

وزارة التعليم  
ليبيا - بنغازي  
إدارة الدراسات العليا



جامعة بنغازي  
كلية الاقتصاد  
قسم إدارة الأعمال

## معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية

دراسة ميدانية على مديري الادارة الوسطي في بعض المنظمات  
النفطية الليبية العاملة بمدينة بنغازي

### إعداد

نعيمة منصور محمد القطراني

بكالوريوس ادارة اعمال – كلية الاقتصاد  
جامعة بنغازي- ربيع 2007م

إشراف :

د. ناصر فرج احسونة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في الادارة  
بتاريخ 6 ربيع الأولى 1438هـ الموافق 5 ديسمبر 2016 م .

وزارة التعليم  
ليبيا - بنغازي  
إدارة الدراسات العليا



جامعة بنغازي  
كلية الاقتصاد  
قسم إدارة الأعمال

## معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية

دراسة ميدانية على مديري الادارة الوسطي في بعض المنظمات  
النفطية الليبية العاملة بمدينة بنغازي

إعداد/ نعيمة منصور محمد القطراني

بكالوريوس ادارة اعمال – كلية الاقتصاد  
جامعة بنغازي- ربيع 2007م

### لجنة الإشراف والمناقشة :

د. ناصر فرج احسونة	مشرفاً رئيساً	التوقيع: .....
د. الصديق بوسنييه	ممتحناً داخلياً	التوقيع: .....
د. علي محمود فارس	ممتحناً خارجياً	التوقيع: .....

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في إدارة الأعمال  
بكلية

الاقتصاد / جامعة بنغازي بتاريخ 6 ربيع الأولى 1438هـ الموافق 5 ديسمبر 2016م .

.....

.....

يعتمد / د. مدير إدارة الدراسات

والتدريب بالجامعة

د. مدير إدارة الدراسات العليا

العليا

بكلية الاقتصاد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

فَلَنَقُصَّنَّ عَلَيْهِم بِعِلْمٍ وَمَا كُنَّا غَائِبِينَ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (7) بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

## الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من قيل فيهما آيات تُتلى " وبالوالدين  
احساناً " لعل ذلك يكون جزءاً من الاحسان اليهما، وإلى إخوتي... وأخواتي  
وإلى جميع الباحثين عن المعرفة والسائرين في درب العلم والتحصيل.

الباحثة

## الشكر والتقدير

الحمد لله كما ينبغي لجلال وجه وعظيم سلطانه وله الحمد والشكر على نعمه التي لا تعد ولا تحصى، وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أفضل الصلاة وأحسن تسليم.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى من أضاء بعلمه عقل غيره أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائله فأظهر بسماحته تواضع العلماء وبرحابته سماحة العارفين إلى الدكتور الفاضل / ناصر أحسونة لتفضله بالإشراف على هذه الرسالة، والذي زودني بالتوجيه والتدقيق والإعداد العلمي والمنهجي، مما كان له الأثر الواضح على ما تم إنجازه.

وكل الشكر والتقدير لجميع أفراد أسرتي وكل من صاحبي وصادقني في محفل الدراسة وكان عوناً لي دعماً وتشجيعاً، ولكل من أمدني ولو بكلمة طيبة أو رأي سديد فجزاهم الله عني خيراً الجزاء.

الباحثة

## محتويات البحث

رقم الصفحة	الرقم
.....	الموضوع
أ	..... الآية
ب	..... الإهداء
ج	..... الشكر والتقدير
و	..... المحتويات
ز	..... قائمة الجداول
ح	..... قائمة الأشكال
خ	..... ملخص الدراسة

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
	<b>الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</b>	
2	..... مقدمة	1.1
3	..... الدراسات السابقة	2.1
7	..... مشكلة الدراسة	3.1
7	..... أهداف الدراسة	4.1
8	..... أهمية الدراسة	5.1
8	..... منهجية الدراسة	6.1
9-8	..... مجتمع وعينة الدراسة	1.6.1
9	..... تصميم أداة الدراسة	2.6.1
10-9	..... هيكلية الدراسة	3.6.1
10	..... حدود ونطاق الدراسة	4.6.1
10	..... تعريف مصطلحات الدراسة	7.1
	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة</b>	
	<b>المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية</b>	
12	..... مقدمة	1.1.2

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
13	المسؤولية الاجتماعية(مفهومها وأهميتها).....	2.1.2
17	التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.....	3.1.2
18	أنماط المسؤولية الاجتماعية .....	4.1.2
19	عناصر المسؤولية الاجتماعية .....	5.1.2
20	المدخل التي يمكن أن تتبناها المنظمة للنهوض بالمسؤولية الاجتماعية .....	6.1.2
22	نماذج من تجارب المسؤولية الاجتماعية لبعض الشركات العالمية .....	7.1.2
<b>المبحث الثاني: قطاع النفط في ليبيا</b>		
31	..... مقدمة	1.2.2
31	الشركات النفطية العاملة في مدينة بنغازي .....	2.2.2
31	شركة الخليج العربي للنفط .....	3.2.2
32	..... شركة الجوف للتقنية النفطية .....	4.2.2
32	..... شركة البريقة لتسويق النفط .....	5.2.2
32	التحديات التي تواجهها الشركات النفطية في العالم عند تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية .....	6.2.2
33	المساهمة المتوقعة لقطاع النفط في ليبيا في مجال المسؤولية الاجتماعية .....	7.2.2
<b>الفصل الثالث: الدراسة الميدانية</b>		
<b>المبحث الاول: العينة الاستطلاعية</b>		
36	..... مقدمة	1.3
37	..... تمهيد	1.1.3
37	..... العينة الاستطلاعية .....	2.1.3
37	ثبات مقياس الدراسة .....	3.1.3
38	صدق أداة الدراسة .....	4.1.3
38	..... أداة جمع البيانات .....	5.1.3

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
39	مجتمع وعينة الدراسة	6.1.3
39	أساليب المعالجة الاحصائية للبيانات	7.1.3
<b>المبحث الثاني: الخصائص الشخصية للمشاركين في الدراسة</b>		
40	مقدمة	1.2.3
40	النوع	2.2.3
40	العمر	3.2.3
41	المستوى التعليمي	4.2.3
42	سنوات الخبرة	5.2.3
<b>المبحث الثالث: الجنب الوصفي لأبعاد الدراسة</b>		
43	مقدمة	1.3.3
43	المحور الأول: معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية	2.3.3
46	المحور الثاني: المساهمة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية	3.3.3
49	المحور الثالث: مجال أخلاقيات العمل	4.3.3
51	المحور الرابع: حماية البيئة والموارد الطبيعية	5.3.3
54	المحور الخامس: المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية	6.3.3
<b>المبحث الرابع: النتائج والتوصيات</b>		
57	النتائج	1.4.3
57	نتائج تتعلق بوصف عينة الدراسة	2.4.3
57	نتائج تتعلق بدراسة محاور المسؤولية الاجتماعية	3.4.3
58	نتائج تتعلق بدراسة المعوقات التي تحول دون تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية	4.4.3
58	التوصيات	5.4.3
60	قائمة المراجع	-

رقم الصفحة

الموضوع

الرقم

65

.....  
..... الملاحق -

## الجدول والاشكال

رقم الصفحة	الموضوع أولاً: الجداول	الرقم
9	مجتمع وعينة الدراسة .....	1.1
23	أفضل 20 شركة تقوم بأنشطة تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية لعام 2011.....	1.2
38	قيم معامل الثبات والصدق لمحاور الدراسة .....	1.3
39	أوزان عبارات المقياس الايجابية والسلبية .....	2.3
40	التكرارات والنسبة المئوية لمتغير النوع .....	3.3
41	التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر .....	4.3
41	التكرارات والنسب المئوية للمستوى التعليمي .....	5.3
42	التكرارات والنسب المئوية لمتغير سنوات الخبرة .....	6.3
45	النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور معرفة القيادات الادارية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية .....	7.3
48	النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المساهمة في المسؤولية الاجتماعية .....	8.3
50	النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور اخلاقيات العمل	9.3
53	النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور حماية البيئة والموارد الطبيعية .....	10.3
56	النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المعوقات	11.3

التي تحول دون امكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية

.....

### ثانياً: الاشكال

20

هرم المسؤولية الاجتماعية

1.2

.....

### ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية التابعة للمؤسسة الوطنية للنفط المتواجدة إدارتها الرئيسية أو فروعها في نطاق مدينة بنغازي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع المديرين بالإدارة الوسطى في المنظمات قيد الدراسة، والبالغ عددهم (130) مديراً، وطبقا لجدول (Krejcie and Morgan)، فإن حجم العينة المناسب لمجتمع الدراسة (97) مفردة، واستعملت استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لتجميع البيانات اللازمة من مديري الإدارة الوسطى بالمنظمات قيد الدراسة، ولقد قسمت استمارة الاستبيان إلى جزئيين، الجزء الأول يتعلق بالمتغيرات أو الصفات الشخصية للمبحوثين، أما الجزء الثاني تضمن محاور الدراسة المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومن خلال استمارة الاستبيان تم جمع البيانات، باعتبارها الأداة الرئيسة المناسبة لهذا البحث وقد استخرج معامل الفا كرونباخ (Alpha Cronbach) لاختبار ثبات المقياس حيث بلغ معامل الثبات (0.94) واستخدم الإحصاء الوصفي للتعرف على إجابات المشاركين، والإحصاء الاستدلالي للإجابة

على تساؤلات الدراسة وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية  
(SPSS) . Statistical Package for Social Sciences .

**وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:**

1. لا توجد رؤية واضحة من قبل المنظمات قيد الدراسة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
2. تشعر الإدارة العليا في المنظمات قيد الدراسة بان الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى إضعاف مستوى الأداء.
3. تساهم القوانين المعمول بها في الدولة في الحد من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
4. أن المنظمات قيد الدراسة تفتقر لمصادر التمويل اللازمة للاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية.

**وفي ظل هذه النتائج قامت الباحثة باقتراح عدد من التوصيات أهمها :**

1. العمل على توفير الدعم اللازم للأقسام المعنية بالاهتمام بالجانب الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية وتوفير مصادر التمويل والسلطة الكافية لذلك.
2. تقديم المساعدة الفنية والإدارية للشركات النفطية التي لديها معوقات تحول دون تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
3. تأكيد على بناء نظام تقييم متقدم, وذلك لتعتمد عليه الشركات في تقييم أداءها المتعلق بأنشطة المسؤوليات الاجتماعية بشكل دوري, الأمر الذي سيعزز لديها إمكانية التحسين المستمر في التزاماتها الاجتماعية.

## Abstract

This study aimed to investigate the obstacles to the adoption of the concept of social responsibility in the Libyan oil organizations of the National Oil Corporation located main departments or branches within the city of Benghazi. The population consisted of about 130 of all Directors in middle management organizations in this study. According to Krejcie and Morgan table, the appropriate sample size of the study sample has 97 cases were selected randomly.

The researcher was used questionnaire as a method to collect data from the middle-management directors of the organizations being considered, the questionnaire was divided into two parts; the first part concerns of the variables or personal characteristics of the respondents, while the second part included the study on the concept of social responsibility themes, and through the questionnaire data were collected.

The researcher used the reliability test of the pilot study consisted of 30 managers (Alpha Cronbach) for calculating the coefficient and consistency in the questionnaire. The descriptive statistics were used to know the answers to the participants, as well as the inferential statistics to test hypotheses of the study, using the program Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

### **Study reached several results, including:**

1. There is a clear vision by the organizations being considered towards adopting the concept of social responsibility.

2. The top management feels the organizations being considered that attention to social responsibility leads to a weakening of the level of performance.
3. Established state laws contribute to the reduction of the adoption of the concept of social responsibility.
4. The organizations considered lacks sources of funding necessary for the interest of social responsibility programs.

**The researcher propose a number of recommendations including:**

1. To provide the necessary support to the departments concerned worthwhile social aspect of social responsibility and providing sources of funding and sufficient authority to do so.
2. To provide technical and administrative assistance to oil companies that have obstacles to prevent the application of the concept of social responsibility.
3. Confirmation on building an advanced evaluation system, in order to depend on companies in evaluating their performance on social responsibility activities on a regular basis, which will enhance the possibility to have a continuous improvement in the social obligations.

الفصل الأول  
الإطار العام للدراسة

## 1.1. تقديم:

يكتسب الدور الاجتماعي للشركات العامة والخاصة في الدول العربية أهمية متزايدة بعد تخلي الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية التي صحبتها بطبيعة الحال برامج اجتماعية كان ينظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انتفاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية التي تديرها الحكومات، وان كانت في كثير من الأحيان تحقق إيرادات وأرباح طائلة.

وكان متوقعا مع تحول هذه الشركات إلى الملكية الخاصة وإعادة تنظيمها وإدارتها على هذا الأساس أن يتوقف دورها الاجتماعي، ولكن التطبيق العملي لتجارب الخصخصة اظهر أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضا استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج وتقليل الاختلافات والنزاعات بين الإدارة والعاملين فيها والمجتمعات التي تتعامل معها، ويزيد أيضا انتماء العاملين والمستفيدين إلى هذه الشركات.

واظهر أيضا أن كثير من قادة وأصحاب الشركات يرغبون في المشاركة الاجتماعية، وينظرون إلى العملية الاقتصادية على أنها نشاط اجتماعي ووطني وإنساني يهدف فيما يهدف إليه إلى التنمية والمشاركة في العمل العام، وليست مجرد عمليات معزولة عن أهداف المجتمعات والدول وتطلعاتها، وقد ترتب على ذلك تطورا في شكل العلاقة بين الحكومة والقطاع العام والقطاع الخاص والمجتمع المدني في عدد من الدول العربية، شأنها في ذلك شأن عدد كبير من الدول النامية، حيث حل القطاع الخاص تدريجيا محل القطاع العام الذي تقلص دوره في النشاط الاقتصادي وفي توفير فرص العمل، بينما تركز دور الحكومة حول السعي نحو تهيئة المناخ الملائم لجذب الاستثمار المحلي والأجنبي، كما زادت أهمية الدور الذي يلعبه المجتمع المدني في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وفي الرقابة على كل من الحكومة والقطاع الخاص، وقد اهتمت الشركات المحلية - أسوة بالشركات العالمية - بتقييم الآثار المترتبة على نشاطها على العاملين بها ومستوى رفاحتهم، وعلى المجتمع المدني والبيئة المحيطة بها، ثم على المجتمع ككل، اقتناعا منها بأهمية ذلك ومردوده على نشاطها واستثماراتها وأرباحها ونموها واستدامتها، ومع زيادة درجة الوعي بالآثار السلبية للنشاط الاقتصادي على البيئة والدور المهم الذي تلعبه وسائل الاتصال الحديثة في توعية المستهلكين، وفي ضوء الاهتمام بالتنمية البشرية لرفع مستويات الإنتاجية سعى عدد كبير من الشركات إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ في الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه.

وعليه أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية مطلباً أساسياً للحد من الفقر من خلال التزام المؤسسات الاقتصادية - شركات محلية أو مؤسسات دولية - بتوفير البيئة المناسبة وعدم تبديد الموارد ، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع كفاءة القدرات البشرية، وتمكين المرأة ورفع قدراتها ومهاراتها بما يؤهلها للمشاركة في عملية التنمية المستدامة، ومساندة الفئات الأكثر احتياجاً، أن إنجاز قيام الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساساً على التزامها بثلاثة معايير هي: الاحترام والمسؤولية تجاه العاملين وأفراد المجتمع، ودعم المجتمع ومساندته، وحماية البيئة سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ويعالج المشاكل البيئية المختلفة.

وفي واقع الأمر يمكن القول أنه لازال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والشركات بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وأبعادها ومدى تطورها وكذلك بمدى فعاليته وكيفية بلورته والإفادة منه.

## 2.1. الدراسات السابقة :

لا شك أن الدراسات السابقة تعد من المتطلبات الأساسية لأي دراسة علمية، وهي بالتأكيد تزود الباحثين بمؤشرات واضحة عما انتهى إليه الآخرون ضمن هذا المجال البحثي، وعليه سيتم استعراض هذه الدراسات وذلك حسب التسلسل الزمني من الأحدث إلي الأقدم :

أ . دراسة محمود (2006)، "مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية للشركات في قطاع غزة".

استهدفت الدراسة التعرف على مدى وجود منظمات أعمال من الشركات والمؤسسات وغيرها متخصصة بممارسة المسؤولية الاجتماعية في قطاع غزة، وتكون مجتمع الدراسة من عدد 70 موظفاً يمثلون المدراء الماليين والمحاسبين وتم استخدام المسح الشامل لإجراء هذه الدراسة، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لم تحظ بالقدر الكافي من الاهتمام من جانب الجمعيات المهنية للمحاسبة والمراجعة، كما أظهرت أيضاً أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لهذه المشروعات بأنها نشاط يمكن تقنيه عن طريق تحديد فئاته ومجالاته وأهدافه ومتغيراته، وبالتالي يمكن تحديد سبل قياسه والإفصاح عن نتائجه بشكل موضوعي.

ب . دراسة المنصوري(2006) "مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها ببعض العوامل الديموغرافية والوظيفية،دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية الليبية العاملة في مدينة بنغازي".

تكون مجتمع الدراسة من مديري الإدارتين العليا والوسطى والبالغ عددهم (45) مديرا وتم استخدام المسح الشامل لكل مفردات المجتمع.

وهدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية،وبيان العوامل المؤثرة في مستوى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية،والتعرف على علاقة بعض العوامل الديموغرافية والوظيفية بمدى إدراك المديرين في المنظمات الصناعية الليبية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية،ومن أهم النتائج التي توصلت إليها :

- أن (76%) من المنظمات الصناعية قيد الدراسة لا يوجد لديها تقسيم تنظيمي متخصص لإدارة الخدمات الاجتماعية،وان (82%) من المنظمات لا تقوم بإعداد برامج مخططة للخدمات الاجتماعية التي تسعى لتنفيذها،وان (76%) من المنظمات الصناعية لا تقوم بالتحديد الواضح لمجالات المسؤولية الاجتماعية.

كذلك أن أغلبية المديرين والذين تبلغ نسبتهم (87%) يرون أن الجهود والنشاطات التي تبذلها المنظمات الصناعية في مجال تقديم الخدمات الاجتماعية غير كافية ومنهم من يرجع عدم كفاية الجهود المبذولة إلى عدم الاهتمام بهذا الموضوع ونسبتهم (32%)،ومنهم من يرجع السبب إلى حداثة الموضوع وقد بلغت نسبتهم (24%)،في حين أن (22%) يرون أنه لا توجد مصادر تمويل كافية.

ج . دراسة الجميل (2003) "المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاساتها على أخلاقيات العمل".

دراسة لأراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل"العراق" وتمثل مجتمع الدراسة في عدد من مستشفيات مدينة الموصل، المستشفى العام، مستشفى الزهراوي،مستشفى البتول،فيما تمثلت عينة البحث من منتسبي المستشفيات الذين توزعوا على ثلاث فئات،أطباء (20) ،فنيين (18)،إداريين (10) وبلغت عينة الدراسة (48) فرداً،واستهدفت الدراسة اقتراح عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في إطار أخلاقيات العمل واستهدفت أيضا تشخيص آراء المبحوثين (أطباء،فنيين،إداريين) حول

الاهتمام بأبعاد معينة للمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل مقارنة بالأبعاد الأخرى، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها، أن هناك العديد من الأبعاد الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، إذ يجب على المنظمات الانتباه إليها والأخذ بها لأنها تحقق أهداف العاملين وتزيد من ولائهم واهتمامهم بالمنظمة التي يعملون فيها، وفي نفس الوقت فهي تحقق أهداف المنظمة التي تعمل في ظل المنافسة وتحديات البيئة ومن أهمها العولمة كما أظهرت نتائج التحليل حول وصف متغيرات أخلاقيات العمل أن الغالبية العظمى من فئات الأفراد من أطباء وفنيين وإداريين متفقون على أهمية هذه الأبعاد ما دام الأفراد يستطيعون تقديم عمل متفان وعمل ذو إتيقان مع سلوك يتضمن الإخلاص والنزاهة في عمل الفرد الذي يحاول الحفاظ على مكانته وسمعته مما ينعكس على المجتمع.

د . دراسة العامريو الغالبي (2002) " المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات".

تكون مجتمع البحث من المصارف التجارية في المملكة الأردنية بعمان وتمثل المجتمع بعدد الفروع في مدينة عمان وبلغ (151) فرعاً، وتمثلت العينة بعدد الفروع المبحوثة وبلغ عددها (63) فرعاً، وهدفت الدراسة بشكل أساسي إلى استكشاف ما إذا كانت هناك علاقة ايجابية بين الدور الاجتماعي للمنظمة وطبيعة نظام المعلومات فيها مركزاً على جانب الشفافية بهذا النظام، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة هي ضرورة زيادة وعي المصارف والمنشآت الأخرى بأهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق ازدهار اجتماعي وبالتالي تحقيق نوع من الاستقرار وتوفير مناخ اقتصادي أفضل والتوجيه بدراسة شفافية نظام المعلومات في المصارف والمنشآت خصوصاً، وأن هناك منظمات عالمية تتابع هذا الأمر مثل منظمة الشفافية ومقرها في برلين والتي تصدر تقارير سنوية ترتب فيها الدول حسب شفافية معلوماتها وقياس مستويات الفساد الإداري في الإدارات الحكومية والمنشآت الخاصة.

هـ . دراسة المقللة (1999)، "المسؤولية الاجتماعية وأساليب الإفصاح عنها في المنظمات الصناعية الليبية".

أجريت هذه الدراسة على قطاع الصناعة "بمدينة بنغازي، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع مديري الإدارات الوسطى بهذه المنظمات والبالغ عددهم (90) مديراً واختيرت منها عينة عشوائية بعدد (26) مديراً وهدفت الدراسة إلى طرح مفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وعرض جهود الباحثين والمنظمات المهنية في هذا المجال، والتعرف على مدى

قيام المنظمات الليبية بدورها الاجتماعي، والتعرف على المنظمات الليبية تجاه الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة (61.5%) من المنظمات الصناعية لا توجد لديها برامج مخططة ومعدة مسبقاً لتقديم الخدمات الاجتماعية، ولا توجد لديها مكاتب متخصصة في إدارة شؤون الخدمات الاجتماعية.

و . دراسة التويري (1988)، "المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص" هدفت الدراسة إلى تشخيص مدى توافر المسؤولية الاجتماعية الشاملة في المؤسسات الصناعية والخدمية في المملكة العربية السعودية بمدينة الرياض وبلورة مفهوم واضح لمبادئ المسؤولية الاجتماعية الشاملة، على عينة مكونة من (110) مؤسسة، وخلصت الدراسة إلى محدودية عدم تفاعل وتجاوب المنظمات المبحوثة مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية قياساً بقدراتها المالية.

بعد استعراض الدراسات السابقة، ورغم اختلاف البيئات التي أجريت فيها، إلا أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة كونها ألقت الضوء على الصعوبات أو المعوقات التي قد تحول دون إمكانية تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات قيد الدراسة، وعلى الرغم من أن دراسة "المنصوري (2006)". بينت بعض المعوقات التي تحول دون تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، إلا أنها لم تعطي تفصيلات أكبر، فيما يخص هذا الموضوع، كما أن هذه الدراسة أجريت على بعض شركات النفط، على اعتبار أن قطاع النفط من أكبر القطاعات إسهاماً في الاقتصاد الليبي، إلى جانب حجم الخدمات التي يقدمها لأكبر شريحة في المجتمع والتي من المتوقع أن تعكس الممارسات المتوافرة في مثل هذه الشركات، وهذه تعد من الإسهامات التي من الممكن أن تضيفها الدراسة الحالية، ولعل هذا ما يميزها عن الدراسات السابقة.

### 3.1. مشكلة الدراسة :

بدأ يتضح مدى الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، فقد كانت هناك علامات واضحة على طريق تقدم هذا المجال، وذلك من خلال ما شهدته النصف الثاني من هذا القرن من اتجاه ملحوظاً وتزايداً من قبل المجتمعات نحو ضرورة التزام مختلف المنظمات التي تعمل في محيطها بالمساهمة في النشاط الاجتماعي.

فالمنظمة مثلها في ذلك مثل أفراد المجتمع، يجب إلزامها بتحمل مسؤوليتها الاجتماعية والمتمثلة في المساهمة في حل مشكلات المجتمع وتحسين مستوى رفاهيته، فالمساهمة في حل

مشكلات التعليم والصحة والخدمات العامة الأخرى وتوظيف العمالة وتنمية الموارد البشرية وغير ذلك من المساهمات، يجعل من المنظمات مواطناً في المجتمع، وهو ما يؤثر في النهاية على سمعتها وموقفها السوقي والمالي (ادريس، 2005: 180).

ففي ظل عدم قدرة الدولة على القيام بكافة الأعباء الاقتصادية والاجتماعية، تظهر أهمية قيام المنظمات بممارسة الدور الاجتماعي، والذي قد ينعكس عليها إيجاباً في صورة زيادة الأرباح وتقليل الخلافات مع المجتمعات التي تتعامل معها وزيادة درجة الولاء والانتماء بالنسبة للعاملين بهذه المنظمات.

ومن أكبر الصعوبات التي تواجه الشركات العالمية بشكل عام عندما تحاول أن تتبنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية، رغبة هذه الشركات في الانطلاق من خلال مشاريع كبيرة وضخمة وذات أرقام عالية، ولا ضرر في أن توضع هذه الأهداف على المدى البعيد، ولكن حتى يتم البدء في مثل هذه البرامج يجب أن تكون الانطلاقة من خلال أهداف صغيرة ومحددة تكبر بمرور الأيام لتحقيق المشاريع والبرامج الكبيرة.

واستناداً لما تم عرضه من دراسات سابقة عن المسؤولية الاجتماعية، تبرز لنا الأهمية الكبيرة لهذا الموضوع، فقد أوضحت إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت في مجال إدارة الأعمال، والتي أجريت على المنظمات الصناعية الليبية، أن (82%) من المنظمات لا تقوم بإعداد برامج مخططة للخدمات الاجتماعية التي تسعى لتنفيذها، وأن (76%) من المنظمات لا تقوم بالتحديد الواضح لمجالات المسؤولية الاجتماعية، كل ما سبق كان دافعاً للباحثة للخوض والتعمق في هذا المجال.

وعليه فإن مشكلة البحث تنحصر في التساؤل الآتي: ما هي المعوقات التي تحول دون تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية.

#### 4.1. أهداف الدراسة :

يسعى هذا البحث لتحقيق الأهداف التالية :

1- التعرف على مدى معرفة القيادات الإدارية في المنظمات النفطية الليبية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

2- استكشاف مدى قيام المنظمات قيد الدراسة بممارسة دورها الاجتماعي المتمثل في مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

3- التعرف على معوقات تبني وتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية.

### 5.1. أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية الدراسة من أن تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمات قد يسهم في دعم المجتمع وتزويده بكثير من الخدمات التي قد تعجز الدولة عن تقديمها إلى المواطنين، فالمجتمعات تتطور عادةً نتيجة للتطور في المنظمات التي تعمل في تلك المجتمعات، وعليه فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يسهم في تطور المنظمات بما ينعكس على تطور المجتمع في حد ذاته.

- قلة الأبحاث والدراسات العلمية المنجزة حول الموضوع قيد الدراسة في البيئة العربية، لذلك كان من الضروري أن تعطي الباحثة أهمية أكبر لدراسة هذا الموضوع الحيوي.

- تكتسب الدراسة أهميتها أيضاً من أهمية قطاع النفط الذي يعد من أكبر القطاعات إسهاماً في الاقتصاد الليبي، إلى جانب حجم الخدمات التي يقدمها لشريحة كبيرة من المجتمع الأمر الذي كان دافعا للقيام بمثل هذه الدراسة.

### 6.1. منهجية الدراسة:

اتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي الاستكشافي والذي يسعى لكشف أو استكشاف ظاهرة معينة غير واضحة المعالم أو محددة تحديداً ووضوحاً، ويهدف إلى تحديد ظاهرة ما، وكل ما يحيط بها تحديداً ووضوحاً، وتكوين الفروض التي تفسر تلك الظاهرة أو التي يحتمل أن تكون سبباً لهذه الظاهرة دون اختبار هذه الفروض.

### 1.6.1. مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع المديرين في مستوى الإدارة الوسطى (\*) وعددهم (130) مديراً في المنظمات النفطية الليبية التابعة للمؤسسة الوطنية للنفط المتواجدة إدارتها الرئيسية

\* يقصد بمديري الإدارات الوسطى الأفراد الذين يشغلون مناصب (مديري إدارات - منسقين - رؤساء أقسام) وذلك حسب المتبع في كل شركة.

أو فروعها في نطاق مدينة بنغازي، ووفقا لجدول (Krejcie and Morgan) فإن حجم العينة المناسب لحجم مجتمع البحث هو (97) مديراً كما بالجدول التالي:

جدول (1.1) مجتمع وعينة الدراسة بالمنظمات النفطية

النسبة المئوية	حجم العينة	عدد المدراء في الإدارة الوسطى	الشركة
***%47	**46	61	شركة الخليج العربي للنفط
%35	34	45	شركة البريقة للتسويق النفط
%18	17	24	شركة الجوف
%100	97	130	المجموع

- تم الحصول على عدد المديرين من المسؤول في قسم الشؤون الإدارية بكل شركة.

### 2.6.1. تصميم أداة الدراسة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والمثابرة لموضوع الدراسة تمكنت الباحثة من وضع استمارة الاستبيان بعد عرضها على عدد من المحكمين، حيث تضمنت عدد ثلاثة محاور رئيسية، الأول منها احتوى على سبع عبارات تتعلق بمدى معرفة القيادات الادارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، أما المحور الثاني فقد تضمن عبارات عن مدى مساهمة المنظمة في مجال المسؤولية الاجتماعية، بينما تضمن المحور الثالث ثمان عبارات تتعلق بالمعوقات والصعوبات التي تحول دون تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

### 3.6.1. هيكلية الدراسة:

وتشمل الدراسة الجوانب التالية:

\*\*حجم العينة لشركة الخليج = "46=97x47%" وكذلك الحال بالنسبة للشركات الأخرى.

\*\*\*النسبة المئوية لشركة الخليج = "47=130 / 61 %".

أولاً. الجانب النظري: ويتمثل في الاطلاع والاستعانة بالكتب والدوريات والدراسات السابقة وشبكة المعلومات العالمية " الانترنت " ذات العلاقة بموضوع البحث من أجل بناء إطار نظري متماسك.

ثانياً. الجانب الميداني: ويتمثل في تجميع البيانات الأولية المطلوبة عن طريق استمارة الاستبيان باعتبارها الأداة الرئيسية المناسبة لهذه الدراسة .

#### 4.6.1. حدود ونطاق الدراسة:

اقتصرت الدراسة على ثلاث منظمات نفطية تابعة للمؤسسة الوطنية للنفط في مدينة بنغازي، وذلك من خلال توجيه الاهتمام للمديرين في الإدارة الوسطى (مدراء إدارات، منسقين، رؤساء أقسام).

#### 7.1 تعريف مصطلحات الدراسة:

1. المعوقات : يشير المفهوم اللغوي لمصطلح معوق أنه "الشيء الذي يقف في الطريق أو يعترضه". كما يحدد مستوى المعوقات: بأنها " بعض الأشياء التي تقف في الطريق وتمنع الفعل أو الحركة أو النجاح " (عبد الفتاح ، 1991: 48).
2. المسؤولية الاجتماعية : "مجموعة الالتزامات التي تتعهد بها المنظمة لحماية وتعزيز المجتمع الذي تعمل في بيئته " ( عباس ، 2008: 218).

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

## المسؤولية الاجتماعية

### 1.1.2. تقديم:

رغم أن الجدل الدائر بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات أمر ليس بجديد فقد حظي باهتمام أكبر في السنوات الأخيرة، نتيجة للتطورات في الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وقد شهدت العقود الأخيرة من القرن العشرين تطورا في النظرة إلى أهداف هذه الشركات ومدى التزامها بمعايير المسؤولية الاجتماعية، فكان للفكر الاقتصادي بصفة خاصة اثر واضح في تحديد طبيعة تلك الأهداف.

ففي ظل الفكر الاقتصادي التقليدي، كان ينظر للمسؤولية الاجتماعية للشركات على أن هدفها الوحيد هو تعظيم الربح من خلال تحقيق أكبر عائد ممكن للمستثمرين، وأن تحقيق الربح سوف يتبعه تحقيق أهداف المجتمع بصورة تلقائية، أما في عالم اليوم الذي يتسم بتشابك العلاقات والمصالح، فقد أضحى مفهوم المسؤولية الاجتماعية يمثل البعدين الاقتصادي والاجتماعي، وأصبح هذا المصطلح يكتسب زخماً دولياً، ولهذا ظهرت الحاجة إلى وجود منظومة متكاملة في هذا المجال يمكن من خلالها بناء تنمية مستدامة لا تتحمل التأجيل تضمن للمجتمعات البشرية الصحة و الرخاء.

إن المنظمات بطبيعتها أنظمة مفتوحة تتفاعل مع البيئة، ولا بد لإدارة أي منظمة أن تهتم بما يتوقعه الجمهور منها وبمتطلباته من وجودها ونشاطها، فالجمهور يتوقع من المنظمات أداءً مسؤولاً، ويتعدى أغراضها المحددة إلى تلك المجالات المرتبطة بها أو القريبة منها ذات الأهمية الاجتماعية (الشماع، 2007: 325)، ولعل تحمل المنظمات لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع و تجاه البيئة هو خيار تحتمه عليها تطور الحياة الحديثة و ثقافة العميل الذي بات يبحث عن المنتجات التي تراعي الجوانب الصحية، كذلك يبحث عن الجهة التي تقدم خدماتها للمجتمع لتكون خياره المفضل ليشتري منها سلعته الاستهلاكية و خلافة، و هذا ما بدأ ملاحظاً في الدول

المتقدمة خلال العقود القليلة الماضية، التي تسعى بأن تتجنب مقاطعتها من قبل الزبائن، لذلك فهي شديدة الحرص على تجنب نفسها مثل هذه المواقف، الأمر الذي يدفعها لبذل المزيد في أنشطتها الاجتماعية و بالمقابل نجد أن المستهلكين اليوم تواقين أكثر لمعرفة الشركات التي تبذل مساعي حثيثة فيما يخص المسؤولية الاجتماعية (Mohr, Webb&Harris , 2001:45)

ولقد تجاوزت المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال في الدول الكبرى صفة العطاء العشوائي غير المنظم وغير المحدد الهدف و أصبح لها دور تنموي أساسي فالعطاء من أجل التنمية جزء لا يتجزأ من نشاطات هذه الشركات و مع ترسيخ و انتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح من الصعب على الشركات الكبرى التغاضي عن دورها التنموي و إحساسها بالمسؤولية الاجتماعية داخل المجتمع، وأهمية هذه المشاركة الاجتماعية لا تكمن فقط في مجرد الشعور بالمسؤولية و إنما أصبحت أمراً ضرورياً لكسب تعاطف المجتمع و احترامه و بالتالي ضمان النجاح و الإقبال من الجماهير (سكارنه ،2009: 161-162).

وتأسيساً على ذلك فإن مفتاح نجاح و نمو المؤسسات الاقتصادية يمكن ربطه بمدى أهمية وإدراك المسؤولية الاجتماعية المرتبطة بعدد من القيم و معايير الإنسانية السامية كالتكامل والإحساس بالوطنية تجاه كل ماله علاقة بالمؤسسة سواء أكان موظفاً أو عاملاً مساهم، مالك فرد من المجتمع، زبون . . . . . و لهذا فإنه متى ما زادت المؤسسة الاقتصادية في فهم و إعطاء أهمية و قيمة لتلك العملية زادت عملية تطوير و ازدهار و رقي المؤسسة في المجتمع مما يزيد من ربحيتها (محمد ياسين، 2008: 22).

كل ما سبق يعد دافعاً قوياً للمنظمات لتحمل مسؤولياتها والبدء بإعداد الخطط المدروسة لتقديم خدماتها ومنتجاتها وبرامجها ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية، حيث أصبحت المنظمات ملزمة من تلقاء نفسها أو تحت ضغط الرأي العام لتحمل هذه المسؤولية (نبيل، 1991: 12).

## 2.1.2. المسؤولية الاجتماعية (مفهومها، أهميتها)

إن علاقة المنظمة بالمجتمع أصبحت حقيقة واقعة ولقد أصبح من الضروري أن تتحمل المنظمة مسؤوليتها تجاه المجتمع بطريقة أشمل وأعم يفوق ما تقدمه من سلع وخدمات وعلى الرغم من ذلك فليس هناك اتفاق على مفهوم واضح و محدد للمسؤولية الاجتماعية وكذلك نطاقها و ما تتضمنه من أنشطة ( خضر، 1988: 7 ).

لذلك اقترح العديد من الكتاب و العلماء و بعض الهيئات الدولية تعاريف عديدة و متنوعة للمسؤولية الاجتماعية:

حيث عرف دراكر Drucker المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل في بيئته" (ديسلر، 2002: 28).

وحدد المهوس المسؤولية الاجتماعية بأنها "عملية تحقيق التوازن بين مصالح الجهات ذات العلاقة من حملة الأسهم وموظفين ومجتمع بشكل عام" (المهوس، 1997: 125).

كما عرف Roberts المسؤولية الاجتماعية بأنها "فلسفة الإدارة و سياساتها و إجراءاتها وأفعالها التي تضع رفاهية ومصحة المجتمع ضمن أهدافها" (Roberts, 1992: 595).

كما عرف Pride المسؤولية الاجتماعية على أنها "التزام المنظمة لتعظيم التأثيرات الايجابية والتقليل من التأثيرات السلبية في المجتمع" (Pride, 1997: 65).

كما عرفها عباس بأنها "مجموعة الالتزامات التي تتعهد بها المنظمة لحماية و تعزيز المجتمع الذي تعمل في بيئته" (عباس، 2008: 218).

وعرفها البنك الدولي على أنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد" (سكارنة، 2009: 162).

- كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها "جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على العبارات الحسنة من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانوناً، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم" (ابراهيم، 2010: 4).

كما تشير نتائج إحدى الدراسات الحديثة إلى أنه يوجد على الأقل تسعة معاني لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، هذه المعاني يمكن تصنيفها في ثلاث مجموعات عامة هي (إدريس، 200: 172-175):

- الالتزام الاجتماعي

- رد الفعل الاجتماعي

- الاستجابة الاجتماعية

وفيما يلي توضيح لهذه المجموعات:

أولاً. المسؤولية الاجتماعية كالتزام اجتماعي.

وفقاً لهذا المعنى فإن "المنظمة تسلك سلوكاً اجتماعياً مسؤولاً عندما تسعى إلى تحقيق أهدافها الربحية في إطار القيود التشريعية التي فرضها المجتمع" (إدريس، 2005: 172) وعليه فإن السلوك المشروع لتحقيق الربحية هو مسؤول اجتماعياً، في حين أن سلوك آخر ينظر إليه على أنه غير قانوني أو يعتبر غير مسؤول اجتماعياً.

ثانياً . المسؤولية الاجتماعية كرد فعل اجتماعي.

و يتمثل هذا المعنى باعتبار المسؤولية الاجتماعية هي "سلوك رد فعل للأعراف و القيم وتوقعات الأداء الاجتماعي" (إدريس، 2005: 174) ويؤكد هذا المعنى أن المجتمع يمتلك توقعات لسلوك المنظمات و الذي يتجاوز مجرد تقديم السلع و الخدمات.

ثالثاً . المسؤولية الاجتماعية كاستجابة اجتماعية.

وفقاً لهذا المعنى فإن التصرفات الاجتماعية المسؤولة هي "تلك التي تستند إلى المبادرة و الوقاية وليس رد الفعل أو الحماية " (إدريس، 2005: 175)

ويشير هذا المفهوم إلى تلك التصرفات التي تتجاوز مجرد تحقيق الالتزام الاجتماعي أو الفعل الاجتماعي، و تتمثل أهم السمات المميزة للتصرفات ذات الاستجابة الاجتماعية في:

— المشاركة في القضايا العامة

— المساهمة التطوعية في أنشطة المجموعات الاجتماعية المختلفة

- فتح قنوات اتصال مع الحكومة بشأن التوصل إلى تشريعات اجتماعية مرغوبة .

ولو أريد استعراض كافة وجهات النظر التي تفسر المسؤولية الاجتماعية لضاق المقام و لكن من خلال سرد التعريفات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، فإن ذلك يقود الباحثة إلى وضع تصور للمسؤولية الاجتماعية من خلال الإشارة إلى الأبعاد التي ينطوي عليها، حيث أن اغلب التعريفات السابقة قد تباينت في مفاهيمها ومحتواها ولكنها تركز على أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتمحور حول كونها التزام منظمات الأعمال تجاه المجتمع والذي يأخذ بعين الاعتبار توقعات المجتمع من المنظمة في صورة اهتمام بالعاملين و بالبيئة بحث يمثل هذا الالتزام ما هو أبعد من مجرد أداء الالتزامات المنصوص عليها قانونياً " (التميمي، 2010: 353).

- أهمية المسؤولية الاجتماعية:

إن الهدف الرئيسي من المسؤولية الاجتماعية هو المساعدة في تحقيق التنمية المستدامة التي تهدف إلى القضاء على الفقر وتوفير الصحة للجميع، وتحقيق العدالة الاجتماعية، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب، وتوفير البيئة المناسبة، ويمكن للمنظمة تحقيق عدد من الفوائد المهمة عند تبنيها مجالات المسؤولية الاجتماعية من أهمها ما يلي (الليثي، 1988:148):

- 1) تشجيع عملية اتخاذ القرارات على أساس فهم متطور لتطلعات المجتمع.
  - 2) تعزيز سمعة المنظمة ومنح ثقة أكبر للجمهور من خلال تعزيز أداء نتائج المنظمات وتحسينه.
  - 3) تحسين وتنظيم العلاقة مع الأطراف المعنية.
  - 4) تعزيز ولاء المواطنين والرفع من روحهم المعنوية، وتحسين سلامة العاملين والاهتمام بحقوقهم المختلفة.
  - 5) تحسين اعتمادية ونزاهة التعاملات من خلال المنافسة العادلة وانعدام الفساد.
  - 6) المنع أو الحد من الصراعات المحتملة مع المستهلكين بشأن المنتجات أو الخدمات.
  - 7) المساهمة في حيوية المنظمة على المدى الطويل عن طريق تعزيز استدامة الموارد الطبيعية والخدمات البيئية.
- وعلى الرغم من أهمية المسؤولية الاجتماعية فإن الكثير من المنظمات لا توليها الأهمية المطلوبة وذلك بسبب (الشماع، 2007:327):

- 1) الخبرة المحدودة للمنظمات في معالجة المشكلات الاجتماعية.
- 2) عدم رغبة المنظمات في تخصيص الأموال لمعالجة مشكلات ترى أنها خارج اختصاصها وتعود أصلاً للدولة.

3) صعوبة قيام المنظمات بتحديد الاولويات الاجتماعية و الإساهام في معالجة أوجه القصور فيها.

4) هناك حدود حقيقية للمنظمات لما يمكن أن تفعله في الاقتصاد الوطني ككل، إضافة إلى احتمال عدم التوافق بين مصلحتها و مصلحة الاقتصاد ككل.

### 3.1.2. التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تعد المسؤولية الاجتماعية مفهوماً ذو جذور قديمة تعود إلى عقود مضت، وإبان القرن التاسع عشر كان المفهوم السائد بين أرباب الصناعة الأمريكيين أن لنشاط الأعمال مسؤولية واحدة فقط تتجسد في تحقيق الربح، والتوجه نحو المصلحة الذاتية، (راتشمان وآخرون، 2004:81)

ومع حلول القرن العشرين حث المصلحون السياسيون والمشرعون على ضرورة حماية المواطنين من تعسف الشركات الكبرى، وفي عام 1923 ورد اصطلاح المسؤولية الاجتماعية لأول مرة حيث أشار sheldon في كتابه فلسفة الإدارة إلى أن "مسؤولية أي منظمة بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية وأن جزء هام من فن استخدام الأساليب العلمية للإدارة هو أن تلتزم المنظمة بمسؤوليتها الاجتماعية عند أداء وظائفها المختلفة، وذلك لضمان بقائها واستمرارها (نبيل، 1991:73).

و قد أدى الكساد العظيم الذي بدأ في عام 1929 إلى مزيد من التحرر من سحر وأوهام نشاط العمال، ونتيجة لفقد حوالي 25% من العمال لوظائفهم، فقد الناس إيمانهم بالنظام الرأسمالي الحر و تمت ممارسة الضغوط على الحكومة من أجل ضبط ذلك النظام، وفي إطار ذلك فقد أجاز الكونغرس قوانين في الثلاثينات والأربعينات لحماية العمال، والمستهلكين، والمستثمرين، وهذه القوانين ساهمت بفعالية في إرساء قوانين نظام الأمن الاجتماعي، وإبان الحرب العالمية الثانية انتعشت الثقة العامة في نشاط الأعمال الأمريكي، وخلال الخمسينيات كانت العلاقات بين منظمات الأعمال والحكومة والمجتمع متوازنة ومستقرة نسبياً إلا أن المناخ تغير في الستينيات، إذا تفجرت الحركات التي تنادي بضرورة اتخاذ إجراءات فعالة من أربع جهات هي حماية البيئة، والدفاع القومي، والنزعة

الاستهلاكية والحقوق المدنية، وتلك الحركات والفعاليات قد غيرت بصورة جادة الطرق والأساليب التي تدار بها أنشطة الأعمال في الولايات المتحدة، فقد أشار المؤتمر الذي عقده جامعة كاليفورنيا بعنوان "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال" في ختام توصياته إلى أن "تطورات الحياة الاقتصادية المتلاحقة، أصبحت تحتم على منظمات الأعمال ضرورة تعديل النموذج الاقتصادي، المبني على فلسفة تعظيم الربحية فقط، ليأخذ في الحسبان إلى جانب الاعتبارات الاقتصادية اعتبارات أخرى اجتماعية لم تكن قد أخذت في الحسبان فيما سبق" (راتشمان و آخرون، 2004: 82).

أي أن المسؤولية الأساسية للأعمال تقوم على أن الربح ضروري و لكن الأفراد أهم من الربح، وهذا يحقق المصلحة الذاتية لشركات الأعمال و مصالح المساهمين في المجتمع ككل. ويؤكد الخبير الإداري بيتر دراكر Peter Drucker أن أصحاب منظمات الأعمال يجب أن ينظروا للمشكلات الاجتماعية على أساس أنها فرص لإشباع حاجات المستهلك بشكل مجزي ومربح.

#### 4.1.2. أنماط المسؤولية الاجتماعية

يمكن ملاحظة وجهات نظر متعارضة شكلت أنماطاً متناقضة في إدراك المنظمة للدور الاجتماعي الذي يجب أن تمارسه (سكارنة، 2009: 164-166).

##### - النمط الأول : المسؤولية الاقتصادية

إن جوهر هذا النمط هو أن منظمات الأعمال يجب أن تركز على هدف تعظيم الربح و أن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا تحصيل حاصل لتعظيم الربح، ومن أبرز أنصار هذا النمط الاقتصادي الأمريكي Milton Friedman الذي يرى أن المديرين هم محترفون و ليسوا مالكيين للأعمال التي يديرونها، وبهذا فهم يمثلون مصالح المالكيين التي يفترض أن تتجز بأحسن الطرق لتعظيم الأرباح.

##### - النمط الثاني: المسؤولية الاجتماعية

إن هذا النمط يقع على النقيض تماماً من النمط الأول و يحاول أن يعرض منظمات الأعمال كوحداث اجتماعية بدرجة كبيرة تضع المجتمع و متطلباته نُصب أعينها في جميع قراراتها،ومن أبرز أنصار هذا النمط جماعات السلام الأخضر Green Peace

- النمط الثالث:الاقتصادي - الاجتماعي

وهو النمط الأكثر توازناً حيث يرى أن الوقت قد تغير وأن إدارات المنظمات لا تمثل مصالح جهة واحدة- المالكين- فقط و إنما هناك جهات عديدة أخرى مثل الحكومة والمجتمع ترتبط معها بالتزامات معينة.

وفي ضوء هذا النموذج يظهر أن هناك تقارباً في وجهات النظر ظهر من خلال النموذج الثالث(المتوازن)باعتباره ممثلاً لحالة أكثر واقعية بشأن الأداء على المستويين الاقتصادي والاجتماعي.

## 5.1.2. عناصر المسؤولية الاجتماعية

إن متابعة ما كتب حول المسؤولية الاجتماعية يشير إلى أن الباحثين قد حددوا عدد كبير من العناصر التي تشكل محتوى المسؤولية الاجتماعية،وفي هذا الإطار فإن المسؤولية الاجتماعية حسب كارول (Carrol)تتضمن أربعة عناصر يضعها في هرم مكون من أربعة مستويات تبدأ من قاعدة الهرم نحو القمة كما هو موضح بالشكل(1.2)وتشمل هذه العناصر الآتي(نصر الدين ومحمد،2012: 119).

أ. المسؤوليات الاقتصادية

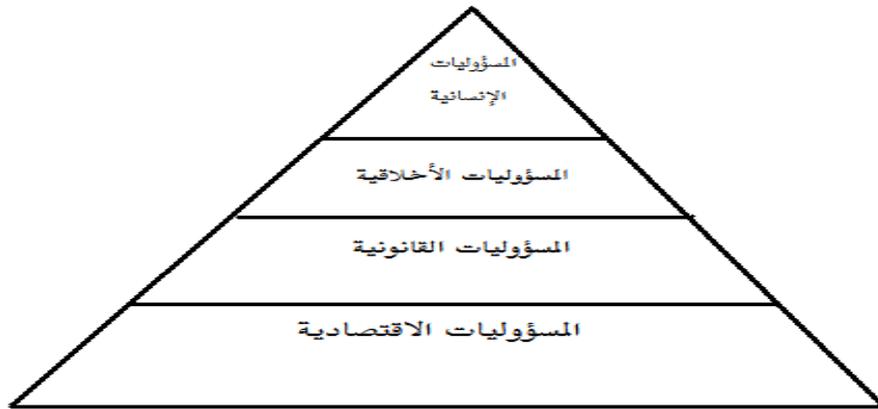
وتشمل المسؤوليات التي تؤدي إلى الاهتمام بالأداء ما يزيد من ربحية السهم،والاهتمام والمحافظة على الميزة التنافسية والمحافظة على مستوى عالي من الكفاءة التشغيلية،والاهتمام بنجاح الوحدة الاقتصادية من خلال الاستمرار بتحقيق الأرباح.

ب. المسؤوليات القانونية

وتتضمن الاهتمام بالأداء المنسق مع القانون والدولة والاستجابة للأوامر المحلية المتنوعة، وإطاعة القوانين المتعلقة بالمجتمع،حيث أن نجاح الوحدة الاقتصادية يعتمد على الالتزام بالقوانين وتوفير السلع والخدمات التي تقابل الحد الأدنى للمنظمات القانونية.

### ج. المسؤولية الأخلاقية

و هي ان تعمل الوحدة في ظل المواطنة وأن تمتثل للقوانين و اللوائح و أن يكون أداؤها متوافقاً مع عادات المجتمع و معايير الأخلاقية.



شكل رقم (1.2)

هرم المسؤولية الاجتماعية

### د. المسؤولية الإنسانية :

تتطلب أن يكون أداء الوحدة الاقتصادية متفق مع التوقعات الإنسانية للمجتمع، وأن تسهم في مساعدة الفنون الجميلة، وأن يشترك المديرون والعاملون في النشاطات الطوعية داخل المجتمع، وتقديم المساعدات التعليمية الخاصة والعامة، والمساعدة الطوعية في إنشاء وتطوير المشاريع التي تعزز نوعية الحياة للمجتمع.

و من الجدير ذكره في هذا المقام، أن كارول كان من أشد المؤمنين بوجود مستقبل باهر للمسؤولية الاجتماعية للشركات في استدامة وتنمية المجتمعات في البيئة البحثية والتطبيقية

على حد سواء، فالمسؤولية الاجتماعية حسب (Carrol) هي حاصل مجموع الأنواع الأربعة للعناصر والتي يمكن كتابتها بالصيغة الآتية:

المسؤولية الاجتماعية للشركات = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الإنسانية

## 6.1.2. المداخل التي يمكن أن تتبناها المنظمة للنهوض بالمسؤولية الاجتماعية

نظراً لارتفاع توقعات المجتمع لمجالات مسؤولية منظمة الأعمال المعاصرة، ونظراً للنمو المتزايد في المستويات التعليمية والثقافية لأفراد المجتمع، ونظراً للتأثيرات المحتملة - سلباً وإيجاباً - لنهوض المنظمة بمسؤوليتها الاجتماعية، فإن الأخيرة يجب أن تتبنى مداخل علمية منظمة للتعامل مع هذا الجانب تماماً كما تنمي استراتيجياتها في كافة المجالات الأخرى.

ويمكن تصنيف المداخل الإدارية للمسؤولية الاجتماعية إلى مدخلين: المداخل الرسمية و المداخل غير الرسمية ( إدريس، 2005: 191-194):

أولاً. المداخل الرسمية:

يمكن للمنظمة الاستناد إلى مداخل مخططة لتحقيق التوافق مع بيئتها الاجتماعية ، وتشمل أهم هذه المداخل : التوافق القانوني، والتوافق الأخلاقي بالإضافة إلى التبرعات الخيرية.

- التوافق القانوني:

يعكس ذلك المدخل المدى الذي يمكن للمنظمة التوصل إليه في تحقيق الالتزام بالقوانين والتشريعات المحلية والدولية، إن مهمة تحقيق التوافق عادة ما تسند إلى المدير الوظيفي المسؤول، على سبيل المثال: يعد مدير الموارد البشرية مسؤولاً عن تطبيق تشريعات و قوانين العمل فيما يتعلق بأنشطة الاستقطاب والاختيار والأجور والمزايا وعدم التمييز بين العاملين وفقاً لاعتبارات غير وظيفية وغيرها، وبالطبع فإن الإدارة القانونية تساهم بقدر ملموس في تحقيق هذا الجانب من إدارة المسؤولية الاجتماعية، من خلال الرد على الاستفسارات وتوضيح كيفية التنفيذ الصحيح للتشريعات و القوانين.

- التوافق الأخلاقي:

و يعكس المدى الذي تتوافق فيه ممارسات أعضاء المنظمة مع الأطر و المعايير الاخلاقية الموضوعة أو المتعارف عليها، وتستطيع المنظمة تحقيق ذلك من خلال تدريب العاملين بها

على الممارسات الأخلاقية ووضع ضوابط وإرشادات لأنماط التصرفات المرغوبة وغير المرغوبة.

- التبرعات الخيرية:

و تتمثل في منح التبرعات المالية أو الهدايا العينية للجمعيات الخيرية، أو البرامج الاجتماعية الأخرى، على سبيل المثال تقوم شركة Dyton Hudson بتخصيص 5% من الدخل الخاضع للضريبة للجمعيات الخيرية و البرامج الاجتماعية.

ثانياً: المداخل غير الرسمية

توجد بعض المداخل غير الرسمية يتمثل أبرزها في استخدام أنماط قيادية وثقافية ملائمة، بالإضافة إلى ما يسمى بأنظمة الإنذار.

- الممارسات القيادية وثقافة التنظيم:

يمكن لأنماط القيادة وأشكال الثقافة التنظيمية أن تساهم إلى حد كبير في تحديد مستويات المسؤولية الاجتماعية التي يمكن للتنظيم وأعضائه أن يرقى إليها، على سبيل المثال نجح فريق الإدارة في شركة "جونسون و جونسون" المعروفة في بث رسائل للعاملين عبر فترة طويلة من الزمن بأن العملاء ثم العاملين ثم المجموعات التي تتعامل معها الشركة وحملة الأسهم هم جميعاً على درجة عالية من الأهمية.

- أنظمة الإنذار أو إطلاق الصفارات:

يعني هذا المدخل مبادرة العاملين بالكشف عن أي ممارسات غير قانونية أو أخلاقية يقوم بها البعض الآخر في المنظمة، مثال ذلك: أن يقوم أحد الموظفين بتسريب أخبار للصحافة تُسيء إلى سمعة الشركة دون الرجوع إلى المسؤولين بها، فالفرد الذي يلاحظ أو يتشكك في تصرفات أحد زملائه يجب عليه أولاً إبلاغ رئيسه المباشر، فإذا لم تحدث استجابة عليه أن يلجأ إلى

الرئيس الأعلى أو لجنة القيم في حالة وجودها، وذلك قبل أن يلجأ إلى أحد الأجهزة المتخصصة أو الصحافة .

وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول أن المنظمات إذا ما تبنت فلسفة المسؤولية الاجتماعية، فإن ذلك سيعزز من سمعتها وعلامتها التجارية، كما أن ذلك سيني درجة الرضا لدى أصحاب المصالح من خلال الاستماع لآراء ووجهات نظر الجمهور وجماعات الضغط، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة وتعزيز مكانتها في السوق.

### 7.1.2. نماذج من تجارب المسؤولية الاجتماعية لبعض الشركات العالمية

قامت مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات بإطلاق ترتيب أفضل 100 شركة لعام 2011 تقوم بمسؤوليتها تجاه المجتمع من خلال الأنشطة المختلفة، وقد اعتمد الترتيب على تقييم ممارسات الشركات من حيث 6 مجالات أساسية هي: التأثير على البيئة، التغييرات المناخية، حقوق الإنسان، الأعمال الخيرية، علاقات العاملين، الأداء المالي للشركة (رابح، وهيبة، 2009: 11-12).

#### جدول رقم (1.2)

أفضل 20 شركة تقوم بأنشطة تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية لعام 2011

الترتيب	الشركة	الترتيب	الشركة
01	Johnson Controls Inc	11	Gap, inc
02	Campbell soup co	12	General mills inc
03	International business machines corp	13	Intel corp
04	Bristol-myerssquibb co	14	Coca-cola co
05	Mattel, inc	15	Pinnacle west capital corp
06	3m co	16	Avon products, inc
07	Accenture plc	17	Consolidated edison, inc
08	Kimberly -clarkcorp	18	Spectra energy

E.I.DuPont De Nemours &Co	19	Hewlett-packard co	09
Johnson& Johnson	20	Nike,inc	10

Source : CR Magazine; The 100 Best Corporate Citizens.available at:<http://thecro.com/files/100Best2011-List - revised.pdf>

وفيما يلي سوف نستعرض بعض الشركات العالمية التي حازت على الكثير من جوائز المسؤولية الاجتماعية من خلال التطرق لماهيتها ولطبيعة نشاطاتها الاجتماعية وكذا إبراز الدور الذي تلعبه في تنمية مجتمعاتها.

#### أولاً. شركة انتل

انتل هي من أكبر الشركات المتخصصة في رقاقات ومعالجات الكمبيوتر، وقد احتلت المركز 12 في قائمة أفضل 100 شركة تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام 2011 الصادر عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد حصلت الشركة على أكثر من 80 جائزة دولية عن تلك الأنشطة ومن أبرزها ما يأتي:

— في مجال الاهتمام بالتنمية البشرية: تبرع حوالي نصف العاملين في الشركة بأكثر من مليون ساعة كخدمة في المدارس والمؤسسات غير الهادفة للربح وذلك عام 2010.

— في مجال الاهتمام بالبيئة: تهتم الشركة بإصدار منتجات أقل استخداماً للطاقة الكهربائية، على سبيل المثال: خلال الفترة 2010/2008 تعتبر الشركة أكبر متبرع لاستهلاك الطاقة النظيفة في الولايات المتحدة الأمريكية.

— في مجال الاهتمام بالأجيال المستقبلية: قامت الشركة باستثمار أكثر من مليار دولار خلال الفترة 2010/2000 لتحسين العملية التعليمية في العالم بالتعاون مع حكومات الدول بالإضافة إلى إطلاق مبادرة " التعليم من أجل الابتكار" عام 2010 بالتعاون مع الرئيس الأمريكي بإجمالي تكلفة تبلغ 200 مليون دولار لتحسين مقررات الرياضيات والعلوم في النظام التعليمي في الولايات المتحدة الأمريكية.

#### ثانياً. شركة كولجيت - بالموليف

هي شركة عالمية رائدة في مجال إنتاج منتجات العناية بالفم والعناية الشخصية، والعناية بالمنزل وغيرها، وقد احتلت الشركة المرتبة 40 ضمن قائمة أفضل 100 شركة حول العالم تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية لعام 2011 الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتقوم الشركة ببيع منتجاتها في أكثر من 200 دولة على مستوى العالم، وتقوم الشركة بمجموعة من الأنشطة المجتمعية ومن أمثلتها:

— قدمت الشركة تبرعات نقدية بلغت حوالي 17.8 مليون دولار عام 2010 وتشمل هذه القيمة التبرعات التي تم توجيهها لبرنامج " ابتسامة مشرقة، مستقبل مشرق"، الذي استفاد منه حوالي 650 مليون طفل وأسره في 80 دولة على مستوى العالم، ويهدف الى تعزيز الوعي حول صحة الفم، كما يقوم البرنامج بتعليم الأطفال العادات الصحية السليمة للحفاظ على صحة الفم.

— قدمت الشركة تبرعات عينية ومنتجات الشركة للمؤسسات الخيرية بلغت حوالي 21.9 مليون دولار عام 2010.

### ثالثاً. شركة وول مارت

احتلت شركة وول مارت المرتبة 95 ضمن أفضل 100 شركة على مستوى العالم تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية وفقاً لمجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2011، وهي تتبع مجموعة وول مارت للمراكز التجارية العالمية التي تشتهر بأنشطتها التجارية العالمية، وقد قامت بمجموعة من الأنشطة الاجتماعية ومن أمثلتها:

— إعلان الشركة في أبريل 2010 عن قيامها بالتبرع بمبلغ 3.4 مليون دولار في شكل منح للمنظمات غير الهادفة للربح لمساعدة الأمريكيين على العودة إلى العمل من خلال دعم البرامج التدريبية لخلق قوى عاملة ماهرة.

– تبنت الشركة في عام 2010 برنامج لمكافحة الجوع في أمريكا fighting hunger together بمبلغ 2 مليار دولار في شكل نقدي وعيني بهدف القضاء على الجوع خلال الفترة 2015/2010.

– إعلان الشركة في أغسطس 2011 عن مضاعفة دعمها للعسكريين ليصل الى 20 مليون دولار بحلول عام 2015.

– إعلان الشركة في أغسطس 2011 عن مساهمتها في خلق فرص عمل للاقتصاد الأمريكي من خلال توظيف أكثر من 15 ألف موظف بنحو 100 فرع جديد للمؤسسة وذلك بنهاية العام المالي.

قامت الشركة في عام 2010 بتمويل برامج تعليمية وصحية للطلاب بقيمة 89 مليون دولار، كما تبنت برنامج مكافآت المعلمين Teacher Rewards Program والذي من خلاله تم توزيع أكثر من 45 ألف بطاقة هدايا على المعلمين بقيمة 4.5 مليون دولار لشراء مستلزمات للفصول التعليمية في السنة الدراسية 2010/2009.

إطلاق مبادرة تهدف إلى توفير فرص العمل والتدريب، حيث قامت في عام 2011 بمنح أكثر من 6.5 ملايين دولار في شكل منح لبرامج مصممة لمساعدة العاطلين وتدريبهم وإعدادهم للمرحلة المقبلة في حياتهم المهنية.

– أعلنت الشركة في عام 2009 عن تقديم منحة لـ AARP foundation بحوالي 1.5 مليون دولار لمساعدة 450 سيدة يزيد عمرها عن 40 سنة للحصول على برامج تدريبية مختلفة لمساعدتهم على إعالة أنفسهم وأسرهم.

#### رابعاً . شركة سامسونج

تعتبر شركة سامسونج من أكبر الشركات في مجال الأجهزة الرقمية والالكترونية حول العالم، وتهتم الشركة بأداء دورها المجتمعي كما يلي:

– الرعاية الاجتماعية: تدعم القيادة التعليم العلمي والتفكير الإبداعي الذي يشجع على القيادة ومساعدة أطفال الأسر محدودة الدخل من خلال دعم البنية التحتية للتعليم، كما تقوم أيضا بتنفيذ برامج في هذه المجالات بجميع المراكز التطوعية الثمانية التابعة للشركة.

– الخدمات التطوعية: في عام 1995 أطلقت شركة سامسونج مجموعة مساهمات اجتماعية تهدف إلى تشجيع العاملين على المشاركة في خدمة المجتمع، وتوسعت هذه المبادرة لتؤدي إلى إنشاء ثمانية مراكز تطوعية عبر كوريا يعمل بها خبراء الرعاية الاجتماعية الذين يدعمون تطوير برامج الموظفين التطوعية.

– الثقافة والفنون: تقدم الدعم للكثير من الأنشطة الثقافية والفنية المتنوعة حول العالم، حيث قدمت مساهمات واسعة للعديد من المتاحف والمعارض في كوريا والعديد من الدول الأخرى التي من بينها الولايات المتحدة وفرنسا.

- يجمع متحف سامسونج للفنون الحديثة ويعرض الأعمال الفنية الحديثة من كوريا وخارجها في حين أن متحف سامسونج للأطفال وهو الأول من نوعه في كوريا يدعو الأطفال للاستمتاع باكتشاف العالم الذي يعيشون فيه.

- كما تستضيف سامسونج مختلف الأحداث الثقافية والبرامج التي من شأنها تشجيع مواهبهم الفنية وتدعيمها.

– المجال الأكاديمي والتعليم: تمثل سامسونج إحدى الجهات الداعمة الرئيسية لأولمبياد العلوم للشباب في كوريا، وهي من أرقى المنافسات العلمية في المدارس الابتدائية والإعدادية والثانوية، والأولمبياد الوطنية لإبداع الطلاب التي تهدف إلى تشجيع الابتكار بين الطلاب بدءاً من طلاب المرحلة الابتدائية حتى المرحلة الثانوية، ومنذ عام 2001، تعاونت سامسونج مع جمعية حركة الأسرة صديقة البيئة لتنفيذ نماذج "المدرسة صديقة البيئة" التي تدعم الإدراك البيئي لدى الأطفال وتمكنهم من اتخاذ خطوات عملية لحماية الأنظمة البيئية.

#### خامساً . مجموعة كارفور

تشتهر مجموعة كارفور العالمية بأنشطتها التجارية والصناعية في كثير من دول العالم، حيث اشتركت منذ عام 2000 في أكثر من 200 مشروع تنموي حول العالم، أهم تلك المشروعات مايلي:

– تقديم الدعم لبرنامج تطوير المدارس في تايلاند بالتعاون مع اليونيسكو عام 2001.

— رعاية حفل موسيقي خيري في باريس لصالح الهلال الأحمر الجزائري بعد الفيضانات في الجزائر 2001، دعم برنامج للتدريب المهني للشباب من ضواحي بوينس أبرس في الأرجنتين عام 2002، ولمدة خمس سنوات.

— إطلاق برنامج للرعاية المدرسية بعنوان " المدارس جزء من حياتنا" في كولومبيا بالتعاون مع مؤسسة اليونيسيف عام 2002.

— جمع مبلغ 1.7 مليون يورو تبرعات لصالح ضحايا فيضانات تسونامي التي ضربت جنوب شرق آسيا عام 2004.

— افتتاح البقالة الاجتماعية Social grocery store في اليونان عام 2007، تقدم تلك البقالة منتجات غذائية شهرية بالمجان للأسر الفقيرة.

— الانتهاء من أول مشروع في الصين يساعد الفلاحين على تسويق الفلفل في مقاطعة سيشوان بالصين عام 2008.

— توفير 2.2 مليون يورو لمساعدات الطوارئ ومشاريع إعادة الاعمار في أعقاب زلزال سيشوان في الصين عام 2008.

### سادساً . شركة تويوتا

هي شركة سيارات عالمية، وهي تقوم بمجموعة من الأنشطة المجتمعية كالتالي :

— بيئة:المساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع والمساهمة الاجتماعية في مجالات مثل التربية البيئية ،ودعم العمل البيئي والمحافظة على التنوع البيولوجي، وذلك من خلال:

— برنامج أنشطة المنح لدعم الأنشطة البيئية التي تنفذها المنظمات غير الهادفة للربح والذي بدأ منذ عام 2000 تحت شعار "التكنولوجيا البيئية والمساهمة في تنمية الموارد البشرية للحفاظ على البيئة"

— برنامج تويوتا لتوعية الشباب الصيني بموضوعات الحماية البيئية منذ عام 2005.

— برنامج منع التصحر بالصين منذ عام 2001.

— مشروع حماية الغابات باليابان.

— مؤسسة تويوتا في اليابان والتي تقوم بعمل برامج تعليمية بيئية للأطفال والبالغين منذ عام 2005.

— مؤسسة التنمية المستدامة باليابان التي تقدم برامج التنمية البيئية بالاشتراك مع المنظمات غير الهادفة للربح منذ عام 2009.

— مشروع تويوتا إيكو للشباب (ماليزيا/ أندونيسيا): إنشاء مجموعة من المدارس الثانوية بالقرب من فروع تويوتا بهدف تخطيط وتنفيذ مشاريع تحسين البيئة، مثل ترشيد استهلاك الكهرباء وتفتية المياه منذ عام 2001.

— مبادرة استعادة الغابات الممطرة (الفلبين): منذ عام 2007 تم التعاقد مع المنظمات غير الحكومية البيئية في أنشطة غرس الأشجار في مقاطعة كاجايان بالفلبين.

— مبادرة القيادة البيئية: بالتعاون مع مجموعة من الدول الأوروبية، حيث تعتبر العوامل الرئيسية لتحسين كفاءة استهلاك الوقود وتكنولوجيا المركبات هي تطوير مهارات القيادة وذلك من خلال تنظيم ورش عمل بيئية تقوم بنظم محاكاة لتعليم قيادة السيارات وذلك منذ عام 2007، مبادرة Together Green بالولايات المتحدة منذ عام 2008 لتمويل مشاريع المحافظة على البيئة، وتشجيع العمل التطوعي.

— تساهم شركة تويوتا بالتعاون مع دولة البرازيل في ترميم والحفاظ على الغابات على المحيط الأطلسي، للمناطق الأكثر تضررا في البرازيل عام 2009.

— أنشطة تعليمية: تستخدم شركة تويوتا خبراتها لتصنيع البرامج التي تعمل على النهوض بالعلوم والتكنولوجيا، وتدعم تنفيذ البرامج التعليمية في جميع أنحاء العالم ، وذلك من خلال:

المشروع التعليمي بجنوب افريقيا: بدأت شركة تويوتا تدريس برنامج تعليمي يستهدف المعلمين، حيث يدرّبهم على أساليب تدريس اللغة الانجليزية، والرياضيات والعلوم.

— قامت شركة تويوتا بإجراء برنامج للمنح الدراسية في الصين منذ عام 2006 بالتعاون مع مؤسسة سونجتشينج لينج لمساعدة الطلاب في وسط وغرب الصين الذين يواجهون صعوبات اقتصادية في استكمال دراستهم الجامعية.

— تنظيم ورش عمل لتعزيز روح الابتكار لدى الأطفال باليابان في مجالات العلوم والتكنولوجيا، وتنظيم ورش عمل بين الفنانين والأطفال بالتعاون مع المنظمات غير الهادفة للربح في اليابان لتعزيز الحس الفني للأطفال من خلال تفاعل الأطفال مع الفنانين.

— مؤسسة تويوتا للمنح الدراسية بكوريا: منذ عام 2005 بدأت بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني في تقديم منح دراسية لطلاب المدارس الفقيرة بواقع 45 طالبا في السنة.

— إعداد دورات تدريبية تدرس باللغة البرتغالية في مجال السيارات للبرازيليين قاطني اليابان، كما تم الاحتفال مؤخرا بالذكرى السنوية العاشرة لإعداد تلك الدورات، وقد تخرج فيها أكثر من 200 طالب وطالبة.

### سابعاً . شركة مايكروسوفت

شركة مايكروسوفت هي من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت الشركة المرتبة 22 في قائمة أفضل 100 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم الصادرة عن مجلة المسؤولية الاجتماعية للشركات لعام 2011.

— تقوم شركة مايكروسوفت بالعديد من الأنشطة والبرامج في خدمة المجتمع، وفي إطار ذلك فإنها تعمل على تشجيع الموظفين لديها على العمل التطوعي في خدمة المجتمع، من خلال منح الموظفين الذين يرغبون في الاشتراك بالعمل التطوعي وقت مدفوع الأجر، إتاحة فرص للموظفين للاشتراك في فريق العمل التطوعي في الشركة، واستخدام موارد وأدوات الشركة في العمل التطوعي، وفي الولايات المتحدة يسمح بإعطاء منح للمنظمات التطوعية التي يشترك فيها الموظفون المتطوعون، وفي عام 2010/2009 بلغ عدد ساعات العمل التطوعي للموظفين 363.4 ألف ساعة في الولايات المتحدة فقط، وبلغ عدد الموظفين المتطوعين بوقتهم 4200 موظف، ومنذ اشتراك شركة مايكروسوفت في برامج العمل التطوعي حتى عام 2010 بلغ حجم التبرعات المقدمة للمنظمات غير الهادفة للربح 750 مليون دولار، وفي الولايات المتحدة فقط بلغت قيمة تبرعات المنظمات 408 مليون دولار، مقابل 34.7 مليون دولار من الشركة ليصل المبلغ الإجمالي إلى 84.5 مليون دولار عام 2010/2009.

– تهتم شركة مايكروسوفت "بالاستدامة البيئية" والحفاظ عليها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، في تحسين كفاءة الطاقة المستخدمة وذلك عن طريق تطوير وتصنيع منتجات الشركة من البرمجيات وبرامج تكنولوجيا التي تستخدم الطاقة بشكل أكثر كفاءة وتوفير.

– وضعت شركة مايكروسوفت هدف للحد من انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون الصادرة من الشركة 1.3 مليون طن متري مكافئ عام 2009، ولقد حددت الشركة أربعة مجالات رئيسية للعمليات للحد من الانبعاثات فيها وهي مراكز البيانات، الانتقالات والسفر، المباني، ومعامل الكمبيوتر.

- مراكز البيانات الجديدة بالشركة تستهلك 50% أقل من الطاقة من مراكز البيانات التي تم بنائها منذ 3 سنوات.

– الانتقالات والسفر: تعمل شركة مايكروسوفت باستمرار على خفض تكلفة الانتقالات والسفر في الشركة عن طريق استخدام وسائل بديلة للسفر تتضمن تكنولوجيا الاتصال عن بعد، وقد ساهمت هذه السياسة في تخفيض حوالي 35% من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتجة عن السفر.

– المباني: حوالي 25% من إجمالي الطاقة المستخدمة في مباني الشركة تأتي من مصادر طاقة متجددة، وأكثر من 50% من الطاقة المستخدمة في المقرات الرئيسية هي طاقة كهربائية

معامل الكمبيوتر: في عام 2010/2009 تم الانتهاء من بناء مركز لأبحاث وتطوير الدعم الفني لتعزيز الدعم الفني لمعامل الكمبيوتر وخوادم الحاسب الآلي ، ولخفض انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون بمقدار 12 ألف طن متري سنويا.

## المبحث الثاني

### قطاع النفط في ليبيا

#### 1.2.2. تقديم:

تعتبر الصناعة البترولية من أهم الصناعات المشكلة للعلاقات الاقتصادية والتجارية الدولية، وينتشر النفط في مناطق معينة فقط من العالم، ويشكل أهم موارد الطاقة بالنسبة للاقتصاد العالمي والحضارة الحديثة، إذ يدخل في إنتاجها العديد من المنتجات والخدمات والوسائل الأساسية، وهو بذلك يعتبر مادة مطلوبة بشكل كبير من طرف مختلف الدول، ولذلك فإن عملية التنقيب عن البترول واستخراجه ونقله بين مناطق العالم تعتبر نشاطا اقتصاديا قائما بذاته، نتيجة لأنه يتطلب نقلا للموارد المالية والبشرية والتكنولوجية بين الدول، بالإضافة إلى أن الشركات التي تقوم به تمتلك قدرات مالية وتكنولوجية ضخمة، ولكن بالمقابل يظهر أن هذا النشاط له آثار كبيرة على البيئة والعناصر المشكلة لها والكائنات التي تتعايش فيها.

وتتواجد على مستوى صناعة البترول العديد من الشركات التي تمارس نشاطات استخراج البترول ونقله في العديد من دول العالم، غير أن هذه الصناعة تحتكر من طرف ما يعرف بالشركات البترولية العالمية، أو كما يطلق عليها بالشركات السبع الكبرى أو الشقيقات السبع، وتعتبر هذه الشركات شركات متعددة الجنسية، فضلا عن أنها ظلت تسيطر على السوق البترولية العالمية لمدة تقرب من الخمسين عاماً.

## 2.2.2. الشركات النفطية العاملة في مدينة بنغازي:

أجريت هذه الدراسة على عدد من الشركات النفطية التابعة للمؤسسة الوطنية للنفط في مدينة بنغازي، وسيتم إعطاء نبذة مختصرة عن هذه الشركات.

### 1.2.2.2. شركة الخليج العربي للنفط:

تتخذ هذه الشركة من مدينة بنغازي مقراً لها، وهي شركة مشغلة وطنية مساهمة، تقوم بجميع العمليات المتعلقة بإنتاج النفط الخام وتنقيته وتخزينه وتصديره إلى الموانئ النفطية، وتسير دفة الأمور في الشركة لجنة إدارية مكونة من ثلاثة أعضاء وذلك من خلال ست إدارات عامة ويتفرع عن كل منها وحدات إدارية تخصصية، وتقوم الشركة بدور هام في دعم الاقتصاد الوطني بما تنتجه من نفط خام يعود على البلاد بالخير الوفير، نشاط الشركة الاستكشافي يغطي 36 عقد امتياز ومشاركة، موزع على مختلف المناطق، وتبلغ مساحتها الإجمالية أكثر من 116 ألف كيلو متر مربع، وتتميز الشركة بوجود منظومة الاتصالات اللاسلكية تمتد لأكثر من خمسمائة كيلو متر، بدأ تكون أطول منظومة في العالم عبر الصحراء، وقد ضمنت وضوح

واستمرار الاتصالات بين المقر الرئيسي وكل الحقول والمواقع التابعة للشركة (دليل قطاع النفط : شركة الخليج العربي للنفط).

### 2.2.2.2. شركة الجوف للتقنية النفطية:

هي شركة مملوكة بالكامل للمؤسسة الوطنية للنفط تأسست عام 1983 تحت سجل تجاري رقم 7102، وهي الشركة الوطنية الوحيدة المتخصصة في عدة أنشطة خدمية في مجال النفط والغاز والمصاحبة لعمليات الاستكشاف والحفر والإنتاج كما تقدم الخدمات الهندسية وكيمائيات المعالجة للمجمعات البتروكيمياوية، تدار شركة الجوف بأسلوب إداري جيد مما أهلها بسهولة الحصول على شهادة الجودة العالمية (إيزو 9001/2000) تحت رقم 215497 (دليل قطاع النفط: شركة الجوف للتقنية النفطية).

### 3.2.2.2 شركة البريقة لتسويق النفط:

وهي شركة ليبية مملوكة للدولة الليبية، وتتخذ من مدينة الزاوية مقراً لها، تأسست عام 1971 في أول شهر نوفمبر، بموجب قانون رقم 74، وقد أوكل للشركة مهمة تسويق وتوزيع ونقل منتجات ومشتقات النفط والسلع المكملة لها، وحدد رأس مالها بمبلغ (6) ملايين دينار لبيي على أن يكون مركز إدارتها الرئيسي بطرابلس ثم تحول أخيراً إلى مدينة الزاوية، وقد خول لها مزاولة أي عمل آخر مرتبط أو مساعد أو ملحق للعمل الرئيسي لها، أو ترى الشركة ضرورة القيام به (دليل قطاع النفط: شركة البريقة لتسويق النفط).

### 3.2.2.2. المساهمة المتوقعة لقطاع النفط في ليبيا في مجال المسؤولية الاجتماعية

يعتبر قطاع النفط قطاع حيوي تعتمد عليه الدولة الليبية بكاملها، ويمس حياة جميع أفراد الشعب الليبي بطريقة أو بأخرى، ويمثل إنتاج النفط المصدر الوحيد للدخل الليبي من النقد الأجنبي بما يزيد عن 95% والمصدر الرئيسي لميزانية الدولة (بغنى، 2015)، فهذا القطاع بإمكاناته الضخمة والكبيرة عليه مسؤولية، خصوصاً وأن هناك حوادث وتغيرات طرأت على البيئة، جديدة بان تدفع الشركات إلى الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية.

فالمسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العاملة في ليبيا مردها أن المجتمع الليبي يعتبر أحد المنتفعين بنشاطاتها من خلال ما تنتبناه هذه الشركات من سياسات في إدارة نشاطها الاقتصادي

العالمي (غانم، 2011) فهناك جهود مبذولة من قبل هذه الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية، ونرى ذلك جلياً في المؤتمر العلمي الأول للنفط والغاز الذي انعقد في مدينة إجدابيا خلال الفترة من 8 - 10 سبتمبر 2010 ونظّمته كلية الهندسة فرع جامعة بنغازي والذي أوصى فيه الشركات النفطية بالتركيز على الجانب الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية في شقيها الإنساني والبيئي، مع إقامة الدراسات والمسوح الاجتماعية والبيئية للاقترب أكثر من مشاكل القطاع والمساهمة في حل ودعم المراكز الاستشارية المتخصصة (<http://www.libya.fm>)، إن مساهمة هذه الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية يتضح من خلال: ([www.panapress.com](http://www.panapress.com)).

أ - خلق الرفاهية المستدامة للمجتمع الليبي عن طريق تحقيق التكامل الاقتصادي بين هذا القطاع والقطاعات الأخرى.

ب - الاهتمام بموضوع الصحة والسلامة المهنية وتوعية المستخدمين في قطاع النفط باتخاذ احتياطات السلامة وإلزامهم بها لتفادي وقوع المخاطر والأضرار.

ج - بناء القدرة الذاتية المحلية بتوطين التقنية ورفع مستوى قاعدة الكفاءات الوطنية والكفاءة الإنتاجية.

د - خلق اقتصاد متجدد يتيح فرص عمل حقيقية لليبيين في الوقت الحاضر وللأجيال القادمة.

هـ - دعم الشركات الوطنية وفتح المجال للمساهمة الفاعلة في تقديم الخدمات للقطاع دون التركيز على الشركات الأجنبية.

#### **4.2.2. التحديات التي تواجهها الشركات النفطية في العالم عند تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية:**

تواجه الشركات النفطية العالمية اليوم في القرن الحادي والعشرين مجموعة من التحديات تختلف عن تلك التي كانت تواجهها خلال العقود المنصرمة، ويشير الخبراء في هذا الصدد ان الشركات تواجه اليوم تحديات ناجمة عن التنافس الدولي، مما يستدعي الحاجة للتجديد التنظيمي، واكتساب ميزة إستراتيجية، والاحتفاظ بمعايير عالية من الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية، ودعم التنوع، وإدارة تؤمن ببناء علاقات جديدة بين العاملين تؤثر على التمكين وإدارة الفريق، ومن هذه التحديات الآتي (زكي، 2012):

أ - عدم توافر معايير أو مؤشرات يتم بها تقييم أداء المسؤولية الاجتماعية أسوة بالمعايير والمؤشرات التي يتم بموجبها تقييم نتائج الأعمال المالية.

ب – عدم توافر كوادر ووحدات إدارية متخصصة ومؤهلة لتخطيط وتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية حيث غالباً ما يناد بأعمال المسؤولية الاجتماعية لإدارة العلاقات العامة.

ج – ضعف توافر الاستراتيجيات وغياب الشكل التنظيمي المخطط في أداء المسؤولية الاجتماعية وآليات العمل المرتبطة بها.

د – عدم وجود نظام يحفز ويكافئ الشركات النشيطة في مجال أعمال المسؤولية الاجتماعية.

هـ – إهمال البيئة الداخلية للشركات لحقوق العاملين وعدم الالتزام بتطبيق أخلاقيات العمل مثل سوء بيئة وظروف العمل، الشفافية، نظام مرتبات غير عادل، مستوى الأجر ونظام المكافئة والتعويضات.

و – ضعف ثقافة المسؤولية الاجتماعية وعدم وضوح مفهومها، مما أدى إلى ضعف وتدني توجه الشركات النفطية لأداء المسؤولية الاجتماعية بالشكل الصحيح.

ز – عدم جاهزية القطاع المتلقي الرئيسي مؤسسات المجتمع المدني للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها الشركات.

ح – عدم وجود مرجعية تشريعية ونظامية للمسؤولية الاجتماعية.

ط – عدم تفاعل وسائل الإعلام مع مبادرات وبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها الشركات بالشكل المطلوب.

# الفصل الثالث

## الدراسة الميدانية

من خلال هذا الفصل سيتم عرض وتحليل البيانات التي توصلت إليها الدراسة الميدانية التجارية على مديري الإدارة الوسطى في المنظمات النفطية الليبية الواقعة بمدينة بنغازي وبناءً على طبيعة البيانات التي تم تجميعها وعلى المنهج المتبع في البحث، وعلى الوقت المسموح به بالإمكانات المتاحة، فقد وجدت الباحثة أن استخدام استمارة الاستبيان هي الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة، وبعد الاطلاع على الأدب الإداري المرتبط بموضوع الدراسة، تم تصميم استمارة الاستبيان والتي تكونت من جزأين الجزء الأول يتعلق بالمتغيرات أو الصفات الشخصية للمبحوثين، أما الجزء الثاني تضمن محاور الدراسة المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومن خلال استمارة الاستبيان تم جمع البيانات باعتبارها الأداة الرئيسية المناسبة لهذا البحث.

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث:

المبحث الأول : العينة الاستطلاعية.

المبحث الثاني : الخصائص الشخصية لمجتمع الدراسة.

المبحث الثالث : الجانب الوصفي لأبعاد الدراسة وهي كما يلي:

- 1- المحور الأول: مدى معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- 2- المحور الثاني : المساهمة في المسؤولية الاجتماعية.
- 3- المحور الثالث : أخلاقيات العمل .
- 4- المحور الرابع : حماية البيئة والموارد الطبيعية .
- 5- المحور الخامس: المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية

المبحث الرابع : النتائج والتوصيات .

## المبحث الأول العينة الاستطلاعية

### 1.1.3 تمهيد:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية، وفي سبيل ذلك قامت الباحثة بإجراء الدراسة الاستطلاعية لمعرفة معاملي الصدق\* والثبات\*\* استمارة الاستبيان.

### 2.1.3 العينة الاستطلاعية

تكون حجم العينة الاستطلاعية من (30) مفردة، وكان الهدف من الدراسة الاستطلاعية هو التحقق من مدى وضوح العبارات الواردة في مقاييس الدراسة، وإجراء أي تعديلات على الاستبيان إن لزم ذلك.

### 3.1.3 ثبات مقياس الدراسة

يتضح من الدراسة الاستطلاعية المبدئية، وعند تطبيق اختبار معامل الثبات على الأسئلة المتعلقة بمتغيرات الدراسة الحالية، والموزعة على (30) مشارك، أن معامل الثبات لمحور معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية بلغ (0.75) بينما مجال المساهمات الاجتماعية فقد بلغ (0.88) أما مجال أخلاقيات العمل فقد بلغ (0.91) بينما مجال حماية البيئة والموارد الطبيعية فقد بلغ (0.94)، وأما محور المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية فقد بلغ (0.69) وفيما يتعلق بمعامل الثبات للمقياس ككل فقد بلغ (0.91) وهي جميعها درجات ثبات عالية وذلك ما يوضحه الجدول رقم (1.3).  
وقد استخرج معامل كرونباخ الفا (AlphaCronbach) للاتساق الداخلي لجميع مقاييس الدراسة وذلك من خلال المعادلة التالية :-

---

\*معامل الثبات: هو درجة الركون الي نتائج المقياس ودرجة الثقة في هذه النتائج، فضلا عن ثبات النتائج وعدم تغيرها" (عبدالقحاح، 1995)

\*\* معامل الصدق: هو مقدراته على قياس ما وضع من أجله أو الظاهرة المراد قياسها" (رمزية، 1977)

حيث :

K: عدد الفقرات المكونة للاختبار .

$\sigma$ : تباين الدرجات على الفقرات .

$\sigma$ : تباين الدرجة الكلية على الاختبار.

وبتطبيق المعادلات باستخدام العينة الاستطلاعية، أعطيت درجة ثبات وصدق عالية، كما هو موضح بالجدول التالي:

### جدول رقم (1.3)

قيم معامل الثبات والصدق لمحاور الدراسة

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية	7	0.75	0.86
المساهمة في المسؤولية الاجتماعية	7	0.88	0.93
أخلاقيات العمل	5	0.91	0.95
حماية البيئة والموارد الطبيعية	9	0.94	0.96
المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية	8	0.69	0.83
المقياس ككل	36	0.91	0.95

### 4.1.3. صدق أداة الدراسة

للتحقق من صدق مقاييس الدراسة قامت الباحثة باستخدام طريقة الصدق الذاتي الإحصائي

(Statistical Validity)، بإيجاد الجذر التربيعي لمعامل ثبات الاختبار عن طريق المعادلة

$$S.V = \sqrt{\alpha} \text{ حيث: } S.V \text{ معامل الصدق، } \alpha \text{ معامل الثبات ( ألفا )}$$

وقد اتضح أن معاملات صدق الأداة عالية تعكس قدرة المقياس على قياس ما صمم لأجله. ويوضح الجدول رقم (1.3) السابق معاملات الصدق المستخرجة من دالة الجذر التربيعي، وهي تتراوح ما بين (0.83 - 0.96) وهذا يبرر صدق المقياس لهذه الدراسة، وأن أسئلة المقياس تقيس ما أعدت لقياسه.

### 5.1.3. أداة جمع البيانات

تم استخدام استمارة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات اللازمة من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وقد اشتملت الاستمارة على قسمين، القسم الأول شمل المتغيرات الشخصية، أما القسم الثاني فأحتوى على (36) فقرة تقيس المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية. ويمكن الإشارة هنا إلى أن العبارات الايجابية تأخذ وزناً ايجابياً كما بالجدول (2.3)

جدول (2.3) اوزان عبارات المقياس الايجابية والسلبية

أوزان مقياس العبارات الايجابية				
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1
أوزان مقياس العبارات السلبية				
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	2	3	4	5

### 6.1.3 مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع المديرين بالإدارة الوسطى بالمنظمات النفطية، والبالغ عددهم (130) مديراً، وطبقاً لجدول (Krejcie and Morgan) للعينات، فإن حجم العينة من المفترض أن يكون (97) مفردة، تم توزيعها عشوائياً وجمعت بالكامل.

### 7.1.3 أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات

اعتمدت هذه الدراسة على الإحصاء الوصفي في تحليل البيانات المجمعة، نظراً لطبيعة البحث الاستكشافي ولعدم وجود فرضيات تحتاج إلى اختبار في هذا البحث، حيث تم تفرغ بيانات الاستمارات، وتجهيزها للتحليل الإحصائي باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. تم حساب اختبار كرونباخ ألفا لمعرفة درجة صدق وثبات المقياس.

2. تم استخدام الإحصاء الوصفي، حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الصفات الشخصية لمفردات الدراسة واستخراج الوسط الحسابي لتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المقياس.

## المبحث الثاني

### الخصائص الشخصية للمشاركين في الدراسة

#### 1.2.3 تقديم:

يتضمن هذا الجزء من التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان الخصائص الشخصية أو المتغيرات الديموغرافية لعينة مجتمع الدراسة، وتشمل النوع، والعم، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة.

#### 2.2.3 النوع :

يبين الجدول رقم (3.3) أن ما نسبته (68.0%) من المبحوثين هم من الذكور، وأن ما نسبته (32.0%) من المبحوثين هم من الإناث.

#### جدول رقم (3.3)

التكرارات والنسبة المئوية لمتغير النوع

النوع	العدد	النسبة %
ذكور	66	68.0
إناث	31	32.0
المجموع	97	100.0

#### 3.2.3 العمر:

يبين الجدول رقم (4.3) أن ما نسبته (40.2%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (40 إلى أقل من 50 سنة) وهذا ربما يعكس خبرتهم الطويلة في العمل بإدارة الشركات، وأن ما نسبته (34.1%) تتراوح أعمارهم ما بين (30 إلى أقل من 40 سنة) وأن ما نسبته (17.5%)

أعمارهم من 50 سنة فأكثر، وأن ما نسبته (8.2%) تقل أعمارهم عن 30 سنة وهم حديثي التوظيف.

#### جدول رقم (4.3)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر

النسبة %	العدد	العمر
8.2	8	أقل من 30 سنة
34.1	33	من 30 إلى أقل من 40 سنة
40.2	39	من 40 إلى أقل من 50 سنة
17.5	17	من 50 سنة فأكثر
100.0	97	المجموع

#### 4.2.3 المستوى التعليمي :

يبين الجدول رقم (5.3) أن ما نسبته (54.6%) من المبحوثين من حملة المؤهل الجامعي البكالوريوس والليسانس وهذا يعكس مدى التأهيل العلمي للمبحوثين وهذا مؤشر جيد، وأن ما نسبته (22.7%) من المبحوثين تأهيلهم ما فوق الجامعي، وأن ما نسبته (16.5%) من المبحوثين هم ذوي تأهيل دبلوم عالي، وأن ما نسبته (6.2%) من المبحوثين لديه دبلوم متوسط.

#### جدول رقم (5.3)

التكرارات والنسب المئوية للمستوى التعليمي

النسبة %	العدد	المستوى التعليمي
6.2	6	دبلوم متوسط
16.5	16	دبلوم عالي
54.6	53	جامعي
22.7	22	ما فوق الجامعي

المجموع	97	100.0
---------	----	-------

### 5.2.3 سنوات الخبرة :

يبين الجدول رقم (6.3) أن ما نسبته (29.9%) من المبحوثين تفوق خبرتهم 20 سنة، وأن ما نسبته (20.6%) من المبحوثين تتراوح خبرتهم من 10 إلى أقل من 15 سنة، وأن ما نسبته (18.6%) من المبحوثين تتراوح خبرتهم ما بين 15 إلى أقل من 20 سنة، وأن ما نسبته (15.5%) منهم تقل خبرتهم عن 10 سنوات.

#### جدول رقم (6.3)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير سنوات الخبرة

النسبة %	العدد	سنوات الخبرة
15.4	15	أقل من 5 سنوات
15.5	15	من 5 إلى أقل 10 سنوات
20.6	20	من 10 إلى أقل من 15 سنة
18.6	18	من 15 أقل من 20 سنة
29.9	29	من 20 سنة فأكثر
100.0	97	المجموع

## المبحث الثالث

### الجانب الوصفي لأبعاد الدراسة

#### 1.3.3 تقديم:

يتضمن هذا الجانب من الدراسة التحليل الوصفي للبيانات، حيث تم تناول عبارات استمارة الاستبيان كل على حدة وحسب تصنيفها في المجال أو المحور وهي كالآتي :

- معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

- المساهمة في المسؤولية الاجتماعية.

- أخلاقيات العمل.

- حماية البيئة والموارد الطبيعية.

- المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

#### 2.3.3 المحور الأول: معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية

تبين الفقرات الخاصة بمعرفة القيادات الإدارية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في الجدول (7.3) التوزيع التكراري والوسط الحسابي المرجح العام والانحراف المعياري لإجابات الباحثين في المنظمات قيد الدراسة.

إذ يرى (64.9%) من الباحثين بأن المسؤولية الاجتماعية هي عقد اجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع يعبر عما تقوم به المنظمة من عمليات تجاه المجتمع، فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (3.69) بانحراف معياري (0.83).

بينما أكد (68%) من المبحوثين أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر ردة الفعل للقيم والمعتقدات الاجتماعية، بمتوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (0.89).

وكانت إجابة (64%) من المبحوثين أن المنظمة تقوم بمتابعة الأمور العامة ومساعدة الجميع وتوقع الاحتياجات المستقبلية للمجتمع والقيام بإشباعها، فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (3.63) بانحراف معياري (0.89).

في حين وافق حوالي (66%) من المبحوثين على أن المنظمة تسلك سلوكا اجتماعيا مسئولا عندما تسعى إلى تحقيق أهدافها الربحية وغيرها في إطار القوانين التي تفرضها الدولة، فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (3.57) بانحراف معياري (0.97)، وأجاب (18.6) بعدم الموافقة.

ويرى (61.8%) من المبحوثين بأن المسؤولية الاجتماعية هي وحدة تنظيمية تسهم بدرجة كبيرة في إشباع رغبات المستهلكين، ما يشير الى وجود رؤية غير واضحة لدى المديرين فيما يخص معرفة وادراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وكانت إجابة (46.4%) من المبحوثين بأن المسؤولية الاجتماعية تمثل القرارات التي تستخدمها المنظمة لتحقيق منافعها الاقتصادية، وهذا ربما يتفق ما سبق ذكره بأن هناك رؤية مشوشة فيما يرتبط بمفهوم المسؤولية الاجتماعية إذ أن هذا المفهوم لا يعني أنه عبارة عن قرارات تستخدمها المنظمة لتحقيق مقاصدها الاقتصادية، بل هو يمثل التزامات تتعهد بها المنظمة لحماية المجتمع الذي تعمل في إطاره.

ويرى ما نسبته (57.7%) من المبحوثين بأن المسؤولية الاجتماعية لا تقتصر فقط على الاهتمام بالعاملين داخل المنظمة، بمتوسط حسابي (2.58) و بانحراف معياري (1.03).

وأخيراً يتضح من خلال اجابات المبحوثين الواردة في الجدول رقم (7.3) ان هناك تشوشاً وضبابية في فهم وادراك طبيعة مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى مديري المنظمات النفطية محل الدراسة، الامر الذي يقف عائقاً أمام تبني هذا المفهوم وتطبيقه في تلك المنظمات.

والجدول التالي رقم (7.3) يوضح النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية



جدول رقم (7.3) النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري

لمحور معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق أطلاقاً		مستوى الموافقة العبارة	ت
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد		
1.11	3.36	7.2	7	54.6	53	14.4	14	14.4	14	9.3	9	المسؤولية الاجتماعية هي وحدة تنظيمية تسهم بدرجة كبيرة في إشباع رغبات المستهلكين	.1
1.03	2.58	2.1	2	23.7	23	16.5	16	46.4	45	11.3	11	تقتصر المسؤولية الاجتماعية فقط على الاهتمام بالعاملين داخل المنظمة	.2
0.97	3.16	2.1	2	44.3	43	27.8	27	19.6	19	6.2	6	المسؤولية الاجتماعية تمثل القرارات التي تستخدمها المنظمة لتحقيق منافعها الاقتصادية	.3
0.83	3.69	13.4	13	51.5	50	26.8	26	7.2	7	1.0	1	المسؤولية الاجتماعية هي عقد اجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع يعبر عما تقوم به المنظمة من عمليات اتجاه المجتمع	.4
0.97	3.57	12.4	12	53.6	52	15.5	15	16.5	16	2.1	2	المنظمة تسلك سلوكاً اجتماعياً مسؤولاً عندما تسعى إلى تحقيق أهدافها الربحية وغيرها في إطار القوانين التي تفرضها الدولة	.5
0.79	3.64	7.2	7	60.8	59	23.7	23	6.2	6	2.1	2	تعتبر المسؤولية الاجتماعية ردة الفعل للقيم والمعتقدات الاجتماعية	.6
0.89	3.63	12.4	12	51.6	50	26.8	26	6.2	6	3.1	3	المنظمة تقوم بمتابعة الأمور العامة ومساعدة الجميع وتوقع الاحتياجات المستقبلية للمجتمع والقيام بإشباعها	.7
0.51	3.38	8.10	55	48.60	330	21.65	147	16.64	113	5.01	34	الاتجاه العام	

### 3.3.3 المحور الثاني: مدى مساهمة المنظمات النفطية في تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لغرض قياس مدى مساهمة المنظمات النفطية في تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، يمكن الاستعانة بالجدول رقم (8.3) الذي يقيس التوزيع التكراري والوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لإجابات المبحوثين في هذا المحور وقد بلغ المتوسط الحسابي المرجح العام (3.42) والانحراف المعياري (0.67) ونسبة الموافقة (51.3%)، وقد جاءت الفقرات مرتبة حسب الأهمية بناء على المتوسط الحسابي كما يلي :

أشار ما نسبته (76.2%) من المبحوثين بأن المنظمة تساهم في عقد الندوات والمؤتمرات، بمتوسط حسابي (3.90) وانحراف معياري (0.48).

بينما أشار ما نسبته (65%) من المبحوثين بأن المنظمة تأخذ في الاعتبار تأثير قراراتها على كافة أطراف المجتمع، بمتوسط حسابي (3.55)، وانحراف معياري (0.97).

في حين يعتقد ما نسبته (58.8%) من المبحوثين بان المنظمة تساهم في حملات التوعية، بمتوسط حسابي (3.50) وانحراف معياري (0.93).

أما ما نسبته (55.7%) من المبحوثين فأنهم يرون أن المنظمة تساهم في العمل الجماعي المنظم والمشاركة في حملات النظافة، بمتوسط حسابي (3.37)، وانحراف معياري (1.02).

كذلك يرى ما نسبته (52.6%) من المبحوثين بأن المنظمة تلتزم بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع إسهاماً منها في الحد من البطالة، بمتوسط حسابي (3.32) وانحراف معياري (1.05).

كما اشار ما نسبته (47.4%) من المبحوثين بأن المنظمة تساهم في حملات التشجير، بمتوسط حسابي (3.18) وانحراف معياري (1.05).

وأخيراً أوضح ما نسبته (38.1%) من المبحوثين بان المنظمة تساهم في أسبوع الصحة العالمي، بمتوسط حسابي (3.12) وانحراف معياري (0.98).

وبناء على ما تم سرده من نسب ومتوسطات حسابية وانحرافات معيارية تخص مدى مساهمة المنظمات محل الدراسة في تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، فإن المتوسط الحسابي والذي بلغ

قيمته 3.42 ، والتي تعد أكثر من المتوسط الافتراضي للدراسة والذي تبلغ قيمته 3، يشير الى أن المنظمات النفطية تساهم في تطبيق هذا المفهوم وذلك من خلال القيام بأعمال وأنشطة ذات علاقة بالمسؤولية الاجتماعية.

والجدول التالي رقم (8.3) يوضح النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المساهمة في تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية

جدول رقم (8.3) النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المساهمة في تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق اطلاقاً		مستوى الموافقة العبارة	ت
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد		
0.97	3.55	12.4	12	25.6	51	14.4	14	19.6	19	1.0	1	تأخذ المنظمة في الاعتبار تأثير قراراتها على كافة أطراف المجتمع	1
1.02	3.37	9.3	9	46.4	45	19.6	19	21.6	21	3.1	3	تساهم منظماتكم في العمل الجماعي المنظم والمشاركة في حملات النظافة	2
0.93	3.50	10.3	10	48.5	47	24.7	24	14.4	14	2.1	2	تساهم منظماتكم نفسها في حملات التوعية	3
1.05	3.18	6.2	6	41.2	40	23.7	23	22.7	22	6.2	6	تساهم منظماتكم في حملات التشجير	4
0.98	3.12	7.2	7	30.9	30	30.9	30	28.9	28	2.1	2	تساهم منظماتكم في أسبوع الصحة العالمي	5
0.48	3.90	21.6	21	54.6	53	18.6	18	3.1	3	2.1	2	تساهم منظماتكم في عقد الندوات والمؤتمرات	6
1.05	3.32	10.3	10	42.3	41	21.6	21	21.6	21	4.1	4	تلتزم منظماتكم بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع إسهاماً منها في الحد من البطالة	7
0.67	3.42	11.2	75	45.2	307	21.9	149	18.8	128	2.9	20	المجموع	

### 4.3.3 المحور الثالث: مجال أخلاقيات العمل

تضمن المحور الثالث خمس فقرات تقيس مجال أخلاقيات العمل، فعند احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الموافقة لإجابات المبحوثين على تلك الفقرات والموضحة بالجدول (9.3)، أمكن التعرف على آرائهم حول هذا المحور، حيث بلغ الوسط الحسابي العام (3.44) والانحراف المعياري (0.72)، ونسبة الموافقة (49.8%) وهذا يعني موافقة المبحوثين على ما احتوته هذه الفقرات فيما يتعلق بأخلاقيات العمل، وقد جاءت الفقرات مرتبة حسب الأهمية بناء على المتوسط الحسابي كما يلي:

يرى ما نسبته (79.4%) من المبحوثين بأن رسالة المنظمة وأهدافها تتوافق مع أهداف وقيم المجتمع، بمتوسط حسابي (3.93) وانحراف معياري (0.71).

أشار ما نسبته (53.6%) من المبحوثين بأن المنظمة تلزم مورديها بمراعاة المبادئ الأخلاقية التي تسير عليها، بمتوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري (0.89).

بينما يعتقد (44.3%) من المبحوثين بأن المنظمة تمتلك دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها، بمتوسط حسابي (3.22) وانحراف معياري (1.06).

كما أكد (36%) من المبحوثين بأن المنظمة تمتلك نظاماً صارماً لمحاربة الفساد الإداري بكافة أنواعه، بمتوسط حسابي (3.16) وانحراف معياري (1.92)، بينما نفى (27.8%) منهم ذلك.

وأخيراً وافق ما نسبته (36.1%) من المبحوثين بأن المنظمة تمتلك ضمن برامجها التدريبية آليات لكيفية تطبيق دليل العمل الأخلاقي، بمتوسط حسابي (3.14) وانحراف معياري (0.94).

والجدول التالي رقم (9.3) يوضح النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور أخلاقيات العمل

جدول رقم (9.3) النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور أخلاقيات العمل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق اطلاقاً		مستوى الموافقة	ت
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد		
0.71	3.93	18.6	18	60.8	59	16.5	16	4.1	4	-	-	تتوافق رسالة المنظمة وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع	1
1.02	3.16	11.3	11	24.7	24	36.1	35	24.7	24	3.1	3	تمتلك المنظمة نظاماً صارماً لمحاربة الفساد الإداري بكافة أنواعه	2
1.06	3.22	10.3	10	34.0	33	28.9	28	21.6	21	5.2	5	تمتلك منضمتكم دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها	3
0.94	3.14	6.2	6	29.9	29	40.2	39	19.6	19	4.1	4	تمتلك منضمتكم ضمن برامجها التدريبية آليات لكيفية تطبيق دليل العمل الأخلاقي	4
0.89	3.49	10.3	10	43.3	42	34.0	33	10.3	10	2.1	2	تلتزم منضمتكم مورديها بمراعاة المبادئ الأخلاقية التي تسير عليها	5
0.72	3.44	11.3	55	38.5	187	31.1	151	16.3	78	2.8	14	المجموع	

### 5.3.3 المحور الرابع : حماية البيئة والموارد الطبيعية

تضمن هذا المحور تسع فقرات تقيس مجال حماية البيئة والموارد الطبيعية، وعند احتساب المتوسطات والانحرافات المعيارية ونسبة الموافقة لإجابات المبحوثين على الفقرات الموضحة بالجدول (10.3)، أمكن التعرف على آراء المبحوثين في الشركات قيد الدراسة، فقد بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (3.68) والانحراف المعياري (0.77)، ونسبة الموافقة (63.9) وهذا يعني موافقة المبحوثين على ما احتوته هذه الفقرات فيما يتعلق بحماية البيئة والموارد الطبيعية وقد جاءت الفقرات مرتبة حسب الأهمية بناء على المتوسط الحسابي كما يلي:

يرى ما نسبته (77%) من المبحوثين بأن المنظمة تحرص على المشاركة في برامج حماية البيئة، بمتوسط حسابي (3.89) وانحراف معياري (0.88).

في حين أشار ما نسبته (74.2%) من المبحوثين بأن إدارة المنظمة تحرص على حماية البيئة كأحد أهم استراتيجيات المنظمة، بمتوسط حسابي (3.87) وانحراف معياري (0.92).

كما أكد ما نسبته (73.2%) من المبحوثين بأن المنظمة تقيم دورات تدريبية للعاملين وبشكل دوري لتوعيتهم بأهمية حماية البيئة، بمتوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (1.07).

بينما يعتقد ما نسبته (65%) من المبحوثين بأن المنظمة تقوم باختيار الطريقة المناسبة للتخلص من مخلفات النفط بحيث لا تؤذي البيئة المحيطة، بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (0.97).

كما وضح أن ما نسبته (66%) من المبحوثين أن المنظمة تستخدم تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء، بمتوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.93).

أيضاً وافق ما نسبته (57.7%) من المبحوثين بأن لدى المنظمة خطة للطوارئ في حالة حدوث كوارث طبيعية، بمتوسط حسابي (3.61) وانحراف معياري (0.99).

وكذلك يرى ما نسبته (61.8%) من المبحوثين بأن المنظمة تقوم بالتخلص من المخلفات النفطية بالرغم من ارتفاع تكاليفها، بمتوسط حسابي (3.60) وانحراف معياري (0.94).

في حين يعتقد ما نسبته (56.7%) من المبحوثين بأنه يوجد قسم متخصص في المنظمة يتولى مهمة تطبيق معايير المواصفة العالمية (ISO14000) المتعلقة بالبيئة والصادرة من المنظمة العالمية للمواصفات القياسية، بمتوسط حسابي (3.61) وانحراف معياري (0.99).

وأخيرا يرى ما نسبته (44.3%) من المبحوثين بأن المنظمة تقوم بالتخلص من المخلفات النفطية حتى ولو أدى ذلك إلى إيقاف العمل فيها، بمتوسط حسابي (3.36) وانحراف معياري (1.01).

والجدول التالي رقم (10.3) يوضح النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور حماية البيئة والموارد الطبيعية

جدول رقم (10.3) النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور حماية البيئة والموارد الطبيعية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق إطلاقاً		مستوى الموافقة	العبارة	ت
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد			
0.92	3.87	24.7	24	49.5	48	15.5	15	9.3	9	1.0	1	تحرص إدارة المنظمة على حماية البيئة كأحد أهم استراتيجيات المنظمة	1	
0.93	3.65	15.5	15	50.5	49	19.6	19	13.4	13	1.0	1	تستخدم المنظمة تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء	2	
0.97	3.68	18.6	18	46.4	45	21.6	21	11.3	11	2.1	2	تقوم المنظمة باختيار الطريقة المناسبة للتخلص من مخلفات النفط بحيث لا تؤذي البيئة المحيطة	3	
0.94	3.60	14.4	14	47.4	46	24.7	24	11.3	11	2.1	2	تقوم المنظمة بالتخلص من المخلفات النفطية بالرغم من ارتفاع تكاليفها	4	
1.01	3.36	13.4	13	30.9	30	38.1	37	13.4	13	4.1	4	تقوم المنظمة بالتخلص من المخلفات النفطية حتى ولو أدى ذلك إلى إيقاف العمل فيها	5	
0.88	3.89	22.7	22	54.6	53	13.4	13	8.2	8	1.0	1	تحرص المنظمة على المشاركة في برامج حماية البيئة	6	
1.07	3.81	26.8	26	46.4	45	12.4	12	10.3	10	4.1	4	تقيم المنظمة دورات تدريبية للعاملين وبشكل دوري لتوعيتهم بأهمية حماية وسلامة البيئة	7	
0.98	3.59	18.6	18	38.1	37	29.9	29	11.3	11	2.1	2	يتولى قسم متخصص في المنظمة مهمة تطبيق معايير المواصفة العالمية ال(ISO14000) المتعلقة بالبيئة والصادرة من المنظمة العالمية للمواصفات القياسية	8	
0.99	3.61	19.6	19	38.1	37	28.9	28	11.3	11	2.1	2	لدى المنظمة خطة للطوارئ في حالة حدوث كوارث طبيعية	9	
0.77	3.68	19.3	169	44.6	390	22.6	198	11.2	97	2.2	19	المجموع		

### 6.3.3 المحور الخامس: المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية

تضمن هذا المحور ثمان فقرات تقيس المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، فعند احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الموافقة لإجابات المبحوثين المتعلقة بهذا المحور والموضحة بالجدول (11.3)، أمكن التعرف على آراء المبحوثين في الشركات قيد الدراسة، حيث بلغ الوسط الحسابي العام (3.14) والانحراف المعياري (0.48)، ونسبة الموافقة (40.0%) وهذا يعني موافقة المبحوثين على ما احتوته هذه الفقرات فيما يتعلق بالمعوقات التي تحول دون تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وقد جاءت الفقرات مرتبة حسب الأهمية بناء على المتوسط الحسابي كما يلي:

يرى ما نسبته (55.7%) من المبحوثين بأن المنظمة تعمل على إعداد خطط وبرامج تساهم في تقديم الخدمات الاجتماعية للمجتمع، بمتوسط حسابي (3.50) وانحراف معياري (1.00).

يعتقد ما نسبته (54.6%) من المبحوثين بأن المنظمة تمتلك الخبرات والمهارات اللازمة للقيام بمعالجة المشكلات الاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه، بمتوسط حسابي (3.28) وانحراف معياري (1.06).

كما أشار (42.3%) من المبحوثين إلى أن الإدارة العليا في المنظمة تشعر بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى إضعاف مستوى الأداء، بمتوسط حسابي (3.23) وانحراف معياري (0.95).

بينما أكد ما نسبته (43.3%) من المبحوثين بأن المنظمة تفتقر لمصادر التمويل اللازمة للاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية، بمتوسط حسابي (3.17) وانحراف معياري (1.04).

كذلك أكد ما نسبته (37.1%) من المبحوثين بأنه توجد وحدة تنظيمية داخل الهيكل التنظيمي متخصصة في مجال المسؤولية الاجتماعية، بمتوسط حسابي (3.12) وانحراف معياري (1.03) في حين أن ما نسبته (33%) من المبحوثين يشيرون إلى عدم وجود تلك الوحدة التنظيمية، أما ما نسبته (29.9%) هم محايدون في إجاباتهم، ويستشف من ذلك أن هناك

غموض في الاجابات الواردة حول هذ العبارة، الأمر الذي يشير إلى غياب هذ الوحدة التنظيمية داخل الهيكل التنظيمي.

كما أجاب ما نسبته (34%) من المبحوثين بأن المؤسسة الوطنية للنفط تمتلك جهاز رقابي لتقييم ومحاسبة الشركات التابعة له في مجال المسؤولية الاجتماعية، بمتوسط حسابي (3.10) وانحراف معياري (0.88) في حين أن ما نسبته (40.2%) منهم هم محايدون في اجاباتهم، كما أن ما نسبته (25.2%) من المبحوثين أشاروا إلى عدم إمتلاك المؤسسة لذلك الجهاز ما يشير إلى وجود شكوك حول إمتلاك المؤسسة الوطنية للنفط لذلك الجهاز الرقابي.

كما يرى ما نسبته (35.1%) من المبحوثين بأنالقوانين المعمول بها في الدولة تساهم في الحد من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، بمتوسط حسابي (3.07) وانحراف معياري (0.97).

وأخيراً أكد ما نسبته (18.5%) من المبحوثين بأنه لاتوجد رؤية واضحة من قبل المنظمة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، بمتوسط حسابي (2.65) وانحراف معياري (0.98).

والجدول التالي رقم(11.3) يوضح النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

جدول رقم(11.3)النسب والتكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور المعوقات التي تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق اطلاقاً		مستوى الموافقة	ت
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
1.00	3.50	15	15.5	39	40.2	24	24.7	18	18.6	1	1.0	تعمل منظماتكم على إعداد خطط وبرامج تساهم في تقديم الخدمات الاجتماعية للمجتمع	1
1.03	3.12	10	10.3	26	26.8	29	29.9	30	30.9	2	2.1	توجد وحدة تنظيمية داخل الهيكل التنظيمي مخصصة في مجال المسؤولية الاجتماعية	2
1.06	3.28	7	7.2	46	47.4	17	17.5	22	22.7	5	5.2	تمتلك منظماتكم الخبرات والمهارات اللازمة للقيام بمعالجة المشكلات الاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه	3
1.04	3.17	8	8.2	34	35.1	26	26.8	25	25.8	4	4.1	تفتقر منظماتكم لمصادر التمويل اللازمة للاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية	4
0.88	3.10	7	7.2	26	26.8	39	40.2	20	20.6	5	5.2	تمتلك المؤسسة الوطنية للنفط جهاز رقابي لتقييم ومحاسبة الشركات التابعة له في مجال المسؤولية الاجتماعية	5
0.98	2.65	1	1.0	17	17.5	34	35.1	38	39.2	7	7.2	لا توجد رؤية واضحة من قبل المنظمة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية	6
0.97	3.07	5	5.2	29	29.9	36	37.1	22	22.7	5	5.2	تساهم القوانين المعمول بها في الدولة في الحد من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في منظماتكم	7
0.95	3.23	7	7.2	34	35.1	34	35.1	19	19.6	3	3.1	تشعر الإدارة العليا في منظماتكم بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلي إضعاف مستوى الأداء	8
0.48	3.14	60	7.7	251	32.3	239	30.7	194	25.0	32	4.3	المجموع	

## المبحث الرابع النتائج والتوصيات

بعد تحليل البيانات التي احتوتها استمارة الاستبيان باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات والتي يمكن عرضها في الآتي:

### 1.4.3. النتائج:

#### 1.1.4.3. نتائج تتعلق بوصف عينة الدراسة:

- 1) أغلب المشاركين بالدراسة كانوا من الذكور، حيث بلغت نسبتهم من إجمالي حجم العينة (68%) وقد يعزى ذلك إلى العادات الاجتماعية السائدة والتي تحد من عمل المرأة مثل هذه القطاعات.
- 2) من حيث العمر، فإن ما نسبته (40.2%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (40 إلى أقل من 50) وهذا ربما يعكس خبرتهم الطويلة في العمل بإدارة الشركة.
- 3) من حيث المؤهلات العلمية، فإن ما نسبته (54.6%) من المبحوثين هم من حملة المؤهل الجامعي البكالوريوس والليسانس وهذا يعكس مدى التأهيل العلمي للمبحوثين ومدى الثقة في إجابات أفراد العينة على استمارة الاستبيان وهذا يعتبر مؤشر جيد.
- 4) فيما يتعلق بالخبرة العملية فإن (29.9%) من المشاركين لهم خبرة تفوق 20 سنة في مجال عملهم.

#### 2.1.4.3. نتائج تتعلق بدراسة محاور المسؤولية الاجتماعية:

اتضح من خلال استعراض تحليل البيانات المتعلقة بهذا الجزء، أن الشركات النفطية قيد الدراسة قد بذلت جهوداً في سبيل تقديم الخدمات الاجتماعية سواء للعاملين أو لأفراد المجتمع المحيط، حيث تبين ذلك من الآتي:

- 1) وجود رؤية غير واضحة لدى المديرين فيما يخص معرفة وإدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- 2) هناك رؤية مشوشة فيما يرتبط بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

3) هناك تشوشاً وضبابية في فهم وإدراك طبيعة مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى مديري المنظمات النفطية محل الدراسة، الأمر الذي يقف عائقاً أمام تبني هذا المفهوم وتطبيقه في تلك المنظمات.

4) وجد أن اتجاهات المبحوثين بمستوى المساهمة الاجتماعية في الشركات النفطية ايجابية.

5) تبين أيضاً أن اتجاهات المبحوثين نحو مجال أخلاقيات العمل ايجابية.

6) توصلت الدراسة إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو مجال الاهتمام بحماية البيئة والموارد الطبيعية ايجابية.

### 3.1.4.3. نتائج تتعلق بدراسة المعوقات التي تحول دون تبني مفهوم المسؤولية

الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية وهي :

تبين من خلال الدراسة وجود بعض المعوقات التي تحول دون تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات المبحوثة:

1) تشعر الإدارة العليا في المنظمة بان الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى إضعاف مستوى الأداء .

2) أن المنظمات قيد الدراسة تفتقر لمصادر التمويل اللازمة للاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية.

3) لا تمتلك المؤسسة الوطنية للنفط جهاز رقابي لتقييم ومحاسبة الشركات التابعة له في مجال المسؤولية الاجتماعية.

4) تساهم القوانين المعمول بها في الدولة في الحد من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الشركات النفطية.

5) لا توجد رؤية واضحة من قبل المنظمة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

### 2.4.3. التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة يمكن تقديم التوصيات التالية :

1) العمل على توفير الدعم اللازم للأقسام المعنية بالاهتمام بالجانب الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية .

- (2) العمل على بناء نظام تقييم متقدم, وذلك لتعتمد عليه الشركات في تقييم أداءها المتعلق بأنشطة المسؤولية الاجتماعية بشكل دوري, الأمر الذي سيعزز لديها إمكانية التحسين المستمر في التزاماتها الاجتماعية.
- (3) العمل على تشجيع وتحفيز الشركات غير المهمة بتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- (4) تنمية مهارات القيادات الإدارية في الشركات النفطية على كيفية التعامل والتفاعل في مجال حماية البيئة والموارد الطبيعية.
- (5) تقديم المساعدة الفنية والإدارية للشركات التي تواجه صعوبات تحول دون تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- (6) العمل على سن التشريعات والقوانين التي تعمل على الارتقاء بأداء المسؤولية الاجتماعية.
- (7) ضرورة بلورة رؤية واضحة فيما يخص المسؤولية الاجتماعية في الشركات النفطية قيد الدراسة، فضلاً عن إدراجها ضمن أهدافها الإستراتيجية.

## قائمة المراجع

## أ / الكتب :

1. إدريس ، ثابت عبد الرحمن (2005) "إدارة الاعمال- نظريات ونماذج تطبيقية"، الدار الجامعية، الإسكندرية (2004) "مبادئ الإدارة بين النظرية والتطبيق" دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
2. الشماع، محمد خليل (2007) "مبادئ الإدارة مع التركيز على إدارة الأعمال"، الأردن، عمان.
3. الغريب، رمزية (1997) "التقويم والقياس النفسي والتربوي" القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
4. دويدار، عبدالفتاح (1995) "أسس علم النفس التجريبي" بيروت، دار النهضة العربية.
5. ديسلر، جاري (2002) "أساسيات الإدارة، المبادئ و التطبيقات، الحديثة" تعريب عبد القادر محمد، دار المريخ للنشر، الرياض.
6. راتشمان، دافيد وآخرون (2004) "الإدارة المعاصرة" ترجمة ومراجعة رفاعي محمد رفاعي، ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية.
7. سكارنه، جلال خلف (2009) "أخلاقيات العمل" دار المسيرة ، الأردن.
8. عباس، محمد علي (2008) "إدارة الموارد البشرية الدولية" إثراء للنشر و التوزيع، مكتبة الجامعة، الشارقة.
9. عبد الحلیم، محمود (1994) "القياس والإحصاء النفسي والتربوي" الإسكندرية، دار المعرفة.
10. محمد، عبدالفتاح (1991) "تنمية المجتمعات المحلية من منظور الخدمة الاجتماعية"، المكتب الجامعي، الإسكندرية.

## ب / الدوريات ورسائل الماجستير والمواقع الالكترونية:

1. إبراهيم، عبد الله علي (2010) "المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والضرورات"، مجلة الصحافة، العدد 6927، ص4، متاح على

الرابط <http://www.alyaum.com/article.3085622> تاريخ الدخول 12-5-

2013

2. أخبار النفط والصناعة (2008)، العدد 223، إبريل، ص 7، متاح على الرابط

<http://www.uobabylon.edu> تاريخ الدخول 2013/4/13

3. التو يجري، محمد بن إبراهيم (1998) "المسؤولية الاجتماعية في القطاع

الخاص"، المجلة العربية للإدارة، المجلد (18)، العدد (2)، ص 35-45 .

4. الجميل، ريم سعد (2003) " المسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على أخلاقيات

العمل" رسالة ماجستير غير منشورة، الموصل، العراق .

5. العامري، صالح و الغالبي، طاهر (2002) "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال

وشفافية نظام المعلومات" رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، المملكة الأردنية.

6. الليثي، محمد فواد (1988) "مدخل اعداد الموازنة التخطيطية للتكاليف الاجتماعية

باستخدام نماذج بوكس وجنكيز المتكاملة"، مجلة الإدارة العامة، الرياض، العدد (57)،

ص 147.

7. المهوس، ناصر عبد الله (1997)، "المسؤولية الاجتماعية للإدارة"، مجلة الإدارة

العامة، الرياض، العدد 19، ص 125-133.

8. المقلة، محمود عاشور (1990) "المسؤولية الاجتماعية وأساليب الإفصاح عنها في

المنظمات الصناعية الليبية" رسالة ماجستير غير منشوره ، جامعة بنغازي ، قسم

المحاسبة.

9. المنصوري، فاطمة يوسف (2006) "مدى إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية

الاجتماعية وعلاقته ببعض عوامل الديموغرافيه و الوظيفية " دراسة ميدانية على

المنظمات الصناعية الليبية " رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بنغازي، قسم إدارة

الأعمال .

10. المؤسسة الاقتصادية (2012) "الملتقى الثالث حول منظمات الأعمال

والمسؤولية الاجتماعية"، 14-15 فبراير، متاح على الرابط [www.google.com](http://www.google.com)

تاريخ الدخول 2013/1/20

11. بن مسعود، نصر الدين وكنوش محمد (2012) "واقع أهمية وقيمة المسؤولية

الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية- الملتقى الثالث حول منظمات

- الاعمال والمسؤولية الاجتماعية، متاح على الرابط  
[www.arab.volunteering.org/27162](http://www.arab.volunteering.org/27162) تاريخ الدخول 2012/4/6
12. توصيات المؤتمر العلمي الأول للنفط والغاز (2015)،  
 متاح على الرابط <http://www.libya.fm/Ditails.aspx%3FId%3D507> تاريخ  
 الدخول 2016/1/12
13. حافظ، طلعت زكي (2012) "عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية"، ص 13 متاح  
 على الرابط: [www.alarabiy.net/views/1761.html](http://www.alarabiy.net/views/1761.html) تاريخ الدخول 2013/1/13
14. خضر، السيد (1988) "تكاليف المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصحفية في  
 مصر"، مجلة الإدارة، القاهرة، العدد الأول، يوليو 1988، ص 8.
15. رابح، عرادة وهيبية بن داودية (2009) "المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في  
 التنمية، عرض تجارب بعض الشركات العالمية"، المجلة الاقتصادية، متاح على  
 الرابط [www.dawahmemo.com/download.php](http://www.dawahmemo.com/download.php) تاريخ الدخول 2012/2/3
16. غانم، شكري (2011) "مساهمة الشركات النفطية في برنامج الخدمات الاجتماعية"، ص 2، متاح  
 على الرابط [www.panapress.com](http://www.panapress.com) تاريخ الدخول 2016/1/2
17. محمد، نبيل (1991) "حدود المسؤولية الاجتماعية- إطار فكري لمراجعة الأداء  
 الاجتماعي لمنظمات الأعمال في دول العالم النامي"، الإدارة العامة، الرياض، العدد  
 72، ص 12.
18. محمد، ياسين (2008) واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية  
 الاجتماعية: دراسة تطبيقية لأراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات  
 صناعة الأدوية البشرية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق  
 الأوسط للدراسات، الأردن .
19. محمود، يوسف (2006) "مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن  
 المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات في قطاع غزة"، رسالة ماجستير  
 غير منشورة، مجلة الجامعة الإسلامية، غزة.
20. وفاء، التميمي (2010) واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات  
 المنتجة لمستحضرات التجميل. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، قسم  
 التسويق .

21. يغني، عيسى (2015) "النفط الليبيينا لأملو الألم" ،مجلة عين ليبيا، ص4، متاح  
على الرابط <http://www.eanlibya.com/archives//38826> تاريخ الدخول

2016/1/2

22. Mohr , Lois A , " webb, Deborah j , and Harris katherine E (2001) "  
Do consumers expect companies to be socially responsible ? the  
impact of corporate social responsibility on buying behaviour , The  
Journal of Consumer Affairs, vol 35 , no .1.
23. Roberts . Robin W.(1992). " Determinants of corporate social  
responsibility disclosure: An application of Stockholm theory" .  
Accounting organizations and society .Vol 17(6):595-610.
24. Pride .M.WILLIAM and Ferell.C .O(1997) . "Marketing concepts and  
strategie..Ninth.Houghton.MifflinCompany.Boston.

الملاحق

# ملحق (1)

## رسالة الإرفاق

بعد التحية : .....

تقوم الباحثة بإجراء هذه الدراسة الميدانية كجزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية الاقتصاد جامعة بنغازي، حيث تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى استطلاع آراء المديرين حول " معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية " ولذلك تم تصميم هذه الاستمارة للحصول على البيانات والمعلومات التي تساعد على تحقيق أهداف الدراسة ، عليه نأمل منكم التكرم بالإجابة عن الأسئلة الواردة في هذه الاستمارة، لما لآرائكم من أهمية تعول عليها الباحثة في الوصول إلى تحقيق أهداف هذه الدراسة . وفي الوقت الذي نشكركم فيه سلفا على حسن تعاملكم وتخصيص جزء من وقتكم لخدمة البحث العلمي ،نؤكد لكم أن البيانات التي ستقدمونها ستحاط بكامل السرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الباحثة

ملحق (2)

استمارة الاستبيان

## القسم الأول : بيانات عن مالى الاستبيان :

(1) النوع :

م  أنثى

(2) العمر:

30 سنة

31 سنة إلى أقل من 40

من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة

من 50 سنة فأكثر

(3) المؤهل العلمي:

ثانوية  دبلوم متوسط

دبلوم عالي  مؤهل جامعي

جستير  دكتوراه

(4) عدد سنوات الخدمة في المنظمة :

من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات  من 5 سنوات .

1 سنوات إلى أقل من 15 سنة . من 15 سنوات إلى أقل من 20 سنة

2 سنوات أو أكثر

القسم الثاني /

أ- المحور الأول :

تشير الفقرات التالية إلى مدى معرفة القيادات الإدارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، يرجى وضع

علامة ( P ) في المكان الذي يمثل رأيكم :

ر- م	العبارة	درجة الموافقة			
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة
1	المسؤولية الاجتماعية هي وحدة تنظيمية تسهم بدرجة كبيرة في إشباع رغبات المستهلكين				
2	تقتصر المسؤولية الاجتماعية فقط على الاهتمام بالعاملين داخل المنظمة				
3	المسؤولية الاجتماعية تمثل القرارات التي تستخدمها المنظمة لتحقيق منافعها الاقتصادية				
4	المسؤولية الاجتماعية هي عقد اجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع يعبر عما تقوم به المنظمة من عمليات اتجاه المجتمع				
5	المنظمة تسلك سلوكا اجتماعيا مسئولا عندما تسعى إلى تحقيق أهدافها الربحية وغيرها في إطار القوانين التي تفرضها الدولة				
6	تعتبر المسؤولية الاجتماعية ردة الفعل للقيم والمعتقدات الاجتماعية				
7	المنظمة تقوم بمتابعة الأمور العامة ومساعدة الجميع وتوقع الاحتياجات المستقبلية للمجتمع والقيام بإشباعها				

المحور الثاني /

ب- تشير الفقرات التالية إلى مدى مساهمة منظماتكم في مجال المسؤولية الاجتماعية ، يرجى وضع

علامة ( P ) في المكان الملائم الذي يمثل رأيكم .

ر.م	العبارة	درجة الموافقة			
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة
	أ- مجال المساهمات الاجتماعية				

				1	تأخذ المنظمة في الاعتبار تأثير قراراتها على كافة أطراف المجتمع
				2	تساهم منظمتكم في العمل الجماعي المنظم والمشاركة في حملات النظافة
				3	تساهم منظمتكم نفسها في حملات التوعية
				4	تساهم منظمتكم في حملات التشجير
				5	تساهم منظمتكم في أسبوع الصحة العالمي
				6	تساهم منظمتكم في عقد الندوات والمؤتمرات
				7	تلتزم منظمتكم بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع إسهاماً منها في الحد من البطالة
ب- مجال أخلاقيات العمل					
				1	تتوافق رسالة المنظمة وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع
				2	تمتلك المنظمة نظاماً صارماً لمحاربة الفساد الإداري بكافة أنواعه
				3	تمتلك منظمتكم دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها
				4	تمتلك منظمتكم ضمن برامجها التدريبية آليات لكيفية تطبيق دليل العمل الأخلاقي
				5	تلتزم منظمتكم مورديها بمراعاة المبادئ الأخلاقية التي تسير عليها
ج- مجال حماية البيئة والموارد الطبيعية					
				1	تحرص إدارة المنظمة على حماية البيئة كأحد أهم استراتيجيات المنظمة
				2	تستخدم المنظمة تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء
				3	تقوم المنظمة باختيار الطريقة المناسبة للتخلص من مخلفات النفط بحيث لا تؤذي البيئة المحيطة
				4	تقوم المنظمة بالتخلص من المخلفات النفطية بالرغم من ارتفاع تكاليفها
				5	تقوم المنظمة بالتخلص من المخلفات النفطية حتى ولو أدى ذلك إلى إيقاف العمل فيها
				6	تحرص المنظمة على المشاركة في برامج حماية البيئة
				7	تقيم المنظمة دورات تدريبية للعاملين وبشكل دوري لتوعيتهم بأهمية حماية وسلامة البيئة
				8	يتولى قسم متخصص في المنظمة مهمة تطبيق معايير المواصفة العالمية الـ (ISO14000) المتعلقة بالبيئة والصادرة من المنظمة العالمية للمواصفات القياسية
				9	لدى المنظمة خطة للطوارئ في حالة حدوث كوارث طبيعية

## المحور الثالث /

بيانات عن الصعوبات أو العوائق التي قد تحول دون إمكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في منظماتكم ،

يرجى وضع علامة ( P ) أمام العبارة التي تمثل رأيكم:

ر- م	العبارة	درجة الموافقة			
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة
1	تعمل منظماتكم على إعداد خطط وبرامج تساهم في تقديم الخدمات الاجتماعية للمجتمع				
2	توجد وحدة تنظيمية داخل الهيكل التنظيمي متخصصة في مجال المسؤولية الاجتماعية				
3	تمتلك منظماتكم الخبرات والمهارات اللازمة للقيام بمعالجة المشكلات الاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه				
4	تفتقر منظماتكم لمصادر التمويل اللازمة للاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية				
5	تمتلك المؤسسة الوطنية للنفط جهاز رقابي لتقييم ومحاسبة الشركات التابعة له في مجال المسؤولية الاجتماعية				
6	لا توجد رؤية واضحة من قبل المنظمة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية				
7	تساهم القوانين المعمول بها في الدولة في الحد من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في منظماتكم				
8	تشعر الإدارة العليا في منظماتكم بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى إضعاف مستوى الأداء				

= أي ملاحظات أخرى يرغب المبحوث إضافتها بشأن البيانات المتعلقة بهذا الموضوع :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ملحق رقم (3)**

**جدول**

**(Krejcie and Morgan 1970)**

**لتحديد حجم العينة**

## جدول krejcie and Morgan لتحديد حجم العينة

حجم العينة	حجم المجتمع						
317	1800	201	240	103	140	10	10
320	1900	205	440	108	150	14	15
322	2000	210	460	113	160	19	20
327	2200	214	480	118	170	24	25
331	2400	217	500	123	180	28	30
335	2600	226	550	127	190	36	40
338	2800	234	600	138	200	40	45
341	3000	242	650	135	210	44	50
346	3500	248	700	140	220	48	55
351	4000	254	750	144	230	52	60
354	4500	260	800	148	240	56	65
357	5000	265	850	152	250	59	70
361	6000	269	900	155	260	63	75
364	7000	274	950	159	270	66	80
367	8000	278	1000	162	280	70	85
368	9000	285	1100	165	290	73	90
370	1000	291	1200	169	300	76	95
375	15000	297	1300	185	320	80	100
377	20000	302	1400	181	340	76	110
375	30000	306	1500	186	360	92	120
380	40000	310	1600	191	380	97	130
381	50000	313	1700	196	400		
382	75000						
384	100000						

**ملحق رقم (4)**  
**التحليل الإحصائية**  
**المستخدمة في الدراسة**

## Frequency Table

### الأدارة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عليا	25	25.8	25.8	25.8
وسطي	72	74.2	74.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

### الشركة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid الخليج	46	47.4	47.4	47.4
البريقة	34	35.1	35.1	82.5
الجوف	17	17.5	17.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

### النوع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	66	68.0	68.0	68.0
انثى	31	32.0	32.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

### العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid اقل من 30 سنة	8	8.2	8.2	8.2
من 30 الى اقل من 40	33	34.0	34.0	42.3
من 40 الى اقل من 50	39	40.2	40.2	82.5
من 50 سنة فأكثر	17	17.5	17.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

### المؤهل العلمى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid دبلوم متوسط	6	6.2	6.2	6.2
دبلوم على	16	16.5	16.5	22.7
جامعى	53	54.6	54.6	77.3
ما فوق الجامعى	22	22.7	22.7	100.0
Total	97	100.0	100.0	

عدد سنوات الخدمة في المنطقة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من 5 سنوات	15	15.5	15.5	15.5
من 5 الى أقل من 10 سنوات	15	15.5	15.5	30.9
من 10 الى أقل من 15 سنة	20	20.6	20.6	51.5
من 15 الى أقل من 20 سنة	18	18.6	18.6	70.1
من 20 سنة او أكثر	29	29.9	29.9	100.0
Total	97	100.0	100.0	

## Frequencies

### Statistics

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
N	97	97	97	97	97	97	97
Mean	3.3608	2.5876	3.1649	3.6907	3.5773	3.6495	3.6392
Std. Deviation	1.11042	1.03835	.97554	.83368	.97719	.79111	.89193

### C1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	9	9.3	9.3	9.3
غير موافق	14	14.4	14.4	23.7
محايد	14	14.4	14.4	38.1
موافق	53	54.6	54.6	92.8
موافق بشدة	7	7.2	7.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

### C2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	11	11.3	11.3	11.3
غير موافق	45	46.4	46.4	57.7
محايد	16	16.5	16.5	74.2
موافق	23	23.7	23.7	97.9
موافق بشدة	2	2.1	2.1	100.0
Total	97	100.0	100.0	

### C3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	6	6.2	6.2	6.2
غير موافق	19	19.6	19.6	25.8
محايد	27	27.8	27.8	53.6
موافق	43	44.3	44.3	97.9
موافق بشدة	2	2.1	2.1	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**C4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	1	1.0	1.0	1.0
غير موافق	7	7.2	7.2	8.2
محايد	26	26.8	26.8	35.1
موافق	50	51.5	51.5	86.6
موافق بشدة	13	13.4	13.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**C5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
غير موافق	16	16.5	16.5	18.6
محايد	15	15.5	15.5	34.0
موافق	52	53.6	53.6	87.6
موافق بشدة	12	12.4	12.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**C6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
غير موافق	6	6.2	6.2	8.2
محايد	23	23.7	23.7	32.0
موافق	59	60.8	60.8	92.8
موافق بشدة	7	7.2	7.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**C7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	3	3.1	3.1	3.1
غير موافق	6	6.2	6.2	9.3
محايد	26	26.8	26.8	36.1
موافق	50	51.5	51.5	87.6
موافق بشدة	12	12.4	12.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**Frequencies****Statistics**

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7
N	97	97	97	97	97	97	97
Mean	3.5567	3.3711	3.5052	3.1856	3.1237	3.9072	3.3299
Std. Deviation	.97862	1.02388	.93679	1.05406	.98168	.84265	1.05792

**V1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	1	1.0	1.0	1.0
غير موافق	19	19.6	19.6	20.6
محايد	14	14.4	14.4	35.1
موافق	51	52.6	52.6	87.6
موافق بشدة	12	12.4	12.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**V2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	3	3.1	3.1	3.1
غير موافق	21	21.6	21.6	24.7
محايد	19	19.6	19.6	44.3
موافق	45	46.4	46.4	90.7
موافق بشدة	9	9.3	9.3	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**V3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
غير موافق	14	14.4	14.4	16.5
محايد	24	24.7	24.7	41.2
موافق	47	48.5	48.5	89.7
موافق بشدة	10	10.3	10.3	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**V4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	6	6.2	6.2	6.2
غير موافق	22	22.7	22.7	28.9
محايد	23	23.7	23.7	52.6
موافق	40	41.2	41.2	93.8
موافق بشدة	6	6.2	6.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**V5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
	غير موافق	28	28.9	28.9	30.9
	محايد	30	30.9	30.9	61.9
	موافق	30	30.9	30.9	92.8
	موافق بشدة	7	7.2	7.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**V6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
	غير موافق	3	3.1	3.1	5.2
	محايد	18	18.6	18.6	23.7
	موافق	53	54.6	54.6	78.4
	موافق بشدة	21	21.6	21.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**V7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقا	4	4.1	4.1	4.1
	غير موافق	21	21.6	21.6	25.8
	محايد	21	21.6	21.6	47.4
	موافق	41	42.3	42.3	89.7
	موافق بشدة	10	10.3	10.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**Frequencies****Statistics**

	B1	B2	B3	B4	B5
N	97	97	97	97	97
Mean	3.9381	3.1649	3.2268	3.1443	3.4948
Std. Deviation	.71900	1.02754	1.06561	.94637	.89120

**B1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	4	4.1	4.1	4.1
	محايد	16	16.5	16.5	20.6
	موافق	59	60.8	60.8	81.4
	موافق بشدة	18	18.6	18.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**B2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	3	3.1	3.1	3.1
غير موافق	24	24.7	24.7	27.8
محايد	35	36.1	36.1	63.9
موافق	24	24.7	24.7	88.7
موافق بشدة	11	11.3	11.3	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**B3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	5	5.2	5.2	5.2
غير موافق	21	21.6	21.6	26.8
محايد	28	28.9	28.9	55.7
موافق	33	34.0	34.0	89.7
موافق بشدة	10	10.3	10.3	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**B4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	4	4.1	4.1	4.1
غير موافق	19	19.6	19.6	23.7
محايد	39	40.2	40.2	63.9
موافق	29	29.9	29.9	93.8
موافق بشدة	6	6.2	6.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**B5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
غير موافق	10	10.3	10.3	12.4
محايد	33	34.0	34.0	46.4
موافق	42	43.3	43.3	89.7
موافق بشدة	10	10.3	10.3	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**Frequencies****Statistics**

	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Mean	3.8763	3.6598	3.6804	3.6082	3.3608	3.8969	3.8144	3.5979	3.6186
Std. Deviation	.92711	.93415	.97411	.94159	1.01227	.88370	1.07364	.98594	.99418

**N1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	1	1.0	1.0	1.0
غير موافق	9	9.3	9.3	10.3
محايد	15	15.5	15.5	25.8
موافق	48	49.5	49.5	75.3
موافق بشدة	24	24.7	24.7	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**N2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	1	1.0	1.0	1.0
غير موافق	13	13.4	13.4	14.4
محايد	19	19.6	19.6	34.0
موافق	49	50.5	50.5	84.5
موافق بشدة	15	15.5	15.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**N3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
غير موافق	11	11.3	11.3	13.4
محايد	21	21.6	21.6	35.1
موافق	45	46.4	46.4	81.4
موافق بشدة	18	18.6	18.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**N4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
غير موافق	11	11.3	11.3	13.4
محايد	24	24.7	24.7	38.1
موافق	46	47.4	47.4	85.6
موافق بشدة	14	14.4	14.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**N5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقا	4	4.1	4.1	4.1
	غير موافق	13	13.4	13.4	17.5
	محايد	37	38.1	38.1	55.7
	موافق	30	30.9	30.9	86.6
	موافق بشدة	13	13.4	13.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**N6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقا	1	1.0	1.0	1.0
	غير موافق	8	8.2	8.2	9.3
	محايد	13	13.4	13.4	22.7
	موافق	53	54.6	54.6	77.3
	موافق بشدة	22	22.7	22.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**N7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقا	4	4.1	4.1	4.1
	غير موافق	10	10.3	10.3	14.4
	محايد	12	12.4	12.4	26.8
	موافق	45	46.4	46.4	73.2
	موافق بشدة	26	26.8	26.8	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**N8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقا	2	2.1	2.1	2.1
	غير موافق	11	11.3	11.3	13.4
	محايد	29	29.9	29.9	43.3
	موافق	37	38.1	38.1	81.4
	موافق بشدة	18	18.6	18.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**N9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقاً	2	2.1	2.1	2.1
	غير موافق	11	11.3	11.3	13.4
	محايد	28	28.9	28.9	42.3
	موافق	37	38.1	38.1	80.4
	موافق بشدة	19	19.6	19.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**Frequencies****Statistics**

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
N	97	97	97	97	97	97	97	97
Mean	3.5052	3.1237	3.2887	3.1753	3.1031	2.6598	3.0722	3.2371
Std. Deviation	1.00129	1.03338	1.06026	1.04094	.98409	.88843	.97090	.95496

**M1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقاً	1	1.0	1.0	1.0
	غير موافق	18	18.6	18.6	19.6
	محايد	24	24.7	24.7	44.3
	موافق	39	40.2	40.2	84.5
	موافق بشدة	15	15.5	15.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**M2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقاً	2	2.1	2.1	2.1
	غير موافق	30	30.9	30.9	33.0
	محايد	29	29.9	29.9	62.9
	موافق	26	26.8	26.8	89.7
	موافق بشدة	10	10.3	10.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**M3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق اطلاقاً	5	5.2	5.2	5.2
	غير موافق	22	22.7	22.7	27.8
	محايد	17	17.5	17.5	45.4
	موافق	46	47.4	47.4	92.8
	موافق بشدة	7	7.2	7.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

**M4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق بشدة	4	4.1	4.1	4.1
موافق	25	25.8	25.8	29.9
محايد	26	26.8	26.8	56.7
غير موافق	34	35.1	35.1	91.8
غير موافق اطلاقا	8	8.2	8.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**M5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق اطلاقا	5	5.2	5.2	5.2
غير موافق	20	20.6	20.6	25.8
محايد	39	40.2	40.2	66.0
موافق	26	26.8	26.8	92.8
موافق بشدة	7	7.2	7.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**M6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق بشدة	7	7.2	7.2	7.2
موافق	38	39.2	39.2	46.4
محايد	34	35.1	35.1	81.4
غير موافق	17	17.5	17.5	99.0
غير موافق اطلاقا	1	1.0	1.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**M7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق بشدة	5	5.2	5.2	5.2
موافق	22	22.7	22.7	27.8
محايد	36	37.1	37.1	64.9
غير موافق	29	29.9	29.9	94.8
غير موافق اطلاقا	5	5.2	5.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**M8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق بشدة	3	3.1	3.1	3.1
موافق	19	19.6	19.6	22.7
محايد	34	35.1	35.1	57.7
غير موافق	34	35.1	35.1	92.8
غير موافق اطلاقا	7	7.2	7.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

**Descriptives****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
معرفة القيادات الادارية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية	97	1.57	4.43	3.3814	.51948
مجال المساهمات الاجتماعية	97	1.57	5.00	3.4296	.67833
مجال اخلاقيات العمل	97	1.50	5.00	3.4407	.72598
مجال حماية البيئة والموارد الطبيعية	97	1.44	5.00	3.6887	.77032
واناق التي تحول دون امكانية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية	97	1.63	4.50	3.1477	.48994
	97				

**Descriptives****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
مساهمة منظماتكم في مجال المسؤولية الاجتماعية	97	1.52	4.95	3.5327	.63235

**ملحق رقم (5)**  
**ملخص الدراسة**  
**باللغة الإنجليزية**

*University of Benghazi  
Faculty of Economics*



*Administration  
Department*

**Obstacles to Adoption of Concept of Social Responsibility  
in Libyan Oil Organizations**

**A field Study on Middle Management Directors in some Libyan  
Oil Organizations Working in Benghazi**

**By**

**Naima Mohammed Mansour Al Qatrani**

**Bachelor of Business Administration  
Faculty of Economics at University of Benghazi 2007**

**Supervisor**

**Dr. Nasser Faraj Hassouna**

**A thesis submitted for partial fulfillment of the requirements for the  
Master degree in Administration**

**Spring 2016**