

برامج المسؤولية الاجتماعية و دورها في تكوين الصورة الذهنية لمؤسسات الطيران المدني لدى المراهقين

د. د. فائق عبد الرحمن الطنباري

أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة

د. نيفين أحمد غباشي ابوالنجا

مدرس العلاقات العامة والإعلام بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال

سمر محمد محمد الشحات

الملخص

المشكلة: تركز مشكلة الدراسة على دور العلاقات العامة عن طريق برامج المسؤولية الاجتماعية على وجه الخصوص في تكوين الصورة الذهنية عن شركات الطيران المدني المصري لدى المراهقين.

الغاية: تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٣٠٠ مفردة من المراهقين تتراوح أعمارهم بين (١٢-٢١) سنة في نوادي الزمالك والشمس والترسانة والطلابية الرياضي.

المنهج: تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمدت منهج المسح الميداني عن طريق الاستبيان للحصول على معلومات لقياس أبعاد المشكلة ومعرفة كافة جوانبها.

الأدوات: استخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات.

النتائج: أظهرت النتائج اعتماد المراهقين عينة الدراسة في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٢٢,٥% تلاها التلفزيون بنسبة ١٨,١% ثم عن طريق صديق بنسبة ١٧,٤%. كما وجدت الدراسة أن أكثر الأنشطة التي يهتم المراهقين عينة الدراسة بالمشاركة فيها وتقديمها الشركات محل الدراسة هي مسابقات الجري لدعم مستشفى ٥٧٣٥٧ تلتها الجولات التعريفية لمصر للطيران وبالنسبة المراهقين حول الصورة الذهنية لديهم حول مؤسسات الطيران المدني جاءت عبارة قطاع ناجح بمعدل إستجابة بمتوسط حسابي ٢,٣٨٦٦ ويقدم خدمات مميزة بمتوسط حسابي ٢,١١٣٣ بينما جاءت معظم الإجابات محايدة في كون أنشطة الخدمة المجتمعية التي تقوم بها قد تؤثر على طريقة تعامل المراهقين محل الدراسة معها، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين رأى المراهقين في الصفحات الإلكترونية لقطاع الطيران المدني المصري والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الطيران المدني.

Public relations role in creating civil aviation companies Image for Adolescents in Egypt

Problem: The title of current study is to better understand how public relations in the civil aviation companies is affecting the Adolescents image. The CSR theory provided a frame work for this study as one of the main keys in creating the public image.

Popularity: What is the Usage of Public Relations in the civil aviation firms in Egypt to create its Image for Adolescents in Egypt?

Methodology Of The Study: Type of the study is descriptive study.

Approach: Social survey method for sample number 300 people.

Tools: Questioner.

Terminology: Public Relation, Image, Civil Aviation, Adolescent/ Teenagers, and Corporate Social Responsibility.

Results: There are significant correlation between adolescents opinion of the selected companies pages and the image of these companies, The results indicated that 22.5% of the sample relies on social media to know information regarding the selected companies followed by the television with a percentage of 18.1%. the study also showed that 57357 marathons is the most appealing activity to participate in.

خاصة في ظل التطور السريع والخدمات المميزة التي تقدم الان.
٨. أهمية القطاع المراد دراسته باعتباره اولا ممثل للدولة المصرية في الداخل والخارج ثانيا احد اهم مصادر الدخل القومي خاصة وان ٩١,٥% من اجمال الحركة السياحية القادمة لمصر تأتي جوا.^(١١)

المنهج:

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمدت منهج المسح الميداني عن طريق الاستبيان للحصول على معلومات لقياس أبعاد المشكلة ومعرفة كافة جوانبها.

الأدوات:

استخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات.

أهداف الدراسة:

١. مدى معرفة المراهقين بالطيران المدني المصري.
٢. التعرف على مصادر معلومات المراهقين حول قطاع الطيران المدني.
٣. التعرف على مدى تأثير أنشطة المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية للمراهقين نحو هذا القطاع.
٤. التعرف على العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للطيران المدني المصري لدى المراهقين.

عينة الدراسة:

عينة عمدية قوامها ٣٠٠ فرد من المراهقين في الفئة العمرية من (١٢- ٢١) سنة والمقيمين في محافظات القاهرة والجيزة.

مصطلحات الدراسة:

- ٢١ العلاقات العامة.
- ٢٢ الصورة الذهنية.
- ٢٣ برامج المسؤولية الاجتماعية.
- ٢٤ المراهقين.
- ٢٥ قطاع الطيران المدني المصري.

الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على الدراسات السابقة سواء كانت متصلة بالعلاقات العامة في قطاع الطيران، او تكوين الصورة الذهنية والمراهقين او المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة ومن هذه الدراسات على سبيل المثال:
٢٦ المحور الاول الطيران والعلاقات العامة:

١. دراسة بيليفيا، زاهان (٢٠١٥) بعنوان المسؤولية الاجتماعية لشركات الطيران الروسية^(١٢) هدفت الدراسة الى التعرف على استخدام المسؤولية الاجتماعية للشركات في صناعة الطيران المدني الروسي ونتائج هذا الاستخدام، استخدمت الدراسة بعض تقنيات المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها إستجابة للتغيرات الجزيئية لبيئة الطيران الروسية بالتطبيق على أربع شركات روسية محددة، وجدت الدراسة أن الركاب عند إختيار شركات الطيران يميلون للأرخص والأكثر أمانا ويؤثر أيضا على إختيارهم رعاية شركات الطيران للقضايا البيئية ونجاح وفشل تلك الشركات بشكل عام والذي ساعد على انتشار معلومات عنها وسائل التواصل الإجتماعي، كما وجدت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الطيران إذا تم تطبيقها بشكل صحيح ستضمن إستقرار حركة الركاب، ومن ناحية أخرى السلوكيات الغير مسؤولة ستكون مكلفة للغاية على المدى الطويل.
٢. دراسة المصري، ابراهيم محمود (٢٠١٣) بعنوان "دور الاتصالات التسويقية المتكاملة في تشكيل الصورة الذهنية لشركات الطيران العربية"^(١٣) تناولت الدراسة مدى تطبيق شركات الطيران العربية للاتصالات التسويقية المتكاملة والتعرف على الأساليب الاتصالية والتسويقية التي تتبعها إدارات التسويق في شركات الطيران العربية، واستخدم الباحث منهج المسح بالعينة في الدراسة، واستخدم صحيفة الاستقصاء والملاحظة الشخصية والمقابلة كأدوات لجمع

تمر العلاقات العامة بتطورات سريعة في السنوات العشر الأخيرة وظلت الصورة الذهنية هي العقيدة الأساسية للعلاقات العامة وعلى الجانب الاخر فان قطاع الطيران المدني من اكثر القطاعات إهتماما بالصورة الذهنية وسعيا لتحسينها والملاحظ في هذا القطاع (ممثلا في هذه الدراسة في شركتي ميناء القاهرة الجوي ومصر للطيران بإعتبارهم الأكثر تعاملًا مع الجمهور) خاصة مع إعطائهم أهمية خاصة لصورته الذهنية لدى المراهقين على الرغم من عدم وجود إحصائيات ديموغرافية لاعداد المراهقين المصريين المسافرين جوا سنويا، الا ان المراهقين يمثلون شريحة كبيرة في المجتمع حيث تمثل الفئة العمرية من ١٠ الى ١٩ سنة في المجتمع المصري حوالي ٢١% من اجمالي السكان.^(١)

مشكلة الدراسة:

ما هو دور برامج المسؤولية الإجتماعية للعلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية عن مؤسسات الطيران المدني المصري لدى المراهقين المصريين؟

أهمية الدراسة:

١. النقص الواضح في المجال الاكاديمي العربي للدراسات التي تتناول برامج المسؤولية الاجتماعية في مصر خاصة كمدخل رئيسي لتكوين الصورة الذهنية ومدى الوعي بها كما ذكرت دراسات (صبحي، مروة، ٢٠١٤)^(٢) التي اشارت لضعف الدراسات العربية في هذا المجال وان غالبية هذه الدراسات تمت على الجمهور الأمريكي والاوروبي، (Sen& Bhattachanya, 2001)^(٣) واكدت عليها دراسة (العوادلي، سلوى، ٢٠٠٩)^(٤) والتي أشارت الى عدم وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية أو الوعي بمفهومها والخط بين المسؤولية الاجتماعية والعمل الخيري، ودراسة (السيد، أحمد، ٢٠٠٩) التي وجدت ان ٧٤% من افراد لم يسموا عن مصطلح المسؤولية الاجتماعية. ودراسة (جمعة، شيماء، ٢٠١٠)^(٥) والتي توصلت الى وجود ضعف في الدراسات العربية المهتمة بالمسؤولية الاجتماعية في مقابل وفرة في الدراسات الاجنبية المتعلقة ببرامج المسؤولية الاجتماعية كما وجدت دراسة (المغربل، نهال وفؤاد، ياسمين، ٢٠٠٨)^(٦) ان المجتمع المصري لازال يعاني من الغموض وعدم الدراية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى تطوره وفعاليتيه وكيفية الإستفادة منه، بالإضافة الى انه رغم التزايد النسبي في الدراسات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية الا انه نادرا ما تناولت تلك الدراسات المراهقين كما ظهر في دراسة (Kaman, 2008)^(٧)
٢. أهمية برامج المسؤولية الاجتماعية لشركات الطيران بشكل خاص كما ظهر في دراسة (Belyaeva & Zhanna (2015)^(٨) بأن رعاية شركات الطيران لقضايا المسؤولية الاجتماعية يؤثر على إختيارهم لها ودراسة (J. Kemp & Vinki (2012)^(٩)

٣. تتبع أهمية الدراسة من قلة الدراسات المتعلقة بعلاقة العلاقات العامة بالمراهقين وتكوين الصورة الذهنية لديهم كما ظهر في دراسة (Lock & Slee (2016)^(١٠) وتأكيد بعض الدراسات أن بدون إتصال مسؤولية إجتماعية فعال تفقد الشركات للصورة الذهنية والسمعة الإيجابية مثل دراسة (Koep & O'Driscoll (2014) التي أوضحت أن من بين ٧ عوامل وضعتها الدراسة كان التأثير الإجتماعي للشركات العامل الأكثر تأثيرا على قرارات المراهقين الشرائية.
٤. ندرة الدراسات الخاصة بالصورة الذهنية في شركات قطاع الاعمال باعتبارها شركات ذات طبيعة خاصة.
٥. تأتي هذه الدراسة لائقاء الضوء على مجال مستحدث وهو الطيران والمراهقين.
٦. إهتمام قطاع الطيران المدني بالصورة الذهنية واساليب جذب الجمهور المتنوع خاصة من خلال نظرية المسؤولية الاجتماعية مؤخرا ظهر ذلك من خلال الحملات التي شارك بها القطاع في السنوات الماضية مثل رعاية مستشفى سرطان الأطفال ٥٧٢٥٧، ورعاية الطلبة المتفوقين والبعثات العلمية وغيرها.
٧. ارتفاع المنافسة التي يواجهها قطاع الطيران المدني المصري مع مختلف الدول

الاخضر وليس من خلال وعيها البيئي.

٣. دراسة كولويل، دافيد وجوسيب، تانسيم (٢٠١٤) بعنوان المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول النامية، دراسة ميدانية إستطلاعية على جنوب أفريقيا^(١٨) هدفت الدراسة إلى التعرف على حالات المسؤولية الاجتماعية للشركات في جنوب أفريقيا وكانت عينة الدراسة ١٠ من أكثر الشركات تطبيقاً لأنشطة المسؤولية الاجتماعية في جنوب أفريقيا. جاءت أهم نتائج الدراسة أن أغلب قطاع الأعمال في جنوب أفريقيا يدعم تطبيق إستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية، وأن تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات يقدم بالإضافة للأهمية الإستراتيجية فوائد تجارية للشركات.

٤. دراسة مالمستورم، لبيتا وسليفيلا، ان (٢٠١٤) بعنوان إدراك الشباب لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وطرق توصيلها إليهم^(١٩) تناولت الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وربطها بالصورة الذهنية للعلامة التجارية وإتجاه الشباب نحو أنشطة المسؤولية الاجتماعية وهدفت الدراسة إلى تقديم فهم أفضل للمستهلكين الشباب حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة بالتطبيق على الأنشطة الاجتماعية لأربع شركات هي ميكروسوفت، فولفو، أبل مانتوش واتش اند ام، واستخدم الباحثين إستمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات. وجاءت أهم نتائج الدراسة أن الشباب يريدون أن يتم إعلامهم بأنشطة المسؤولية الاجتماعية، ومن وجهة نظرهم أنه من مسؤولية تلك الشركات إبلاغهم وتعريفهم بأنشطتها الاجتماعية، كما أوضحت الدراسة أن الشباب يقعون في صحة المعلومات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية سواء كان مصدرها الشركة نفسها أو مصادر أخرى خارجية، وأن الشباب لم يعودوا متشككين في أنشطة المسؤولية الاجتماعية كما كان يحدث في السابق. وأوصت الدراسة بأن العلاقة بين شباب وصغار المستهلكين والمسؤولية الاجتماعية تحتاج إلى دراسات أكثر.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

٢ المحور الأول الطيران والعلاقات العامة:

١. هناك نقص واضح في الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة والطيران خاصة في مصر حيث أن الباحثة لم تجد في هذا المجال إلا دراستين لنيل عشوش الأولى عام ١٩٨٣ بعنوان "الأسس العلمية في تخطيط وإدارة العلاقات العامة، دراسة حالة ميناء القاهرة الجوي"^(٢٠) والثانية عام ١٩٨٦ بعنوان "تطور الأساليب والأفكار الاعلانية دراسة تحليلية مقارنة لإعلانات بعض شركات الطيران الدولية"^(٢١).
٢. الدراسات التي قامت بدراسة الطيران ركزت على جانب واحد فقط وهو إما المطارات أو الخطوط الجوية دون ربط بين الجانبين للوصول للصورة الكاملة.
٣. قطاع الطيران ممثل بصورة الدولة في الداخل والخارج.

٢ المحور الثاني الصورة الذهنية:

١. أكدت الدراسات السابقة أهمية الصورة الذهنية بالنسبة للشركات والمؤسسات.
٢. كما أوضحت تلك الدراسات أن لبرامج العلاقات العامة دور كبير في تكوين تلك الصورة الذهنية.
٣. كشفت الدراسات عن الإتجاه المتزايد لتطبيق أنشطة المسؤولية الاجتماعية في الشركات سواء كانت عامة أو خاصة.
٤. كشفت الدراسات السابقة عن الإهتمام العام بالصورة الذهنية بشكل خاص لدى المراهقين نظراً لأهمية تلك الفئة العمرية.

الإطار النظري:

نظرية المسؤولية الاجتماعية للشركات: تعددت النظريات والتعريفات حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات فقد تعرضت الأدبيات لمدى تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية من مجرد تركؤها في إطار التبرعات الخيرية للشركات

البيانات وبلغت عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة. وجاءت أهم النتائج ان معظم العينة جاءت من الذكور نظراً لطبيعة المجتمع، ٧٦,٥% من العينة مستواهم التعليمي جامعي، ٥,٩% حاصلين على دراسات عليا و١٧,٦% حاصلين على مؤهل متوسط، ٥٢,٥% من عينة الدراسة لم يسمعو عن مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة، وأشارت الدراسة إلى أن أهم معايير إختيار الوسائل والأساليب الاتصالية التسويقية هي الميزانية المتاحة.

٣. دراسة كيمب، لينزى وفينكي، جانيت (٢٠١٢) بعنوان "تقارير المسؤولية الاجتماعية بالتطبيق على قطاع الطيران الباكستاني"^(١٤) تناولت الدراسة تقييم مضمون أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال مواقع الشركات الإلكترونية والتقارير السنوية للتعرف على إتجاهات وموضوعات المسؤولية الاجتماعية في قطاع الطيران في باكستان واعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي. جاءت أهم نتائج الدراسة ان ١٣ من أصل ٣٩ شركة بنسبة ٣٣% من شركات الطيران في باكستان قد قامت بتعريف على الأقل جانب واحد من جوانب المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية أو الموقع الإلكتروني، وأظهر تحليل المضمون الكلي إنتشار بعدين متميزين للمسؤولية الاجتماعية للشركات بما في ذلك البعد الإجتماعي والاقتصادي والبيئي، وأوصت الدراسة شركات الطيران الباكستانية بان تزيد من الإعلان عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية.

٤. دراسة كيم، هيون (٢٠١١) بعنوان "رضا مستخدمي الخطوط الجوية عن المطارات"^(١٥) تناولت الدراسة العلاقة بين الخطوط الجوية والمطارات ومدى رضا الركاب المسافرين عن الاثنان، واستخدم الباحث منهج المسح بالعينة وأجرى الدراسة على مطارى لوس انجلوس بالولايات المتحدة وسيول بكوريا، واستخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من خلال المقابلات مع المسافرين وإجراء استبيان عبر الانترنت. وجاءت أهم نتائج وتوصيات الدراسة أن على مديري المطارات فهم رغبات العملاء لتحقيق رضاهم، وان عدم الرضا على الخدمات المقدمة من المطارات يؤثر بشكل كبير على الصورة الذهنية للمطارات وأن رضا المسافرين لا بد ان يكون من الاهداف الرئيسية للمطارات.

٢ المحور الثاني تكوين الصورة الذهنية والمسؤولية الاجتماعية:

١. دراسة لين، شونج (٢٠١٥) بعنوان "فعالية إستخدام إتصالات المسؤولية الاجتماعية للشركات في تصريحات الإعتذار بعد الدعاية السلبية"^(١٦) تناولت الدراسة تأثير تأطير تصريحات الإعتذار من خلال إتصالات المسؤولية الاجتماعية بعد تعرض الشركة للدعاية السلبية، استخدمت الدراسة المنهج التجريبي واستخدم الباحث إستمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات عبر الانترنت. وجاءت أهم نتائج الدراسة أن المجموعة التي تعرضت لشركات تقوم بأنشطة المسؤولية الاجتماعية كانت نتائجها إيجابية مقارنة بالمجموعة المتعرضة لشركات لا تقوم بتلك الأنشطة، لم تظهر نتائج ذات دلالة إحصائية بين التفاعل مع أنشطة المسؤولية الاجتماعية وتاريخ نشاط المسؤولية الاجتماعية للشركة، وان ذكر أنشطة المسؤولية الاجتماعية في تصريح الإعتذار قد يكون له نتائج سلبية والافضل التركيز على الإعتذار فقط.
٢. دراسة الحافظ، طه (٢٠١٥) بعنوان "اثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على رأس مالها الفكرى الأخضر"^(١٧) تناولت الدراسة مفهوم رأس المال الفكرى الاخضر المتعلق بحماية البيئة في منظمات الأعمال، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واستمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات. وجاءت أهم نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي إيجابي للمسؤولية الاجتماعية في بنوك القطاع العام التجارية المصرية على رأس مالها البشرى الأخضر، وأن هناك تأثير معنوي إيجابي للوعي البيئي والمسؤولية الاجتماعية معا في بنوك القطاع العام التجارية المصرية تأثيراً معنوياً مباشراً على رأس مالها البشرى

وتشمل مبادرات المسؤولية الاجتماعية الأحداث داخل الشركات والمؤسسات مثل تقليل التأثيرات البيئية السلبية أو تغيير العلاقات مع العمالة داخل الشركة أو من خلال قيم الشركة وكذلك قيم الشركة وكذلك الأفعال خارج الشركة مثل الاستثمار في البيئة التحتية في المجتمع المحلي أو تطوير مبادرات خيرية محلية،^(٢٥) ومن الممكن تحديد ٣ نظريات أساسية تدرجت في موقفا من تبنى الشركات لمسئوليتها الاجتماعية ما بين الأفكار المتشددة التي تقوم عليها نظرية مالكي الاسهم Shareholder Theory، والأفكار الخيرية لنظرية العقد الاجتماعي Social Contract Theory، والأفكار المعتدلة لنظرية أصحاب المصلحة Stake Holder Theory^(٢٦)، ولأنه لا توجد منهجية واضحة يمكن من خلالها وضع المسؤولية الاجتماعية في إطار نظري فقد استطاعت دراسة (Donald S. Sigel and Others (2005) التوصل الى الجدول التالي لتفسير تلك النظرية:

النظريات المفسرة للمسئولية الاجتماعية^(٢٧)

المؤلف	طبيعة المنظور النظري	الحجة الرئيسية
فريدمان (١٩٧٠) Friedman (1970)	نظرية وضع الأجندة Agency Theory	المسئولية الاجتماعية للشركات هو سلوك يخدم مصالح ذاتيه للمديرين وبالتالي يقلل من ثروة المساهمين.
فريدمان (١٩٨٤) Friedman (1984)	نظرية أصحاب المصالح Stakeholder Theory	ينبغي على المديرين تطوير سياساتهم لتلبية احتياجات كافة الأطراف وليس فقط المساهمين وتشمل تلك الأطراف المودين والعملاء والعمال ومنظمات المجتمع المحلي.
دونالدسون (١٩٩٠) Donaldson (1990)	نظرية الإشراف Stewardship Theory	هناك واجب أخلاقي على المديرين لفعل (الشيء الصحيح) بغض النظر عن كيف يمكن أن تؤثر هذه القرارات على أداء الشركات
دونالدسون وبريستون (١٩٩٥) Donaldson and Preston (1995)	نظرية أصحاب المصالح Stakeholder Theory	التشديد على الأبعاد الأخلاقية والمعنوية لنظرية أصحاب المصلحة فضلا عن حالة قطاع الأعمال للمشاركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات.
هارت (١٩٩٥) Hart (1995)	الرأى المستند لوجهة نظر الشركة Resource-Based View of the Firm	يمكن للمسؤولية الاجتماعية والبيئية أن تشكل موردا أو تعطى ميزة تنافسية إضافية لبعض الشركات.
جينينج وزانديرجن (١٩٩٥) Jennings and Zandbergen (1995)	النظرية المؤسسية Institutional Theory	المؤسسات تلعب دورا هاما في التوافق داخل الشركات بشأن انشاء منظمة (مستدامة بيئيا)
بارون (٢٠٠١) Baron (2001)	نظرية الشركة Theory Of The Firm	استخدام المسؤولية الاجتماعية للشركات لجذب العملاء المسؤولين اجتماعيا، بمعنى ان تهتم الشركات بالمصالح العام بالتزامن مع تسويق استراتيجية أعمالها.
فيدرسن وجيلان (٢٠٠١) Feddersen and Gillian (2001)	نظرية الشركة Theory Of The Firm	النشطاء والمنظمات الغير الحكومية من الممكن أن تلعب دورا هاما في الحد من التباين في المعلومات فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من جانب المستهلكين.
ماكويليامز وسيجل (٢٠٠١) McWilliams and Siegel (2001)	نظرية الشركة Theory Of The Firm	بالإشارة الى منظور العرض والطلب القائم على المسؤولية الاجتماعية للشركات، نجد أن المستوى المثالي لقيام الشركة بمسئوليتها الاجتماعية يمكن أن يتحدد من خلال تحليل التكلفة والفائدة العائدة على الشركة.
ماكويليامز وفان فليت وكوري (٢٠٠٢) McWilliams, Van Fleet and Cory (2002)	الرأى المستند لوجهة نظر الشركة Resource-Based View of the Firm	عندما تدعم استراتيجية المسؤولية الاجتماعية من الاستراتيجيات السياسية، يمكن أن يكون تستخدم لخلق ميزة تنافسية مستدامة.
والدمان، سيجيل، وجافيدان (٢٠٠٥) Theory of the Firm/ Strategic Leadership Theory	نظرية الشركة ونظرية القيادة الاستراتيجية Theory of the Firm/ Strategic Leadership Theory	الجوانب الخاصة بالرؤساء التنفيذيين للشركات من الممكن أن تؤثر على ميل الشركات للمسئولية الاجتماعية، فالشركات التي تدار من قبل رؤساء تنفيذيين محفزين فكريا تقوم بانشطة المسؤولية الاجتماعية بشكل أكبر من الشركات المماثلة.

(ذكور- إناث) والتعرف على طبيعة ملكية شركات قطاع الطيران المدني المصري (مطار القاهرة- مصر للطيران) من وجهة نظر المراهقين- إجمالي مفردات عينة الدراسة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن طبيعة ملكية شركات قطاع الطيران المدني المصري هي (القطاع العام) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٦٢,٣%، موزعة بين ٦٠,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٦٤,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن طبيعة ملكية شركات قطاع الطيران المدني المصري هي (القطاع الخاص) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٠,٧%، موزعة بين ٨,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ١٢,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث حين بلغت نسبة من يرون أن طبيعة ملكية شركات قطاع الطيران المدني المصري هي (الجهات الأجنبية) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٧,٠% موزعة بين ٣٠,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

والمساهمة في الأنشطة الاجتماعية الى إقبال الشركات وسعيها الطوعي لتحقيق التوازن بين مصالح كافة الفئات التي تتفاعل معها.^(٢٧) ويرى ويندسون ان تطور تاريخ نظرية المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن تحليله من خلال ٣ مداخل او مقاربات الاول هو نظرية المسؤولية الاخلاقية، والثاني هو نظرية المسؤولية الاقتصادية، والثالث هو مفهوم المواطنة المشتركة، بينما حدد بعض الباحثين تفسير نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة وفق ٣ مدارس المدرسة الكندية او مدرسة مونتريال، المدرسة الاوروبية الانجلوساكسونية والمدرسة الصينية.^(٢٨) فبينما يرى المستهلكين الصينيين على سبيل المثال ان الشركة المسؤولة اجتماعيا هي الشركة ذات المنتجات الآمنة صاحبة الجودة العالية يرى الامان ان الشركة ذات المسؤولية الاجتماعية توفر فرص عمل مضمونة بينما يتم تفسير النظرية في جنوب افريقيا على انها تساهم في الاحتياجات الاجتماعية الاساسية مثل الرعاية الصحية والتعليم.^(٢٩)

وفقا لوزارة التجارة والصناعة بالحكومة البريطانية في ٢٠٠٢، فان العمل الاستثماري مع تحديد اهداف مجتمعية يعد استثمار اكثر فائدة لفانص ربح الشركات من زيادة الارباح لملاكها^(٢٨)

اهم نتائج الدراسة:

II مدى معرفة المراهقين عينة الدراسة بطبيعة ملكية شركات قطاع الطيران المدني المصري (مطار القاهرة- مصر للطيران):
جدول (١) طبيعة ملكية شركات قطاع الطيران المدني المصري (مطار القاهرة- مصر للطيران) في تقدير المراهقين عينة الدراسة وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاستجابة	٩١	٦٠,٧	٩٦	٦٤,٠	١٨٧	٦٢,٣
قطاع عام	١٣	٨,٧	١٩	١٢,٧	٣٢	١٠,٧
قطاع خاص	٤٦	٣٠,٧	٣٥	٢٣,٣	٨١	٢٧,٠
مملوكة لجهات أجنبية	١٥٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠
المجموع						

قيمة كا^٢ = ٢,٧٥٢٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٩٥٣ مستوى الدلالة = غير دالة بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٢,٧٥٢٥ وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٩٥٣ تقريبا مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين النوع

٢ ترتيب أكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقين عينة الدراسة في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني المصري:
جدول (٢) ترتيب أكثر المصادر اعتمادا في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني المصري وفقا للنوع

الترتيب	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		الوزن المنوي	الترتيب	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	٢٢	١٠,٩	١٢	٥,٤	٣٢	١٧,٥	٦٢	٣٤	٣٧	٢٠	٢٨	١٥	٥٣٨	١٤	٥
٢	٧	٣,٤	٣٨٣	٢٠,٦	٢٣	١٢,٦	٤٥	٢٥	٦١	٣٣	٤٣	٢٣	٤٥١	١١,٧	٦
٣	١٨	٩,٨٤	٣٦	١٩,٧	٦٣	٣٤,٤	٣٥	١٤	٢٧	١٥	٢٧	١٥	٦٩٦	١٨,١	٢
٤	٣١	١٦,٩	٣٨	٢٠,٨	٢٦	١٤,٢	١٤	٧,٧	١٧	٩,٣	٥٧	٣١	٦١٣	١٥,٩	٤
٥	٨٨	٤٨,١	٥٣	٢٩	٤	٢,١٩	٩	٤,٩	١٥	٨,٢	١٤	٧,٧	٨٨٠	٢٢,٩	١
٦	٤٨	٢٦,٢	٢٦	١٤,٢	٢٢	١٢	٢٨	١٥	٢٢	١٢	٣٧	٢٠	٦٧١	١٧,٤	٣
مجموع الأوزان													١٨٣	٣٨٤٩	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب أكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقين عينة الدراسة في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني المصري حيث وجاءت على النحو التالي: في الترتيب الأول مصدر "مواقع التواصل إجتماعي" بوزن منوي بلغت نسبته ٢٢,٩%، وجاء في الترتيب الثاني "التلفزيون" بوزن منوي بلغت نسبته ١٨,١%، وجاء في الترتيب الثالث "عن طريق صديق" بوزن منوي بلغت نسبته ١٧,٤%، وجاء في الترتيب الرابع "المواقع الإلكترونية" بوزن منوي بلغت نسبته ١٥,٩%، وفي الترتيب الخامس "المصحف والمجلات" بنسبة بلغت ١٤%، وفي الترتيب السادس والأخير "الراديو" بوزن منوي بلغ ١١,٧%.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب أكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقين عينة الدراسة في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني المصري حيث وجاءت على النحو التالي: في الترتيب الأول مصدر "مواقع التواصل إجتماعي" بوزن منوي بلغت نسبته ٢٢,٩%، وجاء في الترتيب الثاني "التلفزيون" بوزن منوي بلغت نسبته ١٨,١%، وجاء في الترتيب الثالث "عن طريق صديق" بوزن منوي بلغت نسبته ١٧,٤%، وجاء في الترتيب الرابع "المواقع الإلكترونية" بوزن منوي بلغت نسبته ١٥,٩%، وفي الترتيب الخامس "المصحف والمجلات" بنسبة بلغت ١٤%، وفي الترتيب السادس والأخير "الراديو" بوزن منوي بلغ ١١,٧%.

٣ أهم أسباب عدم اهتمام المراهقين عينة الدراسة متابعة أخبار الطيران المدني المصري وفقا للنوع
جدول (٣) أهم أسباب عدم اهتمام المراهقين عينة الدراسة متابعة أخبار الطيران المدني المصري وفقا للنوع

الأسباب	ذكور		إناث		الإجمالي		الترتيب	الدالة	قيمة (Z)
	ك	%	ك	%	ك	%			
تلك الأخبار لا تهمني مطلقا	٣٦	٥٢,٢	٢٦	٥٤,٢	٦٢	٥٣,٠	٣	غير دالة	٠,١٠٦٠٢
المعلومات المتضمنة معقدة وغير مفهومة	٣٤	٤٩,٣	٢٧	٥٦,٢	٦١	٥٢,١	٤	غير دالة	٠,٣٧١٠٨
أسلوب العرض ممل	٤٥	٦٥,٢	٣٠	٦٢,٥	٧٥	٦٤,١	٢	غير دالة	٠,١٤٤٥٧
الموضوعات لا تعكس الواقع	٣٢	٤٦,٤	٢٤	٥٠,٠	٥٦	٤٧,٩	٥	غير دالة	٠,١٩٢٢٧
ليس لدى وقت لمطالعة تلك الأخبار	٤٢	٦٠,٩	٣٧	٧٧,١	٧٩	٦٧,٥	١	غير دالة	٠,٨٢٢٦٥
جملة من سئلوا									
٦٩									

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب أكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقين عينة الدراسة في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني المصري وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من تلك الأسباب "ليس لدى وقت لمطالعة تلك الأخبار" بنسبة بلغت ٦٧,٥% من إجمالي مفردات من لا يتابعون أخبار هيئة الطيران المدني المصري، موزعة بين مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٠٦٠٢، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب أكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقين عينة الدراسة في اكتساب معلومات عن شركات الطيران المدني المصري وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من تلك الأسباب "ليس لدى وقت لمطالعة تلك الأخبار" بنسبة بلغت ٦٧,٥% من إجمالي مفردات من لا يتابعون أخبار هيئة الطيران المدني المصري، موزعة بين مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٨٢٢٦٥، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

و جاء في الترتيب الثاني "أسلوب العرض ممل"، حيث جاءت بنسبة ٦٤,١% من إجمالي مفردات من لا يتابعون أخبار هيئة الطيران المدني المصري، موزعة بين مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٤٤٥٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

و جاء في الترتيب الثاني "أسلوب العرض ممل"، حيث جاءت بنسبة ٦٤,١% من إجمالي مفردات من لا يتابعون أخبار هيئة الطيران المدني المصري، موزعة بين مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٤٤٥٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

و جاء في الترتيب الثالث "تلك الأخبار لا تهمني مطلقا"، حيث جاءت بنسبة ٥٢,٢% من إجمالي مفردات من لا يتابعون أخبار هيئة الطيران المدني المصري، موزعة بين ٥٢,٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٢,٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٣٧١٠٨، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٣ أكثر أنشطة المسؤولية الإجتماعية التي يهتم المراهقين عينة الدراسة بالمشاركة فيها:

جدول (٤) أكثر الأنشطة التي يهتم المراهقين عينة الدراسة بالمشاركة فيها ن=٣٠٠

الاستجابة	مهتم جدا		مهتم إلى حد ما		غير مهتم		القيمة ك	الدالة	الرأي
	ك	%	ك	%	ك	%			
مسابقات الجري لدعم مستشفى سرطان الأطفال ٥٧٣٥٧	١٩٢	٦٤,٠	٦٠	٢٠,٠	٤٨	١٦,٠	١٢٧,٦٨٠	دالة**	مهتم جدا
الجولات التعريفية في مصر للطيران	٩٠	٣٠,٠	١٠٦	٣٥,٣	١٠٤	٣٤,٧	١,٥٢٠٠٠	غير دالة	مهتم إلى حد ما
الجولات التعريفية في مطار القاهرة الدولي	٨٥	٢٨,٣	٨٣	٢٧,٧	١٣٢	٤٤,٠	١٥,٣٨٠٠	دالة**	غير مهتم
مهرجانات فنية للشباب	١٥٨	٥٢,٧	٦٥	٢١,٧	٧٧	٢٥,٧	٥١,١٨٠٠	دالة**	مهتم جدا
المسابقات الثقافية والعلمية للشباب	١٢٧	٤٢,٣	٨٦	٢٨,٧	٨٧	٢٩,٠	٥١,١٨٠٠	دالة**	مهتم جدا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر الأنشطة التي يهتم المراهقين عينة الدراسة بالمشاركة فيها وتقدمها هيئة الطيران المدني المصري، حيث جاءت العبارة "مسابقات الجري لدعم مستشفى سرطان الأطفال ٥٧٣٥٧" قيمة ك=١٠٠، وبراى "مهتم جدا" وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر الأنشطة التي يهتم المراهقين عينة الدراسة بالمشاركة فيها وتقدمها هيئة الطيران المدني المصري، حيث جاءت العبارة "مسابقات الجري لدعم مستشفى سرطان الأطفال ٥٧٣٥٧" قيمة ك=١٠٠، وبراى "مهتم جدا" وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

"غير مهتم"، وجاءت العبارة "مهرجانات فنية للشباب" حيث جاءت قيمة $\chi^2 = 1,800,11$ هي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، وبرأى "مهتم جدا"، بينما جاء العبارة "المسابقات الثقافية والعلمية للشباب" برأى "مهتم جدا"، وقيمة $\chi^2 = 1,800,11$ هي دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١.

وجاءت قيمة χ^2 في العبارة "الجولات التعريفية في مصر للطيران" = ١,٥٢٠,٠٠ وبرأى "مهتم إلى حدما" وأيضا هي قيمة غير دالة إحصائية عند أي مستوى دلالة، وجاءت العبارة "الجولات التعريفية في مطار القاهرة الدولي" حيث جاءت قيمة $\chi^2 = 1,380,11$ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، وبرأى

أهم الأنشطة التي يجب أن تولي الشركات المذكورة لها إهتمام أكبر من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة:

جدول (٥) يوضح أهم الأنشطة التي يجب أن تولي الشركات المذكورة لها إهتمام أكبر من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة وفقا للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة (Z)	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك		
٢	دالة**	١,٨٤٧٥٢	٦٦,٧	٢٠٦	٧٩,٣	١١٩	٥٨,٠	٨٧	رعاية أحداث فنية (حفلات- معارض- مهرجانات سينمائية)	
١	غير دالة	٠,٤٠٤١٤	٦٩,٠	٢٠٧	٦٦,٧	١٠٠	٧١,٣	١٠٧	رعاية أحداث رياضية (نقل رياضيين مجانا- تكريم رياضيين- رعاية مباريات)	
٧	غير دالة	٠,٥٧٧٣٥	٥٢,٠	١٥٦	٥٥,٣	٨٣	٤٨,٧	٧٣	انشطة لخدمة نوى الاحتياجات الخاصة	
٤	دالة**	٢,٠٢٠٧٢	٥٣,٠	١٥٩	٦٤,٧	٩٧	٤١,٣	٦٢	رعاية أحداث ثقافية (مهرجانات ثقافية/ نقل الاثار المصرية مجانا)	
٥	غير دالة	٠,١١٥٤٧	٥٢,٧	١٥٨	٥٢,٠	٧٨	٥٣,٣	٨٠	رعاية أحداث تعليمية (نقل طلاب- رعاية المنفوقين)	
٨	دالة*	١,٢٧٠١٧	٥٠,٧	١٥٢	٥٨,٠	٨٧	٤٣,٣	٦٥	رعاية أحداث علمية (نقل العلماء والباحثين مجانا- رعاية مؤتمرات علمية)	
٩	دالة*	١,٥٥٨٨٤	٥٠,٣	١٥١	٥٩,٣	٨٩	٤١,٣	٦٢	رعاية أحداث صحية (نقل معدات طبية مجانا- كفالة بناء اجنحة في المستشفيات- تبرعات مادية او عينية)	
٣	غير دالة	٠,٣٠٩٤	٥٨,٧	١٧٦	٦٠,٠	٩٠	٥٧,٣	٨٦	تنظيم مسابقات واحداث ثقافية موجه للشباب.	
٦	غير دالة	٠,٦٣٥٠٨	٥٢,٣	١٥٧	٥٦,٠	٨٤	٤٨,٧	٧٣	تجميل الميادين (حداق- نافورات)// رصف الطرق	
				٣٠٠		١٥٠		١٥٠	جملة من سلوا	

إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١١٥٤٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس "تجميل الميادين (حداق- نافورات)// رصف الطرق"، حيث جاءت بنسبة ٥٢,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٦٣٥٠٨، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وأما في الترتيب السابع فقد جاء "انشطة لخدمة نوى الاحتياجات الخاصة"، حيث جاءت بنسبة ٥٢,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٥,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٥٧٧٣٥، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

بينما جاء في الترتيب الثامن "رعاية أحداث علمية (نقل العلماء والباحثين مجانا- رعاية مؤتمرات علمية)"، حيث جاءت بنسبة ٥٠,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٣,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث إن هناك فارق بين النسبتين وهو دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠٥، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٢٧٠١٧*، وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

وجاء في الترتيب التاسع والأخير "رعاية أحداث صحية (نقل معدات طبية مجانا- كفالة بناء اجنحة في المستشفيات- تبرعات مادية او عينية)"، حيث جاءت بنسبة ٥٠,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤١,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٩,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٥٥٨٨٤، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الأنشطة التي يجب أن تولي الشركات المذكورة لها إهتمام أكبر من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول رعاية أحداث رياضية (نقل رياضيين مجانا- تكريم رياضيين- رعاية مباريات) بنسبة بلغت ٦٩,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧١,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٦٦,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٤٠٤١٤، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني "رعاية أحداث فنية (حفلات- معارض- مهرجانات سينمائية)"، حيث جاءت بنسبة ٦٦,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٨,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٩,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث إن هناك فارق بين النسبتين وهو دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٨٤٧٥٢*، وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

وجاء في الترتيب الثالث "تنظيم مسابقات واحداث ثقافية موجه للشباب"، حيث جاءت بنسبة ٥٨,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٧,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٢٣٠٩٤، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع "رعاية أحداث ثقافية (مهرجانات ثقافية/ نقل الاثار المصرية مجانا)"، حيث جاءت بنسبة ٥٣,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤١,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٤,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث إن هناك فارق بين النسبتين وهو دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٢,٠٢٠٧٢*، وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

وجاء في الترتيب الخامس "رعاية أحداث تعليمية (نقل طلاب- رعاية المنفوقين)"، حيث جاءت بنسبة ٥٢,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢,٠% من

٢٢ أهم أسباب قيام شركات الطيران المدني بتلك الأنشطة من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة:
جدول (٦) يوضح أهم أسباب قيام شركات الطيران المدني بتلك الأنشطة من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة (Z)	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٥٧٧٣٥	٦٨,٧	٢٠,٦	٧٢,٠	١٠,٨	٦٥,٣	٩٨	الاستجابة
٣	دالة*	١,٦١٦٥٨	٥٦,٧	١٧,٠	٤٧,٣	٧١	٦٦,٠	٩٩	لأنها شركات وطنية لها رسالة إجتماعية
٤	غير دالة	١,١٥٤٧٠	٥٢,٧	١٥,٨	٤٦,٠	٦٩	٥٩,٣	٨٩	لزيادة الأرباح.
٢	غير دالة	١,١٥٤٧٠	٦٢,٧	١٨٨	٥٦,٠	٨٤	٦٩,٣	١٠٤	لمجارة ومناقشة الشركات الأخرى
٥	غير دالة	١,٢١٢٤٣	٥١,٧	١٥٥	٤٤,٧	٦٧	٥٨,٧	٨٨	لجذب مزيد من العملاء
٦	غير دالة	١,٠٣٩٢٣	٥١,٣	١٥٤	٤٥,٣	٦٨	٥٧,٣	٨٦	لتحسين صورتها أمام العالم
٧	غير دالة	١,٢١٢٤٣	٤٣,٧	١٣١	٣٦,٧	٥٥	٥٠,٧	٧٦	للحصول على إمتيازات مقابلة
			٣٠٠		١٥٠		١٥٠		لأن ذلك من متطلبات إعتداد المؤسسات الدولية لها
									جملة من سنلوا

مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٦,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,١٥٤٧٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس لتحسين صورتها أمام العالم، حيث جاءت بنسبة ٥١,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٨,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٢١٢٤٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وأما في الترتيب السادس فقد جاء للحصول على إمتيازات مقابلة، حيث جاءت بنسبة ٥١,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٧,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٥,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٠٣٩٢٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

بينما جاء في الترتيب السابع لأن ذلك من متطلبات إعتداد المؤسسات الدولية لها، حيث جاءت بنسبة ٤٣,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٢١٢٤٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب قيام شركات الطيران المدني بتلك الأنشطة من وجهة نظر المراهقين عينة الدراسة وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول "لأنها شركات وطنية لها رسالة إجتماعية" بنسبة بلغت ٦٨,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٥,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٧٢,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٥٧٧٣٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني "لجذب مزيد من العملاء"، حيث جاءت بنسبة ٦٢,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٩,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,١٥٤٧٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث "لزيادة الأرباح"، حيث جاءت بنسبة ٥٦,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٧,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث إن هناك فارق بين النسبتين وهو دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٦١٦٥٨* وهي أكبر من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

وجاء في الترتيب الرابع "لمجارة ومناقشة الشركات الأخرى"، حيث جاءت بنسبة ٥٢,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٩,٣% من إجمالي

٢٣ الصورة الذهنية لدى المراهقين عينة الدراسة عن مؤسسات الطيران المدني المصري:

جدول (٧) الصورة الذهنية لدى المراهقين عينة الدراسة عن مؤسسات الطيران المدني المصري حيث ن=٣٠٠

العبارة	النوع	موافق		محايد		معارض		الانحراف المعياري	شدة الاتجاه
		%	ك	%	ك	%	ك		
قطاع ناجح	ذكور	٧١	٤٧,٣	٥٤	٣٦,٠	٢٥	١٦,٧	٠,٧٨٢٦٤	موافق
	إناث	١٠١	٦٧,٣	١٨	١٢,٠	٣١	٢٠,٧		
	الاجمالي	١٧٢	٥٧,٣	٧٢	٢٤,٠	٥٦	١٨,٧		
يقدم خدمات مميزة	ذكور	٨٦	٥٧,٣	٣٣	٢٢,٠	٣١	٢٠,٧	٠,٨٣٤٣٥	موافق
	إناث	٣٧	٢٤,٧	٥٥	٣٦,٧	٥٨	٣٨,٧		
	الاجمالي	١٢٣	٤١,٠	٨٨	٢٩,٣	٨٩	٢٩,٧		
يواكب أحدث أساليب التطوير العالمية	ذكور	٥٨	٣٨,٧	٦١	٤٠,٧	٣١	٢٠,٧	٠,٧٨٨٠٣	موافق
	إناث	٥٥	٣٦,٧	٤٩	٣٢,٧	٤٦	٣٠,٧		
	الاجمالي	١١٣	٣٧,٧	١١٠	٣٦,٧	٧٧	٢٥,٧		
أفقر بوجوده في مصر	ذكور	٧٧	٥١,٣	٤٣	٢٨,٧	٣٠	٢٠,٠	٠,٨١٦٢٩	موافق
	إناث	٦٨	٤٥,٣	٤٠	٢٦,٧	٤٢	٢٨,٠		
	الاجمالي	١٤٥	٤٨,٣	٨٣	٢٧,٧	٧٢	٢٤,٠		
لثق في قدرته على الخروج من الأزمات المختلفة	ذكور	٧٦	٥٠,٧	٣٩	٢٦,٠	٣٥	٢٣,٣	٠,٨٨٨٨٩	موافق
	إناث	٦٨	٤٥,٣	١٨	١٢,٠	٦٤	٤٢,٧		
	الاجمالي	١٤٤	٤٨,٠	٥٧	١٩,٠	٩٩	٣٣,٠		

شدة الانحراف الاتجاه	المتوسط المعياري	معارض		محايد		موافق		النوع	الاستجابة
		%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠,٨٠٢٧٢	٢,١٣٣٣	٢٠,٠	٣٠	٣٦,٧	٥٥	٤٣,٣	٦٥	في حالة وجود أكثر من بديل أفضل التعامل معه
			٣٢,٧	٤٩	٣١,٣	٤٧	٣٦,٠	٥٤	
			٢٦,٣	٧٩	٣٤,٠	١٠٢	٣٩,٧	١١٩	
موافق	٠,٨٥٩١٨	٢,٢٤٠٠	٢١,٣	٣٠	٢٤	٣٦	٥٤,٧	٨٢	يخدم المجتمع
			٣٤,٠	٥١	١٧,٣	٢٦	٤٨,٧	٧٣	
			٢٧,٧	٨٣	٢٠,٧	٦٢	٥١,٧	١٥٥	
محايد	٠,٨١٥٧٥	٢,٠١٠٠	٢٤,٧	٣٧	٤٠,٠	٦٠	٣٥,٣	٥٣	أنشطة الخدمة المجتمعية التي تقوم بها قد تؤثر على طريقة تعاملها معها
			٤٠,٧	٦١	٢٧,٣	٤١	٣٢,٠	٤٨	
			٣٢,٧	٩٨	٣٣,٧	١٠١	٣٣,٧	١٠١	
معارض	٠,٦٤٤٦٣	١,٢٥٠٠	٨٩,٣	١٣٤	٢,٧	٤	٨,٠	١٢	قطاع فاشل
			٨٣,٣	١٢٥	٢,٠	٣	١٤,٧	٢٢	
			٨٦,٣	٢٥٩	٢,٣	٧	١١,٣	٣٤	
معارض	٠,٦١٧٥٧	١,٢٧٦٦	٩٠,٠	١٣٥	٤,٠	٦	٦,٠	٩	يقدم خدمات رديئة
			٧٢,٧	١٠٩	١٥,٣	٢٣	١٢,٠	١٨	
			٨١,٣	٢٤٤	٩,٧	٢٩	٩,٠	٢٧	
معارض	٠,٦٠١٥٤	١,٢٦٣٣	٨٢,٧	١٢٤	٨,٠	١٢	٩,٣	١٤	لا يواكب اساليب التطوير العالمية
			٨١,٣	١٢٢	١١,٣	١٧	٧,٣	١١	
			٨٢,٠	٢٤٦	٩,٧	٢٩	٨,٣	٢٥	
معارض	٠,٥٤٤٧٢	١,٢٤٠٠	٨٣,٣	١٢٥	٩,٣	١٤	٧,٣	١١	لا أفخر بوجوده في مصر
			٨٠,٠	١٢٠	١٦,٠	٢٤	٤,٠	٦	
			٨١,٧	٢٤٥	١٢,٧	٣٨	٥,٧	١٧	
معارض	٠,٧٨٤٥٤	١,٤٤٣٣	٨٣,٣	١٢٥	٨,٠	١٢	٨,٧	١٣	لا أتق في قدرته على الخروج من الأزمات المختلفة
			٦٤,٧	٩٧	٧,٣	١١	٢٨,٠	٤٢	
			٧٤,٠	٢٢٢	٧,٧	٢٣	١٨,٣	٥٥	
معارض	٠,٧٥١٠٩	١,٣٨٠٠	٧٩,٣	١١٩	٨,٧	١٣	١٢,٠	١٨	في حالة وجود أكثر من بديل أفضل التعامل مع البديل المتاح
			٧٧,٣	١١٦	٢,٠	٣	٢٠,٧	٣١	
			٧٨,٣	٢٣٥	٥,٣	١٦	١٦,٣	٤٩	
معارض	٠,٦٨١٤٢	١,٣٥٦٦	٧٩,٣	١١٩	٩,٣	١٤	١١,٣	١٧	لا يخدم المجتمع
			٧٢,٧	١٠٩	٧,٧	٢٣	١٢,٠	١٨	
			٧٥,٠	٢٢٨	١٢,٣	٣٧	١١,٧	٣٥	
معارض	٠,٧٥٨٨٨	١,٤٠٣٣	٨٥,٣	١٢٨	٦,٠	٩	٨,٧	١٣	أنشطة الخدمة المجتمعية التي تقوم بها قد تؤثر على طريقة تعاملها معها
			٦٧,٣	١٠١	٨,٠	١٢	٢٤,٧	٣٧	
			٧٦,٣	٢٢٩	٧,٠	٢١	١٦,٧	٥٠	

بمتوسط حسابي ١,٢٦٣٣ وانحراف معياري ٠,٦٠١٥٤، وجاءت العبارة "لا أفخر بوجوده في مصر" بمعدل استجابة معارض بمتوسط حسابي ١,٢٤٠٠ وانحراف معياري ٠,٥٤٤٧٢، وجاءت العبارة "لا أتق في قدرته على الخروج من الأزمات المختلفة" بمعدل استجابة معارض بمتوسط حسابي ١,٤٤٣٣ وانحراف معياري ٠,٧٨٤٥٤، وجاءت العبارة "في حالة وجود أكثر من بديل أفضل التعامل مع البديل المتاح" بمعدل استجابة معارض بمتوسط حسابي ١,٣٨٠٠ وانحراف معياري ٠,٧٥١٠٩، وجاءت العبارة "لا يخدم المجتمع" بمعدل استجابة معارض بمتوسط حسابي ١,٣٥٦٦ وانحراف معياري ٠,٦٨١٤٢، وجاءت العبارة "أنشطة الخدمة المجتمعية التي تقوم بها قد تؤثر على طريقة تعاملها معها" بمعدل استجابة معارض بمتوسط حسابي ١,٤٠٣٣ وانحراف معياري ٠,٧٥٨٨٨.

المراجع:

١. مصر في ارقام ٢٠١٤، الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء.
٢. مروة صبحي، قياس فاعلية الإتصالات الترويجية لبرنامج المسؤولية الإجتماعية وتأثيرها على سمعة المنظمة- دراسة حالة على مجموعة من الشركات المصرية والمتعددة الجنسيات، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠١٤
3. B. Bhattacharya, (2001) Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility, *Journal of Marketing Research*, Vol. 38, No. 2 (May, 2001), pp. 225-243.

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المرهقين حول الصورة الذهنية لديهم عن مؤسسات الطيران المدني المصري، حيث جاءت العبارة "قطاع ناجح" بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢,٣٨٦٦ وانحراف معياري ٠,٧٨٢٦٤، وجاءت العبارة "يقدم خدمات مميزة" بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢,١١٣٣ وانحراف معياري ٠,٨٣٤٣٥، وجاءت العبارة "يواكب أحدث أساليب التطوير العالمية" بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢,١٢٠٠ وانحراف معياري ٠,٧٨٨٠٣، وجاءت العبارة "أفخر بوجوده في مصر" بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢,٢٤٣٣ وانحراف معياري ٠,٨١٦٢٩، وجاءت العبارة "أتق في قدرته على الخروج من الأزمات المختلفة" بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢,١٥٠٠ وانحراف معياري ٠,٨٨٨٨٩، وجاءت العبارة "في حالة وجود أكثر من بديل أفضل التعامل معه" بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي ٢,١٣٣٣ وانحراف معياري ٠,٨٠٢٧٢، وجاءت العبارة "يخدم المجتمع" بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢,٢٤٠٠ وانحراف معياري ٠,٨٥٩١٨، وجاءت العبارة "أنشطة الخدمة المجتمعية التي تقوم بها قد تؤثر على طريقة تعاملها معها" بمعدل استجابة محايد بمتوسط حسابي ٢,٠١٠٠ وانحراف معياري ٠,٨١٥٧٥، وجاءت العبارة "قطاع فاشل" بمعدل استجابة معارض بمتوسط حسابي ١,٢٥٠٠ وانحراف معياري ٠,٦٤٤٦٣، وجاءت العبارة "يقدم خدمات رديئة" بمعدل استجابة معارض بمتوسط حسابي ١,٢٧٦٦ وانحراف معياري ٠,٦١٧٥٧، وجاءت العبارة "لا يواكب اساليب التطوير العالمية" بمعدل استجابة معارض

19. Malmstorm, linnea and Sevilla, Irene Anne (2014), "Young consumers perception of corporate social responsibility (CSR) and the way they are being communicated", Bachelor Thesis, Business administration, Lulea university of technology.
٢٠. نبيل عبدالحميد عشوش، تطور الاساليب والافكار الاعلانية "دراسة تحليلية مقارنة لاعلانات بعض شركات الطيران الدولية، رسالة دكتوراه، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٦.
٢١. نبيل عبدالحميد عشوش، الاسس العلمية في تخطيط وإدارة العلاقات العامة- دراسة حالة ميناء القاهرة الجوي، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم علاقات عامة وإعلان، ١٩٨٣.
٢٢. مروة محمد عبدالله مصطفى، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي للشركات، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
23. Saether, Kim T; Ruth V. Aguilera (2008). "Corporate Social Responsibility in a Comparatives Perspective". In Crane, A.; et.al. The Oxford Handbook of Corporate
24. Knox, Simon (2007). Ramsden, J. J; Aida, S. and; Kakabadse, A, eds. Corporate Social Responsibility and Business Decision Making. Spiritual Motivation: New Thinking for Business and Management (Basingstoke: Palgrave Macmillan). ISBN 978- 0- 230- 54291- 4
25. Ruth and others (2007), Putting the S back in Corporate social Responsibility: A multilevel theory of Social change in organizations, **Academy of management Review**.
٢٦. مروة محمد عبدالله، مرجع سابق، ٢٠١٣.
27. Donald S. Siegel, Abigail McWilliams, Patrick M. Wright (2005), Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, Rensselaer Polytechnic Institute, **Rensselaer Working Papers in Economics**.
28. Nrlarine Cornelius& Mathew Todres, Shaheena Janjuha- Jivraj, Adrian Woods, James Wallace (2008), Corporate Social Responsibility and the social Enterprise: in, **Journal of business Ethics**, 2008, Volume 81, Number 2, Page 355,
٤. العوادلي، سلوى. "تأثير استخدام برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الانترنت على بناء سمعة المنظمة"، في المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر للإعلام والاصلاح: الواقع والتحديات، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، يوليو (٢٠٠٩)
٥. شيماء عز الدين زكي جمعة. دور برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات العاملة في مصر في تكوين صورتها لذهنية لدى الجمهور المصري، رسالة ماجستير، كلية الاداب، جامعة عين شمس، ٢٠١٠.
٦. المغربي، نهال وفؤاد، ياسمين. المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم ١٣٨، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ٢٠٠٨.
7. Kaman Lee, (2008), "Opportunities for green marketing: young consumers", **Marketing Intelligence & Planning**, Vol. 26 Iss 6 pp. 573-5.
8. Zhanna Belyaeva, (2015) "CSR in the Russian aviation industry: the winds of change", **Strategic Direction**, Vol. 31 Iss: 8
9. Linzi J. Kemp, Jeannette Vinke, (2012) "CSR reporting: a review of the Pakistani aviation industry", **South Asian Journal of Global Business Research**, Vol. 1 Iss: 2
10. Irina Lock, Peter Seele, The credibility ofCSR Reports in Europe. **Journal of ckeaner productin**, 122(2016)186- 200
11. Koep, Lisa& O'Driscoll, Aidan (2014), Towards a Model for Integrated Management and Communications Theory in Sustainability/ CSR Research, pp103, in isis Report 6 making the number of option Grow, **Contributions to corporate Responsibility Research Conference** 2013.
12. Zhanna Belyaeva, (2015) "CSR in the Russian aviation industry: the winds of change", **Strategic Direction**, Vol. 31 Iss: 8, pp. 7-9
١٣. ابراهيم محمود المصري، دور الاتصالات التسويقية المتكاملة في تشكيل الصورة الذهنية لشركات الطيران العربية، رسالة دكتوراه، قسم الاعلام، كلية الاداب، جامعة عين شمس، ٢٠١٣
14. Linzi J. Kemp, Jeannette Vinke, (2012) "CSR reporting: a review of the Pakistani aviation industry", **South Asian Journal of Global Business Research**, Vol. 1 Iss: 2, pp. 276- 292
15. Hyun Joo KIM, Airline Passengers' satisfaction with airports, Texas A& M University, 23 **Master of Science**, 2011.
16. Chung, Eun Ji, "Examining the Effectiveness of using CSR Communications in Apology Statements after Negative Publicity" (2015). Dissertations- ALL. Paper 276 276. Available from ProQuest Dissertations& Theses Global.
١٧. طه الحافظ أحمد سيد، اثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على رأس مالها الفكري الأخضر، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية التجارة، ٢٠١٥
18. David Coldwell, Tasneem Joosub (2014), "**Business Case for Corporate Social Responsibility in Emerging Economies? An Exploratory Empirical Study of the South African Business Context**", in Gabriel Eweje (ed.) Corporate Social Responsibility and Sustainability: Emerging Trends in Developing Economies (Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability, Volume 8) Emerald Group Publishing Limited, pp. 297- 322.