

دراسة ميدانية لتعزيز مبادرات المسؤولية المجتمعية نحو تدعيم التلاحم الأسري
بالمملكة العربية السعودية

أحمد بن علي العمودي

تقييم

دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الاسرة



دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الاسرة

المودة
almawaddah

جمعية المودة للتنمية الأسرية
Almawaddah Society for Family Development

saudi arabia : P.o.Box : 132735 Jeddah 21382 - tel : +966(12) 6194444

Mob : +966 (54) 294 0919 - +966(12) 6744316

info@almawaddah.org.sa - Web : www.almawaddah.org.sa

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube icons @almawaddah_ج



تقييم دور المنظمات الخيرية
في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية
وتمكين الاسرة

دراسة ميدانية لتعزيز مبادرات المسؤولية المجتمعية نحو تدعيم
التلاحم الأسري بالمملكة العربية السعودية

إعداد

أحمد بن علي العمودي

الطبعة الأولى

١٤٣٦ / ٢٠١٥



جمعية المودة للتنمية الأسرية

www.almawaddah.org.sa

الطبعة الأولى ٢٠١٥ / ١٤٣٦

يمنع نسخ أو استعمال جزء من هذا الكتاب بأية وسيلة تصويرية أو إلكترونية أو ميكانيكية بما فيها التسجيل الفوتوغرافي والتسجيل على أشرطة أو أقراص مقروءة أو بأية وسيلة نشر أخرى بما فيها حفظ المعلومات واسترجاعها من دون إذن خطي من الجمعية.

جمعية المودة الخيرية للإصلاح الاجتماعي بمنطقة مكة المكرمة، ١٤٣٦ هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العمودي، أحمد علي

تقييم دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الأسرة.

أحمد علي العمودي - جدة، ١٤٣٦ هـ؛ ص ١٧ × ٢٤ سم

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٩٠٥٠٣-٨-٤

١- الجمعيات الخيرية ٢- المسؤولية الاجتماعية - الأسرة

أ. العنوان: ديوي ٧٣-٣٦١ ٣٨٠٨ / ١٤٣٦ هـ

رقم الإيداع: ٣٨٠٨ / ١٤٣٦ هـ

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٩٠٥٠٣-٨-٤

جميع الحقوق الفكرية والطباعة محفوظة

المملكة العربية السعودية

هاتف: ١٢٦١٩٤٤٤٤ (٠٠٩٦٦)

فاكس: ١٢٦٧٤٤٣١٦ (٠٠٩٦٦)

البريد الإلكتروني: info@almawaddah.org.sa

برنامج (فكر) لدراسات وبحوث الأسرة

برنامج (فكر) هو مبادرة صُممت لتطوير أبحاث ودراسات الأسرة والإثراء المعرفي المتعلق بشؤون الأسرة بكافة الوسائل الممكنة، ومن مشاريع المبادرة إعداد أبحاث سنوية مرتبطة بالأسرة تساهم في تطوير برامجنا وخدماتنا التنموية، كذلك قياس المؤشر الشهري المتعلق بالمتغيرات المحيطة بالأسرة ونشرها، بالإضافة إلى دعم الأبحاث والدراسات الأسرية، والدراسة المستمرة لمخرجات الإرشاد الأسري وإعادة تطوير مناهج الجمعية بناءً على احتياجات المجتمع الفعلية، ومن مهام المبادرة تشجيع المكتبات ودور النشر بتكثيف كتب الأسرة وإبرازها، بالإضافة إلى تشجيع الوسائل الإعلامية المختلفة بهذا الشأن.

يهدف برنامج (فكر) إلى إعداد بحوث علمية دورية في القضايا الأسرية، رصد نشاط التنمية الأسرية وبرامجها ومشاريعها، إعداد قاعدة معلومات إحصائية (مدونة شهرية)، الإسهام في إثراء المكتبة الأسرية والمراكز البحثية بأبحاث ودراسات متخصصة في القضايا الأسرية المعاصرة، تطوير عمليات القياس والابتكار والبحث.

شكر وتقدير

يشرفني التقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من أسهم في ظهور هذه الدراسة وخروجها إلى النور، وأخص منهم:

■ مجلس إدارة جمعية المودة الخيرية للإصلاح الاجتماعي بمحافظة جدة لتبنيها ثقافة الدراسات العلمية التي تهتم بشؤون وقضايا الأسرة.

■ نائب رئيس مجلس الإدارة والمدير العام السابق للجمعية الأستاذ زهير بن عبد الرحمن ناصر لدعمه المتواصل.

■ رئيس قسم الدراسات والتطوير بالجمعية الدكتور علي بن محمد آل درعان لتعاونه الكبير.

■ الخبراء في الشأن الأسري والمسؤولية المجتمعية الذين شاركوا ورشة العمل الإعدادية للدراسة لمشاركتهم هذا المهم.

■ الزملاء والمختصين في مجال المسؤولية المجتمعية لتوجيهاتهم المستمرة لنجاح الدراسة.

■ الإخوة والأخوات الذين شاركوا في الإجابة على استبانة الدراسة.

■ الأكاديميين والخبراء المشاركين في تحكيم استبانة الدراسة:

الدكتور/ خالد عمر الفوتي، المشرف على برنامج الجودة الشاملة بجامعة الملك عبدالعزيز.

الدكتور/ صالح سليم الحموري، مستشار ومدرّب ومقيم معتمد لجوائز التميز والمسؤولية المجتمعية.

الدكتور/ علي محمد آل درعان، مدير إدارة الدراسات والتطوير بجمعية المودة الخيرية.

الدكتور/ فؤاد صدقه مرداد، عضو هيئة التدريس بقسم مهارات الاتصال بجامعة الملك عبدالعزيز.

الأستاذ/ زهير عبدالرحمن ناصر، نائب رئيس مجلس إدارة جمعية المودة الخيرية.
الأستاذ/ عبدالله عبده المسرحي، مدير المشاريع بجمعية المودة الخيرية.

■ الأكاديميين والخبراء المشاركين في تحكيم الدراسة:

الأستاذ/ محمد محسن باصرة، أستاذ الإعلام بجامعة أم القرى.
الدكتور/ فيصل أحمد الشميري، أستاذ الإعلام المشارك بجامعة أم القرى.
الأستاذ الدكتور/ وديع محمد العززي، أستاذ الإعلام المشارك بجامعة أم القرى.
الدكتور/ عماد سعد، مستشار استدامة ومسؤولية مجتمعية للمؤسسات.

ملخص الدراسة

اسم الباحث: أحمد بن علي العمودي.

عنوان الدراسة: تقييم دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الأسرة.

جهة الدراسة: جمعية المودة الخيرية للإصلاح الاجتماعي بمحافظة جدة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة للتعرف على مدى الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية الأسرية، ومدى استعداد الجمعيات الخيرية الأسرية لاحتضان مبادرات في مجال الأسرة، وتقييم حرص قيادات القطاع الخيري على الشراكة مع القطاع الخاص، مع استعراض أهم البرامج والمبادرات للشراكة بين القطاع الخاص والقطاع الخيري لما يخدم الأسرة، وتقييم مدى أثر تطبيق المسؤولية المجتمعية في المجال الأسري.

العينة:

تكونت من (١٦٠) مشاركاً ومشاركة يمثلون قيادات ومنسوبي الجمعيات الأسرية والعاملة في مجال الإصلاح الاجتماعي ومراكز الإرشاد الأسري.

الحدود المكانية:

شملت الجمعيات والمراكز الخيرية والاجتماعية العاملة في مجال الأسرة بالمملكة العربية السعودية.

أداة الدراسة:

استبيان تقييم واقع دور منظمات المجتمع المدني / الجمعيات الخيرية في تفعيل برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، من إعداد الباحث.

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى أن مفهوم المسؤولية المجتمعية يتمحور حول عدة مفاهيم أجمعت عليها عينة الدراسة، تشمل دعم المنشآت للقطاع الثالث (القطاع الخيري والمجتمع المدني) لتنفيذ المشاريع والبرامج الخيرية، كما وصفت بأنها مجموعة من الأنشطة الخيرية التي تقدمها المنظمة في المجتمع المحلي، وتمثل القيم الأخلاقية والامثال لمطالبات المجتمع، إلى جانب اعتبارها مجموعة شاملة من الممارسات للحد من التأثير السلبي على المجتمع وطبيعته، ووصفها بالتزام المنظمة التام بتعزيز أو ترسيخ النزاهة والشفافية والمساءلة، والتزام المنظمة التام بالقوانين البيئية ومتطلبات البيئة، كما اعتبرها البعض أنها التزام المنظمة التام بحقوق وقوانين العمال.

خلصت الدراسة إلى أهمية عقد اللقاءات بين الشركات والجمعيات لتحقيق الشراكة، وأكدت على أن المنظمات الخيرية يجب أن تكون الشريك الأمثل للقطاع الخاص في مبادرات وبرامج المسؤولية المجتمعية، وأهمية التكامل والشراكة بين الشركات والجمعيات الخيرية عبر المسؤولية المجتمعية للإسهام في تحسين سمعة الشركات وصورتها الذهنية.

كما اعتبرت الدراسة أن الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري عبر المسؤولية المجتمعية يصنف من تنافسية الشركات، وأوضحت بأن الشركات تهدف من أنشطتها في نطاق المسؤولية المجتمعية لتحسين صورتها الذهنية، وكشفت بأن الشركات لم تعي حتى الآن المفهوم الحقيقي للمسؤولية المجتمعية، وأشارت إلى أن المنظمات الخيرية تحرص على الشراكة مع القطاع الخاص عبر المسؤولية المجتمعية، كما نهبت إلى أن هناك تدني في إدراك المنظمات الخيرية لمفهوم المسؤولية المجتمعية ووعيتها بأهميتها.

وأكدت الدراسة على أن تبني ثقافة المسؤولية المجتمعية سيسهم في ابتكار مزيد من المبادرات الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية لرعاية ودعم وتمكين الأسرة، وستسهم في النهوض بالقطاعات العاملة في مجال الإرشاد والإصلاح الأسري وزيادة تأثيرها الإيجابي، إلى جانب أن المسؤولية المجتمعية ستزيد من الشراكة بين القطاعين الخاص

والخيري، فضلاً عن دورها في ابتكار المبادرات لتمكين الأسرة من تحقيق الاستقرار النفسي والاجتماعي، مما ينعكس على استقرار المجتمع، وتمكين منشآت القطاع الخاص من الإسهام في استقرار المجتمع.

وشددت الدراسة على أهمية تبني العديد من المبادرات في المجال لتنمية ودعم وتمكين الأسرة، وتتمثل في دعم وتطوير برامج تأهيل الشباب والفتيات المقبلين على الزواج، ودعم وتطوير برامج التوعية والتثقيف الأسرية، ودعم وتطوير برامج توعية المجتمع بإدارة المشكلات الأسرية، ودعم وتطوير برامج الإرشاد والاستشارات الأسرية، ودعم وتطوير برامج تزويد الأزواج بمهارات الحياة الزوجية السعيدة، وإنشاء مراكز متخصصة للإرشاد الأسري، وتصميم مبادرات لإرشاد المطلقين والمطلقات وتوعيتهم للخروج من الأزمة، ودعم الجمعيات الخيرية الأسرية بشكل عام، والاهتمام بالدراسات والبحوث وإنشاء مراكز دراسات أسرية، وإنشاء مراكز تدريب متخصصة في مهارات العلاقات الأسرية، وتبني مشروع مرشد أسري في كل حي، وتخصيص برامج موجهة للعاملين في المنشآت وأسره، ودعم وتطوير برامج تنمية مهارات تخطيط وإدارة ميزانية الأسرة، وتصميم موقع يضم جميع البرامج الوقائية والنهائية في مجال الإرشاد الأسري، وتصميم مبادرات لأزواج وزوجات المستقبل، وإعداد حقائب تدريبية خاصة بالمشكلات الأسرية، وتصميم مشروع للإرشاد الأسري في الأزمات والطوارئ.

وكشفت الدراسة عن تدني نسبة وجود إدارات أو وحدات أو أقسام تهتم باحتضان مبادرات المسؤولية المجتمعية، وأبانت بأن إدارات العلاقات العامة والإعلام بالمنظمات الخيرية لا تقوم بأدوار لتصميم أو تبني مبادرات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص، وأوضحت بأن المنظمات الخيرية تعاني من قلة الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية، فيما تنعدم لدى البعض، بالرغم من وجود اهتمام بالمسؤولية المجتمعية.

وكشفت الدراسة بأن الجمعيات الخيرية الأسرية تمتلك مبادرات مقترحة تستطيع تقديمها للقطاع الخاص، وأوضحت بأن الجمعيات الأسرية ليس لديها مشاريع

مبادرات حاليًا، وأبانت بأن نسبة قليلة من الجمعيات الأسرية لديها جاهزية لتبني وتنفيذ مبادرات القطاع الخاص نحو الأسرة، وأكدت بأن أغلب الجمعيات لا تقوم بقياس أثر لبرامج المبادرات المجتمعية، كما تنبأت الدراسة بأن زيادة الاهتمام بشكل كبير ببرامج مبادرات المسؤولية المجتمعية سيتطور خلال الخمس سنوات القادمة.

التوصيات

توصي الدراسة بما يلي:

- ١) استكمال الدراسة باستطلاع آراء الشركات المتبينة لثقافة المسؤولية المجتمعية والشركات الأخرى بشكل عام بهدف تقييم اهتماماتها والأولويات التي تعمل عليها في الدعم والرعاية والتبني لمبادرات القطاع الخيري.
- ٢) تبني برامج لتطوير وتثقيف وتدريب قيادات القطاع الخيري والعاملين فيه في مجال المسؤولية المجتمعية.
- ٣) حث الجمعيات الخيرية على تطوير مبادراتها بما يرتقي بها للشراكة والتعاون مع الشركات.
- ٤) ضرورة تآزر وتعاون الجمعيات في مبادرات مشتركة تدعم من منشآت القطاع الخاص.
- ٥) ضرورة عقد لقاءات بين القطاع الخيري والشركات لتحقيق التكامل والشراكة.
- ٦) دعوة الجمعيات الخيرية لإبراز صور الشراكة المتميزة إعلاميًا بما يسهم في احتذاء الشركات الأخرى لهذه الشراكات من جانب، وتعظيم التأثير الإيجابي لها من جانب آخر.
- ٧) تأهيل الجمعيات الخيرية لتكون الحاضن المثالي لمبادرات المسؤولية المجتمعية، وتطوير قدرات العاملين في الجمعيات لتصميم مبادرات ومشاريع متميزة، والتأكيد على مهارات قياس الأثر.

قائمة المحتويات

| | |
|--|---|
| ٣ | برنامج (فكر) لدراسات وبحوث الأسرة |
| ٥ | شكر وتقدير |
| ٧ | ملخص الدراسة |
| ١٢ | جدول المحتويات |
| ١٣ | قائمة الجداول والرسوم البيانية |
| ١٧ | تمهيد |
| الفصل الأول: مدخل الدراسة | |
| ٢٠ | المقدمة |
| ٢٠ | مشكلة الدراسة |
| ٢١ | تساؤلات الدراسة |
| ٢١ | أهمية الدراسة |
| ٢٣ | أهداف الدراسة |
| ٢٣ | مصطلحات الدراسة |
| ٢٤ | حدود الدراسة |
| الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة | |
| ٢٦ | المسؤولية المجتمعية في الإسلام |
| ٢٧ | مفهوم المسؤولية المجتمعية |
| ٣١ | التنمية واستخدامات المسؤولية المجتمعية |
| ٣٣ | أبعاد المسؤولية المجتمعية |
| ٣٦ | اتجاهات المسؤولية المجتمعية |
| ٣٦ | مكونات المسؤولية المجتمعية |
| ٣٦ | مبادئ المسؤولية المجتمعية |
| ٣٧ | استراتيجيات التعامل مع قضايا المسؤولية المجتمعية |
| ٣٩ | ريادة وتنافسية منظمات الأعمال عبر المسؤولية المجتمعية |
| ٤٣ | هرم المسؤولية المجتمعية لمنظمة الأعمال |
| ٤٣ | الدراسات السابقة |
| ٤٥ | فروض الدراسة |
| الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات | |
| ٤٨ | منهجية الدراسة |

| | |
|---|--|
| ٤٨ | مصادر جمع البيانات |
| ٤٨ | الأساليب الإحصائية المستخدمة |
| ٤٩ | أداة جمع بيانات الدراسة |
| ٤٩ | مجتمع الدراسة |
| ٤٩ | عينة الدراسة |
| ٥٠ | وصف العينة |
| الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها | |
| الفصل الخامس: ملخص نتائج الدراسة والتوصيات | |
| ١٣٠ | ملخص النتائج |
| ١٣٥ | التوصيات |
| ١٣٦ | المراجع |
| ١٣٩ | الملاحق: ورشة تدعيم التلاحم الأسري عبر المسؤولية المجتمعية |
| ١٤٥ | الاستبانة |

قائمة الجداول والرسوم البيانية

أولاً: الجداول والأشكال:

| | | |
|----|---|-----|
| ٥٠ | توزيع أفراد العينة حسب الجنس | ١-٣ |
| ٥١ | توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي | ٢-٣ |
| ٥٢ | توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية | ٣-٣ |
| ٥٤ | توزيع أفراد العينة حسب المركز الوظيفي لأفراد العينة | ٤-٣ |
| ٥٦ | توزيع أفراد العينة حسب الخبرة في القطاع الخيري | ٥-٣ |
| ٥٧ | توزيع أفراد العينة حسب نشاط المنظمات الخيرية | ٦-٣ |
| ٥٨ | توزيع أفراد العينة حسب عمر المنظمات الخيرية | ٧-٣ |
| ٦٢ | اتجاه أفراد العينة نحو مفهوم المسؤولية المجتمعية | ١-٤ |
| ٦٣ | اتجاه أفراد العينة نحو مفهوم المسؤولية المجتمعية | ٢-٤ |
| ٦٤ | اتجاه أفراد العينة نحو مفهوم المسؤولية المجتمعية | ٣-٤ |
| ٦٥ | اتجاه أفراد العينة نحو مفهوم المسؤولية المجتمعية | ٤-٤ |
| ٦٦ | اتجاه أفراد العينة نحو مفهوم المسؤولية المجتمعية | ٥-٤ |

| | | |
|-----|---|------|
| ١٠٢ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٣٦-٤ |
| ١٠٣ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٣٧-٤ |
| ١٠٤ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٣٨-٤ |
| ١٠٥ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٣٩-٤ |
| ١٠٦ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٤٠-٤ |
| ١٠٧ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٤١-٤ |
| ١٠٨ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٤٢-٤ |
| ١٠٩ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٤٣-٤ |
| ١١٠ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٤٤-٤ |
| ١١١ | اتجاه أفراد العينة نحو برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية | ٤٥-٤ |
| ١١٤ | اتجاه أفراد العينة نحو الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية بالعمل | ٤٦-٤ |
| ١١٦ | اتجاه أفراد العينة نحو الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية بالعمل | ٤٧-٤ |
| ١١٧ | اتجاه أفراد العينة نحو الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية بالعمل | ٤٨-٤ |
| ١١٨ | اتجاه أفراد العينة نحو الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية بالعمل | ٤٩-٤ |
| ١١٩ | اتجاه أفراد العينة نحو الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية بالعمل | ٥٠-٤ |
| ١٢٢ | اتجاه أفراد العينة نحو الجاهزية للمسؤولية المجتمعية | ٥١-٤ |
| ١٢٣ | اتجاه أفراد العينة نحو الجاهزية للمسؤولية المجتمعية | ٥٢-٤ |
| ١٢٤ | اتجاه أفراد العينة نحو الجاهزية للمسؤولية المجتمعية | ٥٣-٤ |
| ١٢٦ | اتجاه أفراد العينة نحو رؤيتهم لتطور المسؤولية المجتمعية | ٥٤-٤ |

ثانياً: الملاحق:

| | |
|-----|---|
| ١٣٩ | ورشة تدعيم التلاحم الأسري عبر المسؤولية المجتمعية |
| ١٤٥ | الاستبانة |

تمهيد

الحمد لله الذي أنعم علينا بأن جعل لنا من أنفسنا أزواجًا لنسكن إليها، وأقام بنيان السكن على المودة والرحمة، ثم سما به فجعله من آيات التفكير والتأمل، فقال جل شأنه: «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ» [سورة الروم: آية ٢١].

والصلاة والسلام على النبي الأمين، المبعوث رحمة للعالمين، من أثنى عليه ربه بأنه ذو خلق عظيم، وشهدت له زوجه بأن خلقه القرآن الكريم، عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم..

تعتبر الأسرة هي المحضن الأول في المجتمع المسلم، وهي أولى الجماعات ذات التأثير المباشر في العلاقات الاجتماعية، فمن خلالها يكتسب الفرد أنماط التفكير والسلوك المختلفة، عبر ما يمارسه ويلاحظه من سلوكيات، وما يطلق عليه العلاقات الأسرية. الأسرة مجموعة متشابكة ومتفاعلة من العلاقات، ويشكل استقرارها وديمومتها مطلب وغاية للجميع؛ فالعلاقات هي نقطة الاستقرار التي تؤدي للمواءمة والتقارب وتكون الجو الأسري الذي يتسم بالدفء والتفاهم، وتباين هذه العلاقات ينشئ نوعًا من الصراع، فتظهر أشكال متعددة من المشكلات الأسرية التي توتر العلاقات داخل الأسرة، وتلقي بظلالها على المجتمع المسلم.

فوجود أي مشكلة في حياة الأسرة معناه وجود أزمة.. هذه الأزمة أو الأزمات تؤدي إلى إخلال التوازن في المجتمع، ولأهميتها يتوجب أن يسعى الجميع للتغلب على المشكلات الأسرية.

وتعيش الأسرة اليوم العديد من المؤثرات والمسببات للمشاكل، منها الأسباب المجتمعية ذات التأثير الخارجي العام والتي تؤثر سلبًا في العلاقات الزوجية والأسرية (الغرابية،

(٢٠١٢: ١٣٢).

وبالنظر لأهمية الأدوار الاجتماعية للقطاع الخاص ودوره الوطني في حل مشاكل المجتمع، من خلال المسؤولية المجتمعية التي أصبحت جزءاً من حاكمية الشركات. فإن هذه الدراسة المعنونة بـ«تقييم دور مبادرات وبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» تسعى لاستعراض سبل وآليات تفعيل المسؤولية المجتمعية تجاه الأسرة لا سيما في ظل وجود نقص في برامج ومبادرات القطاع الخاص الاجتماعي والعمل على إيجاد نوع من التنسيق بين القطاع الخاص ومنظمات العمل الاجتماعي لحفز الطرفين على الشراكة في أداء المسؤولية المجتمعية، وتحديد الدور الاجتماعي لقطاع الأعمال وتبادل التجارب في مجال العمل المؤسسي لخدمة المجتمع والتوصل إلى مجموعة من التوصيات لتفعيل مسؤولية المنظمات نحو خدمة المجتمع من واقع التجارب العملية.

ونسأل الله العلي القدير أن ينفع بهذا العمل..

الباحث
أحمد بن علي العمودي

الفصل الأول

مدخل الدراسة

- المقدمة
- مشكلة الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- مصطلحات الدراسة
- حدود الدراسة

المقدمة

تأثرت الأسرة بالعديد من مظاهر التغير نتيجة التحضر، وما زالت تشكل نظاماً مؤثراً في نظام التعليم والثقافة والاقتصاد.. فالأسرة تعتبر نظاماً اجتماعياً مميزاً بنائياً ووظيفياً وهي تشكل المحيط الاجتماعي، وبالتالي تشهد التأثير بالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع كما أثرت فيه أيضاً.

واعترى الأسرة الكثير من التغيرات في الأنماط والأدوار تبعاً للتقدم الحضاري المحلي والعالمي، وهذه التغيرات تتفاوت بين المجتمعات المحلية والحضرية والريفية والبدوية. وعند تناول قضايا الأسرة؛ فلا بد من التعرض لبرامج الرعاية الاجتماعية المحلية للأسرة بدءاً باحتياجات الأسرة وإشباعها وطبيعتها وامتداداً لدور المجتمع والبيئة المحيطة. وفي ظل حركة التنمية التي شهدتها المملكة العربية السعودية ظهر الدور الحيوي للمنظمات في تنفيذ خطط التنمية ومشاريعها، وتنامى مفهوم قطاع الأعمال في تحقيق الاستدامة، وترسيخ مفهوم التنمية القابلة للاستمرار القائم على أساس تطوعي، حتى أثبت القطاع الخاص نجاحاته المتتالية، وأنها لا يمكن أن تظل بمعزل عن المجتمع. وتوسع هذا المفهوم من خلال التعرض لهجوم المجتمع والبيئة المحيطة، لا سيما في مجال تحقيق التقدم والتنمية في المجال الاجتماعي والتي تعد الأسرة تركيبته الأساسية. ومن خلال اهتمام الباحث بمجال المسؤولية المجتمعية، ووقوفه على احتياج القطاع الأسري للمبادرات لحل العديد من المشكلات الأسرية، رأى ضرورة تقييم دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الأسرة.

مشكلة الدراسة:

شهد المجتمع تطورات سريعة وجذرية لا سيما في ظل التقدم الاقتصادي، ولم يعد المجتمع ينظر إلى منشآت القطاع الخاص نظرة تقليدية تركز على النواحي الاقتصادية فقط، بل بدأت نظرة المجتمع تأخذ أبعاداً جديدة أكثر تعقيداً، باعتبار أنها جزء من أجزاء المجتمع ككل، ويتوجب عليها مشاركة المجتمع وتحمل مسؤولياتها تجاهه،

ويتحتم عليها أيضاً أن تستجيب لتوقعات وتطلعات المجتمع، وذلك بالإسهام في إشباع حاجاته الاقتصادية والاجتماعية وحماية بيئته، كما يجب أن لا يشعر أفراد المجتمع أن ثمن وجود هذه المنشآت يفوق ما يمكن أن يجنوه منها في شكل فوائد ومنافع، حيث إن استمرار المنشأة مرهون بقدرته على خدمة المجتمع، وبالتالي فإن هدف المنشأة يجب أن يكون هدفاً اجتماعياً يخدم المجتمع.

وتتبلور مشكلة البحث في دراسة مدى اهتمام المنشآت الخيرية بالاستفادة من المسؤولية المجتمعية لتوجيهها لخدمة الأسرة والحفاظ على بنائها، من خلال استعراض مدى حرص الشركات والجمعيات الخيرية على الإصلاح الاجتماعي - والمعنية بشؤون الأسرة - على تحقيق التكامل، والحد من الفجوة للإسهام سويّاً في المحافظة على استقرار الأسرة. وتحاول الدراسة بحث أثر المسؤولية المجتمعية «المسؤولية نحو المجتمع المحلي»، وتأثيرها على تحقيق سعادة المجتمع من خلال تحقيق سعادة الأسرة والحفاظ على كيانها.

تساؤلات الدراسة الفرعية:

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

- ما مدى وطبيعة العلاقة الارتباطية - إن وجدت - بين القطاع الخيري والخاص في تنمية الأسرة؟
- هل هناك وعي من جانب القائمين على المنظمات الخيرية بأهمية المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص وتوجيهها إلى جانب المبادرات الأسرية؟
- هل هناك تقييم دوري للمبادرات المجتمعية وأنشطتها في المجال الأسري؟
- هل هناك قناعة لدى المنظمات الخيرية بأهمية استثمار المسؤولية المجتمعية لحماية الأسرة؟
- هل هناك تباين بين مبادرات منشآت القطاع الخاص وبين المبادرات الموجهة للأسرة؟

أهمية الدراسة:

يمكن إجمال أهمية الدراسة في استعراض تأثير ودور المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص

بصورة عامة، وتقييم المبادرات الأسرية -إن وجدت له أهمية- كون ذلك سيسهم في تحقيق أهداف الجمعيات الخيرية والجهات المعنية. وتسعى الدراسة لتقييم أداء القطاع الخاص نحو المسؤولية المجتمعية، والتي تأتي استجابة للمطالبات المستمرة من المجتمع بضرورة تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع.

ومن هنا نبعت أهمية هذه الدراسة والتي تتمثل في:

- تكتسب الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة لموضوع المسؤولية المجتمعية الذي أعيد التركيز عليه بقوة في عالم منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها وأحجامها، وأصبح يشكل التوجه المستقبلي للمنظمات.
- تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الوقوف على مبادرات المسؤولية المجتمعية للقطاع الخاص ودورها في بناء الأسرة، لأن هذا الجانب مازال حديثاً ولا تتوافر عنه معلومات موثوقة في دراسات علمية، بل مجرد تصورات وآراء شخصية.
- الأهمية النظرية والميدانية للدراسة تظهر في إسهامها ونتائجها لتعويض النقص الكبير على مستوى العالم العربي بشكل عام، والمملكة بشكل خاص، لاسيما في ظل ندرة الدراسات العلمية -على حد علم الباحث- التي تناول المسؤولية المجتمعية، لاسيما في مجال الأسرة.
- تنبع أهمية الدراسة من إمكانية التأثير على متخذي القرارات في الشركات والمؤسسات بالقطاع الخاص للاستفادة مما تتوصل إليه الدراسة من نتائج وتوصيات، تسهم في مساعدتهم على إدراك أهمية الاهتمام بالمبادرات الأسرية بشكل عام، من خلال تنفيذ مبادرات وبرامج ملائمة ومواكبة لاحتياجات المجتمع.
- كما تنبع أهمية الدراسة من خلال تقديم جملة من التوصيات التي ستسهم في دعم المبادرات الرامية لبناء الأسرة والحفاظ عليها، وتأكيد الاهتمام من جانب الجمعيات الخيرية الأسرية.

■ تستمد الدراسة أهميتها في كونها تؤسس لتصور وتعاون مشترك يبني الشراكة بين القطاع الخاص، والجمعيات الخيرية العاملة في مجال الأسرة. لذا فان أهمية هذه الدراسة تأتي من أهمية المسؤولية المجتمعية موضوع الدراسة، ومعرفة واقع ودور مبادرة القطاع الخاص نحو بناء الأسرة في المملكة العربية السعودية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى بيان أهمية المسؤولية المجتمعية بشكل عام، وتأثير القطاع الخاص على الحياة الأسرية، وتسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على مدى الاهتمام بأهمية المسؤولية المجتمعية الأسرية.
- 2- التعرف على استعداد الجمعيات الخيرية لاحتضان مبادرات القطاع الخاص في مجال الأسرة.
- 3- التعرف على حرص قيادات القطاع الخيري في الشراكة.
- 4- التوصل إلى صور للشراكة بين القطاع الخاص والقطاع الخيري بما يخدم الأسرة.
- 5- تقييم أثر تطبيق المسؤولية المجتمعية في المجال الأسري.

مصطلحات الدراسة:

1- **المسؤولية: (Responsibility):** هي الالتزام بأداء مهمة معينة، أو إلزام كائن معين بأدائها الأسري (Jucius، ١٩٦٥ : ٢٤). وبحسب موسوعة علم النفس؛ فهي تعني أن يكون الشخص ولي أمره والمسؤول عن تصريف شؤونه، بحيث يتولى دوره العملي، ويؤدي مهام هذا الدور آخذاً الأمور على عاتقه (رزوق، ١٩٧٩ : ٢٨٩).

2- **المسؤولية المجتمعية (Social Responsibility):** وهي مجموعة استجابات الفرد الدالة على اهتمامه بالجماعة التي ينتمي إليها، وفهمه لمشاكلها، ومشاركته في حلها (عثمان، ١٩٧٣ : ١٢)، وتعرف بأنها الميل لإبداء المساعدة للآخرين من غير انتظار الحصول على أية منافع شخصية (Berkowitz & Kemmeth، ١٩٨٨ : ١٧٠).

ويجتمع في المسؤولية المجتمعية عدة خصائص، وهي: «الإقرار بطوعية مبدأ المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وعدم إلزاميته، وتكامل السياسات المجتمعية والبيئية والاقتصادية في الأعمال الإدارية اليومية للمؤسسة، وتقبل المسؤولية المجتمعية للمؤسسة كونها واحدة من الأنشطة الأساسية الراسخة في نشاطات المؤسسة الإدارية الاستراتيجية، والإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه المؤسسة في المجتمع بصفقتها عضواً فيه»، كما تتمحور المسؤولية المجتمعية حول: «التزام المؤسسة بمسؤوليتها المجتمعية هي الآلية التي من خلالها تسهم في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع» (الحموري والمعاينة، ٢٠١٥: ١٩).

حدود الدراسة:

تحدد هذه الدراسة في:

- أ- الحدود البشرية (عينة الدراسة): الجمعيات الأسرية والعاملة في مجال الإصلاح الاجتماعي ومراكز الإرشاد الأسري.
- ب- الحدود المكانية: الجمعيات والمراكز الخيرية والاجتماعية العاملة في مجال الأسرة بالمملكة العربية السعودية.
- ج- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة خلال عامي ١٤٣٥هـ و١٤٣٦هـ (٢٠١٤م و٢٠١٥م).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

- المسؤولية المجتمعية في الإسلام
- مفهوم المسؤولية المجتمعية
- التنمية واستخدامات المسؤولية المجتمعية
- أبعاد المسؤولية المجتمعية
- اتجاهات المسؤولية المجتمعية
- مكونات المسؤولية المجتمعية
- مبادئ المسؤولية المجتمعية
- استراتيجيات التعامل مع قضايا المسؤولية المجتمعية
- زيادة وتنافسية منظمات الأعمال عبر المسؤولية المجتمعية
- الدراسات السابقة
- فروض الدراسة

المسؤولية المجتمعية في الإسلام:

المسؤولية المجتمعية تستند إلى التعاليم الإسلامية السامية، وتشمل مجالات لم يتطرق لها مفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات، فلقد اهتم الإسلام بالمسؤولية المجتمعية، وبينت التعاليم الإسلامية أن الإنسان مسؤول عن عمارة الأرض، وعليه تحمل مسؤوليته تجاه المجتمع والبيئة، وأن المال هو مال الله، وأن للفقراء نصيب فيه. وتتجلى صور التكافل الاجتماعي في الإسلام من خلال: الزكاة، والصدقات، والوقف.

قال تعالى: «وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا». (البقرة، الآية ٢٧٥)

قال تعالى: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ». (البقرة، الآية ٢٦٧)

قال تعالى: «آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ». (الحديد، الآية ٧)

قال تعالى: «وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا، إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ». (الأعراف، الآية ٣١)

قال تعالى: «مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً». (البقرة، الآية ٢٤٥)

حيث تتضمن الزكاة حدًا أدنى لمستوى المعيشة لجميع المقيمين في المجتمع الإسلامي، ويقوم مبدأ التكافل الاجتماعي في الإسلام على مبدأ احترام الإنسان وتكريمه، ويمتد إلى الفقير والمسكين وعابر السبيل وغيرهم من ذوي الحاجة، كما يمتد إلى وفاء الديون عن المدينين وسداد غرمة الغرماء (إبراهيم، القحف، ٢٠٠٢: ١١٢).

وبدأت مؤسسة الوقف مع بدايات الدولة الإسلامية الأولى على عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم، عندما أوصى مخيرق بن النضر بأمواله إلى الرسول صلى الله عليه وسلم وكانت سبعة بساتين - جعلها رسول الله صلى الله عليه وسلم وقفًا تنفق ثمراتها على الأمة. وأصبح الوقف هو المؤسسة التمويلية الأم في صناعة الحضارة الإسلامية، وشمل: المساجد، والمدارس، والبيمارستانات، ورصف الطرق، وتحرير الأسرى، ورعاية أسر الشهداء، وإعانة العميان والمقعدين وذوي العاهات، والحدائق، ومؤسسات رعاية الأيتام الفقراء، وإنشاء القناطر والجسور، والإنفاق على العلم والعلماء... وغيرها الكثير من المؤسسات والمرافق ووجوه الإنفاق التي مولتها الأمة من خلال الأوقاف،

فصنعت بها حضارة متكاملة (عمارة، ١٩٩٨: ٥٧).

إن مفهوم المسؤولية المجتمعية جديد نسبياً في عالم الأعمال، إذ بدأ اهتمام الباحثين به منذ الخمسينات من القرن العشرين، إلا أنه مفهوم راسخ في الإسلام منذ أكثر من (١٤٠٠) سنة، حيث اهتم الإسلام بالجانب الأخلاقي والاجتماعي للأعمال، والأمثلة على ذلك كثيرة في القرآن والأحاديث الشريفة، ومن الأمثلة على ذلك: محاربة الغش والاحتكار، وإعفاء المدين المعسر عن مطالبته بالدين، وهذا المثال لا نجد له مثيلاً في مكان آخر.

مفهوم المسؤولية المجتمعية:

المسؤولية المجتمعية بدأت بالظهور والتطور بين أوساط الأكاديميين والمدراء التنفيذيين للمؤسسات، وبرزت العديد من المدارس التي تبنت العديد من التعريفات لهذا المفهوم، ويمكن جمعها في مفهوم: أن المسؤولية المجتمعية وجدت لتدفع المؤسسات لخدمة المجتمعات، ومن واجها المحافظة على البيئة التي تعمل بها، وأن تتصرف لخدمة المجتمعات، وأن تتصرف كمواطن له حقوق ويترتب عليه واجبات يجب عليه أن يؤديها إلى المجتمع. (الحموري والمعاينة، ٢٠١٥: ١٥).

وبدأت المنظمات في البحث عن نظم أكثر سرعة وتأثيراً، ليس فقط على العولمة، وإنما في تأثير النمو الاقتصادي على البيئة الاجتماعية والطبيعية التي تعيش فيها، فالمنظمات تعمل أكثر لساعات أطول، وتسعى إلى الاستفادة من التقدم الاقتصادي؛ لتحسين نوعية حياة العمل في منظماتها، وذلك من خلال إعادة تشكيل الانسجام والتوافق بين العقلانية الاقتصادية والمعايير الأخلاقية في العمل - خاصة في عالم العولمة - إذ تهتم أخلاقيات الأعمال بالاعتبار الأساسي لمعنى وهدف الوجود الإنساني، والمبادئ الأخلاقية التي تعتمد عليه الفعاليات الاقتصادية (الربيعي، ٢٠١٠: ٦).

ونظراً لزيادة أهمية المسؤولية المجتمعية؛ فقد ظهرت العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية، وأهمها تعريف منظمة المقياس العالمية ISO والتي عرفتها بأنها: «مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على

المجتمع والبيئة، عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع، فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين»، فالمسؤولية المجتمعية تعد التزاماً على منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق الإسهام في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية، مثل محاربة الفقر، وتحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها. وتساعد المسؤولية المجتمعية القطاع الخاص على الإبداع والفعالية والمرونة والمصادر التمويلية، وتسهم في القيمة المضافة عن طريق استخدام استراتيجيات متجددة، أو عن طريق مواجهة المشكلات الاجتماعية التي تكون الحكومة غير قادرة على مواجهتها بصورة كاملة، سواء بسبب القيود التمويلية، أو نتيجة للتحديات التي تواجهها.

وتعتبر المسؤولية المجتمعية عملية استثمار تهدف إلى إحداث تغيرات اجتماعية، تبدأ صغيرة وتتراكم بمرور الوقت، بغرض البنيان الاجتماعي اللازم للتطور الاقتصادي وتحقيق التنمية الاجتماعية، وتنبع هذه المسؤولية باعتبارها نوع جديد من التعاقد الاجتماعي، يسمح بتنمية مهارات كل أفراد المجتمع والفقراء على وجه الخصوص، ويسمح بالتوزيع العادل لعائد الأصول الإنتاجية والملكية.. وتصبح المسؤولية المجتمعية التزاماً لكل أطراف المجتمع المدني، خاصة القادرين منه لتحقيق تنمية اجتماعية، تضمن السلام الاجتماعي بين أطرافه (نصار، ٢٠٠٠ : ١٧).

وتعرف المفوضية الأوروبية المسؤولية المجتمعية للشركة على أنها: «مفهوم تدمج فيه الشركة بين الاهتمامات المجتمعية والبيئية في عملياتها التجارية، وفي تعاملها مع أصحاب المصلحة على أساس تطوعي. كما تدرك الشركة بشكل متزايد أن السلوك المسؤول اجتماعياً، يؤدي إلى النجاح في عالم الأعمال، وربط البعض مفهوم المسؤولية المجتمعية بالقرارات الاستراتيجية التي تقوم بها منظمات الأعمال، حيث يرون أن المسؤولية المجتمعية للشركة هي الشعور بالالتزام من جانب الشركات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء عملية صنع القرار الاستراتيجي (عبد المتعال ورفاعي، ٢٠٠٧ : ١١٨).

ويشير تعريف المسؤولية المجتمعية إلى أنه التزام الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق الإسهام بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي، الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي، ومحاربة الفقر والبطالة والتضخم، وتحسين الخدمات الصحية، وخلق فرص عمل، وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها، وتنشأ المسؤولية المجتمعية في هذا الجانب من قيام منظمات الأعمال بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع (جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، ٢٠٠١ : ١٨٥).

وعرف (البكري، ١٩٩٦ : ١٤) المسؤولية المجتمعية بأنها عبارة عن: مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها، والقيم السائدة في المجتمع، والتي تمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة، والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءاً من استراتيجياتها، أما (Schermerhorn، ٢٠٠٢ : ١٥٨) فقد عرفها بأنها إجبار المنظمات للعمل بطريقة ما لخدمة ذوي الاهتمام الداخلي والخارجين والأطراف ذات العلاقة بالمنظمة.

وعرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية المجتمعية بأنها: «جميع المحاولات التي تسهم في تطوع المنظمات لتحقيق تنمية ذات اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية المجتمعية تعتمد على المبادرات الحسنة من المنظمات، دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فإن المسؤولية المجتمعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم» (الأسرج، ٢٠١٠ : ٤).

فيما عرفتها جمعية الإداريين الأمريكيين بأنها: «استجابة إدارة الشركات إلى التغيير في توقعات المستهلكين، والاهتمام العام بالمجتمع، والاستمرار بإنجاز الإسهامات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية» (الصيرفي، ٢٠٠٧ : ١٧).

وهي ثقافة الالتزام بالمسؤولية ضمن أولويات التخطيط الاستراتيجي للشركة، وتوفير الدعم والمساندة التامة من قبل الإدارة العليا ومجلس إدارة الشركة، تجاه التنمية المستدامة لمجتمعاتها، كما تعرفها الحكومة الكندية على أنها: «ترجم كطريقة تدمج بها المؤسسة انشغالات اجتماعية وبيئية واقتصادية في قيمها، ثقافتها، اتخاذ قراراتها، استراتيجياتها،

وفي أنشطتها بطريقة شفافة ومسؤولة، أي بطريقة تؤسس من خلالها تطبيقات مثالية لخلق الثورة وتحسين المجتمع» (Marie، ٢٠٠٤ : ٥).

كما تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على أنها: التزام المؤسسة بالإسهام في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة، والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي، والمجتمع بشكل عام، بهدف تحسين جودة الحياة لجميع الأطراف (العامري والغالبي، ٢٠٠٥ : ٥٢)

وحددت معايير مسؤولية المنظمات تجاه المجتمع من قبل البنك الدولي بأنها:

■ الإدارة والأخلاق الجيدة للشركة.

■ واجبات المنظمة تجاه العاملين والبيئة، وإسهامها في التنمية الاجتماعية.

برامج المسؤولية المجتمعية نوعٌ من الاستثمار الاجتماعي الذي يهدف إلى بناء رأس المال الاجتماعي، والذي يؤدي بدوره إلى تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي لمنظمات الأعمال. (المغرب، ٢٠٠٨ : ٤)

ويشار إلى أن المسؤولية المجتمعية هي مزيج من الإذعان للأنظمة والقوانين، ومن إدراك المنشأة لمسؤولياتها تجاه المجتمع وأصحاب المصالح فيها، بشكل يحقق التوازن ما بين الأهداف الاقتصادية، ومسؤولياتها المجتمعية (التويجري، ١٩٩٨ : ٢٠).

ومما سبق فإن البنيان الاجتماعي عملية لازمة ومتلازمة للتطور الاقتصادي، مما يؤكد على أهمية المسؤولية المجتمعية كصورة من صور الشراكة بين القطاع الخاص والجمعيات الخيرية العاملة في المجال الاجتماعي وتحديداً الأسري، وتحقيق التقدم المستدام من خلال تلبية احتياجات المجتمع ونموه وتطوره.

التنمية واستخدامات المسؤولية المجتمعية:

يرى (Asongu، ٢٠٠٧ : ٢) بأن المسؤولية المجتمعية هي التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي، بهدف تحسين مستوى معيشة السكان بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد، كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية، وقوة دفع ذاتية، من داخل صناع القرار في المؤسسة، ويمكن تعريف المسؤولية المجتمعية بالمعنى العام بأنها: العلاقة ما بين المنظمة والمجتمع التي تعمل ضمن نطاقه، وهي تركز على الالتزامات التي يتوجب على المنظمة الوفاء بها، إذا أرادت أن يتم اعتبارها متمتعة بصفات المواطنة الجيدة.

فيما يؤكد (العامري، والغالبي، ٢٠٠٥، ص ٩٣) أن المسؤولية المجتمعية ما هي إلا واجب إدارات المنظمات بالقيام باتخاذ قرارات، أو التصرف بطريقة تسهم في زيادة رفاهية المجتمع ومصالحه ومصالح المنظمات.

وتمثل المسؤولية المجتمعية نشاطات الشركة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع المحيط، لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة، وترتكز المسؤولية المجتمعية على السلوك الأخلاقي واحترام القوانين والأدوات الحكومية، وتدمج مع النشاطات اليومية للشركة، وهي بمثابة التزام بتقليل أي أضرار من الممكن أن تؤثر على المجتمع وتجنّبها، وتعظيم تأثير منفعتها على المدى الطويل، وتقع أبعاد المسؤولية المجتمعية لقطاعات الأعمال ضمن مسؤوليات قانونية واقتصادية وأخلاقية ومسؤوليات ذات طبيعة خيرية (Belal Uddin، et. al، ٢٠٠٨ : ٢٠١) وهي تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل التزامات بعيدة الأمد، أخذة في الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات، وبها يعزز صورتها في المجتمع.

ويرى (العامري، والغالبي، ٢٠٠٥ : ٨١) بأنها عقد بين المنظمة والمجتمع تلتزم بموجبه

المنظمة بإرضاء المجتمع بما يحقق مصلحته، وينظر لها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، من خلال قيامها بكثير من الأنشطة الاجتماعية، مثل محاربة الفقر، ومكافحة التلوث، وخلق الكثير من فرص العمل، وحل الكثير من المشاكل (المواصلات، الإسكان، الصحة) وغيرها من الخدمات، فالمسؤولية المجتمعية التزام من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً، والإسهام في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل. ولقد تطور مفهوم المسؤولية المجتمعية بشكل ملحوظ منذ أن بدأ يأخذ مكاناً عام ١٩٥٠، (الكردي، ٢٠١١ : ١٥) حتى أصبح يظهر جلياً في العقد الأخير، بحيث بدأت منظمات الأعمال في إظهار مسؤولياتها المجتمعية بشكل أكثر جدية في إدارة إستراتيجياتها والتقارير الاجتماعية لأصحاب المصالح، فضلاً عن إبرازه عبر مسميات مختلفة، إذ تشير جميعها إلى المسؤولية المجتمعية، ومنها: المساءلة الاجتماعية، والأخلاق، والمواطنة، والالتزامات.

وبدأت المنشآت تتبنى دوراً أكبر تجاه المستهلك والبيئة التي تعمل فيها، وبدأت الشركات في إظهار مسؤولياتها الاجتماعية بشكل أكثر جدية في إدارة إستراتيجياتها، والتقارير الاجتماعية لأصحاب المصالح (السحبياني، ٢٠٠٩ : ٣).

وتعد المسؤولية المجتمعية عقد بين المنظمة والمجتمع، تلتزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع بما يحقق مصلحته، وينظر لها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، من خلال قيامها بكثير من الأنشطة الاجتماعية، مثل: محاربة الفقر، ومكافحة التلوث، وخلق الكثير من فرص العمل، وحل الكثير من المشاكل (المواصلات، الإسكان، الصحة) وغيرها من الخدمات.

وقد أكد العديد من الباحثين على أهمية الاستثمار في المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية، مثل: الأعمال الخيرية، بحيث أصبحت تعد إستراتيجية، كونها تجلب منافع كثيرة للمنظمة.

وتؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في بيئات مختلفة على أهمية المسؤولية

المجتمعية، ومن هذه الدراسات: دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة ٢٠٠٦ حيث أظهرت أن ما مقداره ٣, ٢ تريليون دولار من أصل ٢٤ تريليون دولار كانت قد استثمرت في الشركات التي أظهرت نسبة عالية ضمن مقياس المسؤولية المجتمعية.

وأكد عدد من الخبراء بأن الابتكار والإبداع لهما دور كبير في ترسيخ الصورة الذهنية، ولكنها لا يكفيان لضمان النجاح، لذلك فقد ازداد الاهتمام بها إذا كانت هذه المنظمات تحمل سجلاً تاريخياً في المسؤولية المجتمعية أم لا؛ لذلك فقد أضاف هذا المعيار الاجتماعي عبئاً آخر على المنظمات، بحيث أدخلت هذا البعد في استراتيجياتها وقراراتها..

ونظراً لزيادة أهمية المسؤولية المجتمعية؛ فقد ظهرت العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية، نذكر أهم هذه التعريفات: تعريف منظمة المقياس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية بأنها: «مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي، المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع، فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين وفق نظام ISO ٢٦٠٠٠.

أبعاد المسؤولية المجتمعية:

لقد أجمع العديد من الباحثين على أن منظمات الأعمال تمارس عددًا من المسؤوليات الاجتماعية، والتي تنحصر ضمن تصنيفين هما: الأخلاقية، والإنسانية تجاه المجتمع المحلي، والموظفين، والعملاء، والموردين، والبيئة، والمساهمين... الخ، وتعتبر المسؤولية الأخلاقية مسؤولية إلزامية، وتتعدى في كونها تمثل الإيفاء بالالتزامات القانونية والاقتصادية، ومن هذا المنطلق بين الخبراء أبعاد المسؤولية المجتمعية، والمتمثلة فيما يلي: (الحمدي، ٢٠٠٣ : ٤٨)

أ- المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.

- ب- المسؤولية الأخلاقية:** بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.
- ج- المسؤولية القانونية:** أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بالقوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية، وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.
- د- المسؤولية الاقتصادية:** ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

■ المسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع المحلي:

يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة لمنظمات الأعمال شريحة مهمة، إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة. والتي تشمل: الإسهام في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدايق، الإسهام في الحد من مشكلة البطالة، دعم بعض الأنشطة مثل الأندية الترفيهية، احترام العادات والتقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة من خلال تقديم الدعم المادي لهم، هذا بالإضافة إلى الدعم المتواصل للمراكز العلمية كمراكز البحوث والمستشفيات. وعادة ما ينظر إلى مسؤولية المنظمة تجاه المجتمع المحلي من زوايا مختلفة، فقد تشمل رعاية الأعمال الخيرية، الرياضة والفن، التعليم وتدريب المؤسسات، وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي.

■ المسؤولية المجتمعية تجاه الموظفين:

إذا كانت المنظمات تولي اهتمامها لرأس المال البشري؛ فلا بد من تقديم ما هو أفضل لهم؛ لأن العاملين المهرة على المستوى الوطني والعالمي، أصبحوا يركزون على عامل المسؤولية المجتمعية من بين العوامل الأخرى، وقد أثبت ذلك تجريبياً، حيث إن أكثر الناس يجذبون العمل في المنظمة التي لديها سياسات بيئية ومجتمعية جيدة، كما أثبت بنفس السياق، أن الناس يجذبون التعامل تجارياً مع نفس المنظمات.

■ المسؤولية المجتمعية تجاه العملاء:

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

■ المسؤولية المجتمعية تجاه الموردين:

حيث ينظر إلى العلاقة ما بين الموردين ومنظمات الأعمال على أنها علاقة مصالح متبادلة، لذلك يتوقع الموردون أن تحترم منظمات الأعمال تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة، التي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد، وخاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية، وأسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة لمنظمات الأعمال، بالإضافة إلى تسديد الالتزامات، والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل.

■ المسؤولية المجتمعية تجاه البيئة:

لقد أعيد التركيز في أدبيات المسؤولية المجتمعية فيما يخص الجوانب البيئية، فيرى الخبراء بأن المسؤولية المجتمعية تضم أنظمة البيئة المفروضة ذاتياً، أي ضمن فلسفة المنظمة، والتقارير البيئية للمنظمة.

■ المسؤولية المجتمعية تجاه المساهمين:

تعد فئة المساهمين فئة مهمة من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المنظمة، وتكمن مسؤولية المنظمة تجاههم بتحقيق أقصى ربح، تعظيم قيمة السهم، زيادة حجم المبيعات،

بالإضافة إلى حماية أصول المنظمة وموجوداتها. (حداد وسويدان، ٢٠٠٦ : ٨١).
فهناك تقاربًا كبيرًا بين الكتاب والباحثين في تحديدهم لأهم أبعاد المسؤولية المجتمعية للمنظمة، والتي تعد مترابطة ومتكاملة مع بعضها، لتشكل في نهاية المطاف فلسفة المسؤولية المجتمعية، التي تسعى منظمات الأعمال إلى تبنيها، بما يحقق لها الفوائد المرجوة.

اتجاهات المسؤولية المجتمعية:

■ **الالتزام الاجتماعي:** ويمثل النمط التقليدي للمسؤولية المجتمعية، حيث تكون المؤسسة مسؤولة بشكل أساسي عن صنع النقود، وتعظيم الربح، مع الحد الأدنى للمسؤولية المجتمعية.

■ **رد الفعل الاجتماعي:** المؤسسات تتأثر بالمناخ الاجتماعي السائد وقوى الضغط الاجتماعية، فالمؤسسة تتجاوز الإلزام الاجتماعي لكي تكون مسؤولة اجتماعيًا عن المشاكل التي تسببت بها.

■ **الاستجابة الاجتماعية الإيجابية:** تمتلك المؤسسات حس توعوي وقائي من خلال الاستجابة الإيجابية للمشاركة في معالجة قضايا المجتمع.

مكونات المسؤولية المجتمعية:

طالما ارتبطت المسؤولية المجتمعية بالمؤسسات (الشركات) ذات الحجم الكبير فقط، لكن في الوقت الحالي، أصبحت المسؤولية المجتمعية تمثل رهان أغلبية المؤسسات، وليست حكرًا على الشركات الكبيرة.

وذلك نظرًا للدور المهم الذي تلعبه، والتأثير الذي تحدثه في المجتمع أو على البيئة، حيث أصبحت من التحديات الكبرى.

مبادئ المسؤولية المجتمعية:

يظهر من خلال ما سبق أن المسؤولية المجتمعية لمنظمات الأعمال تقوم على تسع مبادئ

أساسية، يمكن تلخيصها في الآتي:

- **الحماية وإعادة الإصحاح البيئي:** بفضل تقديم المنظمة لمنتجات وخدمات، وممارسة العمليات والأنشطة اليومية التي تراعي البيئة، مع الترويج للتنمية المستدامة.
- **القيم والأخلاقيات:** حيث يقع على عاتق منظمات الأعمال تطوير وتطبيق المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب المصلحة.
- **المساءلة والمحاسبة:** الكشف عن البيانات وتقديم المعلومات الضرورية لطالبيها من أصحاب المصلحة في أي وقت يحتاجونها لاتخاذ القرارات.
- **تقوية وتعزيز السلطات:** تحقيق الموازنة بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والموردين والمجتمع، وغيرهم من أصحاب المصلحة.
- **الأداء المالي والنتائج:** تعويض المساهمين بالأرباح والعوائد، مع المحافظة على الأصول والممتلكات، وتعزيز النمو على المدى الطويل.
- **مواصفات موقع العمل:** اعتبار العاملين شركاء قيّمين في العمل، من خلال احترام حقوقهم، وتوفير بيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات.
- **العلاقات التعاونية:** لا بد أن تتسم ممارسات منظمات الأعمال بالعدالة والأمانة مع مختلف الشركاء.
- **المنتجات والخدمات ذات الجودة:** الاستجابة لحاجيات وحقوق العملاء بتوفير منتجات وخدمات ذات قيمة وجودة عالية.
- **الارتباط المجتمعي:** تعميق العلاقات مع المجتمع، والتعاون والمشاركة لجعله المكان الأفضل للحياة وممارسات الأعمال.

استراتيجيات التعامل مع قضايا المسؤولية المجتمعية:

بناءً على التحليل الذي تقوم به المنظمة لقضايا المسؤولية المجتمعية من أجل إبراز نقاط القوة والضعف التي تعثر بها، وتحدد الفرص والتهديدات المحيطة بها، فإن المنظمة عادة ما تتعامل مع هذه القضايا بأربعة استراتيجيات رئيسية، هي:

(الغالبى وإدرىس، ٢٠٠٩: ١٠٠)

■ **استراتيجية الممانعة (المعركة):** إدارة المنظمة تتجنب الالتزام بأي دور اجتماعى وبيئى، وتتخاشى الإنفاق على الأنشطة الاجتماعية والبيئية، ويتم التركيز على الأولويات الاقتصادية.

■ **الاستراتيجية الدفاعية:** تهتم منظمة الأعمال وفقاً لهذه الاستراتيجية بالقيام بأقل ما هو مطلوب منها قانونياً، أى الحد الأدنى القانونى المفروض كدور اجتماعى وبيئى، من خلال مواجهة المسؤوليات الاقتصادية والقانونية، فمع زيادة الضغوط التنافسية والسوقية، وزيادة الأصوات التى تنادى بحماية المستهلك والبيئة، تلجأ إدارة المنظمة إلى المناورات القانونية كتكتيك للمحاولة من تقليل أو تخاشى الالتزامات المرتبطة بالمشاكل التى تسببها المنظمة، وبالتالى حمايتها من الوقوع فى مساءلة قانونية.

■ **استراتيجية التكيف:** تنطلق هذه الاستراتيجية بالترام منظمات الأعمال بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية، ثم تراعى بعد ذلك المتطلبات الأخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم والأعراف السائدة والسلوكيات المقبولة اجتماعياً فى بيئتها الداخلية التى تمثل ثقافة المؤسسة، وكذلك بالنسبة للمجتمع الذى تعمل فيه.

■ **استراتيجية المبادرة التطوعية:** حيث تتبنى منظمات الأعمال بموجب هذه الاستراتيجية دوراً مجتمعياً وبيئياً واسعاً جداً، بحيث تأخذ مصالح المجتمع وتطلعاته وحماية البيئة فى جميع قراراتها، وهذا النوع من الاستراتيجيات يحمل فى طياته المسؤولية الخيرية، حيث يأخذ زمام المبادرة فى توفير المتطلبات الاجتماعية والبيئية، علاوة على بناء قاعدته بكل المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية، كما تمكن هذه الاستراتيجية المنظمة من الاستعداد للتعامل مع المساءلات الموجهة إليها بكل مرونة، وكذا إمكانية الاستجابة للضغوط الخارجية والتهديدات، وكذا التشريعات الحكومية، والشكل الموالى يبين مستويات الاستراتيجيات سالفه الذكر.

ريادة وتنافسية منظمات الأعمال عبر المسؤولية المجتمعية:

تحولت منظمات الأعمال في العقود الأخيرة كاستجابة للضغوط الخارجية عليها، إلى منظمات إيجابية قائمة على إدراك الترابط الوثيق بين الممارسات المسؤولة مجتمعياً وبيئياً بهدف بقائها واستمراريتها.

وأصبحت منظمات الأعمال هي المستفيد الأول جراء تبنيها لمفهوم المسؤولية المجتمعية، من خلال ما تدره هذه الأخيرة من الفوائد، والتي تحقق وتدعم ريادتها وقدرتها التنافسية، ويمكن تلخيص أهمها في ما يلي: (الغالبى وإدريس، ٢٠٠٥ : ٥٢٠)

■ تحسين صورة المنظمة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال، إذا ما اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمنظمة تجاه كافة الأطراف ذات المصلحة (مباشرة أو غير مباشرة)، مما يزيد من مصداقيتها وزيادة الإقبال عليها، وبالتالي زيادة الدخل والأرباح.

■ أصبحت قرارات إقراض البنوك وقرارات الشراء للمستهلكين، وتوجهات الاستثمار لحملة الأسهم والتأمينات، مبنية أساساً في الوقت الراهن على أداء المؤسسة الاجتماعي والبيئي، من خلال مسؤوليتها المجتمعية، لأن هذه الأخيرة تعد في حقيقة الأمر استراتيجية استثمار حقيقي، باعتبار معيار الأداء الاجتماعي للمنظمة أحد أهم المعايير التي تعمل على جذب المستثمرين للإسهام في استثمارات المنظمة الحالية أو المستقبلية. كما يؤثر السلوك المجتمعي لمنظمة الأعمال على سوق أسهمها، وهذا ما بينته إحدى الدراسات من جامعة بوسطن، أنه يوجد ارتباط إيجابي بين سعر أسهم المؤسسة وبين المسؤولية المجتمعية، حيث أوضحت الدراسة أن المنظمات التي كان لها اهتمام بالمسؤولية المجتمعية حققت فارقاً في أسعار أسهمها بنسبة ٥٪ عن تلك التي لم يكن لديها اهتمام بهذا الجانب.

■ الالتزام بالمسؤولية المجتمعية من شأنه أن يعمل على تحسين مناخ العمل السائد، من خلال بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف داخل المنظمة.

والفوائد التي من الممكن أن تحققها المسؤولية المجتمعية لمنظمات الأعمال والداعمة

لريادتها ولقدرتها التنافسية، هي كما يلي: (الحمدي، ٢٠٠٣ : ٤٣)

■ تحقيق إنتاجية عالية للعاملين.

■ ولاء أكبر للعاملين.

■ رضا عالي للمستهلكين.

■ انخفاض عدد الدعاوى القضائية.

■ تحسين سمعة المنظمة وزيادة مبيعاتها.

■ ارتفاع قيمة أسهم المنظمة، مما يعود ذلك على المساهمين.

■ تعزيز الحقوق الأساسية (الصحة، التعليم، حقوق العاملين... وغيرها).

■ تحسين العلاقة مع أصحاب المصالح.

■ تحقيق التكيف المستمر مع البيئة.

وأظهرت معظم الدراسات الأكاديمية وجود ارتباط حقيقي وإيجابي ما بين ممارسة النشاطات المسؤولة مجتمعياً وبيئياً وبين الأداء المالي الجيد لمنظمات الأعمال، ولاحظت إحدى الدراسات التي أجريت عام ١٩٩٩ أن المنظمات التي قامت بالالتزام بصورة معلنة بقواعد أخلاقية ومجتمعية وبيئية محددة قد فاقت في أدائها المالي المنظمات المثلثة ممن لم تعلن مثل هذا الالتزام، بمقدار ٢ إلى ٣ مرات، وذلك بالقياس إلى قيمة أسهمها السوقية.

وانخذت دراسة أخرى مؤشراً آخر مهم لتدعيم ريادة وتنافسية منظمات الأعمال، ألا وهو حجم المبيعات السنوية أو الأرباح، حيث تبين أن منظمات الأعمال التي تبنت والتزمت بمسؤوليتها المجتمعية، قد حققت إنجازاً في المبيعات أفضل من تلك التي لم تتبنى مثل هذه الممارسات.

وكانت جامعة هارفرد قد قامت بصورة متكررة بإجراء دراسة مقارنة للشركات، حيث أظهرت أن تلك التي تولي اهتماماً متوازناً بمختلف فئات المستفيدين Stakholders قد حققت معدلات نمو أكبر بأربع مرات من تلك التي حصرت اهتمامها بالمساهمين،

وبالمثل فقد حققت معدلات نمو في التوظيف بلغ ثمانية مرات أعلى من الشركات التي ركزت على المساهمين فقط.

وعليه يمكن القول أن منظمات الأعمال إذا ما تبنت فلسفة المسؤولية المجتمعية، فإن ذلك من شأنه الإسهام في تحقيق رفاهية المجتمع، وسيعزز من سمعتها وعلامتها التجارية، كما أن ذلك سينمي درجة الرضى لدى الأفراد العاملين لديها، وتحسين العلاقة مع أصحاب المصالح، والاستماع لآراء ووجهات نظر الجمهور وجماعات الضغط، وبالتالي تحقيق الريادة والتميز، ودعم تنافسية منظمات الأعمال.

إضافة إلى ما سبق، تحمل مقاربة المسؤولية المجتمعية عند الالتزام بها من طرف منظمات الأعمال في طياتها، مجموعة الاعتبارات الإيجابية بالنسبة للدولة والمجتمع، بالنسبة للدولة: إن قيام منظمات الأعمال بمسؤولياتها المجتمعية سيؤدي إلى حصول الدولة جراء ذلك على مزايا تلخص في ما يلي (الغالي وإدريس، ٢٠٠٥: ٥٢):

■ تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.

■ يؤدي الالتزام بالمسؤولية المجتمعية إلى تعظيم عوائد الدولة، بسبب وعي منظمات الأعمال بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية.

■ المساهمة في التطور التكنولوجي، والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة نفسها متفرغة لها، وذلك لإزاحة بعض الأعباء الأخرى التي كانت على عاتقها.

أما بالنسبة للمجتمع: فيمكن تلخيص ما تقدمه المسؤولية المجتمعية في ما يلي (الغالي وإدريس، ٢٠٠٥: ٨٦):

■ زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع وفئاته.

■ زيادة العدالة الاجتماعية وتطور حالة الاستقرار الاجتماعي.

■ تقليل نسبة التلوث البيئي الحاصل والمؤثرة على صحة ورفاهية المجتمع.

■ تحسين نوعية حياة المجتمع من الناحية المادية والثقافية.

- زيادة الوعي بأهمية الاندماج بين المنظمات ومختلف الفئات ذات المصالح.
 - تحسين التنمية من خلال زيادة الوعي والمساءلة، وهذا مما يسهم في الاستقرار السياسي.
 - زيادة الترابط الاجتماعي وتقليل الفساد المالي والإداري والسياسي، نتيجةً لارتباط المسؤولية المجتمعية بمفاهيم الشفافية وتقليل السرية بالعمل.
- وأصبحت قوة المجتمع المرتبطة مع البيئة الخارجية تقيم تصرفات منظمات الأعمال، وتعمل على زيادة الإسهام في تعزيز وتحقيق السياسة العامة، من خلال زيادة إدراكهم، وتحسبهم لمواطنتهم، وتفاعلهم مع النظام الاقتصادي القائم، والإسهام في تحقيق الوعي الاجتماعي، بما يتفق مع الاتجاهات العامة للدولة في المجالات والأنشطة الاقتصادية المختلفة من خلال بوابة المسؤولية المجتمعية (البكري، ٢٠٠١ : ١١٨).

هرم المسؤولية المجتمعية لمنظمة الأعمال:



المصدر:

Ariche B. Carroll، «The pyramid of Corporate Social Responsibility Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders»،
Business Horizons، Indiana University، July / August 1991، P. 42.

الشكل (٢-١): هرم المسؤولية المجتمعية لمنظمة الأعمال

الدراسات السابقة:

تُظهر مراجعة الدراسات السابقة والمراجع العلمية أهمية موضوع المسؤولية المجتمعية وأثرها بشكل عام، والعوامل التي تحفز القطاع الخاص على تبنيها، مما يستدعي منظمات العمل الخيري للاستفادة منها، ويستعرض الباحث هنا بعض من هذه الدراسات التي تُخدم الدراسة الحالية في جوانب مختلفة، ومنها:

أظهرت نتائج دراسة كل من حسين، والجميل، (٢٠٠٩)، بهدف التعرف على العلاقة بين أبعاد المسؤولية المجتمعية تجاه العاملين وبين أخلاقيات العمل، وتوصلت الدراسة إلى أن مفهوم المسؤولية المجتمعية يعد من المفاهيم التي نالت اهتمام معظم المنظمات المعاصرة، والتي كانت تعبر في الماضي خلال فترة الستينات عن تعظيم الربح، أما في الوقت الحاضر فقد أصبح المفهوم يقترن مع الجانب الاجتماعي للمنظمة، وبينت أن هنالك العديد من الأبعاد الخاصة بالمسؤولية المجتمعية تجاه العاملين؛ إذ يجب على المنظمات الانتباه إليها والأخذ بها، لأنها تحقق أهداف العاملين، وتزيد من ولائهم واهتمامهم بالمنظمة التي يعملون فيها.

كذلك تناولت دراسة De Ven عام (٢٠٠٨) تطوير إطار عمل أخلاقي لتسويق المسؤولية المجتمعية للشركة، أن الشركات التي تتمتع علامتها بسمعة قوية لدى العميل، يجب عليها أن تستخدم مبادراتها للمسؤولية المجتمعية لتحقيق أهدافها التسويقية وغيرها من الأهداف المباشرة، ولتحقيق أهداف تسويقية معينة، على الشركة أن تدعم أي عمل يكون له ارتباط مباشر مع جوهر قيمها ومزاياها التنافسية، وأنه على الشركة ألا تحاول أن تخفي بأنها تستفيد من مبادراتها في المسؤولية المجتمعية.

في دراسة أجراها الطائي عام (٢٠٠٦) بهدف وضع إطار مفاهيمي لأخلاقيات التسويق والمسؤولية المجتمعية في منظمات الأعمال الخدمية، توصل الباحث إلى أن الأخلاقيات تعد مؤثرًا بيئيًا للتسويق، يتوجب على منظمات الأعمال الانتباه إليه عند صياغة الاستراتيجيات التسويقية، وبشكل خاص استراتيجيات التسعير والترويج، كما توصلت إلى أن أخلاقيات التسويق تلعب دورًا واضحًا في المزيج التسويقي الخدمي (7Ps) والعلاقات التبادلية بين منظمات الأعمال الخدمية وزبائنهم، والتوجه نحو معرفة وتشخيص رغبات وحاجات العملاء لطرح خدمات تتلاءم وهذه الرغبات، والحاجات للوصول إلى تفعيل مفهوم الخدمة المفصلة على مقياس العميل.

وأجرى McMahon عام (١٩٩٥) دراسة بعنوان «المسؤولية المجتمعية في أستراليا - إدارة بيئة المعلومات الاجتماعية» هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية التعامل مع معلومات

المسؤولية المجتمعية في المجتمع الأسترالي، خاصة ما يتعلق منها بالبيئة، وقد خلصت الدراسة إلى التأكيد على أهمية المسؤولية المجتمعية من خلال محاور سياسية ومجتمعية، في ظل النظام الليبرالي والنظام الديمقراطي (نظام المجتمع المفتوح) ونظام السوق المفتوحة، وكذلك التأكيد على الدور الرئيسي لحكومة أستراليا بهذا السياق. كما توصلت الدراسة إلى صياغة نموذجين رشيدين لخدمة المسؤولية المجتمعية في هذا المجال.

وأجرى Shotter عام (١٩٩٤) دراسة بعنوان: «المسؤولية المجتمعية للشركات في جمهورية جنوب أفريقيا»، هدفت إلى التعرف على مدى تحمل الشركات في جمهورية جنوب أفريقيا مسؤولياتها المجتمعية، وحددت مجالات المسؤولية المجتمعية فيما يتعلق بالبيئة والموظفين، بالتطبيق على عينة ممثلة للشركات العاملة في مختلف القطاعات الاقتصادية في جنوب أفريقيا، وقد خلصت الدراسة إلى أن الشركات تركز لدى تحملها مسؤولياتها المجتمعية على الاهتمام بالعاملين أولاً، ثم تليها البيئة، على عكس الشركات العاملة في قطاع التعدين التي أبدت اهتماماً أكبر تجاه البيئة. وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل من أجل الوصول إلى دليل يساعد في تقييم المسؤولية المجتمعية في المنظمات.

فروض الدراسة:

الفرضية الأولى: يوجد اهتمام لدى منظمات العمل الخيري الأسري في المملكة العربية السعودية بالمسؤولية المجتمعية وإدراك مفهومها الصحيح.

الفرضية الثانية: هناك تكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية أو لديها استعداد للتكامل.

الفرضية الثالثة: لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية تأثير إيجابي على أداء المنظمات الخيرية.

الفرضية الرابعة: هناك مبادرات في مجال المسؤولية المجتمعية تخدم الأسرة يمكن الاستفادة منها.

الفرضية الخامسة: تهتم المنظمات الخيرية بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق عملها.
الفرضية السادسة: لدى المنظمات الخيرية جاهزية لاحتضان مبادرات المسؤولية المجتمعية .

الفرضية السابعة: إدراك المنظمات الخيرية لمستوى التطور الذي ستشهده المسؤولية المجتمعية خلال الخمس سنوات القادمة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

- منهجية الدراسة
- مصادر جمع البيانات
- الأساليب الإحصائية المستخدمة
- أداة جمع بيانات الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة

يتضمن هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة وعيبتها، وأدوات الدراسة المستخدمة لجمع البيانات، وإجراءات تطبيق الدراسة، وأسلوب المعالجة الإحصائية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للبيانات الثانوية والأولية المتعلقة بالتعرف على واقع تطبيق المسؤولية المجتمعية لدى منشآت القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية في الجانب الأسري، حيث اعتمدت على الدراسات السابقة والجانب النظري، كما اعتمدت على الاستبيان لجمع البيانات الأولية والذي تكون من جزأين: ■ الأول: يشتمل على بيانات عن المستجيب.

■ الثاني: تضمن (٧) أسئلة (حول كل فرضية)، كل سؤال ضم مجموعة فقرات تتعلق بواقع تطبيق المسؤولية المجتمعية في المملكة العربية السعودية. وقد تم اعتماد استبيان يتناسب مع أغراض الدراسة، وقد تم استخدام المقياس الخماسي لبيان آراء المستجيبين حول فقرات الاستبانة، وخصصت أوزان ترجيحية لقياس الإجابات.

مصادر جمع البيانات:

اعتمد الباحث على نوعين من مصادر المعلومات، هما: المصادر الثانوية، مثل الكتب والمواد العلمية والنشرات والدوريات المتخصصة التي تبحث في موضوع المسؤولية المجتمعية، كما تم الاعتماد على المصادر الأولية من خلال تصميم وتطوير استبانة خاصة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

هناك عدد من الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها لتحليل إجابات الباحثين، كالتكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري، كما تم استخدام اختبار تحليل التباين بهدف قياس التباين بين المتوسطات للعينة المبحوثة عبر برنامج SPSS. قام الباحث بالاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات، حيث استخدم المتوسطات والانحرافات المعيارية وتحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression) وذلك من أجل اختبار الفرضيات.

أداة جمع بيانات الدراسة:

يهدف جمع بيانات من أفراد عينة الدراسة تم استخدام استمارة استبيان اعتمدت في ضوء دراسات الإطار النظري، واشتملت على عدة أجزاء تضمنت المعلومات الديموغرافية عن أفراد العينة والمسؤولية المجتمعية.

مجتمع الدراسة:

اشتمل مجتمع الدراسة على العاملين في الجمعيات الخيرية المتخصصة في الإصلاح الاجتماعي والإرشاد الأسري بالمملكة العربية السعودية (وشملت المدن التالية: جدة والمدينة المنورة والرياض ومكة المكرمة وتبوك وبريدة والدمام)، إلى جانب المختصين في المسؤولية المجتمعية والمنشآت السعودية التي لديها برامج مسؤولية مجتمعية. حيث تم نشر استبانة إلكترونية على الجمعيات والمراكز الأسرية والمختصين في المسؤولية المجتمعية، وبلغت العينة المجيبة على استبيان الدراسة (١٦٠) استبانة، خضعت جميعها للتحليل، في الوقت الذي تم فيه تحديد عينة الدراسة بـ (١٠٠) استبانة فقط، وبالتالي وصلت نسبت المشاركة إلى (١٦٠٪).

عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (١٦٠) من العاملين في الجمعيات الخيرية المتخصصة في الإصلاح الاجتماعي والإرشاد الأسري بجدة والمدينة المنورة والرياض ومكة المكرمة وتبوك وبريدة والدمام، والمختصين في المسؤولية المجتمعية بالمنشآت السعودية.

الاستبانات المجاب عليها

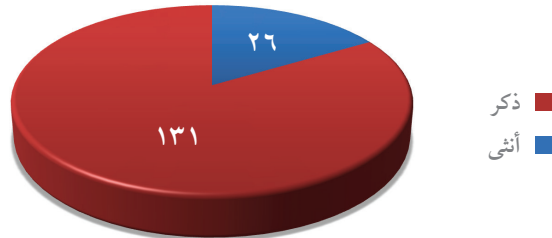
| البيان | العدد / النسبة |
|---|----------------|
| الاستبانات الموزعة والمجاب عليها | ١٦٠ |
| النسبة المئوية للاستبانات عينة الدراسة مقارنة بعينة الدراسة | ٪١٦٠ |
| النسبة المئوية من الاستبانات الخاضعة للتحليل | ٪١٠٠ |

وصف العينة:

(١) الجنس:

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | الجنس | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 83.4 | 83.4 | 81.9 | 131 | ذكر | القيم الصالحة Valid |
| 100.0 | 16.6 | 16.2 | 26 | أنثى | |
| | 100.0 | 98.1 | 157 | المجموع Total | |
| | | 1.2 | 2 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 6. | 1 | System | |
| | | 1.9 | 3 | المجموع Total | |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

الجدول السابق (جدول: ٣-١) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس، ومنه نجد أن غالبية أفراد العينة ذكور بنسبة (٩, ٨١٪)، يليهم الإناث بنسبة (٢, ١٦٪).

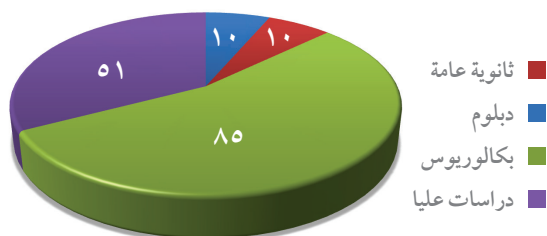


الشكل (٣-١): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

٢) المؤهل الدراسي:

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المثوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | المؤهل الدراسي | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 6.4 | 6.4 | 6.2 | 10 | ثانوية عامة | القيم الصالحة Valid |
| 12.8 | 6.4 | 6.2 | 10 | دبلوم | |
| 67.3 | 54.5 | 53.1 | 85 | بكالوريوس | |
| 100.0 | 32.7 | 31.9 | 51 | دراسات عليا | |
| | 100.0 | 97.5 | 156 | المجموع Total | |
| | | 2.5 | 4 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

الجدول السابق (جدول: ٣-٢) يمثل توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي، ومنه نجد أن غالبية أفراد العينة يحملون درجة البكالوريوس بنسبة (١, ٥٣٪)، يليهم حملة شهادات الدراسات العليا بنسبة (٩, ٣١٪)، ثم حملة الدبلوم وخريجي الثانوية العامة بنسبة (٢, ٦٪) لكل منهم.



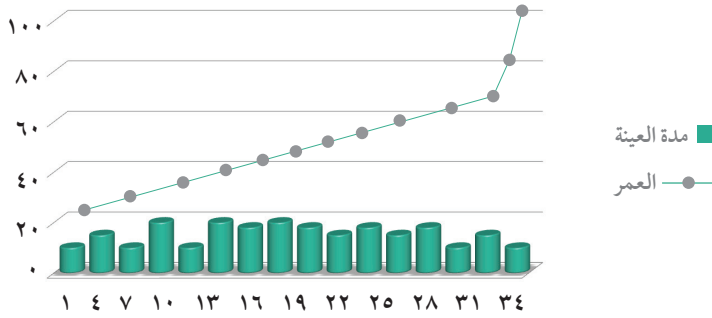
الشكل (٣-٢): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل الدراسي

تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتكمين الأسرة

(٣) العمر:

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العمر | |
|---|--|-------------------|----------------------|---------------|------------------------------|
| 8. | 8. | 6. | 1 | 22 | القيم الصالحة Valid |
| 2.5 | 1.7 | 1.2 | 2 | 24 | |
| 5.0 | 2.5 | 1.9 | 3 | 25 | |
| 6.7 | 1.7 | 1.2 | 2 | 26 | |
| 8.3 | 1.7 | 1.2 | 2 | 27 | |
| 10.8 | 2.5 | 1.9 | 3 | 28 | |
| 13.3 | 2.5 | 1.9 | 3 | 29 | |
| 20.0 | 6.7 | 5.0 | 8 | 30 | |
| 21.7 | 1.7 | 1.2 | 2 | 31 | |
| 23.3 | 1.7 | 1.2 | 2 | 32 | |
| 25.0 | 1.7 | 1.2 | 2 | 33 | |
| 30.0 | 5.0 | 3.8 | 6 | 35 | |
| 32.5 | 2.5 | 1.9 | 3 | 36 | |
| 35.8 | 3.3 | 2.5 | 4 | 37 | |
| 38.3 | 2.5 | 1.9 | 3 | 38 | |
| 42.5 | 4.2 | 3.1 | 5 | 39 | |
| 50.0 | 7.5 | 5.6 | 9 | 40 | |
| 56.7 | 6.7 | 5.0 | 8 | 41 | |
| 59.2 | 2.5 | 1.9 | 3 | 42 | |
| 61.7 | 2.5 | 1.9 | 3 | 43 | |
| 62.5 | 8. | 6. | 1 | 44 | |
| 68.3 | 5.8 | 4.4 | 7 | 45 | |
| 70.8 | 2.5 | 1.9 | 3 | 46 | |
| 75.0 | 4.2 | 3.1 | 5 | 47 | |
| 77.5 | 2.5 | 1.9 | 3 | 48 | |
| 82.5 | 5.0 | 3.8 | 6 | 50 | |
| 84.2 | 1.7 | 1.2 | 2 | 51 | |
| 85.8 | 1.7 | 1.2 | 2 | 53 | |
| 90.0 | 4.2 | 3.1 | 5 | 54 | |
| 94.2 | 4.2 | 3.1 | 5 | 55 | |
| 95.8 | 1.7 | 1.2 | 2 | 56 | |
| 96.7 | 8. | 6. | 1 | 58 | |
| 97.5 | 8. | 6. | 1 | 59 | |
| 99.2 | 1.7 | 1.2 | 2 | 63 | |
| 100.0 | 8. | 6. | 1 | 93 | |
| | 100.0 | 75.0 | 120 | Total المجموع | |
| | | 25.0 | 40 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

الجدول السابق (جدول: ٣-٣) يمثل الفئة العمرية لأفراد العينة ومنه نجد أن غالبية أفراد العينة يبلغون سن ٤٠ عامًا بنسبة (٦, ٥٪)، يليهم من يبلغون سن ٤١ عامًا و ٣٠ عامًا بنسبة (٥, ٥٪)، وأكبر فرد من العينة يبلغ ٩٣ عامًا، أما أصغر فرد من العينة فيبلغ ٢٢ عامًا بنسبة (٦, ٥٪) لكل منهما.



الشكل (٣-٣): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

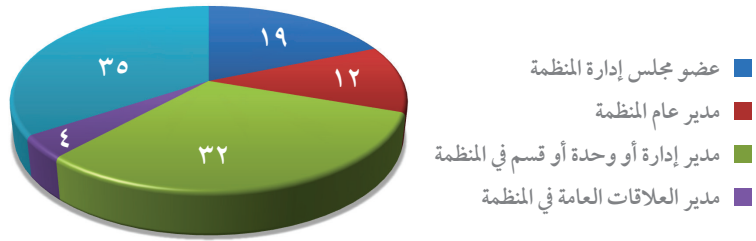
٤) المسمى الوظيفي:

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | المسمى الوظيفي | |
|---|--|-------------------|----------------------|---------------------------|---------------------------|
| 18.6 | 18.6 | 11.9 | 19 | عضو مجلس إدارة المنظمة | القيم الصالحة Valid |
| 30.4 | 11.8 | 7.5 | 12 | مدير عام المنظمة | |
| 61.8 | 31.4 | 20.0 | 32 | مدير إدارة أو وحدة أو قسم | |
| 65.7 | 3.9 | 2.5 | 4 | مدير العلاقات العامة | |
| 100.0 | 34.3 | 21.9 | 35 | خبير أو مستشار في المنظمة | |
| | 100.0 | 63.8 | 102 | المجموع Total | |
| | | 36.2 | 58 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

الجدول السابق (جدول: ٣-٤) يمثل المركز الوظيفي لأفراد العينة، ومنه نجد أن غالبية أفراد العينة يصنفون أنفسهم بـ«خبير أو مستشار» بنسبة (٩، ٢١٪)، يليهم مدراء الإدارات أو الوحدات بنسبة (٢٠٪)، ثم أعضاء مجلس الإدارات بنسبة (٩، ١١٪)، ثم مدراء العموم بنسبة (٥، ٧٪)، وأخيراً مدراء العلاقات العامة بنسبة (٥، ٢٪)، فيما تنوعت بقية العينة في وظائف مختلفة.

وشملت الوظائف الأخرى للعينة: تربوي، عميد متقاعد، متطوع، مشرف وحدة المتابعة العامة، منسق لفرع المركز الشبابي، سكرتير تنفيذي، موظف حكومي، موظف حكومي، إداري، مدير مشروع، سكرتير مدير التنمية المالية، متسبب، معلم، موظف، موظف، مشرف تربوي، مشرف حكومي، مشرف اجتماعي، صيدلي، مشرف مشاريع، مدير مدرسة، أعمال حرة، مدرسة، رجل أمن، رئيس قسم، معلم،

مستشارة أسرية، مستشارة أسرية، معلم، مديرة إدارة علاقات، موظفة، مشرفة على كليات، تسويق، المشرفة على المنظمة، أستاذ جامعي، متطوع، مصمم إعلامي، متقاعد، عاطلة، مؤسس نادي متطوعي جدة، مدير فرع منظمة، مدير فرع لإحدى المؤسسات المانحة، مصمم، منسقة برامج تطوعية، معلمة، موظف، معلم، رئيس تنفيذي، رئيس مجلس الإدارة، علاقات عامة، موظف، ضابط بالقوات الجوية، مديرة فرع، تنمية موارد مالية، معلمة، طالبة دراسات عليا، منسق تنمية المجتمعات، أخصائي اجتماعي، مخرج تلفزيوني.

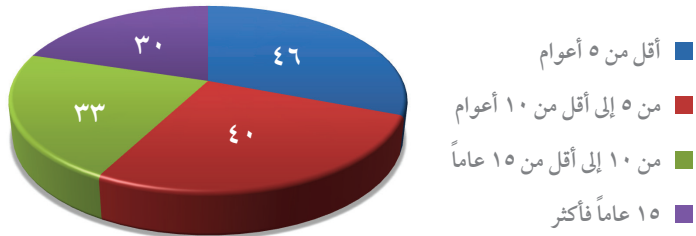


الشكل (3-4): توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

٥) الخبرة في القطاع الخيري والتطوعي:

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | سنوات الخبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------------------|---------------------------|
| 30.9 | 30.9 | 28.8 | 46 | أقل من ٥ أعوام | القيم الصالحة Valid |
| 57.7 | 26.8 | 25.0 | 40 | من ٥ إلى أقل من ١٠ أعوام | |
| 79.9 | 22.1 | 20.6 | 33 | من ١٠ إلى أقل من ١٥ عامًا | |
| 100.0 | 20.1 | 18.8 | 30 | ١٥ عامًا فأكثر | |
| | 100.0 | 93.1 | 149 | المجموع Total | |
| | | 6.9 | 11 | ٩ | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

الجدول السابق (جدول: ٣-٥) يمثل الخبرة في القطاع الخيري والتطوعي لأفراد العينة، ومنه نجد أن غالبية أفراد العينة لديهم خبرة أقل من ٥ أعوام بنسبة (٨، ٢٨٪)، يليهم فئة يمتلكون خبرة من ٥ إلى ١٠ أعوام بنسبة (٢٥٪)، ثم فئة يمتلكون خبرة من ١٠ إلى ١٥ عامًا بنسبة (٢٠٪)، وأخيراً فئة يمتلكون خبرة تزيد عن ١٥ عامًا بنسبة (٨، ١٨٪).

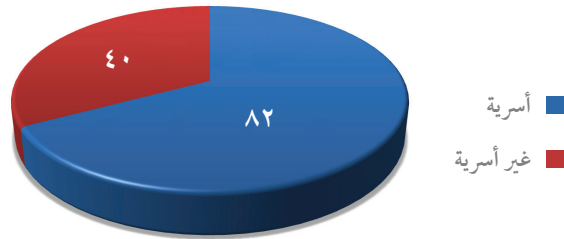


الشكل (٣-٥): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

٦) نشاط المنظمة:

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | نشاط المنظمة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 55.0 | 55.0 | 51.2 | 82 | أسرية | القيم الصالحة Valid |
| 100.0 | 45.0 | 41.9 | 67 | غير أسرية | |
| | 100.0 | 93.1 | 149 | المجموع Total | |
| | | 6.9 | 11 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

الجدول السابق (جدول: ٣-٦) يحدد نشاط المنظمات الخيرية التي يعمل بها أفراد العينة، ومنه نجد أن غالبية أفراد العينة يعملون في القطاع الخيري الأسري بنسبة (٢, ٥١٪)، في الوقت الذي يعمل فيه ما نسبته (٩, ٤١٪) في منظمات غير أسرية.

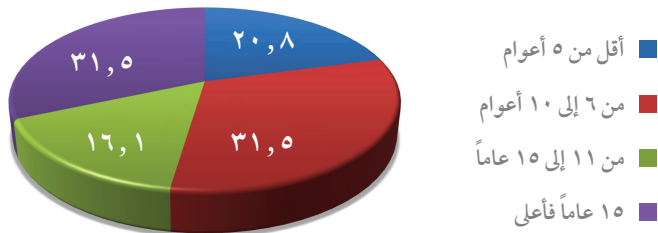


الشكل (٣-٦): توزيع أفراد العينة حسب نشاط المنظمة الخيرية

(٧) عمر المنظمة:

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | عمر المنظمة | |
|---|--|-------------------|----------------------|--------------------|---------------------------|
| 20.8 | 20.8 | 19.4 | 31 | أقل من ٥ أعوام | القيم الصالحة Valid |
| 52.3 | 31.5 | 29.4 | 47 | من ٦ إلى ١٠ أعوام | |
| 68.5 | 16.1 | 15.0 | 24 | من ١١ إلى ١٥ عامًا | |
| 100.0 | 31.5 | 29.4 | 47 | ١٥ عامًا فأعلى | |
| | 100.0 | 93.1 | 149 | المجموع Total | |
| | | 6.9 | 11 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

الجدول السابق (جدول: ٣-٧) يحدد عمر المنظمات الخيرية التي يعمل بها أفراد العينة، ومنه نجد أن نسبة (٤، ٢٩٪) من المنظمات الخيرية عمرها يبلغ ما بين ٦ إلى ١٠ أعوام، والنسبة ذاتها لمنظمات يتجاوز عمرها ١٥ عامًا فأكثر، ثم (٤، ١٩٪) من المنظمات يبلغ عمرها أقل من ٥ أعوام، وأخيرًا (١٥٪) من المنظمات يبلغ عمرها من ١١ إلى ١٥ عامًا.



الشكل (٣-٧): توزيع أفراد العينة حسب عمر المنظمة الخيرية

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها

النتائج ومناقشتها:

يتناول هذا الفصل النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الحالية ومناقشتها وذلك في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، ثم عرض النتائج وتفسيرها على النحو التالي :

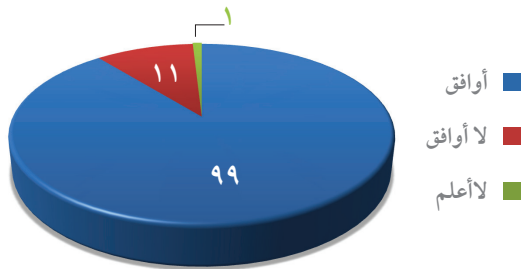
أولاً:

مفهوم المسؤولية المجتمعية

(١) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة من الأنشطة الخيرية التي تقدمها المنظمة في المجتمع المحلي»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-١):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 89.2 | 89.2 | 61.9 | 99 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 99.1 | 9.9 | 6.9 | 11 | لا أوافق | |
| 100.0 | 0.9 | 0.6 | 1 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 69.4 | 111 | المجموع Total | |
| | | 30.6 | 49 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩, ٦١٪) من أفراد العينة يرون أن المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة من الأنشطة الخيرية التي تقدمها المنظمة في المجتمع المحلي، فيما لا يوافق على ذلك (٩, ٦٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٠٪) بـ «لا أعلم».



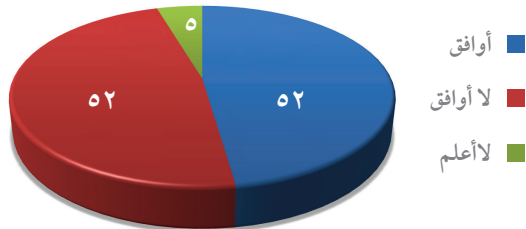
الشكل (٤-١)

(٢) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية الموسمية بدافع العلاقات العامة»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٢):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 47.7 | 47.7 | 32.5 | 52 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 95.4 | 47.7 | 32.5 | 52 | لا أوافق | |
| 100.0 | 4.6 | 3.1 | 5 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 68.1 | 109 | المجموع Total | |
| | | 31.9 | 51 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن أفراد العينة انقسموا في وصف المسؤولية المجتمعية للمنشآت بأنها مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية الموسمية بدافع العلاقات العامة، حيث وافق (٥, ٣٢٪)، ونفس النسبة أجابت بعدم الموافقة، بينما أجاب ما نسبته (١, ٣٪) بـ«لا أعلم».



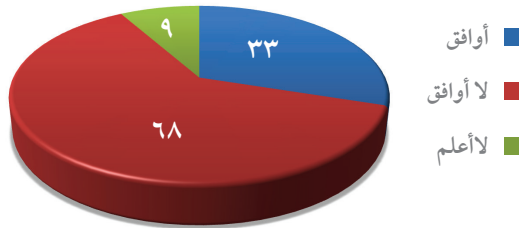
الشكل (٤-٢)

(٣) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية الموسمية بدافع اعتبارات التسويق»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 30.0 | 30.0 | 20.6 | 33 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 91.8 | 61.8 | 42.5 | 68 | لا أوافق | |
| 100.0 | 8.2 | 5.6 | 9 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 68.8 | 110 | المجموع Total | |
| | | 31.2 | 50 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥, ٤٢٪) من أفراد العينة رفضوا وصف الممارسات والمبادرات الخيرية للمسؤولية المجتمعية للمنشآت بدافع اعتبارات التسويق، فيما وافق على ذلك (٦, ٢٠٪) من العينة، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٥٪) بـ«لا أعلم».



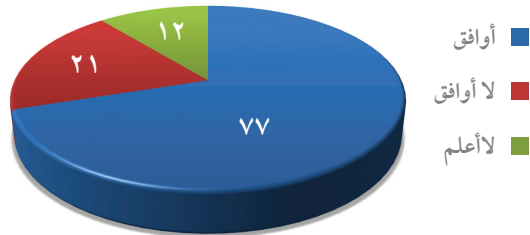
الشكل (٤-٣)

(٤) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بحقوق وقوانين العمال»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|--|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 70.0 | 70.0 | 48.1 | 77 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 89.1 | 19.1 | 13.1 | 21 | لا أوافق | |
| 100.0 | 10.9 | 7.5 | 12 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 68.8 | 110 | المجموع Total | |
| | | 31.2 | 50 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١, ٤٨٪) من أفراد العينة يرون أن المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بحقوق وقوانين العمال، فيما لا يوافق على ذلك (١, ١٣٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٥, ٧٪) بـ«لا أعلم».



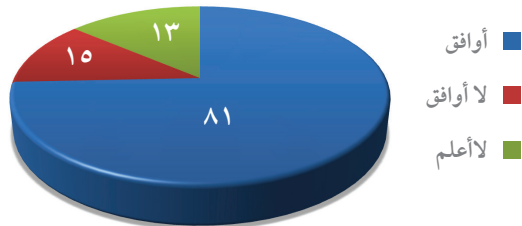
الشكل (٤-٤)

(٥) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بالقوانين البيئية ومتطلبات البيئة»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٥):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|--|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 74.3 | 74.3 | 50.6 | 81 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 88.1 | 13.8 | 9.4 | 15 | لا أوافق | |
| 100.0 | 11.9 | 8.1 | 13 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 68.1 | 109 | المجموع Total | |
| | | 31.9 | 51 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١, ٥٠٪) من أفراد العينة يرون أن المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بالقوانين البيئية ومتطلبات البيئة، فيما لا يوافق على ذلك (٤, ٩٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (١, ٨٪) بـ«لا أعلم».



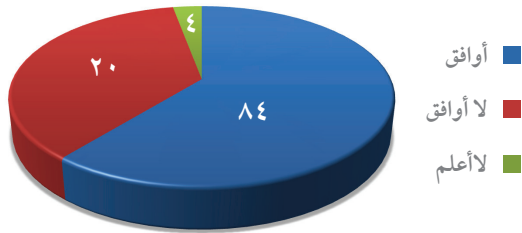
الشكل (٤-٥)

(٦) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بتعزيز أو ترسيخ النزاهة والشفافية والمساءلة»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٦):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|--|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 77.8 | 77.8 | 52.5 | 84 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 96.3 | 18.5 | 12.5 | 20 | لا أوافق | |
| 100.0 | 3.7 | 2.5 | 4 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 67.5 | 108 | المجموع Total | |
| | | 32.5 | 52 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥٢, ٥٪) من أفراد العينة يرون أن المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بتعزيز أو ترسيخ النزاهة والشفافية والمساءلة، فيما لا يوافق على ذلك (١٢, ٥٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٢, ٥٪) بـ«لا أعلم».



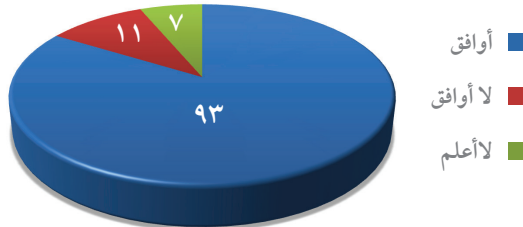
الشكل (٤-٦)

(٧) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة شاملة من الممارسات للحد من التأثير السلبي على المجتمع والطبيعية»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٧):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 83.8 | 83.8 | 58.1 | 93 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 93.7 | 9.9 | 6.9 | 11 | لا أوافق | |
| 100.0 | 6.3 | 4.4 | 7 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 69.4 | 111 | المجموع Total | |
| | | 30.6 | 49 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١, ٥٨٪) من أفراد العينة يرون أن المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة شاملة من الممارسات للحد من التأثير السلبي على المجتمع، فيما لا يوافق على ذلك (٩, ٦٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٤, ٤٪) بـ«لا أعلم».



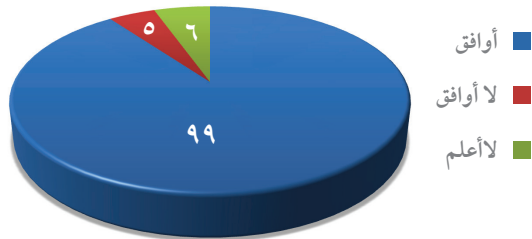
الشكل (٤-٧)

(٨) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» على أن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي القيم الأخلاقية والامتثال لمتطلبات المجتمع»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٨):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 90.0 | 90.0 | 61.9 | 99 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 94.5 | 4.5 | 3.1 | 5 | لا أوافق | |
| 100.0 | 5.5 | 3.8 | 6 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 68.8 | 110 | المجموع Total | |
| | | 30.6 | 49 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩, ٦١٪) من أفراد العينة يرون أن المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي القيم الأخلاقية والامتثال لمتطلبات المجتمع، فيما لا يوافق على ذلك (١, ٣٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٨, ٣٪) بـ«لا أعلم».



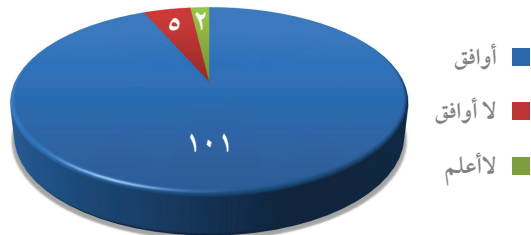
الشكل (٤-٨)

(٩) ينص فرض الدراسة في محور «مفهوم المسؤولية المجتمعية» بأن: «المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي دعم القطاع الثالث (القطاع الخيري والمجتمع المدني) لتنفيذ المشاريع والبرامج الخيرية»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٩):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 93.5 | 93.5 | 63.1 | 101 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 98.1 | 4.6 | 3.1 | 5 | لا أوافق | |
| 100.0 | 1.9 | 1.2 | 2 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 67.5 | 108 | المجموع Total | |
| | | 32.5 | 52 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١, ٦٣٪) من أفراد العينة يرون أن المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي دعم القطاع الثالث (القطاع الخيري والمجتمع المدني) لتنفيذ المشاريع والبرامج الخيرية، فيما لا يوافق على ذلك (١, ٣٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٢, ١٪) بـ«لا أعلم».



الشكل (٤-٩)

ثانياً:

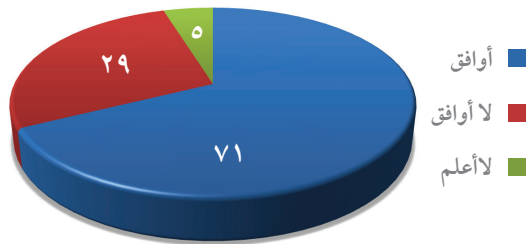
التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي
والشركات في المسؤولية المجتمعية

(١٠) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «المنظمات الخيرية تعرف مفهوم المسؤولية المجتمعية وتعي أهميتها»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-١٠):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|--|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 67.6 | 67.6 | 44.4 | 71 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 95.2 | 27.6 | 18.1 | 29 | لا أوافق | |
| 100.0 | 4.8 | 3.1 | 5 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 65.6 | 105 | المجموع Total | |
| | | 34.4 | 55 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٤٤, ٤٪) من أفراد العينة يرون أن المنظمات الخيرية تعرف مفهوم المسؤولية المجتمعية وتعي أهميتها، فيما لا يوافق على ذلك (١٨, ١٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٣, ١٪) بـ«لا أعلم».



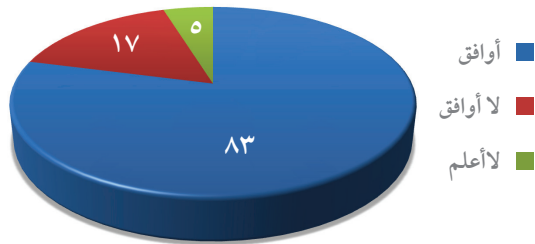
الشكل (٤-١٠)

(١١) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «المنظمات الخيرية تحرص على الشراكة مع القطاع الخاص عبر المسؤولية المجتمعية»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (١١-٤):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 79.0 | 79.0 | 51.9 | 83 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 95.2 | 16.2 | 10.6 | 17 | لا أوافق | |
| 100.0 | 4.8 | 3.1 | 5 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 65.6 | 105 | المجموع Total | |
| | | 34.4 | 55 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩, ٥١٪) من أفراد العينة يرون أن المنظمات الخيرية تحرص على الشراكة مع القطاع الخاص عبر المسؤولية المجتمعية، فيما لا يوافق على ذلك (٦, ١٠٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (١, ٣٪) بـ«لا أعلم».



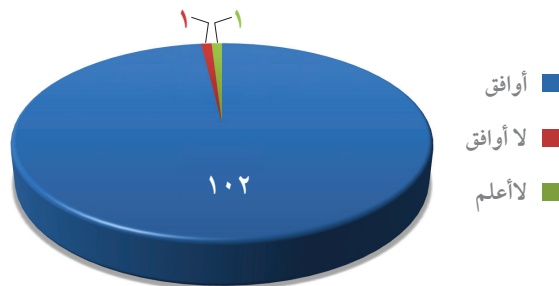
الشكل (١١-٤)

(١٢) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «المنظمات الخيرية يجب أن تكون الشريك الأمثل للقطاع الخاص في مبادرات وبرامج المسؤولية المجتمعية»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-١٢):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المثوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 98.1 | 98.1 | 63.8 | 102 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 99.0 | 1.0 | 6. | 1 | لا أوافق | |
| 100.0 | 1.0 | 6. | 1 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 65.0 | 104 | المجموع Total | |
| | | 35.0 | 56 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٦٣٪) من أفراد العينة يرون أن المنظمات الخيرية يجب أن تكون الشريك الأمثل للقطاع الخاص في مبادرات وبرامج المسؤولية المجتمعية، فيما لا يوافق على ذلك (٦, ٠٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٠٪) بـ«لا أعلم».

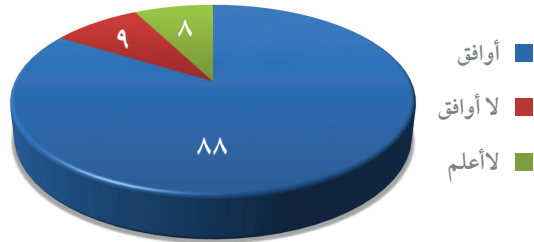


الشكل (٤-١٢)

(١٣) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «الشركات تهدف من أنشطتها في نطاق المسؤولية المجتمعية لتحسين صورتها الذهنية»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-١٣):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المثوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 83.8 | 83.8 | 55.0 | 88 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 92.4 | 8.6 | 5.6 | 9 | لا أوافق | |
| 100.0 | 7.6 | 5.0 | 8 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 65.6 | 105 | المجموع Total | |
| | | 34.4 | 55 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥٥٪) من أفراد العينة يرون أن الشركات تهدف من أنشطتها في نطاق المسؤولية المجتمعية لتحسين صورتها الذهنية، فيما لا يوافق على ذلك (٦, ٥٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٥٪) بـ«لا أعلم».



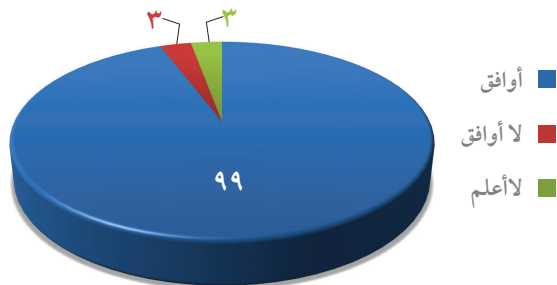
الشكل (٤-١٣)

(١٤) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «التكامل والشراكة بين الشركات والجمعيات الخيرية عبر المسؤولية المجتمعية يسهم في تحسين سمعة الشركات وصورتها الذهنية»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤١):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|--|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 94.3 | 94.3 | 61.9 | 99 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 97.1 | 2.9 | 1.9 | 3 | لا أوافق | |
| 100.0 | 2.9 | 1.9 | 3 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 65.6 | 105 | المجموع Total | |
| | | 34.4 | 55 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١٦, ٩٪) من أفراد العينة يرون أن التكامل والشراكة بين الشركات والجمعيات الخيرية عبر المسؤولية المجتمعية يسهم في تحسين سمعة الشركات وصورتها الذهنية، فيما لا يوافق على ذلك (١, ٩٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (١, ٩٪) بـ«لا أعلم».



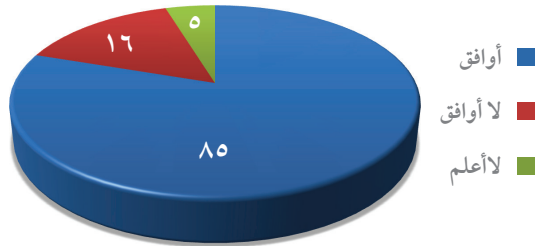
الشكل (٤-١٤)

(١٥) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «التكامل والشراكة بين الشركات والجمعيات الخيرية عبر المسؤولية المجتمعية يسهم في تحسين سمعة الشركات وصورتها الذهنية»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-١٥):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 80.2 | 80.2 | 53.1 | 85 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 95.3 | 15.1 | 10.0 | 16 | لا أوافق | |
| 100.0 | 4.7 | 3.1 | 5 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 66.2 | 106 | المجموع Total | |
| | | 33.8 | 54 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١, ٥٣٪) من أفراد العينة يرون أن الشركات حتى الآن لم تعي المفهوم الحقيقي للمسؤولية المجتمعية، فيما لا يوافق على ذلك (١٠٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (١, ٣٪) بـ«لا أعلم».

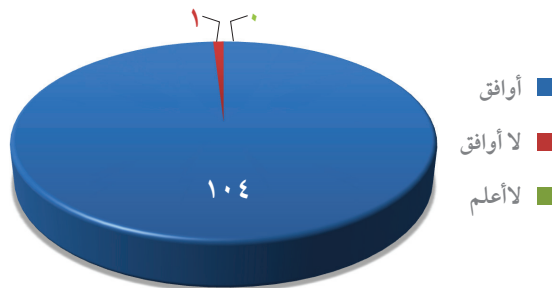


الشكل (٤-١٥)

(١٦) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «عقد اللقاءات بين الشركات والجمعيات مهم لتحقيق الشراكة»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-١٦):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 99.0 | 99.0 | 65.0 | 104 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 100.0 | 1.0 | 6. | 1 | لا أوافق | |
| 100.0 | • | • | • | لا أعلم | |
| | 100.0 | 34.4 | 55 | المجموع Total | |
| | | 65.0 | 104 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٦٥٪) من أفراد العينة يرون أهمية عقد اللقاءات بين الشركات والجمعيات لتحقيق الشراكة، فيما لا يوافق على ذلك (٦, ٠٪) من أفراد العينة.



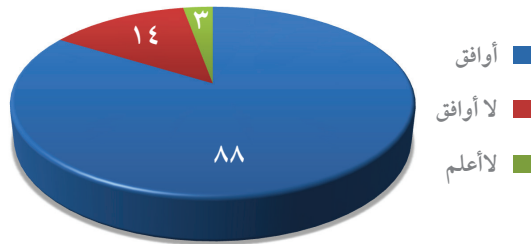
الشكل (٤-١٦)

(١٧) ينص فرض الدراسة في محور «التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية» على أن: «أرى أن الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري عبر المسؤولية المجتمعية يعتبر من تنافسية الشركات»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-١٧):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 83.8 | 83.8 | 55.0 | 88 | أوافق | القيم الصالحة Valid |
| 97.1 | 13.3 | 8.8 | 14 | لا أوافق | |
| 100.0 | 2.9 | 1.9 | 3 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 65.6 | 105 | المجموع Total | |
| | | 34.4 | 55 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥٥٪) من أفراد العينة يرون أن الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري عبر المسؤولية المجتمعية يصنف من تنافسية الشركات، فيما لا يوافق على ذلك (٨، ٨٪) من أفراد العينة، بينما أجاب ما نسبته (٩، ١٪) بـ«لا أعلم».



الشكل (٤-١٧)

ثالثاً:

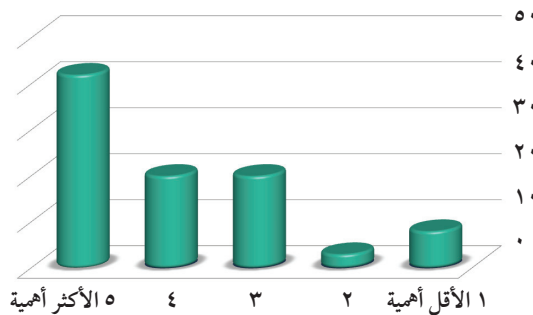
التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية
المجتمعية الأسرية

(١٨) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «الإسهام في خفض حالات الطلاق»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-١٨):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 8.8 | 8.8 | 5.6 | 9 | ١ الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 12.7 | 3.9 | 2.5 | 4 | 2 | |
| 34.3 | 21.6 | 13.8 | 22 | 3 | |
| 56.9 | 22.5 | 14.4 | 23 | 4 | |
| 100.0 | 43.1 | 27.5 | 44 | ٥ الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 63.8 | 102 | المجموع Total | |
| | | 36.2 | 58 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥, ٢٤٪) من أفراد العينة يرون أن الإسهام في خفض حالات الطلاق هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٦, ٥٪) أنه الأقل أهمية.



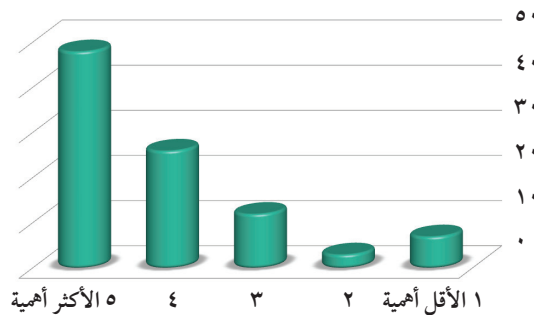
الشكل (٤-١٨)

(١٩) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «تحقيق استقرار الأسرة نفسياً واجتماعياً»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-١٩):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 6.9 | 6.9 | 4.4 | 7 | ١ الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 9.9 | 3.0 | 1.9 | 3 | 2 | |
| 22.8 | 12.9 | 8.1 | 13 | 3 | |
| 50.5 | 27.7 | 17.5 | 28 | 4 | |
| 100.0 | 49.5 | 31.2 | 50 | ٥ الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 63.1 | 101 | المجموع Total | |
| | | 36.9 | 59 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٢, ٣١٪) من أفراد العينة يرون أن تحقيق استقرار الأسرة نفسياً واجتماعياً هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٤, ٤٪) أنه الأقل أهمية.



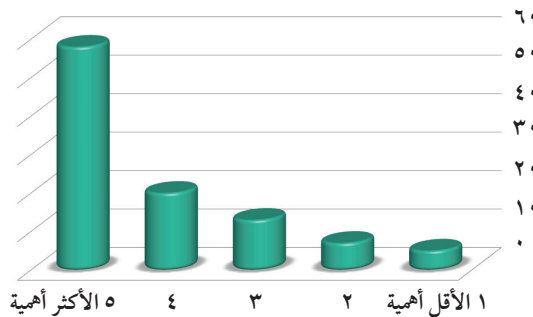
الشكل (٤-١٩)

(٢٠) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «النهوض بالقطاعات العاملة في مجال الإرشاد والإصلاح الأسري وزيادة تأثيرها الإيجابي»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٢٠):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 2.9 | 2.9 | 1.9 | 3 | ١ الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 7.8 | 4.9 | 3.1 | 5 | 2 | |
| 23.5 | 15.7 | 10.0 | 16 | 3 | |
| 45.1 | 21.6 | 13.8 | 22 | 4 | |
| 100.0 | 54.9 | 35.0 | 56 | ٥ الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 63.8 | 102 | المجموع Total | |
| | | 36.2 | 58 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥, ٣٥٪) من أفراد العينة يرون أن النهوض بالقطاعات العاملة في مجال الإرشاد والإصلاح الأسري وزيادة تأثيرها الإيجابي هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٩, ١٪) أنه الأقل أهمية.



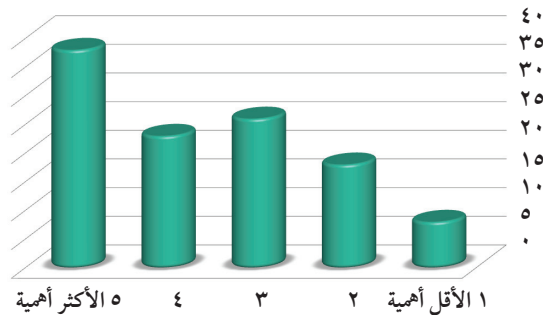
الشكل (٤-٢٠)

(٢١) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «تحقيق الاستقرار الأسري النسبي لمنسوبي الشركات المبادرة»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٢١):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 5.0 | 5.0 | 3.1 | 5 | 1 الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 21.0 | 16.0 | 10.0 | 16 | 2 | |
| 43.0 | 22.0 | 13.8 | 22 | 3 | |
| 61.0 | 18.0 | 11.2 | 18 | 4 | |
| 100.0 | 39.0 | 24.4 | 39 | 5 الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 62.5 | 100 | المجموع Total | |
| | | 37.5 | 60 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٤, ٢٤٪) من أفراد العينة يرون أن تحقيق الاستقرار الأسري النسبي لمنسوبي الشركات المبادرة هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (١, ٣٪) أنه الأقل أهمية.

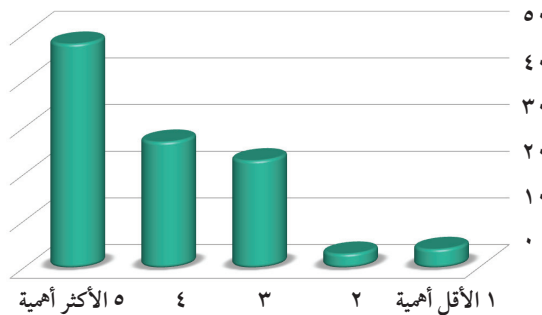


الشكل (٤-٢١)

(٢٢) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «زيادة التواصل بين القطاعين الخاص والخيري»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-٢٢):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 3.9 | 3.9 | 2.5 | 4 | 1 الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 5.9 | 2.0 | 1.2 | 2 | 2 | |
| 27.5 | 21.6 | 13.8 | 22 | 3 | |
| 54.9 | 27.5 | 17.5 | 28 | 4 | |
| 100.0 | 45.1 | 28.8 | 46 | 5 الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 63.8 | 102 | المجموع Total | |
| | | 36.2 | 58 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٢٨٪) من أفراد العينة يرون أن زيادة التواصل بين القطاعين الخاص والخيري هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٥, ٢٪) أنه الأقل أهمية.

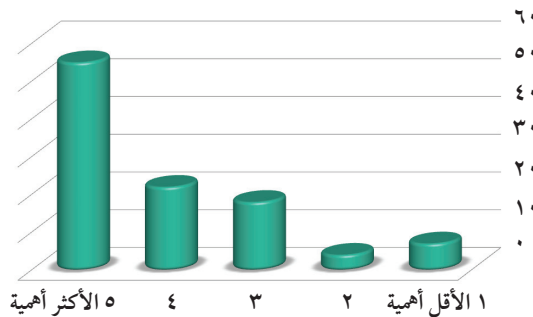


الشكل (٤-٢٢)

(٢٣) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «زيادة الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-٢٣):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 5.0 | 5.0 | 3.1 | 5 | 1 الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 7.9 | 3.0 | 1.9 | 3 | 2 | |
| 25.7 | 17.8 | 11.2 | 18 | 3 | |
| 46.5 | 20.8 | 13.1 | 21 | 4 | |
| 100.0 | 53.5 | 33.8 | 54 | 5 الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 63.1 | 101 | المجموع Total | |
| | | 36.9 | 59 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٣٣٪) من أفراد العينة يرون أن زيادة الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (١, ٣٪) أنه الأقل أهمية.



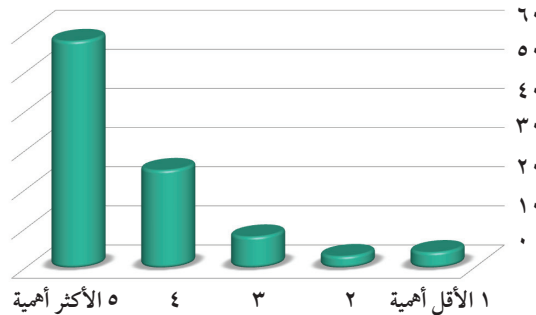
الشكل (٤-٢٣)

(٢٤) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «ابتكار مزيد من المبادرات الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية للأسرة»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٢٤):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 3.0 | 3.0 | 1.9 | 3 | 1 الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 5.0 | 2.0 | 1.2 | 2 | 2 | |
| 14.0 | 9.0 | 5.6 | 9 | 3 | |
| 41.0 | 27.0 | 16.9 | 27 | 4 | |
| 100.0 | 59.0 | 36.9 | 59 | 5 الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 62.5 | 100 | المجموع Total | |
| | | 37.5 | 60 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩, ٣٦٪) من أفراد العينة يرون أن ابتكار مزيد من المبادرات الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية للأسرة هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٩, ١٪) أنه الأقل أهمية.

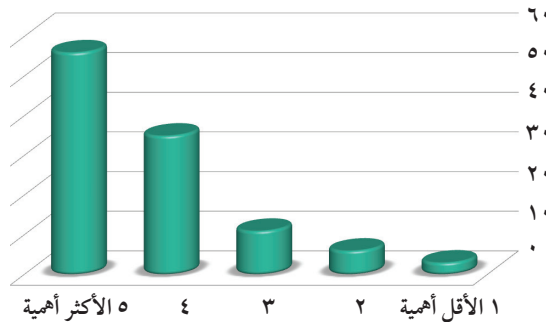


الشكل (٤-٢٤)

(٢٥) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «تمكين منشآت القطاع الخاص من الإسهام في استقرار المجتمع»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-٢٥):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 2.0 | 2.0 | 1.2 | 2 | 1 الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 6.9 | 5.0 | 3.1 | 5 | 2 | |
| 17.8 | 10.9 | 6.9 | 11 | 3 | |
| 46.5 | 28.7 | 18.1 | 29 | 4 | |
| 100.0 | 53.5 | 33.8 | 54 | 5 الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 63.1 | 101 | المجموع Total | |
| | | 36.9 | 59 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٣٣٪) من أفراد العينة يرون أن تمكين منشآت القطاع الخاص من الإسهام في استقرار المجتمع هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٢, ١٪) أنه الأقل أهمية.

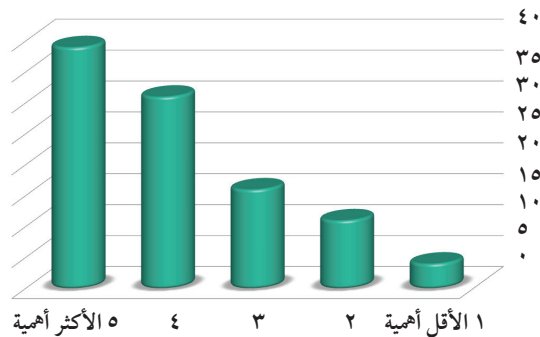


الشكل (٤-٢٥)

(٢٦) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «تحسين الصورة الذهنية للقطاع الخاص لدى المجتمع»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-٢٦):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 4.0 | 4.0 | 2.5 | 4 | 1 الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 14.1 | 10.1 | 6.2 | 10 | 2 | |
| 30.3 | 16.2 | 10.0 | 16 | 3 | |
| 61.6 | 31.3 | 19.4 | 31 | 4 | |
| 100.0 | 38.4 | 23.8 | 38 | 5 الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 61.9 | 99 | المجموع Total | |
| | | 38.1 | 61 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٢٣٪) من أفراد العينة يرون أن تحسين الصورة الذهنية للقطاع الخاص لدى المجتمع هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٥, ٢٪) أنه الأقل أهمية.



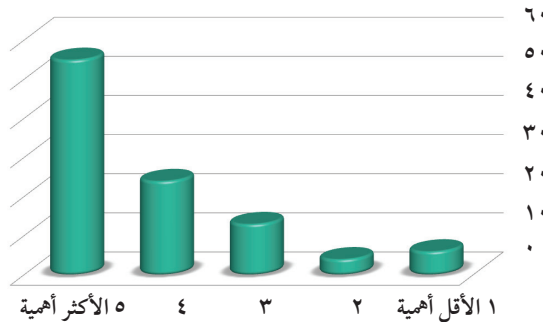
الشكل (٤-٢٦)

(٢٧) ينص فرض الدراسة في محور «التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية» على أنها تتميز بتأثيرها الإيجابي في «ابتكار المبادرات لتمكين الأسرة مما ينعكس على استقرار المجتمع»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٢٧):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 5.9 | 5.9 | 3.8 | 6 | 1 الأقل أهمية | القيم الصالحة Valid |
| 8.8 | 2.9 | 1.9 | 3 | 2 | |
| 20.6 | 11.8 | 7.5 | 12 | 3 | |
| 47.1 | 26.5 | 16.9 | 27 | 4 | |
| 100.0 | 52.9 | 33.8 | 54 | 5 الأكثر أهمية | |
| | 100.0 | 63.8 | 102 | المجموع Total | |
| | | 36.2 | 58 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٣٣٪) من أفراد العينة يرون أن ابتكار المبادرات لتمكين الأسرة مما ينعكس على استقرار المجتمع هو الأكثر أهمية في التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، بينما يرى (٨, ٣٪) أنه الأقل أهمية.



الشكل (٤-٢٧)

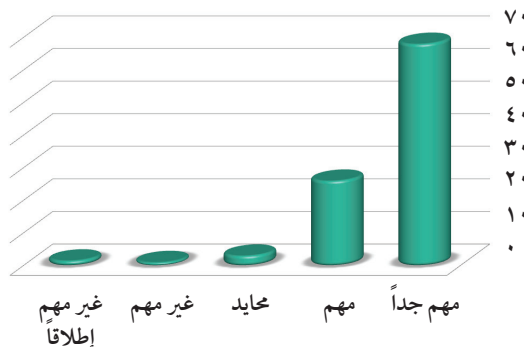
رابعاً:
أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية
للفترة المقبلة

(٢٨) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «دعم الجمعيات الخيرية الأسرية بشكل عام» من أهمية المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٢٨):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 70.1 | 70.1 | 42.5 | 68 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 96.9 | 26.8 | 16.2 | 26 | مهم | |
| 99.0 | 2.1 | 1.2 | 2 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 1.0 | 6. | 1 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 60.6 | 97 | المجموع Total | |
| | | 39.4 | 63 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥, ٤٢٪) من أفراد العينة يرون أن دعم الجمعيات الخيرية الأسرية بشكل عام يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٢, ١٦٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتمزم (٢, ١٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٠٪) بأنه غير مهم على الإطلاق.



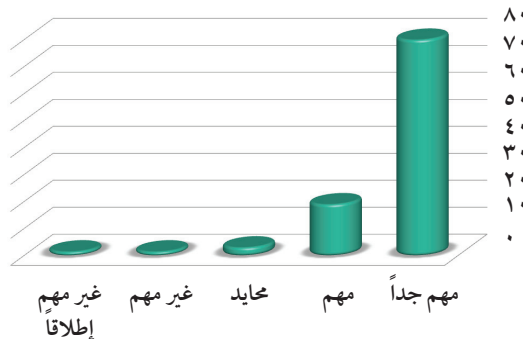
الشكل (٤-٢٨)

(٢٩) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «برامج التوعية والتثقيف الأسرية» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٢٩):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 79.6 | 79.6 | 48.8 | 78 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 99.0 | 19.4 | 11.9 | 19 | مهم | |
| 0 | 1.0 | 6. | 1 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٤٨٪) من أفراد العينة يرون أن دعم وتطوير برامج التوعية والتثقيف الأسرية يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٩, ١١٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٦, ٠٪) الحياد لذلك.



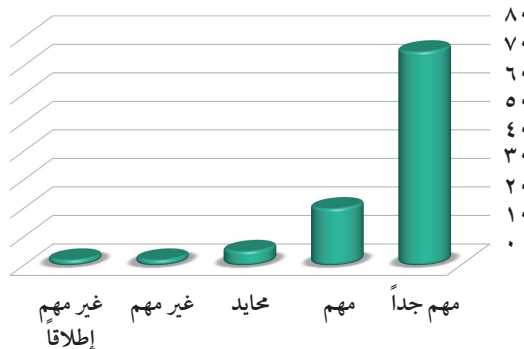
الشكل (٤-٢٩)

(٣٠) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «الإرشاد والاستشارات الأسرية» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٠):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 76.0 | 76.0 | 45.6 | 73 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 95.8 | 19.8 | 11.9 | 19 | مهم | |
| 0 | 4.2 | 2.5 | 4 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 60.0 | 96 | المجموع Total | |
| | | 40.0 | 64 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٦, ٤٥٪) من أفراد العينة يرون أن دعم وتطوير برامج الإرشاد والاستشارات الأسرية يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٩, ١١٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٥, ٢٪) الحياد لذلك.



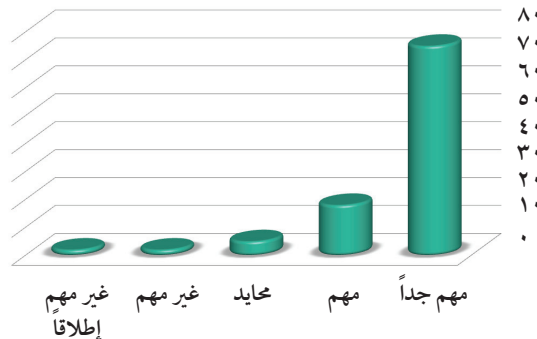
الشكل (٤-٣٠)

(٣١) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «إصلاح ذات البين بين الزوجين» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣١):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 75.5 | 75.5 | 46.2 | 74 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 95.9 | 20.4 | 12.5 | 20 | مهم | |
| 0 | 4.1 | 2.5 | 4 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٢, ٤٦٪) من أفراد العينة يرون أن دعم وتطوير برامج الإرشاد والاستشارات الأسرية يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٥, ١٢٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٥, ٢٪) الحياد لذلك.



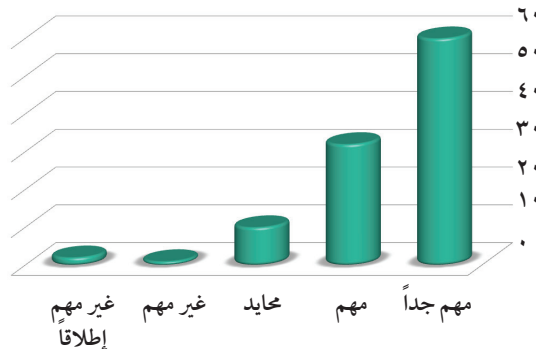
الشكل (٤-٣١)

(٣٢) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تنمية مهارات تخطيط وإدارة ميزانية الأسرة» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٢):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 61.9 | 61.9 | 37.5 | 60 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 92.8 | 30.9 | 18.8 | 30 | مهم | |
| 99.0 | 6.2 | 3.8 | 6 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 1.0 | 6.0 | 1 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 60.6 | 97 | المجموع Total | |
| | | 39.4 | 63 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥, ٣٧٪) من أفراد العينة يرون أن دعم وتطوير برامج تنمية مهارات تخطيط وإدارة ميزانية الأسرة يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٨, ١٨٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٨, ٣٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٠٪) بأنه غير مهم على الإطلاق.



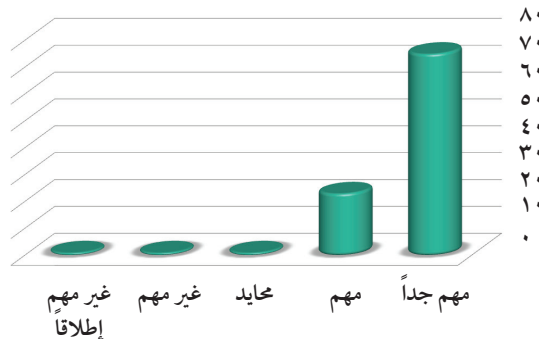
الشكل (٤-٣٢)

(٣٣) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تزويد الأزواج بمهارات الحياة الزوجية السعيدة» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٣):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 78.1 | 78.1 | 46.9 | 75 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 100.0 | 21.9 | 13.1 | 21 | مهم | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 60.0 | 96 | المجموع Total | |
| | | 40.0 | 64 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩٦, ٤٦٪) من أفراد العينة يرون أن دعم وتطوير برامج تزويد الأزواج بمهارات الحياة الزوجية السعيدة يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٩, ١٣٪) من أفراد العينة أنه مهم.



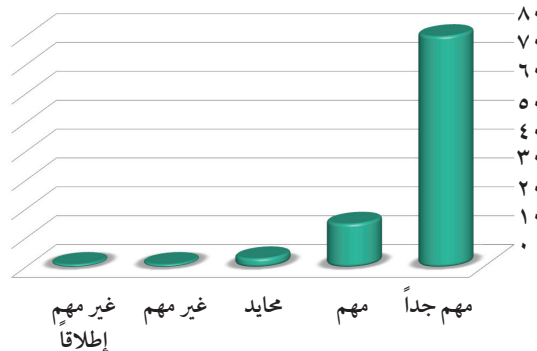
الشكل (٤-٣٣)

(٣٤) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تأهيل الشباب والفتيات المقبلين على الزواج» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٤):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 84.7 | 84.7 | 51.9 | 83 | مهم جدًا | القيم الصالحة Valid |
| 99.0 | 14.3 | 8.8 | 14 | مهم | |
| 0 | 1.0 | 6. | 1 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩, ٥١٪) من أفراد العينة يرون أن دعم وتطوير برامج تأهيل الشباب والفتيات المقبلين على الزواج يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٨, ٨٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٦, ٠٪) الحياد لذلك.



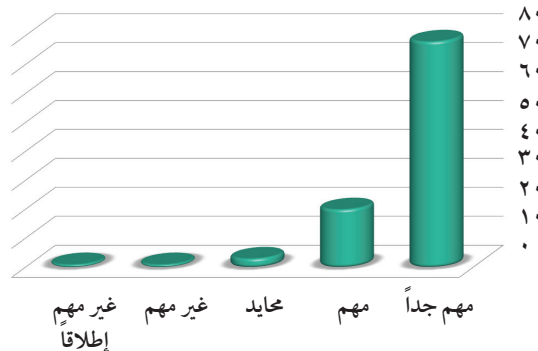
الشكل (٤-٣٤)

(٣٥) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «توعية المجتمع بإدارة المشكلات الأسرية» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٥):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 77.6 | 77.6 | 47.5 | 76 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 99.0 | 21.4 | 13.1 | 21 | مهم | |
| 0 | 1.0 | 6. | 1 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٥, ٤٧٪) من أفراد العينة يرون أن دعم وتطوير برامج توعية المجتمع بإدارة المشكلات الأسرية يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (١, ١٣٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٦, ٠٪) الحياد لذلك.



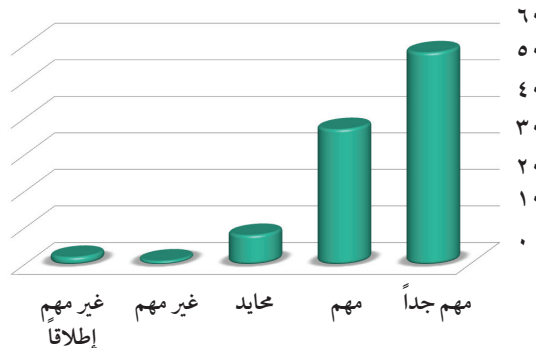
الشكل (٤-٣٥)

(٣٦) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «إعداد حقائب تدريبية خاصة بالمشكلات الأسرية» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٦):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 57.1 | 57.1 | 35.0 | 56 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 92.9 | 35.7 | 21.9 | 35 | مهم | |
| 99.0 | 6.1 | 3.8 | 6 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 1.0 | 6. | 1 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٣٥٪) من أفراد العينة يرون أن إعداد حقائب تدريبية خاصة بالمشكلات الأسرية يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٩ ، ٢١٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٨ ، ٣٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٦ ، ٠٪) بأنه غير مهم على الإطلاق.



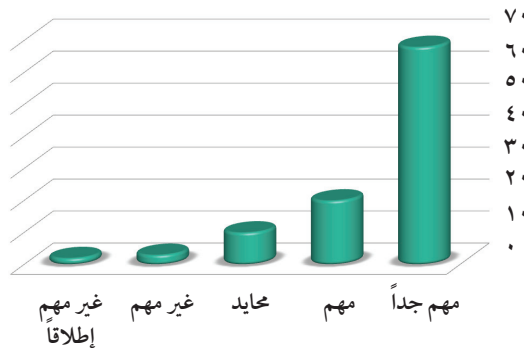
الشكل (٤-٣٦)

(٣٧) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تبنى مشروع مرشد أسري في كل حي» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٧):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 67.0 | 67.0 | 40.6 | 65 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 86.6 | 19.6 | 11.9 | 19 | مهم | |
| 96.9 | 10.3 | 6.2 | 10 | محايد | |
| 99.0 | 2.1 | 1.2 | 2 | غير مهم | |
| 100.0 | 1.0 | 6. | 1 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 60.6 | 97 | المجموع Total | |
| | | 39.4 | 63 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٦, ٤٠٪) من أفراد العينة يرون أن تبني مشروع مرشد أسري في كل حي يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٩, ١١٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٢, ٦٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٢, ١٪) بأنه غير مهم، وأجاب ما نسبته (٦, ٠٪) بأنه غير مهم على الإطلاق.



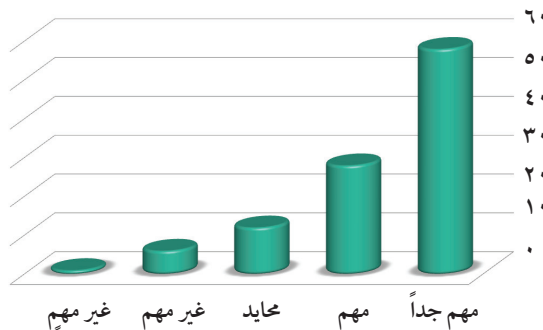
الشكل (٤-٣٧)

(٣٨) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تصميم موقع يضم جميع البرامج الوقائية والنمائية في مجال الإرشاد الأسري» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٨):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 59.2 | 59.2 | 36.2 | 58 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 85.7 | 26.5 | 16.2 | 26 | مهم | |
| 95.9 | 10.2 | 6.2 | 10 | محايد | |
| 0 | 4.1 | 2.5 | 4 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٣٦, ٢٪) من أفراد العينة يرون أن تصميم موقع يضم جميع البرامج الوقائية والنمائية في مجال الإرشاد الأسري يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (١٦, ٢٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٦, ٢٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٢, ٥٪) بأنه غير مهم.



الشكل (٤-٣٨)

(٣٩) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «الاهتمام بالدراسات والبحوث وإنشاء مراكز دراسات أسرية» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٣٩):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 68.4 | 68.4 | 41.9 | 67 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 92.9 | 24.5 | 15.0 | 24 | مهم | |
| 95.9 | 3.1 | 1.9 | 3 | محايد | |
| 0 | 4.1 | 2.5 | 4 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩, ٤١٪) من أفراد العينة يرون أن الاهتمام بالدراسات والبحوث وإنشاء مراكز دراسات أسرية يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (١٥٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٩, ١٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٥, ٢٪) بأنه غير مهم.



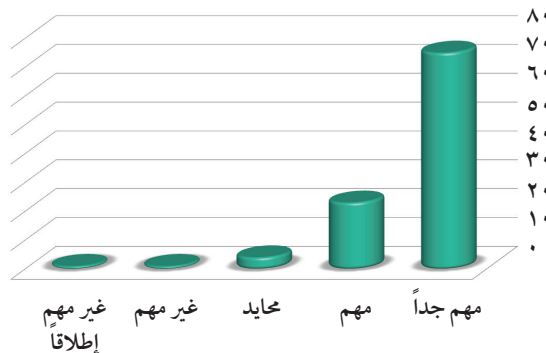
الشكل (٤-٣٩)

(٤٠) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «إنشاء مراكز متخصصة للإرشاد الأسري» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤٠):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 75.5 | 75.5 | 46.2 | 74 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 96.9 | 21.4 | 13.1 | 21 | مهم | |
| 0 | 3.1 | 1.9 | 3 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٢, ٤٦٪) من أفراد العينة يرون أن إنشاء مراكز متخصصة للإرشاد الأسري يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (١, ١٣٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٩, ١٪) الحياد لذلك.



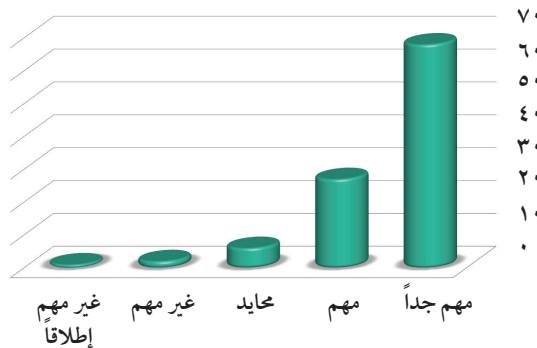
الشكل (٤-٤٠)

(٤١) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «إنشاء مراكز تدريب متخصصة في مهارات العلاقات الأسرية» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤١):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 68.8 | 68.8 | 41.2 | 66 | مهم جدًا | القيم الصالحة Valid |
| 94.8 | 26.0 | 15.6 | 25 | مهم | |
| 99.0 | 4.2 | 2.5 | 4 | محايد | |
| 0 | 1.0 | 6. | 1 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 60.0 | 96 | المجموع Total | |
| | | 40.0 | 64 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٢, ٤١٪) من أفراد العينة يرون أن إنشاء مراكز تدريب متخصصة في مهارات العلاقات الأسرية يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٦, ١٥٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٥, ٢٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٠٪) بأنه غير مهم.



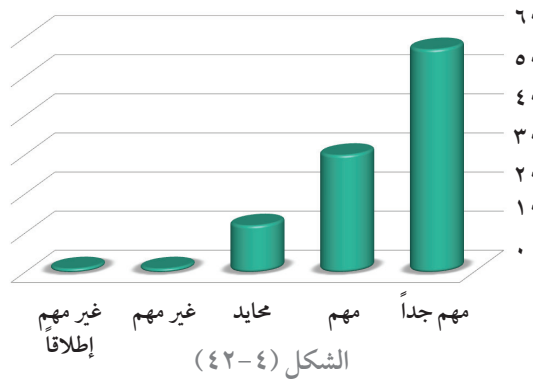
الشكل (٤-٤١)

(٤٢) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تصميم مشروع للإرشاد الأسري في الأزمات والطوارئ» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤٢):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 56.1 | 56.1 | 34.4 | 55 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 86.7 | 30.6 | 18.8 | 30 | مهم | |
| 0 | 13.3 | 8.1 | 13 | محايد | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٤, ٣٤٪) من أفراد العينة يرون أن تصميم مشروع للإرشاد الأسري في الأزمات والطوارئ يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٨, ١٨٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (١, ٨٪) الحياد لذلك.

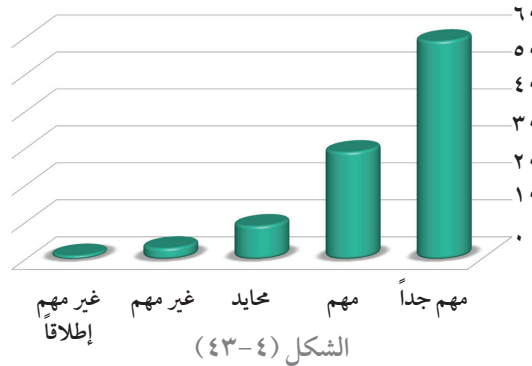


(٤٣) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تصميم مبادرات لأزواج وزوجات المستقبل» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤٣):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المثوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 60.2 | 60.2 | 36.9 | 59 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 89.8 | 29.6 | 18.1 | 29 | مهم | |
| 96.9 | 7.1 | 4.4 | 7 | محايد | |
| 0 | 3.1 | 1.9 | 3 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٩, ٣٦٪) من أفراد العينة يرون أن تصميم مبادرات لأزواج وزوجات المستقبل يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (١, ١٨٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٤, ٤٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٩, ١٪) بأنه غير مهم.

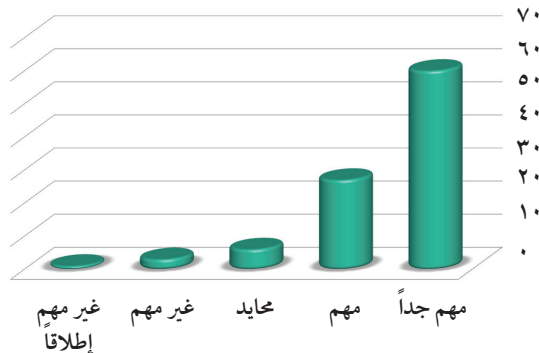


(٤٤) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تخصيص برامج موجهة للعاملين في المنشآت وأسرهم» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤٤):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 64.2 | 64.2 | 38.1 | 61 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 92.6 | 28.4 | 16.9 | 27 | مهم | |
| 97.9 | 5.3 | 3.1 | 5 | محايد | |
| 0 | 2.1 | 1.2 | 2 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 59.4 | 95 | المجموع Total | |
| | | 40.6 | 65 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١, ٣٨٪) من أفراد العينة يرون أن تخصيص برامج موجهة للعاملين في المنشآت وأسرهم يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (٩, ١٦٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (١, ٣٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٢, ١٪) بأنه غير مهم.



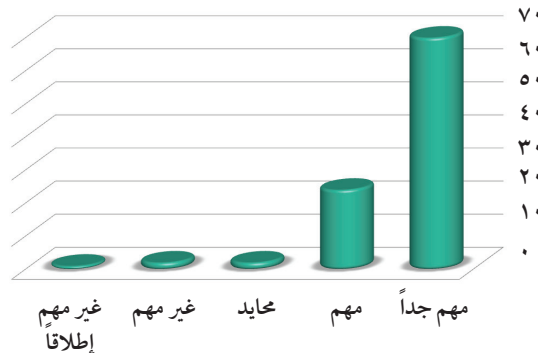
الشكل (٤-٤٤)

(٤٥) ينص فرض الدراسة في محور «أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة» على أن «تصميم مبادرات لإرشاد المطلقين والمطلقات وتوعيتهم للخروج من الأزمة» من أهم المجالات التي يجب دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤٥):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 72.6 | 72.6 | 43.1 | 69 | مهم جداً | القيم الصالحة Valid |
| 97.9 | 25.3 | 15.0 | 24 | مهم | |
| 98.9 | 1.1 | 6. | 1 | محايد | |
| 0 | 1.1 | 6. | 1 | غير مهم | |
| 100.0 | 0 | 0 | 0 | غير مهم إطلاقاً | |
| | 100.0 | 59.4 | 95 | المجموع Total | |
| | | 40.6 | 65 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (١, ٤٣٪) من أفراد العينة يرون أن تصميم مبادرات لإرشاد المطلقين والمطلقات وتوعيتهم للخروج من الأزمة يعد الأهم في الفترة المقبلة، فيما يرى (١٥٪) من أفراد العينة أنه مهم، والتزم (٦, ٠٪) الحياد لذلك، بينما أجاب ما نسبته (٦, ٠٪) بأنه غير مهم.



الشكل (٤-٤٥)

خامساً:

اهتمام منظمات المجتمع المدني / الخيرية
بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل

(٤٦) ينص فرض الدراسة في محور «اهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل» على أن الجمعيات الخيرية لديها إدارات/ وحدات/ أقسام للمسؤولية المجتمعية منذ سنوات مضت، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤٦):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المثوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | السنوات | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 13.3 | 13.3 | 1.2 | 2 | أقل من عام | القيم الصالحة Valid |
| 33.3 | 20.0 | 1.9 | 3 | 10 | |
| 40.0 | 6.7 | 6. | 1 | 15 | |
| 46.7 | 6.7 | 6. | 1 | 20 | |
| 53.3 | 6.7 | 6. | 1 | 3 | |
| 73.3 | 20.0 | 1.9 | 3 | 4 | |
| 80.0 | 6.7 | 6. | 1 | 6 | |
| 93.3 | 13.3 | 1.2 | 2 | 7 | |
| 100.0 | 6.7 | 6. | 1 | لا أعلم | |
| | 100.0 | 9.4 | 15 | المجموع Total | |
| | | 90.6 | 145 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٢٠٪) من المنظمات التي يتبع لها أفراد العينة لديهم إدارات أو وحدات أو أقسام خاصة بالمسؤولية المجتمعية منذ ١٠ أعوام، كما أجاب (٢٠٪) من العينة بأن لديهم إدارات خاصة بالمسؤولية المجتمعية منذ ٤ أعوام، فيما

أجاب (٣, ١٣٪) من العينة أن لديهم إدارات خاصة بالمسؤولية المجتمعية منذ ٧ أعوام، و أجاب (٣, ١٣٪) من العينة أن لديهم إدارات خاصة بالمسؤولية المجتمعية منذ أقل من عام، و أجاب (٧, ٦٪) من العينة أن لديهم إدارات خاصة بالمسؤولية المجتمعية منذ ٢٠ عامًا، و (٧, ٦٪) منذ ١٥ عامًا و (٧, ٦٪) منذ ٦ أعوام، (٧, ٦٪) منذ ٣ أعوام، و أجاب (٧, ٦٪) من العينة بـ«لا أعلم».



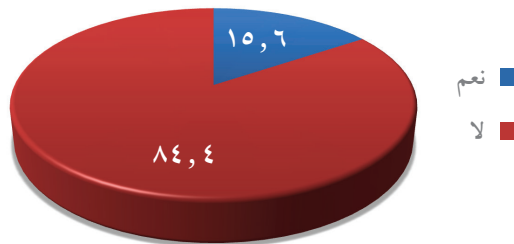
الشكل (٤-٤٦)

(٤٧) ينص فرض الدراسة في محور «اهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل» على أن مهام المسؤولية المجتمعية تندرج ضمن إدارة العلاقات العامة والإعلام»، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٤٧):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 100.0 | 100.0 | 15.6 | 25 | المجموع Total | القيم الصالحة Valid |
| | | 84.4 | 135 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٦, ١٥٪) من المنظمات التي يتبع لها أفراد العينة أفادوا بأن مهام المسؤولية المجتمعية تندرج ضمن إدارة العلاقات العامة والإعلام.

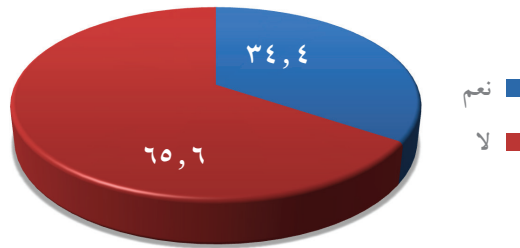


الشكل (٤-٤٧)

(٤٨) ينص فرض الدراسة في محور «اهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل» على أن منظماتهم تعاني من قلة الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-٤٨):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|------------------------|---------------------------|
| 100.0 | 100.0 | 34.4 | 55 | المجموع Total | القيم الصالحة Valid | |
| | | 65.6 | 105 | 9 | | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٤, ٣٤٪) من المنظمات التي يتبع لها أفراد العينة تعاني من قلة الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية.

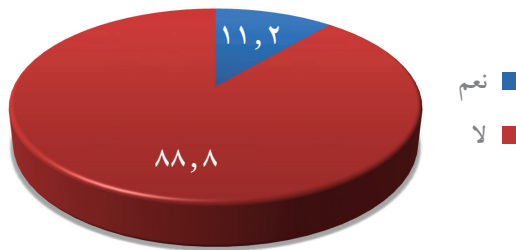


الشكل (٤-٤٨)

(٤٩) ينص فرض الدراسة في محور «اهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل» على أن منظماتهم تعاني من انعدام الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-٤٩):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبرة | | |
|---|---|-------------------|----------------------|------------------|------------------------|---------------------------|
| 100.0 | 100.0 | 11.2 | 18 | المجموع Total | القيم الصالحة Valid | |
| | | 88.8 | 142 | 9 | | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٢, ١١٪) من المنظمات التي يتبع لها أفراد العينة تعاني من قلة الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية.



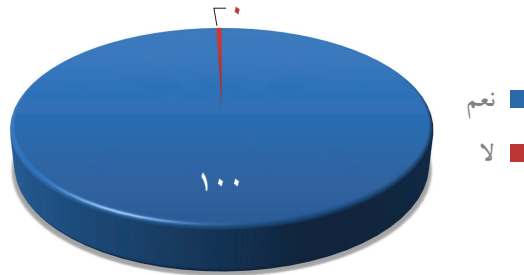
الشكل (٤-٤٩)

(٥٠) ينص فرض الدراسة في محور «اهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل» على أنه لا يوجد أي اهتمام لدى منظماتهم بالمسؤولية المجتمعية، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٥٠):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 100.0 | 100.0 | 0 | 0 | المجموع Total | القيم الصالحة Valid |
| | | 0 | 0 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن المنظمات التي يتبع لها أفراد العينة لا تعاني من مشكلة انعدام ثقافة المسؤولية المجتمعية وأهميتها.



الشكل (٤-٥٠)

سادساً:

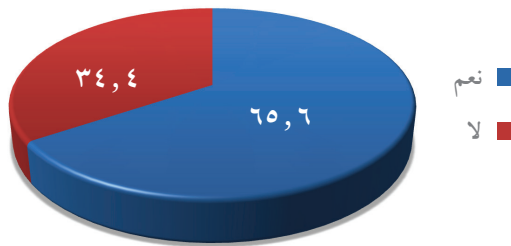
الجاهزية لمبادرات المسؤولية المجتمعية

(٥١) ينص فرض الدراسة في محور «الجاهزية لمبادرات المسؤولية المجتمعية» على أن الجمعيات الخيرية لديها جاهزية لتبني وتنفيذ مبادرات القطاع الخاص نحو الأسرة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٥١):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 65.6 | 65.6 | 39.4 | 63 | نعم | القيم الصالحة Valid |
| 100.0 | 34.4 | 20.6 | 33 | لا | |
| | 100.0 | 60.0 | 96 | المجموع Total | |
| | | 40.0 | 64 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٤, ٣٩٪) من العينة يرون أن الجمعيات الأسرية لديها جاهزية لتبني وتنفيذ مبادرات القطاع الخاص نحو الأسرة، فيما يرى (٦, ٢٠٪) من العينة أن الجمعيات الأسرية غير جاهزة.



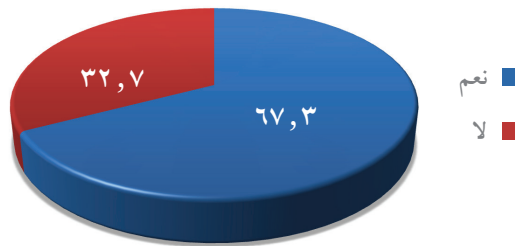
الشكل (٤-٥١)

(٥٢) ينص فرض الدراسة في محور «الجاهزية لمبادرات المسؤولية المجتمعية» على أن الجمعيات الخيرية الأسرية تمتلك مشاريع مبادرات مقترحة تقدمها للقطاع الخاص، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٥٢):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 67.3 | 67.3 | 41.2 | 66 | نعم | القيم الصالحة Valid |
| 100.0 | 32.7 | 20.0 | 32 | لا | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | ٩ | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٤١,٢٪) من العينة يرون أن الجمعيات الأسرية تمتلك مبادرات مقترحة تستطيع تقديمها للقطاع الخاص، فيما يرى (٢٠٪) من العينة أن الجمعيات الأسرية ليس لديها مشاريع مبادرات حاليًا.



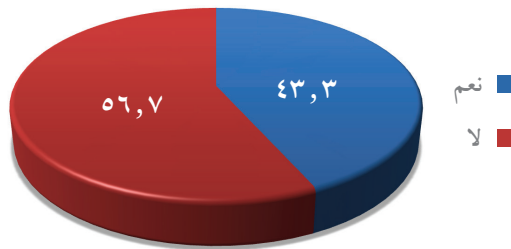
الشكل (٤-٥٢)

(٥٣) ينص فرض الدراسة في محور «الجاهزية لمبادرات المسؤولية المجتمعية» على أن الجمعيات الخيرية تقوم بقياس لأثر برامج المبادرات المجتمعية، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:

جدول (٤-٥٣):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | العبارة | |
|---|--|-------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| 43.3 | 43.3 | 26.2 | 42 | نعم | القيم الصالحة Valid |
| 100.0 | 56.7 | 34.4 | 55 | لا | |
| | 100.0 | 60.6 | 97 | المجموع Total | |
| | | 39.4 | 63 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | | الإجمالي |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٤, ٣٤٪) من العينة يرون أن الجمعيات لا تقوم بقياس أثر برامج المبادرات المجتمعية، فيما يرى (٢, ٢٦٪) من العينة أن الجمعيات تقوم بقياس أثر برامج المبادرات المجتمعية.



الشكل (٤-٥٣)

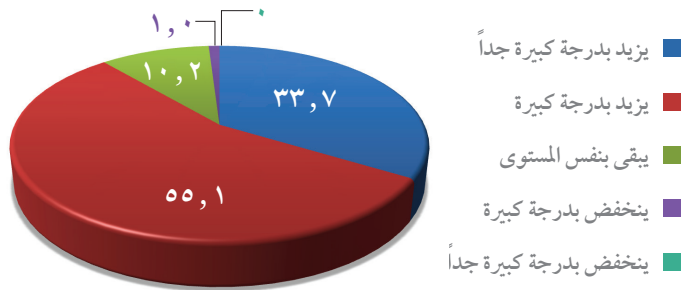
سابعاً:

تطور المسؤولية المجتمعية خلال
الخمسة سنوات القادمة

(٥٤) ينص فرض الدراسة في محور «تطور الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية» على أن الاهتمام ببرامج مبادرات المسؤولية المجتمعية سيتطور خلال الخمس سنوات القادمة، حيث يوضح الجدول أدناه قيم مدخلات عينة الدراسة:
جدول (٤-٥٤):

| النسبة التراكمية Cumulative Percent | النسبة المئوية الصالحة Valid Percent | النسبة Percent | التكرار Frequency | الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية | |
|---|--|-------------------|----------------------|----------------------------------|---------------------------|
| 33.7 | 33.7 | 20.6 | 33 | يزيد بدرجة كبيرة جدًا | القيم الصالحة Valid |
| 88.8 | 55.1 | 33.8 | 54 | يزيد بدرجة كبيرة | |
| 99.0 | 10.2 | 6.2 | 10 | يبقى بنفس المستوى | |
| 100.0 | 1.0 | 6. | 1 | ينخفض بدرجة كبيرة | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | ينخفض بدرجة كبيرة جدًا | |
| | 100.0 | 61.2 | 98 | المجموع Total | |
| | | 38.8 | 62 | 9 | القيم المفقودة Missing |
| | | 100.0 | 160 | الإجمالي | |

يتضح من الجدول أعلاه أن (٨, ٣٣٪) من العينة يرون أنه سيزيد الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية خلال الخمس سنوات القادمة بدرجة كبيرة، فيما أكد (٦, ٢٠٪) من العينة بأن الاهتمام سيزيد بدرجة كبيرة جداً، وأجاب (٢, ٦٪) من العينة بأن الاهتمام سيبقى بنفس المستوى، ورأى (١٪) من العينة بأنه سينخفض الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية بدرجة كبيرة خلال السنوات الخمس المقبلة.



الشكل (٤-٥٤)

الفصل الخامس

ملخص نتائج الدراسة والتوصيات

يتضمن هذا الفصل ملخص النتائج التي توصلت لها الدراسة، والتوصيات المقترحة.

ملخص النتائج

أولاً: مفهوم المسؤولية المجتمعية:

فيما يتعلق بمفهوم المسؤولية المجتمعية لدى قيادات القطاع الخيري، كانت هذه النتائج:

(١) خلصت الدراسة إلى أن مفهوم المسؤولية المجتمعية يتمحور حول عدة مفاهيم أجمعت عليها عينة الدراسة، وهي:

■ دعم المنشآت للقطاع الثالث (القطاع الخيري والمجتمع المدني) لتنفيذ المشاريع والبرامج الخيرية.

■ مجموعة الأنشطة الخيرية التي تقدمها المنظمة في المجتمع المحلي.

■ القيم الأخلاقية والامتثال لمتطلبات المجتمع.

■ مجموعة شاملة من الممارسات للحد من التأثير السلبي على المجتمع.

■ التزام المنظمة التام بتعزيز أو ترسيخ النزاهة والشفافية والمساءلة.

■ التزام المنظمة التام بالقوانين البيئية ومتطلبات البيئة.

(٢) كشفت الدراسة بأن هناك تباين بين آراء العينة حول المسؤولية المجتمعية للمنشآت في مفهومها الشامل، حيث يجمع أقل من نصف العينة على أن المسؤولية المجتمعية هي التزام المنظمة التام بحقوق وقوانين العمال.

(٣) بينت الدراسة رفض العينة بأن تكون المسؤولية المجتمعية للمنشآت من خلال الممارسات والمبادرات الخيرية تأتي بدافع اعتبارات التسويق.

(٤) كشفت الدراسة عن تباين آراء العينة حول وصف المسؤولية المجتمعية للمنشآت بأنها مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية بدافع العلاقات العامة.

ثانياً: التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية:

فيما يتعلق بتحقيق التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية، كانت هذه النتائج:

- ١) خلصت الدراسة إلى أهمية عقد اللقاءات بين الشركات والجمعيات لتحقيق الشراكة.
- ٢) أكدت الدراسة على أن المنظمات الخيرية يجب أن تكون الشريك الأمثل للقطاع الخاص في مبادرات وبرامج المسؤولية المجتمعية.
- ٣) بينت الدراسة بأن التكامل والشراكة بين الشركات والجمعيات الخيرية عبر المسؤولية المجتمعية يساهم في تحسين سمعة الشركات وصورتها الذهنية.
- ٤) أشارت الدراسة إلى أن الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري عبر المسؤولية المجتمعية يصنف من تنافسية الشركات.
- ٥) أوضحت الدراسة بأن الشركات تهدف من أنشطتها في نطاق المسؤولية المجتمعية لتحسين صورتها الذهنية.
- ٦) كشفت الدراسة بأن الشركات لم تعي حتى الآن المفهوم الحقيقي للمسؤولية المجتمعية .
- ٧) أشارت الدراسة إلى أن المنظمات الخيرية تحرص على الشراكة مع القطاع الخاص عبر المسؤولية المجتمعية
- ٨) كشفت الدراسة عن تدني إدراك المنظمات الخيرية لمفهوم المسؤولية المجتمعية ووعيتها بأهميتها.

ثالثاً: التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية:

فيما يتعلق بالتأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، كانت هذه النتائج:

- (١) أكدت الدراسة أن تبني ثقافة المسؤولية المجتمعية سيسهم في ابتكار مزيد من المبادرات الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية لرعاية ودعم وتمكين الأسرة.
- (٢) شددت الدراسة على أن المسؤولية المجتمعية ستسهم في النهوض بالقطاعات العاملة في مجال الإرشاد والإصلاح الأسري وزيادة تأثيرها الإيجابي.
- (٣) أقرت الدراسة بأن المسؤولية المجتمعية ستزيد من الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري، وتسهم في ابتكار المبادرات لتمكين الأسرة مما ينعكس على استقرار المجتمع، فضلاً عن تمكين منشآت القطاع الخاص من الإسهام في استقرار المجتمع.
- (٤) كشفت الدراسة عن أن المسؤولية المجتمعية في مجال الأسرة ستسهم في تحقيق استقرار الأسرة نفسياً واجتماعياً.
- (٥) كشفت الدراسة عن تباين في الآراء حول التأثير الإيجابي الكبير للمسؤولية المجتمعية في خفض حالات الطلاق، وتحقيق الاستقرار الأسري النسبي لمنسوبي الشركات المبادرة، وزيادة التواصل بين القطاعين الخاص والخيري، وتحسين الصورة الذهنية للقطاع الخاص لدى المجتمع.

رابعاً: أهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة:

فيما يتعلق بأهم برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية للفترة المقبلة، كانت هذه النتائج:

شددت الدراسة على أهمية تبني العديد من المبادرات في مجال تنمية ودعم وتمكين الأسرة (مرتبة من الأكثر أهمية بحسب عينة الدراسة).

- دعم وتطوير برامج تأهيل الشباب والفتيات المقبلين على الزواج.
- دعم وتطوير برامج التوعية والتثقيف الأسرية.
- دعم وتطوير برامج توعية المجتمع بإدارة المشكلات الأسرية.
- دعم وتطوير برامج الإرشاد والاستشارات الأسرية.

- دعم وتطوير برامج تزويد الأزواج بمهارات الحياة الزوجية السعيدة.
- إنشاء مراكز متخصصة للإرشاد الأسري.
- دعم وتطوير برامج الإرشاد والاستشارات الأسرية.
- تصميم مبادرات لإرشاد المطلقين والمطلقات وتوعيتهم للخروج من الأزمة.
- دعم الجمعيات الخيرية الأسرية بشكل عام.
- الاهتمام بالدراسات والبحوث وإنشاء مراكز دراسات أسرية.
- إنشاء مراكز تدريب متخصصة في مهارات العلاقات الأسرية.
- تبني مشروع مرشد أسري في كل حي.
- تخصيص برامج موجهة للعاملين في المنشآت وأسرهـم.
- دعم وتطوير برامج تنمية مهارات تخطيط وإدارة ميزانية الأسرة.
- تصميم موقع يضم جميع البرامج الوقائية والنهائية في مجال الإرشاد الأسري.
- تصميم مبادرات لأزواج وزوجات المستقبل.
- إعداد حقائب تدريبية خاصة بالمشكلات الأسرية.
- تصميم مشروع للإرشاد الأسري في الأزمات والطوارئ.

خامساً: اهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية

بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل:

فيما يتعلق باهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية بالمسؤولية المجتمعية، كانت هذه النتائج:

(١) كشفت الدراسة عن تدني نسبة وجود إدارات أو وحدات أو أقسام للمسؤولية المجتمعية في المنظمات الخيرية.

(٢) أبانت الدراسة أن إدارات العلاقات العامة والإعلام بالمنظمات الخيرية لا تقوم بمهام المسؤولية المجتمعية.

(٣) أوضحت الدراسة أن المنظمات الخيرية تعاني من قلة الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية، فيما تنعدم لدى البعض، بالرغم من وجود اهتمام بالمسؤولية المجتمعية.

سادساً: الجاهزية لمبادرات المسؤولية المجتمعية:

فيما يتعلق بالجاهزية لمبادرات المسؤولية المجتمعية، كانت هذه النتائج:

(١) كشفت الدراسة عن أن الجمعيات الخيرية الأسرية تمتلك مبادرات مقترحة تستطيع تقديمها للقطاع الخاص.

(٢) أوضحت الدراسة أن الجمعيات الأسرية ليس لديها مشاريع مبادرات حالياً.

(٣) أبانت الدراسة أن نسبة قليلة من الجمعيات الأسرية لديها جاهزية لتبني وتنفيذ مبادرات القطاع الخاص نحو الأسرة.

(٤) أكدت الدراسة أن أغلب الجمعيات لا تقوم بقياس الأثر لبرامج المبادرات المجتمعية.

(٥) تنبأت الدراسة بزيادة الاهتمام بشكل كبير ببرامج مبادرات المسؤولية المجتمعية والذي سيتطور خلال الخمس سنوات القادمة.

التوصيات

يوصي الباحث بما يلي:

- ١) استكمال الدراسة باستطلاع آراء الشركات المتبينة لثقافة المسؤولية المجتمعية والشركات الأخرى بشكل عام، بهدف تقييم اهتماماتها والأولويات التي تعمل عليها في الدعم والرعاية والتبني لمبادرات القطاع الخيري.
- ٢) تبني برامج لتطوير وثقافة وتدريب قيادات القطاع الخيري والعاملين فيه في مجال المسؤولية المجتمعية.
- ٣) حث الجمعيات الخيرية على تطوير مبادراتها بما يرتقي بها للشراكة والتعاون مع الشركات.
- ٤) ضرورة تآزر وتعاون الجمعيات في مبادرات مشتركة تدعم من منشآت القطاع الخاص.
- ٥) ضرورة عقد لقاءات بين القطاع الخيري والشركات لتحقيق التكامل والشراكة.
- ٦) دعوة الجمعيات الخيرية لإبراز صور الشراكة المتميزة إعلامياً بما يسهم في احتذاء الشركات الأخرى لهذه الشراكات من جانب، وتعظيم التأثير الإيجابي لها من جانب آخر.
- ٧) تأهيل الجمعيات الخيرية لتكون الحاضن المثالي لمبادرات المسؤولية المجتمعية، وتطوير قدرات العاملين في الجمعيات لتصميم مبادرات ومشاريع متميزة، والتأكيد على مهارات قياس الأثر.

المراجع العربية

- إبراهيم، غسان محمود؛ القحف، منذر، (٢٠٠٢)، الاقتصاد الإسلامي علم أو وهم، منشورات دار الفكر، دمشق، سوريا.
- الأسرج، حسين، (٢٠١٠)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلة جسر التنمية، العدد التسعون، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
- البكري، ثامر ياسر، (١٩٩٦)، المسؤولية الاجتماعية بمنظور تسويقي: دراسة تسويقية لآراء عينة من المديرين العاملين في المنشآت التابعة لوزارة الصناعة والمعادن، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة بغداد.
- التويجري، محمد، (١٩٩٨)، المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإدارة، العدد ٣، الرياض.
- جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، (٢٠٠١)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، عمان: الأردن.
- الحمدي، فؤاد محمد حسين، (٢٠٠٤)، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك.
- الحموري، صالح ورولا المعاينة، (٢٠١٥)، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، ط ١، عمان، الأردن.
- الربيعي، ليث، (٢٠١٠)، أخلاقيات التسويق والمسؤولية الاجتماعية، المؤتمر الثالث للمسؤولية الاجتماعية، عدن.
- رزوق، أسعد، (١٩٧٩)، موسوعة علم النفس، مراجعة عبد الله عبد الدايم، ط ٥، بيروت، لبنان.
- السحيباني، صالح، (٢٠٠٩)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول:

- القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف، بيروت، لبنان.
- سويدان، نظام، وحداد، شفيق، (٢٠٠٦)، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الصيرفي، محمد، (٢٠٠٧)، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، (الطبعة الأولى، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية مصر.
- العامري، صالح مهدي محسن، الغالبي، طاهر محسن منصور، (٢٠٠٥)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، عمان: الأردن.
- عبد المتعال، محمد سيد، ورفاعي، رفاعي محمد، (٢٠٠٧)، الإدارة الاستراتيجية: الجزء الأول، دار المريخ للنشر.
- عثمان، سيد أحمد، (١٩٧٣)، المسؤولية الاجتماعية.. دراسة نفسية اجتماعية (مقياس المسؤولية الاجتماعية واستعمالاته) مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- عمارة، محمد، (١٩٩٨)، الإسلام والأمن الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة، مصر.
- الغالبي، طاهر محسن منصور، إدريس، وائل محمد صبحي، (٢٠٠٩)، الإدارة الاستراتيجية.. منظور منهجي متكامل، ط٢، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- الغرايبة، فيصل محمود، (٢٠١٢)، العمل الاجتماعي مع الأسرة والطفولة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- المغربل نهال، (٢٠٠٨)، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر، منشورات المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مصر.
- نصار، هبة، (٢٠٠٠)، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال الخاص.. دراسة استطلاعية، سلسلة أوراق اقتصادية، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة القاهرة، العدد ١٤، القاهرة.

المراجع الأجنبية

- Asongu, J.J., (2007), The Legitimacy of Strategic Corporate Social Responsibility as a Marketing Tool, Journal of Business and Public Policy, JBPP: Vol. 1, No. .1
- Belal Uddin, Mohammed, et. al., (2008), “Three Dimensional Aspects of Corporate Social Responsibility”, Daffodil International University, Journal of Business and Economics, Vol. 3, No. .1
- Berkowitz & Kemmeth,G (1988), Lutter Man the iraditional social responsible personality, the public opinion Quarterly, v .32
- Lucius,Edwards (1965), The Moral dimensions of teaching and classroom discipline, Journal, Americans- seconory- education, Vol 10, No .5
- Marie – Françoise Guyonnaud et Frédirique williard, (2004), du management environmental au développement durable des entreprises, France : Ademe , Mars.
- Schermerhorn, John R. (2002), Management, 7th ed., John Wiley and Sons Inc., New York.

الملاحق

ورشة تدعيم التلاحم الأسري عبر المسؤولية المجتمعية

يهدف تدعيم هذه الدراسة لتعزيز وتوجيه المسؤولية المجتمعية للإسهام في مساندة التلاحم الأسري في المجتمع تم عقد ورشة بعنوان «تعزيز مبادرات المسؤولية المجتمعية لتدعيم التلاحم الأسري»، تحت شعار «نحو مسؤولية مجتمعية أكبر تجاه الأسرة».

تاريخ وتوقيت الورشة:

عقدت يوم الأربعاء ١٢ رمضان ١٤٣٥ هـ (٩ يوليو ٢٠١٤ م)، بدءاً من الساعة ١٠:٣٠ مساءً إلى الساعة ٠١:٠٠ فجرًا.

مكان عقد الورشة:

قاعة التدريب بجمعية المودة الخيرية للإصلاح الاجتماعي بمحافظة جدة.

المشاركون في الورشة:

- حظيت الورشة بمشاركة أكاديميين ومتخصصين على النحو التالي:
- المختصون والعاملون في مجال المسؤولية المجتمعية.
- الجمعيات والمراكز الأسرية والاجتماعية والعاملون فيها والمهتمون بهذا الشأن.

محاور الورشة:

- مفهوم المسؤولية المجتمعية.
- مبادئ وأبعاد ومتطلبات المسؤولية المجتمعية.
- استعراض احتياجات المجتمع في جانب الأسرة.
- أثر المسؤولية المجتمعية الأسرية.

- تحديد احتياج المجتمع للمبادرات المجتمعية الأسرية.
- التأثير على التوجهات المستقبلية لمبادرات المسؤولية المجتمعية.
- تطوير الالتزام لدى شركات القطاع الخاص بأهمية المبادرة.
- الشركات وفرق العمل.
- كيف نستفيد من برامج المسؤولية المجتمعية للشركات؟

مخرجات الورشة:

مفهوم المسؤولية المجتمعية الأسرية:

مفهوم المسؤولية المجتمعية الأسرية يتمحور حول تبني ودعم منشآت القطاع الخاص للمبادرات النوعية لحياة منسوبيها بشكل خاص، والمجتمع ككل، بالتعاون مع القطاع الثالث "القطاع الخيري" بما ينصب على بناء واستقرار الأسرة من خلال برامج إرشادية ووقائية ونمائية أسرية.

وتعنى المسؤولية المجتمعية الأسرية بحاجة الأسرة في مجالات التوعية والإرشاد والاحتواء والتأهيل والعلاج والدعم بما يسهم في تنمية الأسرة وإرشادها وإصلاحها.

تأثير تبني فكر وثقافة المسؤولية المجتمعية الأسرية:

- لتبني فكر وثقافة المسؤولية المجتمعية الأسرية تأثير إيجابي في جانب البعد الاجتماعي من خلال:
- الإسهام في خفض حالات الطلاق.
 - تحقيق استقرار الأسرة والاستقرار النفسي لأفراد المجتمع.
 - النهوض بالقطاعات العاملة في مجال الإرشاد والإصلاح الأسري وزيادة تأثيرها الإيجابي.
 - تحقيق الاستقرار الأسري النسبي لمنسوبي الشركات والمبادرة في ذلك بالدرجة الأولى.
 - زيادة التواصل والشراكة بين القطاعين الخاص والخيري.
 - ابتكار مزيد من المبادرات الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية للأسرة.

- تمكين منشآت القطاع الخاص بالإسهام في استقرار المجتمع.
- بناء صورة ذهنية إيجابية للقطاع الخاص لدى أبناء المجتمع.

احتياجات المجتمع من المبادرات المجتمعية الأسرية:

يمكن إجمال احتياجات المجتمع من المبادرات المجتمعية الأسرية في التالي:

- إصلاح ذات البين.
- الإرشاد والاستشارات الأسرية.
- تنمية مهارات تخطيط وإدارة ميزانية الأسرة.
- تزويد الأزواج بمهارات الحياة الزوجية السعيدة.
- تأهيل الشباب والفتيات المقبلين على الزواج.
- توعية المجتمع بإدارة المشكلات الأسرية.
- إعداد حقائب تدريبية خاصة بالمشكلات الأسرية الغالبة وفق الدراسات الميدانية واستطلاعات الرأي.
- تبني مشروع مرشد أسري في كل حي.
- تصميم موقع يضم جميع البرامج الوقائية والنهائية في مجال الإرشاد الأسري.
- الاهتمام بالدراسات والبحوث وإنشاء مراكز دراسات أسرية ودعم الباحثين والأكاديميين لإثراء المجال الأسري.
- تبني إنشاء مراكز إرشاد أسري تضم خبراء مختصين في العلاقات الأسرية.
- إنشاء مراكز تدريب متخصصة في مهارات العلاقات الأسرية.
- تصميم مشروع للإرشاد الأسري في الأزمات والطوارئ.
- تصميم مبادرات متخصصة تنطلق من المدارس والمعاهد والكلليات تستهدف أزواج وزوجات المستقبل.
- تخصيص برامج موجهة للعاملين في المنشآت وأسراهم.

التأثير على المسؤولية المجتمعية بالشركات لتبني المبادرات الأسرية:

يمكن التأثير على التوجهات المستقبلية لمبادرات المسؤولية المجتمعية بالشركات لتبني المبادرات الأسرية من خلال التالي:

- كسب تأييد القيادات العليا لمشاريع القطاع الخيري في الجانب الأسري.
- منح الشركات المبادرة مميزات خاصة.
- عرض مبادرات تتسم بالجودة وتعكس الاحتياج الفعلي للمجتمع والعائد الإيجابي للشركات المتبينة لهذه المبادرات.
- تمجيد مبادرات المسؤولية المجتمعية الأسرية الناجحة إعلامياً.
- نشر مبادرات المسؤولية المجتمعية الأسرية الناجحة بتفاصيلها لتعميم التجربة.
- تقديم استشارات مجانية للشركات لدفعها لتبني مبادرات أسرية.
- تبني الشفافية في نتائج المبادرات الأسرية.
- نشر الإحصائيات الخاصة باحتياجات المجتمع.
- التميز والجودة في تنفيذ المبادرات.
- إبراز مخاطر الطلاق والتفكك الأسري على المجتمع.
- بناء تحالفات وشراكات مع الشركات؟
- تثقيف الجهات الخيرية ببناء المبادرات المتميزة.

تطوير الالتزام لدى الشركات بأهمية المسؤولية المجتمعية:

يمكن تطوير الالتزام لدى شركات القطاع الخاص بأهمية المسؤولية المجتمعية بشكل عام والمبادرات الأسرية بشكل خاص من خلال التالي:

- إعداد تقارير متميزة لمبادرات المسؤولية المجتمعية.
- عرض التجارب الناجحة ومخرجاتها على أرض الواقع.
- عرض الدراسات التي تؤثر على استقرار المجتمع.

- تقديم مبادرات جاهزة ومتكاملة لتبنيها من قبل الشركات.
- إشراك القطاع الخاص في التخطيط لمبادرات مجتمعية تنموية.
- رفع التقارير الدورية للقطاعات المعنية.
- قياس رضى المستفيد عبر جهة حيادية لتقويم وتقييم المبادرات.
- بيان أثر المبادرات الخاصة بالأسرة على منسوبي الشركات والمجتمع.
- تنظيم معارض سنوية للمبادرات المجتمعية.
- الإشادة إعلامياً بالشركات الرائدة في المسؤولية المجتمعية.
- صناعة مؤشر معنن للشركات الرائدة في مجال التنمية المجتمعية الأسرية يحدث بشكل دوري.
- تنفيذ استفتاءات دورية حول تعاظمي الشركات مع احتياجات المجتمع التنموية.
- تأسيس مجالس مسؤولية مجتمعية في أمارات المناطق.
- تأسيس أقسام أو إدارات في الجمعيات الخيرية للمسؤولية المجتمعية.
- الرفع بمنح الشركات الرائدة في المسؤولية المجتمعية مميزات خاصة من الجهات المعنية.

تحقيق الاستفادة العظمى من برامج المسؤولية المجتمعية للشركات:

- يمكن تحقيق الاستفادة العظمى من برامج المسؤولية المجتمعية للشركات عبر التالي:
- تكوين لجان استشارية على مستوى جمعيات الأسرة لدراسة مبادرات وبرامج الأسرة وتقييمها.
 - تحوير المبادرات المجتمعية الرائدة لتلامس احتياجات الأسرة.
 - دراسة المبادرات التي تحقق أكبر عائد بهدف تطويرها وتعميمها.
 - تغطية المجالات التي تهدف الشركات للاهتمام بها.
 - وضع معايير تضمن قياس واستدامة مبادرات المسؤولية المجتمعية.

- التنوع في البرامج وابتكار برامج نوعية تلامس احتياجات الأسرة.
- تنمية ثقافة الاستدامة لدى الجهات الخيرية.
- تنفيذ الدراسات الميدانية لتقييم الأثر والتقويم.
- استهداف البيئة الداخلية للشركات للاستفادة من المبادرات.

بناء الشراكات والتحالفات في مبادرات المسؤولية المجتمعية الأسرية:

يمكن مد الجسور بين القطاع الحكومي والخاص والخيري بما يخدم مبادرات المسؤولية المجتمعية الأسرية من خلال:

- تنفيذ الدراسات.
- استعراض التجارب والاستفادة من الخبرات في هذا المجال.
- عقد الندوات والملتقيات للتعريف بالمبادرات واحتياجات المجتمع.
- تنظيم المجالس الاستشارية التي تضم القطاع الخاص والقطاع الخيري.
- تنفيذ سلسلة من الزيارات.
- إنشاء هيئة عليا للمسؤولية المجتمعية.
- دمج الشركات في تحالفات لبناء مبادرات عملاقة على المستوى المحلي.
- إنشاء مرصد للبرامج والمبادرات الخاصة بالمسؤولية المجتمعية.
- إنشاء بيوت خبرة ومراكز دراسات متخصصة في المسؤولية المجتمعية.
- إنشاء كراسي بحثية في الجامعات للمسؤولية المجتمعية.
- إبراز القطاع الخاص كمنفذ وشريك أمثل في مبادرات المسؤولية المجتمعية.
- عقد لقاءات سنوية تجمع الجهات الحكومية والخاصة والخيرية.
- تفعيل دور الغرف التجارية في الشراكة عبر مبادرات المسؤولية المجتمعية.

الاستبانة

تقييم دور مبادرات وبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية

(دراسة ميدانية تحليلية على منظمات المجتمع المدني بالمملكة العربية السعودية)

إعداد

أحمد بن علي العمودي

جوال: 0503631186

aama25@gmail.com

ص.ب: 22059 - جدة - 21495

Facebook & Twitter: AlAmoudiaama

تنويه للسادة/ العاملين في منظمات المجتمع المدني والقطاع الخيري والتطوعي...
يهدف هذا الاستبيان لتقييم واقع دور منظمات المجتمع المدني في تفعيل برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية، وذلك من
واقع عملكم وخبراتكم، وستوظف آراءكم في مجال البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة
وفقاً لإجراءات وخطوات محددة بما تقتضيه أمانة البحث العلمي.

استمارة الدراسة الميدانية عن تقييم واقع دور منظمات المجتمع المدني في تفعيل برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية

أولاً: المعلومات الديموغرافية:

(١) الجنس:

ذكر. أنثى.

(٢) المؤهل العلمي:

بكالوريوس. دراسات عليا.

(٣) العمر: حدد:

(٤) المسمى الوظيفي:

عضو مجلس إدارة المنظمة.

مدير عام المنظمة.

مدير إدارة أو وحدة أو قسم في المنظمة.

مدير برامج المسؤولية المجتمعية في المنظمة.

مدير العلاقات العامة في المنظمة.

خبير أو مستشار في المنظمة.

أخرى (حدد)

(٥) الخبرة في القطاع الخيري والتطوعي:

أقل من ٥ أعوام. من ٥ إلى أقل من ١٠ أعوام.

من ١٠ إلى أقل من ١٥ عامًا. ١٥ عامًا فأكثر.

(٦) نشاط المنظمة:

أسرية. غير أسرية.

(٧) عمر المنظمة؟

أقل من ٥ أعوام. من ٦ إلى ١٠ أعوام.

من ١١ إلى ١٥ عامًا. ١٥ عامًا فأعلى.

ثانياً: مفهوم المسؤولية المجتمعية:

١. من وجهة نظركم، ما هو مفهوم المسؤولية المجتمعية:

| لا أعلم | لا أوافق | أوافق | العبارة |
|---------|----------|-------|---|
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة من الأنشطة الخيرية التي تقدمها المنظمة في المجتمع المحلي |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية الموسمية بدافع العلاقات العامة |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة من الممارسات والمبادرات الخيرية الموسمية بدافع اعتبارات التسويق |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بحقوق وقوانين العمال |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بالقوانين البيئية ومتطلبات البيئة |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي التزام المنظمة التام بتعزيز أو ترسيخ النزاهة والشفافية والمساءلة |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي مجموعة شاملة من الممارسات للحد من التأثير السلبي على المجتمع والطبيعية |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي القيم الأخلاقية والامتثال لمتطلبات المجتمع |
| | | | المسؤولية المجتمعية للمنشآت هي دعم القطاع الثالث (القطاع الخيري والمجتمع المدني) لتنفيذ المشاريع والبرامج الخيرية |

٢. التكامل بين القطاع الخيري الاجتماعي والشركات في المسؤولية المجتمعية:

| لا أعلم | لا أوافق | أوافق | العبارة |
|---------|----------|-------|--|
| | | | تعرف المنظمات الخيرية مفهوم المسؤولية المجتمعية وتعي أهميتها. |
| | | | تحرص المنظمات الخيرية على الشراكة مع القطاع الخاص عبر المسؤولية المجتمعية. |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | يجب أن تكون المنظمات الخيرية الشريك الأمثل للقطاع الخاص في مبادرات وبرامج المسؤولية المجتمعية. |
| | | | تهدف الشركات من أنشطتها في نطاق المسؤولية المجتمعية لتحسين صورتها الذهنية |
| | | | أرى أن التكامل والشراكة بين الشركات والجمعيات الخيرية عبر المسؤولية المجتمعية يساهم في تحسين سمعة الشركات وصورتها الذهنية |
| | | | أعتقد أن الشركات ما زالت لم تع مفهوم الحقيقي للمسؤولية المجتمعية |
| | | | من الأهمية عقد اللقاءات بين الشركات والجمعيات لتحقيق الشراكة |
| | | | أرى أن الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري عبر المسؤولية المجتمعية يعتبر من تنافسية الشركات |

٣. ما هو التأثير الإيجابي لبرامج المسؤولية المجتمعية الأسرية؟

| ٥ | ٤ | ٣ | ٢ | ١ | العبرة |
|---|---|---|---|---|--|
| | | | | | الإسهام في خفض حالات الطلاق |
| | | | | | تحقيق استقرار الأسرة نفسياً واجتماعياً |
| | | | | | النهوض بالقطاعات العاملة في مجال الإرشاد والإصلاح الأسري وزيادة تأثيرها الإيجابي |
| | | | | | تحقيق الاستقرار الأسري النسبي لمنسوبي الشركات المبادرة |
| | | | | | زيادة التواصل بين القطاعين الخاص والخيري |
| | | | | | زيادة الشراكة بين القطاعين الخاص والخيري |
| | | | | | ابتكار مزيد من المبادرات الرائدة في مجال المسؤولية المجتمعية للأسرة |
| | | | | | تمكين منشآت القطاع الخاص من الإسهام في استقرار المجتمع |
| | | | | | تحسين الصورة الذهنية للقطاع الخاص لدى المجتمع |
| | | | | | ابتكار المبادرات لتمكين الأسرة مما ينعكس على استقرار المجتمع |

١ الأقل أهمية - ٥ الأكثر أهمية

٤. ما مدى أهمية مجالات برامج المسؤولية المجتمعية الأسرية التي ترى دعمها وتطويرها خلال الفترة القادمة؟

| مهم جداً | مهم | محايد | غير مهم | غير مهم على الإطلاق | مجالات البرامج المجتمعية الأسرية |
|----------|-----|-------|---------|---------------------|--|
| | | | | | دعم الجمعيات الخيرية الأسرية بشكل عام |
| | | | | | برامج التوعية والتثقيف الأسرية |
| | | | | | الإرشاد والاستشارات الأسرية |
| | | | | | إصلاح ذات البين بين الزوجين |
| | | | | | تنمية مهارات تخطيط وإدارة ميزانية الأسرة |
| | | | | | تزويد الأزواج بمهارات الحياة الزوجية السعيدة |
| | | | | | تأهيل الشباب والفتيات المقبلين على الزواج |
| | | | | | توعية المجتمع بإدارة المشكلات الأسرية |
| | | | | | إعداد حقائب تدريبية خاصة بالمشكلات الأسرية |
| | | | | | تبني مشروع مرشد أسري في كل حي |
| | | | | | تصميم موقع يضم جميع البرامج الوقائية والنائية في مجال الإرشاد الأسري |
| | | | | | الاهتمام بالدراسات والبحوث وإنشاء مراكز دراسات أسرية |
| | | | | | إنشاء مراكز متخصصة للإرشاد الأسري |
| | | | | | إنشاء مراكز تدريب متخصصة في مهارات العلاقات الأسرية |
| | | | | | تصميم مشروع للإرشاد الأسري في الأزمات والطوارئ |
| | | | | | تصميم مبادرات لأزواج وزوجات المستقبل |
| | | | | | تخصيص برامج موجهة للعاملين في المنشآت وأسرهم |
| | | | | | تصميم مبادرات لإرشاد المطلقين والمطلقات وتوعيتهم للخروج من الأزمة |

٥. اهتمام منظمات المجتمع المدني/ الخيرية بالمسؤولية المجتمعية ضمن نطاق العمل:

- تم تأسيس (إدارة/ وحدة/ قسم) المسؤولية المجتمعية منذ عامًا.
- مهام المسؤولية المجتمعية تدرج ضمن إدارة العلاقات العامة والإعلام.
- قلة الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية.
- لا يوجد اهتمام بالمسؤولية المجتمعية.

٦. الجاهزية لمبادرات المسؤولية المجتمعية:

- هل الجمعيات الأسرية لديها جاهزية لتبني وتنفيذ مبادرات القطاع الخاص نحو الأسرة؟

- نعم
- لا

- هل تمتلك الجمعيات الأسرية مشاريع مبادرات مقترحة تقدمها للقطاع الخاص؟

- نعم
- لا

- هل هناك قياس لأثر برامج المبادرات المجتمعية لديكم؟

- نعم
- لا

٧. كيف تتوقع تطور الاهتمام ببرامج مبادرات المسؤولية المجتمعية خلال الخمس سنوات القادمة؟

القادمة؟

يزيد الاهتمام بدرجة كبيرة جدًا.

يزيد الاهتمام بدرجة كبيرة.

يبقى الاهتمام بنفس المستوى.

ينخفض الاهتمام بدرجة كبيرة.

ينخفض الاهتمام بدرجة كبيرة جدًا.

شكرًا لوقتكم وتعاونكم،،،

توصيات المحكمين



استشارة Excellence
أصداق مؤسسي Sustainability
تطبيقات خضراء Green Applications
مسؤولية مجتمعية Social Responsibility
استشارات وتدريب Consulting & Training



المرجع: 112014 / 230
التاريخ: 22 نوفمبر 2014

السادة جمعية المودة الخيرية المحترمين
إدارة الدراسات والتطوير
المملكة العربية السعودية

مقترح طباعة الدراسة الميدانية بعنوان

"دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الأسرة"

للباحث الأستاذ أحمد بن علي العمودي

اختصاصي المسؤولية المجتمعية و المستشار الإعلامي لجمعية المودة الخيرية للإصلاح الاجتماعي بمحافظة جدة

بالنظر إلى النمو المضطرد والاهتمام الكبير الذي تحظى به المسؤولية المجتمعية على مستوى مختلف مؤسسات القطاع الحكومي والقطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني والخيري، خصوصاً صناعات القرار بالمملكة العربية السعودية، لما تشكله من قيمة إضافية تنافسية لكافة المؤسسات رداً لجميل الوطن وتحقيقاً لمبدأ التكافل وتعزيز التنمية المستدامة في المجتمع السعودي.

ويعد أن تشرفنا بالإطلاع وتقييم الدراسة الميدانية التي أعدها الباحث الفقيه الأستاذ "أحمد بن علي العمودي" حول دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الأسرة، وبالنظر إلى عمق الرؤية التي يمتلكها الباحث وفهمه الدقيق لموضوع المسؤولية المجتمعية والتحليل العلمي الذي لمسناه في من الدراسة.

نتشرف إن نرفع اليكم رأينا المتواضع كمحكم أكاديمي للدراسة بالعمل على طباعتها وتعميم توزيعها على مؤسسات العمل الخيري على مستوى المملكة بل واصحاب القرار وذلك للأسباب التالية:

- 1- الدراسة جديدة من نوعها على المستوى الوطني بالمملكة العربية السعودية ومبادرة مسؤولة مجتمعياً للتصدي إلى بعض من تحديات المجتمع السعودي.
- 2- تمتلك الدراسة الكثير من نقاط القوة التي تتيح لها أن تكون في المستقبل أحد أهم المراجع العلمية للراغبين في الإطلاع على واقع المسؤولية المجتمعية بين منظمات الأعمال ومنظمات العمل الخيري بالمملكة العربية السعودية.
- 3- الدراسة تشكل دليلاً إرشادياً بحسب لإدارة جمعية المودة تتميز به وسط العدد الكبير من مؤسسات العمل الخيري بالمملكة العربية السعودية.
- 4- هذه الدراسة تؤصل لمرحلة جديدة من البحث العلمي في دراسة واقع المسؤولية المجتمعية في قطاع العمل الخيري بالمملكة العربية السعودية.
- 5- هذه الدراسة فتحت الباب للتأويل والحذر بين العمل الخيري وعلاقته بالمسؤولية المجتمعية، إلا أنها ساهمت في إزالة الغماسة عن الغموض واللبس بشكل جيد.
- 6- أخيراً وليس آخراً سوف توجرون على نشر المعرفة وتمكين مؤسسات المجتمع من ناصية المسؤولية المجتمعية.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

دكتور عماد سعد

مستشار استدامة ومسؤولية مجتمعية للمؤسسات
رئيس مجلس الإدارة مجموعة نايما للتميز

أبوظبي: 22 نوفمبر 2014



PO.Box: 77958 Abu Dhabi, UAE, Tel: +971 (2) 4012942 / +971 (2) 4012943, Fax: +971(2) 4011942
www.nayexcellence.ae / info@nayexcellence.ae

Partner





محمد محسن عبد الله باصرة
جامعة أم القرى - كلية العلوم الاجتماعية
قسم الاعلام

٣ ربيع أول ١٤٣٦هـ الموافق ٢٥ ديسمبر ٢٠١٤

الموقرين

السادة/ إدارة الدراسات والتطوير
جمعية المودة الخيرية بمحافظة جدة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

حيث تشرفت بتحكيم دراسة "تقييم دور المنظمات الخيرية في تفعيل مبادرات المسؤولية المجتمعية لرعاية وتمكين الأسرة" والتي أعدها الباحث الاستاذ أحمد بن علي العمودي..

ونظراً لأهمية المسؤولية المجتمعية ودورها المتنامي والنمو المضطرد في جانب الاهتمام بها على كافة المستويات.. ولما تمثله الدراسة من أهمية في جانب التوأمة بين العمل الخيري والمسؤولية المجتمعية لاسيما في مجال التنمية الأسرية ورعاية وتمكين الأسرة.. أرى أهمية العمل على طباعة هذه الدراسة وتعميمها على منظمات العمل الخيري كونها جديرة بالاهتمام والعناية، ومواصلة الاهتمام بهذا المجال من خلال الدراسات العلمية وورش العمل والشراكات الحقيقية.

وتمثل هذه الدراسة أهمية في جانب العمل الخيري والمسؤولية المجتمعية، وتحقق التميز لجمعية المودة الخيرية في اهتمامها بالمسؤولية المجتمعية بشكل خاص وبمجال الدراسات العلمية بشكل عام.

وتقبلوا خالص التحية والتقدير

محمد بن محسن باصرة

المحاضر بقسم الإعلام. جامعة أم القرى