

ممارسات المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء شركات الاتصالات

دراسة حالة شركة زين للاتصالات المحدودة

مجاهد الصديق عبدالقادر محمد

كلية التجارة - جامعة النيلين - السودان

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفاهيم المسؤولية الاجتماعية والأداء، وتوضيح أثر المسؤولية الاجتماعية على أداء شركات الاتصالات. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن الشركة تعمل على تقديم مستوى خدمات يلبي رغبات العملاء، توسعت خدمات الشركة بصورة كبيرة حتى وصلت إلى جميع فئات المجتمع حيث إن أسعار الخدمات تأخذ في الاعتبار الأوضاع الاقتصادية للمجتمع، تقدم الشركة مشاريع خيرية في مختلف مناطق السودان مما أسهم في التعرف بالشركة. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، شركات الاتصالات، الأداء.

The Impact of the Application of Social Responsibility Practices on the Performance of Telecommunications Companies: A Case Study of Zain Telecommunication Company

Abstract

The study aimed at introducing the concepts of social responsibility and performance. It relied on the descriptive analytical approach to describe and analyze the data and test the study hypotheses. The study reached a number of results including: The company is working to provide a level of services to meet the wishes of customers, the company's services have expanded significantly to reach all society categories, the prices of services take into account the economic conditions of the community, the company offers charitable projects in various regions of company's telecom, which contributed In the company profile.

Keywords: social responsibility, Telecommunication Companies, performance

المحور الأول: المقدمة

تمهيد:

لمنظمات الأعمال بشقيها السلعي والخدمي قد نشأت تاريخياً تحت تأثير الضغوط التي مارستها جماعات متنوعة مثل العاملين والمستهلكين وجماعات حماية البيئة والمنظمات غير الحكومية أو المجتمعات المدنية، فإنها تطورت خلال العقود الأخيرة تحت تأثير المنافسة والتغيير في توقعات أصحاب المصالح، وبانت أكثر فأكثر ممارسة طوعية من منظمات الأعمال التي ظهرت توجهات لتصبح جزءاً من نظام المواطنة الصالحة وشريكاً في التنمية المستدامة.

ويعد الأداء من المواضيع التي نالت نصيباً وافراً من الاهتمام والبحث في الدراسات الإدارية، وذلك لأهمية المفهوم على مستوى الفرد والمنظمة ولتداخل المؤثرات التي تؤثر على الأداء وتنوعها، فمن خلال تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية يكون بمقدورها تنظيم أنشطتها

ظهر الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص، وأصبح الحديث عنها في الآونة الأخيرة عنواناً للمؤتمرات والندوات، ومجالاً للدراسات والأبحاث سواء من قبل الأفراد أو مراكز البحوث والمنظمات الدولية، كما تزايد الاهتمام بها من قبل كل الحكومة والشركات نفسها، وأصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءاً من إستراتيجية شركات الأعمال للتفاعل مع المجتمع والبيئة المحيطة.

إن مهمة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال في البداية مهمة عملية صعبة وهي عملية الالتزام بتحقيق التوازن بين تحقيق الأهداف ودعم المجتمع، وإذا كانت المسؤولية الاجتماعية

وفق الاختلافات الثقافية والبيئية والمجتمعية، كما تساهم في تأكيد نتائج الأداء وتحقيق الثقة والطمأنينة بين الشركات والأطراف ذات المصلحة. يحاول البحث إلقاء الضوء على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي: ما أثر تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية على أداء شركات الاتصالات؟ ويتفرع من هذا الأسئلة التالية:

1. ما أثر المسؤولية الإنسانية في أداء الشركات؟
2. ما دور المسؤولية الأخلاقية في أداء الشركات؟
3. ما مدى تأثير المسؤولية الاقتصادية في أداء الشركات؟

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في معرفة المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والأداء بصفة عامة، ومعرفة أبعاد المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها في قياس الأداء الشركات، مما يساهم في إثراء المكتبات بمثل هذا النوع من الدراسات.

أهداف البحث:

1. التعرف على أثر تطبيق المسؤولية الإنسانية في الشركات و أدائها.
2. توضيح أثر المسؤولية الأخلاقية على أداء الشركات.
4. معرفة العلاقة بين المسؤولية الاقتصادية وأداء الشركات.

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإنسانية وأداء الشركات.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الأخلاقية وأداء الشركات.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاقتصادية وأداء الشركات.

الدراسات السابقة

دراسة الداوري، والجموعي، (2020) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للشركات

هدفت الدراسة إلى رصد واقع تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية وذلك من خلال مناقشة طبيعة برامج المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها المؤسسات، والتعرف على أهم الدوافع لتبني المسؤولية الاجتماعية. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن المسؤولية الاجتماعية نوع من الالتزام الاجتماعي الطوعي ذو الطابع الأخلاقي، وأن الاتفاقات الإطارية الدولية لها الفضل في نقل المسؤولية الاجتماعية للشركات من التزام الطوعي إلى الالتزام القانوني.

تختلف هذه الدراسة في أنها تناولت المسؤولية الاجتماعية للشركات من الناحية القانونية ومدى نجاح الاتفاقات الإطار الدولية في بلورتها على أسس قانونية بينما تناولت الدراسة أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية من الناحية الادارية وأثرها على أداء الشركات.

دراسة: الصاعدي، (2021) بعنوان: فاعلية برنامج إرشادي من منظور التربية الإسلامية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الدراسات العليا - دراسة تجريبية

هدفت الدراسة إلى تعزيز مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الدراسات العليا، وذلك بتصميم برنامج مقترح وبيان فاعليته. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الدراسات العليا منخفضة من قبل تطبيق البرنامج، وأن مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الدراسات العليا ارتفع بعد تطبيق البرنامج، وأنه لا توجد فروق بين التطبيقين البعدي والتتبعي مما يدل على فاعلية البرنامج وبقاء أثره.

تختلف هذه الدراسة في أنها تناولت فاعلية برنامج إرشادي من منظور التربية الإسلامية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية بينما تناولت الدراسة تطبيق المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء الشركات.

دراسة: الحسين، وعبد الحميد، (2021) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجامعية - دراسة حالة جامعة أحمد دراية

هدفت الدراسة الى تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات التي يلتزم بها عمال جامعة أحمد دراوي بأردار، وإبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. توصلت الدراسة الى عدة نتائج

أهمها أن المسؤولية الاجتماعية الجامعية تعتبر مجموعة الواجبات والتصرفات التي تقام اتجاه المجتمعات، وأن للمسؤولية الاجتماعية أبعاداً منها: البعد القانوني الاقتصادي، والبعد الخيري، والبعد الأخلاقي.

تختلف هذه الدراسة في أنها تناولت المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجامعية بينما تناولت الدراسة تطبيق المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء الشركات.

دراسة: باعمر (2022) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية - دراسة تطبيقية على الجمهور السعودي

هدفت الدراسة الى معرفة حجم ونوع ومدى تأثير استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين السعوديين في تنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم اعتماداً على المتغيرات الديموغرافية لهم، مع تحديد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً على عينة الدراسة في تنمية هذه المسؤولية الاجتماعية. توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: لا يوجد ارتباط معنوي بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية المسؤولية الاجتماعية للمستخدمين، وإن هناك ارتباط إيجابي متوسط معنوي بين الشهرة والسلطة والمركز الاجتماعي وبين مستوى تنمية المسؤولية الاجتماعية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب السعودي.

تختلف هذه الدراسة في أنها تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية بينما تناولت الدراسة تطبيق المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء الشركات.

دراسة الرئيس، وآخرون (2023) بعنوان: دور تطبيقات الحوكمة البيئية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية وأثرها على قيمة الأسهم - دراسة ميدانية

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الحوكمة البيئية والمسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرهما على قيمة الأسهم. توصلت الدراسة إلى أن هنالك علاقة ارتباط طردي بين المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية وبين قيمة أسهم هذه الشركات في أربعة أبعاد

(البعد الاجتماعي، البعد البيئي، بعد العلاقات مع العملاء، والبعد القانوني)، أن هنالك علاقة ارتباط طردي قوية بين الحوكمة البيئية وبين المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في ثلاثة أبعاد (الأداء البيئي، الابتكار البيئي الداخلي، التكامل مع الموردين المستدامين).

تختلف هذه الدراسة في أنها تناولت تطبيقات الحوكمة البيئية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية وأثرها على قيمة الأسهم بينما تناولت الدراسة تطبيق المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء الشركات.

تتميز الدراسة الحالية بأنها تناولت ممارسات المسؤولية الاجتماعية المتمثلة في: المسؤولية الإنسانية، المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الاقتصادية، ومعرفة أثرها على أداء شركات وكيف ممكن لممارسات المسؤولية الاجتماعية أن تساعد في تحسين الأداء لدى الشركات.

المحور الثاني: الإطار النظري

أولاً: المسؤولية الاجتماعية

1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

شهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة عدة تعريفات مختلفة والقاسم المشترك بين أكثرية التعاريف هي أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تدرج بموجبه المؤسسات الشواغل الاجتماعية والبيئية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها بقصد تحسين أثرها في المجتمع، حيث عرفت المسؤولية الاجتماعية للمنظمة بأنها التزام أخلاقي بين المنظمة والمجتمع، تسعى من خلاله المنظمة إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع بشكل عام، والذي ينعكس بدوره على نجاحها وتحسين أدائها المستقبلي (الحمد، 2003، ص 40).

كما عرفت بأنها المسؤولية الكلية للمنظمة تشمل على مستويات أربعة هي: كفاءة الأداء الاقتصادي في ضوء الالتزام بالقوانين والتشريعات مع الاهتمام بالمسؤوليات الأخلاقية تجاه المجتمع الذي تعمل فيه (الصيرفي، 2007، ص 22).

عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في

- ب. الحفاظ على سلامة الإنسان والحيوان والنبات بالبيئة وحماية الكون من عواقب الأفعال الضارة آنياً ومستقبلياً.
- ج. الارتكاز على إنفاذ معاهدات حقوق الإنسان بدرجاتها متفاوتة بدءاً من الحقوق الأساسية ثم الفرعية ثم الحقوق الكلية للكون والطبيعة.
- د. اعتبار كل قضايا التنمية المستدامة مكون أصيل من مكونات المسؤولية الاجتماعية.
- هـ. تنشيط الوعي بالمسؤولية الاجتماعية في جميع قطاعات المجتمع المدني ابتداء من المجتمعات القاعدية وانتهاء بمتخذي القرار.

4. أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

- سعى العديد من الكتاب والباحثين إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهات نظر مختلفة، تمثلت فيما يلي (مخلوفي، وبن عبد العزيز، 2012م، ص7):
- أ. المسؤولية الإنسانية: يشمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع، كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها، وأن تكون المنظمة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة .
- ب. المسؤولية الأخلاقية: تتمثل في الالتزام بالسلوك الأخلاقي المستوعب للجوانب القيمة والمعتقدات في المجتمع التي تعمل فيه والالتزام بكل ما هو صحيح وعدم الإضرار بالفئات الأخرى من أجل ضمان سيادة مفاهيم العدالة والنزاهة والاستقامة والاخلاص في العمل والمجتمع، كما أنها مجموع سلوكيات ونشاطات ليست بالضرورة موحدة في إطار قانوني ولكن كأعضاء في المجتمع ننتظر من المؤسسة القيام بها، وأن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين .
- ج. المسؤولية القانونية: يقوم على أساس مبادئ حماية البيئة والسلامة المهنية والعدالة، واحترام القوانين وجعلها قاعدة العمل الأساسية، مثل قوانين حماية العاملين وحماية المستهلك والمنافسة والتجارة وقوانين

تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل (نصر الدين، محمد، 2012م، ص 14).

عرفت أيضاً بأنها عبارة عن الأنشطة التي يقوم المشروع بتنفيذها إختيارياً، والتي تعنى بالالتزامات المشروع إتجاه المجتمع بالإضافة إلى إلتزامات المشروع إتجاه أصحابه، وهذا يعني مراعاة الأنشطة الاجتماعية بجانب الهدف التقليدي للمشروع وهو تعظيم الربح، فهي تخلق لدى المنظمة مبدأ التكافل الإجتماعي من خلال السياسات والبرامج التي تتبعها (بن عيسى، وقسول، 2012م، ص 15).

من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول بأن المسؤولية الاجتماعية هي إلتزام الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، والمساهمة بعدد من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي والبطالة والتضخم ومحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل.

2. أهمية المسؤولية الاجتماعية:

تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع. كما يؤدي الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية (بلية، 2011م، ص8). كما تتمثل أهميتها في تحسين صورة المظمة في المجتمع وخاضة لدى العملاء باعتبار أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة تجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة. ومن شأن الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.

3. أهداف المسؤولية الاجتماعية:

تهدف المسؤولية الاجتماعية لتحقيق أهداف متعددة نذكر منها (فهيم، 2014م، ص 21):

أ. بناء قاعدة مترابطة محلياً وعالمياً للشراكة والمساهمة في الرأي والعمل ليس في حقل المسؤولية الاجتماعية وحدها وإنما في كل مجالات الحياة.

حماية البيئة، ويحتوى ولشكل يعزز الارتقاء لعلاقة مع المستهلك والعاملين وكذلك منح الاضرار للبيئة، والتزام المنظمة بإطاعة القوانين، ويتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون .

د. المسؤولية الاقتصادية: هي العمل بكفاءة وفعالية لتحقيق الأرباح و التي تعتبر المسؤولية الأولى للمؤسسات من خلال تقديم سلع وخدمات مطلوبة ومرغوبة من طرف الزبائن، وترقية الأداء وتحسين وضعها التنافسي، وتستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية ويجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرية والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي، وبأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

5. عناصر المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل عناصر المسؤولية الاجتماعية في الآتي (عبد القادر، 2009م، ص 116-117):

أ. الاهتمام: ويقصد به الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد، ذلك الارتباط الذي يخالطه الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغها أهدافها.

ب. الفهم: هو ينقسم إلى شقين، الشق الأول فهم الفرد للجماعة، أي فهمه للجماعة في حالتها الحاضرة من ناحية، وفهم لمؤسساتها ومنظمتها وعاداتها وقيمها ووضعها الثقافي وتاريخها. أما الشق الثاني من الفهم، وهو فهم الفرد للمغزى الاجتماعي لأفعاله، فالمقصود به أن يدرك الفرد آثار أفعاله وتصرفاته وقراراته على الجماعة، أي يفهم القيمة الاجتماعية لأي فعل أو تصرف اجتماعي يصدر عنه.

6. معايير قياس المسؤولية الاجتماعية:

هناك أربعة معايير أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية (فلاق، وبنافلة، 2015م، ص 10):

أ. معيار الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم انتماء العاملين.

ب. معيار الأداء الاجتماعي لحماية البيئة: ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحى بها لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك .

ج. معيار الأداء الاجتماعي للمجتمع: ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

د. معيار الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: وتشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

7. مجالات المسؤولية الاجتماعية

يمكن تلخيص مجالات المسؤولية الاجتماعية في الآتي (فلاق، وبنافلة، 2015م، ص 6):

أ. مجال المساهمات العامة: ترتبط أنشطة هذا المجال بمساهمات المؤسسة في تدعيم المؤسسات العلمية والثقافية والخيرية.

ب. مجالات الموارد البشرية: إعداد برامج تدريب لكل العاملين لزيادة وإتباع سياسة للترقية ومهاراتهم وتحقيق رضاهم الوظيفي وإتباع أجور وحوافز يحقق لهم مستوى معيشي مناسب يتفق مع المستويات الموجودة في المؤسسات الأخرى في القطاع.

ج. مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية: هذا المجال يعد من أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بسبب توسع إستغلال الموارد الطبيعية والتقدم التقني وما نتج عنها من زيادة المخلفات الصناعية وتوسع إستخدام الأسمدة الكيماوية والمبيدات الزراعية مما

أدى إلى مشاكل بيئية كبيرة على جميع المستويات (فلاق، وبنافلة، 2015م، ص 10).

د. مجال مساهمات المنتج أو الخدمة: تتضمن هذه الأنشطة القيام بالبحوث التسويقية لتحديد الاحتياجات التي تتلاءم مع المقدرة الإستهلاكية للعملاء وإعلامهم بخصائص السلعة أو الخدمة وبطريقة إستخدامها، وبتحديد المخاطر ومدة صلاحية الإستخدام.

ثانياً: الأداء

1. مفهوم الأداء

هو مفهوم شامل وهام، بالنسبة لجميع المؤسسات على اختلاف أنواعها وتباين أنشطتها. حيث ينبع من اختلاف التعاريف من اختلاف المعايير والمقاييس التي تعتمد في دراسة الأداء وقياسه، كما يعود لتنوع أهداف واتجاهات الباحثين في دراساتهم. حيث عرف الأداء على انه سلوك يحدث نتيجة أو بعبارة أخرى ما يفعله الفرد استجابة لمهمة معينة سواء فرضها عليها الآخرون أو قام بها من ذاته (الخزامي، 1999، ص 20).

يعرف الأداء أيضاً بأنه درجة النجاح التي تحققها المؤسسة في إنجاز الأهداف المحققة مسبقاً. وكما يعرف على أنه درجة بلوغ الأفراد أو الفرق أو المنظمة للأهداف المخططة بكفاءة وفعالية (بحيري، 2004، ص 201).

كما يعرف الأداء بأنه كيفية تحويل المدخلات أى نظام الى مخرجات، أو كيفية استخدام النظام لموارده التي تمثلها المدخلات أثناء تحويلها الى خدمات تمثلها المخرجات ويقاس الأداء عن طريق قياس احد عناصره وهي الكفاءة والفاعلية (عبد الستار، 2009، ص 15).

الفاعلية: هي محصلة تفاعل مكونات الأداء الكلي للمنظمة بما تحتويه من أنشطة فنية وإدارية وما يؤثر فيه من متغيرات داخلية أو خارجية، أو هي تعظيم معدل العائد على الإستثمار بكافة الطرق، أو هي القدرة على البقاء والإستمرار والتحكم في البيئة، أو هي قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها التشغيلية. والكفاءة: هي القدرة على الحصول على أكبر قدر من المخرجات من خلال المدخلات المتاحة (أبو قحف، 1995، 1)

2. تقييم الأداء

أ. تعريف تقييم الأداء:

يشير تقييم الأداء إلى العملية التي يتم بمقتضاها تقييم الأداء الحالي أو السابق للفرد مقارنة بمعايير الأداء الموضوعية وفقاً لخطوات محددة (بن عيشي، 2012، ص 14). وأيضاً يشير إلى عملية قياس وتحديد مستوى أداء العاملين في المنظمة (عباس، وعلي، د. ت، ص 24).

وهو تلك العملية التي تعني بقياس كفاءة العاملين وصلاحيتهم وانجازاتهم وسلوكياتهم في عملهم الحالي للتعرف على مقدرتهم على مدى تحمل مسؤولياتهم الحالية واستعدادهم لتقلد مناصب أعلى مستقبلاً.

ب. أهمية تقييم الأداء:

ككل عملية إدارية فتقييم الأداء يعد ذا أهمية كبيرة تعود بالفائدة على الرؤساء والمرووسين والمشرفين وكذا المؤسسة ككل وسوف نتطرق فيمايلي لأهمية تقييم الأداء وفقاً للآتي (السيد، 2010، ص 304):

- * إحساس العامل بالمسؤولية بأن أداءه موضع تقييم من قبل رؤسائه وأن نتائج التقييم سترتب عليها إتخاذ قرارات تمس مستقبله الوظيفي.
- * اختبار العامل تحت التجربة حيث تلزم القواعد القانونية في التوظيف على أن يخضع العامل الجديد إلى فترة من التجربة تختبر فيه مدى صلاحياته لشغل الوظيفة وهذا لتجنب تبعات الإختبار غير السليم.
- * تطوير أداء العامل حيث إن تقييم الأداء يكشف عن نقاط الضعف التي يجب علاجها وهذا بهدف تطويره.

- * زيادة مستوى رضا العمال حيث يعد الرضا الوظيفي من أهم الحاجات التي يسعى إليها العامل، فتقييم الأداء يكشف عن مدى إنجازهم للمهام ومستوى الجهد المبذول.

ج. مراحل تقييم الأداء:

تمر عملية التقييم بخمسة مراحل هي (القريشي، 2005، ص 2):

* **مرحلة جمع البيانات الإحصائية:** تعتبر الخطوة الأولى وهي تختص بجمع الحقائق والبيانات وتصنيفها وتحليلها والتحقق منها والمفاضلة بينها، وهي المرحلة اللازمة لعملية التقييم.

* **تحليل ودراسة البيانات والمعلومات الإحصائية:** للوقوف على مدى دقتها وصلاحياتها لحساب المعايير والنسب والمؤشرات اللازمة لعملية التقييم.

* **إجراء عملية التقييم:** باستخدام المعايير والنسب الملائمة للنشاط الذي تمارسه الوحدة الاقتصادية بهدف التوصل إلى حكم موضوعي ودقيق يمكن الاعتماد عليه.

* **إتخاذ القرار المناسب عن نتائج التقييم:** في كون نشاط الوحدة المنفذ كان ضمن الأهداف وأن الانحرافات التي حصلت في النشاط قد حصلت جميعها، وأن الحلول اللازمة لمعالجة هذه الانحرافات قد اتخذت وأن الخطط قد وضعت للسير بنشاط الوحدة نحو الأفضل في المستقبل.

* **تحديد المسؤوليات ومتابعة العمليات التصحيحية للانحرافات:** التي حدثت في الخطة الإنتاجية وتزويد الإدارات التخطيطية والجهات المسؤولة عن المتابعة بالمعلومات والبيانات التي نتجت عن عملية التقييم للاستفادة منها في رسم الخطة القادمة وزيادة فعالية المتابعة والرقابة.

ج. قياس الأداء:

يعرف قياس الأداء على أنه المراقبة المستمرة لإنجازات برامج المنظمة وتوثيقها، ولاسيما مراقبة وتوثيق جوانب سير التقدم نحو تحقيق غايات موضوعية مسبقاً. وعادة ماتكون الجهة التي تقوم بإجراء عملية قياس الأداء هي الإدارة المسؤولة عن مفردات عناصر برامج المنظمة (اللويزي، 2000، ص 218):

د. محددات الأداء

* **العملاء:** يعد العملاء على درجة كبيرة من المعرفة والقدرة على تقييم عروض المنافسين وتكوين توقعات المنتجات والخدمات. وأن توافق العروض المقدمة مع توقعات العملاء وزيادة رضاهم.

ثانياً: البيانات الشخصية:

* **المبيعات:** تطلق على مجموعة المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة أو المصنع أو المؤسسة. كما أن هناك علاقة طردية بين المبيعات وأسعارها التنافسية، وكلما زاد المردود المادي للشركة وزاد نموها وتطورها (عبد الواحد، 2005، ص 33).

* **أهمية رجل البيع:** تتمثل في الآتي تحقيق المقاصد الاستراتيجية ومنها الربحية وتنمية حقوق أصحاب المال وبداية أي نشاط ونهاية أي نشاط والمساهمة في نجاح المنشأة في تحقيق مقاصدها إذا كان ناجحاً (أحمد، 2004، ص 57).

المحور الثالث: الدراسة الميدانية

أولاً: إجراءات الدراسة:

1. **منهجية الدراسة:** اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وكمياً، وأن استخدام المنهج الوصفي التحليلي يتلاءم وطبيعة المشكلة موضوع الدراسة والتعرف على جوانبها المختلفة عند طريق السرد والتحليل، والفهم العميق لظروفها، ولجمع المعلومات التي تزيد من توضيح أبعادها المختلفة.

2. **مجتمع وعينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من العاملين بشركة زين للاتصالات، من موظف إداري، موظف التسويق، موظف استثمار، موظف نظم معلومات، مدير إداري، أخرى، تم اختيار مفردات البحث من مجتمع الدراسة عن طريق أسلوب العينة العشوائية، كما تم توزيع عدد (100) إستبانة على مجتمع الدراسة وتم استرجاع (100) استبانة سليمة تم استخدامها في التحليل بنسبة استرجاع بلغت (100)%. ويعد معدل الاستجابة يفوق الحدود المتعارف عليها.

3. **وصف أداة الدراسة:** اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات اللازمة، واشتملت على قسمين: **القسم الأول** احتوى على عدد البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، **والقسم الثاني** احتوى عبارات محاور الدراسة الأساسية ويتكون من (4) محاور وعدد (20) فقرة بواقع 5 فقرات لكل محور.

الجدول (1) يوضح البيانات الشخصية:

النسبة المئوية	التكررات	البيان	
		المتغير	فئات الخاصية
48%	48	المؤهل العلمي	بكالوريوس
17%	17		دبلوم عالي
20%	20		ماجستير
11%	11		دكتوراه
4%	4		أخرى
100%	100		الإجمالي
52%	52	التخصص العلمي	إدارة الأعمال
21%	21		نظم المعلومات الإدارية
12%	12		المحاسبة
10%	10		دراسات مالية والمصرفية
5%	5		اقتصاد
0%	0		أخرى
100%	100		الإجمالي
36%	36	المسمى الوظيفي	مدير إدارة
32%	32		مدير تسويق
14%	14		مدير مالي
10%	10		موظف
8%	8		عامل
0%	0		أخرى
100%	100		الإجمالي
28%	28	سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات
19%	19		من 5 وأقل من 10 سنة
18%	18		من 10 سنة وأقل من 15 سنة
22%	22		من 15 سنة وأقل من 20 سنة
13%	13		20 سنة فأكثر
100%	100		الإجمالي

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م.

معلومات إدارية على التوالي، وأن (52%) تخصص إدارة أعمال، و (15%) من التخصص المختلف واقتصاد ودراسات مالية ومصرفية، وهذه المؤشرات تدل على أن أفراد عينة الدراسة لديهم تاهيل علمي في

يتضح للباحث من الجدول رقم (1) أن (48%) من أفراد عينة الدراسة هم من حملة البكالوريوس، و(52%) من أفراد عينة الدراسة هم من حملة شهادات عليا، وأن (12%، و21%) تخصص محاسبة ونظم

واقل من 15 سنة من 15 سنة واقل 20 سنة وأكثر من 20 سنة على التوالي.

ثالثاً: تحليل بيانات الاستبانة:

المحور الاول: " ممارسات المسؤولية الاجتماعية ":

مجال الإدارة مما ينعكس على دقة البيانات التي يدلون بها، كما أن (36%) من افراد عينة الدراسة هم مدراء ادارات مختلفة، و(46%) من العينة مدير تسويق ومدير مالي و (18%) هم موظفين وعمال، كذلك فإن (28%، 19%، 18%، 22%، 13%) من أفراد عينة الدراسة خبرتهم أقل من 5 سنوات ومن 5 واقل من 10 سنة و من 10 سنة

الجدول (2)

الاحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور الأول

ت	العبارات	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري	التفسير	الترتيب
البعد الأول: المسؤولية الإنسانية						
1	يتعين على الشركة تحفيز العمل الطوعي بشكل مستمر	4.96	5	0.91	عالية جد	1
2	يتعين على الشركة تخصيص بعض من مواردها لدعم الثقافة والفنون	4.96	5	0.95	عالية جدا	2
3	يتعين على الشركة العمل بطريقة تتوافق مع تطلعات المجتمع الإنسانية والخيرية	4.39	5	0.84	عالية جدا	4
4	يتعين على الشركة القيام بتقديم المساعدات للمؤسسات التعليمية	4.39	5	0.83	عالية جدا	5
5	يتعين على الشركة حث الموظفين والمدراء على المشاركة في النشاطات الإنسانية والخيرية	4.44	5	0.82	عالية جدا	3
البعد الثاني: المسؤولية الأخلاقية						
1	يتعين على الشركة عدم المساومة على المعايير الأخلاقية في المجتمع من أجل تحقيق أهدافها	4.38	5	0.95	عالية جدا	3
2	يتعين على الشركة احترام المعايير الأخلاقية التي يبنها المجتمع	4.20	5	0.95	عالية جد	4
3	يتعين على الشركة تجنب الحاق الضرر .	4.40	5	0.89	عالية جدا	2
4	يتعين على الشركة تحديد مدى التحقق من التزاماتها الأخلاقية	4.42	5	0.84	عالية جدا	1
5	يتعين على الشركة الامتثال بالقوانين والتشريعات ومراعاة التصرفات الأخلاقية	4.15	5	0.96	عالية جدا	5
البعد الثالث: المسؤولية الاقتصادية						
1	تسعى الشركة إلى تحقيق أكبر قدر من الربح	4.39	5	0.83	عالية جدا	2
2	تسعى الشركة إلى المحافظة على مستوى المنافسة	4.29	5	0.87	عالية جدا	5

3	تسعى الشركة إلى تحقيق أعلى العائدات للمساهمين وحملة الأسهم	4.35	5	0.85	عالية جدا	4
4	تسعى الشركة إلى خفض التكاليف مع ضمان الجودة	4.37	5	0.84	عالية جدا	3
5	تسعى الشركة إلى المحافظة على مستوى عالي من الكفاءة التشغيلية	4.42	5	0.91	عالية جدا	1

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2022م.

من الجدول رقم (2) نلاحظ أن الإحصاءات الوصفية للعبارات البعد الذي ينص على " ممارسات المسؤولية الاجتماعية " فإن الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (4.15 - 4.96) والمنوال يقع في المحور الثاني: " أداء الشركات "

الجدول (3)

الاحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المحور الثاني

ت	العبارات	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري	التفسير	الترتيب
1	تهدف الشركة في تحقيق قدر أكبر من الربح	4.16	5	1.08	عالية جدا	5
2	تسعى الشركة لخفض التكاليف وزيادة الجودة	4.59	5	0.77	عالية جدا	1
3	تسعى الشركة إلى تحقيق أعلى معدل لعائدات المساهمين وحملة الأسهم	4.36	5	0.91	عالية جدا	3
4	تعمل الشركة على المحافظة على مستوى عالي من الكفاءة التشغيلية	4.34	5	1.11	عالية جدا	4
5	تعمل الشركة الناجحة على المحافظة على مستوى ربع سنوي	4.45	5	0.82	عالية جدا	2

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2024م

من خلال الجدول (3) نلاحظ أن الإحصاءات الوصفية للعبارات المحور الذي ينص على " أداء الشركات " فإن الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (4.16 - 4.59) والانحراف المعياري (0.77 - 1.08) والمنوال (5) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فإن إجابات الباحثين هي الموافقة.

رابعاً: اختبار الفرضيات:

سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط والمتعدد واختبار (t) لاختبار الفرضيات لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة علي عبارات كل فرضية.

1. اختبار الفرضية الأولى:

الجدول (4) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الاولى:

معاملات الانحدار	أختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
$\hat{B}_0$	1.328	0.000	معنوية
$\hat{B}_1$	0.541	0.000	معنوية
معامل الارتباط (R)	0.85		
معامل التحديد (R^2)	0.76		
أختبار (F)	84.856		النموذج معنوي
$Y = 1.328 + 0.541x$			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

2. إختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية من فرضيات الدراسة على الآتي: "هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاخلاقية واداء الشركات الاتصالات " تهدف هذه الفرضية إلى بيان اثر المسؤولية الاخلاقية في أداء الشركات الاتصالات، وللتأكد من صحة الفرضية سيتم إستخدام اسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث تم تحديد المسؤولية الاخلاقية كمتغير مستقل ممثل بـ (1x) و أداء الشركات الاتصالات كمتغير تابع ممثل بـ (y) وذلك كما في الجدول الآتي:

من الجدول (4) أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين المسؤولية الإنسانية كمتغير مستقل و اداء الشركات الاتصالات كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.85)، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.76)، هذه القيمة تدل على ان المسؤولية الإنسانية كمتغير مستقل تساهم بـ (76%) في أداء الشركات الاتصالات (المتغير التابع)، ونموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة أختبار (F)(84.856) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000)، ومتوسط أثر المسؤولية الإنسانية في أداء الشركات الاتصالات يساوي (8) مره، 1.978، وتعني أن المسؤولية الإنسانية يسهم في أداء الشركات الاتصالات بـ 97%.

مما تقدم يستنتج الباحث أن فرضية الدراسة الأولى التي نصت على أن: "هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الإنسانية وأداء الشركات الاتصالات " لم تحققت.

الجدول (5) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الثانية:

معاملات الانحدار	أختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
$\hat{B}_0$	1.342	0.000	معنوية
$\hat{B}_1$	0.551	0.000	معنوية
معامل الارتباط (R)	0.83		
معامل التحديد (R^2)	0.73		
أختبار (F)	93.598		النموذج معنوي
$Y = 1.342 + 0.551x$			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

2. اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة على الآتي: "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاقتصادية و أداء الشركات الاتصالات".

تهدف هذه الفرضية إلى بيان أثر المسؤولية الاقتصادية في أداء الشركات الاتصالات، وللتأكد من صحة الفرضية سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث إن المسؤولية الاقتصادية كمتغير مستقل ممثل بـ (2x) و أداء الشركات الاتصالات كمتغير تابع ممثل بـ (y) وذلك كما في الجدول الآتي:

أظهرت نتائج التقدير من الجدول السابق وجود ارتباط قوي بين المسؤولية الاخلاقية كمتغير مستقل و أداء الشركات الاتصالات كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.83)، و بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.73)، هذه القيمة تدل على أن المسؤولية الاخلاقية كمتغير مستقل يؤثر بـ (73%) في أداء الشركات الاتصالات (المتغير التابع)، ونموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (93.598) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000)، و6.594، ومتوسط اثر المسؤولية الاخلاقية في أداء الشركات الاتصالات يساوي (6) مرة، 1.972 وتعني أن المسؤولية الاخلاقية تسهم في أداء الشركات الاتصالات بـ 97%.

مما تقدم يستنتج الباحث أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على: "هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاخلاقية و أداء الشركات الاتصالات" قد تحققت.

الجدول (6) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الثالثة:

معاملات الانحدار	أختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
$\hat{B}_0$	1.449	5.266	معنوية
$\hat{B}_1$	0.427	1.969	معنوية
معامل الارتباط (R)	0.88		
معامل التحديد (R^2)	0.76		
أختبار (F)	104.270		النموذج معنوي
$Y = 1.449 + 0.427x$			

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

(0.000)، و5.266، متوسط أثر المسؤولية الاقتصادية في أداء الشركات الاتصالات يساوي (5) مرة، 1.969، وتعني أن المسؤولية الاقتصادية تساهم في أداء الشركات الاتصالات بـ 96%.

مما تقدم يستنتج الباحث أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على أن: "هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاقتصادية وأداء الشركات الاتصالات" لم تحققت.

المحور الرابع: الخاتمة:

حيث أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين المسؤولية الاقتصادية كمتغير مستقل و أداء الشركات الاتصالات كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.88)، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.76)، هذه القيمة تدل على أن المسؤولية الاقتصادية كمتغير مستقل تساهم بـ (76%) في أداء الشركات الاتصالات (المتغير التابع)، ونموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (104.270) وهي دالة عن مستوى دلالة

1. النتائج

بناء على الدراسة الميدانية توصل الدراسة إلى النتائج الآتية:

أ. وجدت علاقة إيجابية بين المسؤولية الإنسانية وأداء شركات الاتصالات السودانية، وذلك من خلال تحفيز العمل الطوعي وحث الموظفين والمديرين على المشاركة في النشاطات الإنسانية والخيرية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء في الشركات.

ب. وجدت علاقة إيجابية بين المسؤولية الأخلاقية وأداء شركات الاتصالات السودانية من خلال احترام المعايير الأخلاقية التي يتبناها المجتمع والامتثال للقوانين والتشريعات ومراعاة التصرفات الأخلاقية، حيث تسهم في أداء الشركات.

ج. وجدت علاقة إيجابية بين المسؤولية الاقتصادية وأداء شركات الاتصالات السودانية، وذلك من خلال السعي إلى تحقيق أعلى العائد للمساهمين وحملة الأسهم، والمحافظة على مستوى عالي من الكفاءة التشغيلية مما يحفز من أداء الشركات.

د. سعت شركات الاتصالات إلى خفض التكاليف مع ضمان الجودة للمساهمة في رفع أداء شركات الاتصالات السودانية.

هـ. سعت الشركة إلى المحافظة على مستوى عالي من الكفاءة التشغيلية للمساعدة في رفع أداء شركات الاتصالات السودانية.

و. تعمل على الشركة تحفيز العمل الطوعي بشكل مستمر يسهم في رفع أداء شركات الاتصالات السودانية.

2. التوصيات

من خلال النتائج السابقة يمكن التوصية بالآتي:

أ. الاهتمام أكثر بالمسؤولية الاجتماعية ودراسة المشاريع التي تتضمن بند المسؤولية الاجتماعية حتى تسهم في تنمية المجتمع المحلي

ب. ضرورة تنويع مشاريع المسؤولية الاجتماعية للشركة حتى تغطي عدة فئات من المجتمع.

ز. زيادة الاهتمام أكثر بالسياسات والبرامج التي تعمل على رضا العملاء

ح. تفعيل الدور الرقابي أكثر على جودة الخدمات المقدمة من قبل الشركة

ط. زيادة الاهتمام بالاستراتيجيات التي تعمل على زيادة تنافسية الشركة

ي. الاهتمام أكثر بالبيئة الداخلية للعاملين بالشركة حتى يقوموا بدورهم على أكمل وجه.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم

أولاً: الكتب العربية:

1. أبو قجف، عبد السلام، (1995) أساسيات التسويق، الدار الجامعية، بيروت لبنان
2. بحيري، سعد صادق، (2004)، إدارة توازن الأداء، الاسكندرية: الدار الجامعية
3. بن عيشي، عمار، (2012) اتجاهات التدريب وتقييم اداء الأفراد، دار أسامة للنشر والتوزيع
4. الخزامي، عبد الحكم احمد، (1999)، تكنولوجيا الأداء من التقييم الى التحسين، مكتبة ابن سينا للنشر، القاهرة
5. السيد، معين أمين، (2010)، إدارة الموارد البشرية في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية الحالية
6. الصيرفي، محمد، (2007م)، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، القاهرة
7. عباس، سهيل محمد وعلي، علي حسين، (د.ت)، إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، الأردن
8. فهمي، محمد سيد، (2014م)، المسؤولية الاجتماعية، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث
9. القريشي، مدحت كاظم، (2005)، الإقتصاد الصناعي، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان
10. اللوزي، موسي، (2000)، تنظيم وإجراءات العمل، دار وائل للنشر والتوزيع

ثانياً: المجلات:

1. باعمر، ديانة فوزي، (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية - دراسة تطبيقية على الجمهور السعودي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 8، جامعة الملك عبد العزيز، الرياض.
2. الرئيس، محمد محمود محمد محمود، وصبح، محمود محمد، والشواري، محمد عبد المنعم محمد، وزكي، دينا جمال،

4. الداوري، عبد المالك، والجموعي، بوجمعة، (2020)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، رسالة ماجستير في قانون الأعمال، غير منشور، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر
5. عبد القادر، ميسون محمد، (2009م)، التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض التغيرات، رسالة ماجستير، كلية التربية علم النفس، الجامعة الإسلامية، غزة
6. عبد الواحد، هدى، (2005)، أثر الاعلان على زيادة المبيعات بالتطبيق على مصانع البسكويت في السودان، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، غير منشور، جامعة النيلين، الخرطوم
7. فريدة، يلية، (2011م)، دور الميزانية الاجتماعية في تسيير الموارد البشرية دراسة حالة مؤسسة نفطال، رسالة ماجستير، كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة
8. فلاق، حمد، وبنافلة، قدور، (2015م) المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الجزائرية جيزي، موبليس، نجمة، التحول من العمل الخيري إلى العطاء الذكي، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر.

(2023م)، دور تطبيقات الحوكمة البيئية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية وأثرها على قيمة الأسهم - دراسة ميدانية، مجلة العلوم البيئية، العدد 19، جامعة عين شمس، عين شمس.

3. الصاعدي، فائزة حميدان حمود، (2021)، فاعلية برنامج إرشادي من منظور التربية الإسلامية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الدراسات العليا - دراسة تجريبية، المجلة العلمية لكلية التربية، العدد 12، جامعة أسيوط، أسيوط.
4. عبد الستار، رجاء رشيد، (2009)، تقويم كفاءة الاداء من خلال معيار العائد دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة البطاريات، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 19، جامعة بغداد، بغداد.

ثالثاً: المؤتمرات العلمية:

1. بن عيسى، نابي، وقسول، فاطمة الزهرة، (2012م)، إدارة السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار مخلوفي، عبد السلام، وبن عبد العزيز، سفيان، (2012م)، تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعدد الجنسيات، الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار نصر الدين، مسعود، ومحمد، كنوش، (2012م)، واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار

رابعاً: الرسائل الجامعية:

1. أحمد، سماح خيري محمد، (2014)، أثر الترويج على زيادة المبيعات، رسالة ماجستير في ادارة الأعمال، جامعة افريقيا العالمية، الخرطوم
2. الحسين، عماري، وعبد الحميد، رزقي، (2021)، المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجامعية - دراسة حالة جامعة أحمد دراية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، غير منشور، جامعة أحمد رداية، أدرار، الجزائر
3. الحمدي، فؤاد محمد حسين، (2003م)، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه غير منشورة في فلسفة في إدارة الأعمال، جامعة بغداد، بغداد