



دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في الحد من اثار جائحة كورونا دراسة تطبيقية على شركة ليبيا للهاتف المحمول بليبيا

*على السود و وليد عمران و عمر الشريف

قسم المحاسبة-كلية التجارة والعلوم السياسية-جامعة سبها، ليبيا

*للمراسلة: Ali.Allswad@sebhau.edu.ly

المخلص هدفت الدراسة إلى معرفة دور المسؤولية الاجتماعية لشركة ليبيا للهاتف المحمول في ليبيا للحد من اثار جائحة فيروس كورونا من وجهة نظر الاداريين والموظفين العاملين فيها. واستخدم المنهج الوصفي التحليلي ، باستخدام قائمة الاستقصاء كأداة رئيسية لجمع البيانات ، باختيار عينة عشوائية واستخدم برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) لإدخال ومعالجة البيانات ، واختبار فروض الدراسة المنبثقة من الفرضية الرئيسية وهي لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين محاور المسؤولية الاجتماعية والحد من اثار جائحة كورونا من وجهة نظر الموظفين والإداريين العاملين بالشركة ، وتوصلت الدراسة الى أن هناك علاقة طردية موجبة بين تطبيق محاور المسؤولية الاجتماعية والحد من أثار جائحة كورونا ، وكانت ممارسة المسؤولية الاجتماعية بالشركة بدرجة عالية ، اما ترتيب ابعاد المسؤولية الاجتماعية فكان على التوالي (المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء ، اتجاه المجتمع و اتجاه البيئة).
الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، الحد من أثار كورونا، العملاء، المجتمع، البيئة.

The role of corporate social responsibility in Limiting the effects of the Corona pandemic.

An applied study on the Libyana mobile phone company in Libya.

*Ali Allswad , Walid Omran , Omar Elsharif

Department of Accountiing, Faculty of Commerce and Political Science, Sebha University, Libya

*Corresponding author: Ali.Allswad@sebhau.edu.ly

Abstract The aim of this study is to identify the role of social responsibility of the Libyana mobile phone company in Libya to limit the effects of the Corona virus pandemic from the point of view of administrators and employees who are working in this company. The descriptive analytical approach was used and a questionnaire has been used as a main tool for data collection. A sample was selected randomly and the Statistical Analysis Program (SPSS) used to enter and process the data, moreover, to test the hypotheses of the study stemming from the main hypothesis, which is There is no statistically significant relationship between the dimensions of social responsibility and limiting the effects of the Corona pandemic from the viewpoint of the employees and administrators working in the company. The study found that There is a positive relationship between applying of the social responsibility dimensions and the limiting of the effects of the Corona virus pandemic. The company's social responsibility was also practiced to a high degree, as for the order of the dimensions of social responsibility, they were respectively as follows: (social responsibility towards customers, society and environment).

Key words: CSR, limiting the effects of Corona virus, customers, society, the environment

1.1 الإطار العام للدراسة

المجتمع، ومن هنا تأتي هذه الأهمية وخصوصا في ظل اوقات الازمات وبالتالي هذا ينطبق على ازمة العالم الان وهي ازمة تفشي وباء كورونا. شركات الاتصالات يقع عليها عبء كبير في ظل هذه الازمة وخصوصا في ظل التباعد الاجتماعي وبقاء الناس في منازلهم ومن هنا تكمن أهمية هذه الدراسة وذلك من خلال التعرف على ما قامت به شركات الاتصالات في ليبيا وذلك من اجل الحد من اثار هذه الازمة.

2.1 الدراسات السابقة

نظرا لحدائثة موضوع الدراسة و حيث انها تأتي في زمن ازمة كوفيد -19 وبالتالي وجود صعوبة في مراجعة اي ابحاث قد تكون تمت

جائحة كورونا او ما يعرف ب (كوفيد -19) لم تؤثر فقط على الوضع الصحي في العالم بل تعدى تأثيرها الى الانشطة الاقتصادية والاجتماعية. ومن اجل المحافظة على الناس وتجنب المخاطر الصحية لهذا المرض، قامت واعلنت الحكومات في ليبيا عن العديد من الخطوات والتي من تخفيف او منع هذا الخطر على المواطنين. ومن هنا جاء دور الشركات للقيام بواجبها الوطني وتحمل مسؤولياتها الاجتماعية ومشاركة الدولة في خططها من اجل محاصرة والقضاء على هذه الجائحة وتخفيف اثارها الى اقصى حد ممكن. ومما لا شك فيه فان مسؤولية الشركات الاجتماعية من ضمن اهدافها توفير الرفاهية للمواطن والمساعدة في تطوير

[4] محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات

الاردنية

ركزت هذه الدراسة على قياس دور شركات الاتصالات الاردنية من هواتف ثابتة وخطوية متنقلة في تنمية المجتمع المحلي وذلك من خلال الحد من مزار التلوث الاشعاعي الناتج ، بالإضافة الى مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل وبالتالي المساهمة في مشكلة البطالة ، ودراسة مدى دعمها لمختلف النشاطات الرياضية والثقافية والاجتماعية . ومن اهم ما توصلت اليه هذه الدراسة من نتائج ان شركات الاتصالات الاردنية لا تساهم بتوفير فرص عمل لا اذا كانت هناك ضرورة فعلية لذلك وبالتالي فهي لا تساهم في تنمية المجتمع المحلي في هذا المجال ، كما ان هناك تباين واضح فيما يتعلق بدعم الانشطة الرياضية والثقافية والاجتماعية .

[5] المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية "جيزي،

موبيليس، نجمة"

التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي- :

هدفت هذه الورقة اساسا الى معرفة مدى تبني شركات الاتصالات الجزائرية (جيزي، موبيليس، نجمة) لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ، وكذلك ركزت الدراسة على قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات في بناء صورتها الذهنية . ومن أهم نتائج الدراسة : انه على الرغم من تفاوت الاهتمام بنشاطات المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للشركات الثلاثة في المجالين الاقتصادي والاجتماعي الا انه هناك قبول عام من القائمين على هذه الشركات للمسؤولية الاجتماعية ، ومن ابرز نتائج الدراسة ان اغلب جهود هذه الشركات انصبحت على دعم اعمال خيرية غير تموية وبالتالي اهمال الاهتمام بتحقيق المستوى المعيشي اللائق والرفاه الاجتماعي والصحي والبيئي للشرائح المختلفة بالمجتمع بشكل مستدام . وأخيرا بينت الدراسة ان نتيجة للغموض وعدم الدراية الكافية من قبل الشركات الثلاث بالمسؤولية الاجتماعية كاستراتيجية واضحة ومنظمة بل وتعتمد هذه الشركات بعض ممارسات المسؤولية الاجتماعية كإجراءات تكتيكية في اوقات الاعياد والمناسبات الدينية والوطنية .

[6]المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية شركتي

(سوناطراك الجزائرية ، و ارامكو السعودية) انموذجا : من اهم

اهداف هذه الدراسة هو التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى شركتي سوناطراك و ارامكو ، وكذلك مناقشة طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها الشركات النفطية العربية . توصلت الدراسة الى عدة نتائج مهمة منها وجود قيمة للمسؤولية الاجتماعية للقائمين و المحيطين بالشركتين ، كما انه هناك اهتمام

خلال هذه المرحلة وخصوصا الدراسات العربية ، الا اننا حاولنا و بقدر المستطاع الاستعانة ببعض الدراسات التي نعتقد ان لها علاقة سواء مباشرة او غير مباشرة بموضوع بحثنا هذا ومن اهم هذه الدراسات ما يلي "

[1]: **Corporate Social Responsibility Practices by Indian Industries during Covid - 19 .**

هدفت الدراسة الى فهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية والمعتمدة ضد كوفيد 19 وكان من أبرز نتائجها أن كل الصناعات المعروفة وغير معروفة تعتمد ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات للمساعدة في ظل ازمة كوفيد 19 وان اغلب الصناعات تعتمد ممارسات المسؤولية الاجتماعية ومن ضمن المساعدات التي تم تقديمها في ظل الازمة هي تقديم أسرة وتوفير اماكن للحجر الصحي وتبرعات بالإضافة الى تقديم اجور عادلة للعاملين .

[2] : **The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy**

هدفت هذه الدراسة لاختبار كيف يمكن لجائحة كورونا ان تؤثر على اخلاق المستهلك وكيف لها ان تؤثر على تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات وفلسفة التسويق ومن اهم نتائج هذه الدراسة ان هذه الجائحة عرضت فرص عظيمة للشركات لتشارك في مختلف المبادرات للمسؤولية الاجتماعية للشركات خلال هذه الازمة واحتمال ان تحفز الشركات لتطوير ظاهرة جديدة من المسؤولية الاجتماعية للشركات على المدى الطويل كما اكدت الدراسة على ان البعد الاخلاقي لقرار المستهلك. اصبح بارزا خلال الجائحة والتي من الممكن ان تنقل المستهلكين نحو استهلاك اكثر مسؤولية واجابية.

[3] **The COVID-19 pandemic and organizational commitment of senior hotel managers .**

هدفت الدراسة لقياس رأس المال التنظيمي و ممارسات المسؤولية الاجتماعية والمرونة التنظيمية على الامن الوظيفي و الالتزام الوظيفي اللاحق لكبار مديري الفنادق في اسبانيا . تم اجراء هذه الدراسة خلال زمن جائحة كورونا وتأثيرها الضار المتوقع على ربحية الفنادق والأعمال و جاذبية مهن الضيافة . أسست الدراسة دور مهم للمسؤولية الاجتماعية للشركات في بناء المرونة التنظيمية وبالتالي تشكيل استجابة الفنادق لازمة كوفيد - 19 و كذلك اي صدمات أو احداث كارثية محتملة قد تعطل صناعة الفنادق في المستقبل . ووفقا لنتائج الدراسة فان الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية للشركات ليس فقط مفيد من وجهة نظر داعمي المرونة الاجتماعية ولكن ايضا من منظور تصور الامن الوظيفي والالتزام التنظيمي لمديري الفنادق

لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية و الحد من تأثير جائحة كورونا من وجهة نظر الموظفين والإداريين العاملين بالشركة.

يمكن صياغة الفرضيات الفرعية التالية :

- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع و الحد من تأثير جائحة كورونا .
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين و الحد من تأثير جائحة كورونا .
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة و الحد من تأثير جائحة كورونا .

4.1 أهداف الدراسة:

1. التعرف على ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والمعتمدة من قبل شركات الاتصالات بليبيا .
2. للتعرف على ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات المعتمدة من قبل شركات الاتصالات بليبيا في الحد من أثار جائحة كورونا.

5.1 أهمية الدراسة:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات من المواضيع الهامة وتلقى تركيز كبير من العديد من الباحث والمهتمين بهذا المجال لما لها من دور كبير في تحقيق جودة الحياة لجميع اصحاب المصالح. التعرف على ما قامت به شركة لبيبا للهاتف المحمول وذلك للحد من تأثير جائحة كورونا على المجتمع.

6.1 منهجية الدراسة :

ستعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك بالاعتماد على المصادر التالية:

1. المصادر الثانوية : ممثلة في المراجع العلمية ، بما في ذلك الكتب والمقالات العلمية المتوفرة سواء على المواقع الالكترونية او في المكتبات.

2. المصادر الأولية : ممثل في الاستبيان المقدم لشركة لبيبا للهاتف المحمول التي تعمل في قطاع الاتصالات وهي عينة الدراسة

7.1 حدود الدراسة :

حدود زمنية : الفترة ما بين 2020/3 وحتى 2020/6

حدود مكانية : شركة لبيبا للهاتف المحمول

2. الاطار النظري للدراسة :-

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها :-

لا يوجد تعريف واحد رسمي محدد ومتفق عليه للمسؤولية الاجتماعية فهناك العديد من الاجتهادات والتعريفات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية من قبل الكتاب والمفكرين. فقد تم تعريفها بالنسبة للمؤسسات والشركات ، وتم تعريفها بالنسبة للقطاع

بنشاطات المسؤولية الاجتماعية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي و لكن بتفاوت لصالح شركة ارامكو السعودية وذلك لعدم تخصيص قسم خاص بالمسؤولية الاجتماعية بشركة سوناطراك الجزائرية . وبصفة عامة وجود تباين واضح في الاداء الاجتماعي للشركتين ومساهمة بدرجة متوسطة من قبل الشركتين في تنمية المجتمعات المحلية في الانشطة الاجتماعية والاقتصادية والرياضية.

[7] اثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء (حالة دراسية لشركة جوال) : تمحور الهدف الرئيسي لهذه الدراسة حول قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة جوال الفلسطينية و من اهم النتائج التي تم التوصل اليها هي وجود تعامل ايجابي من قبل الشركة اتجاها عملائها واتجاه افراد المجتمع الفلسطيني بصفة عامة ، وكذلك دور فاعل من قبل الشركة اتجاه دعم الانشطة الثقافية وغيرها ، اما بالنسبة لمسؤولية الشركة اتجاه البيئة فكانت الصورة سلبية .

2.1 مشكلة الدراسة:

سببت الازمة الناتجة عن وباء كورونا في تغيير الطريقة التي تسعى فيها الشركات لتحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، مع اعطاء أهمية أكبر للدور الذي يجب ان تلعبه في المجتمع . وفي هذا السيناريو الجديد ، تحتاج الشركات الى اعتماد استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة بها من أجل ترسيخ التزام اجتماعي تجاه المجتمع بصفة عامة و اتجاه عملائها بصفة خاصة و ايضا باتجاه البيئة .

لذلك لا بد من الحصول على العديد من البيانات وطرح العديد من الاسئلة للتعرف اكثر على مسؤولية الشركة تجاه المجتمع والعملاء والبيئة بالشركة.

تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

الي أي مدى تساهم شركة لبيبا للهاتف المحمول اجتماعيا في الحد من اثار جائحة كورونا بليبيا ؟

وينبثق من هذا السؤال الرئيسي الاسئلة الفرعية التالية :

- ما درجة تطبيق محاور المسؤولية الاجتماعية في شركة لبيبا للهاتف المحمول من وجهة نظر الموظفين والإداريين العاملين فيها ؟

- ما مستوى الحد من اثار جائحة كورونا من وجهة نظر الموظفين و الإداريين العاملين في شركة لبيبا للهاتف المحمول.

- الي أي مدى يمكن لتطبيق محاور المسؤولية الاجتماعية في شركة لبيبا للهاتف المحمول ان تحد من اثار جائحة كورونا ؟

3.1 فرضية الدراسة :

2- بالنسبة للمجتمع : الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة و سيادة مبدأ تكافؤ الفرص و هو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ؛ تحسين نوعية الخدمات المفيدة للمجتمع وتكسب زيادة ثقة المساهمين بالشركة .

3- بالنسبة للدولة : تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها و خدماتها الصحية و التعليمية و الثقافية و الاجتماعية الأخرى كما يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب و عي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة و الصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية .

3.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد يمكن تلخيصها كالتالي [11]:
البعد الاقتصادي : ومن عناصرها المنافسة العادلة و التطور التكنولوجي مثل منع الاحتكار و عدم الأضرار بالمستهلكين . احترام قواعد المنافسة و عدم إلحاق الأذى بالمنافسين استفادة واستخدام المجتمع التقدم التكنولوجي في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع و البيئة .

البعد القانوني : ومن أهم عناصرها قوانين حماية المستهلك من المواد الضارة وحماية الأطفال صحيا و ثقافيا .

البعد البيئي : حماية البيئة عن طريق منع التلوث بثتى أنواعه وصيانة الموارد و تمتيتها والتخلص من المنتجات بعد استهلاكها ، و ايضا السلامة و العدالة بواسطة النقل من إصابات العمل ، تحسين ظروف العمل و منع عمل المسنين و صغار السن ، منع التمييز على أساس الجنس أو الدين و توظيف المعاقين .

البعد الاجتماعي: المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية مثل مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف مراعاة حقوق الإنسان، احترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. وايضا نوعية الحياة كتنوع المنتجات و الخدمات المقدمة والمساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع.

4.2 عناصر المسؤولية الاجتماعية:

تكمن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات في التالي [11] [12] [13] :

1. المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي : يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة للشركات شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها ، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه ، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة. والتي تشمل : المساهمة في دعم البنية التحتية ، إنشاء الجسور والحدائق ، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة ، دعم بعض الأنشطة مثل الأندية الترفيهية ، احترام العادات والتقاليد ، دعم مؤسسات المجتمع المدني وغيرها .

الخاص ، وتم تعريفها بالنسبة لرجال الاعمال بسبب الاهتمام المتزايد بموضوع المسؤولية الاجتماعية .

ومن هذه التعريفات :

1- عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في أن واحد [8] .

2- وعرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تنطوع المؤسسات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية ، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا ، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم [6].

3- يمكن تعريفها بأنها أنشطة اقتصادية واجتماعية تقوم بها إدارة الشركة تجاه العاملين بها ، والمتعاملين معها من ناحية ، وأفراد المجتمع من ناحية أخرى ، وذلك في إطار قيم وأخلاق وقوانين هذا المجتمع ، كما يتم الإشارة إليها أحيانا بالمواطنة المسؤولة للشركة والتي تكتسبها الشركة أو رجل الأعمال من خلال الأعمال الخيرية التي يؤديها لرفع رفاهية المجتمع [9] .

4- كما تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية " المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية ، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام هادف إلى تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف [6] .

5- وقد عرفها (Durker) على أنها "الالتزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه" . هذا وقد أشار (Holmer) الى أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا "الالتزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمة ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها [10] .

2.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية

يمكن ايجاز أهمية المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية [6]:

1- بالنسبة للمؤسسة : تحسين صورة الشركة في المجتمع و خاصة لدى العملاء و العمال و خاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة موجود المؤسسة وتحسين الاداء المالي للشركة

المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة و المتولدة من أنشطتها الصناعية ، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء و البيئة البحرية و المزروعات و الأعشاب الطبيعية و تلوث المياه و ما إلى ذلك.

3. مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع : و يتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتتة بذلك على التبرعات و المساهمات للمؤسسات التعليمية و الثقافية و الرياضية و الخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم و التدريب الاجتماعي و مشاريع التوعية الاجتماعية.

4. مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: و تشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج و تكاليف البحث و التطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع و تدريب و تطوير العاملين و غيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات و الخدمات المقدمة إلى المستهلكين .

6.2 فيروس (covid19) وأثره على الاقتصاد العالمي والشركات :

جائحة كورونا اثرت على الاقتصاد العالمي وعلى الشركات وذلك بالتسبب في خسائر كبيرة للعديد من الشركات حول العالم وانخفاض قيمة أسهمها ، مما أدى إلى إغلاق عدد كبير منها وتضرر البعض الآخر بشكل ملحوظ ، ومن ناحية أخرى استفادت بعض الشركات من الوضع الراهن وقامت بتطوير خدماتها مما أدى إلى زيادة أرباحها وتعزيز مركزها المالي وكسب ثقة المساهمين والزبائن والمجتمع .

وباعتبار ان هذه الدراسة تتناول دور المسؤولية الاجتماعية لشركة ليبيا للتصالات في الحد من اثار جائحة كورونا فسوف نتناول بعض الامثلة لكيفية تفاعل بعض شركات الاتصال في العالم وتقديمها مبادرات للتقليل من هذه الاثار :

أ . قامت كل من الشركات زين و اورانج وأمنية في المملكة الاردنية بدعم الجهود الحكومية بإعلانها عن سلسلة من الاجراءات الوقائية لمكافحة هذا الفيروس من خلال تأكيد دورها المجتمعي ، و ايضا سارعت في الاعلان عن اتاحة خدمة الانترنت مجانا للجميع حتى يتمكن الطلبة من التعلم عن بعد ، و ايضا بتقديم التبرعات المالية لوزارة الصحة (صحيفة الرأي [15]) .

ب . قامت شركة المصرية للاتصالات بدعم قطاع الصحة ومستشفيات العزل الصحي بأجهزة تنفس صناعي ، وتوفير مستلزمات طبية ووقائية .

2. المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين : إذا كانت المنظمات تولي اهتمامها لرأس المال البشري فلا بد من تقديم لهم ما هو أفضل ، لان العاملين المهرة على المستوى الوطني والعالمي أصبحوا يركزون على عامل المسؤولية الاجتماعية من بين العوامل الأخرى ، وقد أثبت ذلك تجريبيا حيث أن أثير الناس يحبذون العمل في المنظمة التي لديها سياسات بيئية ومجتمعية جيدة .

3. المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن : تعتبر هذه الشريحة من المجتمع ذات أهمية كبيرة لكل المنظمات بدون استثناء ومن الأداء الاجتماعي الموجه لهذه الشريحة تقديم المنتجات بأسعار ونوعيات مناسبة ، والإعلان لهم بكل صدق وأمانة وتقديم منتجات صديقة لهم وأمانة بالإضافة إلى تقديم إرشادات واضحة بشأن استخدام المنتج ، والتزام المنظمات بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع وتطوير مستمر للمنتجات هذا بالإضافة إلى الالتزام الأخلاقي بعدم خرق قواعد العمل مثل الاحتكار .

4. المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين : ينظر إلى العلاقة ما بين الموردين ومنظمات الأعمال على أنها علاقة مصالح متبادلة ، لذلك يتوقع الموردين أن تحترم منظمات الأعمال تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة التي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد .

5. المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة : لقد أعيد التركيز في أدبيات المسؤولية الاجتماعية فيما يخص الجوانب البيئية ، أن المسؤولية الاجتماعية تضم أنظمة البيئة المفروضة ذاتيا أي ضمن فلسفة الشركة ، والتقارير البيئية للشركة .

المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين: تعد فئة المساهمين فئة مهمة من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المؤسسة. وتكمن مسؤولية المنظمة تجاههم بتحقيق أقصى ربح ، تعظيم قيمة السهم ، زيادة حجم المبيعات ، بالإضافة إلى حماية أصول المؤسسة و موجوداتها .

5.2 مؤشرات المسؤولية الاجتماعية :

المؤشرات التي تقيس الأداء الاجتماعي للمؤسسات : هناك أربعة مؤشرات يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية [14] :

1. مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم و تقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق و تعميق حالة الولاء و انتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية و تدريبهم و تحسين وضعهم الثقافي و الاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم و ما إلى ذلك .

2. مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة : ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية أفراد المجتمع

محور اثار جائحة كورونا (8 عبارات بحثية).

كما اعتمد الباحثين مسألة على قدر من الأهمية، وهي عدم التدخل في إجابات عينة الدراسة وإعطائهم الوقت والحرية الكافية للإجابة وذلك لتحقيق الموضوعية والحيادية العلمية

2.3 صدق وثبات الاستبانة:

يقصد بنتائج اختباري الصدق والثبات أن أداة القياس الاستبانة صادقة في قياس ما وضعت لقياسه، كما أنها ثابتة بدرجة كبيرة جداً مما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة ويمكن تطبيقها بثقة .

1.2.3 صدق الأداة: للتحقق من صدق أداة الدراسة تم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من المتخصصين في المحاسبة وطلب إليهم إبداء الرأي والملاحظات حول مدى انتماء الفقرات للمجالات التي أدرجت فيها ، بالإضافة إلى سلامة الصياغة اللغوية ، ووضوحها من حيث المعنى ، وسهولة الفهم ، وأي ملاحظات وتعديلات يرونها مناسبة ، وقد تم إعادة تعديل الاستبانة وفق ما ارتأه السادة المحكمون حيث أصبحت الأداة بعد التحكيم بصورتها النهائية

2.2.3 ثبات الأداة: يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي الاستبانة نفس النتائج إذا أعيد تطبيقها عدة مرات متتالية ومن أشهر الاختبارات المستخدمة لقياس الثبات معامل ألفا كرونباخ حيث تبين أن قيمته للاستبانة ككل (0.853) وهذه تعد مرتفعة ومطمئنة والجدول التالي يوضح بقية المعاملات :

جدول 1: قيم معامل الفا لمحاور الاستبانة

المحور	قيم معامل الثبات	قيمة معامل الصدق
المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	0.816	0.903
المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء	0.822	0.919
المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	0.809	0.863
الحد من اثار جائحة كورونا	0.628	0.853

وقد استخدم الباحثين معيار ليكرت الخماسي لقياس استجابة عينة الدراسة لفقرات استبانة الاستبيان على النحو التالي:

جدول 2: مقياس ليكرت

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

ولتفسير النتائج اعتمد الميزان الاتي لمعدل المتوسطات ودرجة الاستجابة

جـ . قامت شركة فودافون في جمهورية مصر بالشراكة مع بنك الطعام لدعم الأسر الأكثر احتياجاً والمتضررين من فيروس كورونا [16].

د . قامت شركة إيه تي أند تي في الولايات المتحدة بزيادة أعباء الديون الموضوعة على كاهل الشركة حيث أعلنت في السابع من أبريل عن نيتها لتأمين قرض بقيمة 5.5 مليار دولار من أجل مساعدتها على توفير السيولة النقدية اللازمة لمواجهة تداعيات فيروس كورونا.

هـ . انطلاقاً من أهمية الحفاظ على صحة الموظفين ، قررت شركة فيرجن ميديا بالمملكة المتحدة توزيع مطهرات اليدين والقفازات والكمادات على الموظفين ، مع إغلاق متاجر التجزئة ومنح اجورهم كاملة لمساعدتهم على تجاوز تداعيات الوباء .

و . أعلنت شركة تليفونيكاس الإسبانية في الحادي عشر من مارس عن مجموعة من المبادرات الفورية والمجانية للمستخدمين لتخفيف الأعباء المفروضة عليهم بفعل انتشار فيروس كورونا ومن أهمها ، منح 30 جيجابايت إضافية لجميع المستخدمين شهرياً خلال شهري أبريل ومايو [17] .

3 - الإطار العملي للدراسة**1.3 أسلوب الدراسة:**

تم الاعتماد في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، الذي يهتم بدراسة الظاهرة وتحليلها للوصول إلي الاستنتاجات الدقيقة حول الظاهرة وتقسيمها ، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على مصدرين أساسيين للبيانات ، ويمكن توضيحهما كما يلي:

- المصادر الثانوية : اعتمد الباحثين في تكوين الإطار النظري على ، الكتب العربية والدراسات العربية والأجنبية ، والدوريات والأبحاث العلمية ، الموجودة في الجامعات ، أو منشورة عبر الإنترنت والتي تناولت موضوع الدراسة أو بعض جوانبها .

2-المصادر الأولية : لقد قام الباحثين بأعداد استبانة حول موضوع الدراسة ، مستعينين ببعض الدراسات السابقة ، موجهة لمفردات عينة الدراسة في شركة ليبيا للهاتف المحمول بليبيا واشتملت على الآتي :

القسم الأول: محور المتغيرات الشخصية: ويشمل النوع ، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة، المستوى التعليمي

القسم الثاني: محور متغيرات المسؤولية الاجتماعية ويشتمل على 3 محاور فرعية وهي:

المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع (3 عبارات بحثية).

المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء (4 عبارات بحثية).

المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة (5 عبارات بحثية).

3-سنوات الخبرة: أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "سنوات الخبرة" يشير إلى أن أغلبية العينة تقع في فئة الخبرة (من 6 - 10 سنوات) ويحوزون نسبة (46.3%).

4-المستوى التعليمي: أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "المستوى التعليمي" يشير إلى أن أغلبية عينة الدراسة من حملة المؤهل (الجامعي) ، ويحوزون نسبة (62.2) % ، وفقاً لردود عينة الدراسة.

4.3 التحليل الإحصائية المستخدمة:

قام الباحثين بترميز المتغيرات والبيانات ثم تفرغها بالحاسب الآلي وفقاً لبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ولقد استخدم الباحثين العديد من التحاليل الإحصائية لتحقيق أهداف الدراسة وهي:

الإحصاء الوصفي ، التكرارات والنسب المئوية ، المتوسطات الحسابية المرجحة ، الانحراف المعياري ، والترتيب وذلك لتحديد سمات عينة الدراسة والجداول

الإحصاء التحليلي متمثل في استخدام اختبار تحليل التباين، ومعامل الفا كرونباخ ، معامل ارتباط بيرسون

4 التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

1.4 النتائج المتعلقة بمحاور المسؤولية الاجتماعية:

نتائج الدراسة المتعلقة بالسؤال الأول:

ليس هناك تطبيق لمحاور المسؤولية الاجتماعية والمتمثلة في (المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع ، تجاه العملاء ، اتجاه البيئة) في شركة ليبيا للهاتف المحمول حسب وجهة نظر الموظفين العاملين فيها ؟

للإجابة على هذا السؤال تم استخدام المقاييس الإحصائية الآتية: (المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، القيمة الاحتمالية ، الوزن النسبي ، ترتيب الأهمية ، والدرجة) والجداول التالية توضح ذلك

جدول 3: معدل المتوسط ودرجة الاستجابة

معدل المتوسط	درجة الاستجابة
أقل من 1.8	غير متوفرة
من 1.8 إلى أقل من 2.6	منخفضة
من 2.6 إلى أقل من 3.4	متوسطة
من 3.4 إلى أقل من 4.2	عالية
من 4.2 فأكثر	عالية جداً

3.3 تحديد مجتمع وعينة الدراسة:

1-مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين والإداريين العاملين في شركة ليبيا للهاتف المحمول حيث بلغ عددهم (1121) مفردة.

2-عينة الدراسة: كان حجم العينة الإجمالي المستهدف عند مستوى ثقة 95% وخطأ مسموح به $\pm 5\%$ هو (100) مفردة وفقاً للجداول الإحصائية المصممة لهذا الغرض⁽¹⁾ ولقد تمت الردود على (82) استمارة من الاستمارات المستهدفة أي بنسبة (82%) وبذلك تكون الاستمارات التي تم تحليلها (82) استمارة.

وتوصل الباحثين إلى تحديد بعض سمات مفردات عينة الدراسة باستخدام المقاييس الإحصائية الوصفية وذلك على النحو التالي:

جدول 4 : توزيع العينة طبقاً للمتغيرات الشخصية

النوع	التوزيع	العدد	النسبة
	ذكر		100%
	انثى		0%
النوع	موظف	82	58.5%
	رئيس قسم	0	12.2%
	رئيس فرع	48	7.3%
	أخرى	10	22%
		6	18%
الوظيفة	من 2-5 سنوات	18	11%
	من 6-10 سنوات	9	46.3%
	أكثر من 10 سنوات	38	42.7%
سنوات الخبرة	أقل من 2 سنوات	35	2.4%
	2-5 سنوات	2	20.7%
	5-10 سنوات	17	62%
	أكثر من 10 سنوات	51	14.6%
المستوى التعليمي	ثانوي فأقل	12	
	دبلوم عالي جامعي دراسات عليا		

يتضح من الجدول السابق:

1-النوع: أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "النوع" يشير إلى أن العينة (ذكور) ، ويحوزون نسبة (100) % .

2-الوظيفة: أن توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير "الوظيفة" يشير إلى أن أغلبية عينة الدراسة من (الموظفين)، ويحوزون نسبة (58.5) % ، وفقاً لردود عينة الدراسة.

1-المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع

جدول 5: الاحصاء لمحور المسؤولية اتجاه المجتمع

رت	المؤشر	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	القيمة الاحتمالية	الوزن النسبي	الترتيب
1	تتوافق رسالة الشركة وأهدافها مع اهداف وقيم المجتمع .	4.41	.54	.000	88.2	1
2	تساهم الشركة بالتقليل من مشكلة البطالة بالمجتمع.	3.93	.75	.000	78.6	2
3	تقدم الشركة في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان وغيرها .	3.63	1.13	.000	72.6	3
	المتوسط العام	3.99	.045	.000	79.8%	

من الجدول السابق يتضح:

عالية وقد جاءت العبارة (تتوافق رسالة الشركة وأهدافها مع اهداف وقيم المجتمع)، في الترتيب الاول، المتوسط الحسابي لها (4.41) و يوزن نسبي 88.2% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. و جاءت العبارة ، (تقدم الشركة في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان وغيرها)، في المرتبة الأخيرة المتوسط الحسابي لها (3.63) و يوزن نسبي 72.6% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. وذلك وفقا لردود عينة الدراسة.

– أن مفردات عينة الدراسة وفقا لمحور " المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع " أشارت إلى الاتجاه بالموافقة، لحد ما هذا وقد بلغ المتوسط العام لإجمالي المحور (3.99) وان الوزن النسبي 79.8% وانحراف معياري (0.45)، وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. لذلك يعتبر محور المسؤولية اتجاه المجتمع دال معنويا عند مستوى دلالة 0.05 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة

2- المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء

جدول 6: الاحصاء لمحور المسؤولية اتجاه العملاء

رت	المؤشر	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	القيمة الاحتمالية	الوزن النسبي	الترتيب
1	تهتم الشركة بشكاوى العملاء والعمل على حلها بصورة عاجلة.	4.15	.85	.000	83	2
2	وضوح الشروط التي تحدد طبيعة العلاقة مابين الشركة والعملاء .	4.05	.77	.000	81	4
3	تلتزم الشركة بتنفيذ الاتفاقيات التي تبرمها مع عملائها وبالوقت المناسب .	4.10	.80	.000	82	3
4	تهتم الشركة بإقامة علاقات طيبة مع عملاءها .	4.27	.67	.000	85.4	1
	المتوسط العام	4.14	.62	.000	82.85%	

من الجدول السابق يتضح:

عالية وقد جاءت العبارة ، (تهتم الشركة بإقامة علاقات طيبة مع عملاءها .) في الترتيب الاول، المتوسط الحسابي لها (4.27) و يوزن نسبي 85.4% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. و جاءت العبارة، (وضوح الشروط التي تحدد طبيعة العلاقة مابين الشركة والعملاء) في المرتبة الأخيرة المتوسط الحسابي لها (4.05) و يوزن نسبي 81% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. وذلك وفقا لردود عينة الدراسة.

أن مفردات عينة الدراسة وفقا لمحور "المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء" أشارت إلى الاتجاه بالموافقة لحد ما هذا وقد بلغ المتوسط العام لإجمالي المحور (4.14) وان الوزن النسبي 82.8% وانحراف معياري (0.62). وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. لذلك يعتبر محور المسؤولية اتجاه العملاء دال معنويا عند مستوى دلالة 0.05 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة

3- المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

جدول 7: الاحصاء لمحور المسؤولية اتجاه البيئة

رت	المؤشر	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	القيمة الاحتمالية	الوزن النسبي	الترتيب
1	تتبع الشركة أساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تكفل تقليل المخلفات.	4.22	.75	.000	84.4	1
2	تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات قيم الإدارة وثقافة الشركة بشكل عام.	3.85	.76	.000	77	3
3	تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.	3.80	.84	.000	76	4
4	تستخدم الشركة تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث التربة والماء والهواء .	3.88	.84	.000	77.6	2
5	لدى الشركة خطة للطوارئ في حال حدوث كوارث بيئية.	3.61	.86	.005	72.2	5
	المتوسط العام	3.87	.61	.000	77.4	

عالية وقد جاءت العبارة ، (تتبع الشركة أساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تكفل تقليل المخلفات) في الترتيب الاول، المتوسط الحسابي لها (4.22) وبوزن نسبي 84.4% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. وجاءت العبارة ، (لدى الشركة خطة للطوارئ في حال حدوث كوارث بيئية) في المرتبة الأخيرة المتوسط الحسابي لها (3.61) وبوزن نسبي 72.2% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. وذلك وفقا لرود عينة الدراسة.

من الجدول السابق يتضح:

أن مفردات عينة الدراسة وفقا لمحور " المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة " أشارت إلى الاتجاه بالموافقة، لحد ما هذا وقد بلغ المتوسط العام لإجمالي المحور (3.87) وان الوزن النسبي 77.4% وانحراف معياري (0.61). وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. لذلك يعتبر محور المسؤولية اتجاه البيئة دال معنويا عند مستوى دلالة 0.05 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة

جدول 8: الاحصاء لمحاور المسؤولية الاجتماعية

رت.	المؤشر	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	القيمة الاحتمالية	الوزن النسبي	الترتيب
1	المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	3.99	.45	.000	79.8	2
2	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء	4.14	.62	.000	82.8	1
3	المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	3.87	.61	.000	77.4	3
	المتوسط العام	3.24	.61	.000	80%	

2.4 النتائج المتعلقة بمحور اثار جائحة كورونا:

نتائج الدراسة المتعلقة بالسؤال الثاني:

ما مستوى الحد من اثار جائحة كورونا من وجهة نظر الموظفين و الاداريين العاملين في الشركة من خلال توفر مؤشراتته ؟ من اجل الاجابة على هذا السؤال ثم استخدام المقاييس الإحصائية الاتية: (المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، الترتيب ، ودرجة الاستجابة) لمجالات الحد من اثار جائحة كورونا والجدول التالي يوضح ذلك

من الجدول السابق يتضح:

أن اتجاهات مفردات عينة البحث قد أظهرت اتجاهها عاما نحو الموافقة ، على إجمالي محاور " المسؤولية الاجتماعية " وذلك بمتوسط حسابي قدرة (3.24) وانحراف معياري (0.54) وبدرجة متوسطة وهي على التوالي (المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء ، المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع ، المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة)

جدول 9: الاحصاء لمحور اثار جائحة كورونا

رت.	المؤشر	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	القيمة الاحتمالية	الوزن النسبي	الترتيب
1	تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة في تقديم الادوية والكمادات وغيرها من المستلزمات الطبية للمجتمع وذلك للمساعدة في ظل ازمة جائحة كورونا	3.37	1.06	.000	67.4	7
2	تلتزم الشركة بقرار المجلس الرئاسي بشأن تواجد 10% فقط من العاملين والإداريين بالشركة وذلك للحد من مخاطر جائحة كورونا .	4.39	.70	.000	87.8	3
3	تلتزم الشركة بالإجراءات الاحترازية التباعد الاجتماعي بين موظفيها وعمل مندوبين للتواصل مع العملاء لمنع الاتصال المباشر معهم للحد من تأثير الجائحة .	4.56	.50	.000	91.2	1
4	تقوم الشركة بتعقيم مواقع العمل لديها وتوفير الكمادات للإداريين والموظفين العاملين بها طوال الدوام الرسمي.	4.49	.67	.000	89.8	2
5	قامت الشركة بالتخفيض من اسعار المكالمات مساعدة منها لكل فئات المجتمع في ظل جائحة كورونا .	3.68	.84	.000	73.6	6
6	خفضت الشركة من اسعار خدمات الانترنت منذ بداية جائحة كورونا	3.71	.97	.000	74.2	5
7	ساهمت الشركة مع الجهات ذات العلاقة في حملة التوعية من مخاطر جائحة كورونا .	3.98	.76	.000	79.6	4
8	تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة بتعقيم البيئة الخارجية للحد من تاثير جائحة كورونا .	3.36	.91	.000	82.6	8
	المتوسط العام	3.76	.56	.000	80.77%	

الاجتماعية والحد من اثار جائحة كورونا في شركة ليبيا للهاتف المحمول.

4.4 نتائج الدراسة :-

1- اظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية موجبة بين تطبيق محاور المسؤولية الاجتماعية والحد من اثار جائحة كورونا في شركة ليبيا للهاتف المحمول.

2- اظهرت نتائج الدراسة أن هناك توفر لأبعاد ممارسة المسؤولية الاجتماعية في شركة ليبيا للهاتف المحمول وبدرجة عالية وهذا يتفق مع الدراسة (1) والتي تعتمد ممارسات المسؤولية الاجتماعية .

3- جاء ترتيب أبعاد المسؤولية الاجتماعية على التوالي (المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء ، المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع ، المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة)

4- اظهرت نتائج الدراسة أن درجة الحد من تأثير جائحة كورونا ، والمتمثلة في " توفير الكمامات والمستلزمات الطبية للمجتمع ، والالتزام بقرار المجلس الرئاسي ، وتعقيم البيئة الخارجية والداخلية " في الشركة عالية وذلك حسب وجهة نظر الموظفين والإداريين العاملين فيها.

4.5 التوصيات:

1. زيادة وعي الموظفين والإداريين بالشركة بأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية باعتبارها من أكثر الأنماط المناسبة لمواجهة جائحة كورونا.

2. ان تعمل شركة ليبيا للهاتف المحمول على ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين لديها.

3. ان ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركة ليبيا طوال ازمة كوفيد -19 تخلق صورة جيدة وسمعة ممتازة لدى زبائن الشركة وبالتالي جذب المزيد من العملاء في المستقبل.

4. توجيه البحوث والمهتمين مستقبلا حول اجراء العديد من الدراسات حول توسيع افق هذه الدراسة وتحديد فيما إذا كانت اثار جائحة كورونا تختلف باختلاف الجنس والعمر والمستوى التعليمي والوظيفي وغيرها باستخدام الاساليب الاحصائية المناسبة مثل اختبار T وتحليل التباين.

5.المراجع

- [1]- S. Vethirajan Mahalingam ،"Corporate Social Responsibility Practices by Indian،" A Journal Of Composition Theory ،pp. 67- 77 ،May 2020.
- [2]- L. H. Hongwei He،The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility

من الجدول السابق يتضح:

أن مفردات عينة الدراسة وفقا لمحور " اثار جائحة كورونا " أشارت إلى الاتجاه بالموافقة، لحد ما هذا وقد بلغ المتوسط العام لإجمالي المحور (3.94) وان الوزن النسبي 80.8% وانحراف معياري (42). وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. لذلك يعتبر محور الحد من اثار جائحة كورونا دال معنويا عند مستوى دلالة 0.05 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة عالية وقد جاءت العبارة (لتلزم الشركة بالإجراءات الاحترازية التباعد الاجتماعي بين موظفيها وعمل مندوبين للتواصل مع العملاء لمنع الاتصال المباشر معهم للحد من تأثير الجائحة .) في الترتيب الاول، المتوسط الحسابي لها (4.56) وبوزن نسبي 91.2% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. وجاءت العبارة ، (تساهم الشركة مع الجهات ذات العلاقة بتعقيم البيئة الخارجية للحد من تأثير جائحة كورونا .)، في المرتبة الأخيرة المتوسط الحسابي لها (3.36) وبوزن نسبي 82.6% وان القيمة الاحتمالية تساوي 0.000. وذلك وفقا لردود عينة الدراسة.

4 نتيجة اختبار فرضية الدراسة:

كان نص الفرضية على النحو التالي:

(لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين محاور المسؤولية الاجتماعية والحد من اثار جائحة كورونا في شركة ليبيا للهاتف المحمول حسب وجهة نظر الموظفين والإداريين العاملين فيها.) ولاختبار صحة الفرضية من عدمها تم استخدام معامل ارتباط

بيرسون

جدول 10: جدول معامل الارتباط بين محاور المسؤولية

المحور	قيم معامل الثبات	قيمة معامل الصدق
المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	0.816	0.903
المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء	0.822	0.919
المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	0.809	0.863
الحد من اثار جائحة كورونا	0.628	0.853

ومن الجدول السابق يتضح:

أن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) بين محاور المسؤولية الاجتماعية والحد من اثار جائحة كورونا وبلغت قيمة مستوى الدلالة (0.00) حيث انها أقل من (0.01)، وبلغ معامل الارتباط (R) (0.685**). مما يدل على وجود علاقة ارتباطية موجبة ، اما قيمة معامل التحديد (R²) فكانت (479). فيفسر ما نسبته (47.9%) من التباين في المتغير التابع وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل بوجود علاقة معنوية بين تطبيق محاور المسؤولية

- [11]-ا. ط. م. و. ص. مهدي، - ، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع، 2010.
- [12]- م. ع. بدوي، - ، المحاسبة عن التأثيرات البيئية والمسؤولية الاجتماعية للمشروع، الإسكندرية .، الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2000.
- [13]- س. ن. و. شقيق، التسويق مفاهيم معاصرة، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2006.
- [14]- م. م. وهيب، "دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة"، 6 2011. [متصل]. Available: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy> /topics/68347/posts/159111 . [تاريخ الوصول 5 2020 10].
- [15]- ص. الرأي، " شركات الاتصالات تؤكد دورها في المسؤولية الاجتماعية تجاه الظروف الطارئة التي يمر بها الوطن"، 24 03 2020. [متصل]. Available: <http://alrai.com/article/10529867> . [تاريخ الوصول 15 9 2020].
- [16]- ش. اليدوي، "جريدة البورصة الاقتصادية ، شركات الاتصالات في تحدى "كورونا"،" 25 05 2020. [متصل]. Available: <https://alborsaanews.com/2020/05/25/135> . [تاريخ الوصول 20 8 2020].
- [17]- ب. حمال، "صحيفة المرصد المصري كيف تفاعلت 8 شركات اتصالات عالمية مع جائحة كورونا 16-5-2020"، 16 5 2020. [متصل]. Available: <https://marsad.ecsstudies.com/30858> . [تاريخ الوصول 18 6 2020].

- and marketing philosophy," Journal of Business Research, pp. 176-182, 2020.
- [3]- V. Filimonau ،B. Derqu و J. Matute، "The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior," International Journal of Hospitality Management , pp. p1-p13, 2020.
- [4]- ر. م. العناتي، "محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات"، تأليف ال مؤتمر الدولي السابع، الزرقاء، 2009.
- [5]- م. فلاق، المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية "جيزي، موبيليس، نجمة"، الشلف، 2011.
- [6]- م. فلاق، "المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية (سوناطراك الجزائرية ، ارامكو السعودية) انموذجا"، مجلة الباحث، 2013.
- [7]- و. نزال، أ. أبوغدة، أ. عمر، م. أبوحجلة و ب. عرفات، اثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء (حالة دراسية لشركة جوال فلسطين، 2011.
- [8]- م. ا. ل. والتمية، "كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع"، تأليف الاتجاهات والقضايا الراهنة، نيويورك، 2004.
- [9]- ف. م. عيسى، - المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات، القاهرة، 2011.
- [10]- ا. محمد، - (المسؤولية الاجتماعية للإدارة،، الاسكندرية، مصر.: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007.