

أثر تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية على رضا الموظفين (دراسة ميدانية)

The impact of companies adopting social responsibility on employee satisfaction (A field study)

اعداد: الباحث/ فيصل بن محمد الزهراني

ماجستير إدارة أعمال، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية

Email: alzahrani.fa@hotmail.com

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي للعاملين بالشركة، واشتمل البحث على مبحثين جاء في المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية ومفهومها، ونظريات المسؤولية الاجتماعية، وأهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية، وفي المبحث الثاني: الرضا الوظيفي ومفهومه، وأهمية وأبعاد الرضا الوظيفي، وعلاقة المسؤولية الاجتماعية بالرضا الوظيفي. ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة للحصول على البيانات، وكانت عينة الدراسة بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث تم توزيع 100 استمارة على العاملين بالشركة وتم استرجاع 76 استمارة. وعلى ضوء ذلك تم استخدام برنامج التحليل الاحصائي SPSS لتحليل البيانات. وعليه تم التوصل الى نتيجة ان شركة تمارس المسؤولية الاجتماعية بدرجة اعلى من المتوسط وذلك بناءً على حساب متوسط أبعاد المسؤولية الاجتماعية كما أوضحت الدراسة انه يوجد أثر إيجابي للمسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي بنسبة 69%. وبناءً على ما توصلت له الدراسة نوصي بالعمل على إنشاء إدارة متخصصة بالمسؤولية الاجتماعية تهتم بالشؤون الاجتماعية للشركة على الشركة وتعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية وسط العاملون، ضرورة اعطاء الشركة مكانة للمسؤولية الاجتماعية ترتقي لدورها الفعال والاستراتيجي مثلما هو عليه في الشركات العالمية، تعزيز الدور الخيري والبيئي لدى الشركة وإشراك الموظفين في هذا الدور واطهار الانجازات لكل الموظفين، ان يتم الاعلان عنها في المناسبات المعنية لمعرفة المجتمع بما تقدمه الشركة، العمل على تحسين الرواتب والحوافز للعاملين من أجل اشباع حاجاتهم.

الكلمات الافتتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الرضا الوظيفي.

The impact of companies adopting social responsibility on employee satisfaction (A field study)

Abstract:

This study aims to know the impact of adopting social responsibility on the job satisfaction of the company's employees. The research included two sections, in the first section: social responsibility and its concept, theories of social responsibility, and the importance and objectives of social responsibility, and in the second section: job satisfaction and its concept, the importance and dimensions of job satisfaction, and the relationship of social responsibility to job satisfaction. And To achieve this goal, the study relied on the descriptive survey method, and the questionnaire was relied upon as a tool for obtaining data. The sample of the study was done using a simple random method, where 100 questionnaires were distributed to the company's employees and 76 forms retrieved. In light of this, the statistical analysis program SPSS was used to analyze the data. Accordingly, the conclusion was reached that a company practices social responsibility to a degree higher than average, based on calculating the average dimensions of social responsibility. The study also showed that there is a positive effect of social responsibility on job satisfaction by 69%. From the findings of the study, we recommend working to establish a specialized department for social responsibility that is concerned with the social affairs of the company, and promoting the culture of social responsibility among employees. The need to give the company a position for social responsibility that elevates its effective and strategic role as it is in international companies. Strengthening the charitable and environmental role of the company and engaging employees. In this role, showing the achievements to all employees, announcing them on relevant occasions so that the community knows what the company offers, working to improve salaries and incentives for employees in order to satisfy their needs.

Keywords: Social responsibility, job satisfaction.

شكر

بسم الله والصلاة على أشرف الأنبياء والمرسلين
اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك
درجة الماجستير هذه تمت بفضل الله ثم
أبي/ د. محمد الزهراني، وأمي

1. مقدمة:

ان الدور الاجتماعي للشركات هو استثمار يعود على الشركات بعوائد ومكاسب عديدة منها زيادة أرباحها وحصتها السوقية كما وتقليل النزاعات والخلافات بين الإدارة والعاملين فيها والمجتمعات المتعاملة معها لما له تأثير على انتماء العملاء الداخليين والخارجيين لهذه الشركات⁽¹⁾، لم يعد تقييم الشركات يعتمد على بناء سمعتها في قوائمها المالية فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد الشركات في خلق قيمة مستدامة ونمو طويل الأجل من خلال القيمة المجتمعية، فإن حلم الشركات هو خلق قيمة جديدة لأنفسهم تهدف إلى تحقيق تأثيرها على المجتمعات والبيئات كحد أدنى بأنهم لا يلحقوا أي ضرر بمجتمعهم وبيئتهم والقيام بمبادرات إيجابية ورد الجميل لمجتمعهم⁽²⁾، بالتالي أصبحت المسؤولية الاجتماعية ضرورة حتمية لمواجهة وعلاج المشكلات الاجتماعية والتي تواجه الأفراد والجماعات⁽³⁾، ومن هنا سعت الشركات الى تبني مفهوم المسؤولية المجتمعية لذلك أسست الشركات وحدات إدارية باسم المسؤولية الاجتماعية لما لها أهمية وعائد على الموظف والمجتمع ولإبقاء الموظفين لديهم متحمسين لمساعدة شركاتهم في تحقيق رؤيتها وأهدافها وبالمقابل سمعة الشركة تكون جيدة لجذب العملاء الداخليين او الخارجيين بعبارة أخرى فإن الموظف في الشركة التي تساهم في المجتمع بطريقة غير مباشرة يصبح أكثر إنتاجية وانتماء لهذه الشركة⁽⁴⁾. سيتحدث هذا البحث هل المسؤولية الاجتماعية مجدية للشركات في رضا الموظفين لديهم.

1.1. مشكلة الدراسة:

أن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركة واتجاهات الموظفين لم تدرس بشكل كافي وبالتالي دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي لدى العاملين من الممكن أن يدعم نتائج الأبحاث التي توصلت إلى أن المسؤولية الاجتماعية ممكن أن تكون مفيدة للمنظمة. تحاول هذه الدراسة المساهمة في الإثراء المعرفي حول أثر المسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي، كما تحاول هذه الدراسة المساهمة في ملئ هذه الفجوة⁽⁵⁾ وذلك من خلال دراسة ميدانية لشركة حول أثر المسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي.

2.1. أهداف الدراسة:

- واقع المسؤولية الاجتماعية للشركة.
- قياس درجة تأثير المسؤولية الاجتماعية على رضا الوظيفي للشركة.
- الوصول إلى نتائج يمكن من خلالها صياغة بعض التوصيات التي تساعد أصحاب القرار في الشركة على رفع رضا الموظفين.

3.1. أهمية الدراسة:

- تقدم هذه الدراسة المزيد من المعلومات وتوضح مدى وأهمية المسؤولية الاجتماعية في تطوير القطاع الخاص.
- قد تساهم نتائج الدراسة على تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية في المنظمة.
- قد تساهم نتائج الدراسة في خلق بيئة عمل بإظهار المسؤولية الاجتماعية تساعد في تحسين رضا الموظفين.

4.1. حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: اقتصرت هذه الدراسة على دور المسؤولية الاجتماعية في رضا الموظفين من خلال دراسة ميدانية على شركة.
- الحدود المكانية: فروع شركة بمدينة مكة المكرمة.
- الحدود الزمنية: تم إنجاز هذا البحث بتاريخ: 08-2022 م.

5.1. مصطلحات الدراسة:

- المسؤولية الاجتماعية: مجموعة من القرارات التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءا من استراتيجيتها (البكري، 2001).
- الرضا الوظيفي: أنه الشعور النفسي بالقناعة والارتياح والسعادة أما لإشباع الرغبات والحاجات والتوقعات من العمل نفسه وظروف بيئة العمل ومن العلاقات مع الزملاء والرؤساء مع الثقة والولاء والانتماء للعمل (عبد الباقي، 2003).

2. الإطار النظري:

المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

- المسؤولية الاجتماعية: تعد كمنتج يقدم الى عملاء المنظمة الداخلي والخارجي (Murray & Montanari, 1986).
- المسؤولية الاجتماعية: التزام المنظمة لتعظيم التأثيرات الإيجابية والتقليل من التأثيرات السلبية في المجتمع (Pride & Ferrell, 1997).
- المسؤولية الاجتماعية: التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمة ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها (Holmer).
- المسؤولية الاجتماعية: مجموعة من القرارات التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءا من استراتيجيتها (البكري، 2001).

المطلب الثاني: نظريات المسؤولية الاجتماعية

- فإن نظرية "كارول" عن المسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل على مستويات أربعة هي (اقتصادي، قانوني، أخلاقي، خيري) المستوى الاقتصادي يقصد به كفاءة وفعالية أداء الشركات على الإنتاجية وتحقيق الأرباح، المستوى القانوني هو الالتزام

بالقوانين والتشريعات التي تعمل الشركة في ظلها، المستوى الأخلاقي العمل بالصفات المحمودة كالعدالة والأمانة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، المستوى الخيري ويقصد به التطوعي وهو مدى الشعور بمسؤولية الشركة اتجاه بيئتها والمشاركة فيها بشكل إيجابي. لتصبح على شكل معادلة التالية: (المسؤولية الاجتماعية الشاملة = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الخيرية)⁽⁸⁾.

- وتقول نظرية "سترونج" دور العوامل السيكلوجية في تنمية روح المسؤولية مؤكدا الى أهمية الترابط بين الفرد والمجتمع حيث كلما شعر الفرد بأهميته داخل المجتمع أدى ذلك الى زيادة تحفيزه والقيام بأفعال إيجابية اتجاه المحيط الذي يعيش فيه⁽⁹⁾.
- نظرية أصحاب المصالح: إن نظرية أصحاب المصالح والتي تنص على أن الهدف الأساسي للمؤسسات يتمثل في توليد وتعظيم القيمة لجميع أصحاب المصالح من المساهمين والشركاء والعملاء الداخليين والخارجيين، والبيئة المحيطة والمجتمع المحلي والمجتمع ككل⁽¹⁰⁾.

- النظرية السياسية: أن المسؤولية الاجتماعية هي التعبير الأمثل عن مواطنة الشركات؛ فهذه الشركات هي جزء من الدولة، وأحد أنسجة المجتمع الذي تعمل فيه، ومن ثم عليها أن تقوم بدور تجاههما⁽¹¹⁾.

المطلب الثالث: أهمية المسؤولية الاجتماعية

- خفض التكاليف
- مزيد من الابتكار
- بناء سمعة العلامة التجارية
- زيادة ولاء العملاء وتحقق توقعات العملاء
- زيادة رضا الموظفين وراحة وحماس الموظفين
- زيادة توقعات الشفافية التشغيلية وتحسين مصداقية الشركات.
- ميل الموظفين ليكونوا أكثر فعالية وأكثر استعداداً للعمل في المسؤولية الاجتماعية الشركات⁽¹²⁾.

المطلب الرابع: أهداف المسؤولية الاجتماعية

- يركز على الأداء الاجتماعي للمؤسسة
- التحقق من عدالة ودقة الحسابات الاجتماعية للمؤسسة.
- تقييم المساهمة الاجتماعية والاقتصادية التي تقدمها المنظمة.
- يجلب للمجتمع حول تصريف المسؤولية الاجتماعية للمنظمة⁽¹³⁾.

المبحث الثاني: الرضا الوظيفي

المطلب الأول: مفهوم الرضا الوظيفي

- الرضا الوظيفي: بأنه عبارة عن الاتجاه أو الموقف العام لدى الموظفين تجاه عملهم وهو مرتبط مباشرة بحاجات الأفراد التي تتضمن عمل يتميز بالتحدي، والمكافآت العادلة، وبيئة العمل المساعدة، والزملاء (Ostroff, 1992).
- الرضا الوظيفي: حالة عاطفية إيجابية عن تقييم عمل أو تجربة شخص ما (Voon et al, 2011).

- الرضا الوظيفي: أنه الشعور النفسي بالقناعة والارتياح والسعادة أما لإشباع الرغبات والحاجات والتوقعات من العمل نفسه وظروف بيئة العمل ومن العلاقات مع الزملاء والرؤساء مع الثقة والولاء والانتماء للعمل (عبد الباقي، 2003).
- يتضح أن مفهوم الرضا الوظيفي يُعبر عن مدى قدرة الوظيفة التي يقوم بها الفرد على تلبية حاجاته المختلفة، سواء كانت هذه الحاجات مرتبطة بالجانب المادي المتعلق مثلاً بالمرتب والمكافآت التي يحصل عليها الفرد، أو ترتبط بالجانب المعنوي والعلاقات الانسانية في مكان العمل سواء كانت مع الزملاء أو مع المشرفين، أو طبيعة العمل الموكل للفرد وفرص الترقية المتاحة أمامه.

المطلب الثاني: أهمية الرضا الوظيفي

- إحدى الأسباب للاهتمام بالرضا الوظيفي هو نتائجه المحتملة ليس فقط على الموظفين بل على زملاء العمل والمديرين والمجموعات وفرق العمل والمنظمة ككل. وتتضمن النتائج المحتملة تحسين الأداء، وتخفيض الغياب عن العمل، وخفض معدل ترك العمل، وتحسين سلوك المواطنة التنظيمية، وتخفيض الصراعات داخل المنظمة ورضا الزبون. فالموظف الراضي يميل للعمل وفق متطلبات وظيفته فينخرط فيما يسمى سلوك المواطنة التنظيمية، على الجانب الآخر الموظف الغاضب يبحث عن الفرصة لتضييع الوقت. كذلك الاستياء الوظيفي أو عدم الرضا يمكن أن يساهم في انتقال الكفاءات من منظمة إلى أخرى أو من بلد إلى آخر.

المطلب الثالث: أبعاد الرضا الوظيفي

1. البعد الأول الراتب والمكافآت الممنوحة للعاملين.
2. البعد الثاني مهام العمل وواجباته.
3. البعد الثالث العلاقات مع الزملاء.
4. البعد الرابع العلاقات مع الرؤساء.
5. البعد الخامس التقدير واحترام الذات.
6. البعد السادس فرص التقدم الوظيفي.

المطلب الرابع: علاقة المسؤولية الاجتماعية بالرضا الوظيفي

- الموظفون يفخرون بالعمل في منظمة تتميز بالسمعة الحسنة حيث تعمل سلوكيات المسؤولية الاجتماعية على تقوية العقد غير الرسمي بين الشركة والموظفين من خلال وفاء الشركة بالتزاماتها بتوفير ظروف العمل المرغوبة من قبل موظفيها فالعلاقة بين المنظمة وموظفيها يمكن أن تُعد شرط مسبق للمسؤولية الاجتماعية للمنظمة، فالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن ترتبط بالرضا الوظيفي.
- أن الشركات في الصناعات التي يوجد فيها منافسة شديدة لديه أكد معدل أفضل في اتباع السياسات المسؤولية الاجتماعية واستعمال التقنيات الخضراء، وهذا ناشئ عن الاهتمام المرتفع للناس تجاه البيئة، فالزبائن يميلون لاختيار الشراء من الشركات الصديقة للبيئة. فالأعمال التي تستهدف البقاء لفترة طويلة، لا يمثل تحقيق الربح العنصر الوحيد الذي يجب أن تأخذه بعين الاعتبار لأن البقاء تتضمن ثلاثة عناصر ضرورية ضمن المنظمة وهي الرضا الوظيفي للعاملين، وتحقيق الربح على المدى البعيد، وأنشطة قوية مع تلوث أقل⁽¹⁴⁾.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

نشأة فكرة المسؤولية الاجتماعية في القرن الماضي ولم تستخدم هذه الفكرة في أدبيات الإدارة أو تبني من قبل الشركات الى وقت قريب حيث ازداد الاهتمام في مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأصبح منهاجاً يدرس، وقد توصل "بييستين" الى تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها مجموعة من الأنشطة تنفذها الشركات اختياريًا للوفاء بالتزاماتها اتجاه المجتمع المحيط بها (15).

ولا يزال المفهوم محل خلاف وتطوير فقد أجرى "د. تركستاني 1995" دراسة لـ 352 شركة سعودية يقيس من خلالها المستويات الأربعة لنظرية المسؤولية الاجتماعية، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك ارتباطاً بين حجم الشركة ومدى قيامها بمهام المسؤولية الاجتماعية فكلما كانت الشركة ذات مركز مالي قوي أدى ذلك إلى زيادة ممارستها لمهام المسؤولية الاجتماعية (16). ويرى الباحثون أن زيادة الإنتاجية وتعظيم الأرباح لدى الشركات مقابل المسؤولية الاجتماعية إنما هي عملية طردية فكلما زادت المسؤولية الاجتماعية زادت الإنتاجية وبالتالي زادت الأرباح أو كحد أدنى لا توجد خسائر.

ففي دراسة العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وبين أخلاقيات العمل توصل الباحث "ليث سعد الله" الى أن الاهتمام المتزايد في المورد البشري يشكل نجاح الشركات في تحقيق أهدافها ومن متطلبات الاهتمام للموارد البشري (الموظفون) هي مطالباتهم بتطبيق المشاركة المجتمعية لدى الشركات التي يعملون فيها مما يعكس مكانة الموظف وسمعته على المجتمع فيصبح أكثر فاعلية وإنتاجية (17).

لقد أصبح هناك وعي لدى الموظفين في هذا الجانب حيث يرون أن الشركة لا بد أن تلتزم بواجبها اتجاه المجتمع والبيئة المحيطة بها من خلال المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل (18).

وهذا من منظور العملاء الداخليين مما يعكس مدى الوعي لديهم، ومن منظور العملاء الخارجيين لم تصبح السلعة أو الخدمة المقدمة لهم هي مطلبهم الوحيد كما في السابق ولكن أضافوا قيمة ما وراء المنتج أو الخدمة تتمثل في سمعة الشركة ودورها وانشطتها المقدمة للمجتمع أو البيئة المحيطة بها واهتمامهم في العاملين لديهم (19).

حتماً هذه العوامل والمتطلبات من العملاء الداخليين أو الخارجيين على حد سواء جعلت الشركات تستجيب الى مسؤولياتها الاجتماعية مما أعطاهم قيمة إضافية تمثلت في رضا العاملين والتزامهم وحبهم لعملهم مما أثر على إنتاجية الشركات بزيادة وهذا يعني إضافة أرباح وجذب رؤوس مال جديدة.

ومن التأثيرات الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية زيادة نسبة التحفيز لدى موظفين الشركة. وهذا ما أثبتته التجارب والدراسات حيث أجريت دراسة على 39 شركة كانت الردود 34 منها بعد تحليل البيانات وجد تأثير إيجابي في تطبيق المسؤولية الاجتماعية على تحفيز الموظفين وعلى سبيل المثال أن الشركات تشارك موظفيها في اتخاذ القرارات التي تتخذها اتجاه مجتمعها وبيئتها، لذلك تلعب المسؤولية الاجتماعية للشركات دوراً أساسياً في تحقيق ربح مستدام للشركات نظراً لسمعتها في تحفيز وجعل موظفيها متحمسين (20).

ممارسة الشركات للمسؤولية الاجتماعية ترفع من مستوى التزام الموظفين. بعد دراسة أجريت على 216 موظف وجدت التأثير الكبير على التزام الموظفين لا سيما عندما يكون لدى الموظفين دوافع مسبقة للمجتمع بالإضافة إلى ذلك أظهرت الدراسة أن العلاقة بين الالتزام التنظيمي للموظفين ودوافعهم الاجتماعية الإيجابية تكون أقل عندما تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات منخفضة عنها عندما تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات مرتفعة (21).

كما أجريت دراسة على 145 موظف أكدت من خلالها بأن الإدارات الفعالة لا يركزون على نتائج الأداء فحسب بل جعلوا من التزام الموظفين من أهم عناصر اداراتهم وعزز ذلك العلاقة الإيجابية والقوية بين المسؤولية الاجتماعية والتزام الموظفين⁽²²⁾. حين يتم تحفيزهم ويعلمو التزامهم بأعمالهم تكون المحصلة هي رضا الوظيفي لديهم. حيث أجريت دراسة تقيس العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي وجدوا أن هناك تأثيرا إيجابيا غير مباشر على العلاقة عندما يكون لدى الموظفين تصورات إيجابية على شركاتهم وذلك من خلال المبادرات المساهمة في المجتمع والبيئة⁽²³⁾.

مما يؤدي لا محالة إلى الولاء والافتخار بشركاتهم التي يعملون فيها. ستشهد زيادة بنسبة 13% من اعتزازهم وافتخارهم بهذه الشركات حسب دراسة أجريت على 244 موظف على مختلف مستويات الإدارية⁽²⁴⁾.

في المقابل عندما تطبق الشركات المسؤولية الاجتماعية يصبح الموظفون بطريقة غير مباشرة أكثر ابداعا. حسب الدراسة التي أجريت على 45 شركة توصلوا فيها الى ان العلاقة إيجابية بطريقة غير مباشرة في العمل الإبداعي لدى الموظف⁽²⁵⁾.

ومن خلال ما سبق فإن الأسلوب الأمثل للحصول على مثل هذه النتائج تسعى الشركات الان في إشراك قلوب وعقول موظفيها لاتخاذ القرارات مع إداراتهم لتحقيق أهدافهم عن طريق المشاركة المجتمعية فكلما زادت أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات زادت مشاركة الموظفين التي يمكن أن تحصل عليها⁽²⁶⁾.

كما ننوه الى وجود دراسات أبدت آراء معاكسة للمسؤولية الاجتماعية، أصحاب هذا الرأي يقولوا بان الاهتمام بالموظف او المجتمع سيكون على حساب الأرباح وأنها تكلفه على الشركات والذي بدوره يضعف اقتصادها، كما وان حل مشاكل المجتمع او المساهمة فيه بشكل إيجابي ليس من اختصاص تلك الشركات التي هدفها تعظيم الأرباح⁽²⁷⁾.

فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: لا يوجد التزام من قبل شركة للمسؤولية الاجتماعية.
- الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة لتبني شركة للمسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي.
- ويتفرع من هذه الفرضية الفروض الفرعية التالية:
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية في البعد الاقتصادي على الرضا الوظيفي.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية في البعد القانوني على الرضا الوظيفي.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية في البعد الأخلاقي على الرضا الوظيفي.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية في البعد الخيري على الرضا الوظيفي.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية في البعد البيئي على الرضا الوظيفي.

3. الإطار العملي:

1.3. إجراءات الدراسة المسحية

1.1.3. منهجية الدراسة

• أولا: منهج الدراسة:

- اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك بقصد جمع البيانات من عينة الدراسة الميدانية وبالاستعانة بالاستبيان وتحليلها ببرنامج الحزم الإحصائية SPSS، وكذلك تم استخدام منهج تحليل الانحدار المتعدد في بيان أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

• ثانيا: مجتمع الدراسة:

- تستهدف موظفين شركة ومن مختلف المستويات الإدارية بمكة المكرمة ولديها عدد ثلاثة فروع وعدد مجتمع الدراسة (150) موظف.

• ثالثا: عينة الدراسة:

- تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من مجتمع الدراسة ومن مختلف المستويات الإدارية والعدد المتوقع ما يقارب (76) عينة فعالة حسب معايير اختيار العينة العشوائية البسيطة من أصل (150) موظف.

• رابعا: متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: المسؤولية الاجتماعية.

- المتغير التابع: الرضا الوظيفي.

• خامسا: أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة الى الاجابة عن السؤالين الرئيسيين الآتيين:

• السؤال الأول: ما مدى تبني شركة للمسؤولية الاجتماعية؟

(1) ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

(2) ما مفهوم رضا الموظفين؟

(3) ما العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات ورضا الموظفين؟

(4) ما مدى التزام شركة بالمسؤولية الاجتماعية؟

• السؤال الثاني: ما أثر تبني شركة للمسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي؟

• سادسا: مصادر جمع بيانات الدراسة:

- اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على البيانات الأولية: وذلك بالبحث في الجانب الميداني من خلال الاستبيان، البيانات الثانوية: وذلك بالبحث في الكتب والبحوث والمجلات العلمية المتعلقة بالدراسة.

• سابعا: أداة الدراسة:

- اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات اللازمة، وأسئلة الاستبانة من النوع المقفل وفق مقياس ليكرت الخماسي.
- وقد كانت أداة البحث (الاستبيان) تتألف من ثلاثة أقسام:

1. القسم الأول: يختص بالبيانات الشخصية للأفراد تتضمن (النوع، العمر، مستوى التعليم، مستوى الوظيفي، والخبرة).

2. القسم الثاني: يختص بأبعاد المسؤولية الاجتماعية تتضمن الأبعاد (الاقتصادي، القانوني، الخيري، الأخلاقي، البيئي) في شركة.

3. القسم الثالث: تختص برضا الموظفين تتضمن (رواتب، العلاقة بين الإدارة والزملاء، بيئة العمل) في شركة.

2.1.3. تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات**• أولا: صدق وثبات اداة الدراسة**

1- **ثبات الاستبانة:** تم قياس ثبات المقياس باستخدام معامل ثبات كرونباخ ألفا ومعامل ثبات سبيرمان-براون ومعامل ثبات بيرسون ومعامل ثبات جوتمان والنتائج موضحة في الجدول رقم (1)

الطريقة	القيمة
كرونباخ ألفا	0.95
سيبرمان-براون	0.897
جوتمان	0.897

الجدول رقم (1): صدق الاستبانة بمعامل كرونباخ ألفا

معامل كرونباخ ألفا	عدد العبارات
0.950	26

بلغت قيمة كرونباخ ألفا 0.95 وهو ما يعني ان ثبات الاستبانة قوي جدا ويمكن الاعتماد عليها في النتائج المترتبة عليها.

الجدول رقم (2): ثبات الاستبانة بمعامل كرونباخ ألفا وبيرسون براون بطريقة التجزئة النصفية

0.915	القيمة	الجزء الأول	معامل كرونباخ ألفا
13 ^a	العدد		
0.910	القيمة	الجزء الثاني	
13 ^b	العدد		
26	العدد الإجمالي		
0.814			العلاقة بين المتغيرين
0.897	الطول المتساوي		معامل سيبرمان-براون
0.897	الطول غير المتساوي		
0.897	معامل جوتمان النصفي		

2- صدق الاتساق الداخلي:

- يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المجال التي تنتمي اليه هذه العبارة.
- وتم حساب الاتساق الداخلي للاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات مجالات الاستبانة، وذلك على النحو الذي يوضحه الجدول الآتي:

أ- صدق الاتساق الداخلي لكل بعد

جدول رقم (3): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات القسم الثاني (البعد الاقتصادي)	معامل بيرسون
تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي دعماً للاقتصاد الوطني	.837**
تحرص على تحقيق الربح بأساليب مشروعة	.730**
تخلق فرص عمل جديدة	.799**

بلغت أعلى نسبة اتساق في فقرات البعد الاقتصادي مع عبارة (تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي دعماً للاقتصاد الوطني) بقيمة 0.837 (ارتباط قوي موجب) وإن أقل قيمة ارتباط بيرسون للارتباط كانت لعبارة (تحرص على تحقيق الربح بأساليب مشروعة) بقيمة 0.73 (ارتباط متوسط موجب).

جدول رقم (4): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات القسم الثاني (البعد القانوني)	معامل بيرسون
تلتزم بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية السارية في الدولة والمجتمع	.840**
تتحمل مسؤوليتها تجاه أفراد المجتمع المحلي ككل دون تمييز	.904**
تلتزم بتطبيق متطلبات الصحة والسلامة أثناء أداء العمل	.898**

يتضح من الجدول رقم 4 أن قيم معامل الارتباط لكل عبارة من عبارات المجال الأول موجب ودالة إحصائياً عند مستوى 1% فقد بلغت أعلى نسبة بلغت أعلى نسبة في فقرات البعد القانوني مع عبارة (تتحمل مسؤوليتها تجاه أفراد المجتمع المحلي ككل دون تمييز) بقيمة 0.904 (ارتباط قوي جداً موجب) وإن أقل قيمة ارتباط بيرسون للارتباط كانت لعبارة (تلتزم بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية السارية في الدولة والمجتمع) بقيمة 0.84 (ارتباط قوي موجب).

جدول رقم (5): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات القسم الثاني (البعد الأخلاقي)	معامل بيرسون
تؤكد على السلوك والتعامل الأخلاقي الذي يتطابق مع القوانين والأنظمة السائدة	.861**
تتوافق أهداف مع قيم المجتمع	.871**
تمتلك دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها	.910**

بلغت أعلى نسبة اتساق في فقرات البعد الأخلاقي مع عبارة (تمتلك دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها) بقيمة 0.91 (ارتباط قوي جداً موجب) وإن أقل قيمة ارتباط بيرسون للارتباط كانت لعبارة (تؤكد على السلوك والتعامل الأخلاقي الذي يتطابق مع القوانين والأنظمة السائدة) بقيمة 0.861 (ارتباط قوي موجب).

جدول رقم (6): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات القسم الثاني (البعد الخيري)	معامل بيرسون
تقدم منح وهبات لدعم المجتمع المحلي كالتعليم والصحة	.895**
تخصص جزء من أرباحها لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية والرياضية	.849**
تساهم في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة	.886**

بلغت أعلى نسبة اتساق في فقرات البعد الخيري مع عبارة (تقدم منح وهبات لدعم المجتمع المحلي كالتعليم والصحة) بقيمة 0.895 (ارتباط قوي جداً موجب) وإن أقل قيمة ارتباط بيرسون للارتباط كانت لعبارة (تخصص جزء من أرباحها لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية والرياضية) بقيمة 0.849 (ارتباط قوي موجب).

جدول رقم (7): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات القسم الثاني (البعد البيئي)	معامل بيرسون
تتميز بعض منتجات بأنها صديقة للبيئة	.917**
تساهم مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة المدن	.940**
تقوم على حملات أو مبادرات توعوية لأهمية البيئة	.953**

بلغت أعلى نسبة اتساق في فقرات البعد البيئي مع عبارة (تقوم على حملات او مبادرات توعوية لأهمية البيئة) بقيمة 0.953 (ارتباط قوي جدا موجب) وان اقل قيمة ارتباط بيرسون للارتباط كانت لعبارة (تتميز بعض منتجات بأنها صديقة للبيئة) بقيمة 0.917 (ارتباط قوي جدا موجب).

جدول رقم (8): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات للقسم الثالث (الرضا الوظيفي)	معامل بيرسون
فرص الترقية متاحة بمعايير عادلة	.631**
راتبي يغطي متطلباتي اليومية	.657**
أجد التقدير من الإدارة لجهدي المبذول في العمل	.778**
أشعر بالرضا التام عن طريقة تعامل الإدارة مع العاملين	.649**
التعاون جيد بيني وبين زملائي في العمل	.676**
الصدق في التعامل بين العاملين هو السائد	.715**
العمل مصدر تقدير من العائلة	.663**
يوفر العمل مركزا اجتماعيا مرموقا للموظفين	.776**
تقدم لي الوظيفة فرصة التعلم واكتساب معارف جديدة	.719**
نتيح لنا التعلم والترقية	.742**
هل ترى أن ما تقوم به للمسؤولية الاجتماعية له علاقة إيجابية على رضا الموظفين بشكل مباشر او غير مباشر	.607**

بلغت أعلى نسبة اتساق في فقرات الرضا الوظيفي مع عبارة (أجد التقدير من الإدارة لجهدي المبذول في العمل) بقيمة 0.778 (ارتباط متوسط موجب). وان اقل قيمة ارتباط بيرسون للارتباط كانت لعبارة (هل ترى أن ما تقوم به للمسؤولية الاجتماعية له علاقة إيجابية على رضا الموظفين بشكل مباشر او غير مباشر) بقيمة 0.607 (ارتباط متوسط موجب).

ب- صدق الاتساق الداخلي لكل عبارات الاستبيان:

جدول رقم (9): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستبيان	العبارة
معامل بيرسون	
.489**	تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي دعما للاقتصاد الوطني
.469**	تحرص على تحقيق الربح بأساليب مشروعة
.688**	تخلق فرص عمل جديدة
.580**	تلتزم بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية السارية في الدولة والمجتمع
.685**	تتحمل مسؤوليتها تجاه أفراد المجتمع المحلي ككل دون تمييز
.690**	تلتزم بتطبيق متطلبات الصحة والسلامة أثناء أداء العمل
.698**	تؤكد على السلوك والتعامل الأخلاقي الذي يتطابق مع القوانين والأنظمة السائدة

.773**	تتوافق أهداف مع قيم المجتمع
.774**	تمتلك دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها
.654**	تقدم منح وهبات لدعم المجتمع المحلي كالتعليم والصحة
.639**	تخصص جزء من أرباحها لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية والرياضية
.805**	تساهم في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة
.715**	تتميز بعض منتجات بأنها صديقة للبيئة
.699**	تساهم مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة المدن
.738**	تقوم على حملات او مبادرات توعوية لأهمية البيئة
.675**	فرص الترقية متاحة بمعايير عادلة
.645**	راتبي يغطي متطلباتي اليومية
.722**	أجد التقدير من الإدارة لجهدي المبذول في العمل
.613**	أشعر بالرضا التام عن طريقة تعامل الإدارة مع العاملين
.591**	التعاون جيد بيني وبين زملائي في العمل
.656**	الصدق في التعامل بين العاملين هو السائد
.589**	العمل في مصدر تقدير من العائلة
.711**	يوفر العمل مركزاً اجتماعياً مرموقاً للموظفين
.652**	تقدم لي الوظيفة فرصة التعلم واكتساب معارف جديدة
.707**	تتيح لنا التعلم والترقية
.582**	هل ترى أن ما تقوم به للمسؤولية الاجتماعية له علاقة إيجابية على رضا الموظفين بشكل مباشر او غير مباشر

** دالة احصائية عند المستوى 0.01

بلغت أعلى نسبة اتساق في كل الفقرات للأبعاد جميعاً مع عبارة (تساهم في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة) بقيمة 0.805 (ارتباط قوي موجب) وان اقل قيمة ارتباط بيرسون للارتباط كانت لعبارة (تحرص على تحقيق الربح بأساليب مشروعة) بقيمة 0.469 (ارتباط متوسط موجب).

3.1.3. تحليل المعلومات الشخصية لعينة الدراسة

في هذا المطلب يتم عرض وتحليل المعلومات الشخصية الخاصة بأفراد عينة الدراسة في القسم الأول من الاستبانة وعلى النحو التالي:

أولاً: وصف أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع

جدول رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع		
النسبة المئوية	التكرار	
97.3	73	ذكر

أنثى	2	2.7
الإجمالي	75	100

تشير نتائج الجدول رقم 10 الى ان ما يعادل 97.3% من المجيبين على استبانة كان من نوع الذكور أما الإناث فيشكلون نسبة 2.7%.

ثانيا: وصف أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

جدول رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي		
النسبة المئوية	التكرار	
دبلوم	6	8
جامعي	51	68
دراسات عليا	18	24
الإجمالي	75	100

يتضح من خلال جدول رقم 11 ان ما نسبته من أفراد عينة الدراسة من يحمل مؤهل جامعي وهو الأعلى نسبة في العينة بينما الحاصلين على دراسات عليا فيشكلون ما نسبته 24% أما الأشخاص الحاصلين على مؤهل دبلوم 8%.

ثالثا: وصف أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر

جدول رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر		
النسبة المئوية	التكرار	
18 – 23	8	10.7
24 – 29	53	70.7
30 فأعلى	14	18.7
الإجمالي	75	100

يشير الجدول رقم 12 الى ان ما يعادل 70.7% من المجيبين تتراوح ما بين (24-29) في حين ان ما نسبته 18.7 من (30 فأعلى) اما النسبة الأقل فكانت اعمارهم تتراوح ما بين 18 إلى 23 هي الأقل بنسبة 10.7%.

رابعا: وصف أفراد عينة الدراسة وفق متغير الخبرة

جدول رقم (13): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير مستوى الخبرة		
النسبة المئوية	التكرار	
أقل من 5 سنوات	59	78.7
من 5 سنوات الى 10 سنوات	11	14.7
أكثر من 10 سنوات	5	6.7
الإجمالي	75	100

يتضح من جدول 13 سنوات الخبرة ان الغالبية كانت ممن خبرتهم أقل من 5 سنوات بنسبة 78.7% في حين كانت الذين خبرتهم أكثر من 10 سنوات هي الأقل بنسبة 6.7%.

خامسا: وصف أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

جدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي		
النسبة المئوية	التكرار	
62.7	47	الإدارة الدنيا (خطوط الامام)
29.3	22	الإدارة الوسطى (التشغيلية)
8	6	الإدارة العليا (التنفيذية)
100	75	الإجمالي

4.1.3. تحليل نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها واختبار فرضيات الدراسة

في هذا المطلب يتم عرض وتحليل لنتائج الدراسة الميدانية بغرض اختبار الفرضيات الخاصة بالدراسة. ويتم ذلك على مستوى كل فرضية على حدة:

اولاً: تحليل نتائج الفرضية الأولى: ينص الفرض الأول على (لا يوجد التزام من قبل شركة للمسؤولية الاجتماعية).

قبل البداية، يجدر الإشارة إلى المقياس المستخدم في الاستبانة وهو ليكرت الخماسي واتجاهات الرأي كما الجدول التالي.

اتجاه الرأي مقياس ليكرت الخماسي	
المتوسط	اتجاه الرأي
من 1 إلى 1.8	غير موافق إطلاقاً
من 1.81 إلى 2.6	غير موافق
من 2.61 إلى 3.41	محايد
من 3.41 إلى 4.2	موافق
من 4.21 إلى 5	موافق بشدة

1- عرض وتحليل بيانات المجال الأول (البعد الاقتصادي): يتناول استجابات أفراد العينة على عبارات هذا المجال.

جدول رقم (15): استجابات عينة الدراسة على عبارات المجال الأول (البعد الاقتصادي)				
الإجمالي العام	تخلق فرص عمل جديدة	تحرص على تحقيق الربح بأساليب مشروعة	تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي دعماً للاقتصاد الوطني	
	4	2	2	لا أوافق بشدة
	8	0	2	لا أوافق
	8	2	9	محايد

أوافق	31	23	22	
أوافق بشدة	31	48	33	
المتوسط	4.16	4.53	3.96	4.2178
الانحراف المعياري	0.931	0.794	1.213	0.776
الترتيب	2	1	2	
الإجمالي العام	أوافق	أوافق بشدة	أوافق	أوافق بشدة

فان عبارة (تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي دعماً للاقتصاد الوطني) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 4.16 بإجمالي (أوافق). عبارة (تحرص على تحقيق الربح بأساليب مشروعة) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 4.53 بإجمالي (أوافق بشدة). عبارة (تخلق فرص عمل جديدة) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 3.96 بإجمالي (أوافق). إجمالاً: فان قيمة الموافقة على البعد الاقتصادي بلغت 4.21 بإجمالي (أوافق بشدة).

2- عرض وتحليل بيانات المجال الثاني (البعد القانوني): يتناول استجابات أفراد العينة على عبارات هذا المجال.

جدول رقم (16): استجابات عينة الدراسة على عبارات القسم الثاني (البعد القانوني)				
الإجمالي العام	تلتزم بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية السارية في الدولة والمجتمع	تتحمل مسؤوليتها تجاه أفراد المجتمع المحلي ككل دون تمييز	تلتزم بتطبيق متطلبات الصحة والسلامة أثناء أداء العمل	الإجمالي العام
لا أوافق بشدة	2	2	2	
لا أوافق	0	4	8	
محايد	12	20	12	
أوافق	26	23	29	
أوافق بشدة	35	26	24	
المتوسط	4.23	3.89	3.87	3.99
الانحراف المعياري	0.909	1.034	1.07	0.886
الترتيب	3	2	1	
الإجمالي العام	أوافق بشدة	أوافق	أوافق	أوافق

فان عبارة (تلتزم بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية السارية في الدولة والمجتمع) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 4.23 بإجمالي (أوافق بشدة). عبارة (تتحمل مسؤوليتها تجاه أفراد المجتمع المحلي ككل دون تمييز) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 3.89 بإجمالي (أوافق). عبارة (تلتزم بتطبيق متطلبات الصحة والسلامة أثناء أداء العمل) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 3.87 بإجمالي (أوافق). إجمالاً: فان قيمة الموافقة على البعد القانوني بلغت 3.99 بإجمالي (أوافق).

3- عرض وتحليل بيانات المجال الثالث (البعد الأخلاقي): يتناول استجابات أفراد العينة على عبارات هذا المجال.

جدول رقم (17): استجابات عينة الدراسة على عبارات المجال الثالث (البعد الأخلاقي)				
الإجمالي العام	تمتلك دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها	تتوافق أهداف مع قيم المجتمع	تؤكد على السلوك والتعامل الأخلاقي الذي يتطابق مع القوانين والأنظمة السائدة	
	4	2	2	لا أوافق بشدة
	12	8	4	لا أوافق
	16	18	14	محايد
	30	31	26	أوافق
	13	16	29	أوافق بشدة
3.7	3.48	3.68	4.01	المتوسط
0.927	1.119	1.016	1.020	الانحراف المعياري
	3	2	1	الترتيب
أوافق	أوافق	أوافق	أوافق	الإجمالي العام

فان عبارة (تؤكد على السلوك والتعامل الأخلاقي الذي يتطابق مع القوانين والأنظمة السائدة) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 4.01 بإجمالي (أوافق). عبارة (تتوافق أهداف مع قيم المجتمع) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 3.68 بإجمالي (أوافق). عبارة (تمتلك دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها) أوضحت متوسط موافقة بقيمة 3.48 بإجمالي (أوافق). إجمالاً: فان قيمة الموافقة على البعد الأخلاقي بلغت 3.7 بإجمالي (أوافق).

4- عرض وتحليل بيانات المجال الرابع (البعد الخيري): يتناول استجابات أفراد العينة على عبارات هذا المجال.

جدول رقم (18): استجابات عينة الدراسة على عبارات المجال الرابع (البعد الخيري)				
الإجمالي العام	تساهم في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة	تخصص جزء من أرباحها لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية والرياضية	تقدم منح وهبات لدعم المجتمع المحلي كالتعليم والصحة	
	9	4	2	لا أوافق بشدة
	16	6	21	لا أوافق
	27	33	27	محايد
	14	20	14	أوافق
	9	12	11	أوافق بشدة
3.17	2.97	3.40	3.15	المتوسط

0.957	1.174	1.027	1.074	الانحراف المعياري
	3	1	2	الترتيب
محايد	محايد	محايد	محايد	الإجمالي العام

فان عبارة (تقدم منح وهبات لدعم المجتمع المحلي كالتعليم والصحة) أوضحت متوسط حيادية بقيمة 3.15 بإجمالي (محايد). عبارة (تخصص جزء من أرباحها لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية والرياضية) أوضحت متوسط حيادية بقيمة 3.4 بإجمالي (محايد). عبارة (تساهم في توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة) أوضحت متوسط حيادية بقيمة 2.97 إجمالي (محايد). اجمالاً: فان قيمة الموافقة على البعد الخيري بلغت 3.17 بإجمالي (محايد).

5- عرض وتحليل بيانات المجال الخامس (البعد البيئي): يتناول استجابات أفراد العينة على عبارات هذا المجال.

جدول رقم (19): استجابات عينة الدراسة على عبارات المجال الخامس (البعد البيئي)				
الإجمالي العام	تقوم على حملات او مبادرات توعوية لأهمية البيئة	تساهم مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة المدن	تتميز بعض منتجات بأنها صديقة للبيئة	
	6	7	6	لا أوافق بشدة
	20	22	20	لا أوافق
	18	20	10	محايد
	22	19	28	أوافق
	9	7	11	أوافق بشدة
3.1	3.11	2.96	3.24	المتوسط
1.105	1.169	1.144	1.228	الانحراف المعياري
	2	3	1	الترتيب
محايد	محايد	محايد	محايد	الإجمالي العام

فان عبارة (تتميز بعض منتجات بأنها صديقة للبيئة) أوضحت متوسط حيادية بقيمة 3.24 بإجمالي (محايد). عبارة (تساهم مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة المدن) أوضحت متوسط حيادية بقيمة 2.96 بإجمالي (محايد). عبارة (تقوم على حملات او مبادرات توعوية لأهمية البيئة) أوضحت متوسط حيادية بقيمة 3.11 إجمالي (محايد). اجمالاً: فان قيمة الموافقة على البعد البيئي بلغت 3.1 بإجمالي (محايد).

6- عرض وتحليل بيانات المجال السادس (الرضا الوظيفي): يتناول استجابات أفراد العينة على عبارات هذا المجال.

جدول رقم (20): استجابات عينة الدراسة على عبارات المجال السادس (الرضا الوظيفي)											
الإجمالي العام	هل ترى ان ما تقوم به للمسؤولية الاجتماعية له علاقة إيجابية على رضا الموظفين بشكل مباشر او	تتيح لنا التعلم والترقية	تقدم لي الوظيفة فرصة التعلم واكتساب معارف جديدة	يوفر العمل في مركزا اجتماعياً مرموقاً للموظفين	العمل في مصدر تقدير من العائلة	الصدق في التعامل بين العاملين هو السائد	التعاون جيد بيني وبين زملائي في العمل	أشعر بالرضا التام عن طريقة تعامل الإدارة مع العاملين	أجد التقدير من الإدارة لجهدي المبذول في العمل	راتبي يغطي متطلباتي اليومية	فرص الترقية متاحة بمعايير عادلة
لا أوافق بشدة	4	2	2	8	2	2	2	4	2	4	8
لا أوافق	8	16	16	20	13	6	4	4	16	15	6
محايد	16	22	10	24	25	15	11	12	9	22	20
أوافق	27	25	40	20	31	43	34	44	35	30	26
أوافق بشدة	20	10	7	3	4	9	24	11	13	4	15
المتوسط	3.47	3.33	3.45	2.87	3.29	3.68	3.99	3.72	3.55	3.20	3.45
الانحراف المعياري	0.71	1.044	1.017	1.057	0.912	0.888	0.966	0.966	1.094	1.000	1.211
الترتيب	3	7	6	10	8	4	1	2	5	9	11
الإجمالي العام	أوافق	محايد	أوافق	محايد	محايد	أوافق	أوافق	أوافق	أوافق	محايد	أوافق

كان إجمالي الموافقة على الرضا الوظيفي بمتوسط 3.47 بقيمة (أوافق) للعبارات (16 إلى 26).

ثانياً: تحليل نتائج الفرضية الثانية: ينص الفرض الثاني على أنه (لا يوجد أثر ذو دلالة لتبني شركة للمسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي). ولاختبار صحة هذا الفرض الأساسي فقد تم تقسيمه الى 5 فروض فرعية يتم اختبار مدى صحة كل منها وفق منهج تحليل الانحدار الخطي المتعدد وذلك على النحو الآتي.

الاختبار: الانحدار الخطي المتعدد

جدول رقم (21): Model Summary									
Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.843 ^a	.711	.690	.39552	.711	33.901	5	69	.000
a. Predictors: (Constant), البعد_القانوني، البعد_الاقتصادي، البعد_الخيري، البعد_الأخلاقي									

يتضح من قيمة (p-value) أنها أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0.01$) أي أنها دالة احصائياً لذلك فأنتنا سوف نميل إلى ان جميع الأبعاد مجتمعة والتي تمثل المسؤولية الاجتماعية تؤثر على الرضا الوظيفي للشركة وهو ما نستدل عليه بقيمة التغير ف (R) حيث أن المسؤولية الاجتماعية تؤثر بنسبة 69% على الرضا الوظيفي وأن نسبة 31% لعوامل أخرى تؤثر على الرضا الوظيفي.

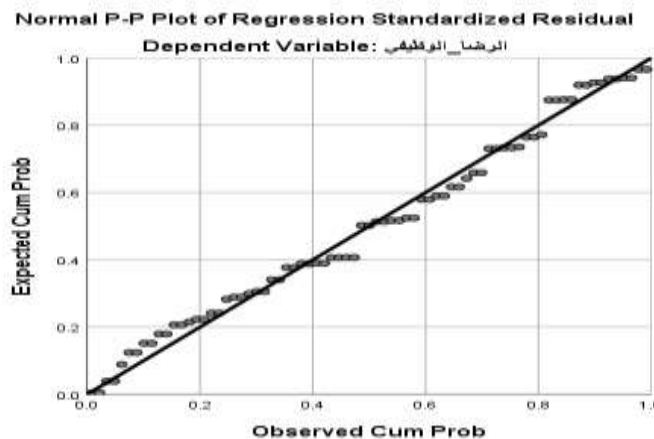
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.623	.262		2.372	.020
	البعد_الاقتصادي	.078	.087	.085	.890	.376
	البعد_القانوني	.261	.092	.326	2.821	.006
	البعد_الأخلاقي	.153	.085	.200	1.813	.074
	البعد_الخيري	.036	.081	.048	.443	.659
	البعد_البيئي	.257	.070	.399	3.658	.000
a. Dependent Variable: الرضا_الوظيفي						

من هذا الجدول نستنتج الآتي:

- 1- قيمة p-value للبعد الاقتصادي (0.376) أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha=0.01$) أي أنها غير دالة احصائياً وبناء عليه فان البعد الاقتصادي غير مؤثر مجتمعاً مع باقي الأبعاد في المسؤولية الاجتماعية.
- 2- قيمة p-value للبعد القانوني (0.006) أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0.01$) أي أنها دالة احصائياً وبناء عليه فان البعد القانوني مؤثر مجتمعاً مع باقي الأبعاد في المسؤولية الاجتماعية.

- 3- قيمة p-value للبعد الأخلاقي (0.074) أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha=0.01$) أي أنها غير دالة احصائياً وبناءً عليه فإن البعد الأخلاقي غير مؤثر مجتمعاً مع باقي الأبعاد في المسؤولية الاجتماعية.
- 4- قيمة p-value للبعد الخيري (0.659) أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha=0.01$) أي أنها غير دالة احصائياً وبناءً عليه فإن البعد الخيري غير مؤثر مجتمعاً مع باقي الأبعاد في المسؤولية الاجتماعية.
- 5- قيمة p-value للبعد البيئي (0.000) أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0.01$) أي أنها دالة احصائياً وبناءً عليه فإن البعد البيئي غير مؤثر مجتمعاً مع باقي الأبعاد في المسؤولية الاجتماعية.

يمكن إيجاد شكل العلاقة عن طريق الرسم التالي



من الشكل السابق يوضح التأثير الملحوظ للمسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي للشركة من نتائج الانحدار يتضح الآتي:

- 1- تتنبأ شركة بالمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للرضا الوظيفي بنسبة 69%
- 2- توجد علاقة مباشرة بين المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي عند النظر لقيمة (p-value) أقل من 0.01 لمستوى المعنوية ألفا).
- 3- من النتيجة رقم (2) نؤكد وجود تأثير مباشر كما أوضحنا من قبل من خلال قيمة (0.000) (p-value) من جهة ومن جهة أخرى قيمة التأثير البالغ 69%

النتائج:

✓ قد أظهرت الدراسة من خلال الدراسة الميدانية باستطلاع آراء عينة الدراسة من موظفين تمت الإجابة على الفرضية الرئيسة الأولى (لا يوجد التزام من قبل شركة للمسؤولية الاجتماعية) على النحو التالي:

- 1- نستطيع القول بأن شركة تمارس المسؤولية الاجتماعية بدرجة أعلى من المتوسط وذلك بناءً على حساب متوسط كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- 2- في البعد الاقتصادي تبين أن قيمة الموافقة بلغت 4.2 وهذا مؤشر على أن شركة لديها علاقة قوية.
- 3- في البعد القانوني تبين أن قيمة الموافقة بلغت 3.9 وهذا مؤشر على أن شركة لديها علاقة جيدة.
- 4- في البعد البيئي تبين أن قيمة الموافقة بلغت 3.1 وهذا مؤشر على أن شركة لديها علاقة محايدة.
- 5- في البعد الخيري تبين أن قيمة الموافقة بلغت 3.1 وهذا مؤشر على أن شركة لديها علاقة محايدة.

6- في البعد الأخلاقي تبين أن قيمة الموافقة بلغت 3.7 وهذا مؤشر على أن شركة لديها علاقة جيدة. √ فيما يتعلق بالفرضية الثانية (لا يوجد أثر ذو دلالة لتبني شركة للمسؤولية الاجتماعية على الرضا الوظيفي) أوضحت الدراسة أنه يوجد أثر إيجابي على الرضا الوظيفي بنسبة 69%.

التوصيات:

- العمل على إنشاء إدارة متخصصة بالمسؤولية الاجتماعية تهتم بالشؤون الاجتماعية للشركة على الشركة وتعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية وسط العاملين.
- ضرورة إعطاء الشركة مكانة للمسؤولية الاجتماعية ترتقي لدورها الفعال والاستراتيجي مثلما هو عليه في الشركات العالمية.
- تعزيز الدور الخيري والبيئي لدى الشركة وإشراك الموظفين في هذا الدور وإظهار الإنجازات لكل الموظفين، وأن يتم الاعلان عنها في المناسبات المعنية لمعرفة المجتمع بما تقدمه الشركة.
- العمل على تحسين الرواتب والحوافز للعاملين من أجل إشباع حاجاتهم.

المراجع:

1. المعهد العربي للتخطيط بالكويت، (2010). قضايا التنمية العربية، كتاب المسؤولية الاجتماعية للشركات، (العدد 90).
2. العواس، اسمهان. (2011). بحث أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء التنظيمي، جامعة مؤتة، الأردن.
3. أبو عليان، بسام. (2015). كتاب طرق الخدمة الاجتماعية، جامعة الأقصى.
4. عبد الرحيم، د. سناء. (2010). الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية الشاملة، مجلة الإدارة والاقتصاد، (العدد 83).
5. ابراهيم، قاري. (2015). بحث أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية، جامعة دمشق.
6. محمد، نوارا. (2010). المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية دراسة تطبيقية، مركز المديرين المصري.
7. السبيعي، د. فلاح. (2016). أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية بالتطبيق على الشركات الصناعية بمنطقة الرياض. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (42).
8. د. هبول محمد وآخرون. (2020). أبعاد المسؤولية الاجتماعية وفق هرم كارول، مجلة أوراق اقتصادية، العدد الثاني.
9. تنسيق بن دريدي منير ومجموعة من الباحثين، (2019). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين مقاربات النظرية والتطبيقية، المركز الديمقراطي العربي، الطبعة الأولى.
10. الحربي، بدر بن جزاء. (2021). المسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها في اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك السعودي: دراسة استطلاعية في مدينة الرياض، مجلة البحوث المالية والتجارية.
11. بدران، محمود فوزي رشاد، (2020). تحديات برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات المحلية والدولية دراسة مقارنة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد (3).
12. بليزك وعبد الحليم، (2017). العلاقة بين الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق القدرة التنافسية للشركات، مجلة الاقتصاد الصناعي.

13. كروثر، سيفي، (2018). إعادة تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، إمبرالد للنشر المحدودة، الطبعة الأولى.
14. قاري إبراهيم، (2015). بحث أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية، جامعة دمشق.
15. الصيرفي، محمد. (2007). كتاب بحوث إدارية مُحكمة. (الطبعة الأولى).
16. منصور، د. مجيد. (2011). أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء، جامعة النجاح الوطنية.
17. ليث سعدالله. (2012). المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل، مجلة بحوث المستقبلية الدورية العلمية، (العدد 38).
18. العامري، الغالي. (2005). كتاب المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع. موسوعة الاقتصاد والتمويل الإسلامي.
19. بوبكر الحسن (2014). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة، جامعة محمد خضير.
20. جيتيلي وآخرون، (2019). المسؤولية الاجتماعية للشركات والإدارة البيئية، ثقافة الشركات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
21. شاو وآخرون، (2017). هل الموظفون ذوو الدوافع الاجتماعية أكثر التزامًا بمنظمتهم؟ أدوار الدافع الاجتماعي الإيجابي للمشرفين والمسؤولية الاجتماعية للشركات المتصورة، مجلة آسيا والمحيط الهادئ للإدارة.
22. هنري منساة، (2017). تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على الالتزام التنظيمي لموظفي البنوك الريفية والمجتمعية في غانا، مجلة إدارة الأعمال المقنعة.
23. يون وآخرون، (2018). مجلة إدارة السياحة، آثار المسؤولية الاجتماعية للشركات على الموظفين في صناعة الكازينو، (العدد 68).
24. بوادي اسانتي وآخرون، (2019). عواقب المسؤولية الاجتماعية للشركات على الموظفين: الدور الوسيط لأنماط تحفيز العمل، مجلة البصيرة الزمردية.
25. غارليغي وآخرون، (2018). نتائج المسؤولية الاجتماعية للشركات للموظفين: دليل تجريبي من دولة نامية، مجلة الاستدامة (mdpi).
26. بيونج وآخرون، (2019). تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة المواهب على مشاركة الموظفين: دراسة في شركة المياه الإقليمية، مجلة المعرفة علم الاجتماع.
27. ضيافي نوال (2010). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد.

جميع الحقوق محفوظة © 2023، الباحث/ فيصل بن محمد الزهراني، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي

(CC BY NC)

Doi: <https://doi.org/10.52132/Ajrsp/v5.55.10>