشاط يمكن تقنيه عن طريق تحديد فئاته ومجالاته وأهدافه ومتغيراته، وبالتالي يمكن تحديد سبل قياسه والإفصاح عن نتائجه بشكل موضوعي.

2-5-2 الدراسات الأجنبية

- دراسة (Teoh & Shiu,1990) بعنوان " **Attitudes Towards Corporates Social**

Responsibility" هدفت إلى معرفة وإدراك خصائص وأهمية المعلومات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية على القرارات المتخذة من قبل الشركة، وقد شملت عينة الدراسة (200) شركة استثمارية في أستراليا. وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير للمعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في القرارات المتخذة من قبل الشركات المبحوثة مع احتمال أن تكون لهذه المعلومات تأثيرات أخرى إذا ما تم تحويلها إلى شكل كمي، وأن ترتبط في محتواها بما يخص عملية تحسين السلعة أو الإجراءات التطبيقية لهذه الشركات.

- دراسة (Barnea & Rubin,2005) بعنوان " **Corporate Social Responsibility as a Conflict**

between Owners" هدفت إلى تحري العلاقة بين تقديرات الشركات للمسؤولية الاجتماعية وملكيته وهيكل رأس المال. وقد شملت عينة الدراسة (3000) شركة أمريكية كبيرة. وقد بينت النتائج أن هناك ارتباطاً سلبياً ما بين الملكية والمسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا يوجد علاقة بين الملكية المؤسسية والمسؤولية الاجتماعية حيث أن المسؤولية الاجتماعية مصدر خلاف بين مختلف المالكين.

- دراسة (Amaeshi, et..al, 2006) بعنوان " **Corporate Social Responsibility in Nigeria:**

Western Mimicry or Indigenous Influences? " هدفت الدراسة إلى تحري معنى وممارسة المسؤولية الاجتماعية في نيجيريا. وقد توصلت إلى أن الشركات الوطنية تدرك مفهوم المسؤولية

الإجتماعية وتمارسها كنوع من العمل الخيري والإنساني. وأن هذه النتيجة تقترح أن المسؤولية الإجتماعية للشركات تمثل بناء إجتماعي محلي يعزز المتطلبات الإجتماعية في نيجيريا.

- دراسة (Zulkifli & Amran, 2006) بعنوان "Realising Corporate Social Responsibility:

A View from the Accounting Profession in Malaysia" هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى الوعي والإدراك من قبل المحاسبين المحترفين في ماليزيا للمفاهيم والعناصر والوظائف الأساسية للمسؤولية الإجتماعية للشركات. وقد شملت عينة الدراسة (14) محاسباً محترفاً للحصول على وجهات نظرهم حول مستوى الوعي والإدراك للمسؤولية الإجتماعية. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها أن هناك وعياً وإدراكاً عاماً من قبل المحاسبين المحترفين بالمسؤولية الإجتماعية ومضامينها من مفهوم وعناصر ووظائف أساسية، بالإضافة إلى الحالة الإيجابية باتجاه التأكيد على المسؤولية الإجتماعية للشركات.

- دراسة (Maloni & Brown, 2006) بعنوان "Corporate Social Responsibility in the

Supply Chain: An Application in the Food Industry" هدفت الدراسة إلى تطوير إطار شامل لسلسلة الموردين يعنى بالمسؤولية الإجتماعية الشاملة في مجال صناعة الاغذية لما واجهته هذه الصناعة في الولايات المتحدة الأمريكية من إنتقادات موجهة من قبل أفراد المجتمع. حيث أن الإطار المطور للمسؤولية الإجتماعية إحتوى على مجموعة من المتغيرات تتضمن التجارة العادلة، الصحة العامة، السلامة، حقوق العاملين، حقوق الإنسان، الإدخار، والتكنولوجيا الحيوية بالإضافة إلى البيئة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الإطار المقترح يعتبر داعماً لممارسات صناعة الأغذية في الاستراتيجيات الملائمة وممارساتهم تجاه المسؤولية الإجتماعية.

- دراسة (Murillo & Lozano, 2006) بعنوان "SMEs and CSR: An Approach to CSR in their Own Words"

هدفت الدراسة إلى تحليل الصعوبات التي تواجهها الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في تبني إطار للمسؤولية الاجتماعية من خلال تحليل أربع حالات دراسية للشركات في إسبانيا لفهم الممارسات الاجتماعية والبيئية المؤثرة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم ما زال أمامها فجوة كبيرة في كيفية التعلم وتطبيق المسؤولية الاجتماعية وإيصالها لأصحاب الفئات الداخلية والخارجية والوصول إلى أفضل الممارسات في هذا الإطار وإنعكاسها على المجتمع الخارجي.

- دراسة (Bird, et..al, 2007) بعنوان "What Corporate Social Responsibility Activities are Valued by the Market?"

هدفت الدراسة إلى اختبار مدى العلاقة الفعلية بين نقاط القوة الإيجابية ونقاط الضعف لنشاطات المسؤولية الاجتماعية في الشركات والأداء العادل في الولايات المتحدة الأمريكية. تكونت عينة الدراسة من الشركات المسجلة في السوق المالي الأمريكي للأعوام 1991 — 2003. وقد توصلت الدراسة إلى أن تبني المديرين لكافة توجهات أصحاب المصالح سيؤدي إلى إعاقة تحقيق أهدافهم، وأن توجهات أصحاب المصالح تتغير بمرور الوقت وهذا يؤثر بالنتيجة النهائية على العملاء وعلى علاقات الموظفين وبالتالي الإخفاق في تحقيق الأهداف الشمولية للمسؤولية الاجتماعية.

- دراسة (Berens, et..al, 2007) بعنوان "The CSR – Quality Trade – off: When can Corporate Social Responsibility and Corporate Ability Compensate Each other?"

هدفت الدراسة إلى التحقق تحت أي ظروف تكون المسؤولية الاجتماعية الشاملة معوضة لضعف قدرة

الشركة في مجال الجودة والعكس بالعكس. وقد تم تطبيق الدراسة على 112 طالب جامعي تخصص إدارة الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية. وتوصلت الدراسة إلى أن تعويض ضعف قدرة الشركة يمكن أن يكون من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية الشاملة.

- دراسة (Godfrey, 2007) بعنوان "The Dynamics of Social Responsibility: Processes,

Positions, and Paths in the Oil and Gas industry" هدفت الدراسة إلى إختبار المسارات والمواقف المختلفة المتخذة من قبل الشركات نحو المسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى العمليات. وقد شملت عينة الدراسة (19) شركة في صناعة الغاز والنفط وللفترة الزمنية من 1991 – 2000 في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد تم استخدام الأسلوب الإستكشافي والذي يدمج ما بين التحليل الكمي والنوعي (التحليل العنقودي) كأداة رئيسية لإختبار المسارات والمواقف تجاه المسؤولية الاجتماعية في هذه الصناعات. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من المسارات والمواقف المتخذة من الشركات عينة الدراسة تجاه المسؤولية الاجتماعية بغرض تعزيزها.

- دراسة (Cheah, et..al, 2007) بعنوان "The Corporate Social Responsibility of

Pharmaceutical Product Recalls: An Empirical Examination of U.S. and U.K. Markets"

هدفت الدراسة إلى إختبار الأثر على حملة الأسهم وإلى أي مدى يتم تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية في شركات الأدوية في كل من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة. وقد امتدت الفترة الزمنية من 1998 – 2004. وقد توصلت الدراسة إلى أن حملة الأسهم الأمريكيين يعاقبون الشركات تبعاً للمنتجات المرتجعة. أما حملة الأسهم في المملكة المتحدة فإنهم ينظرون إلى ذلك من خلال

إهتمام الشركات من عدمه بالمسؤولية الاجتماعية وهذه الملاحظة يمكن أن تشكل تحدياً استراتيجياً لشركات الأدوية في كلا البلدين.

- دراسة (Perrini, et..al, 2007) بعنوان **"CSR Strategies of SMEs and Large Firms: Evidence From Italy"**

هدفت الدراسة إلى عمل مقارنة بين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية الشاملة في الشركات صغيرة ومتوسطة الحجم مع الشركات الكبيرة. بالإضافة إلى القيام بتحليل حجم الشركات كعامل مؤثر في الاختيارات المحددة للمسؤولية الاجتماعية الشاملة بالإستناد إلى فئات أصحاب المصالح. وقد تكونت عينة الدراسة من 3680 شركة إيطالية. وتوصلت إلى أن الشركات الكبيرة أكثر توجهاً بتحديد فئات أصحاب المصالح، وتحقيق متطلباتهم من خلال استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية الرسمية والمحددة.

- دراسة (Becchetti, et..al, 2007) بعنوان **"Corporate Social Responsibility and Shareholders Value: An Event Study Analysis"**

هدفت الدراسة إلى القيام بعمل مقارنة من عام 1990 ولغاية عام 2004 للشركات المدرجة في سوق رأس المال وذلك بعد تزايد الفضائح المالية، وخسائر المستثمرين، والضرر بسمعة الشركات مقارنة بالشركات التي تبنت مضامين المسؤولية الاجتماعية الشاملة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها، أن هناك إتجاهاً معنوياً عالياً في عائدات القيمة المطلقة للشركات التي تبنت المسؤولية الاجتماعية الشاملة والعكس صحيح.

6-2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات المحلية السابقة من حيث القطاعات التي تم دراستها وتحليلها والفترة الزمنية التي تم تناولها، وفي أن الدراسة الحالية تناولت المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية. لذلك جاءت مكملة للنقص في الدراسات السابقة. ويمكن توضيح ذلك من خلال ما يلي:

1. الجانب التطبيقي والذي تم على شركات صناعة الأدوية البشرية في المملكة الأردنية الهاشمية.
2. تطبيق نموذج المسؤولية الاجتماعية على شركات أردنية مع إقتراح نموذج خاص بالشركات العربية الملائمة لطبيعة المجتمع وخاصة في بعض المجالات.
3. أخذ وجهة نظر المديرين بما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية ولمدى إدراكهم وقناعاتهم بذلك.
4. ترتيب تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات أصحاب المصالح والكشف عن نمط التبني (اقتصادي، اجتماعي، بيئي).

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

- 1-3 المقدمة
- 2-3 تصميم الدراسة الميدانية
- 3-3 أساليب القياس والاختبار
- 4-3 مجتمع الدراسة وعينها
- 5-3 أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات
- 6-3 اختبار التحقق من ملائمة البيانات للنمذجة الإحصائية

3-1 المقدمة

تُعد المنهجية ، حلقة الربط بين ما هو متحقق من تراكم معرفي نظري ، وتطبيقي ، وبين إمكانية تجسيد ذلك التراكم في حياة منظمات الأعمال ، واقعاً وحاضراً ، ومستقبلاً. ويعتمد تحديد مسارات المنهجية ، على ما يتيسر من ذلك التراكم ، والذي ينبغي أن يخضع للانتقاء والاختبار في المنظمات عامة ، ومنظمات الأعمال المحلية ، والإقليمية ، والقومية ، والعالمية خاصة ، بهدف التحقق من إمكانية إستخدامها في أعمال ونشاطات المنظمة ضمن رؤية حالية ، ومستقبلية.

ومن أجل التحقق من مصداقية الترابط ، والتأثير بين متغيرات الدراسة ، إذ يتوقف نجاح المنظمات بشكل عام على الترابط والتأثير بين نشاطاتها الداخلية والخارجية. ومن أجل تحقيق الإستمرارية في بلوغ مقاصد الدراسة المحددة سلفاً إنطوى الفصل على ثمانية نقاط رئيسة.

2-3 تصميم الدراسة الميدانية

تقوم فكرة تصميم الدراسة على أساس إدراك جوهر مشكلة الدراسة، ومنهج الدراسة وكذلك أنموذجها وفرضياتها، والمهام المنوطة بالدراسة ومنظورها الفكري، وطبيعة الحلول المتوقعة المفسرة للعلاقات والفروقات بين متغيرات الدراسة، وتمحيص ما ذهبت إليه نتائج الدراسات السابقة إتفاقاً وتعميماً، قبولاً ورفضاً.

وهكذا فالتصميم يحاور جوانب تهيء سلامة الاختبار للأنموذج والفرضيات عملياً وسيتم إيضاحها تباعاً.

3-3 أساليب القياس والاختبار

تعد المقاييس أداة تستخدم لنقل التراكم المعرفي في المسؤولية الاجتماعية إلى واقع ملموس، يُستدل به للتحقق مع صحة الأنموذج والفرضيات إثباتاً أو نفيًا، ويستفاد منها في كشف مستوى حركة المتغيرات والتنبؤ باتجاهاتها المستقبلية. وفيما تتنوع أساليب القياس فإن الدراسة الحالية إتبعَت أسلوب القياس المستند على مقياس (Likert, 1961) الخماسي إعتماًداً على مقاييس خضع بعضها للاختبار، وبعضها مطورة بالإسترشاد بمضامين المسؤولية الاجتماعية الرئيسة والفرعية، ويجمع بين الإستعارة الكلية والجزئية لفقرات القياس، والتكيف والتعديل لفقرات أخرى، وكذلك الحذف والإضافة وبما ينسجم مع لغة الصناعات الدوائية.

بُيّنَت الإستبانة لتصف متغيرات الدراسة وتفسيرها في جزئين رئيسيين تتضمن:

1. المتغيرات المستقلة، والمتضمنة كل من تبني المسؤولية تجاه فئات أصحاب المصالح بالإضافة إلى

المتغيرات المنظمية والمعبّر عنها بخصائص الشركات عينة الدراسة.

2. المتغير التابع، والمعبّر عنه بنمط التبني للمسؤولية الاجتماعية (اقتصادي، إجتماعي، بيئي).

وقد تطلب التحقق من الصدق الظاهري للمقياس الإستبانة بنخبة منتقاة من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية المنتمين إلى علوم الإدارة والإدارة الاستراتيجية، والإحصاء، والقياس والتقويم، بقصد الإفادة من خزينهم المعرفي ومنحنى الخبرة الذي أكسبهم سمعة الألمعية في إختصاصاتهم، مما جعل المقياس أكثر دقة وموضوعية في القياس.

وحرص الباحث على أن يُنجز ملء الإستبانة بحضوره لتوضيح أية فقرة قد يتطلب الأمر توضيحها، مما زاد في الإطمئنان إلى صحة النتائج التي تم التوصل إليها، وقد بلغ عدد المحكمين (8)، وبلغت نسبة الإستجابة الكلية (100%)، ينظر الملحق (2).

ونتيجة لما ذكر فقد إستقر الرأي على المقياس بعد إجراء تعديل في فقراته، إضافة وحذفاً، شطراً وجمعاً، تثبيتاً وإعادة صياغة، وصحح المقياس قبل إجتيازه التحكيم لغوياً وبعده.

إسترشاداً بالتنظير الفكري للمسؤولية الاجتماعية، والمتغيرات المنتقاة يمكن بيان المقاييس

الآتية:

1. **مقياس تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة:** هناك طرائق متنوعة في تشخيص ووزن وقياس المسؤولية الاجتماعية. إلا أن المنهج الأكثر معقولية في قياس تبني المسؤولية الاجتماعية هو البحث عن نقاط التقارب والالتقاء في تلك المقاييس، لأن هناك ترابطاً فيما بينها، وسعى الباحث إلى ربط مقاييس المسؤولية الاجتماعية وتركيبها في مقياس واحد. وبالإعتماد على ما أورده بعض الكتاب والباحثين.

وتكون المقياس من (40) فقرة تراوح مدى الإستجابة من (1-5) وبوسط حسابي مقداره (3) وكان المقياس:

أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق إطلاقاً
5	4	3	2	1

وضمت متغيرات تبني المسؤولية الاجتماعية الأساسية المقاييس الآتية:

(التبني تجاه المالكين 5 فقرات، التبني تجاه العاملين 5 فقرات، التبني تجاه المجتمع المحلي 5 فقرات، التبني تجاه البيئة المحيطة 5 فقرات، التبني تجاه المستهلكين 5 فقرات، التبني تجاه الحكومة 5 فقرات، التبني تجاه المنافسين 5 فقرات، التبني تجاه جماعات الضغط 5 فقرات).

والجدول (2) يصف المقاييس التي إعتد بها الباحث في بناء مقياس تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة.

الجدول (2)

المقاييس التي إعتدها الباحث في بناء ميزان تبني المسؤولية الاجتماعية

المقاييس المعتمدة	تبني المسؤولية الاجتماعية
Carroll & Buchholtz (2006); Sims (2003); KPMG (2005); Freeman (1984); Hohnen (2007); Aktüre & Rossmory (2005); Barnea & Rubin (2005). عبد الرحمن (1997)؛ البكري والديوه جي (2001).	1. المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين - تحقيق مردود وعوائد مالية تتناسب وحجم الإستثمارات - تعظيم قيمة أسهم المنظمة - إبراز السمعة والصورة المتميزة للمنظمة - زيادة حجم المبيعات - إعطاء الأولوية لحماية الأصول الملموسة وغير الملموسة
Carroll & Buchholtz (2006); Sims (2003); Freeman (1984). الغالبى والعامري (2005)؛ (2002).	2. المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين - عدالة نظام الرواتب والاجور - توفير فرص التقدم الوظيفي - تدريب وتأهيل العاملين - تحسين ظروف العمل - الشعور بالرضا عن الإجازات الممنوحة
Carroll & Buchholtz (2006); Sims (2003); KPMG (2005); Freeman (1984); Hohnen (2007); Porter (2006); Kotler & Lee (2005);	3. المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي - بناء علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المختلفة - رعاية نشاطات وأحداث محلية منتظمة - توظيف العاملين ذوى الإحتياجات الخاصة - تبادل المعرفة والخبرات مع المؤسسات المحلية والدولية - توعية المجتمع بالسلامة المهنية والبيئية
Redman (2005); Kemp (2001); Aktüre & Rossmory (2005); Zerk (2006).	4. المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة المحيطة - الإهتمام بالحد من التلوث البيئي - الإستخدام الامثل للموارد المتاحة - صيانة الموارد المتاحة - التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عملها - معالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة

Kotler & Lee (2005); KPMG (2005); Zerk (2006); Raynard & Forstater (2002). البكري (2001).	5. المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين ■ تقديم أفضل المنتجات والاهتمام بحاجات المستهلكين ■ تقديم المعلومات بسرعة ■ سياسة تسعيرية تستقطب وتحافظ على المستهلكين ■ الإستجابة بسرعة للتغيرات في إحتياجات المستهلكين ■ توفير الإرشادات حول إستخدام المنتجات
Carroll & Buchholtz (2006); KPMG (2005); Freeman (1984); Zerk (2006); Hamann (2004); Raynard & Forstater (2002).	6. المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة ■ الإلتزام بالتشريعات والقوانين الصادرة عن الحكومة ■ إحترام تكافؤ فرص التوظيف ■ تسديد كافة الإلتزامات الضريبية ■ حل المشاكل الاجتماعية المتعلقة بالقضاء على البطالة ■ بتدريب وإعادة تأهيل الأفراد المبتعثين
Porter (2006); Carroll & Buchholtz (2006); KPMG (2005); Freeman (1984); Sims (2003).	7. المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين ■ إدراك خصائص المنتجات التي يقدمها المنافسين ■ إتباع استراتيجية منافسة عادلة ونزيهة ■ عدم وجود سياسة بإستقطاب العاملين ■ وجود نظام معلومات موثوق حول المنافسين ■ إدراك واضح بموقعها والمركز الذي تحتله بين منافسيها
Carroll & Buchholtz (2006); KPMG (2005); Sims (2003); Freeman (1984). الغالبى والعامري (2005)؛ (2002).	8. المسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط ■ تقديم معلومات دقيقة وموثوقة للصحافة والإعلام ■ العلاقات الجيدة مع مؤسسات حماية المستهلك ■ إحترام الدور الاجتماعي لجماعات حماية البيئة ■ إحترام رأي النقابات العمالية وأدوارها المهنية ■ الرغبة الدائمة بالتعامل مع منظمات الضغط الاجتماعي

أما مقياس نمط التبني فقد تم الإعتماد على المصادر التالية:

Carroll & Buchholtz (2006); KPMG (2005); Sims (2003); Freeman (1984).

وقد تضمن كل نمط سؤالين لتعبر عن نمط التوجه (الإقتصادي، الاجتماعي، البيئي).

2. مقاييس المتغيرات المنظمية:

1.2 رأس مال الشركة: أعطيت البدائل الدرجات الآتية:

أقل من 500000	1000000 – 500000	أكثر من 1000000
1	2	3
الدرجة		

2.2 عدد العاملين في الشركة: تدرجت الاختيارات كما يأتي:

أقل من 100	101 – 200	أكثر من 200
1	2	3
الدرجة		

3.2 عمر الشركة: تدرجت الاختيارات كما يأتي:

5 سنوات فأقل	6 – 10 سنوات	11 سنة فأكثر
1	2	3
الدرجة		

4.2 شكل الملكية: وأخذت الشكل التالي:

شكل الملكية	مساهمة عامة	غير مساهمة
الدرجة	1	2

ومن أجل البرهنة على أن الإستبانة تقيس العوامل المراد قياسها، والتثبت من صدقها، قام الباحث بإجراء اختبار مدى الإتساق الداخلي لفقرات المقياس، حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب **Cronbach Alpha**. حيث أن أسلوب كرونباخ ألفا يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس، إضافة لذلك فإن معامل (**Alpha**) يزود بتقدير جيد للثبات. وللتحقق من ثبات أداة الدراسة بهذه الطريقة، طبقت معادلة (**Cronbach Alpha**) على درجات أفراد عينة الثبات. وعلى الرغم عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم

المناسبة (α) لكن من الناحية التطبيقية يعد ($\alpha \geq 0.60$) معقولاً في البحوث المتعلقة بالإدارة والعلوم الإنسانية. انظر الجدول (3).

الجدول (3)

معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (كرونباخ ألفا)

الرقم	البعد	قيمة (ألفا) α
1	المالكون	69.6
2	العاملون	83.6
3	المجتمع المحلي	73.5
4	البيئة المحيطة	81.2
5	المستهلكون	74.9
6	الحكومة	79.5
7	المنافسون	72.4
8	جماعات الضغط	81
9	الإستبانة ككل	87.4

تبني المسؤولية
الإجتماعية من قبل
الشركة تجاه

وتدل معاملات الثبات هذه على تمتع الأداة بصورة عامة بمعامل ثبات عالي عن قدرة الأداة

على تحقيق أغراض الدراسة.

4-3 مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع منظمات الأعمال الصناعية والمتخصصة في صناعة الأدوية في المملكة الأردنية الهاشمية، وذلك عن طريق استخدام أسلوب المسح الشامل، أما عينة الدراسة فتتمثل بشركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية والتي يتم تداول أسهمها في سوق عمان المالي بالإضافة إلى الشركات التي لا يتم تداول أسهمها في سوق عمان المالي. والجدول رقم (4) يبين أسماء الشركات الصناعية المتخصصة في صناعة الأدوية البشرية في المملكة الأردنية الهاشمية (وزارة الصناعة والتجارة، مكتب السجل التجاري).

جدول (4) أسماء شركات صناعة الأدوية البشرية في المملكة الأردنية الهاشمية

ت	أسم الشركة	ت	أسم الشركة
1	الأردنية لإنتاج الأدوية	14	الدولية للصناعات الدوائية والكيمائية
2	العربية لصناعة الأدوية	15	دار الدواء للتنمية والاستثمار
3	حكمه للاستثمار	16	الشرق الأوسط للصناعات الدوائية
4	الكندي للصناعات الدوائية	17	المركز العربي للصناعات الدوائية
5	الحياة للصناعات الدوائية	18	الرام للصناعات الدوائية
6	نهر الأردن للصناعات الدوائية	19	الشركة المتحدة للصناعات الدوائية
7	الأردنية السويدية للمنتجات الطبية والتعقيم	20	مصنع جرزيب للصناعات الدوائية
8	أدوية الحكمة	21	الثلاثية للصناعات الدوائية
9	فيلادلفيا لصناعة الأدوية	22	عمون للصناعات الدوائية
10	الأردنية لصناعة المحاليل الطبية والمخبرية	23	روحي زيد الكيلاني وشركاه
11	جرش للصناعات الدوائية	24	التقنية للصناعات الدوائية
12	رسل للصناعات الصيدلانية	25	تاج للصناعات الدوائية
13	محمد عليان وشركاه		

المصدر: وزارة التجارة والصناعة، مكتب السجل التجاري.

3-5 أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

وتمثل أدوات جمع البيانات والمعلومات الضرورية للدراسة من منابعها المتعددة وطرائق تحليلها، هي:

أ- جمع البيانات: لغرض الحصول على البيانات والمعلومات لتنفيذ مقاصد الدراسة، أُعتمدت الأدوات الآتية:

1. تم الإعتماد على المعلومات المتعلقة بالجانب النظري من الدراسات، والمقالات، والرسائل الجامعية، والكتب العلمية الاجنبية والعربية المتخصصة بموضوع الدراسة، فضلاً عن الإستفادة من خدمات الإنترنت المتوفرة.

2. الإستبانة، وهي أداة قياس إدراكية صممها الباحث للحصول على البيانات الأولية والثانوية اللازمة لإستكمال الجانب التطبيقي للدراسة، وروعي فيها جعل المستجيب واعياً لهدفها، ومكوناتها، ودقتها، ووضوحها، وتجانسها، ووحدة إتجاه حركة المقياس ونوعه بالشكل والطريقة التي تخدم أهداف وفرضيات الدراسة، وتضمنت أسئلة ذات إختيارات متعددة وأسئلة محددة الإجابة أو مغلقة وقد وقعت الإستبانة في أربعة أجزاء، هي:

(أولاً) بين القسم الأول متغيرات تتعلق بتبني المسؤولية الإجتماعية تجاه فئات أصحاب المصالح وعبر (8) أبعاد رئيسة لقياسها و(40) سؤالاً لكل بعد (5) أسئلة.

(ثانياً) بين القسم الثاني متغيرات تتعلق بالشركات عينة الدراسة من خلال (4) فقرات.

(ثالثاً) تعامل القسم الثالث مع نمط تبني المسؤولية الإجتماعية، متضمناً ثلاثة أنماط. ويعرض الملحق (3) الإستبانة الموصوفة سابقاً.

ب- المعالجات الإحصائية وتحليل البيانات: تختلف أساليب التحليل الإحصائي، من حيث شموليتها،

وعمقها، وتعقيدها باختلاف الهدف من إجراءاتها. وبغية الوصول إلى مؤشرات معتمدة، تدعم أهداف الدراسة، وفرضياتها فقد تم فحص البيانات، وتبويبها، وجدولتها ليسهل التعامل معها بواسطة الكمبيوتر، وتمت إستشارة متخصصين في الجوانب الإحصائية، ومعالجة البيانات لغرض إختبار أنموذج الدراسة وفرضياتها، حيث تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (*SPSS*) لتحليل بيانات الاستبيان والحصول على مخرجات لجميع أسئلة الاستبيان لمعرفة مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان المختلفة:

- إختبار (*Kolmogorov - Smirnov*) للتحقق من التوزيع الطبيعي للبيانات.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإستجابات أفراد عينة الدراسة.
- إختبار (*T*) لعينتين مستقلتين.
- تحليل التباين الأحادي *One Way ANOVA*، وذلك لقياس علاقة المتغيرات المستقلة بالتابعة.
- درجة أو مستوى التبني، والتي تم تحديدها طبقاً للمقياس الآتي:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}}$$

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{1 - 5}{3}$$

وبذلك تكون الدرجة المنخفضة من 1 – أقل من 2.33

والدرجة المتوسطة من 2.33 – 3.66

والدرجة المرتفعة من 3.67 – 5

3-6 اختبار التحقق من ملاءمة البيانات للتحليل الإحصائي

لإغراض التحقق من موضوعية نتائج الدراسة فقد تم إجراء اختبار (Kolmogorov - Smirnov)، وذلك للتحقق من خلو بيانات الدراسة من المشاكل الإحصائية التي قد تؤثر سلباً على نتائج اختبار فرضيات الدراسة، ويشترط هذا الاختبار توفر التوزيع الطبيعي في البيانات. وبعبارة أخرى، فإن ذلك ينشأ ارتباطاً مزيفاً بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، وبالتالي يفقد الارتباط قدرته على تفسير الظاهرة محل البحث أو التنبؤ بها، وكما هو موضح بالجدول (5).

جدول (5)

التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

الرقم	المتغير	Kolmogorov – Smirnov	Sig. *	النتيجة
1	المالكون	3.593	0.139	يتبع التوزيع الطبيعي
2	العاملون	2.431	0.062	يتبع التوزيع الطبيعي
3	المجتمع المحلي	2.512	0.079	يتبع التوزيع الطبيعي
4	البيئة المحيطة	2.933	0.116	يتبع التوزيع الطبيعي
5	المستهلكون	2.987	0.092	يتبع التوزيع الطبيعي
6	الحكومة	2.718	0.058	يتبع التوزيع الطبيعي
7	المنافسون	3.040	0.069	يتبع التوزيع الطبيعي
8	جماعات الضغط	2.806	0.087	يتبع التوزيع الطبيعي

* يكون التوزيع طبيعياً إذا كان مستوى الدلالة < 0.05 .

وبالنظر إلى الجدول أعلاه وعند مستوى دلالة (0.05) فأكثر فإنه يتبين أن توزيع المتغيرات جميعها. حيث كانت نسب التوزيع الطبيعي لكل الإجابات أكبر من (0.05) وهو المستوى المعتمد في المعالجة الإحصائية لهذه الدراسة.

الفصل الرابع

مناقشة نتائج التحليل الإحصائي واختبار

الفرضيات

1-4 المقدمة

2-4 وصف خصائص عينة الدراسة

3-4 الإجابة عن أسئلة الدراسة

4-4 اختبار فرضيات الدراسة

1-4 المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج استخدام بعض الأساليب الإحصائية الوصفية التي أفرزتها الإستبانة، من خلال تحليل آراء المديرين في الشركات عينة الدراسة حول واقع تبني المسؤولية الاجتماعية بكل متغيراتها الرئيسة والفرعية ونمط التبني، وأستخدمت لهذا الغرض جداول التوزيع التكراري والنسب المئوية والأوساط الحسابية لتقدير المستويات، والانحرافات المعيارية. وقد تم عرض النتائج عبر ثلاثة محاور رئيسة تغطي متغيرات الدراسة، وفقاً للآتي:

(2-4) وصف عينة الدراسة

(3-4) الإجابة عن أسئلة الدراسة

(4-4) اختبار فرضيات الدراسة

2-4 وصف عينة الدراسة

في هذه الفقرة سيتم عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمتغيرات المنظمية للشركات عينة الدراسة من حيث رأس مال الشركة، وعدد العاملين في الشركة، وعمر الشركة، وشكل الملكية. ويظهر الجدول (6) تلك المتغيرات.

جدول (6)

وصف المتغيرات المنظمية للشركات عينة الدراسة

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
1	رأس مال الشركة	أقل من 500000 ألف دينار	18	8.5
		500000 – 1000000 مليون دينار	50	23.6
		أكثر من 1000000	144	67.9
2	عدد العاملين في الشركة	أقل من 100	78	36.4
		101 – 200	13	6.1
		أكثر من 200	123	57.5
3	عمر الشركة	5 سنوات فأقل	15	7
		6 – 10 سنوات	11	5.1
		11 سنة فأكثر	188	87.9
4	شكل الملكية	مساهمة عامة	179	83.6
		غير مساهمة	35	16.4

يبين الجدول (6) أن ما نسبته (67.9%) من الشركات يزيد رأس مالها عن 1000000 دينار، فيما شكلت الشركات التي يتراوح رأس مالها بين 500000 – 1000000 ما نسبته (23.6%)، وأخيراً، تبين أن الشركات التي يقل رأس مالها عن 500000 كانت نسبتها (8.5%) من إجمالي الشركات عينة

الدراسة. أما متغير عدد العاملين فقد تبين أن ما نسبته (57.5%) يعود للشركات التي يتجاوز عدد عامليها 200 عامل، وأن (36.4%) هي من الشركات التي يقل عدد العاملين فيها عن 100 عامل، وقد شكل ما نسبته (6.1%) للشركات التي يتراوح عدد العاملين فيها من 101 – 200 عامل. وأخيراً، ما يتعلق بعمر الشركات عينة الدراسة يبين الجدول (6) ذلك. ويتضح أن متغير شكل الملكية، بين أن ما نسبته (83.6%) من إجمالي الشركات عينة الدراسة هي من الشركات المساهمة العامة، وأن (16.4%) هي من الشركات الغير مساهمة.

3-4 الإجابة عن أسئلة الدراسة

السؤال الأول: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه كل من (المالكين، العاملين، المجتمع المحلي، البيئة، المستهلكين، الحكومة، المنافسين، جماعات الضغط) ؟. للإجابة على هذا السؤال قام الباحث بتجزئته إلى مجموعه من الأسئلة الفرعية:

السؤال الفرعي الأول: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه المالكين ؟
للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (7).

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المالكين

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه المالكين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	تسعى إدارة المنظمة إلى تحقيق مردود وعوائد مالية تتناسب وحجم الإستثمارات	4.36	0.63	2	مرتفع
2	تهتم إدارة المنظمة بتعظيم قيمة أسهمها والمنظمة ككل	4.31	0.72	3	مرتفع
3	تعمل المنظمة جاهدة على إبراز السمعة والصورة المتميزة في مجال عملها	4.36	0.67	2	مرتفع
4	تسعى إدارة المنظمة إلى زيادة حجم المبيعات وبالتالي تحقيق عوائد مالية عالية	4.39	0.62	1	مرتفع
5	تقوم إدارة المنظمة بإعطاء الأولوية لحماية والمحافظة على أصولها الملموسة وغير الملموسة	4.18	0.72	4	مرتفع
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		4.32	0.67		

واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية

يشير الجدول رقم (7) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تسعى إدارة المنظمة إلى زيادة حجم المبيعات" بمتوسط حسابي بلغ (4.39) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (4.32)، وانحراف معياري بلغ (0.62)، فيما حصلت الفقرتين "تحقيق مردود وعوائد مالية تتناسب وحجم الإستثمارات، إبراز السمعة والصورة المتميزة في مجال العمل" على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.36) لكل منها وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.32) وانحراف معياري (0.63 ؛ 0.67) على التوالي. وحصلت فقرة "الإهتمام بتعظيم قيمة الأسهم والمنظمة ككل" على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.31) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.32) وانحراف معياري (0.72). وأخيراً، جاءت فقرة "تعطى المنظمة الأولوية لحماية والمحافظة على أصولها الملموسة وغير الملموسة" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (4.18) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.32) وانحراف معياري (0.72).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين، تبين أن هناك تبني وبدرجة عالية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين لمجموعة من الفقرات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفقرات.

السؤال الفرعي الثاني: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات

صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه العاملين؟

للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (8).

جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه العاملين

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه العاملين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	نظام الرواتب والأجور عادل ويوازي الجهود المبذولة من قبل العاملين	3.72	1.05	4	مرتفع
2	توفر المنظمة فرصاً كثيرة للتقدم في مختلف المجالات الوظيفية	3.82	0.77	2	مرتفع
3	تولي المنظمة اهتماماً بتدريب وتأهيل العاملين	3.88	0.88	1	مرتفع
4	تسعى إدارة المنظمة إلى تحسين ظروف العمل للعاملين المادية والخدمية	3.70	0.78	5	مرتفع
5	هناك شعور بالرضا عن الإجازات المدفوعة التي تمنحها إدارة المنظمة	3.74	0.89	3	مرتفع
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		3.77	0.87		

يشير الجدول رقم (8) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني

المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تولي المنظمة اهتماماً بتدريب

وتأهيل العاملين" بمتوسط حسابي بلغ (3.88) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.77)،

وانحراف معياري بلغ (0.88)، فيما حصلت فقرة "توفر المنظمة فرص كثيرة للتقدم في مختلف المجالات

الوظيفية" على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.82) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي

والبالغ (3.77) وانحراف معياري (0.77). وحصلت فقرة "هناك شعور بالرضا عن الإجازات المدفوعة التي تمنحها إدارة المنظمة" على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (3.74) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.77) وانحراف معياري (0.89). وجاءت فقرة "نظام الرواتب والأجور عادل ويوازي الجهود المبذولة من قبل العاملين" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.72) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.77) وانحراف معياري (1.05). وأخيراً، جاءت فقرة "تسعى إدارة المنظمة إلى تحسين ظروف العمل للعاملين المادية والخدمية" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.70) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.77) وانحراف معياري (0.78).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، تبين أن هناك تبني وبدرجة عالية للمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين لمجموعة من الفقرات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفقرات.

السؤال الفرعي الثالث: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات

صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه المجتمع المحلي؟

للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (9).

جدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المجتمع المحلي

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه المجتمع المحلي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	تسعى المنظمة إلى بناء علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المختلفة	4.01	0.52	1	مرتفع
2	تقوم المنظمة برعاية نشاطات وأحداث محلية منتظمة	3.80	0.79	2	مرتفع
3	تعمل المنظمة على توظيف العاملين ذوي الاحتياجات الخاصة وزيادة مهاراتهم في العمل	3.14	1.05	5	متوسط
4	تسعى المنظمة لتبادل المعرفة والخبرات مع المؤسسات المحلية والدولية	3.72	0.88	3	مرتفع
5	تسعى المنظمة إلى توعية المجتمع بالمواضيع المتعلقة بالسلامة المهنية والبيئية	3.68	0.86	4	مرتفع
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		3.67	0.82		

يشير الجدول رقم (9) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني

المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تسعى المنظمة إلى بناء

علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المختلفة" بمتوسط حسابي بلغ (4.01) وهو أعلى من المتوسط

الحسابي العام والبالغ (3.67)، وانحراف معياري بلغ (0.52)، فيما حصلت فقرة "تقوم المنظمة برعاية

نشاطات وأحداث محلية منتظمة" على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.80) وهو أعلى من المتوسط

الحسابي الكلي والبالغ (3.67) وانحراف معياري (0.79). وحصلت فقرة "تسعى المنظمة لتبادل المعرفة والخبرات مع المؤسسات المحلية والدولية" على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (3.72) وهي أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.67) وانحراف معياري (0.88). وجاءت فقرة "تسعى المنظمة إلى توعية المجتمع بالمواضيع المتعلقة بالسلامة المهنية والبيئية" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.68) وهي أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.67) وانحراف معياري (0.86). وأخيراً، جاءت فقرة "تعمل المنظمة على توظيف العاملين ذوي الإحتياجات الخاصة وزيادة مهاراتهم في العمل" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.14) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.67) وانحراف معياري (1.05)، وهذا يدل على أن الشركات عينة الدراسة لا تولي إهتماماً بتوظيف العاملين ذوي الإحتياجات الخاصة والعمل على زيادة مهاراتهم.

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع المحلي، تبين أن هناك تبني وبدرجة عالية للمسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع المحلي لمجموعة من الفقرات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفقرات.

السؤال الفرعي الرابع: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات

صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه البيئة المحيطة ؟

للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (10).

جدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه البيئة المحيطة

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه البيئة المحيطة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	تهتم المنظمة بالحد من التلوث البيئي بمكوناته (المياه ؛ الهواء ؛ التربة)	3.96	0.76	1	مرتفع
2	تسعى المنظمة للإستخدام الأمثل للموارد المتاحة وخصوصاً غير المتجددة	3.89	0.71	3	مرتفع
3	تستفيد المنظمة من تطوير الموارد المتاحة وصيانتها	3.92	0.67	2	مرتفع
4	من الأهداف التي تسعى المنظمة لها التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عملها	3.64	0.81	5	متوسط
5	لدى المنظمة وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها	3.72	0.81	4	مرتفع
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		3.83	0.75		

يشير الجدول رقم (10) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني

المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة المحيطة. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تهتم المنظمة بالحد من

التلوث البيئي بمكوناته (المياه ؛ الهواء ؛ التربة)" بمتوسط حسابي بلغ (3.96) وهو أعلى من المتوسط

الحسابي العام والبالغ (3.83)، وانحراف معياري بلغ (0.76)، فيما حصلت فقرة "تستفيد المنظمة من

تطوير الموارد المتاحة وصيانتها " على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.92) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.83) وانحراف معياري (0.67). وحصلت فقرة **"تسعى المنظمة للإستخدام الأمثل للموارد المتاحة وخصوصاً غير المتجددة"** على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (3.89) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.83) وإنحراف معياري (0.71). وجاءت فقرة **"لدى المنظمة وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها"** بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.72) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.83) وأنحراف معياري (0.81). وأخيراً، جاءت فقرة **"من الأهداف التي تسعى المنظمة لها التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عملها"** بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.64) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.83) وإنحراف معياري (0.81).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة المحيطة، تبين أن هناك تبني وبدرجة عالية للمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة المحيطة لمجموعة من الفقرات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفقرات.

السؤال الفرعي الخامس: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات

صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه المستهلكين؟

للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (11).

جدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المستهلكين

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه المستهلكين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	تسعى المنظمة لتقديم أفضل المنتجات والعناية والاهتمام بحاجات المستهلكين	4.25	0.58	1	مرتفع
2	تقوم المنظمة بتقديم المعلومات بسرعة واشعار المستهلكين بالخدمات الجديدة في حينها	4.18	0.65	2	مرتفع
3	تتبع المنظمة سياسة تسعيرية تستقطب وتحافظ على المستهلكين وبناء جسور الثقة والولاء	3.93	0.82	3	مرتفع
4	تستجيب المنظمة بشكل مرن وسريع للتغيرات في إحتياجات المستهلكين	3.85	0.86	4	مرتفع
5	توفر المنظمة الإرشادات حول إستخدام المنتجات وسبل التخلص منها ومن بقاياها	3.83	0.92	5	مرتفع
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		4.01	0.77		

يشير الجدول رقم (11) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني

المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تسعى المنظمة لتقديم أفضل

المنتجات والعناية والاهتمام بحاجات المستهلكين" بمتوسط حسابي بلغ (4.25) وهو أعلى من المتوسط

الحسابي العام والبالغ (4.01)، وانحراف معياري بلغ (0.58)، فيما حصلت فقرة "تقوم المنظمة بتقديم

المعلومات بسرعة وأشعار المستهلكين بالخدمات الجديدة في حينها" على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.18) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.01) وإنحراف معياري (0.65). وحصلت فقرة "تتبع المنظمة سياسة تسعيرية تستقطب وتحافظ على المستهلكين وبناء جسور الثقة والولاء" على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (3.93) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.01) وإنحراف معياري (0.82). وجاءت فقرة "تستجيب المنظمة بشكل مرن وسريع للتغيرات في احتياجات المستهلكين" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.85) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.01) وأنحراف معياري (0.86). وأخيراً، جاءت فقرة "توفر المنظمة الإرشادات حول استخدام المنتجات وسبل التخلص منها ومن بقاياها" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.83) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.01) وإنحراف معياري (0.92).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين، تبين أن هناك تبني ودرجة عالية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين لمجموعة من الفئات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفئات.

السؤال الفرعي السادس: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات

صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه الحكومة؟

للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (12).

جدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه الحكومة

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه الحكومة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	تلتزم المنظمة بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة عن الحكومة	4.43	0.66	1	مرتفع
2	هناك توجه من قبل المنظمة نحو إحترام تكافؤ فرص التوظيف	4.10	0.88	3	مرتفع
3	تعطى المنظمة أولوية نحو تسديد كافة الإلتزامات الضريبية والرسوم المقررة وعدم التهرب منها	4.12	0.81	2	مرتفع
4	تساهم المنظمة في حل المشاكل الاجتماعية المتعلقة بالقضاء على البطالة	3.79	0.99	5	مرتفع
5	تقوم المنظمة بتدريب وإعادة تأهيل الأفراد المبتعثين من قبل القطاعين العام والخاص	3.88	0.93	4	مرتفع
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		4.07	0.86		

يشير الجدول رقم (12) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني

المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تلتزم المنظمة بالتشريعات

والقوانين والتوجهات الصادرة عن الحكومة" بمتوسط حسابي بلغ (4.43) وهو أعلى من المتوسط الحسابي

العام والبالغ (4.07)، وانحراف معياري بلغ (0.66)، فيما حصلت فقرة "تعطى المنظمة أولوية نحو

تسديد كافة الإلتزامات الضريبية والرسوم المقررة وعدم التهرب منها " على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.12) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.07) وإنحراف معياري (0.81). وحصلت فقرة **"هناك توجه من قبل المنظمة نحو احترام تكافؤ فرص التوظيف"** على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.10) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.07) وإنحراف معياري (0.88). وجاءت فقرة **"تقوم المنظمة بتدريب وإعادة تأهيل الأفراد المبتعثين من قبل القطاعين العام والخاص"** بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.88) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.07) وأنحراف معياري (0.93). وأخيراً، جاءت فقرة **"تساهم المنظمة في حل المشاكل الإجتماعية المتعلقة بالقضاء على البطالة"** بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.79) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.07) وإنحراف معياري (0.99).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الإجتماعية تجاه الحكومة، تبين أن هناك تبني وبدرجة عالية للمسؤولية الإجتماعية تجاه الحكومة لمجموعة من الفقرات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفقرات.

السؤال الفرعي السابع: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات

صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية المنافسين؟

للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (13).

جدول (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه المنافسين

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه المنافسين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	تدرك المنظمة خصائص المنتجات التي يقدمها منافسيها	4.13	0.61	1	مرتفع
2	تتبع المنظمة استراتيجية منافسة عادلة ونزيهة	4.11	0.51	2	مرتفع
3	ليس لدى المنظمة سياسة بإستقطاب العاملين من الأفراد في المنظمات المنافسة	3.85	0.69	4	مرتفع
4	لدى المنظمة نظام معلومات موثوق حول المنافسين والفرص والتهديدات التي تواجهها	3.81	0.75	5	مرتفع
5	لدى المنظمة إدراك واضح بموقعها والمركز الذي تحتله بين منافسيها	4.04	0.65	3	مرتفع
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		3.99	0.64		

يشير الجدول رقم (13) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني

المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تدرك المنظمة خصائص

المنتجات التي يقدمها منافسيها" بمتوسط حسابي بلغ (4.13) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام

والبالغ (3.99)، وانحراف معياري بلغ (0.61)، فيما حصلت فقرة "تتبع المنظمة استراتيجية منافسة

عادلة ونزيهة" على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.11) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي

والبالغ (3.99) وإنحراف معياري (0.51). وحصلت فقرة "لدى المنظمة إدراك واضح بموقعها والمركز الذي تحتله بين منافسيها" على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.04) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.99) وإنحراف معياري (0.65). وجاءت فقرة "ليس لدى المنظمة سياسة باستقطاب العاملين من الأفراد في المنظمات المنافسة" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.85) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.99) وأنحراف معياري (0.69). وأخيراً، جاءت فقرة "لدى المنظمة نظام معلومات موثوق حول المنافسين والفرص والتهديدات التي تواجهها" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.81) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.99) وإنحراف معياري (0.75).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين، تبين أن هناك تبني ودرجة عالية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسين لمجموعة من الفقرات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفقرات.

السؤال الفرعي الثامن: ما واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية في شركات

صناعة الأدوية البشرية الأردنية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية تجاه جماعات الضغط؟

للإجابة على هذا السؤال إستعان الباحث بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية، وأهمية الفقرة ومستوى التبني، كما هو موضح بالجدول (14).

جدول (14)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التبني تجاه جماعات الضغط

الرقم	تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه جماعات الضغط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التبني
1	تقوم المنظمة بتقديم معلومات دقيقة وموثوقة للصحافة والإعلام حول طبيعة عملها وأنشطتها	4.02	0.78	1	مرتفع
2	لدى المنظمة علاقات جيدة ووطيدة مع المنظمات المختصة بحماية المستهلك	3.79	0.70	4	مرتفع
3	تحتزم المنظمة وتقدر الدور الاجتماعي والأنشطة التي تلعبها جماعات حماية البيئة	3.98	0.81	2	مرتفع
4	نحترم رأي النقابات العمالية وأدوارها المهنية	3.95	0.73	3	مرتفع
5	لدى المنظمة الرغبة الدائمة والمستمرة بالتعامل الموثوق والجيد مع منظمات الضغط الاجتماعي	3.65	0.91	5	متوسط
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام		3.88	0.79		

يشير الجدول رقم (14) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتبني

المسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تقوم المنظمة بتقديم

معلومات دقيقة وموثوقة للصحافة والإعلام حول طبيعة عملها وأنشطتها" بمتوسط حسابي بلغ (4.02) وهو

أعلى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.88)، وانحراف معياري بلغ (0.78)، فيما حصلت فقرة

"تحتزم المنظمة وتقدر الدور الاجتماعي والأنشطة التي تلعبها جماعات حماية البيئة" على المرتبة الثانية

بمتوسط حسابي (3.98) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.88) وإنحراف معياري (0.81). وحصلت فقرة "نحترم رأي النقابات العمالية وأدوارها المهنية" على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (3.95) وهو أعلى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.88) وإنحراف معياري (0.73). وجاءت فقرة "لدى المنظمة علاقات جيدة ووطيدة مع المنظمات المختصة بحماية المستهلك" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.79) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.88) وأنحراف معياري (0.70). وأخيراً، جاءت فقرة "لدى المنظمة الرغبة الدائمة والمستمرة بالتعامل الموثوق والجيد مع منظمات الضغط الاجتماعي" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.65) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.88) وإنحراف معياري (0.91).

بناءً على إجابات أفراد عينة الدراسة حول تبني مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية عينة الدراسة المسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط، تبين أن هناك تبنيًا ودرجة عالية للمسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط لمجموعة من الفقرات وكما هو موضح سابقاً، فيما هناك عدم تبني لبعض الفقرات.

إن الإجابة على واقع التبني للمسؤولية الاجتماعية يمكن تلخيصه بالجدول (15).

جدول (15)

واقع تبني للمسؤولية الاجتماعية في شركات صناعة الأدوية البشرية في المملكة الأردنية الهاشمية

ترتيب أهمية التبني	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	واقع تبني للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المديرين تجاه:
1	0.67	4.32	المالكون
2	0.86	4.07	الحكومة
3	0.77	4.01	المستهلكون
4	0.64	3.99	المنافسون
5	0.79	3.88	جماعات الضغط
6	0.75	3.83	البيئة المحيطة
7	0.87	3.77	العاملين
8	0.82	3.67	المجتمع المحلي

ولاستكمال الإجابة على أسئلة الدراسة، فقد عمل الباحث على وضع مؤشرات تعكس أنماط

التبني للمسؤولية الاجتماعية، ولكل نمط مؤشرين. والجدول (16) يعرض نتائج تلك المؤشرات.

جدول (16)
أنماط التبني للمسؤولية الاجتماعية

الرقم	أنماط تبني المسؤولية الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	زيادة الأرباح المتحققة فقط المؤدي إلى استمرار العمل هو المقصود بالمسؤولية الاقتصادية	4.45	0.58
2	الاستناد إلى مبادئ المنافسة الحرة وتحقيق الأرباح يعبر عنها بالمسؤولية الاقتصادية	4.25	0.58
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لنمط المسؤولية الاقتصادية			
3	قيام الشركات على تحقيق سعادة ورفاهية المجتمع بكل السبل تمثل المسؤولية الاجتماعية	4.01	0.52
4	إلتزام وتعهد الشركات بالعمل على وفق مصالح وطلبات المجتمع يتمثل بمسؤوليتها الاجتماعية	3.90	0.82
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لنمط المسؤولية الاجتماعية			
5	تهدف الشركات المحافظة على البيئة كجزء من مسؤوليتها البيئية	3.68	0.86
6	المساهمة في دعم جمعيات حماية البيئة والأخذ بمبدأ التشجير يعبر عن المسؤولية البيئية للشركة	3.63	0.92
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لنمط المسؤولية البيئية			
		3.66	0.89

يبين الجدول (16) أنماط المسؤولية الاجتماعية المعتمدة في الدراسة، وهي النمط الإقتصادي، والنمط الاجتماعي، والنمط البيئي، حيث بينت نتائج التحليل ومن خلال إستجابات عينة الدراسة أن النمط الإقتصادي هو النمط الأكثر تبنيًا بقيمة بلغت (4.35)، يليه النمط الاجتماعي بمتوسط حسابي بلغ (3.96)، وأخيراً، النمط البيئي المتبنى بمتوسط حسابي بلغ (3.66).

4-4 اختبار فرضيات الدراسة

سيعمل الباحث في هذا الجانب على اختبار فرضيات الدراسة الفرعية، حيث تتركز مهمة هذه الفقرة حول إختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الارتباط أو التأثير من خلال إستخدام إختبار الانحدار البسيط وإختبار **F** وإختبار **T** لعينتين مستقلتين، وذلك كما يلي:

أولاً: فرضية الارتباط **Correlation Hypothesis**

H01: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الإجتماعية ونمط التبني لها عند مستوى معنوية معنوية (0.05). ويتفرع عنها الفرضيات التالية:

لإختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى ثلاثة فرضيات فرعية، وتم استخدام أسلوب تحليل الانحدار البسيط لإختبار كل فرضية فرعية على حدى، وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى (H01-1): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الإجتماعية ونمط المسؤولية الإقتصادي عند مستوى معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضية إستخدم تحليل الانحدار البسيط **Sample Regression** للتحقق من وجود علاقة بين تبني المسؤولية الإجتماعية ونمط المسؤولية الإقتصادي، وكما هو موضح في الجدول (17).

جدول (17)

تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الإقتصادي

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الإقتصادي	0.704	0.496	208.226	1.255	0.000

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

يوضح الجدول (17) العلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية والنمط الإقتصادي للمسؤولية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية والنمط الإقتصادي للمسؤولية، إذا بلغ معامل الارتباط (0.704) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبمعامل تحديد بلغ (0.496)، أي أن ما قيمته (0.496) من التغيرات في النمط الإقتصادي للمسؤولية ناتج عن التغير في تبني المسؤولية الاجتماعية، كما بلغت قيمة درجة التأثير (1.255)، وهذا يعني أن الزيادة بقيمة واحدة في تبني المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى زيادة في النمط الإقتصادي للمسؤولية بقيمة (1.255). وتؤكد معنوية هذه العلاقة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (208.226) وهي دالة عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ ، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

**وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الإقتصادي
عند مستوى معنوية (0.05)**

إن تفسير هذه النتيجة يعود إلى أن شركات صناعة الأدوية الأردنية تنتهج النمط الإقتصادي كتعظيم أرباح المالكين وتحقيق طموحاتهم المرتكزة على زيادة المبيعات والحصة السوقية وبالتالي تحقيق الأرباح بما ينتج عنه الإهتمام بالنمط الإقتصادي. وهذا منطقي حيث أن شركات الادوية تهدف بالأساس إلى تحقيق أرباح للوفاء بالإلتزامات تجاه فئات أصحاب المصلحة (المالكون، والحكومة، والمستهلكون، والمنافسون، وجماعات الضغط، والبيئة المحيطة، والعاملون، والمجتمع المحلي) مما يجعلها تنحو منحى النمط الإقتصادي. حيث أن عدم تحقق الإتجاه نحو النمط الإقتصادي يعرقل التوجه نحو الانماط الأخرى.

الفرضية الفرعية الثانية (H01-2) : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاجتماعية عند مستوى معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضية إستخدم تحليل الانحدار البسيط *Sample Regression* للتحقق من وجود علاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاجتماعية، وكما هو موضح في الجدول (18).

جدول (18)

تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاجتماعية

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاجتماعي	0.600	0.360	119.103	0.807	0.000

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

يوضح الجدول (18) العلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية والنمط الاجتماعي للمسؤولية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية والنمط الاجتماعي للمسؤولية، إذا بلغ معامل الارتباط (0.600) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبمعامل تحديد بلغ (0.360)، أي أن ما قيمته (0.360) من التغيرات في النمط الاجتماعي للمسؤولية ناتج عن التغير في تبني المسؤولية الاجتماعية، كما بلغت قيمة درجة التأثير (0.807)، وهذا يعنى أن الزيادة بقيمة واحدة في تبني المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى زيادة في النمط

الإجتماعي للمسؤولية بقيمة (0.807). وتؤكد معنوية هذه العلاقة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (119.103) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الإجتماعي عند مستوى معنوية (0.05)

وهذا يعود إلى أن النمط الإجتماعي للمسؤولية يتأتى نتيجة تحقيق الاهداف المالية، وهذا يعكس بدوره أن الإهتمام بالنمط الإجتماعي من خلال تحقيق رفاهية المجتمع ومصالحه يتطلب أولاً تحقيق أرباح ومن ثم الإنتقال نحو التوجهات الإجتماعية. وهذا منطقي حيث أن التركيز الإقتصادي ينتج عنه إمكانيات أكبر في رفاهية ومصلحة المجتمع.

الفرضية الفرعية الثالثة (H01-3) : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية البيئي عند مستوى معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضية إستخدم تحليل الانحدار البسيط *Sample Regression* للتحقق من وجود علاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية البيئي، وكما هو موضح في الجدول (19).

جدول (19)

تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية البيئي

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية البيئي	0.491	0.242	67.509	0.563	0.000

* يكون الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

يوضح الجدول (19) العلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية والنمط البيئي للمسؤولية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية والنمط البيئي للمسؤولية، إذا بلغ معامل الارتباط (0.491) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبمعامل تحديد بلغ (0.242)، أي أن ما قيمته (0.242) من التغيرات في النمط البيئي للمسؤولية ناتج عن التغير في تبني المسؤولية الاجتماعية، كما بلغت قيمة درجة التأثير (0.563)، وهذا يعني أن الزيادة بقيمة واحدة في تبني المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى زيادة في النمط البيئي للمسؤولية بقيمة

(0.563). وتؤكد معنوية هذه العلاقة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (67.509) وهي دالة عند مستوى

($0.05 \geq \alpha$)، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية البيئي عند مستوى معنوية (0.05)

إن تبني النمط البيئي للمسؤولية يأتي بالمرتبة الثالثة من أنماط التبني وذلك أن الشركات تهتم بالنمط البيئي والمتمثل في المحافظة على البيئة ودعم جمعيات حماية البيئة. حيث أن الاهتمام بهذا النمط يمكن تفسيره من خلال قيام الشركات عينة الدراسة بالاهتمام بالنمط الإقتصادي أولاً، يليه الاهتمام بالنمط الاجتماعي تبعاً بالانتقال إلى الاهتمام بالنمط البيئي. وهذا منطقي حيث ان التوجه الإقتصادي يتولد عنه المساهمة في رفاهية المجتمع ومن بعده التوجه نحو المحافظة على البيئة والتبني للنمط البيئي ودعم ما يحققها.

ثانياً: فرضية التأثير Impact Hypothesis

H01: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المنظمية على نمط تبني المسؤولية عند مستوى

معنوية معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى أربعة فرضيات فرعية، يتفرع من كل منها ثلاثة أخرى، وتم استخدام إختبار F وإختبار T لعينتين مستقلتين لإختبار كل فرضية على حدى، وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى (H01-1): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على نمط تبني المسؤولية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها:

الفرضية الفرعية (H01-1-1): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الاقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-1-2): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الاجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-1-3): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضيات إستخدم إختبار **F (One Way ANOVA)** للتحقق من وجود تأثير لرأس

مال الشركة على الأنماط الثلاث للمسؤولية، وكما هو موضح في الجدول (20).

جدول (20)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير رأس مال الشركة

أكثر من 1000000		1000000 — 500000		أقل 500000		رأس مال الشركة
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النمط الإقتصادي للمسؤولية
0.44	4.32	0.51	4.42	0.47	4.38	

أكثر من 1000000		1000000 — 500000		أقل 500000		رأس مال الشركة
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النمط الإجتماعي للمسؤولية
0.46	3.90	0.60	4.28	0.62	3.58	

أكثر من 1000000		1000000 — 500000		أقل 500000		رأس مال الشركة
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النمط البيئي للمسؤولية
0.62	3.66	0.82	3.91	0.74	2.97	

يتضح من الجدول (20) أن أعلى المتوسطات الحسابية للنمط الإقتصادي للمسؤولية كانت

لدى الشركات التي يزيد رأس مالها عن 1000000. وبالنسبة للنمط الإجتماعي كان للشركات التي

يتراوح رأسمالها من 500000 — 1000000، أما بالنسبة للنمط البيئي كان أيضاً للشركات التي يتراوح

رأسمالها من 500000 — 1000000 ولمعرفة دلالة هذا التأثير حسب رأس مال الشركة، تم إجراء إختبار تحليل التباين الأحادي **One Way ANOVA** والجدول (21) يبين ذلك.

جدول (21)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب رأس مال الشركة

مصدر التباين	مجموع المربعات SOS	متوسط مجموع المربعات MS	درجات الحرية DF	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.*
النمط الإقتصادي للمسؤولية	بين المجموعات	0.323	2	0.749	0.474
داخل المجموعات	45.039	0.215	209		
المجموع	45.362		211		
النمط الإجتماعي للمسؤولية	بين المجموعات	0.069	2	15.809	0.000
داخل المجموعات	46.146	0.219	211		
المجموع	46.215		213		
النمط البيئي للمسؤولية	بين المجموعات	0.069	2	12.487	0.000
داخل المجموعات	46.146	0.219	211		
المجموع	46.215		213		

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (21) أن هناك تأثيراً دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في أنماط المسؤولية الإجتماعي والبيئي تعزى لرأس مال الشركة حيث كانت قيمة المَختبر الإحصائي (F) دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (15.809) ، (12.487) على التوالي. وعدم وجود تأثير دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في نمط المسؤولية الإقتصادي يعزى لرأس مال الشركة حيث كانت قيمة المَختبر الإحصائي (F) غير دالة

عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (0.749) ، وعليه ترفض الفرضيات العدمية (الصفرية) المتعلقة بكل من النمط الاجتماعي والبيئي وتقبل الفرضيات البديلة، وتقبل الفرضية العدمية للنمط الإقتصادي والتي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الاجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

لا يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الإقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

ولمعرفة مصدر هذا التأثير فقد أستخدم إختبار **Scheffee** للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية، للكشف إلى أي مستوى من مستويات رأس مال الشركة يعود هذا التأثير. وقد تبين وكما هو موضح بالجدول (22) أن هناك تأثيراً دال إحصائياً بين الشركات التي رأس مالها أقل من 500 ألف والتي يبلغ رأس مالها من 500 ألف إلى مليون بقيمة بلغت (0.6966) وذلك لصالح الشركات التي يبلغ رأس مالها من 500 ألف إلى مليون، وأن هناك تأثير دال إحصائياً بين الشركات التي رأس مالها يتراوح من 500 ألف إلى مليون والشركات التي يزيد رأس مالها عن مليون دينار بقيمة بلغت (0.3841) وذلك لصالح الشركات التي يتراوح رأس مالها بين 500 ألف إلى مليون.

ويعزى الباحث تفسير هذا التأثير لصالح الشركات التي رأس مالها يتراوح بين 500 ألف إلى مليون، حيث أن هذه الشركات تسعى جاهدة لبناء قاعدة تستند إليها في توسيع نشاطاتها والسعى إلى بناء سمعة وشهرة وبالتالي إستقطاب عملاء وزيادة الحصة السوقية لتمكنها من زيادة رأس مالها في الأمد المستقبلي.

جدول (22)

نتائج اختبار **Scheffee** للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لأنماط المسؤولية حسب رأس مال الشركة

أكثر من 1000000	1000000 — 500000	أقل 500000	رأس مال الشركة
0.09497	0.6966*	—	أقل 500000
0.3841*	—	—	1000000 — 500000
—	—	—	أكثر من 1000000

الفرضية الفرعية الثانية (H01-2) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على نمط تبني المسؤولية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها :

الفرضية الفرعية (H01-2-1) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط الإقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-2-2) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط الإجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-2-3) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضيات إستخدم إختبار **F (One Way ANOVA)** للتحقق من وجود تأثير لعمر

الشركة على الأنماط الثلاث للمسؤولية، وكما هو موضح في الجدول (23).

جدول (23)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير عمر الشركة

عمر الشركة		5 سنوات فأقل		6 – 10 سنة		11 سنة فأكثر	
النمط الإقتصادي للمسؤولية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
	4.37	0.55	4.18	0.51	4.36	0.46	
النمط الإجتماعي للمسؤولية	3.73	0.73	3.97	0.53	4.00	0.59	
النمط البيئي للمسؤولية	3.17	0.98	3.55	0.76	3.70	0.69	

يتضح من الجدول (23) أن أعلى المتوسطات الحسابية للأنماط الثلاث فيما عدا النمط

الإقتصادي كانت لدى الشركات التي يزيد عمرها عن 11 سنة فأكثر. ولمعرفة دلالة هذا التأثير

حسب عمر الشركة، تم إجراء إختبار تحليل التباين الأحادي **One Way ANOVA** والجدول (24) يبين

ذلك.

جدول (24)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب عمر الشركة

مصدر التباين	مجموع المربعات SOS	متوسط مجموع المربعات MS	درجات الحرية DF	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.*
النمط الاقتصادي للمسؤولية	بين المجموعات	0.331	2	0.760	0.469
داخل المجموعات	45.884	0.217	211		
المجموع	46.215		213		
النمط الاجتماعي للمسؤولية	بين المجموعات	0.806	2	1.349	0.262
داخل المجموعات	63.022	0.299	211		
المجموع	63.828		213		
النمط البيئي للمسؤولية	بين المجموعات	4.081	2	3.992	0.020
داخل المجموعات	107.831	0.511	211		
المجموع	111.911		213		

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (24) أن هناك تأثيراً دالاً إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في نمط المسؤولية البيئي يعزى لعمر الشركة حيث كانت قيمة المَحْتَبَر الإحصائي (F) دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (3.992). وعدم وجود تأثير دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في نمطي المسؤولية الإقتصادي والإجتماعي يعزى لعمر الشركة حيث كانت قيمة المَحْتَبَر الإحصائي (F) غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (0.760) ، (1.349) وعليه ترفض الفرضية العدمية (الصفريّة) المتعلقة بالنمط البيئي وتقبل الفرضية البديلة، ولا ترفض الفرضيات العدمية للنمط الإقتصادي والإجتماعي والتي تنص على:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط الإقتصادي للمسؤولية عند مستوى
معنوية (0.05)

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط الإجتماعي للمسؤولية عند مستوى
معنوية (0.05)

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية
(0.05)

ولمعرفة مصدر هذا التأثير فقد أُستخدم إختبار **Scheffee** للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية، للكشف إلى أي مستوى من مستويات عمر الشركات يعود هذا التأثير. وكما هو موضح بالجدول (25). وقد تبين أن هناك تأثيراً دال إحصائياً بين الشركات التي يقل عمرها عن 5 سنوات والشركات التي يزيد عمرها عن 11 سنة بقيمة بلغت (0.5328) وذلك لصالح الشركات التي يزيد عمرها عن 11 سنة.

جدول (25)

نتائج اختبار Scheffee للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لأنماط المسؤولية حسب عمر

الشركة

عمر الشركة	5 سنوات فأقل	6 - 10 سنوات	11 سنة فأكثر
5 سنوات فأقل	—	0.2521	0.5328*
6 - 10 سنوات	—	—	0.1677
11 سنة فأكثر	—	—	—

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن عمر الشركة يؤثر على النمط البيئي للمسؤولية حيث أنه كلما

إزداد عمر الشركة كلما إستقرت إقتصادياً وينعكس ذلك إيجاباً على إلتزاماتها وواجباتها نحو البيئة

وبالتالي نحيها منحنى بيئي.

الفرضية الفرعية الثالثة (H01-3): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على نمط تبني المسؤولية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها:

الفرضية الفرعية (H01-3-1): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط الإقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-3-2): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط الاجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-3-3): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضيات إستخدم إختبار **F (One Way ANOVA)** للتحقق من وجود تأثير لعدد

العاملين في الشركة على الأنماط الثلاث للمسؤولية، وكما هو موضح في الجدول (26).

جدول (26)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير عدد العاملين في الشركة

أكثر من 200		200 – 101		أقل من 100		عدد العاملين في الشركة
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النمط الإقتصادي للمسؤولية
0.49	4.34	0.25	4.31	0.45	4.37	
0.46	3.88	0.63	4.04	0.64	4.06	النمط الاجتماعي للمسؤولية
0.66	3.63	0.62	3.38	0.82	3.73	النمط البيئي للمسؤولية

يتضح من الجدول (26) أن أعلى المتوسطات الحسابية للأنماط الثلاث كانت لدى الشركات التي يقل عدد عاملها عن 100. ولمعرفة دلالة هذا التأثير حسب عدد العاملين في الشركة، تم إجراء إختبار تحليل التباين الأحادي **One Way ANOVA** والجدول (27) يبين ذلك.

جدول (27)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب عدد العاملين في الشركة

مصدر التباين	مجموع المربعات SOS	متوسط مجموع المربعات MS	درجات الحرية DF	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.*
النمط الاقتصادي للمسؤولية	بين المجموعات	0.069	2	0.158	0.854
داخل المجموعات	46.146	0.219	211		
المجموع	46.215		213		
النمط الاجتماعي للمسؤولية	بين المجموعات	1.747	2	2.969	0.053
داخل المجموعات	62.081	0.294	211		
المجموع	63.828		213		
النمط البيئي للمسؤولية	بين المجموعات	1.452	2	1.386	0.252
داخل المجموعات	110.460	0.524	211		
المجموع	111.911		213		

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (27) أن ليس هنالك تأثيراً دالاً إحصائياً عند

مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في أنماط المسؤولية الثلاث تعزى لعدد العاملين في الشركة حيث كانت

قيمة المُنْتَبَر الإحصائي (F) غير دال عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (0.158)،

(2.969) ، (1.386) على التوالي. وعليه لا يمكن رفض الفرضيات العدمية (الصفريّة) المتعلقة

بأنماط المسؤولية الثلاث، والتي تنص على:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط الإقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط الإجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

المنطق هو أن عدد العاملين يتناسب طردياً مع حجم اشكة، وكذلك مع رأس مالها وعمرها، ويعزى الباحث إلى عدم وجود تأثير لعدد العاملين على أنماط المسؤولية الثلاثة هي ان الشركات عينة الدراسة ما زالت تتبع نفس المنهج الإداري بغض النظر عن كبرها وتوسعها مما يعنى أنها لا تولى إهتماماً بالمسؤوليات الواجبة عليها تجاه فئات أصحاب المصالح، وهذا بدوره يعكس عدم إيلاء برامج التدريب والخدمات الإجتماعية التي تقدمها للعاملين وكذلك المساهمة في مكافحة البطالة.

الفرضية الفرعية الرابعة (H01-4) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على نمط تبني المسؤولية عند مستوى معنوية (0.05). ويتفرع منها :

الفرضية الفرعية (H01-4-1) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط الإقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-4-2) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط الإجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الفرعية (H01-4-3) : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

لإختبار هذه الفرضيات إستخدم إختبار **T** لعينتين مستقلتين للتحقق من وجود تأثير لشكل

الملكية على الأنماط الثلاث للمسؤولية، وكما هو موضح في الجدول (28).

جدول (28)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأنماط الثلاث للمسؤولية حسب متغير شكل الملكية

شكل الملكية		مساهمة عامة		غير مساهمة	
النمط الإقتصادي للمسؤولية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
	4.37	0.46	4.24	0.51	
النمط الإجتماعي للمسؤولية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
	3.98	0.56	3.84	0.48	
النمط البيئي للمسؤولية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
	3.70	0.74	3.40	0.62	

يتضح من الجدول (28) أن أعلى المتوسطات الحسابية للأنماط الثلاثة كانت لدى شركات

المساهمة عامة. ولمعرفة دلالة هذا التأثير حسب شكل الملكية، تم إجراء إختبار تحليل التباين

الأحادي **One Way ANOVA** والجدول (29) يبين ذلك.

جدول (29)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة التأثير بين متوسطات أنماط المسؤولية حسب شكل الملكية

شكل الملكية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.*
النمط الإقتصادي للمسؤولية	مساهمة عامة	179	4.37	1.50	0.14
	غير مساهمة	35	4.24		
النمط الإجتماعي للمسؤولية	مساهمة عامة	179	3.98	1.33	0.18
	غير مساهمة	35	3.84		
النمط البيئي للمسؤولية	مساهمة عامة	179	3.70	2.29	0.02
	غير مساهمة	35	3.40		

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (29) أن هناك تأثيراً دالاً إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في نمط المسؤولية البيئي يعزى لشكل الملكية حيث كانت قيمة المَخْتَبَر الإحصائي (T) دالاً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (2.29). وعدم وجود تأثير دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في نمطي المسؤولية الإقتصادي والإجتماعي يعزى لشكل الملكية حيث كانت قيمة المَخْتَبَر الإحصائي (T) غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (1.50) ، (1.33) على التوالي وعليه ترفض الفرضية العدمية (الصفريّة) المتعلقة بالنمط البيئي وتقبل الفرضية البديلة، ولا ترفض الفرضيات العدمية للنمط الإقتصادي والإجتماعي والتي تنص على:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط الإقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط الإجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05)

وهذا ما يثير الإستغراب حيث أن المنطق يشير أن الشركات المساهمة العامة من المفترض أن تولي إهتمام بأنماط التبني الثلاثة (الإقتصادية، والإجتماعية، والبيئية) ولكن نتائج الدراسة أشرت إلى وجود تأثير لشكل الملكية فقط على نمط التبني للمسؤولية ويعزى الباحث إلى أن الشركات المساهمة العامة تولي إهتماماً بالبيئة على النمطين الآخرين.

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

1-5 المقدمة

2-5 الاستنتاجات

3-5 التوصيات

1-5 المقدمة

يُكرس هذا الفصل الذي يعد نهاية الجهد المبذول في إعداد هذه الدراسة لإستعراض أهم الإستنتاجات المستندة على ما تقدم من تحليل ، وتفسير نظري ، وتكوين فكري وتحقق عملي ، وهو ما تختص به فقرة الإستنتاجات. وفي ضوء النتائج تأتي التوصيات وما يعتقده الباحث صواباً ، ومن أجل الإرتقاء لمبتغى هذه المقاصد ، سيتألف هذا الفصل من فقرتين هما الإستنتاجات والتوصيات.

2-5 الإستنتاجات

هدفت الدراسة الحالية إلى التحقق من وجود علاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط التبني المتبع في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية. بالإضافة إلى التحقق من وجود تأثير للمتغيرات المنظمة على نمط التبني المتبع في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية. وقد أثارت الدراسة جملة من التساؤلات وقدمت أيضاً فرضيات تعلقة بطبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتوصلت إلى عدة استنتاجات ساهمت في حل مشكلة الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها وفرضياتها، ويحاول الباحث هنا الإشارة إلى أبرز هذه الاستنتاجات.

🔹 تتجه الشركات عينة الدراسة بادائها نحو النمط الإقتصادي لتبني المسؤولية.

🔹 أوضحت نتائج التحليل عدم وجود تكامل بين أنماط التبني للمسؤولية (الإقتصادي،

الاجتماعي، البيئي) حيث أنه يوجد إهتمام أكبر بالنمط الإقتصادي على الأنماط الأخرى.

🔹 بينت النتائج من تفحص واقع تبني المسؤولية الاجتماعية لعينة الدراسة أن هنالك تفاوتاً بين

المكونات لهذا التبني والذي بدوره ينعكس إيجاباً أو سلباً على نمط التبني.

🔹 أشارت نتائج التحليل إلى عدم وجود تكامل بين الشركات عينة الدراسة نحو تطوير

استراتيجية تكاملية لقطاع الصناعات الدوائية من خلال تفعيل خطوط التواصل وبناء جسور

لرفع واقع تبني المسؤولية الاجتماعية لينعكس إيجاباً على نمط التبني.

🔹 أوضحت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية

الاجتماعية ونمط المسؤولية الإقتصادي والاجتماعي والبيئي عند مستوى معنوية (0.05).

أشارت النتائج المتعلقة بالتحليل وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الاجتماعي والبيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

بينت النتائج عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لرأس مال الشركة على النمط الاقتصادي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

أوضحت نتائج التحليل عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط الاقتصادي والاجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

أبانت نتائج التحليل وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لعمر الشركة على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

وجدت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لعدد العاملين في الشركة على النمط الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

أشارت النتائج إلى عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط الاقتصادي والاجتماعي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

أوضحت النتائج الإحصائية وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لشكل الملكية على النمط البيئي للمسؤولية عند مستوى معنوية (0.05).

ويلخص الجدول (30) أثر المتغيرات على أنماط المسؤولية الاجتماعية.

جدول (30)

أثر المتغيرات على أنماط المسؤولية الاجتماعية

أنماط المسؤولية الاجتماعية			
البيئي	الإجتماعي	الإقتصادي	المتغيرات المنظمية
✓	✓	x	رأس المال
✓	x	x	عمر الشركة
x	x	x	عدد العاملين
✓	x	x	شكل الملكية

x لا يوجد تأثير دال معنوياً.

✓ يوجد تأثير دال معنوياً.

3-5 التوصيات

وفقاً للاستنتاجات التي تم التوصل إليها من الإطار النظري للدراسة وكذلك النتائج التي تم الحصول عليها من واقع التحليل الإحصائي للبيانات، تم الخروج بالتوصيات الآتية:

١٤ أن تتبنى منظمات الاعمال الخدمية منها والإنتاجية لمضامين المسؤولية الاجتماعية لما لها من اهمية في تحقيق العديد من الأهداف المجتمعية منها والمنظمية.

١٥ وضع مقاييس ومؤشرات خاصة بالمسؤولية الاجتماعية أستناداً إلى المقاييس العالمية وأفضل الممارسات في مجال المسؤولية الاجتماعية بما يتناسب وبيئة المملكة الأردنية الهاشمية.

١٦ فتح باب الحوار بين منظمات الاعمال الخاصة والقطاع الحكومي لوضع خطة استراتيجية من شأنها رفع تطبيق المسؤولية الاجتماعية ونمط أدائها.

١٧ عمل دراسات على قطاعات أخرى كالقطاع المالي والخدمي لتحديد واقع التبني ونمط أدائه.

١٨ إلزام الشركات المساهمة العامة بالإفصاح عن مساهماتها الاجتماعية في قوائمها المالية المنشورة.

١٩ حث وتشجيع الشركات المساهمة العامة على تبني نظم الحاكمة المؤسسية.

قائمة المراجع

: المراجع العربية

1. أبو دوم، إقبال احمد عبد الرحمن، "إدارة المعرفة والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية"، مؤتمر الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، جامعة العلوم التطبيقية، (2006).
2. البكري، ثامر؛ الديوه جي، أبي سعيد، إدراك المديرين لفهوم المسؤولية الاجتماعية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 21، العدد 1، يونيو (حزيران)، 2001: 89 — 113.
3. البكري، ثامر ياسر، "التسويق والمسؤولية الاجتماعية"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، (2001).
4. التركستاني، حبيب الله محمد، "مدى تطبيق الإدارة في القطاع الخاص لنشاط المسؤولية الاجتماعية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 17، العدد 1، 1995: 72 — 113.
5. التويجري، محمد إبراهيم، "المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 12، العدد 4، 1988: 21 — 38.
6. جربوع، يوسف محمود، "مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة: دراسة استكشافية لأراء المديرين الماليين ورؤساء أقسام المحاسبة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في قطاع غزة/ فلسطين"، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 15، العدد 1، 2007: 239 — 281.
7. دحلان، عبد الله صادق، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات"، عالم العمل، المجلد 49، آذار، 2004: 17 —

8. دنكان، جاك و، "أفكار عظيمة في الإدارة"، ترجمة محمد الحديدي، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، (1988).
9. الساقى، سعدون مهدي؛ نور، عبد الناصر، "محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال"، وقائع المؤتمر العربي الاول في الإدارة، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 6-8 تشرين الثاني، القاهرة، 2005: 197 — 208.
10. العاني، حارس كريم، "دور المعلومات المحاسبية في قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصناعية: دراسة تطبيقية في مملكة البحرين"، وقائع المؤتمر العلمي الرابع، الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة فيلادلفيا، 15-16 آذار، الأردن، (2005).
11. عبد الرحمن، أحمد عبد الكريم، "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال: مجالاتها - معوقات الوفاء بها: دراسة ميدانية تطبيقية"، مجلة البحوث التجارية المعاصرة، المجلد 11، العدد 2، 1997: 169 — 198.
12. علام، محمد نبيل، "حدود المسؤولية الاجتماعية: إطار فكري لمراجعة الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال في دول العالم النامي"، الإدارة العامة، العدد 72، 1991: 55 — 78.
13. الغالبي، طاهر محسن منصور؛ العامري، صالح مهدي، "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية"، وقائع المؤتمر العربي الثاني في الإدارة، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 6-8 تشرين الثاني، القاهرة، 2001: 215 — 233.
14. الغالبي، طاهر محسن منصور؛ العامري، صالح مهدي، "المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، (2005).
15. الغالبي، طاهر محسن منصور؛ منهل، محمد حسين، "الأداء الاجتماعي الداخلي وعلاقته بدوران العمل: دراسة ميدانية في شركة نفط الجنوب والشركة العامة للحديد والصلب في العراق"، أبحاث اليرموك، المجلد العشرون، العدد الاول، 2004: 105 — 141.

16. النعيمي، محمد عبد العال؛ نجم، عبود نجم ، " **نحو إطار مفاهيمي للدراسة وتقييم رأس المال الفكري في الجامعات** "، المؤتمر العلمي لإتحاد الجامعات العربية، جامعة الجزائر، 2-5 أبريل ، (2006).

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Aktüre, Burak & Rossmayr, Jaldin Q, (2005), "*Corporate Social Responsibility or Corporate Social Responsiveness: Case study of CSR in top Swedish firms*", International Management Master Thesis No: 54, School of Business, Economics and Law, GÖTEBORG UNIVERSITY.
2. Amaeshi, Kenneth M.; Adi, Bongo C; Ogbechie, Chris and Amao, Olufemi, (2006), "*Corporate Social Responsibility in Nigeria: Western Mimicry or Indigenous Influences?*" Journal of Corporate Citizenship.
3. Barnea, Amir & Rubin, Amir, (2005), "*Corporate Social Responsibility as a Conflict between Owners*" Working Paper, March 2.
4. Becchetti, Leonardo; Ciciretti, Rocco & Hasan, Iftekhar, (2007), "*Corporate Social Responsibility and Shareholders Value: An Event Study Analysis*" Working Paper, April.
5. Berens, Guido; Van Riel, Cees & Rekom, Johan Van, (2007), "*The CSR – Quality Trade – off: When can Corporate Social Responsibility and Corporate Ability Compensate Each other?*" Journal of Business Ethics, 74: 233-252.
6. Bird, Ron; Hall, Anothny; Momente & Reggiani, Francesco, (2007), "*What Corporate Social Responsibility Activities are valued by the Market?*" Journal of Business Ethics, 76: 189-206.
7. Carroll, Arhie & Buchholtz, Ann K,(2006), "*Business ana Society: Ethics and Stakeholder Management*", 6th ed, Thomson.
8. Certo, Peter, (1990), "*Strategic Management: Focus on Process*", Mc Graw-Hill, Inc.
9. Cheah, Eng Tuck; Chan, Wen Li and Chieng, Corinne Lin Lin, (2007), "*The Corporate Social Responsibility of Pharmaceutical Product Recalls: An Empirical Examination of U.S. and U.K. Markets*", Journal of Business Ethics, 76:427- 449.

10. Daft, R, (2002), "***Organizational Theory and Design***", West Publishing Co. New York.
11. Drucker, Peter F, (1977), "***An Introductory View of Management***", Harpers College Press. U.S.A.
12. Engel, James, F, (1990), "***Consumer Behavior***", 6th ed, Dryden Press, Adivision of Holt, Rinehart and Winston, Inc.
13. Freeman, R., (1984), "***Strategic Management: Stackholder Apporach***", Boston Pitman pub., Inc.
14. Godfrey, Paul C., (2007), "***The Dynamics of Social Responsibility: Processes, Positions, and Paths in the Oil and Gas Industry***", Schmalenback Business Review (SBR), 59 Jule: 208-224.
15. Hohnen, Paul, (2007), "***Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business***", International Institute for Sustainable Development.
16. Holmes, Sundra I., (1985), "***Corporate Social: Performance and Present Areas of Commitment***", Academy of Management Journal, Vol. 20: 34-47.
17. Kemp, Melody, (2001), "***Corporate Social Responsibility in Indonesia: Quixotic Dream or Confident Expectation?***", Technology, Business and Society Programme Paper Number 6 Decembe, United Nations Research Institute for Social Development.
18. Kotler, Philip & Lee, Nancy, (2005), "***Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause***", John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
19. KPMG, (2005), "***International Survey of Corporate Responsibility reporting 2005***", downloadable at www.kpmg.com/Rut2000_prod/Documents/9/Survey2005.pdf.
20. Porter, Michael E., & Kramer, Mark R., (2006), "***Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility***", Harvard business Review, December: 78-92.

21. Maloni, Michael J., & Brown; Michael E., (2006), “*Corporate Social Responsibility in the Supply Chain: An Application in the Food Industry*”, Journal of Business Ethics, 68: 35-52.
22. Murillo, David, & Lozano; Josep M., (2006), “*SMEs and CSR: An Approach to CSR in their own Words*”, Journal of Business Ethics, 67: 227-240.
23. Nickels, W.G, et al., (2002), “*Understanding Business*”, 6th ed, Irwin, Boston.
24. Perrini, Francesco; Russo, Angeloantonio & Tencati; Antonio, (2007), “*CSR Strategies of SMEs and Large Firms: Evidence from Italy*”, Journal of Business Ethics, 74:285-300.
25. Pride, William, et al., (2000), “*Business*”, Houghton Mifflin Company, Boston.
26. Raynard, Peter & Forstater, Maya, (2002), “*Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries*”, United Nations Industrial Development Organization, Vienna.
27. Redman, Elizabeth, (2005), “*Three Models of Corporate Social Responsibility: Implications for Public Policy*”, Roosevelt Review, summer.
28. Robbins, Stephen, (1999), “*Management: Concept and Application*”, Prentice-Hall, Inc. U.S.A.
29. Sims, Ronald R., (2003), “*Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall*”, Greenwood Press.
30. Teoh, Hai Y. and Shiu, Godwin Y., (1990), “*Attitudes towards Corporates Social Responsibility*”, Journal of Business Ethics, Vol. 9, No 1, Jan: 156-178.
31. Wetson, Fred J., et al., (1996), “*Essentials of Management Finance*”, Dryden Press, Harrcort Brace College Publisher.

32. Wolf, M., (2001), “*Sleep-walking with the enemy: Corporate Social Responsibility distorts the market by deflecting business from its primary role of profit generation*”, London, Financial Times, May 16th.
33. Zadek, S & Raynard, P, (2001), “*The Strategic Dimensions of Corporate Citizenship*”, Cambridge University Business and Environment Programme.
34. Zadek, S, (2001), “*The Civil Corporation. The New Economy of Corporate Citizenship*”, London, Earthscan.
35. Zerk, Jennifer A, (2006), “*Multinationals and Corporate Social Responsibility: Limitations and Opportunities in International Law*”, Cambridge University Press.
36. Zulkifli, Norhayah and Amran, Azian, (2006), “*Realising Corporate Social Responsibility in Malaysia: A View from the Accounting Profession*”, Journal of Corporate Citizenship:101 – 114.

الملاحق

ملحق (1)

قائمة بأسماء المحكمين

الرقم	اللقب العلمي والاسم	التخصص	مكان العمل / الجامعة
1	أ.د محمد عبد العال النعيمي	إحصاء	جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
2	أ.د محمود العميان	إدارة أعمال	جامعة البترا
3	د طاهر محسن منصور الغالبي	إدارة أعمال	جامعة الزيتونة الاردنية
4	د. خالد بني حمدان	إدارة أعمال	جامعة العلوم التطبيقية
5	د. نظام سويدان	التسويق	جامعة البترا
6	د. هالة صبري	إدارة أعمال	جامعة البترا
7	د. محمد الكساسبة	إدارة أعمال	جامعة البترا
8	د. عواطف حداد	إدارة أعمال	جامعة البترا
9	د. أمجد أبو جدي	قياس وتقويم	جامعة عمان الاهلية

ملحق (2)

أداة الدراسة

الأستاذ / دة الفاضل..... نجية طيبة

يروم الباحث القيام بدراسة بعنوان "واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية

الإجتماعية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية

البشرية الأردنية"، حيث تهدف الدراسة إلى معرفة واقع تبني المسؤولية الإجتماعية من وجهة نظر

مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية.

ومن أجل ذلك قام الباحث ببناء إستبانة لغرض قياس بعض متغيرات الدراسة، لذا أرجو

تعاونكم والتكرم بالإجابة على فقرات الإستبانة بكل صراحة وموضوعية وذلك بوضع إشارة

(✓) في المكان المناسب لكل فقرة توضح درجة الموافقة على كل منها، علماً بأن المعلومات

التي سيتم جمعها سوف تعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

نشكركم على حسن تعاونكم والمشاركة في ملء هذه الإستبانة

الباحث

محمد عاطف محمد ياسين

الأول: المتغيرات الديمغرافية للمديرين

(1) العمر

☐ 30 – 40 سنة

☐ أقل من 30 سنة

☐ 51 سنة فأكثر

☐ 41 – 50

(2) الجنس

☐ أنثى

☐ ذكر

(3) الخبرة الوظيفية

☐ 6 – 10 سنوات

☐ 5 سنوات فأقل

☐ 16 سنة فأكثر

☐ 11 – 15 سنة

(4) الموقع الوظيفي

☐ إدارة وسطى (مدير إدارة)

☐ إدارة عليا (مدير عام)

☐ إدارة دنيا (رئيس قسم ، رئيس وحدة)

(5) المستوى التعليمي

☐ دبلوم عالي

☐ بكالوريوس

☐ دكتوراه

☐ ماجستير

الجزء الثاني: المتغيرات المنظمية

(1) رأس مال الشركة

- ☐ أقل من 500000 ألف دينار
- ☐ 500000 – 1000000 مليون دينار
- ☐ أكثر من 1000000

(2) عدد العاملين في الشركة

- ☐ أقل من 100
- ☐ 101 – 200
- ☐ أكثر من 200

(3) عمر الشركة

- ☐ 5 سنوات فأقل
- ☐ 6 – 10 سنوات
- ☐ 11 سنة فأكثر

(4) شكل الملكية

- ☐ مساهمة عامة
- ☐ غير مساهمة

الجزء الثالث: تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة تجاه

بدائل الإجابة					
أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق إطلاقاً	
المالكون					
☐	☐	☐	☐	☐	1 تسعى إدارة المنظمة إلى تحقيق مردود وعوائد مالية تتناسب وحجم الإستثمارات
☐	☐	☐	☐	☐	2 تهتم إدارة المنظمة بتعظيم قيمة أسهمها والمنظمة ككل
☐	☐	☐	☐	☐	3 تعمل المنظمة جاهدة على إبراز السمعة والصورة المتميزة في مجال عملها
☐	☐	☐	☐	☐	4 تسعى إدارة المنظمة إلى زيادة حجم المبيعات وبالتالي تحقيق عوائد مالية عالية
☐	☐	☐	☐	☐	5 تقوم إدارة المنظمة بإعطاء الأولوية لحماية والمحافظة على أصولها الملموسة وغير الملموسة
العاملون					
☐	☐	☐	☐	☐	6 نظام الرواتب والأجور عادل ويوازى الجهود المبذولة من قبل العاملين
☐	☐	☐	☐	☐	7 توفر المنظمة فرص كثيرة للتقدم في مختلف المجالات الوظيفية
☐	☐	☐	☐	☐	8 تولى المنظمة إهتماماً بتدريب وتأهيل العاملين
☐	☐	☐	☐	☐	9 تسعى إدارة المنظمة إلى تحسين ظروف العمل للعاملين المادية والخدمية
☐	☐	☐	☐	☐	10 هناك شعور بالرضا عن الإجازات المدفوعة التي تمنحها إدارة المنظمة
المجتمع المحلي					
☐	☐	☐	☐	☐	11 تسعى المنظمة إلى بناء علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المختلفة
☐	☐	☐	☐	☐	12 تقوم المنظمة برعاية نشاطات وأحداث محلية منتظمة
☐	☐	☐	☐	☐	13 تعمل المنظمة على توظيف العاملين ذوي الإحتياجات الخاصة وزيادة مهاراتهم في العمل
☐	☐	☐	☐	☐	14 تسعى المنظمة لتبادل المعرفة والخبرات مع المؤسسات المحلية والدولية
☐	☐	☐	☐	☐	15 تسعى المنظمة إلى توعية المجتمع بالمواضيع المتعلقة بالسلامة المهنية والبيئية

بدائل الإجابة					
لا أوافق إطلاقاً	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق بشدة	
البيئة المحيطة					
☐	☐	☐	☐	☐	16 تهتم المنظمة بالحد من التلوث البيئي بمكوناته (المياه ؛ الهواء ؛ التربة)
☐	☐	☐	☐	☐	17 تسعى المنظمة للإستخدام الأمثل للموارد المتاحة وخصوصاً غير المتجددة
☐	☐	☐	☐	☐	18 تستفيد المنظمة من تطوير الموارد المتاحة وصيانتها
☐	☐	☐	☐	☐	19 من الأهداف التي تسعى المنظمة لها التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عملها
☐	☐	☐	☐	☐	20 لدى المنظمة وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها
المستهلكون					
☐	☐	☐	☐	☐	21 تسعى المنظمة لتقديم أفضل المنتجات والعناية والاهتمام بحاجات المستهلكين
☐	☐	☐	☐	☐	22 تقوم المنظمة بتقديم المعلومات بسرعة واشعار المستهلكين بالخدمات الجديدة في حينها
☐	☐	☐	☐	☐	23 تتبع المنظمة سياسة تسعيرية تستقطب وتحافظ على المستهلكين وبناء جسور الثقة والولاء
☐	☐	☐	☐	☐	24 تستجيب المنظمة بشكل مرن وسريع للتغيرات في إحتياجات المستهلكين
☐	☐	☐	☐	☐	25 توفر المنظمة الإرشادات حول إستخدام المنتجات وسبل التخلص منها ومن بقاياها
الحكومة					
☐	☐	☐	☐	☐	26 تلتزم المنظمة بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة عن الحكومة
☐	☐	☐	☐	☐	27 هناك توجه من قبل المنظمة نحو إحترام تكافؤ فرص التوظيف
☐	☐	☐	☐	☐	28 تعطي المنظمة أولوية نحو تسديد كافة الإلتزامات الضريبية والرسوم المقررة وعدم التهرب منها
☐	☐	☐	☐	☐	29 تساهم المنظمة في حل المشاكل الإجتماعية المتعلقة بالقضاء على البطالة
☐	☐	☐	☐	☐	30 تقوم المنظمة بتدريب وإعادة تأهيل الأفراد المبتعثين من قبل القطاعين العام والخاص

بدائل الإجابة					
أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق إطلاقاً	
المنافسون					
☐	☐	☐	☐	☐	31 تدرك المنظمة خصائص المنتجات التي يقدمها منافسيها
☐	☐	☐	☐	☐	32 تتبع المنظمة استراتيجية منافسة عادلة ونزيهة
☐	☐	☐	☐	☐	33 ليس لدى المنظمة سياسة بإستقطاب العاملين من الأفراد في المنظمات المنافسة
☐	☐	☐	☐	☐	34 لدى المنظمة نظام معلومات موثوق حول المنافسين والفرص والتهديدات التي تواجهها
☐	☐	☐	☐	☐	35 لدى المنظمة إدراك واضح بموقعها والمركز الذي تحتله بين منافسيها
جماعات الضغط					
☐	☐	☐	☐	☐	36 تقوم المنظمة بتقديم معلومات دقيقة وموثوقة للصحافة والإعلام حول طبيعة عملها وأنشطتها
☐	☐	☐	☐	☐	37 لدى المنظمة علاقات جيدة ووطيدة مع المنظمات المختصة بحماية المستهلك
☐	☐	☐	☐	☐	38 تحترم المنظمة وتقدر الدور الاجتماعي والأنشطة التي تلعبها جماعات حماية البيئة
☐	☐	☐	☐	☐	39 نحترم رأي النقابات العمالية وأدوارها المهنية
☐	☐	☐	☐	☐	40 لدى المنظمة الرغبة الدائمة والمستمرة بالتعامل الموثوق والجيد مع منظمات الضغط الاجتماعي

الجزء الرابع: نمط المسؤولية

بدائل الإجابة					
أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق إطلاقاً	
النمط الإقتصادي					
☐	☐	☐	☐	☐	41 زيادة الأرباح المتحققة فقط المؤدي إلى إستمرار العمل هو المقصود بالمسؤولية الإقتصادية
☐	☐	☐	☐	☐	42 الإستناد إلى مبادئ المنافسة الحرة وتحقيق الأرباح يعبر عنها بالمسؤولية الإقتصادية
النمط الإجتماعي					
☐	☐	☐	☐	☐	43 قيام الشركات على تحقيق سعادة ورفاهية المجتمع بكل السبل تمثل المسؤولية الإجتماعية
☐	☐	☐	☐	☐	44 إلزام وتعهد الشركات بالعمل على وفق مصالح وطلبات المجتمع يتمثل بمسؤوليتها الإجتماعية
النمط البيئي					
☐	☐	☐	☐	☐	45 تهدف الشركات المحافظة على البيئة كجزء من مسؤوليتها البيئية
☐	☐	☐	☐	☐	46 المساهمة في دعم جمعيات حماية البيئة والأخذ بمبدأ التشجير يعبر عن المسؤولية البيئية للشركة