



العلاقة بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والالتزام التنظيمي دراسة ميدانية

إعداد

د. أمنية عبدالعظيم هلال

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة – جامعة الزقازيق

omnia_hilal@zu.edu.eg

أ.د. مها محمد البنوي

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

كلية التجارة – جامعة الزقازيق

maha_elbanawey@yahoo.com

أمل أحمد عبد الخالق أحمد

المعيدة بقسم إدارة الأعمال

كلية التجارة – جامعة الزقازيق

dr.amalahmed99@gmail.com

مجلة البحوث التجارية - كلية التجارة جامعة الزقازيق

المجلد السادس والأربعون - العدد الثاني أبريل 2024

رابط المجلة: <https://zcom.journals.ekb.eg/>

ملخص

استهدفت الدراسة الحالية قياس العلاقة بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي بالتطبيق علي العاملين ببعض من الشركات المدرجة في مؤشر المسؤولية الاجتماعية المصري، إستندت الباحثة المنهج الوصفي والتحليلي، وتم تجميع البيانات الأولية من خلال قائمة الإستقصاء تم توجيهها للعاملين في الشركات محل الدراسة، حيث اعتمدت الباحثة علي عينة قوامها 350 مفردة، وتم تحليل البيانات من خلال تحليل الإنحدار ، وأظهرت النتائج الرئيسية للدراسة إلي وجود علاقة إيجابية معنوية بين بعدي المسؤولية الاجتماعية للشركات وهما (المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، والبعد العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات) والإلتزام التنظيمي، كذلك عدم وجود علاقة إيجابية معنوية لبقية أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

مصطلحات أساسية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، الإلتزام التنظيمي، مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات المصري

أولاً: مقدمة

تعد ممارسات الإلتزام التنظيمي أحد أهم الإتجاهات التنظيمية التي لها دورا هاما وحيويا في سلوكيات العاملين داخل منظماتهم، حيث حظي مفهوم الإلتزام التنظيمي إهتمام أغلب الدراسات الحديثة لما له من دور محدد ورئيسياً لدراسة السلوك التنظيمي (Gharleghi,2018)، حيث تطورت وتغيرت النظرة إلي المورد البشري في المنظمات بعد أن كان ينظر إليه علي أنه عنصر من عناصر الإنتاج، أصبح أساس إستمرار المنظمات ومصدر تميزها وقوتها وتحقق لها ميزة تنافسية، وأضحت المنظمات تتنافس فيما بينها للإهتمام بالموارد البشرية من خلال تدريبها وتحفيزها وتطويرها لتعزيز مستوي الإلتزام التنظيمي لديها وبالتالي زيادة الإنتاجية (احمد،2022؛ الدعجة،2021).

تسعي الكثير من منظمات الاعمال والشركات جاهدة لإبراز مدي تأثيرها الإجتماعي والبيئي داخل المجتمع من خلال تبني برامج ممارسات المسؤولية الإجتماعية للشركات (Papacharalampous, 2021)، وفي الوقت الحاضر تمثل المسؤولية الإجتماعية للشركات مكونا إستراتيجيا في مختلف القطاعات الصناعية، حيث يقوم القائمين علي تنمية الموارد البشرية بدمج برامج المسؤولية الإجتماعية للشركات بشكل متزايد في إستراتيجيتهم التنموية (Aguinis&Glavas,2012)، حيث تعطي تصورات العاملين لممارسات المسؤولية الإجتماعية للشركات فهما شاملا لتأثيرها علي النتائج المتعلقة بالعمل والأداء التنظيمي وسلوكيات العاملين بالمنظمات مثل الثقة التنظيمية والإلتزام التنظيمي وسلوك المواطن التنظيمية والرضا الوظيفي (e.g., Hofman&Newman,2014;Zhao,2019;Rupp,2013;Wang,2020).

يعتبر الإلتزام التنظيمي نتيجة لتبني الشركات لممارسات المسؤولية الإجتماعية تجاه الموظفين (Farooq,Payaund, 2014)، فعندما يدرك الموظفون أن مؤسساتهم تعمل لصالح المجتمع وأصحاب المصلحة فإنهم يشعرون بإرتباط نفسي أكبر بمنظماتهم (Stawiski,2010)، حيث تعمل المسؤولية الإجتماعية للشركات علي تحسين صورة الشركة وسمعتها وتزيد من إهتمام وجذب وتحفيز العملاء والموظفين وأصحاب المصلحة، الذين يشكلون دوراً هاماً لنجاح أي شركة (e.g., Bouraoui,2020;Sahlanan,2010)، حيث يشعرون العاملين بالسعادة في كونهم أعضاء في شركات ذات سمعة جيدة ويفكرون بإيجابية وبالتالي فإن أنشطة المسؤولية الإجتماعية لها علاقة وتأثيراً كبيراً وقوياً علي الإلتزام التنظيمي (e.g.,Davis,2018;Sahlanan, 2010).

وتباينت نتائج الدراسات المتعلقة بطبيعة هذه العلاقة، فهناك دراسات أثبتت وجود علاقة معنوية بين المسؤولية الإجتماعية والإلتزام التنظيمي مثل (e.g., George, 2020; Ogunleye, 2021)، كما يوجد دراسات أثبتت عدم وجود علاقة معنوية بين المسؤولية الإجتماعية والإلتزام التنظيمي مثل دراسة (لطرش، 2020)؛ ومن هنا تبرز أهمية الحاجة إلي دراسة هذه العلاقة، وبناءا علي ما تقدم؛ فإن الدراسة الحالية تسعى إلي إختبار تأثير العلاقة بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي بالتطبيق علي العاملين بالشركات المدرجة في مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات المصري .

ثانيا الإطّار النظري والدراسات السابقة:

1/ المسؤولية الإجتماعية للشركات:

1/1 المفهوم والتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الإجتماعية: تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الأدب المعاصر بمراحل عديدة، المرحلة الأولى كان أبرزها ظهور المسؤولية الاجتماعية خلال فترة الخمسينيات من القرن الماضي، وركزت علي الإلتزام الأخلاقي للمشروع التجاري وأكد bowen, (1953) أن المسؤولية الاجتماعية هي إلتزام من قبل رجال الأعمال للتصرف وفق أهداف وقيم المجتمع (إسماعيل، 2021)، والمرحلة الثانية كانت فترة السبعينيات حيث أصبح لمفهوم المسؤولية الاجتماعية برامج وإستراتيجيات مجتمعية، أكد (Friedman, 1970) بأن المسؤولية الاجتماعية تهدف إلي استخدام موارد الشركة لزيادة وتعظيم الأرباح لمساهمتها (Dogan, 2019)، المرحلة الثالثة توصل (Freeman, 1984) إلى نظرية أصحاب المصلحة في الثمانينات وأكد أن الشركات يجب أن تفي بمجموعة من المسؤوليات الاجتماعية وتلبية مصالح أصحاب المصلحة (العلاء والموظفين والمستثمرين والموردين ، البيئة والحكومة والمجتمع) (Moghaddam, 2019) وتعتبر المرحلة الرابعة أحدث تصور للمسؤولية الاجتماعية وتتمثل في أنها إستراتيجية تتبناها الشركات لتحقيق ميزة تنافسية حيث تحول مفهوم المسؤولية الاجتماعية من إلتزام إلي إستراتيجية (Ogunleye , 2021).

تعددت محاولات تعريف المسؤولية الاجتماعية، حيث عرفها (Drucker, 1997) المسؤولية الاجتماعية بأنها إلتزام الشركات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه ، وأن تعكس سياستها مصلحة جميع الاطراف ذات الصلة بها من حملة الأسهم والعاملين والعلاء والمستهلكين والمجتمع ككل (أبو العزم، 2018)، ويرى (Taggamani, 2018) أن المسؤولية الاجتماعية هي أن تتحمل المنظمات

مسئولية تجاه العديد من أصحاب المصلحة وتستجيب طواعية للمصالح الاجتماعية والبيئية، كما عرفها Freeman علي أنها تتضمن المصالح الاجتماعية والتحديات البيئية بالمشاركة مع أصحاب المصلحة، وأن هدف المسؤولية الاجتماعية للشركات ليس فقط تحقيق مزيد من الأرباح ولكن تتحمل الشركة مسؤوليات اجتماعية للمجتمع المحيط بها (Walker,2019)، عرفها الاتحاد الأوروبي بأنها ذلك المفهوم التي تقوم الشركات بمقتضاه تبني اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل تطوعي دون الحاجة لسن قوانين إلزامية (إسماعيل،2021).

2/1 الأبعاد : إعتبر (Moghaddam,2019) أن نظرية أصحاب المصلحة واحدة من أكثر نظريات المسؤولية الاجتماعية للشركات إستخداما خلال العقود الماضية، وتعتبر جزء محدد ورئيسي لنظرية الإدارة، ويرى أن أصحاب المصلحة الأساسيين هم الموظفين، العملاء، المجتمع، البيئة، كذلك تتأثر ممارسات المنظمة بمدى رضا أصحاب المصلحة الرئيسيين، والتي تؤثر بشكل واضح علي أداء الشركات، ونتيجة ما سبق يمكن للباحثة أن توضح أبعاد المسؤولية الاجتماعية علي النحو التالي :

1/2/1 المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه المساهمين: يقصد بها أن تتحمل الشركة مسؤولية إجتماعية تجاه المساهمين والمستثمرين والمالكين فعلي الشركة أن تمتلك ممارسات المحافظة علي قيمة إستثماراتهم مما يوفر لهم عائدا عادلا في مشاركتهم في المنظمة (Poudel,2018)

2/2/1 المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه العملاء: تعرف بأنها يجب علي الشركات أن تهتم بعملائها من خلال الشفافية والإنضباط الذاتي وتطوير المنتجات، وبذل أقصى الجهود للتعرف علي احتياجاتهم والعمل علي تلبيتها فريضاء العملاء يؤثر علي قرارات الشراء المباشرة (preze,2016)، ويرى (Ogunleye,2021) أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية لديها القدرة علي خلق قيمة للعملاء، ووعي العميل بهذه القيمة يعزز المسؤولية الاجتماعية.

3/2/1 المسؤولية للشركات تجاه العاملين: يرى (Poudel,2018) : أن العاملون هم أصول الشركة فإذا كانت الإدارة تقدم عرضا مناسباً للراتب والحوافز المختلفة لهم سيكونون متحمسين للعمل بكفاءة وفعالية، هذا هو التزام الشركة الناشئ عن المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها الشركة، كما عرفها (Ogunleye,2021) أنها توفير التسهيلات وجهود مبذولة من الشركة لتعزيز نوعية الحياة وظروف العمل للموظفين، فالشركة التي تحسن ظروف العمل وممارسات العمل تؤدي في النهاية إلي زيادة الإنتاجية.

4/2/1 المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه المجتمع المحلي: تشمل مبادرات المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمعات المحلية المحيطة بالمنظمات والأعمال الخيرية وأنظمة الرعاية والتبرعات والبنية التحتية وتعزيز علاقاتها بالمجتمع، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاه المجتمع بمزيد من الجهد لرفاهية المجتمع المحيط بها، كل هذا يؤدي إلى خلق قيمة مضافة ليس فقط للمجتمع ولكن للشركة أيضاً (preze , 2016).

5/2/1 البعد العامل لمسؤولية الاجتماعية: عرفه (preze, 2016) على أنه أحد أبعاد أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تساعد أصحاب المصالح. وتشمل الأبعاد القانونية والأخلاقية التي تشير إلى مسؤوليات الشركات العامة، والتي تعود بالنفع على العديد من أصحاب المصلحة.

3/1 أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات: تحسن المسؤولية الاجتماعية صورة وسمعة الشركة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعاملين والتي تبني علي أساس الكفاءة في الأداء والنجاح في تقديم الخدمات والثقة المتبادلة بين الشركة وأصحاب المصالح ومستوي الشفافية التي تتعامل بها هذه الشركات ومدى مراعتها للإعتبارات البيئية (إسماعيل،2020)، كذلك تحقق المسؤولية الاجتماعية الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة والسيادة ومبدأ تكافؤ الفرص، وتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع، والإرتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة الوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد، وهذا يحقق الشعور بالعدالة الاجتماعية (المبروك،2020)، كذلك يؤدي الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلي تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى، بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية (المبروك،2020).

2/ الإلتزام التنظيمي :

1/2 المفهوم : تطور مفهوم الإلتزام التنظيمي من خلال العقود الخمس الماضية، فقد عرفه (Colquitt,2015) بأنه " رغبة من جانب الموظف أن يبقى عضواً في المنظمة "، وأشار (Landrum,2021) أن مفهوم الإلتزام التنظيمي هو الحالة التي يتطابق فيها أهداف الموظف مع المنظمة وأهدافها، لذلك، فإن قبول القيم التنظيمية ينعكس علي رغبتهم في البقاء مع المنظمة والولاء لها، كما عرف (Saladana,2021) الإلتزام التنظيمي بأنه هو إحساس الأفراد بفهم وتحقيق أهداف المنظمة والشعور بالمشاركة في الواجبات التنظيمية والشعور بالولاء للمنظمة.

2/2 الأبعاد : إقترح (Allen&Meyer,1990) نموذجا من ثلاثة أبعاد لإلتزام الموظف لوصف الأسس الخاصة بالإلتزام التنظيمي، وبمراجعة هذه الدراسات اتضح أن هناك شبه إتفاق علي أن للإلتزام التنظيمي ثلاثة أبعاد وهي (الإلتزام العاطفي ، المعيارى ، المستمر) وسوف نقوم توضيح هذه الأبعاد علي النحو التالي:

1/2/2 الإلتزام العاطفي : عرفه (Ntuli, 2018) بأنه ما يحدث عندما يتعرف الفرد علي المنظمة والمشاركة في أنشطتها ومن ثم يميل إلي الإرتباط العاطف بالمنظمة، ويتحقق الإلتزام العاطفي عندما تتوافق القيم التنظيمية مع قيم ومعتقدات الأفراد وبالتالي يكون الفرد أكثر إستعداداً للمساعدة في تحقيق الأهداف التنظيمية ، كما عرف (Allen&Meyer,1990) الإلتزام العاطفي علي أنه الإرتباط العاطفي للموظف وتوافق أهدافه مع أهداف المنظمة ومشاركته مع المنظمة مما أدي إلي رغبتهم في البقاء في المنظمة (Landrum,2021) .

2/2/2 الإلتزام المستمر: عرفه (Allen&Meyer,1990) بأنه التكاليف المصاحبة لترك المنظمة مما يؤدي إلي أن يفكر الفرد في البقاء مرة أخرى لأن مغادرة المنظمة ستكون أيضا مكلفة وقلة البدائل المتاحة أمام الفرد (George,2021)، ويشير (رضوان،2020) أنه إلتزام العامل تجاة المنظمة وإرتباطه بها الناتج عن تكلفة تركه لعمله بها، أي ما حققه العاملون من قيمة إستثمارية في حالة إستمرارهم في العمل مقابل ما سيفقده عن إلتحاقه بجهات عمل أخرى.

3/2/2 الإلتزام المعيارى: أكد (بركات،2022) بأنه إحساس العاملين بالإلتزام الأدبي للبقاء في المنظمة، وهذا النوع من الإلتزام مرده إلي دعم المنظمة الجيد للعامل وتفاعله الإيجابي معها ومشاركته في وضع الأهداف والسياسات العامة للمنظمة، وعادة أصحاب هذا التوجه يكونون من العاملين ذوي الضمير والذين يعملون وفق مصلحة المنظمة.

3/2 أهمية الإلتزام التنظيمي : تظهر أهمية الإلتزام التنظيمي بالنسبة للفرد أنه كلما زاد التوافق في القيم والأهداف بين الفرد والمنظمة أدي ذلك إلي إرتفاع الروح المعنوية للأفراد، وتنمية الشعور بتقدير الذات، وكذلك إثارة الدافعية لدي الأفراد (زقوت،2019)، كذلك يؤدي إلي تحقيق الرضا الوظيفي والولاء للمنظمة، وزيادة تماسك الأفراد وثقتهم بالمنظمة وبالتالي تحقيق الاستقرار التنظيمي، كذلك يحقق إنخفاض معدلات دوران العمل والغياب وترك العمل، (هنداوي،2020)، ويحقق الإلتزام التنظيمي توليد جو من الترابط والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد العاملين

أنفسهم وبين الزبائن أيضاً، ويحقق أيضاً زيادة الأداء والفاعلية لدى الأفراد وبالتالي زيادة الإنتاج المطلوب للمنظمات وزيادة الناتج القومي (هنداوي، 2020).

3/ الدراسات السابقة:

1/3 دراسة Ali، (2010): تهدف الدراسة إلى توضيح طبيعة العلاقة بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية الداخلية والالتزام التنظيمي إستناداً إلى نظرية التبادل الاجتماعي، وقد أجريت الدراسة على (336) موظفاً في القطاع المصرفي في الأردن، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي قوي بين كلا من أبعاد المسؤولية الاجتماعية الداخلية والالتزام العاطفي والالتزام المعياري، كما أكدت الدراسة عدم وجود أثر معنوي بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والالتزام المستمر

2/3 دراسة (Ming, 2015): الهدف من هذه الدراسة يتمثل في قياس مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات والالتزام التنظيمي في ماليزيا، وقد أجريت الدراسة على عينة من (150) مسئول تنفيذي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة معنوية إيجابية قوية بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والالتزام التنظيمي للموظفين

3/3 دراسة (Thang, 2016): تهدف إلى معرفة مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات على الالتزام التنظيمي في شركات الخدمات الفيتنامية حيث طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها 265 عينة من الموظفين، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود أثر معنوي إيجابي بين كلا من علاقات العمل والصحة والسلامة المهنية والتدريب والتعليم كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية الداخلية والالتزام التنظيمي، بينما أشارت إلى عدم وجود أثر بين الحوار الاجتماعي والتوازن بين الحياة والعمل كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية الداخلية والالتزام التنظيمي **4/3 دراسة (Elkassar, 2017)** استهدفت هذه الدراسة بحث الأثر المعدل للأهمية المدركة للمسؤولية الاجتماعية للشركات على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والالتزام المعياري والتماثل التنظيمي، وقد أجريت الدراسة على (287) مشاركاً من مختلف المنظمات في لبنان، وأوضحت نتائج الدراسة إلى وجود أثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية للشركات على الالتزام المعياري وقد زاد هذا الأثر بوجود التماثل التنظيمي كمتغير وسيط، كما أوضحت وجود أثر معنوي إيجابي للتماثل التنظيمي على الالتزام المعياري كما أوضحت وجود أثر معنوي للمسؤولية على التماثل التنظيمي.

5/3 دراسة (Nejati, 2018) تقيس هذه الدراسة أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات على الالتزام التنظيمي للموظفين بالإعتماد على التأثير الوسيط لأهمية المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية

علي هذه العلاقة، حيث طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها 142 متخصصا في مجال الاعمال بايران، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية معنوية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات والالتزام التنظيمي

6/3 دراسة (Dung, 2020) تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية الداخلية المدركة علي الالتزام التنظيمي العاطفي بين موظفي البنك، وقد اعتمدت الدراسة علي عينة مكونة من 300 موظف في البنك، وأظهرت نتائج هذه الدراسة إلى وجود أثر معنوي وقوي بين كلا من أبعاد المسؤولية الاجتماعية الداخلية المدركة وبين الالتزام التنظيمي العاطفي .

7/3 دراسة (George, 2020) تستهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات والالتزام التنظيمي من خلال الثقة التنظيمية والمعرفة التنظيمية ومدى تأثير أهمية وإتجاهات المسؤولية الاجتماعية علي هذه العلاقة ، أجريت هذه الدراسة الوصفية على عينة من 519 موظف من العاملين في قطاع التصنيع في الهند، وأظهرت نتائج هذه الدراسة إلى وجود أثر معنوي قوي للمسؤولية الاجتماعية علي الالتزام التنظيمي العاطفي بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر من خلال توسيط الثقة التنظيمية والمعرفة التنظيمية

8/3 دراسة (لطرش، 2020): هدفت الدراسة إلى معرفة ما مدى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية المدركة علي الإلتزام التنظيمي للعاملين. حيث تمت الدراسة علي عينة تتكون من 84 عامل في المنظمات الصحية بولاية باتنة ، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين فقط في تنمية الإلتزام التنظيمي للعاملين.

وفي ضوء استعراض نتائج الدراسات السابقة، يمكن للباحثة التعليق على هذه النتائج كما يلي:

1_ تناولت العديد من الدراسات المسؤولية الاجتماعية للشركات علي أنها تتضمن أبعاد (التعليم والتدريب، الصحة والسلامة، حقوق الإنسان، توازن حياة العمل، التنوع في مكان العمل، التنمية البشرية والتدريب) مثل دراسات (e.g., Ali, 2010; Dung, 2020)، وبعض الدراسات تناولت أبعاد المسؤولية الاجتماعية علي أنها (المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الخيرية، المسؤولية الأخلاقية) مثل دراسة (e.g., Ming, 2015; Thang, 2016)، وبعض الدراسات استخدمت أبعاد (المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين) مثل دراسات (George)، 2020، (لطرش، 2020)، وبالنسبة

للإلتزام التنظيمي تناولت العديد من الدراسات علي أنه يتضمن ثلاثة أبعاد هي (الإلتزام المستمر، الإلتزام العاطفي، الإلتزام المعياري) مثل دراسات ؛ (e.g.,Ming,2015; Thang,2016;Najati,2018)، إتمدت بعض الدراسات علي بعد وهو الإلتزام العاطفي مثل، (e.g.,Dung,2020;George,2020) ودراسة (Elkassar,2017) اعتمدت علي الإلتزام المعياري.

2_ تباينت نتائج الدراسات التي تناولت العلاقة بين المتغيرين فهناك دراسات أثبتت وجود علاقة معنوية بين المسؤولية الإجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي مثل دراسات (e.g.,George,2020;Dung,2020;Najati,2018) وهناك من أثبتت عدم وجود علاقة معنوية بين المسؤولية الإجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي مثل دراسة (لطرش،2020). وفي ضوء تعليق الباحثة السابق علي نتائج الدراسات السابقة، يمكن إيضاح في أسطر أوجه الأختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة كما يلي :

1_ سوف تعتمد الباحثة عند تناول المسؤولية الاجتماعية للشركات علي الابعاد (المسؤولية الإجتماعية للشركات تجاه المساهمين، المسؤولية الإجتماعية تجاه العملاء، المسؤولية الإجتماعية للشركات تجاه العاملين، المسؤولية الإجتماعية للشركات تجاه المجتمع، البعد العام للمسؤولية الإجتماعية للشركات) ؛ لأنها أكثر الابعاد شمولية في تناول المسؤولية الإجتماعية للشركات مثل دراسات (e.g.,Kazzem,2020;George,2020;ogunleye,2021)

2_ سوف تتناول الدراسة الحالية المسؤولية الإجتماعية للشركات ككل الداخلية والخارجية وأهمية التركيز علي إدراك العاملين لطبيعة ممارسة منظماتهم للمسؤولية الاجتماعية ككل الداخلية (العاملين) والخارجية (العملاء،الموردين، المساهمين...) والتي سوف تؤدي إلي تحقيق الإلتزام التنظيمي، كذلك يتمثل مجال التطبيق في هذه الدراسة الحالية علي الشركات المدرجة في المؤشر المصري للمسؤولية الإجتماعية للشركات وبالتالي فإن إهداف الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة حيث لم تتطرق دراسة للتطبيق علي هذا المجال التطبيقي.

ثالثا: مشكلة الدراسة:

بالإضافة إلي الفجوة البحثية التي تم التوصل إليها من الدراسات السابقة، قامت الباحثة بإجراء دراسة إستطلاعية لتحديد مدي وجود فجوة تطبيقية تمهيدا لتحديد مشكلة الدراسة، وفيما يتعلق بالدراسة الإستطلاعية فقد تمت من خلال عدد من المقابلات الشخصية غير الرسمية وغير

المهيكله باستخدام قائمة أسئلة بعبارات مفتوحة، قامت الباحثة بإعدادها بما يتوافق مع متطلبات الدراسة الحالية ، وقد قامت الدراسة علي عينة إستقرابية قوامها 30 موظف من موظفين شركة المصرية للإتصالات بالشرقية وشركة السويدي بالعاشر من رمضان ، كنماذج للشركات المدرجة بالمؤشر المصري للمسئولية الاجتماعية، وذلك للتوصل إلي مدي توافر متغيرات الدراسة في مجتمع البحث، و التأكد من الفهم المبدئي لمفردات ومصطلحات متغيرات الدراسة من قبل المستقسي منهم، والحصول علي مؤشرات مبدئية عن وجود علاقة بين متغيرات الدراسة، المساعدة في بلورة مشكلة الدراسة ، والتأكيد علي الفجوة التطبيقية وصياغة التساؤلات، تبين من نتائج الدراسة الإستطلاعية توافر متغيرات الدراسة في مجتمع البحث، وفهم مفردات ومتغيرات الدراسة من قبل المستقسي منهم، ووجود مؤشرات عن العلاقة بين متغيرات الدراسة، وبناءً علي ما تقدم يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: **ما هي طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي؟** ومنه ينبثق التساؤلات الفرعية التالية :

- _ ما هي طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه المساهمين والإلتزام التنظيمي؟
- _ ما هي طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه العملاء والإلتزام التنظيمي؟
- _ ما هي طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه العاملين والإلتزام التنظيمي؟
- _ ما هي طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع والإلتزام التنظيمي؟
- _ ما هي طبيعة العلاقة بين البعد العام لممارسات المسئولية الاجتماعية والإلتزام التنظيمي؟

رابعاً: أهداف الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة والتساؤل الرئيسي السابق تمت صياغة الهدف الرئيسي هو " **تحديد طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية للشركات و الإلتزام التنظيمي** " ، وينبثق منه الأهداف الفرعية الآتية :

- 1_ تحديد طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه المساهمين والإلتزام التنظيمي
- 2_ تحديد طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه العملاء والإلتزام التنظيمي.
- 3_ تحديد طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه العاملين والإلتزام التنظيمي.
- 4_ تحديد طبيعة العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع والإلتزام التنظيمي.
- 5_ تحديد طبيعة العلاقة بين البعد العام لممارسات المسئولية الاجتماعية والإلتزام التنظيمي.

خامساً: أهمية الدراسة:

يمكن الإشارة إلى الأهمية الأكاديمية والتطبيقية كالآتي:

1_ الأهمية الأكاديمية/العلمية :

1/1_ تمثل المسؤولية الاجتماعية للشركات أحد المجالات التي يتزايد الإهتمام بها بسبب الدور التي تلعبه في إدراك الشركة لأهمية المجتمع الذي تعمل فيه وأهمية المساعدة في تطويره، لذلك وجد أن هناك ضرورة إلى دراسة وقياس مدي طبيعة العلاقة التي تربط بين أبعاد ممارسات المسؤولية الاجتماعية والإلتزام التنظيمي، إذ يحاول هذا البحث الإسهام في تفعيل دور العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي إذ أنه مازالت طبيعة هذه العلاقة غير واضحة.

2/1_ سد الفجوة البحثية المتمثلة في تناقض نتائج الدراسات السابقة حول تأثير العدالة التنظيمية على طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي، فهناك دراسات أثبتت وجود علاقة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي وهناك دراسات أثبتت عدم وجود علاقة معنوية بينهم.

2_ الأهمية التطبيقية: ترجع أهمية الدراسة إلى الظروف الإقتصادية والإجتماعية والسياسية الذي يمر به الإقتصاد المصري، بما يتطلب من منظمات الأعمال أن تتحمل مسؤوليتها الإجتماعية وتلعب دورها بكفاءة في تنمية المجتمع، كذلك تنبع أهمية الدراسة من قطاع التطبيق، حيث أن الشركات المدرجة في مؤشر المسؤولية الاجتماعية تقوم بدور هام وحيوي ضمن إقتصاديات الدولة المهمة، تعتبر هذه الشركات هامة في الإقتصاد المصري لتنوعها في جميع القطاعات الغذائي والدوائي والإنشائي والإتصالات.

سادساً: فروض الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة تم صياغة عدد من الفروض التي تسعى الدراسة إلى إختبار مدي صحتها كما يلي: **الفرض الرئيسي " توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي لدي العاملين بالشركات محل الدراسة الميدانية " وينبثق من هذا الفرض الرئيسي الفروض الفرعية التالية:**

1/ توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين والإلتزام التنظيمي لدي العاملين بالشركات محل الدراسة الميدانية.

2/ توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء والإلتزام التنظيمي لدي العاملين بالشركات محل الدراسة الميدانية.

3/ توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ممارسات المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين والالتزام التنظيمي لدي العاملين بالشركات محل الدراسة الميدانية.

4/ توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ممارسات المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع والالتزام التنظيمي لدي العاملين بالشركات محل الدراسة الميدانية.

5/ توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين البعد العام للمسؤولية الإجتماعية والالتزام التنظيمي لدي العاملين بالشركات محل الدراسة الميدانية.

سابعاً: منهج الدراسة الميدانية:

1/ المنهج البحثي والطريقة البحثية:

يعد التصميم البحثي بمثابة الخطة الواجب اتباعها لتحقيق أهداف البحث في الإجابة على الأسئلة البحثية، كما أنه يعد الهيكل أو إطار كل مشكلة بحثية معينة (العاصي، 2023)، وهناك تصميمان بحثيان هما المنهج الوصفي والسببي، ولذلك ستعتمد الباحثة على المنهج الوصفي الذي يناسبه الملاحظة والاستقصاء، كما تعتمد على الاستقصاء كوسيلة لجمع البيانات من مفردات العينة.

2/ مجتمع الدراسة وعينة الدراسة ووحدة المعاينة:

1/2: **مجتمع الدراسة الميدانية:** يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المفردات التي تتوافر بها أبعاد ومتغيرات الدراسة وتشترك في خاصية أو صفة معينة (العاصي، 2023)، وقد قامت الباحثة بتحديد مجتمع الدراسة الحالية متمثلاً في الشركات المدرجة في مؤشر المسؤولية الإجتماعية للشركات المصري وعددهم 30 شركة.

2/2: **عينة الدراسة الميدانية:** يتم تحديد وحدات العينة الأساسية والثانوية كالتالي:

1/2/2: **تحديد وحدات العينة الأساسية:** تم تحديد حجم العينة الأساسية (عينة الشركات) المطلوب سحبها من الشركات بالإعتماد على العينة الطبقية، حيث تم تقسيم الشركات إلى كبيرة ومتوسطة وصغيرة الحجم، وتتمثل وحدات العينة الأساسية في كافة الأفراد الذين يعملون في 10 شركات أي 30% تقريباً من إجمالي حجم الشركات الذي يبلغ 30 شركة في مؤشر المسؤولية الإجتماعية.

2/2/2: **تحديد وحدات العينة الثانوية:** تم تحديد حجم العينة الثانوية (عينة المستقضي منهم) عن طريق استخدام جدول العينات (Sekaran & Baugies, 2016) تم تحديد حجم العينة المناسب وهو 384 مفردة، ونظراً لعدم تجانس مجتمع الدراسة فيما يتعلق بالخصائص المطلوب دراستها، وكذلك التباين في أعداد العاملين والقطاعات الخاصة بهذه الشركات فقد تم الاعتماد في سحب عينة الدراسة على العينة العشوائية، وتستخدم طريقة التوزيع المتناسب لتوزيع إجمالي وحدات العينة

الثانوية علي شركات العينة الأساسية النهائية العشرة، وبلغ الحجم النهائي لعينة الدراسة 350 مفردة، وبذلك فإن نسبة الإستجابة كانت 91%، وتم تحديد عدد مفردات العينة التي تم سحبها عشوائياً في كل شركة من الشركات بإستخدام طريقة التوزيع المتناسب، ويوضح الجدول (1) توزيع عينة الدراسة .

جدول (1) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الشركات

م	اسم الشركة	عدد العاملين	حجم العينة المطلوبة	أعداد القوائم المستوفاه	نسبة الاستجابة
1	البنك التجاري الدولي	6000	19	18	94%
2	ايديتا للصناعات الغذائية	6000	19	15	78%
3	النساجون الشرقيون	22600	74	70	94%
4	المصرية للإتصالات	53300	174	156	89%
5	السويدي اليكترتيك	15000	50	48	96%
6	ايببكو	5000	17	15	88%
7	راية لخدمات الإتصالات	1700	6	5	83%
8	القابضة المصرية الكويتية	1000	4	4	100%
9	ابن سينا فارما	5500	18	15	83%
10	الصعيد العامة للمقاولات والاستثمار العقاري	1000	4	4	100%
	الاجمالي6	117000	384	350	91%

المصدر: من إعداد الباحثة

3/ توصيف مفردات عينة الدراسة:

تم توصيف عينة الدراسة وفقاً لبعض المتغيرات الديمجرافية (النوع، المؤهل العلمي، العمر، الحالة الاجتماعية، المسمى الوظيفي، مدة الخدمة) وذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (2) توصيف مفردات العينة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية في الشركات محل الدراسة

المتغير	الفئة	التكرارات	النسب المئوية
النوع	ذكر	245	8,69%
	أنثي	105	2,30%
الإجمالي		350	100%
المؤهل العلمي	مؤهل متوسط	64	1,18%
	مؤهل فوق المتوسط	118	9,33%
	مؤهل جامعي	161	3,46%
	مؤهل أعلى من الجامعي	6	7,1%
الإجمالي		350	100%
العمر	أقل من 30 سنة	116	8,32%
	من 30 إلى 45 سنة	209	1,60%
	أكبر من 45 سنة	25	2,7%
الإجمالي		350	100%

الحالة الإجتماعية	أعزب	82	6,23%
	متزوج	268	4,76%
الإجمالي		350	100%
المسمي الوظيفي	رئيس قسم	46	2,13%
	أخصائي	121	8,34%
	فني	183	52%
الإجمالي		350	100%
مدة الخدمة	أقل من 5 سنوات	110	6,31%
	من 5 إلى 10 سنوات	185	6,52%
	أكثر من 10 سنوات	55	8,15%
الإجمالي		350	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يوضح الجدول السابق الفروق بين المتغيرات الديموجرافية بحسب فئاتها، حيث أن أغلبية عدد المفردات في فئة النوع هو الذكور بنسبة 69.8%، وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي تبيّن أن فئة المؤهل الجامعي 46.3%، في حين إنخفضت في مؤهل أعلى من الجامعة وبلغت نسبته 1.7%، بالإضافة إلي فئة العمر، ففي حين تركز المستقضي منهم في الفئة العمرية من 30 إلى 45 سنة بنسبة بلغت 60.1%، وانخفضت في فئة أعمارهم أكبر من 45 سنة بنسبة 7.2%، والحالة الإجتماعية تبيّن أن أغلب المستقضي منهم من فئة متزوج بنسبة 76.4%، وبالنسبة للمسمي الوظيفي يعد فئة فني هو الأكثر بين البقية بنسبة 52%.

4/ متغيرات الدراسة وطرق قياسها:

1/4 المسؤولية الإجتماعية للشركات: واستنادا إلي مبادئ نظرية أصحاب المصلحة Stakholders بأن المسؤولية الإجتماعية للشركات تشتمل علي خمسة أبعاد متمثلة في " العملاء، العاملين، المساهمين، المجتمع، البعد العام ". والتي تم بالفعل إختبار درجة ثباتها وتأكيدا في العديد من الدراسات مثل (George, e.g., 2020; ogunleye, Kazzem, 2020; 2021; preze, 2016) وتم الاعتماد عليها عند تكوين بنود القياس الخاصة بكل بعد من أبعاد المسؤولية الإجتماعية وذلك علي النحو التالي :

_ **المسؤولية الإجتماعية للشركات تجاه المساهمين:** تم القياس من خلال 3 عبارات والتي تشير إلي إلتزام الشركة تجاه المساهمين، واعتمدت علي مقياس Perez&delBosque الذي استخدمه في دراسة (Perez&delBosque, 2016)، ويتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبيا حيث ألفا كرونباخ لهذا المقياس = 0.79

_ **المسؤولية الإجتماعية للشركات تجاه العملاء:** تم القياس من خلال 5 عبارات والتي تشير إلي صدق المعلومات المقدمة عن منتجات وخدمات الشركة لعملائها، واعتمدت علي مقياس

Perez&delBosqu الذي استخدمه في دراسة (Perez&delBosque,2016)، ويتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبيا حيث ألفا كرونباخ لهذا المقياس =0.85.

_ **المسئولية الإجتماعية للشركات تجاه العاملين:** تم القياس من خلال 5 عبارات والتي تشير إلتزام الشركة للمسئولية تجاه العاملين بها، واعتمدت على مقياس Perez&delBosqu الذي استخدمه في دراسة (Perez&delBosque,2016)، ويتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبيا حيث ألفا كرونباخ لهذا المقياس =0.88

_ **المسئولية الإجتماعية للشركات تجاه المجتمع:** تم القياس من خلال 8 عبارات وتشير للقضايا المتعلقة بتنمية المجتمع وحماية البيئة من قبل الشركة، واعتمدت على مقياس Perez&delBosque الذي استخدمه في دراسة (Perez&delBosque,2016)، والذي يتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبيا حيث ألفا كرونباخ لهذا المقياس =0.89

_ **البعد العام للمسئولية الإجتماعية للشركات:** تم القياس من خلال 3 عبارات وتشير للقضايا الأخلاقية والقانونية التي تقوم بها الشركة، واعتمدت على Perez&delBosque الذي استخدمه في دراسة (Perez&delBosque,2016)، ويتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبيا حيث ألفا كرونباخ لهذا المقياس =0.82

2/4 الإلتزام التنظيمي: تعتمد الباحثة علي ثلاثة أبعاد للإلتزام التنظيمي (الإلتزام المستمر ، والإلتزام المعياري ، والإلتزام العاطفي)، إعتمدت الباحثة علي مقياس (Allen&Mayer,1990) ، وهناك العديد من الدراسات التي استخدمت هذا المقياس ومنها (هنداوي،2020؛ النشمي،2018)، (e.g.,Saldana,2021; George,2021) والتي تم الاعتماد عليها عند قياس كل بعد من أبعاد الإلتزام التنظيمي وذلك علي النحو التالي :

_ **الإلتزام العاطفي:** تم قياسه بـ 8 عبارات والتي تشير إلي ارتباط الفرد عاطفيا بالمنظمة والاندماج فيها وتوافق أهدافه مع أهداف المنظمة، واعتمدت علي مقياس (George,2021) ويتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبياً حيث أن ألفا كرونباخ لهذا المقياس = 0.76

_ **الإلتزام المستمر:** تم قياسه بـ 8 عبارات ويشير لمدي رغبة الفرد القوية بالبقاء والإستمرار في المنظمة لا اعتقاده بأن ترك العمل فيها يكلفه الكثير، اعتمدت علي مقياس (George,2021) ، ويتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبيا حيث أن ألفا كرونباخ لهذا المقياس = 0.83

_ **الإلتزام المعياري:** تم قياسه بـ 7 عبارات ويشير إلي إعتقادات أو تصورات الشخص تجاه المنظمة والتي تأتي من خلفية انتمائه والتزامه لها، واعتمدت علي مقياس (George,2021) ويتمتع بمستوي صدق وثبات مرتفع نسبيا حيث أن ألفا كرونباخ لهذا المقياس = 0.77

5/ أسلوب جمع البيانات:

إعتمدت الباحثة على نوعين من البيانات هما: البيانات الثانوية من خلال المراجع العربية والأجنبية ودوريات ورسائل عملية، وكذلك البحوث السابقة المتعلقة بموضوع البحث أو أحد جوانبه، وشبكة الإنترنت والتي تكون منها الأساس النظري، البيانات الأولية والتي تم الحصول عليها من خلال قائمة الاستقصاء من العاملين محل الدراسة وتفريغها وتحليلها بما يمكن الباحثة من التوصل لنتائج التحليل الإحصائي للبيانات.

ثامناً: اختبار أداة الدراسة:

قامت الباحثة باختبار الصدق والثبات لقائمة الإستقصاء كالتالي:

1/ اختبار صدق قائمة الإستقصاء: يعني مدي قدرة ومناسبة المقياس لقياس ما يرغب الباحث في قياسه فعلا. وتم التأكد من صلاحية قائمة الإستقصاء من خلال مراجعة الدراسات السابقة، بالإضافة إلى إجراء الصدق الظاهري بعرض القائمة على مجموعة من الحكمين من الأساتذة المتخصصين في مجال إدارة الأعمال.

2/ اختبار ثبات قائمة الإستقصاء: يشير مفهوم الثبات بأنه درجة خلو المقياس من الأخطاء، ولذلك فإنه يؤدي إلى نفس النتائج أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها إعادة القياس (العاصي، 2023)، ويوضح الجدول التالي تلخيص لنتائج اختبار ثبات عبارات أبعاد متغيرات الدراسة

جدول رقم (3) نتائج اختبار ثبات عبارات أبعاد متغيرات الدراسة

م	أبعاد وعبارات متغيرات الدراسة	عدد عبارات المقياس	معامل ألفا كرونباخ
1	المسئولية الاجتماعية للشركات	25	928,0
	تجاه المساهمين	3	712,0
	تجاه العملاء	5	823,0
	تجاه الموظفين	5	806,0
	تجاه المجتمع	8	847,0
	البعد العام	4	816,0
2	الالتزام التنظيمي	23	932,0
	الالتزام العاطفي	8	881,0
	الالتزام المستمر	8	809,0
	الالتزام المعياري	7	0.885

المصدر من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أن معامل ألفا كرونباخ لجميع أبعاد ومتغيرات الدراسة المستقلة، والتابعة) تزيد عن المستوى الأدنى المقبول وهو 0,07. وتعد هذه القيم مقبولة بالشكل الذي يعكس توافر الاعتمادية والثقة بمقاييس متغيرات الدراسة وصلاحياتها للتحليل.

تاسعاً: التحليل العاملي التوكيدي:

يستخدم العاملي التوكيدي للتأكد من الصدق البنائي لمقاييس الدراسة، والتأكد من فروض البنية العاملية وصحة النموذج وصلاحيته، وتوضح الجداول التالية نتائج تحليل العامل التوكيدي لكل متغير من متغيرات الدراسة

1/ التحليل العاملي التوكيدي لمتغير المسؤولية الإجتماعية للشركات:

يستخدم للتأكد من مؤشرات الصدق البنائي التقاربي لمقياس المسؤولية الإجتماعية للشركات كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (4) مسارات التحليل العاملي التوكيدي لمتغير المسؤولية الإجتماعية للشركات

مستوي المعنوية	الانحراف المعياري SE	قيمة(ت) (CR)	التشبع	أبعاد وعبارات المتغير المستقل	
				المسؤولية الإجتماعية للشركات	
			507,0	تستهدف الشركة تعظيم أرباح المساهمين	تجاه المساهمين
00000	134,0	794,7	543,0	تضع الشركة إجراءات رقابية صارمة علي علاقاتها المالية الخاصة بالمساهمين	
00000	153,0	681,8	656,0	تسعي الشركة إلي ضمان النجاح علي المدى الطويل	
			0.625	تتبع الشركة إجراءات تحترم شكاوي العملاء	تجاه العملاء
0000	107,0	544,10	0.652	تبذل الشركة جهدها لمعرفة إحتياجات العملاء	
0000	119,0	360,11	720,0	تحرص الشركة علي تطوير منتجاتها/ خدماتها بما يتوافق مع إحتياجات العملاء	
0000	131,0	114,12	790,0	تعمل الشركة علي توفير معلومات كاملة عن المنتجات/ الخدمات	
00000	118,0	10.917	0.683	تتعامل الشركة مع عملائها بشفافية	
			0.759	تسعي الشركة دائماً لدفع التعويضات العادلة للعاملين بها (كالأجور والحوافز)	تجاه العاملين
00000	055,0	538,13	736,0	تتبنى الشركة سياسات السلامة في العمل للعاملين بها	
00000	069,0	495,10	572,0	تتجنب إدارة الموارد البشرية بالشركة كافة أشكال التمييز (العمر، الجنس، العرق، الدين) في ممارسة أنشطتها(علي سبيل المثال: التوظيف/ الترقية	
00000	057,0	824,10	589,0	تحرص الشركة علي إمداد عاملها بالتدريب الذي يحتاجه	
00000	0.065	808,12	695,0	تتسم خطط الشركة تجاه العاملين بها بالمرونة(مثل سياسة الدوام الجزئي)	

			642,0	تساهم الشركة في حل المشاكل الاجتماعية تجاه المجتمع التي تنتمي إليه (مثل تطوير القرى)	تجاه المجتمع
00000	0.081	676,10	626,0	تساهم الشركة مالياً في المشروعات الخيرية مثل (بنك الطعام) مما يدعم صلتها بالبيئة التي تنتمي إليها	
00000	087,0	032,9	516,0	تساهم الشركة في تمويل المناسبات الثقافية والرياضية (مثل دوري كرة القدم للمدارس) مما يدعم صلتها بالبيئة التي تنتمي إليها	
00000	087,0	878,11	712,0	تلعب الشركة دوراً ملحوظاً في توفير فرص عمل للشباب	
00000	082,0	027,13	803,0	تساهم الشركة في تطوير المجتمع الذي تنتمي إليه	
00000	079,0	152,12	733,0	تتبنى الشركة سلوكيات صديقة للبيئة مثل (الحفاظ على المياه، الكهرباء) لحماية البيئة الطبيعية	
00000	089,0	894,10	641,0	ترشد الشركة من إستخدامها للمواد/ الطاقة (مثل إعادة التدوير)	
			615,0	تأخذ الشركة في إعتبارها تأثير أنشطتها على البيئة (مثل التلوث)	
00000	085,0	530,11	755,0	تهتم الشركة بالوفاء بالتزاماتها تجاه مورديها	البيعد العام
0000	089,0	469,10	660,0	تلتزم الشركة بمواد القانون المعمول بها في الدولة ذات الصلة بأنشطتها	
00000	083,0	11.686	771,0	تهتم الشركة بالوفاء بالتزاماتها تجاه كافة الاطراف التي تتعامل معها	
00000	090,0	812,10	689,0	تشير تصرفات الشركة المعلنه الى التزامها بالمبادئ الأخلاقية	
704 GFI =0.787 NFI = 0.750 TLI =0.763 CFI = 0.791 ، Model fit indicator : x2 /df = 4 RMSEA = 0.098					

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول أن درجة المطابقة الكلية للنموذج المقترح منخفضة، حيث أن مؤشرات المعنوية ليست بالحدود المقبولة، فبلغ مؤشر جودة المطابقة $CFI = 0.791$ ، ومؤشر جودة المطابقة المقارن $GFI = 0.787$ ، ومؤشر المطابقة المعياري $NFI = 0.750$ ، في حين أن النسبة المحددة لهم $< 90\%$ ولمعالجة ذلك والوصول للمؤشرات المطابقة تم إتباع مؤشرات التعديل التي إقترحها البرنامج حيث تم حذف العبارة X5 بمعامل أثر $e5$ وتخص بعد المسؤولية الإجتماعية تجاه العملاء، وحذف العبارة X11 بمعامل أثر $e11$ وتخص على بعد المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين، وحذف العبارات X14، X15، X16 بمعاملات أثر $e15$ ، $e16$ ، $e17$ علي التوالي وبحذف العبارات تم إعادة التحليل الإحصائي مرة أخرى من أجل الحصول على نموذج محسن جدول رقم (5) للوصول إلى مؤشرات المطابقة كالتالي:

جدول رقم (5)

مسارات التحليل العاملي التوكيدي لمتغير المسؤولية الإجتماعية للشركات للنموذج المحسن

أبعاد وعبارات المتغير المستقل	التشعب	قيمة(ت)	الانحراف المعياري SE	مستوي معنوية
المسؤولية الإجتماعية للشركات				
تجاه المساهمين	483,0			
تستهدف الشركة تعظيم ارباح المساهمين	548,0	573,7	146,0	00000
تضع الشركة إجراءات رقابية صارمة علي علاقاتها المالية الخاصة بالمساهمين	666,0	387,8	169,0	00000
تسعي الشركة إلي ضمان النجاح علي المدى الطويل	613,0			
تتبع الشركة إجراءات تحترم شكاوي العملاء	689,0	735,10	123,0	00000
تحرص الشركة علي تطوير منتجاتها/ خدماتها بما يتوافق مع إحتياجات العملاء	787,0	733,11	138,0	00000
تعمل الشركة علي توفير معلومات كاملة عن المنتجات/ الخدمات	693,0	773,10	124,0	00000
تتعامل الشركة مع عملائها بشفافية	774,0			
تسعي الشركة دائما لدفع التعويضات العادلة للعاملين بها(كالأجور والحوافز)	733,0	476,13	054,0	00000
تتبنى الشركة سياسات السلامة في العمل للعاملين بها	545,0	9,989	056,0	00000
تحرص الشركة علي إمداد موظفيها بالتدريب الذي يحتاجوه	671,0	362,12	064,0	00000
تتسم خطط الشركة تجاه العاملين بها بالمرونة (مثل سياسات الدوام الجزئي)	803,0	240,15	063,0	00000
تساهم الشركة في تطوير المجتمع الذي تنتمي إليه	763,0			
تلعب الشركة دورا ملحوظا في توفير فرص عمل للشباب	757,0	398,14	062,0	00000
تتبنى الشركة سلوكيات صديقة للبيئة مثل (الحفاظ علي المياه، الكهرباء) لحماية البيئة الطبيعية	766,0			
تهتم الشركة بالوفاء بالتزاماتها تجاه مورديها	763,0	725,13	070,0	00000
تهتم الشركة بالوفاء بالتزاماتها تجاه الأطراف التي تتعامل معها	691,0	553,12	078,0	00000
تشير تصرفات الشركة المعلنة الى التزامها بالمبادئ الأخلاقية				
999 gfi = 0.914 nfi 0.886 tli = 0.900 cfi = 0.920 rmsea = ،Model fit indicator : x2 /df = 2 0.072				

المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا علي نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول أن هناك علاقة معنوية بين العبارات عند مستوى معنوية 0.01، والانحراف المعياري يتراوح بين (0،196- 054،0)، وبالتالي جميع عبارات المقياس لا يمكن الاستغناء عنها كما يتضح أن درجة المطابقة الكلية للنموذج المحسن المقترح إرتفعت، وجميع المؤشرات بالحدود المقبولة، حيث بلغ CFI 0،92 ومؤشر GFI 4،91% ، NFL 9،88%.

2/ التحليل العاملي التوكيدي لمتغير الالتزام التنظيمي:

يستخدم للتأكد من مؤشرات الصدق البنائي التقاربي لمقياس الإلتزام التنظيمي، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (6) مسارات التحليل العاملي التوكيدي لمتغير الإلتزام التنظيمي

أبعاد وعبارات المتغير التابع	التشبع	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	مستوي المعنوية
الإلتزام التنظيمي				
الإلتزام العاطفي	565,0			
أشعر بالسعادة من خلال عملي في الشركة	687,0	311,10	110,0	00000
أشعر بالفخر كلما تحدثت عن عملي في الشركة أمام الآخرين	761,0	978,10	122,0	00000
أشعر بأن أهدافي الخاصة تتوافق مع أهداف الشركة	786,0	187,11	127,0	00000
إنتمائي إلي الشركة لا يعوضه عمل آخر بديل	751,0	895,10	124,0	00000
يدفعني الماخ داخل الشركة إلي التمسك بالبقاء فيها	703,0	464,10	121,0	00000
أشعر بارتباط عاطفي تجاه عملي في الشركة	616,0	582,9	110,0	00000
أشعر بأنني جزء من أسرة الشركة	697,0	407,10	110,0	00000
تتوافق قيمي الذاتية مع القيم السائدة في الشركة	675,0			
الإلتزام المستمر	710,0	119,12	080,0	00000
يصعب علي ترك العمل بالشركة إذ وجدت فرصة أخرى	637,0	025,11	085,0	00000
بقائي في الشركة ضرورة ملحة	433,0	716,7	083,0	00000
عملي بالمنظمة كان قرارا صائبا	519,0	157,9	078,0	00000
يصعب ترك العمل في الشركة لقلّة فرص العمل في مكان اخر	597,0	406,10	086,0	00000
ترك العمل في الشركة ستكون له نتائج سلبية بالنسبة لي	489,0	663,8	089,0	00000
تفكيرني في العمل في مكان آخر أمر صعب	604,0	516,10	082,0	00000
ستصاب حياتي بالارتباك إذ تركت عملي الحالي	568,0			
الإلتزام المعياري	692,0	400,10	112,0	00000
تمثل شركتي شئ كبيرا بالنسبة لي	729,0	743,10	109,0	0000
أشعر في هذه الشركة كأنني بين أسرتي	741,0	851,10	120,0	0000
أشعر بأن الشركة لها فضل كبير علي	753,0	961,10	112,0	00000
بقائي بالعمل في الشركة يعد واجب علي	798,0	334,11	110,0	00000
أحرص علي تواجدي بالشركة وفاء لزملائي/رؤسائي	819,0	500,11	110,0	00000
أشعر بالود والعاطفة نحو منظمتي مما يجعلني متمسك بها				
أحرص علي بقائي في الشركة رغم الظروف التي نمر بها				
698 gfi = 0.806 nfi 0.780 tli = 0.796 cfi = 0.817 rmsea ،Model fit indicator : $\chi^2 / df = 4 = 0.098$				

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول أن درجة المطابقة الكلية للنموذج المقترح منخفضة، حيث أن مؤشرات المعنوية ليست بالحدود المقبولة، فقد بلغ مؤشر جودة المطابقة CFI 7,81 %، ومؤشر جودة المطابقة المقارن GFI 7,80 %، ومؤشر المطابقة المعياري NFI 0,78 % في حين أن النسبة المحددة

لهم < 90% ولمعالجة ذلك والوصول للمؤشرات المطابقة تم إتباع ضوابط ومؤشرات التعديل التي إقترحها البرنامج حيث تم حذف العبارات y_1, y_2, y_8 بمعامل أثر e_1, e_2, e_8 علي التوالي وتخص بعد الالتزام العاطفي، كما تم حذف العبارات y_{12}, y_{15} بمعامل أثر e_{12}, e_{15} علي التوالي وتخص بعد الالتزام المستمر، كما تم حذف العبارات y_{17}, y_{19} بمعاملات أثر e_{17}, e_{19} ، علي التوالي وبعد حذف العبارات بجميع مشتقاتها تم إعادة التحليل الإحصائي مرة أخرى من أجل الحصول على نموذج محسن للإلتزام التنظيمي كما هو موضح جدول رقم (7) للوصول إلى مؤشرات درجة المطابقة.

جدول رقم (7) مسارات التحليل العاملي التوكيدي لمتغير الإلتزام التنظيمي للنموذج المحسن

مستوي المعنوية	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	التشبع	أبعاد وعبارات المتغير التابع
				الإلتزام التنظيمي
00000	082,0	501,14	813,0	الإلتزام العاطفي
00000	081,0	938,13	778,0	إنتمائي إلي الشركة لا يعوضه عمل آخر بديل
			702,0	يدفعني الماخ داخل الشركة إلي التمسك بالبقاء فيها
				أشعر بأن أهدافي الخاصة تتوافق مع أهداف الشركة
00000	081,0	158,13	731,0	أشعر بارتباط عاطفي تجاه عملي في الشركة
00000	076,0	404,11	628,0	أشعر بأنني جزء من أسرة الشركة
			683,0	الإلتزام المستمر
00000	078,0	12,265	713,0	يصعب علي ترك العمل بالشركة إذ وجدت فرصة أخرى
00000	083,0	296,11	650,0	بقائي في الشركة ضرورة ملحة
00000	077,0	585,8	483,0	عملي بالمنظمة كان قرارا صائبا
00000	084,0	651,9	547,0	ترك العمل في الشركة ستكون له نتائج سلبية بالنسبة لي
00000	080,0	533,10	602,0	تفكيري في العمل في مكان آخر أمر صعب
00000			645,0	إرتباطي بالعمل غير مرتبط بالمكاسب المادية في الشركة
				الإلتزام المعياري
00000	097,0	029,12	722,0	أشعر في هذه الشركة كأنني بين أسرتي
00000	092,0	712,12	775,0	بقائي بالعمل في الشركة يعد واجب علي
00000	089,0	261,13	820,0	أحرص علي تواجدي بالشركة وفاء لزملائي/رؤسائي
0000	088,0	422,13	834,0	أشعر بالود والعاطفة نحو منظمتي مما يجعلني متمسك بها
				أحرص علي بقائي في الشركة رغم الظروف التي نمر بها
639 $gfi = 0.924$ $nfi = 0.911$ $tli = 0.931$ $cfi = 0.942$ $rmsea =$ ، Model fit indicator $x^2/df = 2$ 0.065				

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة معنوية بين العبارات عند مستوى معنوية 0.01، والانحراف المعياري يتراوح بين (0.076 – 0.092)، وبالتالي جميع عبارات المقياس لا يمكن الاستغناء عنها كما يتضح أن درجة المطابقة الكلية للنموذج المحسن المقترح إرتفعت، وجميع المؤشرات بالحدود

المقبولة، حيث بلغ مؤشر CFI 94.2 % ومؤشر GFI 92.4 % ، ومؤشر NFI 91.1 %، ومما سبق يتضح أن نماذج متغيرات الدراسة مطابقة تماماً لبيانات مفردات العينة وتحافظ بينيتها العملية المكونة لأبعادها لدى عينة الدراسة، وتستنتج الباحثة أن نماذج مقاييس المتغيرات تتمتع بقدر كبير من الثبات والصدق .

عاشراً: نتائج الدراسة الميدانية:

1/ الإحصاءات الوصفية لتوصيف متغيرات الدراسة:

سوف يتم توصيف أبعاد متغيرات الدراسة وتحديد مستوي متوسطات استجابات مفردات عينة الدراسة ومدى الانحراف المعياري لها، وكذلك معامل الإختلاف فيما بينهما كالتالي:

جدول رقم (8) التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	حجم العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية
المسئولية الاجتماعية تجاه المساهمين	350	452,4	5494,0	341,12	048,89
المسئولية الاجتماعية تجاه العملاء	350	337,4	6224,0	351,14	742,86
المسئولية الاجتماعية تجاه العاملين	350	991,3	7609,0	065,19	828,79
المسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع	350	110,4	7797,0	968,18	21,82
البعد العام للمسئولية الاجتماعية	350	269,4	6595,0	447,15	39,85
المسئولية الاجتماعية للشركات	350	232,4	5488,0	967,12	644,84
الالتزام العاطفي	350	018,4	7554,0	798,18	378,80
الالتزام المستمر	350	981,3	6953,0	467,17	62,79
الالتزام المعياري	350	150,4	6553,0	790,15	006,83
الالتزام التنظيمي	350	050,4	6222,0	364,15	81

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

ويوضح الجدول السابق وجود ارتفاع نسبي لتوافر ممارسات المسئولية الاجتماعية بالشركات محل الدراسة وفقاً لقيمة الوسط الحسابي 2,4 و بانحراف معياري 5488,0، وكذلك الحال بالنسبة لأبعاد المسئولية الاجتماعية والتي تراوحت متوسطاتهم ما بين (452,4-337,4)، وأن أكثرهم توافراً هو المسئولية تجاه المساهمين بمتوسط حسابي (452,4)، يليه المسئولية تجاه العملاء بمتوسط حسابي (337,4)، يليه البعد العام للمسئولية بمتوسط حسابي (269,4)، ثم المسئولية تجاه المجتمع بمتوسط حسابي (110,4)، ثم بعد المسئولية تجاه العاملين بمتوسط حسابي (991,3)، وتبين إرتفاع الالتزام التنظيمي لهؤلاء العاملين نسبياً وفقاً لقيمة الوسط الحسابي 050,4 وانحراف معياري 6222,0، والذي يعكس علي إرتفاع مستويات أبعاد الالتزام التنظيمي والتي تراوحت ما بين (150,4-981,3)، وأن أكثر الأبعاد توافراً هو الالتزام المعياري بمتوسط حسابي (150,4)،

يليه الالتزام العاطفي بمتوسط حسابي (4،018)، ثم الالتزام المستمر بمتوسط حسابي (3،981)، وجاء معامل الاختلاف علي مستوي كافة متغيرات الدراسة منخفض نسبيا (أقل من 50%)؛ مما يعكس تشتت ضعيف نحو متوسط استجابات مفردات العينة نحو متغيرات الدراسة.

2/ مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة:

قامت الباحثة بإستخدام معامل إرتباط بيرسون لاختبار العلاقة الارتباطية من حيث اتجاهها ومعنوياتها لمتغيرات الدراسة في الجدول التالي:

جدول رقم (9) معاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المسئولية الاجتماعية للشركات	الالتزام التنظيمي
المسئولية الاجتماعية للشركات	232,4	548,0	1	
الالتزام التنظيمي	050,4	622,0	**521,0	1

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي، ** عند مستوي معنوية 05,0

ويبين الجدول توافر متغيرات الدراسة بدرجة متوسطة، حيث أن المتوسط الحسابي (4،232- 050,4) كما إنخفض الانحراف المعياري لهذه المتغيرات مما يعكس تشتت ضعيف نحو متوسط إستجابات مفردات عينة الدراسة نحو متغيراتها، بالإضافة إلي وجود إرتباط معنوي قوي بين متغيرات الدراسة ، وهذا ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة وفروض الدراسة .

3/ نتائج إختبار الفروض:

1/3 إختبار الفرض الرئيسي: لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد، ينص الفرض الرئيسي على: " توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين المسئولية الإجتماعية للشركة والالتزام التنظيمي " ، والجدول التالي يوضح نتائج إختبار فروض الدراسة

جدول (10) نتائج إختبار العلاقة بين أبعاد المسئولية الإجتماعية للشركات والالتزام التنظيمي

المتغير التابع	المتغير المستقل	قيمة بيتا	اختبار "ت" (T)		VIF	معامل الارتباط	معامل التحديد	F(SIG)	
			القيمة	مستوي المعنوية				القيمة	مستوي المعنوية
الالتزام التنظيمي	تجاه المساهمين	097,0	451,1	148,0	890,1	570,0	316,0	370,36	00,0
	تجاه العملاء	(119,0)	(891,1)	059,0	247,2	570,0	316,0	370,36	00,0
	تجاه العاملين	276,0	847,5	01,0	836,1	570,0	316,0	370,36	00,0
	تجاه المجتمع	036,0	724,0	470,0	178,2	570,0	316,0	370,36	00,0
	البعد العام	303,0	566,5	01,0	842,1	570,0	316,0	370,36	00,0

1 = Durbin-Watson, 909

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

ويوضح الجدول السابق أنه توجد علاقة معنوية بين بعدي المسؤولية الاجتماعية (تجاه العاملين والبعد العام للمسؤولية) والإلتزام التنظيمي حيث أن قيمة T كانت (5،847-5،566) وبمستوي معنوية (0،01، 0،0) علي التوالي وهي مستويات معنوية أقل من 05،0؛ في حين لا توجد علاقة معنوية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات (تجاه المساهمين، تجاه العملاء، تجاه المجتمع) والإلتزام التنظيمي حيث أن قيمة T كانت (1،451- -1،891-0،724) وبمستوي معنوية (0،148، 0،059، 0،470) وهي مستويات أكبر من 05،0، وأظهرت النتائج أن قيمة معامل التحديد المعدل R^2 Adj لنموذج الإنحدار بلغ نسبته 316،0 وهذا يعني أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات يفسرون (31،6%) من التباين المفسر في الإلتزام التنظيمي كمتغير تابع والنسبة المقبولة من التغير الحادث في المتغير التابع (4،68%) ترجع لعوامل أخرى لم يتضمنها نموذج الإنحدار الحالي.

توجد علاقة ارتباط طردية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وهي (المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين، تجاه العملاء، تجاه العاملين، تجاه المجتمع، البعد العام) وبين المتغير التابع الإلتزام التنظيمي وذلك عند مستوي معنوية 05،0 حيث أن إشارة معامل الارتباط البسيط (R) موجبة ، فضلا عن أن هذه العلاقة قوية حيث بلغت قيمة هذا المعامل (0،570)، وتوجد علاقة إيجابية بين بعدي المسؤولية الاجتماعية للشركات (تجاه العاملين والبعد العام) والإلتزام التنظيمي حيث أن قيمة بيتا كانت (0،276-0،303) علي التوالي؛ في حين لا توجد علاقة إيجابية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات (تجاه المساهمين وتجاه العملاء وتجاه المجتمع) حيث أن قيمة بيتا كانت (0،097_0_119_0_036) علي التوالي، ويدل الجدول علي أن المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين والبعد العام للمسؤولية الاجتماعية تؤثر تأثيراً دالاً إحصائياً في تنمية الإلتزام التنظيمي لدي العاملين في الشركات محل الدراسة، في حين خرجت باقي الأبعاد (المسؤولية تجاه المساهمين، العملاء، المجتمع) من علاقة التأثير في الإلتزام التنظيمي، بالإضافة إلي ذلك ، يتضح من النتائج السابقة ما يلي :

- 1- رفض الفرض الفرعي الأول: حيث لا توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه المساهمين والإلتزام التنظيمي، عند مستوي معنوية 05،0 .
- 2- رفض الفرض الفرعي الثاني: حيث لا توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه العملاء والإلتزام التنظيمي، عند مستوي معنوية 05،0

- 3- قبول الفرض الفرعي الثالث: حيث توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه العاملين والإلتزام التنظيمي، عند مستوى معنوية 01،0 .
- 4- رفض الفرض الفرعي الرابع: حيث لا توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه المجتمع والإلتزام التنظيمي، عند مستوى معنوية 05،0 .
- 5- قبول الفرض الفرعي الخامس: حيث توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين البعد العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي، عند مستوى معنوية 01،0 .

4/ نتائج الدراسة :

ينص الفرض الرئيسي علي: " توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركة والإلتزام التنظيمي ".

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين بعض أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات وهما بعدي (المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه العاملين والبعد العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي وهذا ما أكدته دراسة (لطرش، 2020)، كما توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط معنوي بين كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات (المساهمين، العملاء، العاملين، المجتمع، والبعد العام) والإلتزام التنظيمي، واتفقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات والتي منها (e.g. Najati، Dung، 2018، 2017، Elkassar، 2020) إستنتجت الباحثة من هذه النتائج أنه كلما كانت الشركات قادرة على إظهار مبادرات المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها والذي يؤدي بدوره إلى تكوين اتجاه إيجابي لدى العاملين لديها؛ كلما إستطاعت الشركات الحفاظ على العاملين في إطار التعاملات المختلفة معهم مثل الثقة والأمانة في التعامل معه وتلبية احتياجاته والاهتمام بالمجتمع المحيط به يؤدي ذلك إلى تكوين اتجاه إيجابي لدى العاملين ويؤدي في النهاية إلي تحقيق التزامهم التنظيمي تجاه منظماتهم

5/ توصيات الدراسة:

1_ إهتمام الشركات بإجراءات تحترم شكاوى العملاء، كذلك أن تبذل الشركة جهودها لمعرفة إحتياجات العملاء، وكذلك على الشركات أن تحرص على تطوير منتجاتها وخدماتها بما يتوافق مع إحتياجات العملاء والمستهلكين مع توفير معلومات كاملة عن المنتجات والخدمات.

2_ يحب على الشركات السعي دائما لدفع تعويضات عادلة للعاملين لديها، وأن تتبنى سياسات السلامة في العمل للعاملين، كذلك أن تحرص الشركات على إمداد عاملها بالتدريب الذي يحتاجونه، وأن تتجنب الشركات كافة أشكال التمييز في ممارسة أنشطتها.

3_ تساهم الشركات في حل المشاكل الإجتماعية تجاه المجتمع التي تنتمي إليه، وأن تساهم الشركة ماليا في المشروعات الخيرية مثل بنك الطعام مما يدعم صلتها بالبيئة التي تنتمي إليه، كذلك على الشركة أن تساهم في تمويل المناسبات الثقافية والرياضية، وعليها أن تتبنى سلوكيات صديقة للبيئة لحماية البيئة الطبيعية..

6/ حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

توصي الباحثة بدراسة أثر ممارسات المسؤولية الإجتماعية على متغيرات أخرى لتفسير أثر المسؤولية الإجتماعية على نتائج العاملين كالرضا الوظيفي وسلوكيات المواطن التنظيمية ونية دوران العمل، وتناولت الدراسة الحالية متغيرين ينفيتفسير العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية للشركات والإلتزام التنظيمي، ومن ثم يقترح أن تتضمن الدراسات المستقبلية متغيرات وسيطة أخرى في تفسير هذه العلاقة ومنها الثقة التنظيمية والرضا الوظيفي

المراجع

- أبو العزم، صافي سيد محمود (2018)، " أثر المسؤولية الاجتماعية لإدارة الموارد البشرية علي تعظيم سلوك المواطنة التنظيمية لدي العاملين: دراسة تطبيقية علي العاملين بالبنك الأهلي المصري وبنك مصر " ، عين شمس
- احمد، فلاح حسن (2022). " تأثير العدالة التنظيمية في تنمية سلوك المواطنة التنظيمية: دراسة تطبيقية في شركة لوكس إيجنسي للسيطرة النوعية في محافظة السلمانية"، مجلة جامعة التنمية البشرية، العراق، المجلد 8، العدد الاول، ص ص:56-65.
- إسماعيل، حنان أمين، "المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة في ظل جائحة كورونا بمصر: دراسة حالة لشركتي (سيراميكا كليوباترا-النساجون الشرقيون)"، سنوون اجتماعية، جمعية الاجتماعيين في الشارقة، مجلد 38، العدد 149، ص ص:195-228.
- الدعجة، أحمد عبد ربه (2021)، " أثر رأس المال الإجتماعي في الإلتزام التنظيمي في شركة الإتصالات الأردنية (أورنج)"، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، كلية الأعمال، الأردن.
- العاصي، شريف أحمد شريف (2023). مناهج البحث العلمي في مجال الأعمال، كلية التجارة، جامعة الزقازيق.
- المبروك، صلاح عبد السلام ضو(2020)، " دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التنمية المستدامة "، مجلة الميادين للدراسات في العلوم الإنسانية ، ليبيا، المجلد الثاني - العدد الثالث ، ص : 223-249
- بركات، حيان محمد (2022). " دور جودة حياة العمل في تعزيز الإلتزام التنظيمي: دراسة ميدانية في وزارة النقل السورية (الاداره المركزية)"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية- سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد44، العدد الرابع، ص ص: 81-104 .
- رضوان، علاء فرج حسن (2020). " واقع ممارسات الإدارة بالتجوال وتأثيرها على الإلتزام التنظيمي: دراسة تطبيقية علي المدارس المصرية اليابانية والمارس الحكومية بمديرية التربية والتعليم بمحافظة الغربية"، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد 10، ص ص:1009-1052 .
- زقوت، تمارا محمد محمود (2019). " أثر رأس المال النفسي في الإلتزام التنظيمي: دراسة ميدانية علي مجموعة شركات المحمول في فلسطين"، رسالة ماجستير، كلية تجارة، جامعة عين شمس.

لطرش ، محمد (2020)، "أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية المدركة على الإلتزام التنظيمي للعاملين" ، ص:1243-1260.

هنداوي، هالة أسعد فؤاد (2020). " أثر جودة حياة العمل على العلاقة بين الإلتزام التنظيمي ونية ترك العمل: دراسة تطبيقية على محكمة شمال القاهرة الابتدائية"، رسالة دكتوراة، كلية تجارة، جامعه عين شمس.

Aguinis، H.، & Glavas، A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*، 38(4)، 932–968.

Ali، A. A، S.K، (2010). The Relationship between ،&Lin Nasruddin، E. internal corporate social responsibility and organizational commitment with in the banking sector in Jordan. *International Scholarly and Scientific Research and Innovation*، 4(7)، 1842-1861.

Allen، N. J.، & Meyer، J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective، continuance، and normative commitment to the organization. *Journal of 178 Occupational Psychology*، 63(1)، 1-18

Bouraoui، K،(2020). Corporate Social Responsibility and Employees' Affective Commitment: A Moderated Mediation Study، Université de Pau et des Pays de l'Adour.

Bowen، H.R. (1953)، *Social Responsibilities of the Businessman*، Harper & Row، New York، NY. Bravo، R.، Montaner، T. and Pina، J.M. (2009)، "The role of bank image for customers versus non-customers"، *International Journal of Bank Marketing*، Vol. 27 No. 4، pp. 315-334.

Castro-Gonzalez، S.، Bande، B.، & Kimura، T. (2019). How and when corporate social responsibility affects salespeople's organizational citizenship behaviors? The moderating role of ethics and justice. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*، 26(3)، 548–558

Colquitt، J. A.، LePine، J. A.، & Wesson، M. J. (2015). *Organizational behavior improving performance and commitment in the workplace*. New York، NY: McGraw-Hill Education.

- Davis**, L. R. (2018). Employee Perceptions of Organizational Corporate Responsibility and Their Effect on Employee Organizational Commitment (PhD Dissertation). University of Nevada, Las Vegas, USA. Available from: UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones (Number 3411)
- Drucker**, P. F. (1984). "A New Look at Corporate Social Responsibility," McKinsey Quarterly, 4 (Autumn), 17-28.
- Dung**, L. T. (2020). Impact Of Internal Csr Perception On Affective Organisational Commitment Among Bank Employees. Asian Academy of Management Journal, 25(2), PP 23–50.
- Dogan**, C. (2019). Corporate Social Responsibility In The Construction Industry, the Graduate School of Engineering and Sciences of İzmir Institute of Technology .Ph.D.
- Elkassar**, A-Z. (2017). CSR, Organizational Identification, Normative Commitment, And The Moderating Effect Of The Importance Of CSR. The Journal Of Developing Areas, Volume 51, Number 3, Summer 2017, Pp. 409-424 (Article).
- Farooq**, O., Payaud, M., Merunka, D. and Valette-Florence, P. (2014), "The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: exploring multiple mediation mechanisms", Journal of Business Ethics, Vol. 125 No. 4, pp. 563-580
- Freeman**, R. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pittman: Boston Freeman, R. E. (2005). The development of stakeholder theory: An idiosyncratic approach. Oxford, UK: Oxford University
- Friedman**, M. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Profits, New York Times Magazine, (September 13), pp 7-13
- Glavas**, A. (2016). Corporate social responsibility and organizational psychology: An integrative review. Frontiers in Psychology, 7(144), 1–13.

George, N. A. (2020). Corporate social responsibility and organizational commitment: effects of CSR attitude, organizational trust and identification. Department of Commerce, Bharata Mata College, Thrikkakara, Kochi, India.

George, F. N.A. (2021). Mediating Role of Perceived Organizational Support Between Organizational Commitment and Turnover Intentions, MPHIL, Walden University. PH.D

Gharleghi, B., Afshar Jahanshahi, A., & Nawaser, K. (2018). The outcomes of corporate social responsibility to employees: Empirical evidence from a developing country. *Sustainability*, 10(3), 698–713.

Gond, J. P., El Akremi, A., Swaen, V., & Babu, N. (2017). The psychological microfoundations of corporate social responsibility: A person-centric systematic review. *Journal of Organizational Behavior*, 38(2), 225–246.

Hofman, P. S., & Newman, A. (2014). The impact of perceived corporate social responsibility on organizational commitment and the moderating role of collectivism and masculinity: Evidence from China. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(5), 631–652.

Idowu, S. (2019). *Iso 26000-A Standardized View On Corporate Social Responsibility, Practices, Cases And Controversies*. Springer Nature Switzerland.

Kazzim, R. O. (2020). *Corporate Social Responsibility and Sustainability in For-Profit Industry*. Walden University, Ph.D.

Landrum, A. (2021). *The Relationship Between Impersonal Trust and Employee Organizational Commitment*. Grand Canyon University.

Ming, S. Y. (2015). *Corporate Social Responsibility and Organizational Commitment of Semiconductor Companies in Kulim High Tech Park, Kedah: Employees perspectives*.

- Magnanelli**, B.& Izzo,M(2017). Corporate social performance and cost of debt: the relationship. *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 (2), 250-265.
- Moghaddam**, M., (2019). Corporate Social Responsibility and Firm Performance: The Antecedent Effects of Transformational Leadership and Organizational Culture Evidence from Norwegian SMEs. Norwegian University of Science and Technology. Ph.D.
- Nejati**, M., (2018). Corporate social responsibility and organizational commitment: Empirical findings from a developing country. *Journal of Global Responsibility*, Vol. 4 Issue: 2, pp.263-275,
- Ntuli**, C., (2018). The Assessment Of Organizational Commitment Of Academic Staff At University Of Kwazulu-Natal(Ukzn) . A Thesis Submitted In Fulfilment Of The Requirements For The Master Of Commerce In Human Resources"college Of Law And Management Studies School Of Management
- Nwoba**, M .O. E. & Michael, U. J. (2016). Community Development and Corporate Social Responsibility in Ebonyi State: An Investigative Study of Selected Mining F
- Ogunleye**, P. O.,(2021). effect Of Corporate Social Responsibility On The Performance Of Medium Scale Enterprises In South-West, Nigeria. , Faculty of Humanities, Management and Social Sciences, Kwara State University, Malete, Nigeria.
- Papacharalampous**, N.,(2021). Perceived corporate social responsibility and affective commitment: The mediating role of psychological capital and the impact of employee participation, University of Patras, Patras, Greece, *Human Resource Development Quarterly*. PP1–22.
- Pérez**, I .R ., (2016),"The stakeholder management theory of CSR", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34 Iss 5 pp. 731 – 751.
- Poudel**, Y.,(2018). Corporate Social Responsibility As A Determinant Of Corporate Reputation: A Case Study Of Ncell . Pokhara University. Ph.D.

- Rupp**, D.; Shao, R.; Thornton, M.; Skarlicki, D. (2013) Applicants' and employees' reactions to corporate social responsibility: The moderating effects of first-party justice perceptions and moral identity. *Pers. Psychol.*, 66, 895–933.
- Şahlanan**, Ö. (2010). The Effect of Corporate Social Responsibility Implementations on Managers' and Employees' Organizational Commitment (Dissertation). Marmara Üniversitesi, Istanbul, Turkey
- Saldana**, BBA ., MIS (2021). Exploring The Relationship Between Servant Leadership And Organizational Commitment. the Lake University. Ph.D.
- Sarfraz**, M., (2018). Employees' Perception of Corporate Social Responsibility Impact on Employee Outcomes: Mediating Role of Organizational Justice for Small and Medium Enterprises (SMEs),
- Stawiski**, S., Deal, J. J., & Gentry, W. (2010). Employee perceptions of corporate social responsibility. Greensboro, NC: center for creative leadership.
- Sekaran**, U. and Bougie, R. (2016) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition, Wiley & Sons, West Sussex.
- Thang**, N. N., (2016). The impact of internal corporate social responsibility on organizational commitment : evidence from vietnamese service firms. *International Business Management*, 10(6), 784-792.
- Tanggamani**, V., Amran, A., & Ramayah, T. (2018). The corporate social responsibility and corporate financial performance virtuous loop: A theoretical framework. *Global Business and Management Research*, 10(1), 331-343.
- Wang**, Y., Xu, S., & Wang, Y. (2020). The consequences of employees' perceived corporate social responsibility: A meta-analysis. *Business Ethics: A European Review*, 29 (3), 471–496.
- Walker**, M., (2019). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. Capella University. Ph.D.
- Zhao**, L., Lee, J., & Moon, S. (2019). Employee response to CSR in China: The moderating effect of collectivism. *Personnel Review*, 48 (3), 839–863.

Abstract

The current study aimed to measure the relationship between corporate social responsibility practices and organizational commitment by applying it to workers in some of the companies included in the Egyptian Social Responsibility Index. On a sample of 350 individuals, the data was analyzed through regression analysis, and the main results of the study showed that there is a significant positive relationship between the two dimensions of corporate social responsibility, namely (social responsibility towards employees, and the general dimension of corporate social responsibility) and organizational commitment, as well as the absence of a significant positive relationship for the rest of the dimensions of social responsibility.

Key words: corporate social responsibility, organizational commitment, Egyptian corporate social responsibility index