

عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس

المسؤولية المجتمعية لدى شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية "جوال"

ربي مروان البرغوثي

رسالة ماجستير

القدس_ فلسطين

1441هـ / 2020م

المسؤولية المجتمعية لدى شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية "جوال"

إعداد:

ربي مروان البرغوثي

بكالوريوس محاسبة من جامعة بير زيت / فلسطين

المشرف: د. عفيف يوسف حمد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في إدارة الأعمال من معهد
إدارة الأعمال - كلية الدراسات العليا - جامعة القدس

1441هـ / 2020م



جامعة القدس
عمادة الدراسات العليا
كلية الإدارة والاقتصاد

إجازة الرسالة

المسؤولية المجتمعية لدى شركة الاتصالات الفلسطينية الخلية "جوال"
(دراسة حالة)

اسم الطالبة: ربي مروان البرغوثي

الرقم الجامعي: 1041275

المشرف: الدكتور عفيف يوسف حمد

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 26 / 12 / 2020 من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتوافقهم:

التوقيع:

1- رئيس لجنة المناقشة: د. عفيف يوسف حمد

التوقيع:

2- ممتحناً داخلياً: د. إبراهيم عوض

التوقيع:

3- ممتحناً خارجياً: د. يوسف أبو فارة

القدس - فلسطين

1441 هـ / 2020 م

الإهداء

إلى من ألبسني ثوب العلم ببركة أنفاسه والدي العزيز.

إلى من خضت درب العلم بفيض تراتيل دعائها والدتي الغالية.

إلى عنوان الإخاء وجذوة الإخلاص إختي وفقهم الله.

إلى سكن الحياة وعوني في مسيرتي زوجي حفظه الله.

إلى ذرة المستقبل ومخاض علمي ذريتي رعاهم الله.

إلى جميع من تتلمذت على أيديهم في معهد إدارة الأعمال في جامعة القدس.

إلى حضرة الدكتور عفيف يوسف حمد صاحب الفضل الأول في إعداد هذه الرسالة.

إلى كل من مد يد العون، وساهم في إنجاح هذه الرسالة، وكانوا على قدرٍ كبيرٍ من المسؤولية

والتعاون.

إهدي هذه الرسالة راجيةً المولى عزَّ وَجَلَّ الفائدة والإفادة بها.

الباحثة: ربي مروان البرغوثي

إقرار

أقر أنا - معدة الرسالة - بأنها قدمت إلى جامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة أو أي جزء منها، لم يُقدّم لنيل أية درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر .

ربي مروان البرغوثي

التاريخ: 20 / 12 / 2021م

شكر و عرفان

اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، أحمدُ ربي وأشكره على أن يسّر لي إتمام هذه الرسالة أنه على كل شيء قدير.

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان والامتنان، إلى كل من ساهم في إخراج هذه الرسالة، إلى من دعمني وساندني أثناء مسيرتي التعليمية منذ نعومة أظفري أُمي وأبي، إلى أحباب روعي وعزوتي إخوتي وأسرتي الصغيرة زوجي وأولادي، وزملائي في العمل والجامعة وصديقاتي.

كما أتوجه بخالص الشكر إلى من أرشدني ومدني بالنصائح والارشادات القيّمة في إعداد هذه الدراسة مشرفي "الدكتور عفيف يوسف حمد"، والشكر موصول إلى جميع أساتذة معهد إدارة الأعمال، وعمادة الدراسات العليا، والشكر التام لجامعتنا الشامخة جامعة القدس.

الباحثة: ربي مروان البرغوثي

مصطلحات الدراسة

تبحث الدراسة الحالية مدى تحقيق شركة جوال للمسؤولية المجتمعية والبيئية والمسؤولية تجاه العاملين، وقد تزداد مفاهيم ومصطلحات تخدم هذه الدراسة، ولهذه المفاهيم والمصطلحات تعريفات نظرية، وقد تم اعتماد التعريفات الآتية:

التزام الشركات بالتوازن وتحسين الآثار البيئية والمجتمعية دون الإضرار بالأداء الاقتصادي. (Najati, 2011,p144)	المسؤولية المجتمعية
: الالتزام بالعمل من أجل المساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، والعمل مع العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين نوعية حياتهم. (Markus &Hollerer, 2012, p30)	التعريف الاجرائي للمسؤولية المجتمعية
"الواجبات التي تلتزم بها شركة جوال تجاه العاملين لديها وتجاه مجتمعهم وبيئتهم المحيطة بهم لما لذلك من أهمية كبيرة في تنمية أعمال الشركة ودعم البيئة الداخلية والخارجية المحيطة بشركة جوال".	شركة جوال
شركة جوال: هي المغذي "الفلسطيني الأول لخدمة الاتصال الخلوي في فلسطين، تعمل على توفير خدمة الاتصال لأفراد المجتمع الفلسطيني بأحدث الوسائل العالمية". (https://www.jawwal.ps).	

المخلص:

هدفت الدراسة التعرف إلى مفهوم المسؤولية المجتمعية، وصف واقع تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوّال) للمسؤولية المجتمعية، صعوبات التطبيق، التعرف إلى أشكال المسؤولية المجتمعية وأولويات تطبيقها من وجهة نظر العاملين في شركة جوال. تمثلت أهمية هذه الدراسة كونها تسلط الضوء على موضوع حديث على المستوى المحلي. استخدمت الباحثه المنهج الوصفي لمناسبته لمثل هذا النوع من الدراسات. تكون مجتمع الدراسة من العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية جوّال، طبقت أداة الدراسة على عينة بلغت (50) موظفاً وموظفة، تكونت الإستمابانه من خمسة محاور: الأول معلومات عامة حول العاملين، الثاني المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع، الثالث المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين، الرابع المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بشركة جوّال، المحور الخامس والأخير سلط الضوء على معيقات تطبيق المسؤولية المجتمعية. أشارت النتائج إلى تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية جوّال محاور المسؤولية المجتمعية تجاه (المجتمع، العاملين، البيئة المحيطة) بدرجة مرتفعة نسبياً" ، كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لأي من متغيرات (سنوات الخبرة، المؤهل العلمي) المدروسة على واقع تطبيق الشركة للمسؤولية المجتمعية. وخلصت الدراسة إلى وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال الشركة لمسئوليتها المجتمعية، ووجود القوانين والتشريعات التي تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في الشركة.

Social Responsibility of Jawal Telecom Company

Researcher: Ruba Marwan Al-Barghouthi

Supervisor: Dr. Afef Hamad

Abstract

The scope of this study is to identify the concept of social responsibility and describe its application at Jawal Telecom Company (Jawwal as a model). The Study would also table key challenges to its application, as well as Paltels employees' takes on prioritization practices at the Palestinian Telecom Group. The importance of this study is represented as it sheds light on a locally current topic, and the descriptive method was used for its suitability for this type of study. The study population (Sample) came from the Palestinian Communications group Jawwal, and the study tool was applied to a sample of (43) male and female employees. To achieve the study objectives, the questionnaire was designed around five segments: The first segment covered general employee information, and the second segment touch on social responsibility towards the community, with the third segment, focused on social responsibility towards employees and the fourth segment will reflect on social responsibility towards the environment and finally, the fifth segment would highlight implementation challenges from the researched angle. The results indicated that the Palestinian Telecom Group Jawwal has shown high levels of commitment in the applications of the social responsibility segments under this study; society, employees, and the surrounding environment. The results of the study also showed that the key variables (years of experience, academic qualification) carried no weight on the implementation of Social responsibility. The study concluded that the company have an official regulatory body that organizes the it's work as part of its social responsibility, in addition of laws and legislations that work to develop social responsibility in the company.

Key Words: Social Responsibility; twords society; towards employees, and twords environment.

خلفية الدراسة وأهميتها

1.1 المقدمة:

تعتبر المسؤولية المجتمعية من المفاهيم الشاملة والتي لا تقتصر على قطاع أو جهة معينة، فقد امتدت لتشمل تقديم خدمات للمجتمع المحيط بالمؤسسة، إلى جانب عدم استثناء البيئة المحيطة من قائمة الموارد التي يجب المحافظة عليها من قبل المؤسسة، وتحسين ظروف الحياة الوظيفية للموظفين، لدفعهم إلى تحسين أدائهم وزيادة إنتاجية المؤسسة، وتطبيق مبدأ التوازن بين أهداف المؤسسة من جانب وبين احتياجات ورغبات وأهداف أصحاب المؤسسة من ناحية أخرى، ولم يقف سعي المؤسسة لتطبيق المسؤولية المجتمعية هنا، بل استمرت لتبني مسؤولية مجتمعية أخلاقية، مما يمنحها صفة المواطنة والتي يترتب عليها واجبات تجاه مجتمعها الداخلي والخارجي المحيط بالمؤسسة، كما لها حقوق. (نجم، 2005).

لقد ازداد الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية من قبل المؤسسات خلال العقود القليلة الماضية؛ نظراً لأن المؤسسات لا تعمل في فراغ، فأنشطتها ستؤثر على محيطها الذي يشمل أصحاب المصلحة والمجتمع والبيئة والمؤسسات الأخرى (Najati, et. al, 2010) كما أن مواكبة التطور والتقدم المتسارع في عالم الأعمال، أجبر الشركات على مشاركة الزبائن بشكل أو بآخر كل ما يتعلق بالعملية الإدارية، حيث ينصب التركيز على تلبية احتياجات الحاضر دون تراجع القدرة على تلبية احتياجات المجتمع في المستقبل، وكذلك خلق فرص للغد.

مما لا شك فيه، أن جميع البشر لديهم التزامات أخلاقية للحفاظ على الكوكب وليس هناك عذر لعدم القيام بأي شيء لتحسين الحالة البيئية، لذلك لم تركز الشركات على زيادة الربح والمحافظة على مركزها

التنافسي فقط؛ وإنما بدأت السعي للسير في طريق الاعتماد على كل ما هو معاصر، وتطبيق مبادئ المسؤولية المجتمعية، حيث يركز جوهر التنمية المستدامة على الموارد البشرية، انطلاقاً من أن أي منظمة لا يمكن أن تقوم بتنفيذ أعمالها بمعزل عن توفر رأس مال بشري كفؤ يُنفذ ويُحقق أهدافها. (البكري، 2001).

أصبحت المسؤولية المجتمعية جزءاً قوياً لا رجعة فيه من أعمال الشركات، وعندما تُدار بشكل فعال؛ يمكن لبرامج ومشاريع المسؤولية المجتمعية للشركات أن تخلق فوائد كبيرة كالسمعة والعوائد وكذلك الدافع والولاء للموظفين، ويمكن أن تساهم أيضاً في تقوية الشراكات القيمة، فاستراتيجيات المسؤولية المجتمعية للشركات يمكن أن تخلق مزايا تنافسية إذا ما استخدمت بشكل صحيح، وإلى وجود ارتباط إيجابي بين إجراءات المسؤولية المجتمعية الاستراتيجية والميزة التنافسية، حيث يمكن تحديد ثلاثة أجيال من الشركات فيما يتعلق بقدرتهم التنافسية المسؤولة (مقدم، 2014). فلدى شركات الجيل الأول استراتيجية تخفيف الألم على المدى القصير، ومن ثم تضع شركات الجيل الثاني سياسات التخطيط الاستراتيجي وإدارة المخاطر، وتقوم شركات الجيل الثالث بدمج مفهوم المسؤولية المجتمعية وما جاء به الجيل الأول والثاني في استراتيجيتها على الرغم من عدم التركيز بالضرورة على استكشاف الفرص من القضايا المجتمعية، ولكن قد يمثل الاستثمار المجتمعي فرصة كبيرة للشركة، وذلك لأن تحسين صورة المؤسسة لدى المستفيدين والمجتمع المحيط بها يعتبر أحد الفوائد المحتملة للمسؤولية المجتمعية للشركات. (Filho et. al, 2010, p298&).(p301).

يتباين التزام المؤسسات في تطبيق المسؤولية المجتمعية فمنهم من يقوم بتطبيقها انطلاقاً من مبدأ التطوع فيضعها دائماً من ضمن استراتيجيات وميزانية المؤسسة، والبعض الآخر يقوم بتطبيقها لأنها تكون قد فُرِضت عليه من قبل المجتمع المحيط به، وهناك من لم يَقم بتطبيقها لعدم اقتناعه بأهمية المسؤولية

المجتمعية في استمرارية مؤسسته وتحقيق التقدم والتطور، ولأنه لم يدرك مدى أهمية المجتمع المحيط به لتسهيل تحقيق أهداف المؤسسة. (فروانة، والديب، 2016).

ولما لشركات الاتصال من دور في التأثير على البيئة والموارد البشرية والمجتمع، كان لا بد من التعرف إلى دور قطاع الاتصالات في تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه (المجتمع، والبيئة، والعاملين)، ورغم أن قطاع الاتصالات يُعد من القطاعات المهمة من حيث ما تقدمه من تسهيلات في التواصل بين أفراد المجتمع داخل وخارج الوطن، وتوفير فرص عمل لعدد لا بأس به من العاطلين عن العمل. (ياسين، 2008، ص19).

وقد أدى ذلك إلى زيادة الطلب على تطبيق المسؤولية المجتمعية للكشف طوعاً عن مدى تطبيق أنشطة المسؤولية المجتمعية في الشركات تجاه أصحاب المصلحة، وهي تعتبر وسيلة لفهم وتتبع تأثيرات المسؤولية المجتمعية للشركات على البيئة والمجتمع والعاملين، ففي السنوات الأخيرة، كانت الدعوة إلى زيادة المسؤولية المجتمعية من قبل الحكومات والمستثمرين والشركات عاجلة بسبب الأزمات العالمية التي ساهمت بدور مركزي في انهيار الأسواق المالية، والتدهور الاقتصادي الحاد ونقص الغذاء.

ويبدو أن تغيّر المناخ قد حظي أخيراً بالاهتمام الواجب، مع إدراك متزايد للعواقب الخطيرة دون تغيير كبير في المسار أو الهدف، حيث يستخدم المزيد والمزيد من الجهات المسؤولة تقارير الشركات غير المالية، بما في ذلك التأثير المجتمعي والبيئي والاقتصادي لعمليات الشركة، ليس فقط كأداة للمساءلة؛ ولكن أيضاً لدفع الإستراتيجية وفتح مصادر جديدة للإيرادات والنمو.

فعندما يتخذ الأشخاص قرارات بشأن استخدام الموارد الطبيعية، كان لا بد من تطبيق المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة في العمليات التي تستخدم للحصول على هذه الموارد، ومن يمكنه الوصول إليها معهم،

ومن خلال تطبيق المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة، ستبقى الأجيال القادمة لديها ما يكفي من الموارد وسوف تترك البيئة كما هي اليوم أو حتى أفضل من أجل أن يحظى المجتمع بظروف معيشية طبيعية وصحية (Camelia, et. al, 2011, p117).

أما بالنسبة للأثار البيئية لشركات الاتصالات فقد تبين أن الأبراج التابعة لشركات الاتصالات تشكل خطراً كبيراً على صحة الإنسان والبيئة، حيث تؤثر الإشعاعات الناتجة عن أبراج جوال إلى إصابة الأفراد القريبين من حيث مناطقهم السكنية ببعض الأمراض الخطيرة حيث أن "المجال الكهربائي للأشعة تؤثر على خلايا جسم الإنسان، والمجال المغناطيسي للأشعة يؤثر على خلايا الجسم، وامتصاص طاقة الأشعة من قبل خلايا الجسم يؤدي إلى ارتفاع في درجة حرارة الخلايا". (موقع معاً الإخباري، لعام 2009).

طالب العديد من الأفراد وبعض الجهات المسؤولة بضرورة إعادة توزيع هذه الأبراج بحيث تكون بعيدة عن الأماكن المأهولة بالسكان بما يقارب مسافة (1500) متر، ونتيجة لعدم الالتزام بالقوانين والتشريعات التي توضح معايير وضع وإنشاء الأبراج التابعة لشركات الاتصالات فإنها تنتشر بشكل كبير في كثير من المناطق، متجاهلين الالتزام بالمعايير التي تم إصدارها بشكل رسمي عام (2009) بخصوص "منح الموافقة البيئية على إنشاء وتشغيل محطات البث الخلوي والتي تلزم تخفيض كثافة الموجة (250) مرة أقل من منظمة الصحة العالمية" كما ينص البند رقم (1) من المادة (11) من هذه الوثيقة "على أن الإشعاع الصادر عن أبراج ومحطات البث الخلوي لا يجب أن يتجاوز (4.5) واط لكل ميغاهيرتز مقسومة على (250) وبالتالي تصبح قيمة التعرض المسموح بها (0.018) واط لكل متر مربع. (عنبتوي، 2010).

لقد قامت بعض الشركات بممارسات غير مسؤولة مجتمعياً من أجل تحسين أدائها على حساب واجبها تجاه الصحة والسلامة للمجتمع والبيئة اللذان يشكلان المحيط الخارجي الذي ترتكز عليه أعمال وخدمات الشركة، وعلى الرغم من وجود إرادة للجهات الفاعلة السياسية في بعض البلدان النامية التي تشهد

نمواً اقتصادياً سريعاً مثل ماليزيا والإمارات العربية المتحدة للكشف عن أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات فيما يتعلق بالصحة والسلامة وحماية المستثمرين والتلوث، فإن مستويات الكشف في بعض البلدان النامية لا تزال حتى اللحظة منخفضة مقارنة مع بعض الدول المتقدمة (Bayoud, et. al, 2012, p69) وخير دليل على ذلك هو وجود أبراج لشركة جوال وشركات اتصالات أخرى في مناطق مأهولة بالسكان ويلاحظ في كثير من المناطق وجود أبراج تم وضعها على أسطح بعض المنازل أو المصانع والشركات، وذلك من خلال التعاقد مع أصحاب تلك الأماكن، ولكن قد يكون موافقة الأفراد المعنيين بوضع برج لشركة اتصالات نابغاً عن الجهل بالأضرار الناجمة عن وجوده قريباً بدرجة كبيرة من مناطق مأهولة بالسكان. (جرار، 2018).

2.1 مشكلة الدراسة

منذ النصف الثاني من القرن العشرين، كان هناك نقاش طويل حول مسألة المسؤولية المجتمعية للشركات، حيث يوجد اليوم عدد لا بأس به من النظريات والمناهج والمصطلحات حول هذا المفهوم، وتم تقديم تعريفات مختلفة للمسؤولية المجتمعية. ببساطة؛ تتطلب المسؤولية المجتمعية من الشركات الالتزام بموازنة التأثيرات البيئية والمجتمعية المحسنة، دون الإضرار بالأداء الاقتصادي، حيث تنظر المؤسسات إلى المسؤولية المجتمعية على أنها تسير وفقاً لمبادئها المتمثلة في الثقة والالتزام بالتميز والجودة بما يتجاوز المتطلبات القانونية الأساسية، كما تدرك الشركات أهمية ممارسة نشاطها مع المساهمة في النمو المستدام للمجتمع. لهذا السبب؛ تلتزم المؤسسات بمساعدة مجتمعات البلدان التي تعمل فيها، حيث يشكل خلق فرص العمل واحترام حقوق الإنسان والعناية بالبيئة جزءاً من استراتيجية أعمال الشركة، وتوجيه نموها بطريقة مسؤولة مع أهداف التنمية المستدامة (Corporate Social Responsibility Report, 2019, p6).

هذا بدوره يؤدي إلى الانتقال من النظرة التقليدية للشركة، حيث تتمثل المسؤولية الرئيسية للشركة في توفير السلع والخدمات للمجتمع، إلى شركة ترى أن الشركات تساهم في رفاهية المجتمع من خلال مسؤوليتها تجاه المجتمع والبيئة والعاملين لديها (najati, & shafaei, & zadeh, 2011, p441) جنباً إلى جنب مع هدف هذه الدراسة (مدى التزام شركة جوال بالمسؤولية المجتمعية).

ونتيجة ندرة الدراسات السابقة التي تحدثت حول موضوع المسؤولية المجتمعية للشركات، ونقص التوعية لدى الشركات حول مفهوم المسؤولية المجتمعية، تكمن مشكلة الدراسة في التعرف إلى المدى الذي وصلت إليه شركة الاتصالات الفلسطينية (جوال) في تبني مفهوم المسؤولية المجتمعية وتطبيقها، لذلك لا بد من الحصول على العديد من البيانات وطرح العديد من الأسئلة للتعرف أكثر على مسؤولية الشركة تجاه المجتمع والبيئة والعاملين لديها، يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية في الصيغة الآتية: ما هو واقع المسؤولية المجتمعية لشركة الاتصالات الخلية الفلسطينية (جوال) تجاه (البيئة، والمجتمع، والعاملين لديها)؟

3.1 أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة بما يلي:

- أهمية موضوعها كمتطلب من متطلبات المواطنة الصالحة للمجتمعات في وقتنا الحاضر، حيث تعتبر من بؤر حسن الانتماء، ومتطلب من متطلبات التنمية المستدامة.
- توفير تغذية راجعة لصانعي القرار بشكل عام ومسؤولي شركة جوال بشكل خاص في تبني مفاهيم المسؤولية المجتمعية.
- تعتبر هذه الدراسة مهمة لشركة جوال من أجل منح مزيد من الاهتمام لتطبيق المسؤولية المجتمعية.

- تقديم توصيات تساعد متخذي القرار في وضع معايير وخطط تساعد في الارتقاء بأعمال المسؤولية المجتمعية لشركة الاتصالات الفلسطينية جوال.
- تقديم دراسة توضح واقع المسؤولية المجتمعية لشركة الاتصالات الفلسطينية (جوال).

4.1 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف إلى واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين.
- التعرف إلى المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية من وجهة نظر العاملين.
- الكشف عن واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين باختلاف متغيرات: عدد سنوات الخبرة، المؤهل العلمي.

5.1 تساؤلات الدراسة

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين؟
- ما هي المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية من وجهة نظر العاملين؟

• هل تختلف تقديرات العاملين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوّال) لواقع تطبيق المسؤولية

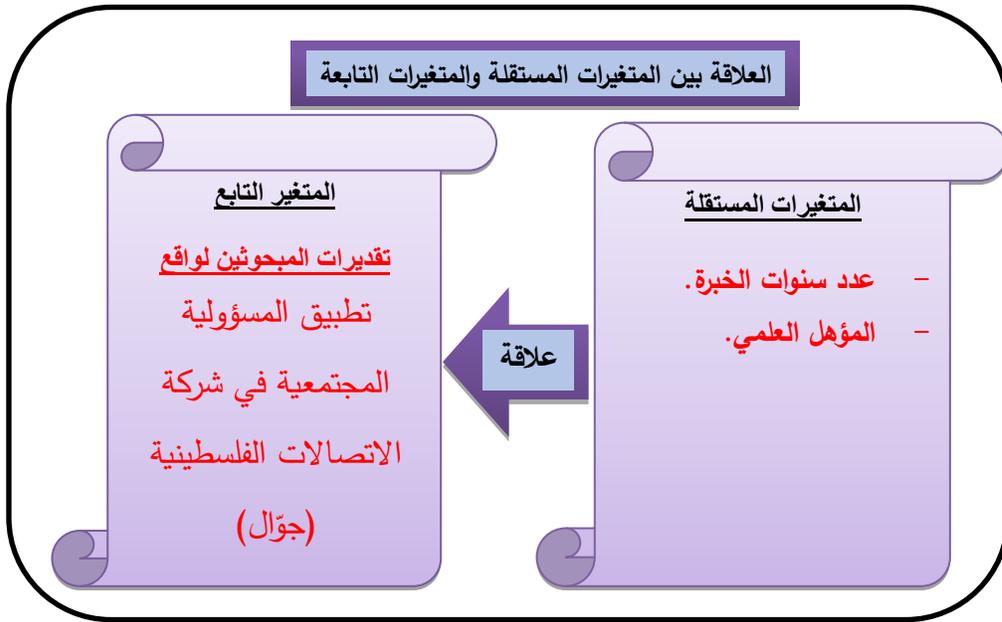
المجتمعية باختلاف متغيرات: عدد سنوات الخبرة، المؤهل العلمي؟

6.1 متغيرات الدراسة

المتغيرات المستقلة: وتشمل (العمر، عدد سنوات الخبرة).

المتغير التابع: تقديرات عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية

(جوّال)



الشكل رقم (1): العلاقة بين متغيرات الدراسة

7.1 حدود الدراسة:

تشمل هذه الدراسة على عدة حدود مختلفة يمكن توجيهها نحو أهدافها:

تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع، والبيئة، والمسؤولية تجاه العاملين.

• **الحد البشري:** تبحث الدراسة وجهة نظر العاملين والمالكين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية.

• **الحد المكاني:** تقتصر الدراسة على شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال).

• **الحد الزمني:** الفصل الأول من العام الدراسي 2019 / 2020.

8.1 هيكلية الدراسة: تشمل الدراسة على خمسة فصول مقسمة على النحو التالي:

الفصل الأول: يعرض مقدمة الدراسة وخلفيتها، مشكلتها، أهميتها، أسئلتها، متغيراتها، وحدودها.

الفصل الثاني: يتضمن الإطار النظري والدراسات السابقة.

الفصل الثالث: يتطرق إلى منهج الدراسة، الأدوات، المجتمع، العينة وخصائصها، إجراءات التحقيق من صدق وثبات الأداة.

الفصل الرابع: يعرض نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي تم الحصول عليها من المبحوثين ثم عرض تلك النتائج ومناقشتها والإجابة عن أسئلة الدراسة.

الفصل الخامس: يتضمن النتائج والاستنتاجات والتوصيات التي بنيت على نتائج الدراسة.

الأدب النظري والدراسات السابقة

استعرضت الباحثة في هذا الفصل الإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة، أما الجزء الثاني فستتناول الباحثة عرضاً للدراسات السابقة ذات العلاقة والصلة بالموضوع.

1.1.2 المقدمة:

تعتبر المسؤولية المجتمعية لمؤسسات الأعمال من الأنشطة حديثة النشأة أو العهد عليها لذلك لم تكن من ضمن أولوياتها واهتماماتها حيث كان هدفها الأول والأخير زيادة ربحها للمحافظة على استمراريتها وتطورها وتنميتها حيث تهدف المسؤولية المجتمعية على أن يترتب على مؤسسات الأعمال واجبات تجاه المجتمع المدني بحيث لم يعد كافياً اقتصار أعمال تلك المؤسسات على الاستفادة من المستلزمات المتوفرة في المجتمع بما تستفيد منه للوصول إلى الأهداف الاقتصادية الموضوعة بل تمتد تلك الواجبات لتتطال احتياجات المجتمع وانطلاقاً مما تقدم فإنه على مؤسسات الأعمال أن تقوم بواجباتها تجاه أفراد المجتمع المدني بغض النظر عن دوره سواء كان "عاملاً، أو مستهلكاً، مورداً، مجتمعاً، أو بيئة" حيث يؤثر ذلك على سير عمل الشركة ويساهم في حصولها على النتائج المرجوة والأهداف الموضوعة من قبلها (التميمي، 2016، ص14).

2.1.2 مفهوم المسؤولية المجتمعية

عُرفت المسؤولية المجتمعية أنها "التزام أخلاقي والتصرف المسؤول أو مجموعة القرارات والأفعال أو عقد بين الشركات والمجتمع تجاه مجموعة من الأطراف وهم أفراد المجتمع بحيث تتميز تلك الالتزامات والتصرفات والخدمات بالكفاءة والأخذ بعين الاعتبار القوانين والتشريعات والمحافظة على إبقاء حضور

العدالة والأمانة في تعامل الشركات مع أفراد المجتمع، ويتخلل ذلك بعض الأعمال التطوعية التي تقع على كاهل تلك الشركات" (وهيبة، 2011، ص4 - ص5).

فُرضت المسؤولية المجتمعية على الشركات لضرورة الوفاء بتقديم بعض الخدمات المجتمعية للمجتمع الذي يتأثر بتلك الخدمات والأنشطة التي تقدمها (الزيود وآخرون، 2011، ص374).

3.1.2 التطور التاريخي للمسؤولية المجتمعية:

إن المتتبع لمسار المسؤولية المجتمعية ومفهومها يتبين له بوضوح التطورات الحاصلة على المسؤولية المجتمعية وإعادة تشكيلها لتضفي عليها صيغة جديدة حيث خرجت المسؤولية المجتمعية من مجتمع ضيق إلى مجال أوسع وأعم وأشمل.

لذلك يمكننا تتبع مراحل نمو المسؤولية المجتمعية لمؤسسات الأعمال عن طريق ملاحظة ما حدث عندما حلت الآلة مكان العمال في المصانع و"الثورة الصناعية والإدارة العملية" لتحدث بعض التحولات، ومن ثم تلا ذلك تطور وتنمية مجالات المصانع إلى "الانتاج وتضخم حجم المنشآت" ومن ثم جاءت الاشتراكية لتبث في عقول الأفراد ومؤسسات المجتمع المدني بأفكارها وتؤثر بهم بشكل كبير.

وقدوم الحربين العالمية الأولى والثانية أدى إلى معاناة مؤسسات الأعمال من الركود والسبات الاقتصادي وانتشار النظرية الكينزية" حيث ظهرت بشكل ملحوظ بعد الحرب العالمية الثانية، وزاد إقحام الدولة نفسها في "الحياة الاقتصادية مما أدى إلى تركيز الاقتصاد وتوسع القطاع العام، ولم تستطع النقابات لمختلف قطاعات الأعمال تحمل تدخل الدولة في كافة الأمور الاقتصادية مما دفع إلى خلق توترات بين "الإدارة والنقابات".

ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد فقد كان للمجتمع المدني دوراً أيضاً في ذلك وهو "الرأي العام" فلم يكن الحل سوى أن يتم صياغة قوانين "ومدونات أخلاقية" وظهور عصر المعلومات والتكنولوجيا (المطيري، 2012، ص18).

يظهر من السابق أن المسؤولية المجتمعية لمؤسسات الأعمال لم تظهر بشكل مفاجئ ودفعة واحدة بل ظهرت شيئاً فشيئاً وتدرجياً، حيث تم تقديم واجبات كل دولة من الدول تجاه المسؤولية المجتمعية وفقاً لما يتناسب مع طبيعة تلك الدولة لأنه تختلف طبيعة المسؤولية المجتمعية من دولة إلى أخرى وهي متطورة ومتجددة باستمرار مع تطور الحياة المجتمعية.

4.1.2 أسباب ظهور المسؤولية المجتمعية:

كل شيء في هذه الحياة يأتي لسبب أو نتيجة سبب أدى إلى ظهوره، فلا يوجد شيء يأتي عبثاً لذلك كان هناك عدداً من الأسباب التي أدت إلى ظهور المسؤولية المجتمعية وهي كالاتي:

- زيادة التطور في المجتمع المدني وتنميتها مع "توسع مؤسسات الأعمال وتعقد علاقاتها".
- زيادة مساهمة الشركات والمؤسسات في إحداث التغييرات على طبيعة الحياة والارتقاء بها.
- يترتب على مؤسسات الأعمال تثبيت ودعم زرع القيم الإنسانية والمجتمعية لدى أفراد المجتمع المدني.
- تعنى مؤسسات الأعمال بمدى تقبل المجتمع المدني لأهدافها وطرق عملها.
- ارتفاع نسبة وعي المجتمع المدني وزيادة معرفته لنفسه وللمجتمع الذي يرتبط به.
- انتشار مساقات جديدة حديثة العهد في الجامعات والمعاهد "ومراكز البحوث تُعنى بتدريس مساقات تتعلق بعلاقة الأعمال بالمجتمع (التميمي، 2016، ص16).

5.1.2 أهداف المسؤولية المجتمعية:

يعتبر الالتزام بالمسؤولية المجتمعية من أهم المرتكزات التي تعمل على تحقيق أهداف الشركات والمؤسسات أو البرامج الموضوعية ومن هذه الأهداف ما يأتي (عواد وآخرون، 2013، ص15):

- مساعدة الشركات والمؤسسات على تحديد دورها وتنظيم أنشطتها، وفق أسلوب يتكيف مع المتغيرات الثقافية والمجتمعية.
- توفير برامج وأسس عملية قابلة للقياس، بهدف توضيح العلاقة بين المسؤولية المجتمعية لمنظمة ما مع بقية المؤسسات الأخرى ذات الأهداف المتشابهة.
- التأكيد على ضرورة أن تكون الخدمات المقدمة من قبل منظمات حقوق الإنسان ذات جودة عالية ومنتقنة لا يشوبها أية أخطاء، وإدخال التعديلات والإضافات ومواكبة كل جديد على أعمالها.
- غرس الشفافية والمصداقية في الأعمال التي يتم تقديمها للمجتمع المدني، والإيفاء بالعهود والوعود التي قد تقطعها على نفسها أمام المجتمع المدني من أجل كسب الثقة المتبادل بين الطرفين.
- القيام بتقديم حلول ومقترحات لعلاج المشاكل التي تواجه المجتمع المدني لبيان دورها الإيجابي تجاه المجتمع المدني من أجل تحقيق احتياجاته.
- "القوانين والتشريعات لا يمكنها أن تستوعب كافة التفاصيل المرتبطة في المجتمع، ولكن بوجود المسؤولية في الأعمال فإنها ستمثل قانوناً اجتماعياً" (وهيبة، 2011، ص8).

6.1.2 خصائص المسؤولية المجتمعية:

هناك عدد من خصائص المسؤولية المجتمعية وهي كالآتي:

- المسؤولية المجتمعية غير إلزامية للمؤسسات في بعض الدول.

- المسؤولية المجتمعية عبارة عن عملية تشاركية تنفذها منظمات المجتمع المدني طوعاً لزيادة "القدرة التشاركية في التنمية" المجتمعية (عواد وآخرون، 2013، ص14).
- "المسؤولية المجتمعية عبارة عن مفهوم وممارسة تقوم بها وتعيها جميع منظمات المجتمع المدني وتوليها اهتمامها مهما كان نوع الخدمات التي تقدمها للمجتمع (وهيية، 2013، ص82).

7.1.2 أسس تطبيق المسؤولية المجتمعية:

- ليس جميع المؤسسات تقوم بواجبها تجاه المسؤولية المجتمعية على أكمل وجه، ولكن كل واحدة من تلك المؤسسات تقوم بما يتناسب ويحقق لها أهدافها فقط وهذه المواقف كالاتي:
- هناك بعض المؤسسات لا تقوم بتطبيق المسؤولية المجتمعية، بحيث ينصب تركيزها على الأكثر أولوية بالنسبة لها وهو زيادة الأرباح من خلال إيجاد مصدر عائد جديد لمنظمة الأعمال، غير مهتمة بالقيام بأي واجب من واجباتها المترتبة عليها تجاه المسؤولية المجتمعية انطلاقاً من كون هذا النوع من المسؤولية لا تعتبره من أولوياتها التي لها أي إسهامات في زيادة أرباحها، إذاً بالنسبة لهذا النوع من الشركات فإن اهتمامها ينصب على كل مصدر يزيد من أرباحها فقط والمسؤولية المجتمعية لا تقع ضمن نطاق مصالحها ويطلق على هذا النوع من المواقف بالاستراتيجية الممانعة أو عدم التنبؤ.
 - هناك نوع آخر من المؤسسات تقوم بواجبها تجاه المسؤولية المجتمعية بحيث تقوم بتقديم نشاط مجتمعي بسيط وفقاً لما تتطلبه القوانين والشروط القانونية التي يتم فرضها فقط لتحافظ على صورتها الجيدة في نظر المجتمع المدني وعدم سماع أو توجيه الانتقادات من قبلهم على المؤسسة ولتحافظ أيضاً على ميزتها التنافسية واستمراريتها مع باقي المؤسسات المنافسة لها والمحافظة على استمراريتها، وللدفاع عن نفسها من "ضغوط الناشطين في مجال البيئة ويسمى هذا النوع من المواقف بالاستراتيجية الدفاعية.

- هناك بعض مؤسسات الأعمال تتكيف مع طبيعة المجتمع الذي تعمل فيه ومتطلباته بحيث تكون فاعلة ولها دور حيوي في تقديم الدعم اللازم لكافة الجوانب المجتمعية إلى جانب التفاعل مع "الأعراف والقيم وتوقعات المجتمع" ويطلق على هذا النوع من المواقف باستراتيجية التكيف.
- ومن المواقف التي تتخذها بعض مؤسسات الأعمال في أن تكون هي المبادرة للقيام بتلك الأنشطة المجتمعية تلبية لاحتياجات المجتمع حيث تكون تلك المبادرات مدروسة بشكل دقيق وعلمي من قبل أصحاب المؤسسات أو المدراء بحيث تكون القرارات الخاصة بالمؤسسة مناسبة للمواقف التي قد تواجهها في المجتمع مراعية بذلك أن لا تتخالف تلك القرارات مع الآمال والمصالح التي يعلقها المجتمع على تلك المؤسسات ويطلق عليها اسم الاستراتيجية المبادرة أو التطوعية (سلامي، ورفيقة، د. ت، ص595).

8.1.2 أشكال قياس المسؤولية المجتمعية:

هناك عدد من المعايير التي تعتمد عليها المؤسسة لتطبيق المسؤولية المجتمعية وهي على النحو الآتي:

المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع: التعرف إلى مدى توجه الشركات لنشاطات هادفة تستطيع من خلالها بناء الثقافة المجتمعية وتنمية المهارة والموهبة والمحافظة عليها، حيث يجب أن تتفق رسالة المؤسسة مع أهداف المجتمع، وقيمه، والمساهمة بالتقليل من نسبة البطالة في المجتمع بطريقة معينة، والمشاركة في تنفيذ عدد من المشاريع التي تخدم أفراد المجتمع، وتقديم بعض الأنشطة التثقيفية حول أهمية المسؤولية المجتمعية، والترفيهية، وتقديم بعض العروض في بعض المناسبات، والقيام بتقديم بعض المقترحات للمساهمة في حل بعض المشاكل التي يعاني منها المجتمع المحلي، واستقبال الأفراد للتعرف إلى طبيعة عمل المؤسسة وما تقدمه من خدمات، والمساهمة في تشجيع تنفيذ الأنشطة الرياضية، وتقديم المساعدات

للقطاعات الفقيرة مما يعكس ذلك صورة جيدة حول المؤسسة وترسيخها في ذهن أفراد المجتمع، مما ينعكس ذلك بشكل إيجابي على عمل المؤسسة (نزال وآخرون، 2011، ص14).

المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين: تحتل الموارد البشرية في منظمات الأعمال الحديثة مكانة رفيعة وتلعب دوراً فعالاً في عصر أصبح فيه التغيير أمراً حتمياً ومستمرًا، لقد أصبحت الموارد البشرية ميزة تنافسية فريدة للمنظمات لا يمكن تقليدها، لهذا يفترض بإدارة المؤسسة أن تعيرها جل اهتمامها وتتحمل مسؤوليتها المجتمعية والأخلاقية تجاه هذا المورد، وذلك من خلال وسائل عديدة تغطي مجمل الأنشطة الفرعية المتعددة والمتنوعة لإدارة الموارد البشرية، وهي في مجملها تؤثر بالإيجاب أو السلب على أداء وسلوك المورد البشري وأهم تلك الأنشطة (رفيقة، 2012، ص4):

- الالتزام بتكريم العاملين المتميزين والمبدعين في العمل وتحفيزهم إما من خلال المكافآت المادية أو المعنوية وغيرها.
- عقد ورش عمل حول المسؤولية المجتمعية ومشاركة العاملين فيها.
- الحرص على وضوح القوانين في العمل حتى يشعر العامل بالأمان في العمل، مما يساهم في تحسين مستوى إنتاجيته.
- أن تكون المؤسسة تتمتع بالعدالة في تطبيق القوانين والرواتب وتوزيع العمل بين العاملين، والترقيات.
- توفير تأمين صحي لكل عامل لدى المؤسسة.

المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها: تعتبر حماية البيئة من أهم قيم وثقافة ومرتكزات المؤسسات لذلك تقوم بتنفيذ المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة من خلال دعم البرامج الخاصة بحماية البيئة والحد من تلوث الماء والهواء والتربة سواء الناتج من عمليات المؤسسة أو من مصادر أخرى، والاستخدام الأمثل للموارد خاصة غير المتجددة منها وتطوير الموارد وصيانتها، وتقديم منتجات غير ضارة، وتنفيذ حملات

توعوية بالتعاون مع بعض الجهات المعنية لتقليل من المخلفات والمحافظة على البيئة بزيادة المساحات الخضراء، وتقديم بعض التقارير حول أداء المؤسسة البيئي للاستفادة منه في إعداد التقارير التي توضح الوضع البيئي (عادل، 2015، ص7).

9.1.2 معوقات تواجها المؤسسات وتحول دون تنفيذ المسؤولية المجتمعية:

على الرغم من وجود الكثير من التجارب الناجحة إلا أنه يمكن رصد عدد من معوقات انتشار برامج المسؤولية المجتمعية في الدول العربية بشكل أوسع ومن هذه المعوقات كما ذكرتها منظمة العمل العربية (2018، ص18):

- عدم وضوح المفهوم، فما زال هناك خلط بين مفهوم المسؤولية المجتمعية والعمل الخيري، مما يؤدي إلى خلق فجوة ما بين التوجهات أو مقاصد تلك البرامج والنتائج المتحققة منه.
- عدم توفر الخبرات اللازمة لتطبيق برامج المسؤولية المجتمعية خاصة فيما يتعلق بإعداد التقارير والمتابعة ومؤشرات التقييم.
- غياب الأطر التنظيمية التي توفر البيانات والمعلومات اللازمة لإقامة مشروعات تنموية في إطار برامج المسؤولية المجتمعية، وتعمل على التنسيق بين مختلف الجهود ومن ثم تقوم بمتابعتها وتقييمها نتيجة غياب المعايير التي يمكن من خلالها تقييم أداء أعمال المسؤولية المجتمعية.

10.1.2 نظريات المسؤولية المجتمعية:

تناولت بعض النظريات موضوع المسؤولية ومنها ما أشار إليها (وهيبة، 2013، ص76-78):

- ❖ **نظرية المساهم (النظرية النيوكلاسيكية):** رائد هذه النظرية "الاقتصادي (Milton Friedman) وقد نصت هذه النظرية على أن (مؤسسات الأعمال تسعى إلى زيادة أرباح "المساهمين"، حيث تقتصر مهمة الشركات والمؤسسات على استغلال الموارد المتاحة ومن ضمنها الفعاليات والأنشطة التي تهدف إلى

زيادة الربح للمساهمين)، إذاً هذه المؤسسات بناءً على النظرية النيوكلاسيكية يقوم مبدأ عملها على أنه حتى تتمكن من زيادة أرباحها لا بد من كسب ثقة وولاء المجتمع المحيط بها ولا يتم ذلك إلا من خلال تطبيق المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بالشركة، وبالمجتمع، وبالعاملين لديها، ومن هنا نلاحظ أن هذه النظرية تثبت بأن مؤسسات الأعمال لا تمتلك أي نوع من أنواع المسؤولية المجتمعية وإن كانت تلك المؤسسات هي سبب القضايا التي يعاني منها بعض أفراد المجتمع. فأبراج شركات الاتصالات التي تم استئجار المكان الذي وضعت فيه تنعكس سلباً في المستقبل القريب على صحة الأفراد الذين يعيشون في تلك المناطق القريبة منها، وبعض الشركات تقوم باستغلال جهل السكان بأضرار أبراج شركات الاتصال الخليوي وتتجاوز القوانين وشروط السلامة المتعلقة باختيار المكان المناسب لتلك الأبراج.

❖ نظرية أصحاب المصلحة: رائد هذه النظرية (Edward Freeman) قام إدوارد فري مان بتقسيم

أصحاب المصلحة إلى قسمين الأول هم حجر الأساس للمؤسسة حيث ترتبط استمرارية مؤسسات الأعمال بدرجة رضاهم وهذه الفئة هم "حملة الأسهم، والمستخدمون، والمستهلكون، والموردون"، والعاملين لديها، أما القسم الثاني من أصحاب المصلحة فهم يعتبرون مهمين للمنظمة ولكن بشكل ثانوي حيث لا يؤثر رضاهم أو عدم رضاهم على بقاء المؤسسة ويمكننا إجمال أصحاب المصلحة "الثانويين" بما يأتي: "الحكومات المحلية، والأجنبية، الإعلام، الزبائن، السلطات المحلية، المجتمعات المحلية، المؤسسات غير الحكومية، البيئة، العاملون، الجمعيات المهنية، المحللين الماليين، الهيئات المالية". فهذه النظرية تصف الشركات التي لا تقوم بالالتزام بتطبيق المسؤولية المجتمعية، وتجعلها من ضمن خططها الثانوية غير الهامة، ويكون هدفها الأول والأخير كسب أصحاب المصلحة لضمان استمرارية الشركة، ولكن هي بهذه الحالة أو الإدارة في الشركة لم تدرك مدى أهمية ممارسة وتطبيق المسؤولية المجتمعية على البيئة والمجتمع والعاملين للشركة نفسها.

11.1.2 إجابيات أو فوائد نظرية أصحاب المصلحة للمسؤولية المجتمعية:

قدمت نظرية أصحاب المصالح خدمة مهمة على تنمية المسؤولية المجتمعية ومفهومها أنه يجب أن تكون لدى مؤسسات الأعمال أهدافاً مهمة أخرى جديدة إلى جانب زيادة أرباحها ومن جانب آخر يجب على مؤسسات الأعمال أن تمنح الأولوية في تقديم الخدمة التي تقوم بتقديمها بناءً على التسلسل الوظيفي لديها و"شرعيتهم وحاجتهم المستعجلة ومتطلباتهم"، وهنا تظهر مسؤولية الشركة المجتمعية تجاه العاملين لديها. (وهيبة، 2013، ص78).

الدراسات السابقة:

المقدمة:

يعتبر موضوع المسؤولية المجتمعية من المواضيع التي لاقى اهتماماً من الباحثين والدارسين، وفيما يلي توضيح لعدد من الدراسات التي أجريت في مجال الدراسة بشكل مباشر او بشكل عام، حيث تم ترتيب الدراسات حسب تسلسلها الزمني من الاحدث الى الأقدم وهي مقسمة كالتالي: دراسات عربية، دراسات أجنبية.

الدراسات العربية:

❖ دراسة (حلس، 2016)، بعنوان: دور المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية. غزة/ فلسطين. هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المبادئ التي تركز عليها المسؤولية المجتمعية وأسباب تناميها في المجتمع ومدى تبني مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني لها ومعرفة تأثيرها ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها، غياب الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية التي من شأنها تعزيز مفهوم المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص، بالإضافة إلى أن مساهمة القطاع الخاص الفلسطيني بالنسبة الأكبر في التشغيل إضافة إلى التبرعات والإعانات التي يقدمها للمجتمع غير كافية للحكم عليه بتحمل المسؤولية المجتمعية بشكل دقيق.

❖ دراسة (الداعور، زملط، غبن، 2016): بعنوان: "دور المسؤولية المجتمعية في إدارة الصورة الذهنية للبنوك العاملة في فلسطين وأثرها على الميزة التنافسية". غزة/ فلسطين. هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة الذهنية التي كونتها البنوك العاملة في فلسطين لدى مؤسسات المجتمع المدني في مجال

المسؤولية المجتمعية وأثر ذلك على موقعها التنافسي. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من مؤسسات المجتمع المدني، واشتملت العينة (75) مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني. وقد أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية للصورة الذهنية التي كونتها البنوك العاملة في فلسطين لدى مؤسسات المجتمع المدني في مجال المسؤولية المجتمعية على كل من حجم التداول وسعر التداول، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في حكم مؤسسات المجتمع المدني على التزام البنوك بالمسؤولية المجتمعية وفق المتغيرات الديموغرافية.

❖ دراسة (التميمي، 2016)، بعنوان: المسؤولية المجتمعية في الشركات الصناعية في محافظة الخليل.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في الشركات الصناعية في محافظة الخليل، وقد تم استخدام المنهج الوصفي، تكون مجتمع الدراسة من الشركات الصناعية في محافظة الخليل، واشتملت عينة الدراسة على 99 رئيس قسم، وتم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة. توصلت الدراسة إلى أن الشركات الصناعية تلتزم بدرجة مرتفعة بالمسؤولية المجتمعية، وتبين عدم وجود قسم مختص بالمسؤولية المجتمعية فيها، كما أن الشركات الصناعية تخلط بين مفهومي العمل الخيري والمسؤولية المجتمعية.

❖ دراسة (الخالدي، 2015)، بعنوان: "أثر التزام المستشفيات بالمسؤولية المجتمعية في جودة الخدمات الصحية المدركة، دراسة تطبيقية على عينة من المرضى في المستشفيات الخاصة بمدينة عمان/الأردن".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التزام المستشفيات بالمسؤولية المجتمعية في جودة الخدمة الصحية المدركة في المستشفيات الخاصة بمدينة عمان، وقد اعتمدت هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي. ولتحقيق هذا الهدف فقد تم توزيع (500) استبانة على المرضى المتعاملين مع المستشفيات الخاصة بمدينة عمان. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرا إيجابيا للمسؤولية المجتمعية في

جودة الخدمة الصحية المدركة، كما توصلت الدراسة الى وجود اثر ذي دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية في جودة الخدمات الصحية المدركة، وأظهرت النتائج كذلك إن توجهات عينة الدراسة ايجابية بالنسبة لجودة الخدمات الصحية بالمستشفيات الخاصة.

❖ دراسة (عطا لله، والفليت، 2015)، بعنوان: مدى التزام القطاع المصرفي بأداء مسؤوليته المجتمعية،

دراسة تطبيقية على المصرف الاسلامي/ غزة - فلسطين. هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى التزام القطاع المصرفي الإسلامي الفلسطيني بالمسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع الفلسطيني، بالإضافة الى معرفة أوجه المسؤولية المجتمعية التي تقدمها المؤسسة المصرفية الإسلامية الفلسطينية. وتم استخدام منهج المسح الشامل، وتكون مجتمع الدراسة من المؤسسة المصرفية الإسلامية تم تصميم استبيان لجمع البيانات. توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج منها: للمؤسسة المصرفية الفلسطينية دور ملموس في تحملها للمسؤولية المجتمعية يتمثل في تقديمها الدعم للقطاع الخاص. بالإضافة الى توافق المسؤولية المجتمعية مع قيم وأهداف المجتمع الفلسطيني.

❖ دراسة (فروانة والديب 2015)، بعنوان: "دور الجودة في تعزيز أبعاد المسؤولية المجتمعية في

مؤسسات القطاع الخاص في قطاع غزة". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الجودة في تعزيز أبعاد المسؤولية المجتمعية في مؤسسات القطاع الخاص في قطاع غزة. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين العاملين في (شركة جوال، شركة الاتصالات الفلسطينية، بنك فلسطين). واشتملت عينة الدراسة على (135) استبانة على عينة الدراسة، وقد تم استرداد (126) استبانة بنسبة استرداد (93%). وقد توصلت الدراسة إلى أن هذه المؤسسات تبنت المسؤولية المجتمعية، وأن الجودة لها دور فعال في تعزيز أبعاد المسؤولية المجتمعية حيث أظهرت النتائج غالبية عظمى تؤيد الدور الفعال للجودة في تعزيز المسؤولية المجتمعية في هذه المؤسسات.

❖ دراسة (الزيناتى، 2014)، بعنوان: "دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية المجتمعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية (مجمع الشفاء الطبي نموذجاً)". هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور اخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية المجتمعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم إعداد استبانة كأداة للدراسة وتكون مجتمع الدراسة من أصحاب المواقع الإشرافية في مجمع الشفاء الطبي بقطاع غزة، واشتملت عينة الدراسة على (180) فرداً. وتوصلت الدراسة إلى أنه حظي بعد أخلاقيات المهنة نحو الإدارة العليا على المرتبة الأولى، تلا ذلك أخلاقيات المهنة نحو الزملاء، ثم أخلاقيات المهنة نحو العاملين في المرتبة الرابعة، وجاء واقع المسؤولية الجماعية في المرتبة الثانية.

❖ دراسة (نزال، وابو عذبه، وعمر ، وأبو حجله، 2011)، بعنوان: اثر المسؤولية المجتمعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء / فلسطين. هدفت هذه الدراسة التعرف إلى أثر المسؤولية المجتمعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية حيث استخدم الباحثون المنهج الوصفي، واشتملت عينة الدراسة على (100) عميل، وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. وتوصلت الدراسة إلى أن تعمل الشركة على زيادة الاهتمام بالبيئة من خلال استخدام وسائل الاتصال التي تجنب البيئة المخاطر المحتملة مستقبلاً من خلال الوسائل الحديثة والتكنولوجية المتطورة . وأيضاً توصلت الدراسة إلى ضرورة العمل على تطوير كفاءة العاملين باستمرار لزيادة الكفاءة وتحسين الإنتاجية.

❖ دراسة (عجيلات، 2011)، بعنوان: "المسؤولية المجتمعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية". هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة لشركات الاتصالات الأردنية في الأنشطة والممارسات التي تجسد مفهوم المسؤولية المجتمعية، وقد تم اتباع المنهج الوصفي المسحي، وقد تكون مجتمع الدراسة من جمهور زبائن شركة الاتصالات الأردنية، واشتملت عينة الدراسة على (432) فرداً.

توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية المجتمعية تحتل مكانة متوسطة في الهيكل الإداري لشركة شركة الاتصالات الأردنية أورانج، كما تستخدم الشركة في تطبيق المسؤولية المجتمعية الانترنت، التنمية المجتمعية المستدامة، دعم المشروعات الصغيرة في مجالات الاتصالات.

الدراسات الأجنبية:

❖ دراسة (alshaleh, & saleh, 2019)، بعنوان: أثر إفصاح المسؤولية المجتمعية للشركات

والاستدامة على تشغيل قطاع البنوك في فلسطين من وجهة نظر المدراء. هدفت الدراسة التعرف إلى الإفصاحات المعاصرة عن المسؤولية المجتمعية للشركات وما يرتبط بها من إفصاحات لاستدامة القطاع المصرفي العامل، ودور المسؤولية المجتمعية للشركات وتقنياتها في تشغيل القطاع المصرفي، وقد تم استخدام منهج التحليل النقدي. توصلت الدراسة إلى أن إفصاحات المسؤولية المجتمعية للبنوك والاستدامة تؤثر على القطاع المصرفي التشغيلي في فلسطين، كما أظهرت الدراسة أن البنوك تستخدم المسؤولية المجتمعية للشركات كاستراتيجية لخلق ميزة تنافسية والحصول على أداء مالي محسن.

❖ دراسة (zulfiqar, & sadaf et. Al, 2019) بعنوان: المسؤولية المجتمعية للشركات وسلوك

الموظف - دراسة حالة باكستان. هدفت الدراسة التعرف إلى علاقة المسؤولية المجتمعية للشركات بسلوك الموظف، وأليات تفسيرها، حيث تفترض الدراسة أن البعد الداخلي للمسؤولية المجتمعية للشركات سوف تؤثر بشكل إيجابي على سلوك العاملين، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الهوية المجتمعية ونظرية التبادل الاجتماعي كآلية للتعرف على علاقة المسؤولية المجتمعية للشركة وسلوك العاملين. توصلت الدراسة إلى أن العاملين يهتمون أكثر بسياسات الشركة، كما اظهرت النتائج ميل الأفراد الذين

لديهم توجه جماعي إلى البحث عن القيم والأهداف المشتركة والتأكيد على أهداف الشركة والرغبات الفردية.

❖ دراسة (El ashkar, 2016)، بعنوان: تقييم مدى وعي وممارسة المسؤولية المجتمعية للشركات في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في فلسطين. هدفت الدراسة التعرف إلى درجة وعي البنوك التجارية العاملة في فلسطين تجاه ممارسة المسؤولية المجتمعية للشركات، وتحديد طبيعة المساهمة في المسؤوليات المجتمعية التي تقدمها البنوك، وتم استخدام المنهج الوصفي، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لها، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين العاملين في جميع البنوك التجارية العاملة في فلسطين، واشتملت عينة الدراسة على (202) موظفاً وموظفة. توصلت الدراسة إلى أن البنوك التجارية تمتلك درجة مرتفعة جداً من الوعي بالمسؤولية المجتمعية، كما تبين أن البنوك تتعامل مع المسؤولية المجتمعية على أنها فرصة للبنك أكثر من أنها ذات كلفة أو التزام.

❖ دراسة (tilakasiri, 2013)، بعنوان: المسؤولية المجتمعية للشركات وأداء الشركة: أدلة من سريلانكا. هدفت الدراسة التعرف إلى العلاقة بين المسؤولية المجتمعية للشركات والحزب الشيوعي في دولة نامية - سريلانكا، وتحديد ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركات، واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي لتحقيق أهداف الدراسة، وتم استخدام المقابلات كأداة للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة كبيرة بين المسؤولية المجتمعية والشركات، كما تظهر نتائج الدراسة وجود أثراً إيجابية بين الأنشطة المجتمعية وربحية الشركة، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أنه يتم تعزيز كفاءة الشركة من خلال تنفيذ ممارسات المسؤولية المجتمعية، وبشكل خاص الأنشطة المتعلقة بالمجتمع.

❖ دراسة (salem, &Kavanagh,& slaughter, 2012) بعنوان: العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية المجتمعية للشركة والأداء المؤسسي. هدفت هذه الدراسة التعرف إلى العلاقة بين الإفصاح

عن المسؤولية المجتمعية للشركات (CSRD) والأداء التنظيمي من حيث الأداء المالي والتزام العاملين وسمعة الشركات في الشركات الليبية من خلال ضغوط أصحاب المصلحة، تكون مجتمع الدراسة من الشركات الليبية، تم استخدام المنهج التجريبي، وتحليل المحتوى في إعداد الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى المسؤولية المجتمعية للشركات في التقارير السنوية له علاقة إيجابية مع الأداء التنظيمي من حيث الأداء المالي وسمعة الشركة، في حين لا توجد علاقة كبيرة بين مستوى المسؤولية المجتمعية للشركات والتزام الموظف.

❖ دراسة (nejati, et. Al, 2011) بعنوان: المسؤولية المجتمعية للشركات والجامعات دراسة أفضل

10 مواقع جامعية عالمية. هدفت الدراسة التعرف إلى مدى إلتزام الشركات والجامعات بمسؤولياتهم المجتمعية، حيث يرى الباحثون أن هناك اهتماماً متزايداً بالمسؤولية المجتمعية للشركات بين الأكاديميين والممارسين، وليس من المتوقع أن تكون الشركات مسؤولة فقط عن الهدف العام منها وإنما المشاركة في حل مشاكل العالم من خلال ضمان غدٍ مستدام، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وتوصلت النتائج إلى أن الشركات والجامعات مجتمع الدراسة ملتزمون بمسؤوليتهم المجتمعية وأنهم يقدمون معلومات كافية عن المسؤولية المجتمعية للشركات (CSR).

❖ دراسة (lungu & caraiani & dascalu, 2011)، بعنوان: المسؤولية المجتمعية للشركات.

هدفت الدراسة التعرف إلى العلاقة بين خصائص الشركات المبلغة والأهمية الممنوحة للإفصاح الاجتماعي والبيئي، بالإضافة إلى التعرف على طبيعة العوامل الرئيسية التي تدفع الشركات إلى الإفصاح عن المعلومات المجتمعية والبيئية والتأثير المحتمل لها، وقد تم الاعتماد على منهج تحليل المحتوى. وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط ضعيف جداً بين الإفصاح السنوي للمسؤولية المجتمعية في الشركات والأصول والإيرادات الخاصة بالشركة، وذلك لأن المصداقية والثقة في الشركات الكبيرة

مضمونة بالفعل، كما اظهرت النتائج إلى أن هناك ميل من قبل الشركات التي لديها تغييراً أعلى في الإيرادات وعائداً أعلى على حقوق الملكية لمدة عام إما إلى إعطاء أهمية أقل للإفصاح الاجتماعي والبيئي أو أنها وصلت إلى مستوى أعلى من التنازل.

❖ دراسة (forester, 2009)، بعنوان: التأثير الاجتماعي للمسؤولية المجتمعية للشركات - دراسة

حالة. هدفت الدراسة التعرف إلى فكرة التأثير الاجتماعي لشركة إدارة الجولف داخل نظام المدرسة الابتدائية، وقد تم الاعتماد على المنهج الكيفي ومنهج تحليل المضمون لتحقيق أهداف الدراسة، وتم استخدام المقابلات مع ذوي الاختصاص من المدرسة، وتحليل المستندات الثانوية والملاحظات الشخصية. توصلت الدراسة إلى أن الشركات لديها القدرة على نقل التأثير الاجتماعي الإيجابي من خلال جهود المسؤولية المجتمعية لها، حيث تعلم المشاركون في برنامج الجولف التمهيدي أساسيات اللعبة ولكن لم يتم العثور على نفس الشيء لقسم المهارات الحياتية في البرنامج أيضاً، كما أن الشركة ذات الاختصاص لم تحصل على ميزة تنافسية لأن مالك الشركة لم يخصص بعض جهوده في المسؤولية المجتمعية للشركات.

❖ دراسة (hemaid, 2009)، بعنوان: قياس مدى إدراك الإدارة لمفهوم المسؤولية المجتمعية لشركات

قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطيني. هدفت الدراسة التعرف إلى درجة إدراك الإدارة في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطيني لمفهوم المسؤولية المجتمعية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة الاستبانة كاداة للدراسة. توصلت الدراسة إلى ان قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات يتمتعون بوعي مرتفع لمفهوم المسؤولية المجتمعية تجاه المستفيدين والمجتمع، وتبين أيضاً أن الاهتمام بالعاملين والزبائن، وبالمنتجات الرقمية وبتنمية الاقتصاد، والقضايا القانونية، والنواحي الأخلاقية للأعمال، وبالمجتمع والمستثمرين والمُلاك.

1.2.2 التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة، نستنتج بأن جميعها تناولت موضوع المسؤولية المجتمعية بالبحث والدراسة، إذ احتل موضوع المسؤولية المجتمعية للشركات مكاناً بارزاً فيها، لكن الغالبية العظمى من هذه الدراسات ناقشت مراحل متقدمة للمسؤولية المجتمعية تعدت موضوع تحقيق المسؤولية المجتمعية من عدمه لتناقش قضايا مثل: (أثرها على الميزة التنافسية كدراسة (forester, 2009)، وعلى التنمية المستدامة كدراسة (nejati, et. Al, 2011) مستوى الإفصاح عن المسؤولية المجتمعية كدراسة (Bucharest & caraiani & dascalu, 2011) وأثرها على الأداء المالي كدراسة (salem, &Kavanagh,& slaughter, 2012)...الخ)، وهذا مؤشر أن المسؤولية المجتمعية مُطبّقة أصلاً في هذه المؤسسات أو تلك البلدان.

على عكس الدراسة الحالية التي هدفت في مجملها إلى تحديد فيما إذا طبقت شركة الاتصالات الفلسطينية جوال المسؤولية المجتمعية أم لا، وإذا تم التأكيد من تطبيقها فما هي أشكالها، وما هي معوقات عدم تطبيقها، وقد اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة حول أهمية تبني المسؤولية المجتمعية، وإبراز الفوائد التي يمكن أن تعود على أصحاب العلاقة خاصة (المجتمع، والبيئة، والعاملين).

وقد اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث الشكل العام للبحث مع دراسة (جلس، 2016)، من حيث التطرق إلى: مدى تحقيق المسؤولية المجتمعية، شكلها، معوقات تطبيقها، كما اتفقت معها من حيث دراسة الدلالة الإحصائية لعمر المنشأة، وحجمها، والشكل القانوني لمليتها، وطبيعة نشاطها. على عكس الدراسات السابقة الأخرى التي تناولت الدلالة الإحصائية للعنصر البشري من حيث (العمر،

الجنس، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي)، وأثره على مفهوم المسؤولية المجتمعية وأبعادها، وأهميتها، على مستوى أصحاب العلاقة، وستكون هذه الدراسة استكمالاً وامتداداً لهذه الدراسات وما نادى به من توصيات.

وبعد الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية تبين الآتي:

• أن معظم الدراسات السابقة هدفت إلى توضيح مفهوم المسؤولية المجتمعية، ومدى أهمية تبني هذا المفهوم وفوائده على مختلف أصحاب العلاقة.

• تنوعت الدراسات السابقة في استخدامها لمنهجية الدراسة، فمنها من استخدمت المنهج الوصفي حيث استخدمت أدوات الدراسة (استبانة، مقابلة، ملاحظة، وغيرها من الأدوات).

• تباينت عينة الدراسة لكل من الدراسات السابقة بناءً على مجتمع الدراسة، حيث اختلف حجم العينة لكل منها حسب الفئة المستهدفة.

• بينت الدراسات السابقة أنه لا يوجد مفهوم محدد وجامع للمسؤولية المجتمعية، وأنه لا يوجد شكل قانوني محدد يلزم تبنيها.

• بعض الدراسات استخدمت أسلوب دراسة الحالة مثل دراسة: (zulfiqar, & sadaf et. Al, 2019) بعنوان: المسؤولية المجتمعية للشركات وسلوك الموظف – دراسة حالة باكستان.

ويمكن الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على اختيار منهج الدراسة، والاطلاع على التجارب الحديثة لتلك الدراسات حيث كان لها الأثر في التمهيد لهذه الدراسة للوصول إلى هدفها من حيث وصف واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية لشركة الاتصالات الفلسطينية جوال، والتعرض لهاذ الوضع بالنقاش والتفسير، ثم التنبؤ بالمستقبل.

كما أتاحت الدراسات السابقة إمكانية الاطلاع على الأدوات المستخدمة فيها وبالتالي انتقاء ما يتناسب منها مع موضوع الدراسة الحالية تمهيداً لبناء أداة الدراسة/ الاستبانة والتي تضمنت خمسة محاور،

والاستفادة من نتائج وتوصيات الدراسات السابقة بعد الاطلاع عليها في تقديم التوصيات والمقترحات بما ينسجم مع نتائج الدراسة الحالية.

وقد تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الآتي:

- تعتبر إحدى الدراسات المحلية التي تناولت المسؤولية المجتمعية بشكل عام ودور قطاع الاتصالات الفلسطيني في تحقيق المسؤولية المجتمعية بشكل خاص.
- تناولت الدراسة الحالية معيقات تطبيق المسؤولية المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين بالتحليل، وهذا الأمر قلما تطرقت إليه الدراسات السابقة.
- تناولت الدراسة الحالية قطاع مهم، ومدى دوره في تحقيق المسؤولية المجتمعية، لكن نشاطه وما يحمل في ثناياه من تأثيرات سلبية على عدة أطراف من أصحاب العلاقة خاصة (المجتمع، البيئة، والعاملين).

منهجية الدراسة وإجراءاتها

1.3. مقدمة:

تناولت الباحثة في هذا الفصل إجراءات الدراسة المتمثلة بالجوانب التوضيحية لكافة الخطوات والمراحل التي تم إعدادها وتنفيذها، وذلك وفق الأصول العلمية للبحث العلمي، من أجل بلوغ الهدف العام لهذه الدراسة، وفيما يلي تم توضيح كل الخطوات التي اتبعتها الباحثة للوصول إلى هدفها، ابتداءً من منهج هذه الدراسة بلورة ونضوج فكرتها، مروراً بتحديد عينتها وأدواتها وآليات تطبيقها، والتأكد من صدقها وثباتها.

2.3 منهج الدراسة:

المنهج الوصفي هو أحد أبرز المناهج المستخدمة من قبل الباحثين في المجالات البحثية المختلفة، وتهدف مناهج البحث العلمي عامة للتعرف على مشكلة الدراسة، وتوضيح إطارها الخاص، وتفسير ظروفها البيئية سواء المحيطة أو الخاصة، وهذا يمهد السبيل للتوصل لتحديد النتائج البحثية التي تتعلق بالدراسة، والتوصل _ في ضوءها _ لوضع الحلول التي تنبثق منها التوصيات والمقترحات، والتي تعمل على إنهاء الغموض الذي يكتنف مشكلة الدراسة وتثير جوانبها المحددة في أهداف وأسئلة الدراسة.

إن استخدام المنهج الوصفي يعنى بوصف أوضاع العينة الممثلة لمجتمع الدراسة بأسلوب موضوعي محايد، ويقوم على وصف الواقع كما هو دون تدخلات من الباحث. وبهذا تبنت الدراسة الحالية كما في العديد من الدراسات التي تبحث في نفس المجال، وكما تم توضيح ذلك سابقاً في مراجعة أدبيات الدراسة

المنهج الوصفي من حيث جمع البيانات وتحليلها لوصف واقع مشكلة الدراسة، للتوصل لوصف الوضع القائم.

3.3 مجتمع وعينة الدراسة:

1.3.3 مجتمع الدراسة:

العاملين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية "جوال" والبالغ عددهم (500) عامل.

2.3.3 عينة الدراسة:

تم توزيع عينة عشوائية من (50) استبانة على العاملين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية، استرجع منها (43) استبانة (عينة الدراسة)، حيث كانت نسبة الاستجابة (86.0%)، **وبنسبة 8.6% من مجتمع الدراسة.**

4.3 أداة الدراسة:

قامت الباحثة بإعداد استبانة خاصة بالدراسة الحالية، معتمدة على ما تم الاطلاع عليه في الدراسات المختلفة والتي تم استعراضها في الفصل الثاني من الدراسة الحالية، ونتج عن ذلك صياغة الاستبانة المرفقة في الملحق رقم (1)، والتي تكونت من أربعة محاور رئيسة؛ تهدف الثلاث محاور الأولى منها إلى جمع البيانات المتعلقة بأداء شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) لمسئوليتها المجتمعية إتجاه المجتمع، إتجاه العاملين فيها، وإتجاه البيئة المحيطة بها، أما المحور الرابع فيهدف التعرف إلى المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية لهذه المسؤولية المجتمعية.

5.3 صدق أداة الدراسة:

إن مرحلة جمع البيانات من أصعب مراحل البحث العلمي، ويعتبر اختيار أو تصميم أداة جمع بيانات مناسبة لهدف ومجتمع الدراسة من أحد منابع صعوبة هذه المرحلة. وإن أهم الأسس التي يعتمد عليها الباحث عند اختياره للأداة المناسبة لبحثه تتمثل في صدق وثبات البيانات التي توفرها الأداة، حيث يحرص الباحث كل الحرص على اختيار الأداة ذات الصدق والثبات العالين. انطلاقاً من هذا فقد تم التأكد من صدق الأداة بطريقتين:

1.5.3 الصدق الظاهري لأداة الدراسة:

يقصد بالصدق الظاهري؛ معرفة الباحث بقدرة الأداة على قياس الأمور التي وضعت من أجلها من خلال النظر إلى مظهرها فقط لا غير. حيث يتم اختيار لجنة محكمين من المختصين وذوي الخبرة في مجال الدراسة، وعرض الاستبانة عليهم لتقييمها. وقد تم عرض هذه الاستبانة على عدد من المحكمين والموضحين في الملحق رقم (2) وعلى ضوء توجيهاتهم تم اجراء كل ما يلزم من تعديلات لتخرج الاستبانة بصورتها النهائية.

2.5.3 صدق المقياس/الأداة:

❖ الاتساق الداخلي: (Internal Validity)

بعد إعداد الاستبانة في صورتها النهائية، قامت الباحثة بحساب صدق الاتساق الداخلي لها. ويقصد بالاتساق الداخلي أن نتائج الدراسة تعزى إلى المتغيرات موضع القياس المرتبطة بأهداف الدراسة؛ بمعنى إرتباط مفردات الدراسة بعضها ببعض. حيث تم التأكد منه من خلال حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، كما في النتائج التالية:

المحور الأول: المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع.

الجدول (1.3.أ): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع والدرجة الكلية للمحور

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	تتوافق رسالة شركة الاتصالات مع أهداف المجتمع.	0.690**	0.000
2	تتوافق أهداف شركة الاتصالات مع قيم المجتمع.	0.710**	0.000
3	تسهم شركة الاتصالات بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع.	0.698**	0.000
4	تساهم شركة الاتصالات في إنجاز المشاريع الأساسية للمدارس كالمظلات.	0.674**	0.000
5	تساهم شركة الاتصالات في إنجاز برامج الإسكان .	0.542**	0.000
6	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية المساعدات للمشاريع الخيرية.	0.825**	0.000
7	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية التبرعات للمشاريع الخاصة بمراكز رعاية المعوقين.	0.766**	0.000

الجدول (1.3.ب): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع والدرجة الكلية للمحور

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
8	تعمل شركة جوال على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال دعم العمل الجماعي.	0.558**	0.000
9	تعمل شركة جوال على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال حل بعض المشكلات المجتمعية.	0.648**	0.000
10	تعمل المنظمة على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال استقبال طلبة الجامعات أو الباحثين.	0.640**	0.000
11	تسهم شركة الاتصالات الفلسطينية في حل مشكلة البطالة من خلال تدريب الطلبة المتدربين لديها.	0.679**	0.000
12	توفر شركة الاتصالات الفلسطينية فرص التوظيف المناسب لذوي الاحتياجات الخاصة.	0.731**	0.000

0.000	0.705**	تشارك شركة شركة الاتصالات الفلسطينية المجتمع المحلي من خلال تنسيق بعض الفعاليات في المناسبات.	13
0.000	0.841**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية بدعم الاقتصاد الوطني من خلال دعم المشاريع الوطنية.	14
0.000	0.718**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية عروضاً مميزة للقطاعات الفقيرة في المجتمع.	15
0.000	0.661**	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بدعم الأنشطة الرياضية.	16

يبين الجدول (1.3.أ.ب)، أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة كانت دالة إحصائياً؛ أي أن هناك إتساق داخلي بين فقرات الأداة وأنها تشترك معاً في قياس مدى تحقيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع على ضوء الإطار النظري الذي بني المقياس على أساسه، وبذلك يعتبر المحور صادق وقاس ما صمم لقياسه.

المحور الثاني: المسؤولية المجتمعية إتجاه العاملين.

الجدول (2.3): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية

تجاه العاملين والدرجة الكلية للمحور

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	تعمل المنظمة على تحفيز العاملين المتفوقين في العمل من خلال تكريمهم.	0.782**	0.000
2	تعمل المنظمة على تحفيز العاملين المبدعين في العمل.	0.832**	0.000
3	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بإعداد برامج توعية للموظفين تتضمن المعايير المهمة المعتمدة على المستوى الاجتماعي.	0.799**	0.000
4	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتنفيذ برامج توعية للموظفين تتضمن المعايير المهمة المعتمدة على المستوى الأمان في العمل.	0.785**	0.000
5	تلتزم شركة الاتصالات الفلسطينية بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل.	0.640**	0.000
6	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتنفيذ أعمالها بعدالة على العاملين العاملين لديها.	0.783**	0.000
7	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتوضيح القوانين للعاملين لديها كونها تحقق مصالحهم.	0.789**	0.000
8	تعمل شركة الاتصالات على دعم الأنشطة المستخدمة في معالجة البيانات للموظفين.	0.784**	0.000

0.000	0.698**	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بالبحث عن سبل معالجة البيانات للموظفين بشكل سهل.	9
0.000	0.828**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الرواتب العادلة للعاملين فيها.	10
0.000	0.822**	يتوفر في شركة الاتصالات الفلسطينية فرص الترقية العادلة.	11
0.000	0.738**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية فرص التدريب لجميع العاملين لديها بغض النظر عن مستوياتهم الإدارية.	12
0.001	0.488**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الرعاية الصحية المناسبة لجميع عاملها من خلال التأمين الصحي الخاص لكل عامل.	13
0.000	0.628**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الخدمات المجتمعية لعاملها (كاللقاءات خارج أوقات الدوام، الرحلات، الحج، العمرة).	14
0.000	0.587**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعاملها بصورة تنافسية.	15
0.000	0.561**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعاملها بصورة تنافسية.	16
0.000	0.579**	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعاملها بأسعار تفضيلية أقل من السوق.	17

يوضح الجدول (2.3) أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة كانت دالة إحصائياً، مما يدل على إتساق داخلي بين فقرات الأداة وأنها معاً تقيس مدى تحقيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية تجاه العاملين فيها، وبذلك يعتبر المحور صادق وقاس ما صمم لقياسه.

المحور الثالث: المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة.

الجدول (3.3): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية

تجاه البيئة المحيطة والدرجة الكلية للمحور

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	تساهم الشركة في حملات التوعية تكفل تقليل المخلفات.	0.570**	0.000
2	تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات شركة الاتصالات الفلسطينية.	0.847**	0.000
3	تعتبر حماية البيئة من قيم الإدارة في شركة الاتصالات الفلسطينية.	0.817**	0.000
4	تعد حماية البيئة من ثقافة شركة الاتصالات الفلسطينية.	0.781**	0.000
5	تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.	0.779**	0.000
6	توافق شركة الاتصالات الفلسطينية على المشاركة في تسطير برامج لحماية البيئة.	0.804**	0.000

0.000	0.828**	7 توافق شركة الاتصالات الفلسطينية على المشاركة في تطوير برامج لحماية المجتمع من طرف الهيئات المحلية.
0.000	0.825**	8 تراعي شركة الاتصالات اختيار مواقع الإرسال لكي لا تضر بصحة المواطنين.
0.000	0.765**	9 تهتم شركة الاتصالات الفلسطينية بزيادة المساحات الخضراء في البلد.
0.000	0.743**	10 تراعي شركة الاتصالات اختيار مواقع الإعلان عن منتجاتها بدقة بحيث لا تؤدي مخلفات الإعلان إلى تلويث البيئة.
0.000	0.822**	11 تراعي شركة الاتصالات الفلسطينية بأن تكون أجهزتها غير مضرّة بالبيئة المحيطة.
0.000	0.863**	12 تراعي شركة الاتصالات الفلسطينية بأن تكون شبكاتها غير مضرّة بالبيئة المحيطة.
0.000	0.867**	13 تحرص شركة الاتصالات الفلسطينية على تجنب مسببات التلوث (الأرض، الهواء، المياه).
0.000	0.862**	14 تساهم شركة الاتصالات الفلسطينية مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.
0.000	0.609**	15 تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بإعداد تقارير حول أداؤها البيئي.

يشير الجدول (3.3)، أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة كانت دالة إحصائياً؛

أي أن هناك إتساق داخلي بين فقرات الأداة وأنها تشترك معاً في قياس مدى تحقيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها على ضوء الاطار النظري الذي بني المقياس على أساسه، وبذلك يعتبر المحور صادق وقاس ما صمم لقياسه.

المحور الرابع: المعوقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق المسؤولية المجتمعية.

الجدول (4.3): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المعوقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق

شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية والدرجة الكلية للمحور

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
1	عدم وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	0.860**	0.000
2	عدم وجود قوانين وتشريعات تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	0.904**	0.000

0.000	0.935**	غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	3
0.000	0.896**	غياب آليات العمل المرتبطة بتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	4
0.000	0.877**	عدم توفر كوادر بشرية أو وحدات أو إدارات متخصصة في مجال التخطيط لبرامج المسؤولية المجتمعية أو تنفيذها في شركة الاتصالات الفلسطينية.	5
0.000	0.904**	عدم وجود معايير يتم بموجبها تقييم أداء أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	6
0.000	0.791**	غياب المعلومات عن الاحتياجات الأساسية والفعلية في مجالات المسؤولية المجتمعية يضعف من فاعلية تلك البرامج في شركة الاتصالات الفلسطينية.	7
0.000	0.922**	عدم وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	8
0.000	0.855**	عدم وجود قوانين وتشريعات تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	9
0.000	0.870**	غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	10

يوضح الجدول (4.3) أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة كانت دالة إحصائياً، مما يدل على إتساق داخلي بين فقرات الأداة وأنها معاً تبين المعوقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية، وبذلك يعتبر المحور صادق وقاس ما صمم لقياسه.

3.5.3 نتائج الصدق البنائي (Structure Validity):

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة (الاستبانة) الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

الجدول (5.3): معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

الرقم	المحور	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
-------	--------	----------------	------------------

0.000	0.648**	المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع	1
0.000	0.759**	المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين	2
0.000	0.695**	المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها	3

يتضح من الجدول (5.3) أن معاملات الارتباط بين المحاور الثلاثة الأولى والدرجة الكلية للاستبانة هي معاملات دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بارتباطات مرتفعة تتراوح بين (0.648) و(0.759)، مما يؤكد على صدق الاستبانة لهذه المحاور وصلاحيته للتطبيق.

أما فيما يخص المحور الرابع "المعوقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية" فهو ليس من أبعاد المسؤولية المجتمعية ولكنه يعمل على جمع آراء المشاركين فيما يتعلق بأنواع هذه المعوقات.

6.3 ثبات أداة الدراسة:

لحساب ثبات أداة الدراسة الحالية قامت الباحثة باستخدام طريقة معادلة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وكما يوضح الجدولين (6.3) و(7.3).

الجدول (6.3): نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة

	معامل الثبات
58	عدد الفقرات
43	حجم العينة
0.928	قيمة معامل الثبات (Cronbach Alpha)

الجدول (7.3): نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الدراسة

درجة الثبات Cronbach Alpha	عدد فقرات المحور	المحور
0.920	16	المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع
0.938	17	المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين

0.954	15	المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها
0.968	10	المعيقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية
0.928	58	الدرجة الكلية

تم إعداد استبيان من أربعة محاور، وتم إعداد الاسئلة على أساس مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) الذي يحتمل خمس إجابات، حتى يتسنى تحديد آراء المبحوثين حول كل الفقرات التي تناولها الاستبيان.

دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	إطلاقاً
--------	--------	---------	--------	---------

7.3 المعالجات الإحصائية:

بعد التأكد من ثبات وصدق أداة الدراسة وجمع بياناتها، تم مراجعتها وإدخالها على قاعدة البيانات التي تم تطويرها على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم المجتمعية (SPSS). حيث أعطيت الإجابة (دائماً) خمس درجات، و (غالباً) أربع درجات، و (أحياناً) ثلاث درجات، و (نادراً) درجتين، و (أبداً) درجة واحدة.

كما تم إجراء المعالجات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية: يستخدم هذا الأمر بشكل أساس لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، وتقيد الباحثة في وصف عينة الدراسة.
- معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا الاختبار بدراسة العلاقة بين متغيرين، وقد استخدم لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة.
- اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- اختبار ت (T-Test) للمتغيرات المستقلة، لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.

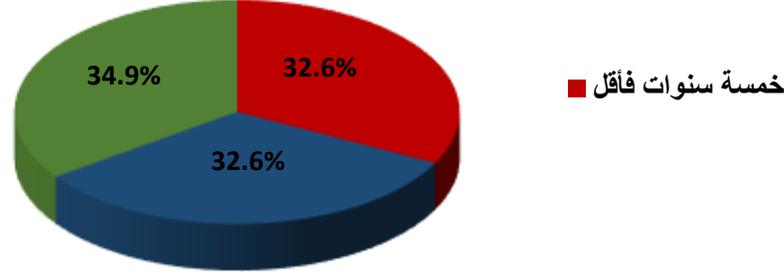
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات. استخدمته الباحثة للفروق التي تعزى للمتغير الذي يشتمل على ثلاث مجموعات فأكثر.

8.3 وصف خصائص عينة الدراسة:

❖ توزيع الأفراد (عينة الدراسة) حسب متغير سنوات الخبرة:

الجدول (8.3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد سنوات الخبرة

متغير عدد سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 5 سنوات	14	32.6
6 - 10 سنوات	14	32.6
11 سنة فأكثر	15	34.9
المجموع	43	100.0%



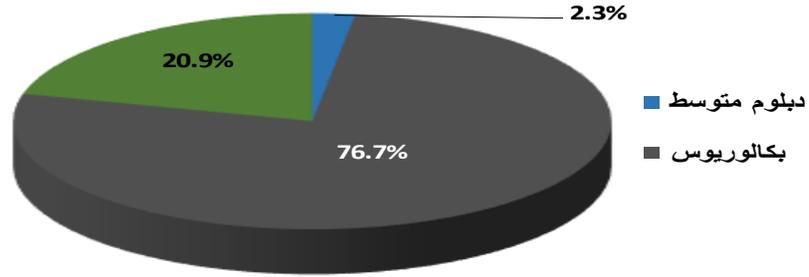
الرسم التوضيحي (1.3): عدد سنوات الخبرة

كما يظهر الجدول (8.3) والرسم التوضيحي (1.3) فقد اختلفت عدد سنوات الخبرة لدى أفراد العينة ليشمل الفئات التالية: خمسة سنوات فأقل (14 مشاركاً بنسبة 32.6%)، من 6 إلى 10 سنوات (14 مشاركاً بنسبة 32.6%) و 11 سنة فأكثر (15 مشاركاً بنسبة 34.9%).

❖ توزيع الأفراد حسب متغير المؤهل العلمي:

الجدول (9.3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

متغير المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية%
دبلوم متوسط	1	2.3
بكالوريوس	33	76.7
ماجستير فأعلى	9	20.9
المجموع	43	%100.0



الرسم التوضيحي (2.3): المؤهل العلمي

يلاحظ من الجدول (9.3) والرسم التوضيحي (2.3) أعلاه أن الأغلبية العظمى من أفراد عينة الدراسة كانت

من حاملي درجة البكالوريوس بنسبة (76.7%)، كما اشتملت العينة على نسبة (20.9%) من حاملي درجة

الماجستير أو درجة أعلى منها، وعلى نسبة قليلة تقارب (2.3%) فقط لحامل واحد لدرجة الدبلوم المتوسط.

عرض النتائج ومناقشتها

1.4 المقدمة:

يشتمل هذا القسم من الدراسة على عرض كامل لنتائج الدراسة المتعلقة بمدى تحقيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية، وذلك من خلال الاجابة على تساؤلات الدراسة باستخدام الاختبارات الاحصائية المناسبة. وحتى يتم تحديد درجة متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة تم اعتماد الدرجات التالية:

جدول رقم 1.4: مفتاح التصحيح

الدرجة	مدى متوسطها الحسابي
منخفضة	2.33 فأقل
متوسطة	3.67-2.34
عالية	3.68 فأعلى

4 . 2 نتائج أسئلة الدراسة:

1.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

ما واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين ؟

للإجابة عن هذا السؤال قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين.

جدول (1.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين

الرقم	المجالات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	النسبة المئوية
1	المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع	4.3967	0.53384	مرتفعة	87.9
2	المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين	4.2656	0.65908	مرتفعة	85.3
3	المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها	4.3377	0.62793	مرتفعة	86.8
	الدرجة الكلية	4.3314	0.54875	مرتفعة	86.6

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (4.33) وانحراف معياري (0.548) وهذا يدل على أن واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) من وجهة نظر العاملين جاء

بدرجة عالية، وبنسبة مؤية (86.6%). ولقد حصل مجال المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع على أعلى متوسط حسابي ومقداره (4.39)، يليه مجال المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها بمتوسط حسابي (4.33)، ومن ثم مجال المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين بمتوسط حسابي (4.26)، وجميعها بدرجة عالية.

وتعزو الباحثة ذلك أن شركة "جوال" تمارس وبشكل فاعل وكبير مسؤوليتها المجتمعية داخل المجتمع الفلسطيني، ويتفق ذلك مع دراسة (hemaid, 2009) والتي أشارت إلى ان قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات يتمتعون بوعي مرتفع لمفهوم المسؤولية المجتمعية تجاه المستفيدين والمجتمع، كذلك (forester, 2009) والتي توصلت الى أن الشركات لديها القدرة على نقل التأثير الاجتماعي الإيجابي من خلال جهود المسؤولية المجتمعية لها، كذلك دراسة (nejati, and others, 2011) والتي توصلت الى أن الشركات ملتزمة بمسؤوليتها المجتمعية، كذلك دراسة (El ashkar, 2016) والتي توصلت إلى أن البنوك التجارية تمتلك درجة مرتفعة جداً من الوعي بالمسؤولية المجتمعية، وانها تتعامل مع المسؤولية المجتمعية على انها فرصة أكثر من أنها ذات كلفة أو التزام، كذلك دراسة (فروانة والديب 2015) حيث توصلت إلى أن المؤسسات تبنت المسؤولية المجتمعية.

وقامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع.

جدول (2.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمجال المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع (مرتبة حسب الأهمية)

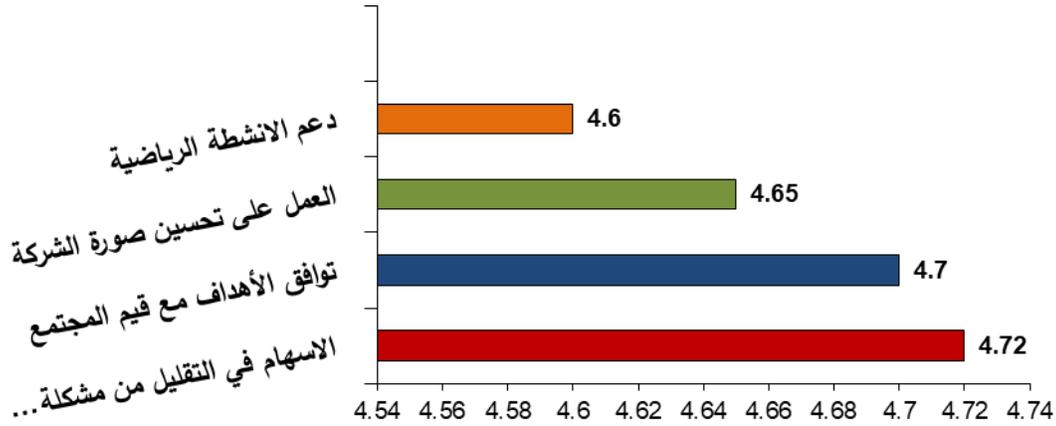
الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	النسبة المئوية
q2.11	تسهم شركة الاتصالات الفلسطينية في حل مشكلة البطالة من خلال تدريب الطلبة المتدربين لديها.	4.72	0.504	مرتفعة	94.4
q2.2	تتوافق أهداف شركة الاتصالات مع قيم المجتمع.	4.70	0.558	مرتفعة	94.0
q2.10	تعمل المنظمة على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال استقبال طلبة الجامعات أو الباحثين.	4.65	0.529	مرتفعة	93.0
q2.16	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بدعم الأنشطة الرياضية.	4.60	0.791	مرتفعة	92.1
q2.3	تسهم شركة الاتصالات بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع.	4.58	0.626	مرتفعة	91.6
q2.1	تتوافق رسالة شركة الاتصالات مع أهداف المجتمع.	4.56	0.590	مرتفعة	91.2
q2.8	تعمل شركة جوال على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال دعم العمل الجماعي.	4.56	0.629	مرتفعة	91.2
q2.6	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية المساعدات للمشاريع الخيرية.	4.49	0.736	مرتفعة	89.8
q2.13	تشارك شركة شركة الاتصالات الفلسطينية المجتمع المحلي من خلال تنسيق بعض الفعاليات في المناسبات.	4.49	0.798	مرتفعة	89.8
q2.14	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية بدعم الاقتصاد الوطني من خلال دعم المشاريع الوطنية.	4.35	0.842	مرتفعة	87.0
q2.12	توفر شركة الاتصالات الفلسطينية فرص التوظيف المناسب لذوي الاحتياجات الخاصة.	4.33	0.865	مرتفعة	86.5
q2.7	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية التبرعات للمشاريع الخاصة بمراكز رعاية المعوقين.	4.30	0.914	مرتفعة	86.0
q2.4	تساهم شركة الاتصالات في إنجاز المشاريع الأساسية للمدارس كالمطلات.	4.26	0.848	مرتفعة	85.1
q2.15	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية عروضاً مميزة للقطاعات الفقيرة في المجتمع.	4.09	0.947	مرتفعة	81.9
q2.9	تعمل شركة جوال على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال حل بعض المشكلات المجتمعية.	4.00	1.069	مرتفعة	80.0
q2.5	تساهم شركة الاتصالات في إنجاز برامج الإسكان	3.65	1.110	متوسطة	73.0
87.9	الدرجة الكلية	4.396	0.5338	مرتفعة	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (4.39) وانحراف معياري (0.533) وهذا يدل على أن مستوى المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (2.4) أن (15) فقرة جاءت بدرجة مرتفعة وفقرة واحدة جاءت بدرجة متوسطة. وحصلت الفقرة " تسهم شركة الاتصالات الفلسطينية في حل مشكلة البطالة من خلال تدريب الطلبة المتدربين لديها " على أعلى متوسط حسابي (4.72)، يليها فقرة " تتوافق أهداف شركة الاتصالات مع قيم المجتمع " بمتوسط حسابي (4.70). وحصلت الفقرة " تساهم شركة الاتصالات في إنجاز برامج الإسكان " على أقل متوسط حسابي (3.65)، يليها الفقرة " تعمل شركة جوال على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال حل بعض المشكلات المجتمعية " بمتوسط حسابي (4.00).

تبين من نتائج الجدول (2.4) أن أغلب فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع كانت المتوسطات الحسابية الخاصة بها عالية بأغلبها، وبدرجة تقدير مرتفعة، وتعزو الباحثة ذلك بسبب ان افراد عينة الدراسة من العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية جوال لديهم مستويات جديده من الادراك والفهم تجاه من تقوم به شركة جوال من خلال مسؤوليتها المجتمعية تجاه المجتمع من السعي الدائم في دعم المشاريع الريادية داخل المجتمع الفلسطيني في سبيل الحد من مشكلة البطالة في صفوف الشباب الفلسطيني، حيث تقوم بدعم البرامج الاكاديمية في الجامعات وتدريب الطلبة الخريجين لديها من أجل اكسابهم الخبرات الادارية والفنية التي تمكنهم من الاندماج في سوق العمل الفلسطيني، كما وتعمل الشركة من خلال أهدافها العامة على تقديم خدمات ومنتجات تتوافق مع قيم المجتمع الفلسطيني، حيث أنها تسعى من خلال ذلك الى تعزيز علاقتها بالمجتمع الفلسطيني وتقديم صورة مشرقة عن شركات القطاع الخاص، والتي تحمل على عاتقها ولو بجزء

بسيط مسؤولية النهوض بالمجتمع ودعم الأنشطة التطويرية الخاصة به، كما وتسعى شركة جوال لرعاية العديد من المناسبات المجتمعية والأنشطة الرياضية داخل المجتمع الفلسطيني، وذلك تعزيزاً لحضورها داخل المجتمع وتجسيدها لمسئوليتها المجتمعية، وبالتالي فإن شركة جوال من خلال هذا المحور تسعى لتحقيق أهداف المجتمع الفلسطيني وأهدافها الخاصة وتسخر جميع الجهود والامكانيات الخاصة بها في سبيل تحقيق ذلك، الأمر الذي يضمن لها تحقيق أهدافها وصولاً لتحقيق التميز المؤسسي بدرجة عالية من الكفاءة والفاعلية، وبما يلبي احتياجات المواطن الفلسطيني الذي يسعى للحصول على خدمات نوعية وذات جودة عالية.



الرسم التوضيحي (1.4): فقرات تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع ذات المتوسطات الحسابية الأعلى

وهنا تؤكد الباحثة على أنه ولغاية الآن لم يتم التوافق حول مفهوم محدد للمسؤولية المجتمعية للشركات في السياق الفلسطيني، وبالتالي فإن المسؤولية المجتمعية للشركات في البلدان النامية ومنها دولة فلسطين لا تزال ذات طبيعة خيرية إلى حد كبير وهي خدمة تطوعية تقدمها هذه الشركات بصرف النظر عن هذه الأنشطة الخيرية، وتتطوي سياسة المسؤولية المجتمعية للشركات على التنظيم الذاتي والالتزام بالقواعد واللوائح والمعايير الأخلاقية والمسؤولية البيئية والاستدامة ورضا المستهلكين ورفاهية العاملين والمجتمعات وأصحاب المصلحة، كذلك ترى الباحثة أن المسؤولية المجتمعية للشركات يمكنها من خلال زيادة الربحية والاستدامة

والنزاهة والسمعة لأي عمل يتضمنها في سياستها، حيث تقوم هذه الشركات في تبني المسؤولية المجتمعية للمجتمع في سبيل خلق المزيد من السبل بشكل غير مباشر لتحقيق نمو ونجاح وربحية أكبر لأعمالها، حيث أن المسؤولية المجتمعية للشركات تنطوي على الالتزام الذي تظهروه في التنمية الاقتصادية للمجتمع المحلي والمجتمع ككل، ولا ينبغي أن يكون تبني سياسة المسؤولية المجتمعية مدفوعاً نحو زيادة الربح، وتشير هنا الباحثة الى أن المسؤولية المجتمعية للشركات بالواقع العام لهذه الشركات هي مجرد نافذة سطحية للحملات التي تقوم بها للترويج للعلامات التجارية الخاصة بها، ومن خلال إطلاع الباحثة على جوهر المسؤولية المجتمعية في شركات المستوى المحلي او الخارجي ترى أنه لم يتم دمج العديد من هذه البرامج في عمليات المنظمة ولكن يتم اعتبارها مجرد إيماءات خيرية وتقارير عامة من خلال الصحف ووسائل الإعلام التلفزيونية لإعطاء فكرة أنهم يمارسون المسؤولية المجتمعية في هذه الشركات.

وتتفق النتائج الخاصة بالمحور الخاص بالمسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع مع النتائج الخاصة بالدراسات السابقة، حيث تخالف هذه النتائج دراسة (حلس، 2016) والتي أشارت الى غياب الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية التي من شأنها تعزيز مفهوم المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص، بالإضافة إلى أن مساهمة القطاع الخاص الفلسطيني بالنسبة الأكبر في التشغيل إضافة إلى التبرعات والإعانات التي يقدمها للمجتمع غير كافية للحكم عليه بتحمل المسؤولية المجتمعية بشكل دقيق، كما انققت مع دراسة (التميمي، 2016) والتي توصلت الى أن الشركات تلتزم بدرجة مرتفعة بالمسؤولية المجتمعية، كذلك دراسة (عطا الله والفليت، 2015) حيث اكدت على وجود دور ملموس للشركات في تحملها للمسؤولية المجتمعية يتمثل في تقديمها الدعم للقطاع الخاص، كذلك توافق المسؤولية المجتمعية مع قيم وأهداف المجتمع الفلسطيني، كذلك توافقت النتائج الخاصة بهذا المحور مع نتائج دراسة (alhaleh, & saleh, 2019) والتي أظهرت أن البنوك تستخدم المسؤولية المجتمعية للشركات كاستراتيجية لخلق ميزة تنافسية والحصول

على أداء مالي محسن، كذلك دراسة (El ashkar, 2016) والتي بينت أن البنوك تتعامل مع المسؤولية المجتمعية على انها فرصة للبنك أكثر من أنها ذات كلفة أو التزام.

وقامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين.

جدول (3.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمجال المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين (مرتبة حسب الأهمية)

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	النسبة المئوية
q3.5	تلتزم شركة الاتصالات الفلسطينية بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل.	4.67	0.715	مرتفعة	93.5
q3.13	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الرعاية الصحية المناسبة لجميع عاملها من خلال التأمين الصحي الخاص لكل عامل.	4.65	0.573	مرتفعة	93.0
q3.14	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الخدمات المجتمعية لعاملها (كاللقاءات خارج أوقات الدوام، الرحلات، الحج، العمرة).	4.53	0.667	مرتفعة	90.7
q3.8	تعمل شركة الاتصالات على دعم الأنشطة المستخدمة في معالجة البيانات للموظفين.	4.37	0.874	مرتفعة	87.4
q3.7	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتوضيح القوانين للعاملين لديها كونها تحقق مصالحهم.	4.35	1.044	مرتفعة	87.0
q3.9	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بالبحث عن سبل معالجة البيانات للموظفين بشكل سهل.	4.35	0.720	مرتفعة	87.0
q3.17	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعاملها بأسعار تفضيلية أقل من السوق.	4.35	0.897	مرتفعة	87.0
q3.6	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتنفيذ أعمالها بعدالة على العاملين العاملين لديها.	4.33	0.778	مرتفعة	86.5
q3.4	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتنفيذ برامج توعية للموظفين	4.23	0.812	مرتفعة	84.7

				تتضمن المعايير المهمة المعتمدة على المستوى الأمان في العمل.	
83.7	مرتفعة	1.052	4.19	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الرواتب العادلة للعاملين فيها.	q3.10
83.7	مرتفعة	1.052	4.19	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعاملها بصورة تنافسية.	q3.15
83.7	مرتفعة	1.052	4.19	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعاملها بصورة تنافسية.	q3.16
82.3	مرتفعة	1.051	4.12	تعمل الشركة على تحفيز العاملين المبدعين في العمل.	q3.2
82.3	مرتفعة	0.851	4.12	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بإعداد برامج توعية للموظفين تتضمن المعايير المهمة المعتمدة على المستوى الاجتماعي.	q3.3
80.9	مرتفعة	1.022	4.05	تعمل المنظمة على تحفيز العاملين المتفوقين في العمل من خلال تكريمهم.	q3.1
80.9	مرتفعة	1.022	4.05	تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية فرص التدريب لجميع العاملين لديها بغض النظر عن مستوياتهم الإدارية.	q3.12
75.8	مرتفعة	1.319	3.79	يتوفر في شركة الاتصالات الفلسطينية فرص الترقية العادلة.	q3.11
85.3	مرتفعة	0.659	4.265	الدرجة الكلية	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (4.26) وانحراف معياري (0.659) وهذا يدل على أن مستوى المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين جاء بدرجة عالية، وبنسبة مؤية (85.3%).

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (3.4) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة مرتفعة. وحصلت الفقرة " تلتزم شركة الاتصالات الفلسطينية بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل " على أعلى متوسط حسابي (4.67)، يليها فقرة " تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الرعاية الصحية المناسبة لجميع عاملها من خلال التأمين الصحي الخاص لكل عامل " بمتوسط حسابي (4.65). وحصلت الفقرة " يتوفر في شركة الاتصالات الفلسطينية فرص الترقية العادلة " على أقل متوسط حسابي (3.79)، يليها الفقرة " تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية

فرص التدريب لجميع العاملين لديها بغض النظر عن مستوياتهم الإدارية " والفقرة " تعمل المنظمة على تحفيز العاملين المتفوقين في العمل من خلال تكريمهم " بمتوسط حسابي (4.05).

تبين من نتائج الجدول (3.4) أن جميع فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين كانت المتوسطات الحسابية الخاصة بها عالية، وبدرجة تقدير مرتفعة، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن افراد عينة الدراسة من العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية "جوال" لديهم مستويات عالية من المعرفة والفهم تجاه من تقوم به شركة "جوال" من خلال مسؤوليتها المجتمعية تجاههم من ممارسات من شأنها رعايتهم وتقديم الخدمات من شأنها الارتقاء بمستوياتهم المعيشية وتقديم الرعاية الصحية المناسبة لهم، وتقديم الخدمات المجتمعية ورعاية الانشطة المجتمعية المتنوعة التي من شأنها تعزيز العلاقات ويجاد بيئة عمل مناسبة، كذلك تهتم الشركة حسب وجهة نظر افراد عينة الدراسة بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل وتوضيحها للعاملين في سبيل خدمة مصالحهم، بالاضافة الى تنفيذ برامج توعية للموظفين من شأنها توفير مستويات عالية من الامان الوظيفي ضمن بيئة العمل، كما وتسعى الشركة وضمن سياستها الخاصة بالعاملين بتقديم خدمات تفضيلية خاصة بهم وبأسعار رمزية، حيث يرى أفراد عينة الدراسة أن الشركة تُؤمن بأن مبادئ العمل الاجتماعي لا بد وأن تبدأ من الداخل من خلال العمال والذين يمثلون جزء من المجتمع، حيث تسعى شركة جوال للتعامل مع العاملين بقدر عالي من المساواة ودون أي تمييز، كذلك تحترم مبدأ الجندر وتعطي المرأة حقها في تبوء مناصب إدارية بالشركة، وتسهل عملية تشكيل النقابات الخاصة بالعاملين فيها وتمثيلهم داخل مجلس الإدارة بالشكل الذي يتيح إبدائهم لأرائهم بمنتهى الحرية وحماية لحقوقهم، بالاضافة الى أن الشركة تقوم بتطبيق سياسة عادلة في الترقيات للعاملين فيها، حيث تتبع الشركة أسلوب الترقية طبقاً للأقدمية وذلك لمراعاة العامل

النفسي للعاملين ذوي الأقدمية وترقيتهم لرفع معنوياتهم، وفي نفس الوقت عدم إغفال ترقية المتميزين بالاختيار طبقاً لمعيار الكفاءة لعدم إحباطهم وزيادة ثقتهم بقدراتهم وأنفسهم ومن ثم زيادة عطائهم للشركة.



الرسم التوضيحي (2.4): فقرات تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين ذات المتوسطات الحسابية الأعلى وهنا تشير الباحثة على أن شركة جوال تسعى الى اتباع سياسات وإجراءات من شأنها جذب أفضل الموارد البشرية والحفاظ عليها من خلال تطبيق مسؤوليتها المجتمعية تجاه العاملين بالشركة، وتؤكد الباحثة على أن من أهم عوامل النجاح الحاسمة لاستراتيجية جيدة للمسؤولية المجتمعية للشركات هو من خلال زيادة الالتزام والمشاركة بين العاملين، إذ أنه يجب على المدراء تحفيز العاملين والسعي لإشراكهم في جميع المهام والأنشطة داخل الشركة، والسعي تجاه إشباع رغبات العاملين في سبيل دفعهم للمشاركة، لذا فإن هذه الشركات تسعى الى خلق المزيد من السبل بشكل غير مباشر لتحقيق نمو ونجاح وربحية أكبر لأعمالها وتحسن سمعتها التجارية في السوق المحلي الفلسطيني، وتضيف الباحثة هنا بأن مسؤولية الشركات المجتمعية ليست مقصورة على ما تقدمه من حصة الأرباح لمن يحتاجها، لكن تتضمن السلوك الخاص بها داخل المؤسسة أو سلوك المسؤولين تجاه الأفراد والعلاقات الداخلية فيها، لذا ترى أنه لا يزال أمام الشركات الفلسطينية الكثير لتقوم به، لأنه لا يمكن الادعاء بالتزامها بالمسؤولية المجتمعية، ما لم يتم تقليل مخاطر التشغيل عامة وزيادة رضا العاملين فيها في جو من الشفافية الامر الذي يدعم تحقق الشركة لأهدافها، وترى الباحثة أن مسؤولية الشركات تجاه موظفيها ومنحهم الامتيازات والعلاوات والرعاية هو التزام اخلاقي مستحق

عليها، وبالتالي يجب عليها أن تكون قريبة من احتياجات العاملين المتنوعة، وعلاج مشكلاتهم المجتمعية، الامر الذي سيحقق لها انتماء وولاء كادرها البشري، ويدعم قدرتها على تحقيق أهدافها ورؤيتها ورسالتها.

تتفق نتائج محور المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين مع نتائج الدراسات السابقة، حيث تتوافق هذه النتائج مع دراسة (التميمي، 2016) والتي أشارت الى ضرورة وجود قسم مختص بالمسؤولية المجتمعية داخل الشركات، ودراسة (الزيناتى، 2014) والتي أشارت الى أهمية وجود أخلاق المهنة تجاه الزملاء والعاملين، ودراسة (نزال وآخرون، 2011) والتي أشارت ضرورة تطوير العاملين باستمرار لزيادة الكفاءة وتحسين الإنتاجية، ودراسة (zulfiquar, & sadaf et. al, 2019) والتي اشارت إلى أن العاملين يهتمون أكثر بسياسات الشركة، وميل الأفراد الذين لديهم توجه جماعي إلى البحث عن القيم والأهداف المشتركة والتأكيد على أهداف الشركة والرغبات الفردية، ودراسة (salem, & Kavanagh, & slaughter, 2012) حول أن مستوى المسؤولية المجتمعية للشركات في التقارير السنوية له علاقة إيجابية مع الأداء التنظيمي من حيث الأداء المالي وسمعة الشركة.

وقامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها.

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمجال المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها (مرتبة حسب الأهمية)

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	النسبة المئوية
q4.4	تعد حماية البيئة من ثقافة شركة الاتصالات الفلسطينية.	4.51	0.827	مرتفعة	90.2

90.2	مرتفعة	0.768	4.51	تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.	q4.5
88.8	مرتفعة	0.700	4.44	تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات شركة الاتصالات الفلسطينية.	q4.2
88.4	مرتفعة	0.763	4.42	تعتبر حماية البيئة من قيم الإدارة في شركة الاتصالات الفلسطينية.	q4.3
88.4	مرتفعة	0.823	4.42	توافق شركة الاتصالات الفلسطينية على المشاركة في تسطير برامج لحماية البيئة.	q4.6
88.4	مرتفعة	0.698	4.42	تراعي شركة الاتصالات اختيار مواقع الإرسال لكي لا تضر بصحة المواطنين.	q4.8
87.9	مرتفعة	0.728	4.40	تراعي شركة الاتصالات الفلسطينية بأن تكون أجهزتها غير مضرّة بالبيئة المحيطة.	q4.11
87.4	مرتفعة	0.787	4.37	تراعي شركة الاتصالات الفلسطينية بأن تكون شبكاتها غير مضرّة بالبيئة المحيطة.	q4.12
87.0	مرتفعة	0.842	4.35	تساهم شركة الاتصالات الفلسطينية مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.	q4.14
86.5	مرتفعة	0.837	4.33	تحرص شركة الاتصالات الفلسطينية على تجنب مسببات التلوث (الأرض، الهواء، المياه).	q4.13
85.1	مرتفعة	0.875	4.26	تراعي شركة الاتصالات اختيار مواقع الإعلان عن منتجاتها بدقة بحيث لا تؤدي مخلفات الإعلان إلى تلويث البيئة.	q4.10
84.7	مرتفعة	0.782	4.23	تساهم الشركة في حملات التوعية تكفل تقليل المخلفات.	q4.1
84.7	مرتفعة	0.782	4.23	توافق شركة الاتصالات الفلسطينية على المشاركة في تسطير برامج لحماية المجتمع من طرف الهيئات المحلية.	q4.7
84.7	مرتفعة	0.922	4.23	تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بإعداد تقارير حول أدائها البيئي.	q4.15
79.1	مرتفعة	0.899	3.95	تهتم شركة الاتصالات الفلسطينية بزيادة المساحات الخضراء في البلد.	q4.9
86.8	مرتفعة	0.6279	4.337	الدرجة الكلية	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة

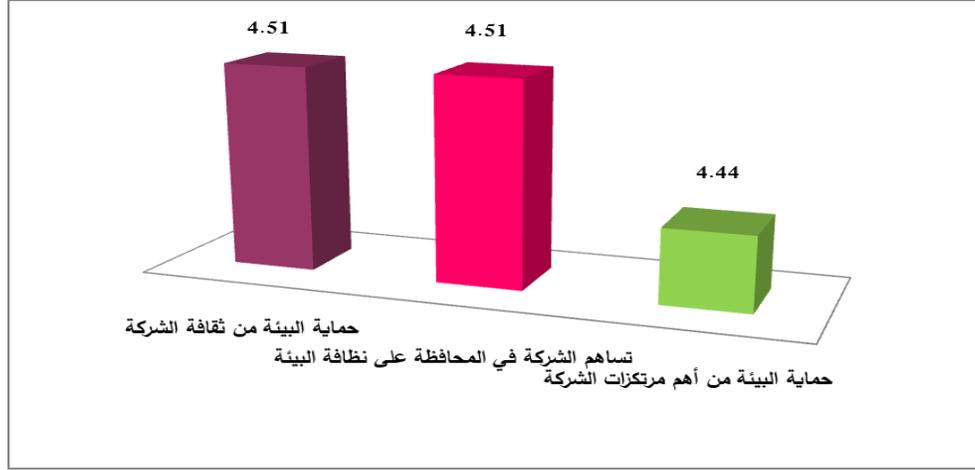
الدراسة على مجال المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها أن المتوسط الحسابي للدرجة

الكلية(4.337) وانحراف معياري (0.627) وهذا يدل على أن مستوى المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها جاء بدرجة عالية، وبنسبة مؤية (86.8%).

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (4.4) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة مرتفعة. وحصلت الفقرة " تعد حماية البيئة من ثقافة شركة الاتصالات الفلسطينية " والفقرة " تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة " على أعلى متوسط حسابي (4.51)، يليها فقرة " تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات شركة الاتصالات الفلسطينية " بمتوسط حسابي (4.44). وحصلت الفقرة " تهتم شركة الاتصالات الفلسطينية بزيادة المساحات الخضراء في البلد " على أقل متوسط حسابي (3.95)، يليها الفقرة " تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بإعداد تقارير حول أدائها البيئي " والفقرة " توافق شركة الاتصالات الفلسطينية على المشاركة في تطوير برامج لحماية المجتمع من طرف الهيئات المحلية " والفقرة " تساهم الشركة في حملات التوعية تكفل تقليل المخلفات " بمتوسط حسابي (4.23).

تبين من نتائج الجدول (4.4) أن أغلب فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة كانت المتوسطات الحسابية الخاصة بها عالية، وبدرجة تقدير مرتفعة، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن افراد عينة الدراسة من العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية "جوال" لديهم مستويات مرتفعة من المعرفة والفهم تجاه الدور الذي تقوم به شركة "جوال" من خلال مسؤوليتها المجتمعية تجاه البيئة المحيطة من خلال دورها في تجسيد فكرة حماية البيئة وجعلها من أهم المرتكزات ضمن ثقافة وفكر وقيم إدارة الشركة، حيث تسعى بشتى الوسائل والطرق لتكريس ذلك، وتنسيق الجهود مع الاطراف ذات العلاقة في سبيل تحقيق هذه الغاية، حيث تسعى ومن خلال سياستها في الحفاظ على البيئة في وضع شروط السلامة العامة خلال وضع الشبكات وأبراج الارسال والتقوية بحيث لا تضر بصحة المواطنين او البيئة المحيطة، حيث تحرص الشركة من خلال

تنفيذها أنشطها وبرامجها الدعائية على تجنب حدوث أي آثار سلبية من شأنها إحداث التلوث بالبيئة، كما وتقوم أيضاً بتنظيم حملات مع الجهات ذات العلاقة من شأنها المحافظة على نظافة البيئة والحد من المخاطر التي من الممكن أن تتعرض لها.



الرسم التوضيحي (3.4): فقرات تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة ذات المتوسطات الحسابية الأعلى

وتتفق النتائج الخاصة بالمحور الخاص بالمسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة مع النتائج الخاصة بدراسة (نزال وآخون، 2011) حول أن الشركات تعمل على زيادة الاهتمام بالبيئة من خلال استخدام وسائل الاتصال التي تجنب البيئة المخاطر المحتملة مستقبلاً من خلال الوسائل الحديثة والتكنولوجية المتطورة، ودراسة (الخالدي، 2015) حول أن هناك أثراً إيجابياً للمسؤولية المجتمعية في جودة الخدمات، وتخالف دراسة (جلس، 2016) حول غياب الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية التي من شأنها تعزيز مفهوم المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص، كذلك دراسة (التميمي، 2016) حول أن الشركات الصناعية تخطئ بين مفهومي العمل الخيري والمسؤولية المجتمعية.

2.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

ما هي المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية من وجهة نظر العاملين ؟

للإجابة عن هذا السؤال قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن درجة المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية من وجهة نظر العاملين.

جدول (5.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لدرجة المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية من وجهة نظر العاملين (مرتبة حسب الأهمية)

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	النسبة المئوية
q5.2	عدم وجود قوانين وتشريعات تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	2.14	1.226	منخفضة	42.8
q5.4	غياب آليات العمل المرتبطة بتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	2.09	1.288	منخفضة	41.9
q5.1	عدم وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	2.02	1.102	منخفضة	40.5
q5.1 0	غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	2.00	1.175	منخفضة	40.0
q5.7	غياب المعلومات عن الاحتياجات الأساسية والفعالية في مجالات المسؤولية المجتمعية يضاعف من فاعلية تلك البرامج في شركة الاتصالات الفلسطينية.	1.98	1.185	منخفضة	39.5
q5.8	عدم وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	1.95	1.194	منخفضة	39.1
q5.9	عدم وجود قوانين وتشريعات تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.	1.95	1.112	منخفضة	39.1
q5.3	غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في	1.91	1.231	منخفضة	38.1

				شركة الاتصالات الفلسطينية.
38.1	منخفضة	1.250	1.91	عدم توفر كوادر بشرية أو وحدات أو إدارات متخصصة في مجال التخطيط لبرامج المسؤولية المجتمعية أو تنفيذها في شركة الاتصالات الفلسطينية.
37.7	منخفضة	1.096	1.88	عدم وجود معايير يتم بموجبها تقييم أداء أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.
39.7	منخفضة	1.0458	1.9837	الدرجة الكلية

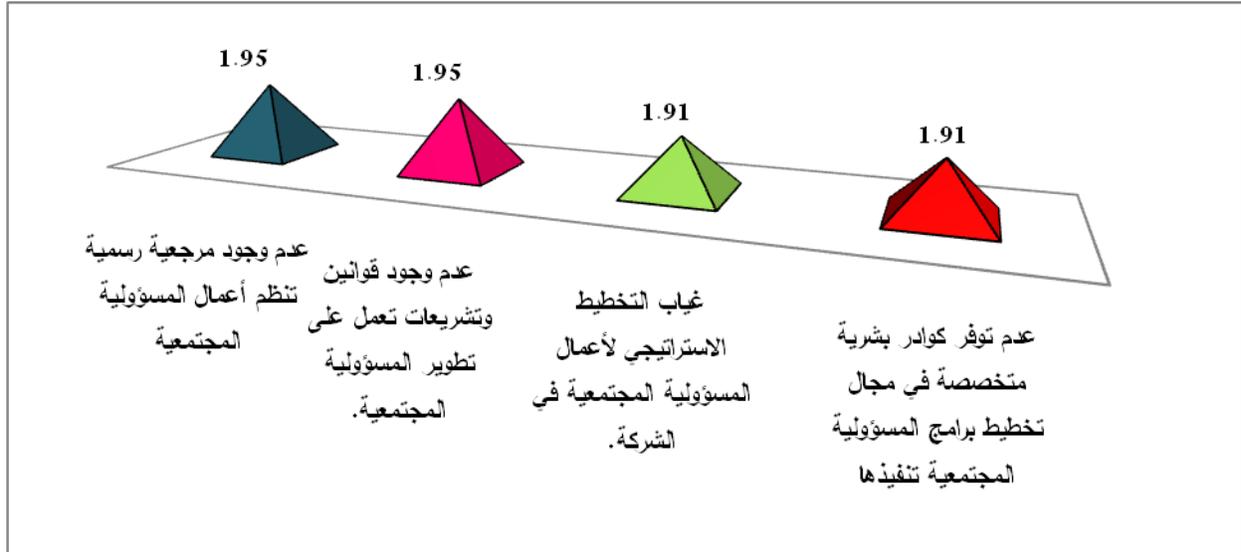
يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على درجة المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية من وجهة نظر العاملين أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (1.98) وانحراف معياري (1.045) وهذا يدل على أن درجة المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلية الفلسطينية (جوال) للمسؤولية المجتمعية من وجهة نظر العاملين جاء بدرجة منخفضة، وبنسبة مؤية (39.7%).

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (5.4) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة منخفضة. وحصلت الفقرة " عدم وجود قوانين وتشريعات تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية " على أعلى متوسط حسابي (2.14)، يليها فقرة " غياب آليات العمل المرتبطة بتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية " بمتوسط حسابي (2.09). وحصلت الفقرة " عدم وجود معايير يتم بموجبها تقييم أداء أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية " على أقل متوسط حسابي (1.88)، يليها الفقرة " عدم توفر كوادر بشرية أو وحدات أو إدارات متخصصة في مجال التخطيط لبرامج المسؤولية المجتمعية أو تنفيذها في شركة الاتصالات الفلسطينية " والفقرة " غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية " بمتوسط حسابي (1.91).

وتشير النتائج إلى عدم وجود معوقات تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية لمسئوليتها

المجتمعية وكما يبين الرسم التوضيحي (5.4):

- وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال الشركة المجتمعية.
- وجود القوانين والتشريعات التي تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في الشركة.
- وجود التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في الشركة.
- توفر كوادر بشرية أو وحدات أو ادارات متخصصة في مجال التخطيط لبرامج المسؤولية المجتمعية وتنفيذها في الشركة.



الرسم التوضيحي (4.4): أهم المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات لمسئوليتها المجتمعية

تبين من نتائج الجدول (5.4) أن أغلب فقرات محور المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات

الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية كانت المتوسطات الحسابية الخاصة بها منخفضة، وتعزو الباحثة ذلك إلى

أن افراد عينة الدراسة من العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية جوال لديهم مستويات جيدة من الفهم

والمعرفة تجاه أثر النتائج عن المعوقات التي من شأنها الحيلولة دون تطبيق شركة جوال لمسئوليتها

المجتمعية، حيث أنها تقوم بوضع المعايير والاسس التي من شأنها تقليل تأثير هذه المعوقات، والسعي الدائم لتفعيل دورها في خدمة المجتمع الفلسطيني، وبما ينسجم مع رؤيتها ورسالتها وأهدافها قصيرة وطويلة المدى. وتخالف النتائج الخاصة بمحور المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية مع النتائج الخاصة بدراسة (جلس، 2016) حول غياب الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية التي من شأنها تعزيز مفهوم المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص، كذلك دراسة (التميمي، 2016) حول أن الشركات الصناعية تخلط بين مفهومي العمل الخيري والمسؤولية المجتمعية، وتتفق مع دراسة (عطا لله، والفليت، 2015)، حول توافق المسؤولية المجتمعية مع قيم وأهداف المجتمع الفلسطيني.

4.4. نتائج التساؤل الثالث. والذي نصه: "هل تختلف تقديرات العاملين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية باختلاف متغيرات: عدد سنوات الخبرة، المؤهل العلمي؟" للإجابة عن هذا السؤال تمت الاجابة عن الفرضيات التالية:
نتائج الفرضية الأولى:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في واقع تطبيق المسؤولية

المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة "

تم فحص الفرضية الأولى تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة.

الجدول (7.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق

المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	عدد سنوات الخبرة	المجال
0.61514	4.3143	14	أقل من 5 سنوات	المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع
0.53238	4.4300	14	6 - 10 سنوات	
0.47983	4.4427	15	11 سنة فأكثر	
0.53384	4.3967	43	المجموع	
0.87053	4.1686	14	أقل من 5 سنوات	المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين
0.59763	4.2221	14	6 - 10 سنوات	
0.48798	4.3967	15	11 سنة فأكثر	
0.65908	4.2656	43	المجموع	
0.71279	4.2414	14	أقل من 5 سنوات	المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها
0.60015	4.3529	14	6 - 10 سنوات	
0.60085	4.4133	15	11 سنة فأكثر	
0.62793	4.3377	43	المجموع	
0.67030	4.2396	14	أقل من 5 سنوات	الدرجة الكلية
0.50883	4.3318	14	6 - 10 سنوات	
0.47910	4.4167	15	11 سنة فأكثر	
0.54875	4.3314	43	المجموع	

يلاحظ من الجدول رقم (7.4) وجود فروق ظاهرية في واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (8.4):

الجدول (8.4): نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات تبعاً إلى متغير عدد سنوات الخبرة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع	بين المجموعات	0.142	2	0.071	0.241	0.787
	داخل المجموعات	11.827	40	0.296		
	المجموع	11.969	42			
المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين	بين المجموعات	0.416	2	0.208	0.467	0.631
	داخل المجموعات	17.829	40	0.446		
	المجموع	18.244	42			
المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها	بين المجموعات	0.219	2	0.109	0.268	0.766
	داخل المجموعات	16.342	40	0.409		
	المجموع	16.560	42			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	0.227	2	0.114	0.366	0.696
	داخل المجموعات	12.420	40	0.311		
	المجموع	12.647	42			

يتضح من الجدول (8.4) أن قيمة (ف) للدرجة الكلية (0.366) ومستوى الدلالة هو (0.696) وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$). أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تحقيق المسؤولية المجتمعية لشركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة، وكذلك لجميع المجالات، وبذلك تم قبول الفرضية الأولى.

وتعزو الباحثة سبب ذلك الى أن أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن شركة الاتصالات الخليوية جوال تدعم المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع حيث أنهم أكدوا على اختلاف سنوات خبرتهم بأن رسالة وأهداف الشركة تتماشى وتتوافق مع المجتمع الفلسطيني وقيمه، إذ إن إسهامات الشركة المجتمعية تقل ولو بنسب قليلة في الحد من البطالة من خلال مشاركة الأفراد في بعض المشاريع الصغيرة، وتدخلات مجتمعية في إنجاز بعد الإحتياجات في العملية التعليمية كبعض المرافق الخاصة بالأبنية في المدارس والجامعات والهيئات المحلية. كذلك المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين، حيث تعزو الباحثة أن أفراد عينة الدراسة على اختلاف سنوات خبرتهم أفادوا بأن الشركة تدعم العاملين المتفوقين والمبدعين، وتدعم الإبتكار وتحفز المبدعين ومقدمي الحلول الإبداعية، إضافة الى قيام الشركة بدعم العاملين الراغبين في الحصول على مستويات تعليمية متقدمة وعلى مستوى الدراسات العليا كدراسات الماجستير والدكتوراه، الأمر الذي يحقق هدفين رئيسيين أولاهما هدف المؤسسة وتحسين سمعتها في المجتمع والبيئة المحيطة وتحقيق أهدافها، والهدف الآخر ضمانه حقيقية للعاملين العاملين في الحصول على إمتيازات تمكن العاملين وتثري روح العمل الجماعي لديهم وتعزز من انتمائهم الوظيفي مما يجعل العاملين يؤدون أقصى درجات الأداء الوظيفي، أما على مستوى المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة فقد أكد أفراد عينة الدراسة وعلى اختلاف سنوات خبرتهم بأن الشركة تساهم الشركة في حملات التوعية لحماية البيئة والحفاظ على بيئة خضراء صديقة للبيئة كالتخلص من النفايات بشكل عام والإلكترونية بشكل خاص، وهذا كما أفاد أفراد عينة الدراسة بأنها إحدى قيم الشركة وثقافتها التنظيمية.

نتائج الفرضية الثانية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في واقع تطبيق المسؤولية

المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير المؤهل العلمي"

تم فحص الفرضية الثانية بحساب نتائج اختبار "ت" والمتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في

واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

جدول (9.4): نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير المؤهل العلمي

المجال	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	مستوى الدلالة
المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع	بكالوريوس	33	4.3327	0.58410	1.327	0.192
	ماجستير فأكثر	9	4.5989	0.24049		
المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين	بكالوريوس	33	4.2033	0.69524	0.893	0.377
	ماجستير فأكثر	9	4.4256	0.50513		
المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها	بكالوريوس	33	4.2927	0.66620	0.604	0.549
	ماجستير فأكثر	9	4.4367	0.48120		
الدرجة الكلية	بكالوريوس	33	4.2740	0.58503	1.027	0.311
	ماجستير فأكثر	9	4.4861	0.37399		

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة "ت" للدرجة الكلية (1.027)، ومستوى الدلالة (0.311)، أي أنه لا

توجد فروق في واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير المؤهل العلمي، وكذلك

للمجالات، وبذلك تم قبول الفرضية الثانية.

وتعزو الباحثة سبب ذلك الى أن أفراد عينة الدراسة على اختلاف مؤهلاتهم العلمية يؤكدون على أن شركة

الاتصالات الخليوي جوال لديها مسؤولية مجتمعية تجاه المجتمع من خلال ما تقوم به من برامج لدعم العمل

الجماعي كالمشاركات النسوية وتعزيز ثقافة العمل اليدوي للنساء، ودعم المراكز النسوية، والمراكز الشبابية، كذلك ما له علاقة بتنمية المجتمع المحلي كالإهتمام بالبرامج الداعمة لذوي الاحتياجات الخاصة ودور المسنين وفي دعم بعد التدخلات الفردية من خلال بناء بعد المساكن للأفراد المعوزين في المجتمع الفلسطيني.

كما وتعزو الباحثة أن شركة الاتصالات الخلوية جوال وكما أفاد وأكد أفراد العينة على اختلاف مؤهلاتهم العلمية بأن الشركة تدعم أنشطة العاملين وتدعم روح العمل الإبداعي والجماعي من خلال دعم الابتكار وتوزيع مكافئات مالية بعدالة بين العاملين كذلك ما قامت به الشركة في السنوات السابقة بالقيام بحملات لرعاية العاملين لديها من خلال تهيئة وتحسين السلوك الوظيفي والتنظيمي لديهم وتوفير الدعم المالي للعاملين ليتمكنوا من القيام برحلات إستجمام خارجية كل هذا يدفع بالعامل الى تقوية الدافعية الداخلية للعمل لديهم وتحفزهم بمؤثرات خارجية تنعكس بالنهاية على العاملين وعلى الشركة.

أما على مستوى المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة فقد أكد أفراد العينة وعلى اختلاف مؤهلاتهم العلمية بأن الشركة ماضية في مساهمتها في الحفاظ على البيئة سواء في دعم برامج الهيئات المحلية ودعم مؤسسات المجتمع المحلي، أو على الصعيد الفني من خلال تغطية تردداتها اللاسلكية وتركيب تجهيزات صديقة للإنسان والبيئة.

الفصل الخامس

النتائج والاستنتاجات والتوصيات

1.5 المقدمة:

يعالج الفصل الحالي نتائج الدراسة واستنتاجاتها مع الأخذ بعين الاعتبار تساؤلات الدراسة وأهدافها، إضافة إلى تحليل نتائج الدراسة ومقارنتها بالدراسات السابقة وبلورة بعض التوصيات استناداً إلى نتائج الدراسة.

2.5 ملخص نتائج الدراسة ومناقشتها

1.2.5 مدى تطبيق شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال لمسئوليتها المجتمعية

أوضحت النتائج الاحصائية السابقة ومناقشتها من وجهة نظر العاملين أن شركة الاتصالات الفلسطينية جوال تطبق مسؤوليتها المجتمعية بشكل عام بدرجة مرتفعة وبمتوسط حسابي (4.33)، وتطبق مسؤوليتها المجتمعية في كل من المجالات؛ تجاه المجتمع، تجاه العاملين فيها، وتجاه البيئة المحيطة بها بدرجة مرتفعة لكل منها وبمتوسط حسابي مقارب جداً للكل. فيما يلي تلخيص لأهم النتائج المتعلقة بهذه المحاور

المختلفة:

- تطبق شركة الاتصالات الفلسطينية مسؤوليتها المجتمعية تجاه المجتمع بدرجة مرتفعة وبمتوسط حسابي مرتفع (4.4). ويمثل اسهام الشركة في حل مشكلة البطالة من خلال تدريب طلبة الجامعات لديها وتوافق اهدافها مع قيم المجتمع من أهم سبل تحقيق الشركة لمسئوليتها المجتمعية تجاه المجتمع. حيث اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الخاصة ب (عطا الله، والفليت، 2015)، والمعنونة: "مدى التزام القطاع المصرفي بأداء مسؤوليته المجتمعية، دراسة تطبيقية على المصرف الاسلامي / غزة / فلسطين" والتي توافقت فيها المسؤولية المجتمعية للمؤسسة مع قيم وأهداف المجتمع الفلسطيني.

- تطبق شركة الاتصالات الفلسطينية مسؤوليتها المجتمعية تجاه العاملين فيها بدرجة مرتفعة وبمتوسط حسابي مرتفع (4.3). ومثلت التزام الشركة بقوانين العمل وتقديمها للخدمات الصحية المناسبة لعاملها باستخدام التأمين الصحي اهم جوانب تطبيق شركة الاتصالات لمسئوليتها المجتمعية تجاه العاملين

فيها. والتي تتوافق مع دراسة (Filho, and others, 2010)، بعنوان: "Strategic Corporate

"Social Responsibility Management for Competitive Advantage." والتي بينت أن

استراتيجيات المسؤولية المجتمعية التي تتبعها الشركة مرتبطة بجذبها للموظفين ذوي الكفاءة ولتحسين صورتها وسمعتها.

• تطبق شركة الاتصالات الفلسطينية مسؤوليتها المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها بدرجة مرتفعة وبمتوسط حسابي مرتفع (4.3). حيث تعد حماية البيئة جزء من ثقافة شركة الاتصالات الفلسطينية ومن أهم مرتكزاتها، كما وتساهم الشركة بشكل واضح مع الجهات المعنية في المحافظة على نظافة البيئة.

2.2.5 تقديرات عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الخلوية (جوال) باختلاف متغيرات: عدد سنوات الخبرة، المؤهل العلمي.

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي السابقة ومناقشتها؛ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية لمسؤوليتها المجتمعية تجاه كافة المحاور تعزى لأي من المتغيرات الديموغرافية. والذي يتفق مع نتيجة مشابهة لدراسة (الداعور، زملط، غبن، 2016)، بعنوان: "دور المسؤولية المجتمعية في إدارة الصورة الذهنية للبنوك العاملة في فلسطين وأثرها على الميزة التنافسية".

3.2.5 المعوقات التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الخلوية جوال لمسؤوليتها المجتمعية

تبين النتائج الاحصائية السابقة عدم وجود معوقات تحول دون تطبيق الشركة لمسؤوليتها المجتمعية سواء أكانت مرجعية رسمية تنظم أعمال الشركة المجتمعية أم غياب القوانين والتشريعات التي تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في الشركة.

يتتافى ذلك مع دراسة (جلس، 2016)، بعنوان: "دور المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية فلسطين (غزة)" والتي كان من أهم نتائجها أن غياب هذه الأطر التشريعية والتنظيمية والمؤسسية أدى إلى عدم وجود مفهوم واضح ومتكامل للمسؤولية المجتمعية لدى مؤسسات القطاع الخاص في فلسطين.

3.5 استنتاجات الدراسة:

- بعد الاطلاع على نتائج أسئلة الدراسة ومناقشتها وتحليل بياناتها، تم التوصل إلى الاستنتاجات الآتية:
- تتوافق أهداف شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال مع قيم المجتمع الفلسطيني.
 - تلتزم شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال بقوانين العمل وتقديمها للرعاية الصحية المناسبة لموظفيها (التأمين الصحي).
 - تقوم شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية بمسؤوليتها تجاه حماية البيئة مع الجهات ذات العلاقة وتعتبر ذلك جزء من ثقافتها وركيزة من أهم ركائزها.
 - تجني شركة جوال العديد من الفوائد نتيجة تبنيها للمسؤولية المجتمعية تتمثل في تقليص تكاليف التشغيل، وتحسين الصورة العامة لأصناف المنتجات وسمعتها، وزيادة المبيعات، وإخلاص العملاء، وزيادة الإنتاجية والنوعية .

4.5 توصيات الدراسة:

في ظل الأوضاع الاقتصادية الصعبة التي تواجه المجتمع الفلسطيني، تصبح المسؤولية المجتمعية للشركات المحلية ضرورة ملحة، فإن مساهمة القطاع الخاص مهما كانت بسيطة في النشاطات والمشاريع المقدمة للمجتمع سوف تساعد على تقليل الفجوة، وبناء على نتائج الدراسة الحالية ومناقشتها فإن الدراسة الحالية

توصي بما يلي:

- عقد برامج توعوية لجوانب المسؤولية المجتمعية المختلفة لكل العاملين في الشركة.
- إرساء القواعد والإجراءات الخاصة بممارسات المسؤولية المجتمعية ضمن النظام الداخلي للشركة.

- دعم تبني المسؤولية المجتمعية عبر بناء نظام تكنولوجيا إدارة المعلومات الذي يعنى برفع فاعلية هذه البرامج.
- اطلاق جائزة المسؤولية المجتمعية السنوية على الصعيد الوطني، لتكريم المؤسسات الفاعلة في مجال المسؤولية المجتمعية و اعلان ما تقوم به من نشاطات.
- ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بالتوعية بنشر ثقافة المسؤولية المجتمعية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها.

المقترحات البحثية:

1. إجراء دراسة حول المعوقات التي تحول دون نجاح جهود المسؤولية المجتمعية في شركات القطاع الخاص.
2. إجراء دراسة حول تأثير تطبيق برامج المسؤولية المجتمعية لشركات القطاع الخاص في الحد من البطالة.
3. إجراء دراسة حول دور تطبيق برامج المسؤولية المجتمعية في تعزيز المكانة التنافسية والاستدامة لشركات القطاع الخاص.

المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية:

1. البكري، ثامر. (2001): التسويق والمسؤولية المجتمعية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
2. التميمي، إيمان. (2016): المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصناعية في محافظة الخليل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، فلسطين.
3. جرار، هيثم. (2018): مع تزايد انتشار أبراج الاتصالات .. مخاوف ومحاذير من تأثيراتها الصحية"، مقالة نشرت بتاريخ 2018/2/27، متوفرة على الموقع: <http://www.asdaapress.com/>.
4. حلس، رائد. (2016): دور المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في فلسطين، مركز التخطيط الفلسطيني، غزة، فلسطين.
5. الخالدي، ابراهيم. (2015): أثر التزام المستشفيات بالمسؤولية المجتمعية في جودة الخدمات الصحية المدركة- دراسة تطبيقية على عينة من المرضى في المستشفيات الخاصة بمدينة عمان/ الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزرقاء، الاردن.
6. الداور، جبر وزملط، إياد وغبن، هثم. (2016): "دور المسؤولية المجتمعية في إدارة الصورة الذهنية للبنوك العاملة في فلسطين وأثرها على الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الاول للتنمية المجتمعية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
7. رفيقة، سنيقرة. (2012): أثر تطبيق المسؤولية المجتمعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة إيلاف ترين، الضياء، ليند غاز، ورقلة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
8. الزيناتي، أسامة. (2014): دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية المجتمعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية- مجمع الشفاء الطبي نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الادارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة الاقصى، فلسطين.
9. الزيود، عبد الناصر والخشمان، تالا والخشمان، ناديا. (2011): واقع المسؤولية المجتمعية لدى البنوك الإسلامية- دراسة حالة البنوك الإسلامية في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المجلد 10، العدد 2، الاردن.
10. سلامي، منيرة، ورفيقة، سنيقرة، (د.ت): أثر تطبيق المسؤولية المجتمعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

11. شتاتحة، عمر وزاوية، رشيدة.(د.ت): المسؤولية المجتمعية لمنظمات الاعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة،
12. عادل، ريم.(2015): تأثير الثقافة التنظيمية على اتصالات المسؤولية المجتمعية - دراسة مسحية على عينة من المؤسسات العاملة في مصر، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية.
13. عجيلات، فارس.(2016): المسؤولية المجتمعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية - دراسة حالة: شركة الاتصالات الأردنية، جامعة الشرق الأوسط، الاردن.
14. عطاالله، سمير والفليت، خلود.(2015): مدى التزام القطاع المصرفي بأداء مسؤوليته المجتمعية، مؤتمر جامعة فلسطين، فلسطين.
15. العمراني، عبد الله والسحيباني، محمد.(2013): منتجات شركات الاتصالات للأفراد في المملكة العربية السعودية - دراسة فقهية تطبيقية، مركز التميز البحثي في فقه القضايا المعاصرة، المملكة العربية السعودية.
16. عنبتاوي، ربي.(2010): قلق يلوح في أجواء كلية فلسطين التقنية من أبراج الخلوي على زوايا المبنى، مجلة أفاق البيئة والتنمية، مجلة الكترونية شهرية تصدر عن مركز العمل التنموي معاً، رقم 28، نشرت بتاريخ 28 أيلول 2010، متوفرة على الموقع: <http://www.maan-ctr.org/magazine>.
17. عواد، يوسف ويوسف، أيمن وشاهين، محمد ودرويش، مروان، واشتية، عماد وزيادات، موفق ورحال عمر.(2013): المسؤولية المجتمعية"، رقم المقرر 0306، جامعة القدس المفتوحة، كلية التنمية المجتمعية والأسرية.
18. فروانة، حازم الديب، سليمان.(2015): دور الجودة في تعزيز أبعاد المسؤولية المجتمعية في مؤسسات القطاع الخاص في قطاع غزة، المؤتمر العلمي الاول لكلية المال والاعمال، جامعة فلسطين، فلسطين.
19. المطيري، مشعل.(2012): العلاقات العامة في شركات الاتصالات الكويتية - دراسة مقارنة بين شركتي زين والوطنية للاتصالات من منظور المسؤولية المجتمعية"، جامعة الشرق الأوسط، الاردن.
20. مقدم، وهيبة.(2011): مداخلة بعنوان: سياسات وبرامج المسؤولية المجتمعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة"، (دراسة حالة ثلاثة شركات عربية)، جامعة شلف.
21. مقدم، وهيبة.(2014): تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية المجتمعية- دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري-، الجزائر.

22. مكى، هشام وبوطيبة، عبد الرحمن.(2014): دور المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة – الاتحاد الأوروبي نموذجاً، الملتقى الوطني الخاص بدور العلوم المجتمعية في تحقيق التنمية في الجزائر، تيارت.
23. منظمة العمل العربية، البند الثامن المسؤولية المجتمعية لمؤسسات القطاع الخاص، مؤتمر العمل العربي – الدورة الخامسة والأربعون، القاهرة 8 – 15 ابريل/ نيسان 2018.
24. نجم، عبود.(2005)، أخلاقيات عمل الإدارة في عالم متغير، د.ط، منشورات المؤسسة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.
25. نزال، وصفي وأبو عذبة، أحمد وعمر، أسامة وأبو حجلة، محمد.(2011): أثر المسؤولية المجتمعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العملاء". جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Alhaleh, shadi emad areef, & saleh, mohsen anwar abdelghaffar, (2019), “research on: analyzing the impact of corporate social responsibility disclosures and sustainability on operating banking sector in Palestine. Managers, perspective empirical and theoretical investigation” southe East Asia jornal of contemporary business, economics and law,. Vol.20 , No. 5.
2. Corporate social responsibility report – sustainable growth, (2019), <https://www.managementsolutions.com/>.
3. El ashkar, reema mohamad, (2016), “assessing the extent of awareness and practice if corporate social responsipility (CSR) in achieving competitive advantage in commercial banks working in Palestine”, the Islamic university, gaza.
4. Filho, jose Milton de souse, & wanderley, lilian soares outtes, & Gomez, Carla pasa, & farache, francisca, (2010), strategic corporate social responsibility management for competitive advantage, Brazilian administration review, Curitiba, Vol.7 , No. 3. p294 – p 309.
5. Forester, brooke Ellen, (2009), “the social impact of corporate social responsibility: A case study” florida state university libraries, electronic theses, treatises and dissertations.
6. Hemaïd, hwayda H, (2009), “evaluation of corporate social responsibility perception at Palestinian information and communication technology sector”, Islamic university, gaza.

7. Lungu, camellia I, & caraiani, chirata, & dascalu, cornelia, (2011), “research on corporate social responsibility reporting”, the bocharest academy of economic studies, Romania.
8. Lungu, camellia, & chirata, caraiani, & cornelia, dascalu, (2011), Research on corporate social responsibility reporting, the Bucharest academy of economic studies, Romania, No. 29.
9. Markus A. Hollerer, (2012), Dissemination and theorization of corporate social responsibility in Austria,
10. Najati, mehran, & shafaei, azadhe, & salamzadeh, yashar, & Daraei, mohammadreza, (2011), corporate social responsibility and universities: A study of top 10 world universities, websites, African jurnal of business management. Vol.5 , No. 2. p440 – p447.
11. Salem, nagib bayoud, & kavanagh, marie, & slaughter, Geoff, (2012), an empirical study of the relationship between corporate social responsibility disclosure and organizational performance: evidence from Libya, international journal of management and marketing research, Vol.5 , No. 3.
12. Tilakasiri, korathotage kamal, (2013), “corporate social responsibility and company performance: evidence from sri lanka” Victoria university, melborne.
13. Zulfiqar, sehar, & sadaf, rabeea, & popp, jozef, & vveinhardt, jolita, & mate, domician, (2019), “an examination of corporate social responsibility and employee behavior: the case of Pakistan”, sustainability.

تعليمات للمبحوثين:

- ✓ يرجى قراءة العناوين والشرح.
- ✓ يرجى وضع إشارة (v) أمام الخيار الأكثر ملائمة بك حسب خبرتك في مجالات الدراسة.
- ✓ يرجى مراعاة الدقة في قراءة بنود الاستبانة.

المحور الأول: يحتوى هذا القسم على البيانات والمعلومات الخاصة بك، يرجى وضع إشارة (v) في الخانة التي تلائمك:								
1	عدد سنوات الخبرة	<input type="checkbox"/>	أقل من 5 سنوات	<input type="checkbox"/>	6 – 10 سنوات	<input type="checkbox"/>	11 سنة فأكثر	<input type="checkbox"/>
2	المؤهل العلمي	<input type="checkbox"/>	دبلوم متوسط	<input type="checkbox"/>	بكالوريوس	<input type="checkbox"/>	ماجستير فأكثر	<input type="checkbox"/>

يرجى قراءة كل عبارة في هذا القسم، وتحديد إلى أي درجة توافق على ما جاء فيها، وذلك بوضع إشارة (v) في المكان المناسب الذي يمثل إجابتك على المجالات الآتية:-

المحور الثاني: المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع					
إطلاقا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما	
					1. تتوافق رسالة شركة الاتصالات مع أهداف المجتمع.
					2. تتوافق أهداف شركة الاتصالات مع قيم المجتمع.
					3. تسهم شركة الاتصالات بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع.
					4. تساهم شركة الاتصالات في إنجاز المشاريع الأساسية للمدارس كالمطبات.
					5. تساهم شركة الاتصالات في إنجاز برامج الإسكان .
					6. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية المساعدات للمشاريع الخيرية.
					7. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية التبرعات للمشاريع الخاصة بمراكز رعاية المعوقين.
					8. تعمل شركة جوال على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال دعم العمل الجماعي.
					9. تعمل شركة جوال على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال حل بعض المشكلات المجتمعية.
					10. تعمل المؤسسة على تحسين صورتها لدى المجتمع من خلال استقبال طلبة الجامعات أو الباحثين.
					11. تساهم شركة الاتصالات الفلسطينية في حل مشكلة البطالة من خلال تدريب الطلبة المتدربين لديها.
					12. توفر شركة الاتصالات الفلسطينية فرص التوظيف المناسب لذوي

					الاحتياجات الخاصة.
					13. تشارك شركة شركة الاتصالات الفلسطينية المجتمع المحلي من خلال تنسيق بعض الفعاليات في المناسبات.
					14. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية بدعم الاقتصاد الوطني من خلال دعم المشاريع الوطنية.
					15. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية عروضاً مميزة للقطاعات الفقيرة في المجتمع.
					16. تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بدعم الأنشطة الرياضية.
					المحور الثالث: المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين
إطلاقاً	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما	1. تعمل المؤسسة على تحفيز العاملين المتفوقين في العمل من خلال تكريمهم.
					2. تعمل المؤسسة على تحفيز العاملين المبدعين في العمل.
					3. تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بإعداد برامج توعية للموظفين تتضمن المعايير المهمة المعتمدة على المستوى الاجتماعي.
					4. تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتنفيذ برامج توعية للموظفين تتضمن المعايير المهمة المعتمدة على المستوى الأمان في العمل.
					5. تلتزم شركة الاتصالات الفلسطينية بتطبيق القوانين الخاصة بالعمل.
					6. تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتنفيذ أعمالها بعدالة على العاملين العاملين لديها.
					7. تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بتوضيح القوانين للعاملين لديها كونها تحقق مصالحهم.
					8. تعمل شركة الاتصالات على دعم الأنشطة المستخدمة في معالجة البيانات للموظفين.
					9. تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بالبحث عن سبل معالجة البيانات للموظفين بشكل سهل.
					10. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الرواتب العادلة للعاملين فيها.
					11. يتوفر في شركة الاتصالات الفلسطينية فرص الترقية العادلة.
					12. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية فرص التدريب لجميع العاملين لديها بغض النظر عن مستوياتهم الإدارية.
					13. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الرعاية الصحية المناسبة لجميع عاملها من خلال التأمين الصحي الخاص لكل عامل.
					14. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية الخدمات المجتمعية لعاملها (كاللقاءات خارج أوقات الدوام، الرحلات، الحج، العمرة).

					15. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعمليها بصورة تنافسية.
					16. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعمليها بصورة تنافسية.
					17. تقدم شركة الاتصالات الفلسطينية خدماتها لعمليها بأسعار تفضيلية أقل من السوق.
					المحور الرابع: المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة بها:
					1. تساهم الشركة في حملات التوعية تكفل تقليل المخلفات.
					2. تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات شركة الاتصالات الفلسطينية.
					3. تعتبر حماية البيئة من قيم الإدارة في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					4. تعد حماية البيئة من ثقافة شركة الاتصالات الفلسطينية.
					5. تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.
					6. توافق شركة الاتصالات الفلسطينية على المشاركة في تطوير برامج لحماية البيئة.
					7. توافق شركة الاتصالات الفلسطينية على المشاركة في تطوير برامج لحماية المجتمع م طرف الهيئات المحلية.
					8. تراعي شركة الاتصالات اختيار مواقع الإرسال لكي لا تضر بصحة المواطنين.
					9. تهتم شركة الاتصالات الفلسطينية بزيادة المساحات الخضراء في البلد.
					10. تراعي شركة الاتصالات اختيار مواقع الإعلان عن منتجاتها بدقة بحيث لا تؤدي مخلفات الإعلان إلى تلويث البيئة.
					11. تراعي شركة الاتصالات الفلسطينية بأن تكون أجهزتها غير مضرّة بالبيئة المحيطة.
					12. تراعي شركة الاتصالات الفلسطينية بأن تكون شبكاتها غير مضرّة بالبيئة المحيطة.
					13. تحرص شركة الاتصالات الفلسطينية على تجنب مسببات التلوث (الأرض، الهواء، المياه).
					14. تساهم شركة الاتصالات الفلسطينية مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.
					15. تقوم شركة الاتصالات الفلسطينية بإعداد تقارير حول أداؤها البيئي.
					المحور الخامس: المعايير والعراقل التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية:
					16. عدم وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة
إطلاقا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما	

					الاتصالات الفلسطينية.
					17. عدم وجود قوانين وتشريعات تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					18. غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					19. غياب آليات العمل المرتبطة بتنفيذ برامج المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					20. عدم توفر كوادر بشرية أو وحدات أو إدارات متخصصة في مجال التخطيط لبرامج المسؤولية المجتمعية أو تنفيذها في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					21. عدم وجود معايير يتم بموجبها تقييم أداء أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					22. غياب المعلومات عن الاحتياجات الأساسية والفعالية في مجالات المسؤولية المجتمعية يضاعف من فاعلية تلك البرامج في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					23. عدم وجود مرجعية رسمية تنظم أعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					24. عدم وجود قوانين وتشريعات تعمل على تطوير المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.
					25. غياب التخطيط الاستراتيجي لأعمال المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

ملحق رقم (2)

رسالة تحكيم الاستبانة

حضرة الدكتور/ة المحترم /ة

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: تحكيم استبانة لرسالة ماجستير

أتقدم لحضرتكم بأجمل التحيات وأتمنى لكم موفور الصحة والعافية، وأرجو من حضرتكم التكرم بتحكيم هذه الاستبانة التي سيتم إستخدامها كأداة بحث في دراستي الحالية وهي بعنوان:

المسؤولية المجتمعية لدى شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية "جوال"

إشراف: د. عفيف يوسف حمد

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال/ من كلية الإدارة والاقتصاد من جامعة القدس.

محاور التحكيم:

مدى قياس الفقرات للموضوع المراد قياسه، ومدى ملائمة الفقرات من حيث الطول والتصر والوضوح والغموض، ومدى ملائمة الفقرات للفئة المستهدفة، ومدى انتماء الفقرة للبعد الذي تقيسه، ومن حيث احتمال الفقرة الواحدة لأكثر من معنى، ومن حيث سلامة اللغة المستخدمة في الفقرات، وإضافة أي فقرات ترونها مناسبة، الفقرات المقترحة حذفها.

وتفضلوا بقبول فائق الإحترام والتقدير،،،

الباحثة: ربي البرغوثي

قائمة المحكمين:

الرقم	اسم المحكم	مكان العمل
.1		
.2		
.3		
.4		
.5		
.6		
.7		
.8		
.9		
.10		

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
77	الاستبانة بصورتها النهائية	.1
82	رسالة تحكيم الاستبانة	.2

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
34	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع والدرجة الكلية للمحور	أ.1.3
34	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع والدرجة الكلية للمحور	ب.1.3
35	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين والدرجة الكلية للمحور	2.3
36	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة والدرجة الكلية للمحور	3.3
37	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور المعوقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية والدرجة الكلية للمحور	4.3
38	معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة	5.3
39	نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة	6.3
39	نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الدراسة	7.3
41	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد سنوات الخبرة	8.3
42	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	9.3
43	مفتاح التصحيح الخماسي (Likert Scale)	1.4
44	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المؤية لمؤشرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع (مرتبة حسب الأهمية)	أ.2.4
45	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المؤية لمؤشرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع (مرتبة حسب الأهمية)	ب.2.4

49	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين (مرتبة حسب الأهمية)	1.3.4 أ
50	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين (مرتبة حسب الأهمية)	3.4 ب
53	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة (مرتبة حسب الأهمية)	1.4.4 أ
53	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة (مرتبة حسب الأهمية)	4.4 ب
56	مدى تطبيق شركة الاتصالات للمسؤولية المجتمعية بشكل عام	5.4
58	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور المعوقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات الفلسطينية للمسؤولية المجتمعية (مرتبة حسب الأهمية)	6.4
61	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة	7.4
63	نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات تبعاً إلى متغير عدد سنوات الخبرة	8.4
65	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات (جوال) تعزى إلى متغير المؤهل العلمي	9.4
66	نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات تبعاً إلى متغير المؤهل العلمي	10.4

فهرس الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
8	العلاقة بين متغيرات الدراسة	1
41	عدد سنوات الخبرة	1.3
42	المؤهل العلمي	2.3
47	فقرات تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع ذات المتوسطات الحسابية الأعلى	1.4
51	فقرات تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين ذات المتوسطات الحسابية الأعلى	2.4
55	فقرات تحقيق المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة المحيطة ذات المتوسطات الحسابية الأعلى	3.4
59	أهم المعوقات والعراقيل التي تحول دون تطبيق شركة الاتصالات لمسئوليتها المجتمعية	4.4
62	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في شركة الاتصالات(جوال نموذجاً) تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة	5.4

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع	الرقم
هـ	إقرار	
و	الشكر والعرفان	
ز	التعريفات	
ح	الملخص بالعربية	
ط	الملخص بالإنجليزية	
1	الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها	
1	المقدمة	1.1
5	مشكلة الدراسة	2.1
6	أهمية الدراسة	3.1
7	أهداف الدراسة	4.1
7	تساؤلات الدراسة	5.1
8	متغيرات الدراسة	6.1
8	حدود الدراسة	7.1
9	هيكلية الدراسة	8.1
10	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
10	المقدمة	1.1.2
10	مفهوم المسؤولية المجتمعية	2.1.2
11	التطور التاريخي للمسؤولية المجتمعية	3.1.2
12	أسباب ظهور المسؤولية المجتمعية	4.1.2
13	أهداف المسؤولية المجتمعية	5.1.2
13	خصائص المسؤولية المجتمعية	6.1.2
14	أسس تطبيق المسؤولية المجتمعية	7.1.2
15	أشكال قياس المسؤولية المجتمعية	8.1.2
17	معوقات تواجهها المؤسسات وتحول دون تنفيذ المسؤولية المجتمعية	9.1.2

17	نظريات المسؤولية المجتمعية	.10.1.2
19	إيجابيات أو فوائد نظرية أصحاب المصلحة للمسؤولية المجتمعية	.11.1.2
20	الدراسات السابقة	2.2
28	تعقيب عام على الدراسات السابقة	.1.2.2
31	الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها	
31	المقدمة	.1.3
31	منهج الدراسة	2.3
32	مجتمع الدراسة وعينة الدراسة	.3.3
32	مجتمع الدراسة	.1.3.3
32	عينة الدراسة	.2.3.3
32	أداة الدراسة	.4.3
32	صدق أداة الدراسة	.5.3
33	الصدق الظاهري لأداة الدراسة	.1.5.3
33	صدق المقياس/ الأداة	.2.5.3
38	نتائج الصدق البنائي	.3.5.3
39	ثبات أداة الدراسة	6.3
40	المعالجات الإحصائية	7.3
41	وصف خصائص عينة الدراسة	8.3
43	الفصل الرابع: عرض النتائج ومناقشتها	
43	المقدمة	1.4
43	نتائج الدراسة	2.4
68	الفصل الخامس: النتائج والاستنتاجات والتوصيات	
68	المقدمة	1.5
68	ملخص نتائج الدراسة ومناقشتها	1.5
71	الاستنتاجات	3.5
71	التوصيات	4.5
72	المقترحات البحثية	5.5

73	المصادر والمراجع
77	الملاحق
83	فهرس الملاحق
84	فهرس الجداول
86	فهرس الأشكال
87	فهرس المحتويات