

## ممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء الشركات البتروكيمياوية

عمر محمد دره محمد عثمان الرشيد التيجاني سالم محمد اليافعي

قسم الإدارة والتسويق || كلية التجارة وإدارة الأعمال || جامعة ظفار || سلطنة عُمان

الملخص: أثار مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات اهتماماً ملحوظاً في سلطنة عمان في السنوات الأخيرة، لذا فإن هذه الورقة الحالية تستعرض مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها في العمل على تعزيز أداء الشركات العاملة في مجال الصناعات البتروكيمياوية في سلطنة عمان. حيث تم اختيار شركتين من أكبر الشركات العاملة في هذا القطاع، هما الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال، والشركة العمانية الهندية للسماد، وقد تم استخدام أسلوب المسح الشامل من خلال توزيع الاستبيانات على جميع العاملين في هاتين الشركتين، وقد تم استرجاع (147) استبيان من أصل (200). وقد اعتمد المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث واستخدم تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضيات. أشارت نتائج البحث إلى أنه تم ممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية بدرجة مرتفعة حيث تبين أن البعد الاقتصادي هو البعد الأكثر ارتفاعاً يليه البعد الأخلاقي ثم البعد القانوني وأخيراً البعد الإنساني. في حين أشارت النتائج أن الأداء في هذه الشركات كان يفوق الدرجة المتوسطة إلى حدٍ ما. كذلك أظهرت النتائج وجود أثر معنوي وإيجابي لبُعد واحد فقط من أبعاد المسؤولية الاجتماعية هو البعد الإنساني على أداء تلك الشركات، وعدم وجود أي أثر معنوي لبقية الأبعاد الأخرى للمسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي) على أداء هذه الشركات.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الإنساني، الأداء، الشركات البتروكيمياوية، سلطنة عمان.

### مقدمة:

لقد كانت شركات ومنظمات الأعمال حتى وقت قريب تمارس نشاطاتها المختلفة دون الأخذ في الاعتبار الآثار الناتجة عن الأنشطة المختلفة التي تقوم بها، ومدى انعكاساتها على البيئة الداخلية والخارجية التي تعمل بها تلك الشركات. حيث كان يُنظر إلى أن مهمة وأهداف العديد من هذه الشركات تقتصر على تحقيق الأرباح لأصحاب المصالح والمساهمين فيها، إلا أنه في العصر الحديث لم تعد تقتصر مهمتها على تحقيق الأرباح فقط، بل تعدت ذلك إلى الدور الذي يفترض على منظمات الأعمال الاطلاع به نحو المساهمة والمشاركة في تنمية وتطوير المجتمع الذي تعمل فيه، حيث أن العديد من الدول باتت تشترط على الشركات العاملة على أراضيها أن يكون لها دور في المشاريع التنموية التي تخدم مجتمعات تلك البلدان، وتقديم الخدمات لمواطني تلك الدول من باب المسؤولية الاجتماعية التي باتت شعاراً للكثير من الشركات في دولٍ عدة. حيث باتت الكثير من الشركات الكبرى تتبارى فيما بينها بما تقدمه من سلع أو خدمات، من أجل المساهمة في زيادة رفاهية المجتمع من خلال قيامها بالعديد من الأنشطة الاجتماعية التي تسهم في تطور وتحقيق رفاهية المجتمع من خلال تبني تلك الشركات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

فمن خلال تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية يكون بمقدورها تنظيم أنشطتها وفق الاختلافات الثقافية والبيئية والمجتمعية، إلى جانب أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يساهم في تأكيد نتائج الأداء فضلاً عن تحقيق الثقة والطمأنينة بين المنظمات والأطراف ذات المصلحة، والالتزام بكافة المواثيق والاتفاقيات الدولية التي تُعنى بحقوق الإنسان والبيئة، كما يساعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية على إيجاد قاعدة صلبة لضمان تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع (عواد، 2010). وإن المنظمات في عالم اليوم يجب ألا تكتفي بالارتباط بالمسؤولية الاجتماعية، بل يجب أن تغوص في أعماقها، وأن تسعى نحو الإبداع في تبنيها، إذ أن إبداعها في هذا المجال من شأنه أن يحقق للمنظمة أرباحاً على

المدى الطويل، ويعزز من مركزها لدى أصحاب المصالح، كما يساعدها على تجنب الضغوط الحكومية بشكل كبير (Schermerhorn, 2001).

تعتبر الشركات البتروكيمياوية من الشركات الصناعية الناجحة في سلطنة عمان. نتيجة دورها الهام والمحوري في تنمية الاقتصاد الوطني فضلاً عن أنها تساهم في تقديم منتجاتها بجودة عالية. فالشركة العمانية الهندية للسماد تُعتبر من الشركات الصناعية الكبيرة على مستوى السلطنة، حيث تم تأسيسها بمبادرة من حكومي سلطنة عمان والهند، وهي شركة مساهمة تطمح لأن تكون من كبرى الشركات العالمية المصنعة للأسمدة. وقد حظي مفهوم المسؤولية الاجتماعية فيها باهتمام كبير من قبل إدارة الشركة واعتبرتها جزءاً أساسياً من استراتيجيتها، وفي سبيل ذلك فقد افتتحت الشركة قسماً خاصاً فيها مهمته متابعة الإجراءات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتقديم الفائدة إلى كل الجهات المعنية بالمسؤولية الاجتماعية من جهات حكومية وزبائن وموظفين ومجتمع محلي بالإضافة إلى البيئة، وذلك من خلال تخصيصها لنسبة (3%) من أرباحها السنوية قبل الضريبة لنشاطات المسؤولية الاجتماعية، وكافة النشاطات التي تتبناها الشركة.<sup>1</sup>

أما الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال فهي من الشركات الصناعية محدودة المسؤولية، ويتمثل نشاطها في عمليات إسالة وبيع الغاز الطبيعي ومشتقاته من مكثفات الغاز. وتهدف هذه الشركة من خلال نشاطاتها المساهمة في الجهود الحكومية الساعية إلى تنويع مصادر الدخل الوطني. وتعتبر من الشركات الصناعية التي يُشهد لها بالريادة في مجال المسؤولية الاجتماعية، وفي سبيل تحقيق ذلك فإنها تقوم بتقسيم موازنتها الاستثمارية بين صندوق المجتمع من أجل تنفيذ مشاريع للمجتمعات المجاورة للمصنع والصندوق الوطني الخاص بالمشاريع التنموية في أرجاء السلطنة وكذلك الصندوق الاحتياطي. ولعل من أبرز المشاريع التي تبنتها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية بناء مستشفى بولاية صور بتكلفة (48) مليون دولار. كما وتعتبر الشركة شريكاً مع الحكومة في بناء المساكن الاجتماعية لذوي الدخل المحدود.<sup>2</sup>

من هذا المنطلق فقد زاد إيمان الشركات المعاصرة بأهمية المسؤولية الاجتماعية وما له من أثر في أداء الشركات، حيث لم تعد أهداف الشركات تقتصر فقط على زيادة الأرباح إلى أقصى حد ممكن، بل أصبح من أولويات تلك الشركات المساهمة في تحقيق بيئة عمل داخلية جاذبة، والمساهمة في تحقيق الرفاهية للمجتمع المحيط، إذ أن اعتماد المنظمة الاقتصادية على أسلوب تقييمي فعال سوف يمكنها من تحسين وضعها بناءً على قراراتها المتخذة، وبالتالي تحسين الأداء مستقبلاً وتطويره.

#### مشكلة البحث:

تُعتبر المسؤولية الاجتماعية إضافة مهمة للعديد من الشركات إذ تتعدى مسؤوليتها حول إنتاج سلع أو تقديم خدمات مفيدة لتشمل بيئتها التي تعيش فيها والأطراف المتعاملة معها والمجتمع بصفة عامة، فالمسؤولية الاجتماعية تساهم إلى حد ما في رفع المستوى المعيشي لأفراد المجتمع، كما أنها تعتبر أحد الأساليب العلمية المعتمدة في تقييم الأداء. من هذا المنطلق يمكن تحديد مشكلة الدراسة من خلال طرح التساؤلات التالية:

- ما مدى توافر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات البتروكيمياوية؟
- ما مستوى أداء الشركات البتروكيمياوية؟

<http://www.omifco.com/1/11/2017.1>

<http://www.oman-gas.com.om/1/11/2017.2>

- ما هو دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز أداء الشركات البتروكيماوية؟

#### فرضيات البحث:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ) للبعد الاقتصادي على أداء الشركات البتروكيماوية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ) للبعد القانوني على أداء الشركات البتروكيماوية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ) للبعد الأخلاقي على أداء الشركات البتروكيماوية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ) للبعد الإنساني على أداء الشركات البتروكيماوية.

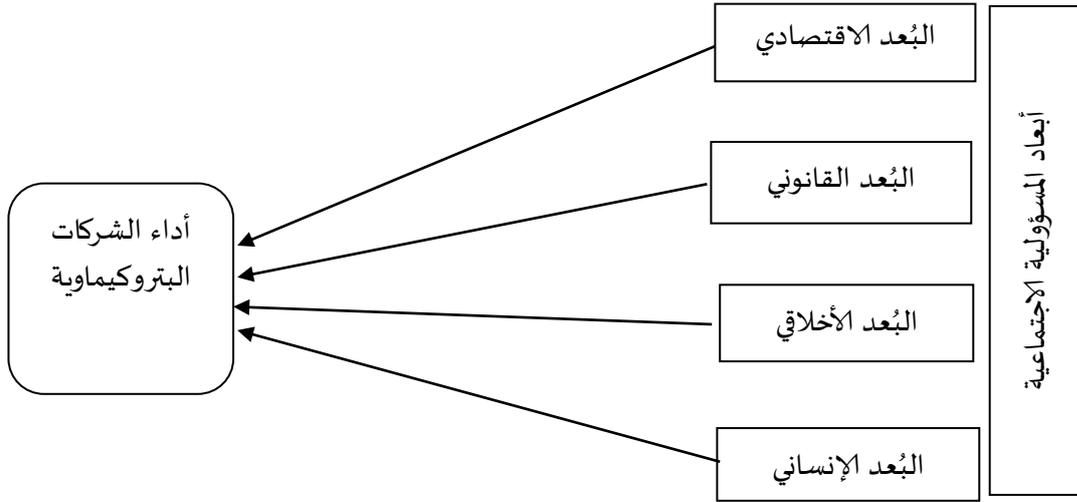
#### أهداف البحث:

- يسعى هذا البحث إلى تحقيق العديد من الأهداف منها:
- التعرف على مدى توافر أبعاد المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات البتروكيماوية عينة البحث.
- تحديد مستوى أداء الشركات البتروكيماوية عينة البحث.
- التعرف على دور المسؤولية الاجتماعية في أداء الشركات البتروكيماوية عينة البحث.

#### أهمية البحث:

- تتبع أهمية البحث من خلال النقاط التالية:
- إنّ تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات يساهم بدرجة كبيرة في تحسين صورتها في المجتمع سواءً كان في المجتمع الداخلي أو الخارجي.
- من خلال المساهمات التي تقوم بها اتجاه العاملين لديها فإنها تحسن من بيئة العمل الداخلية، بالإضافة إلى بث الطمأنينة بين كافة الأطراف، حيث أن شعور الأفراد بالمسؤولية تجاه الشركة التي يعملون فيها يساهم بقدر كبير في تحسين الأداء ويُحسن من رفاهية المجتمع.
- من خلال إطلاع الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية نحو المجتمعات المحلية، من حيث اهتمامها ومساهماتها في المشاريع التنموية الضرورية بالنسبة للمجتمع والمواطن فإنه يؤدي إلى تطور تلك المجتمعات وتنميتها.
- إثراء المكتبة العربية بالدراسات في مجال المسؤولية الاجتماعية، خاصة وأن هذا النوع من البحوث المتجدد في الظهور له أهمية خاصة داخل الشركة من حيث واقع تقييم الأداء.

## نموذج البحث:



الشكل رقم (1): نموذج البحث

## حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: تناول هذا البحث أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية هي: (البُعد الاقتصادي، البُعد القانوني، البُعد الأخلاقي، البُعد الإنساني) ومدى دورها في تعزيز أداء الشركات البتروكيماوية في سلطنة عمان.
- الحدود الزمانية: تم تطبيق هذا البحث خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2016 إلى 2017.
- الحدود المكانية: تم تطبيق هذا البحث على شركتين بتروكيماويتين فقط، هما: (الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال، والشركة العمانية الهندية للسماذ).
- الحدود البشرية: تتمثل في العاملين من مختلف المستويات في الشركتين عينة البحث.

## مصطلحات البحث:

- المسؤولية الاجتماعية: هي التزام أصحاب الأعمال التجارية بالإسهام في التنمية المستدامة من خلال التعاون مع المجتمع المحلي بغرض تحسين مستوى معيشة المواطن (العصيمي، 2015).
- البُعد الاقتصادي: ويعني أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تعمل جاهدةً على توفير الأمان للآخرين (الحسن، 2014).
- البُعد القانوني: أي التزام المنظمة بإطاعة القوانين واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون (Pride & Ferrell, 1997).
- البُعد الأخلاقي: ويُقصد به مراعاة شركات الأعمال لتكافؤ الفرص في التوظيف، وكذلك مراعاة عادات وتقاليد المجتمع المحيط ومراعاة القيم الأخلاقية في نشاطات الشركة (عوض، 2014).
- البُعد الإنساني: ويُقصد به مدى مساهمة شركات الأعمال بمختلف أنواعها في تنمية وتطوير المجتمع المحيط بها، وتحسين نوعية الحياة، وتحقيق الرفاهية لهذا المجتمع (مخلوفي & عبد العزيز، 2013).
- الأداء: هو انعكاس كيفية استخدام المنظمة لمواردها المادية والبشرية واستغلالها بالصورة الأمثل التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها (إدريس & الغالي، 2009).

#### منهجية البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال الاعتماد على المراجع ذات الصلة بموضوع البحث لوصف رأي العاملين في الشركات البتروكيماوية من مختلف المستويات فيما يتعلق بدور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز أداء هذه الشركات، ومن ثم تحليل البيانات واستخلاص الدلالات والمعاني التي تنطوي عليها.

#### مجتمع وعينة البحث:

تكوّن مجتمع البحث من العاملين في الشركات البتروكيماوية في محافظة جنوب الشرقية بسلطنة عمان، حيث تم اختيار شركتين من أكبر الشركات العاملة في هذا المجال، هما: (الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال، والشركة العمانية الهندية للسماد) والبالغ عددهما الإجمالي (200) موظفاً، منهم (130) موظفاً في الشركة الأولى و(70) موظفاً في الشركة الثانية، وقد تم توزيع الاستبيانات على جميع أفراد مجتمع البحث باستخدام أسلوب المسح الشامل، وقد تم استرجاع (147) استبيان صالح للتحليل الإحصائي من كلا الشركتين بواقع (99) استبيان من الشركة الأولى، و(48) استبيان من الشركة الثانية، شكّلت ما نسبته (73.5%)، أما بقية الاستبيانات الـ (53) فقد تم فقدان (20) استبيان منها و(33) استبيان منها لم يكن صالحاً للتحليل الإحصائي بسبب عدم الإجابة على كافة الأسئلة في الاستبيان.

#### أسلوب جمع البيانات:

جُمعت البيانات من مصدرين هما: المصادر الثانوية من خلال الاعتماد على المراجع من الكتب والدوريات والمؤتمرات والرسائل الجامعية والمعلومات المتوفرة على الإنترنت. أما المصادر الأولية فقد تمثلت بأداة الاستبيان والتي صُممت خصيصاً لهذا الغرض باعتماد مقياس ليكرت الخماسي. وللتأكد من مدى صدق محتوى أداة البحث تم عرضها على مجموعة من المختصين بغرض تحكيمها والتحقق من صدق فقراتها وتم الأخذ بملاحظاتهم وتعديلاتهم المقترحة. حيث شملت هذه الاستبانة ثلاثة أجزاء هي:

- الجزء الأول: تضمن هذا الجزء البيانات الديموغرافية لأفراد عينة البحث.
- الجزء الثاني: تضمن هذا الجزء أبعاد المسؤولية الاجتماعية وهي: (البُعد الاقتصادي، البُعد القانوني، البُعد الأخلاقي، البُعد الإنساني)، وبلغ مجموع فقرات هذا الجزء (24) فقرة بواقع (5) فقرات لكل من الأبعاد الثلاثة الأولى، و(6) فقرات للبعد الرابع (البعد الإنساني) وذلك بالاستناد إلى دراسة (Mustafa, et al., 2012).
- الجزء الثالث: تضمن هذا الجزء متغير أداء الشركات، والذي اشتمل على (6) فقرات وذلك بالاستناد إلى دراسة (Olalekan, 2011).

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, V. 24) في تحليل بيانات البحث وذلك باستخدام معامل كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات الأداة، والتكرارات والنسب المئوية لوصف المتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على مستوى الموافقة لاستجابات عينة البحث، ومعامل ارتباط بيرسون لقياس قوة وطبيعة العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأداء الشركات، بالإضافة إلى تحليل الانحدار المتعدد لقياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات.

## الإطار النظري:

### أولاً- التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

إنّ المسؤولية الاجتماعية في شركات القطاع الخاص لم تحظى بالاهتمام الكافي من قبل تلك الشركات، حيث كانت تطبيقات المسؤولية الاجتماعية تتمحور نحو الأعمال الخيرية. وفي عام 1950 شكّل المستهلكون وجماعات البيئة والمجتمعات ضغوطاً على تلك الشركات للتوجه نحو المساهمة في الأنشطة المجتمعية المختلفة. ويُعتبر عام 1970 بداية اهتمام شركات القطاع الخاص بالمسؤولية الاجتماعية.

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) إضافة مهمة لها كونها العامل الرئيسي للمنافسة والقدرة على البقاء والاستمرارية (Mustafa, et al., 2012). ويؤكد (Baron, 2007) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات باتت جزءاً مهماً من استراتيجيات الأعمال لعدد كبير من الشركات حول العالم. كما يرى (Hopkins, 2004) أن المسؤولية الاجتماعية تعمل على رفع مستوى معيشة المجتمع وتحافظ على ربحية الشركة. ومن ناحية أخرى يقسم (العصيمي، 2015) مراحل تطور المسؤولية الاجتماعية إلى أربعة مراحل هي:

**المرحلة الأولى:** تميزت الشركات في هذه المرحلة بقلّة خبرتها فيما يتعلق بتطبيقات المسؤولية الاجتماعية، ففي هذه المرحلة لم تكن شركات القطاع الخاص تواقّة للمجازفة والمخاطرة بأعمالها لمواجهة مفهوم مجهول بالنسبة لها. كما أن قلّة القوانين الموجهة لإطار المسؤولية الاجتماعية خلال هذه المرحلة جعل تلك الشركات تقدم بعض المبادرات التي كانت عبارة عن محاولات غير مكتملة الأركان لا ترتقي لمستوى المسؤولية الاجتماعية. ولقد شهد عام 1972 طرح مفهوم التنمية المستدامة من خلال المؤتمر الذي عُقد في استكهولم حيث أثار المؤتمر أهمية ودور شركات القطاع الخاص في تنمية المجتمعات في المجالات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية.

**المرحلة الثانية:** ارتبط ظهور هذه المرحلة مع حدوث العديد من الكوارث التي أثرت بشكل مباشر على البشرية، ولعل من بين تلك الكوارث حادثة تسرب الغاز من مصنع (Bhopul) في الهند في عام 1984، وكذلك حادثة المفاعل النووي تشرنوبل في عام 1986، وصاحب حدوث هذه الكوارث ظهور ظاهرة الاحتباس الحراري. ونتيجة لهذه الكوارث فقد بدأت تلك الشركات في التفكير وتوقع التكلفة المادية التي سوف تتحملها نظير إزالة تأثيرات هذه الكوارث على البيئة وما يمكن أن يطال هذه الشركات من سمعة في المجتمعات التي تعمل فيها. كما شهدت هذه المرحلة سماح حكومات الدول النامية لمنظمات القطاع الخاص بالاستثمار في مجالات الطاقة والمياه والنقل والاتصالات، الأمر الذي شكّل تحدياً لتلك الشركات لتوضيح سياساتها نحو حماية البيئة وحقوق الإنسان .

**المرحلة الثالثة:** تمثل هذه المرحلة تسعينيات القرن العشرين، وهي المرحلة التي تكونت في أذهان مديري شركات القطاع الخاص العديد من المفاهيم كالشفافية والتعاون بين البيئة والاقتصاد. كما شهدت هذه المرحلة عقد مؤتمر ريو دي جانيرو الذي سُميّ بقمة الأرض في عام 1992، الذي أسفر عن صدور وثيقة (الأجندة 21) التي مثلت خطة مفصلة للتنمية العالمية المستدامة. كما شهدت هذه المرحلة اجتماع القادة السياسيين من مختلف دول العالم، وكذلك العديد من منظمات الأعمال والاقتصاديين في ألمانيا خلال عام 1994، ولقد تناول هذا المؤتمر القضايا المتعلقة بالبيئة والطاقة وتأثيرها على القضايا الاجتماعية. وتعتبر هذه المؤتمرات نقطة التحول في اهتمام شركات القطاع الخاص نحو المسؤولية الاجتماعية، حيث شكلت تلك المؤتمرات ضغوطاً على تلك الشركات مما دفعها لتغيير نهجها وواجباتها نحو المجتمع الذي تعمل فيه.

**المرحلة الرابعة:** عقدت في عام 2002 القمة العالمية للتنمية المستدامة في جوهانسبرج بجنوب أفريقيا، حيث حظيت هذه القمة بإقبال منقطع النظير حيث حضرها 191 دولة، وتمثلت أجندة هذه القمة في مناقشة

القضايا التي تهتم بالتنمية المستدامة. ولقد خرجت هذه القمة بمقترحات من أهمها انشاء البرامج والمنظمات للاهتمام بقضايا التنمية المستدامة، ومن أشهر هذه البرامج برامج الأمم المتحدة للبيئة، ولجنة التنمية المستدامة، ولكن ورغم هذا الاهتمام الذي حظيت به التنمية المستدامة وقضايا البيئة إلا أن تقدم مراحل المسؤولية الاجتماعية كان ضعيفاً خصوصاً فيما يتعلق بدور منظمات القطاع الخاص.

من خلال الاستعراض السابق لمراحل تطور المسؤولية الاجتماعية يُلاحظ أن الاهتمام الذي حظيت به المسؤولية الاجتماعية من قبل شركات القطاع الخاص قد جاء نتيجة لتوجه الحكومات والمنظمات الغير الحكومية للقضايا الاجتماعية، كما أن للكوارث التي حدثت وأضرّت بالبيئة والإنسان كان لها دور حيوي في تفعيل دور تلك الشركات في القيام بواجباتها تجاه المجتمع والبيئة من خلال تزايد الأصوات التي نادى بضرورة تفعيل دور تلك الشركات نحو المسؤولية الاجتماعية. كما أدركت تلك الشركات أن استمراريته وربحيته مرتبطة ومرهونة بما تقوم به من أدوار اجتماعية لتحقيق التنمية المستدامة ساهم في تأسيس مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

#### ثانياً- مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أثار مفهوم المسؤولية الاجتماعية اهتمام العديد من الكتاب والباحثين في مجال الإدارة وتبعاً إلى هذا الاهتمام اختلفت التعريفات التي تناولت هذا المفهوم. فالتطورات المتعددة في الظروف الاقتصادية والاجتماعية تبعها تطور في أهداف منظمات الأعمال، لذلك أصبحت مسؤولية المنظمات الاجتماعية نحو منسوبيها والمجتمع إحدى الأهداف التي تسعى مختلف المنظمات لتحقيقها، وللتعرف على هذا المفهوم فقد أورد الباحثون العديد من التعريفات منها:

يعرف (البنك الدولي، 2007) المسؤولية الاجتماعية بأنها مدى مساهمة قطاع الأعمال في تحقيق الأهداف التنموية، مع الأخذ بعين الاعتبار الانشغالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من قبل منظمات الأعمال بطريقة يتم من خلالها تعظيم العوائد وتخفيض الأضرار. ويعرفها (العمرى، 2014) بأنها مدى قيام المؤسسات التجارية باستثمار جزء من أرباحها لتحقيق الرخاء للمجتمع والعاملين لديها. وحسب تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة فإن المسؤولية الاجتماعية هي التزام الشركات بتحسين الأوضاع المعيشية للعاملين وعائلاتهم. (عوض، 2014). ويرى (Yusoff & Adamu, 2016) أن المسؤولية الاجتماعية هي الطريقة التي من خلالها تستطيع الشركات تحقيق توازن الضرورات والاحتياجات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.

بناءً على ما تقدم من تعاريف حول المسؤولية الاجتماعية يُلاحظ أن البعض ينظر للمسؤولية الاجتماعية على أنها عمل تطوعي تقوم به منظمات الأعمال كمساهمة لتنمية المجتمع ورفع مستوى المعيشة للمواطن، بينما ينظر إليها الآخر على أنها عمل إلزامي على الشركات تجاه البيئة وأصحاب المصالح في المجتمع. ويرى الباحثون أن كافة التعريفات قد اتفقت حول دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين وتنمية المجتمع ككل. وبالتالي يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنها أنشطة إلزامية تقوم بها منظمات الأعمال تجاه المجتمع بهدف تنميته ورفع المستوى المعيشي للعاملين لديها ولأفراد المجتمع المحلي.

#### ثالثاً- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

وفقاً لدراسات (Carroll, 1991; Mustafa, et al., 2012; Nguyen & LeBlanc, 2001) تبين وجود أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية هي:

- 1- البُعد الاقتصادي: يتمثل في المسؤوليات الاقتصادية التي تطلع بها المنظمات التجارية، فإنتاج تلك المنظمات للسلع أو تقديمها للخدمات ذات القيمة للمجتمع بتكلفة معتدلة ونوعية جيدة تستطيع المنظمات تحقيق فوائد وأرباح تساهم بقدر كبير في تعويض مساهمات أصحاب رأس المال (الأسرج، 2014).
- 2- البُعد القانوني: يرتبط بالمسؤوليات التي يتم تحديدها من قبل حكومات الدول التي تعمل بها منظمات الأعمال المتمثلة في القوانين والأنظمة التي يتم تحديدها والتي تستوجب على منظمات الأعمال إتباعها وعدم خرقها، حيث تتيح المنظمات من خلال هذه المسؤوليات فرص عمل لأفراد المجتمع دون تمييز بين الجنس والقومية (فلاق، 2013).
- 3- البُعد الأخلاقي: يُنظر لمنظمات الأعمال من خلال هذا البُعد على أنها وحدات اجتماعية تضع الاعتبار للمجتمع في كافة القرارات التي ترغب في اتخاذها، من خلال مراعاتها لأثار تلك القرارات على المجتمع، حيث تسعى منظمات الأعمال إلى تحقيق الأرباح بعيدة الأمد، فتمارس تلك المنظمات لمسؤولياتها الاجتماعية وفق فلسفة أخلاقيات الإدارة القائمة على أن المشاكل الاجتماعية من شأنها أن تعمل على إضعاف المجتمع حيث أن ازدهار المنظمات ونموها يرتبط ارتباط وثيقاً بقوة المجتمع (السعدي، 2010).
- 4- البُعد الإنساني: حيث يعبر عن مساهمات منظمات الأعمال التطوعية الغير ملزمة، حيث تشمل هذه المبادرات جميع أفراد المجتمع وفئات محددة من كبار السن، حيث لا ترتبط هذه المساهمات بتحقيق الأرباح أو الحصة السوقية للمنظمة (أنور، 2010).

#### رابعاً- دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية:

إن المتابع لاهتمام منظمات الأعمال بمختلف أنواعها لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية يجد أن هذا الاهتمام ناتج عن العديد من التحديات التي تواجه تلك المنظمات، ولعل من أبرز تلك التحديات كما أشار إليها (الأسرج، 2014) الآتي:

- تحديات العولمة: حيث أن العديد من المنظمات متعددة الجنسيات قد تبنت مفهوم المسؤولية الاجتماعية في نشاطاتها التي تقدمها، حيث يظهر اهتمام تلك المنظمات بهذا المفهوم من خلال حملاتها الترويجية التي توضح مدى اهتمامها بحقوق الإنسان، وتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، بالإضافة إلى اهتمامها بالمحافظة على البيئة.
- الضغوطات الحكومية والشعبية: هنالك العديد من الدول التي تقوم بسن التشريعات التي تحث على حماية المستهلك والعاملين والبيئة والملزمة للمنظمات، فمخالفة هذه التشريعات يكلف تلك المنظمات أموالاً طائلة بالإضافة إلى تعرضها للإبعاد عن سوق العمل.
- الفضائح الأخلاقية: لقد تعرضت العديد من المنظمات العالمية لهزات عنيفة ناتجة عن بعض الفضائح الأخلاقية التي تعرضت لها تلك المنظمات، وخير مثال لهذه المنظمات ما تعرضت له شركة (Exxon Valdez) النفطية التي تسببت في تلوث مياه ساحل ألاسكا حيث تكلفت هذه الشركة أموالاً طائلة. كما وتكلفت بعض الشركات الأخرى أموالاً طائلة كتعويض لأضرارها من منتجات تلك الشركات الفاسدة.
- التطور التكنولوجي: شهد العصر الحديث تطور متسارع في التكنولوجيا التي تستخدمها المنظمات مما حدا بمعظم المنظمات الأخرى لمواكبة هذا التطور للحاق بركب المنظمات الأخرى فلجأت تلك الشركات إلى تطوير خدماتها ورفع كفاءة العاملين لديها، واهتمامها بالعنصر البشري بصورة أكبر من اهتمامها برأس المال المادي.

#### خامساً- مفهوم أداء الشركات:

يُعتبر مفهوم الأداء من المفاهيم الإدارية التي تتسم بمحتوياته بالديناميكية نظراً لتغير وتطور مواقف وظروف بيئة منظمات الأعمال الداخلية والخارجية، لذلك فإن مفهوم الأداء تطور تبعاً للتطورات الاقتصادية وتطور علم الإدارة وتطور منظمات الأعمال المتوافق مع حركة تطور التجمعات البشرية. لقد حظي الأداء باهتمام غير مسبوق من قبل الباحثين والمفكرين في مجال الإدارة وكذلك الشركات بمختلف أنواعها باعتباره المقياس الذي من خلاله تستطيع الشركات تحديد مدى قدرتها على الاستمرار في نشاطاتها أو أعمالها، بالإضافة لكونه أحد العوامل المساعدة في تحقيق الشركات لأهدافها الرئيسية. ونظراً للدور الحيوي للأداء فإنه يحظى بأهمية بالغة في الشركات باعتباره أحد العوامل التي تساهم في تبوء الشركات لمكانة متميزة في بيئة الأعمال، لذلك فإن معظم الشركات تسعى إلى تحقيق النجاح في أعمالها وأنشطتها المختلفة وبناء مركز تنافسي لضمان البقاء والاستمرار وتطوير الأداء في البيئة التي تعمل فيها. ولقد تعددت مفاهيم الأداء بتعدد الباحثين والمفكرين والدارسين له، ويعود هذا الاختلاف في وجهات النظر بين الباحثين والمفكرين إلى اختلاف المعايير والمقاييس المتبعة في قياس الأداء التي يتبناها كل باحث (Ray, 2004) ومن أبرز التعريفات التي تناولت مفهوم الأداء ما يلي:

يرى (Drucker, 1998) أن الأداء هو قدرة الشركة على البقاء والاستمرار وتحقيق رضا العاملين والمساهمين. بينما يرى (Zwick, 2006) أن الأداء هو ما تقوم به الشركات من أعمال ونشاطات لتحقيق أهدافها المرسومة. وأيضاً يُعرّف الأداء بأنه مخرجات أداء الأفراد والوحدات التنظيمية التي تتحصل عليها منظمات الأعمال مع مراعاة تأثيرات البيئة الخارجية (رضوان، 2013). ويشير (كحيلي، 2015) إلى أن الأداء هو قدرة الشركة على تحقيق أهدافها ومدى قدرتها على البقاء والاستمرارية وفق الظروف المحيطة. ويرى (العززي، 2014) أن الأداء يشتمل على ثلاثة أبعاد هي الأداء المالي وهو البعد الذي يهتم في المقام الأول بالمؤشرات المالية حيث يعتبر هذا البعد أكثر ملائمة للشركات الربحية دون غيرها من الشركات الأخرى، والأداء المالي والتشغيلي هو البعد الذي يجمع بين الأداء المالي والتشغيلي للشركات ويهتم هذا البعد بمدى كفاءة الشركة التشغيلية التي تحقق لها استخدام أمثل لمواردها لتحقيق أفضل النتائج، كما يتم التركيز أيضاً على مؤشرات الحصة السوقية من خلال هذا البعد ، ويُعد الفاعلية التنظيمية وهو الذي من خلاله تستطيع المنظمة التعرف على الأهداف التي تم تحقيقها.

من خلال ما سبق يتبين عدم وجود اتفاق حول مفهوم موحد للأداء إلا أنه يمكن القول بأن الأداء هو قدرة الشركة في التفاعل مع بيئتها الداخلية والخارجية وقدرتها على الاستغلال الأمثل لكافة مواردها المتاحة وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف المنشودة.

#### سادساً- العوامل المؤثرة على أداء الشركات:

مما لا شك فيه أن هنالك العديد من العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على العمل الإداري في شركات الأعمال بمختلف أنواعها، وقد تكون هذه العوامل ناتجة عن تأثير البيئة الداخلية للشركة نفسها أو أن تكون ذات ارتباط ببيئة الشركة الخارجية. وفي سياق ذلك فقد أشارت (حسينة، 2015) إلى العديد من العوامل المؤثرة على أداء الشركات، ومن أبرز تلك العوامل:

1- العوامل المتعلقة بالبيئة الخارجية: يقصد بها العوامل غير القابلة للتحكم، ففي بعض الأحيان تكون هذه العوامل ذات فائدة للشركة فمن خلالها تستطيع المؤسسات والشركات من تحسين وتطوير أداءها، أو أن تكون خطراً على الشركات يستوجب أخذ الحيطة والحذر والعمل على التقليل من الآثار السلبية الناتجة عن هذه العوامل.

2- العوامل المتعلقة بالبيئة الداخلية: تتمثل هذه العوامل في العديد من المتغيرات داخل منظمات الأعمال والشركات، والتي تكون في غالب الأحيان نتاجاً لتفاعلات العناصر الداخلية للشركة، إلا أن هذه العوامل في مجملها هي عوامل قابلة للتحكم بالإمكان زيادة أثرها الإيجابي أو التقليل من أثارها السلبية. ويمكن تقسيم العوامل المتعلقة بالبيئة الداخلية إلى:

- العوامل التقنية: تتمثل هذه العوامل فيما يتعلق بالجوانب التقنية التي تستخدمها الشركات ومن بين هذه المتغيرات ما تستخدمه الشركة من تكنولوجيا في مختلف وظائفها، وكذلك التصميمات الداخلية للشركة كالمباني والأجهزة والآلات، وملائمة منتوجات الشركة مع رغبات وأذواق عملائها.
- عوامل الموارد البشرية: تُمثل كافة المتغيرات ذات التأثير المباشر على موارد الشركة البشرية، كالعوامل المتعلقة بالجنس والجنسية، وما تقوم به الشركة من نشاطات بغرض تأهيل وتطوير العنصر البشري، ونظام الحوافز والمكافآت الذي تنتهجه الشركة لتحفيز الأفراد العاملين لديها، وبيئة العمل المتمثلة في طبيعة العلاقة التي تربط بين العاملين بعضهم البعض وعلاقة المشرفين مع الموظفين.

#### الدراسات السابقة:

أفادت دراسات عديدة مثل (Carroll & Buchholtz, 2003; Coldwell, 2001; Margolis & Walsh, 2003) بأن أنشطة المسؤولية الاجتماعية من جانب الشركات لها علاقة إيجابية مع أداء الشركة، فقد بينت دراسة (فلاق، 2013) مدى تبني الشركات العربية النفطية في كل من السعودية والجزائر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى تأثيره على المجتمعات المحلية، إذ أشارت النتائج أن هذه الشركات النفطية تساهم في تنمية مجتمعاتها المحلية عن طريق دعم الأنشطة الاجتماعية والرياضية والثقافية، مع وجود تباين في الأداء الاجتماعي بين الشركات النفطية في كلا البلدين.

وفي دراسة أجراها (Becchetti, et al., 2004) في الولايات المتحدة الأمريكية على ألف شركة صناعية وجد أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي انتقال من ثروة المساهمين إلى أصحاب المصالح المتعددين، وأنها تؤدي إلى تعزيز المشاركة والدافعية لدى العاملين وتعمل على تحسين مستوى الأداء والإنتاجية في الشركات، إلا أنها قد تؤدي إلى ارتفاع تكلفة العمالة.

أما دراسة (السحيباني، 2009) فقد توصلت إلى ضعف محفزات السوق للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية، حيث أنه تبين غياب واضح لآليات واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية داخل غالبية الشركات، وضعف الاهتمام الحكومي والشعبي بقضايا البيئة وغياب كبير لمبادرات القطاع الخاص حيال ذلك. وكشفت دراسة (مقدم، 2014) غياب الرؤية الواضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية في ولايات الغرب الجزائري، حيث أن هذه المؤسسات تمارس مسؤولياتها الاجتماعية بشكل متوسط باتجاه العاملين والموارد والبيئة، بينما لا تمارس مسؤولياتها تجاه المجتمع.

ركزت دراسة (Mustafa, et al., 2012) على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء في الشركات الماليزية العامة المدرجة بالبورصة، حيث بينت النتائج أن هنالك علاقة قوية جداً بين المسؤولية الاجتماعية للشركة وبين أدائها، الأمر الذي يتطلب استفادة تلك الشركات استراتيجياً من هذه العلاقة. وسعت دراسة (Kaufmann & Olaru, 2012) إلى قياس أثر المسؤولية الاجتماعية للعديد من الشركات الألمانية على أداء الأعمال من خلال الاعتماد على بعض المؤشرات مثل قيمة حقوق المساهمين والإيرادات وحصص السوق ورضا الموظف ورضا العملاء، وأظهرت النتائج أن الاتجاهات الحديثة في مجالات المسؤولية الاجتماعية قد وفرت الوسيلة التي من خلالها يمكن قياس أثر

المسؤولية الاجتماعية على أداء الأعمال وذلك من خلال قياس تغيرات مستوى رضا أصحاب المصلحة بسبب الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وفي دراسة أجرتها (رفيقة، 2013) على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الغاز في الجزائر أسفرت نتائجها عن تبني هذه المؤسسات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وفق الإمكانيات المتاحة لها، ووجود أثر معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في تلك المؤسسات. وأظهرت دراسة (الحسن، 2014) أهمية دور المسؤولية الاجتماعية في عمليات التقييم داخل شركة نפטال في الجزائر كون المسؤولية الاجتماعية التزام تجاه أصحاب المصالح سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، بالإضافة إلى أهميتها ودورها الكبير في تحسين أداء الشركة. وهدفت دراسة (رحماني، 2014) إلى بيان مدى التزام المؤسسة الوطنية للأشغال في الآبار بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي للمؤسسة، حيث تبين أن إتباع المؤسسة الوطنية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية يحقق المزيد من الأرباح على المدى البعيد، ويكسبها سمعة جيدة عند عملائها.

وقامت دراسة (Gherghina, 2014) بتوضيح العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة من خلال استخدام عينة مكونة من (52) شركة أمريكية مدرجة في بورصة نيويورك، وكشفت النتائج عن وجود أثر إيجابي للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة، وأن هنالك ارتفاعاً في عملاء ومبيعات الشركات التي تتبنى فكرة المسؤولية الاجتماعية مما يؤكد على زيادة قيمة الشركة، وأن الشركات التي تضم عدداً كبيراً من العاملين لديها القدرة للمحافظة على أنشطة المسؤولية الاجتماعية مما يؤكد أن لحجم الشركة تأثير على قيمتها. واستكشفت دراسة (Adeneye & Ahmad, 2015) أثر المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات في المملكة المتحدة من خلال استخدام مجموعة من المؤشرات كالعائد على رأس المال وحجم الشركة والقيمة الدفترية للسوق، ووجدت الدراسة علاقة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وبين أداء الشركة وخاصة فيما يتعلق بحجم الشركة والعائد على رأس المال المستخدم.

وأكدت دراسة (Yusoff & Adamu, 2016) التي تم تطبيقها على 100 من الشركات الماليزية خلال الفترة الممتدة من 2009 إلى 2013 على أهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها الهام والمحوري على الأداء المالي متمثلاً بالعائد على الأصول. بينما على العكس تماماً أظهرت الدراسة التي أجراها (Madorrn & Garcia, 2016) على عينة مكونة من 35 شركة إسبانية خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى 2010 أنه لا يوجد أي علاقة واضحة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي لها.

بعد هذا العرض الموجز لأهم الدراسات التي تناولت العلاقة أو الأثر للمسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات تبين أن غالبية الدراسات أشارت إلى وجود علاقة أو أثر لهذين المتغيرين، إلا أن ما يميّز هذه الدراسة عن سابقتها هي تناولها للقطاع البتروكيماوي في سلطنة عمان والتي تكاد الدراسات حول هذا القطاع تكون نادرة وخاصة في مجال المسؤولية الاجتماعية.

## عرض نتائج البحث:

الجدول رقم (1): توزيع مفردات العينة وفقاً للبيانات الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
النوع	ذكر	107	72.79
	أنثى	40	27.21
المؤهل العلمي	ثانوية فما دون	14	09.53

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
	دبلوم	57	38.77
	بكالوريوس	62	42.17
	دراسات عليا	14	09.53
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	31	21.10
	من 5 سنوات أقل من 10 سنوات	59	40.13
	10 سنوات فأكثر	57	38.77
العمر	أقل من 35 سنة	90	61.22
	من 35 - أقل من 45 سنة	50	34.02
	45 سنة فأكثر	7	04.76
مجال العمل	إداري	45	30.61
	مالي	12	08.16
	تسويق	9	06.12
	فني	54	36.74
	أخرى	27	18.37
المجموع الكلي لأفراد العينة		147	%100

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (1) إلى أن نسبة الذكور في العينة كانت أعلى بكثير من الإناث وذلك بسبب طبيعة العمل في الشركات البتروكيماوية التي تتطلب المزيد من القوة والجهد والتي تتوافر لدى فئة الذكور، كما تبين أن حملة شهادة البكالوريوس في العينة هي ذات النسبة الأكبر (42.17) كون العديد من الوظائف يتطلب من الفرد أن يكون حاصلاً على المؤهل الجامعي، وأن غالبية العاملين في الشركات عينة البحث لديهم خبرة من خمس إلى عشر سنوات مما يشير إلى الأمان والاستقرار الوظيفي إلى حد ما في العمل. وضمت الفئة العمرية (أقل من 35 سنة) أعلى نسبة من أفراد العينة وبلغت (61.22) مما يشير إلى اعتماد هذه الشركات على توظيف فئة الشباب والتقليل من نسبة البطالة. وفيما يتعلق بمجال العمل تبين أن نسبة الفنيين في العينة هي الأعلى إذ بلغت (36.74) كون غالبية الموظفين في هذه الشركات يعملون في المجال الفني.

الجدول رقم (2): معاملات كرونيباخ ألفا، الإحصاءات الوصفية، معاملات الارتباط

متغيرات البحث	عدد العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	1	2	3	4	5
البعد الاقتصادي	5	4.526	.4075	(.653)				
البعد القانوني	5	4.432	.5037	.255**	(.646)			
البعد الأخلاقي	5	4.444	.4721	.269**	.576**	(.686)		
البعد الإنساني	6	4.354	.4830	.314**	.438**	.377**	(.748)	
أداء الشركات	6	3.468	.6405	.219**	.131	.152	.445**	(.720)

حيث حجم العينة (147)، \*\* تشير إلى أن الارتباط يكون معنوي عند مستوى دلالة (0.01).

يوضح الجدول رقم (2) معاملات كرونباخ ألفا لمتغيرات البحث المستقلة والتابعة والتي تشير إلى تمتع الأداة بصورة عامة بمعامل ثبات جيد، وهذا يدل على قدرتها في تحقيق أغراض البحث إذ تراوحت معاملات الثبات بين (0.646) و (0.748)، وبالتالي يمكن القول بأن جميع المقاييس المستخدمة في البحث تتسم بالثبات الداخلي لعباراتها. كما يبيّن الجدول رقم (2) الإحصاءات الوصفية (المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية) لمتغيرات البحث والتي تشير إلى أن كافة أبعاد المسؤولية الاجتماعية قد تجاوزت الدرجة المرتفعة (4.20) إذ جاء البعد الاقتصادي أولاً بمتوسط حسابي بلغ (4.526) وانحراف معياري قدره (0.4075)، تلاه البعد الأخلاقي بمتوسط حسابي بلغ (4.444) وانحراف معياري قدره (0.4721)، ثم البعد القانوني بمتوسط حسابي بلغ (4.432)، وانحراف معياري قدره (0.5037)، ثم جاء أخيراً البعد الإنساني بمتوسط حسابي بلغ (4.354)، وانحراف معياري قدره (0.4830). أما فيما يتعلق بأداء الشركات فقد كان المتوسط الحسابي لاستجابات عينة البحث حول هذا المتغير (3.468) وانحراف معياري قدره (0.6405).

أيضاً يُظهر الجدول رقم (2) مدى الارتباط بين متغيرات البحث المستقلة والتابعة إذ تبين وجود علاقة طردية ومعنوية بين بعدين من أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأداء الشركات (البُعد الاقتصادي إذ بلغ معامل الارتباط 0.219 عند مستوى دلالة 0.01؛ والبُعد الإنساني إذ بلغ معامل الارتباط 0.445 عند مستوى دلالة 0.01). بينما البعدان الآخران (البُعد القانوني، والبُعد الأخلاقي) لم يرتبطان معنوياً بأداء الشركات. وكذلك أظهر نفس الجدول وجود علاقات ارتباط ثنائية بين كل بعدين من أبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث أن معاملات الارتباط بين هذه الأبعاد لم تتجاوز (0.80)، وبالتالي هذا ما يثبت صحة العبارات المختارة وعدم وجود خلط بين عبارات أبعاد المتغير المستقل.

#### اختبار فرضيات البحث:

لاختبار فرضيات البحث الأربعة تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد وبطريقة Enter والموضح بالجدول رقم (3).

الجدول رقم (3): تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات

المتغيرات	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري S.E.	قيمة $\beta$	قيمة t	مستوى الدلالة P-Value	معامل التحديد $R^2$	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الثابت	.637	.655		.973	.332			
البعد الاقتصادي	.156	.125	.099	1.242	.216	.212	9.547	.000
البعد القانوني	-.126	.121	-.099	-1.03	.302			
البعد الأخلاقي	.015	.126	.011	.123	.903			
البعد الإنساني	.600	.114	.453	5.261	.000			

يوضح الجدول رقم (3) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (البُعد الاقتصادي، البُعد القانوني، البُعد الأخلاقي، البُعد الإنساني) على أداء الشركات. حيث بيّنت النتائج أن هذا النموذج صالح للتنبؤ وذلك كون مستوى الدلالة لـ F تساوي (0.000). كما أظهرت أن بُعداً واحداً فقط من أبعاد المسؤولية الاجتماعية وهو البُعد الإنساني له تأثير معنوي على أداء الشركات، إذ بلغت قيمة t (5.261) عند مستوى دلالة (0.000). بينما بقية الأبعاد الثلاثة (البُعد الاقتصادي، البُعد القانوني، البُعد الأخلاقي) ليس لها أي تأثير معنوي على أداء الشركات، وقد

بلغت القوة التفسيرية لهذا النموذج (21.1%). ووفقاً لذلك يتم قبول الفرضيات الثلاثة الأولى ورفض الفرضية الرابعة.

### مناقشة نتائج البحث:

أشارت النتائج إلى أن الشركات البتروكيمياوية عينة البحث تمارس مسؤولياتها الاجتماعية بدرجة مرتفعة وخاصة مسؤولياتها تجاه البعد الاقتصادي الذي كان الأكثر ممارسة يليه البعد الأخلاقي من ثم البعد القانوني وأخيراً البعد الإنساني. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات (Madornn & Garcia, 2016; Yusoff & Adamu, 2016; فلاق, 2013) والتي أشارت إلى أن غالبية أبعاد المسؤولية الاجتماعية جاءت متوسطاتها مرتفعة. ويُعزى ذلك إلى أن الشركات عينة البحث تخصص جزءاً من أرباحها السنوية قبل الضريبة (3%) لنشاطات المسؤولية الاجتماعية وكافة النشاطات التي تتبناها هذه الشركات، كما أنها تعتبر المسؤولية الاجتماعية عنصراً أساسياً في استراتيجياتها، حيث تعمل هذه الشركات على تحسين وضعها الاقتصادي من خلال تعظيم أرباحها ومكانتها التنافسية، عدا عن حرص هذه الشركات على تحسين صورتها وسمعتها لدى المجتمع المحلي من خلال التزامها التام بكافة القوانين والأنظمة والتعليمات، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تعني الالتزام بالقوانين وتحقيق الأرباح العالية بل يتعدى ذلك ليشمل القضايا الأخلاقية في المجتمع، إضافة إلى أن المسؤولية الاجتماعية ليست موجهة فقط للعاملين في الشركة والمساهمين فيها بل تشمل العديد من الفئات ومؤسسات المجتمع الأخرى.

أيضاً أظهرت النتائج أن مستوى أداء الشركات عينة البحث كان بدرجة تفوق الدرجة المتوسطة وفقاً للمتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد العينة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Olalekan, 2011) والتي أشارت إلى أن متوسط أداء الشركات كان بدرجة يفوق الدرجة المعتدلة. ويُعزى ذلك إلى الأداء الجيد للشركات من حيث زيادة أصولها أدى إلى زيادة المبالغ المخصصة للمسؤولية الاجتماعية والذي سيحقق معه زيادة في الرضا والولاء للعاملين تجاه الشركات عينة البحث من خلال ما تقدمه من مساهمات سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى المجتمع.

أشارت النتائج إلى وجود تأثير معنوي للبعد الإنساني على أداء الشركات، وعدم وجود تأثير معنوي للأبعاد الأخرى (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي) على أداء الشركات. ويعود السبب في ذلك إلى أن الممارسات التجارية المسؤولة التي تقوم بها هذه الشركات من أجل تنمية وتطوير المجتمع المحيط بها وتحقيق الرفاهية لأفرادها تؤدي إلى تقوية سمعة الشركة وتعزيز مكانة منتجاتها وخدماتها وبالتالي يساهم في ارتفاع مستوى أدائها مما يؤدي زيادة حصتها السوقية في المجتمع. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Mustafa, et al., 2012) فيما يتعلق فقط بالبعد الإنساني، بينما تختلف مع دراسات كل من (Adeneye & Ahmad, 2015; Becchetti, et al., 2013; رفيقة، 2004) والتي أشارت إلى وجود تأثير لبقية أبعاد المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات.

### توصيات البحث:

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقديم العديد من التوصيات والمقترحات لتعزيز الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات كما يلي:

- ضرورة محافظة الشركات البتروكيمياوية عينة البحث على ما حققته من مكانة سوقية وسمعة طيبة وسط المجتمع وذلك من خلال المحافظة على جودة منتجاتها، والعمل على تطوير تلك المنتجات بصورة مستمرة.

- اهتمام الشركات البتروكيمياوية عينة البحث بالبُعد القانوني كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية فلا بدّ من المحافظة على هذا النهج وتعزيزه وأن تكون عمليات التوظيف في هذه الشركات غير مرتبطة بالحدود الجغرافية التي تعمل فيها الشركتين.
- على الشركات البتروكيمياوية عينه البحث أن تولي المزيد من الاهتمام بالمناطق التي لم تنال حظها من مشاريع التنمية والتطوير وأن لا يقتصر دورها في المساهمات التي تقدم للبيئة المحيطة بها فقط.
- تعزيز جوانب الاهتمام بالسلامة المهنية والبيئية وتحسين ظروف العمل من خلال رفع مستوى منسوبها في هذا الجانب من خلال الدورات التدريبية المتخصصة واستخدام أحدث الانظمة والتقنيات لتحسين مستوى الأداء في الشركات المبحوثة.
- اعتبار أنشطة المسؤولية الاجتماعية من الأنشطة الملزمة للشركات في سلطنة عمان بمختلف أنواعها وأن تُوضع لها المخططات وتخضع للمراقبة والمتابعة من قبل المختصين.
- إجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في القطاعات الأخرى في سلطنة عمان وربطها بمتغيرات أخرى مثل: الريادة، التنمية المستدامة، الميزة التنافسية.

## المراجع:

### أولاً- المراجع العربية:

- 1- إدريس، وائل & الغالبي، طاهر، (2009). أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 2- الأسرج، حسين، (2014). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الاجتماعية، السعودية.
- 3- أنور، نورا، (2010). المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية. مركز المديرين المصري، القاهرة، مصر.
- 4- الحسن، بوبكر، (2014). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة: دراسة حالة مؤسسة نפטال وحدة باتنة. رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
- 5- حسينة، قلبو، (2015). دور إدارة المعرفة في تحسين الأداء المؤسسي: دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
- 6- رحمانى، الزهرة، (2014). تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للأشغال في الآبار، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- 7- رضوان، محمود، (2013). تقييم أداء المؤسسات في ظل معايير الأداء المتوازن. المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر.
- 8- رفيقة، سنيقرة، (2013). أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة إيلاف ترين الضياء لندرغاز، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- 9- السحيباني، صالح، (2009)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حاله تطبيقية على المملكة العربية السعودية. المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية، 23-25 مارس.

- 10- السعدي، سيف، (2010). المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص ودورها في دعم الجمعيات الأهلية بسلطنة عمان: دراسة ميدانية لمؤسسات القطاع الخاص والجمعيات الأهلية الخيرية في محافظة مسقط، رسالة ماجستير، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان.
- 11- العصبي، عايد، (2015). المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 12- العمري، أحمد، (2014). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية السنوية على المخاطر التشغيلية للشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان. رسالة ماجستير، جامعة جدارا، الأردن.
- 13- العززي، فهد، (2014). أثر المرونة الاستراتيجية في جودة الأداء المؤسسي: دراسة تطبيقية على شركة الطيران الكويتية. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 14- عواد، يوسف، (2010). دليل المسؤولية المجتمعية للجامعات. جامعة القدس المفتوحة، رام الله، فلسطين.
- 15- عوض، أنس، (2014). أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية: دراسة حالة الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 16- فلاق، محمد، (2013). المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية: دراسة حالة شركتي سوناطراك ورامكو السعودية أمودجاً، مجلة الباحث، 12، 29-38.
- 17- كحيلي، الجبارية، (2015). دور استراتيجية التصدير في تحسين الأداء المؤسسي: دراسة حالة مؤسسة حدود سليم لتوضيب وتصدير التمور. رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
- 18- مخلوفي، عبد السلام، وعبد العزيز، سفيان (2013). تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعدد الجنسيات، الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر.
- 19- مقدم، وهيبه، (2014). تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري. رسالة دكتوراه، جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

#### ثانياً- المراجع الإنجليزية:

- 1- Adeneye, Y. & Ahmad, M, (2015). Corporate social responsibility and company performance, Journal of Business Studies Quarterly, 7(1), 151-166.
- 2- Baron, D. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. Journal of Economics and Management Strategy, 16, 683-717.
- 3- Becchetti, L., Giacomo, S., & Pinnacchio, D. (2004). Corporate social responsibility and corporate performance: Evidence from a panel of US listed companies, XIII International "Tor Vergata" Conference on Banking and Finance, Transparency, Governance and Markets.
- 4- Carroll, A. & Buchholtz, A. (2003). Business & society: Ethics and stakeholder management. Mason: Thomson Learning.
- 5- Carroll, B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34(4), 39-48.

- 6- Coldwell, D. (2001). Perceptions and expectations of corporate social responsibility: theoretical issues and empirical findings. *South African Journal of Business Management*, 32(1), 49-55.
- 7- Drucker, P. (1998). *The Information executives truly need in measuring corporate performance*. Boston: Harvard Business Review.
- 8- Gherghina, S., Gaorgeta V., & Diana D. (2014). An empirical research on the relationship between corporate social responsibility ratings and U.S. and listed companies' value, Bucharest University of Economic Studies, Bucharest Romania.
- 9- Hopkins, M. (2004). *Corporate social responsibility: An issues paper*. ILO, Geneva: Working paper, 27.
- 10- Kaufmann, M. & Olaru, M. (2012). *The Impact of corporate social responsibility on business performance – Can It Be Measured, and if so, how?* The Berlin International Economics Congress, March 7th-10th.
- 11- Madorn, C. & Garcia, T. (2016). *Corporate social responsibility and financial performance: The Spanish case*. São Paulo, 56(1), 20-28.
- 12- Margolis, J. & Walsh, J. (2003). *Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business*. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305.
- 13- Mustafa, S., Osman, A., & Perumal, S. (2012). *Corporate Social responsibility and company performance in the Malaysian context*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 65, 897- 905.
- 14- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). *Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions*. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 303–311.
- 15- Olalekan, A. (2011). *Human rights, human wrongs and the rule of law: analysis and action*. *Journal of Social Science and Public Policy*, 3, 58-75.
- 16- Pride, M., & Ferrell, C. (1997). *Marketing concepts and strategies*, 9th Edition, Houghton, Mifflin Company, Boston, 1997.
- 17- Ray, S. (2004). *Performance implications of cooperate strategy behavior of firm in an emerging economy*. India institute of Management.
- 18- Schermerhorn, R. (2001). *Management*, 6th Edition, John wily & Sons, Inc., 126 – 127.
- 19- The World Bank, (2007). *Beyond Corporate Social Responsibility. The Scope for Corporate Investment in Community Driven Development*, Report No. 37379- GLP, 1.
- 20- Yusoff, W. & Adamu, M. (2016). *The relationship between corporate social responsibility and financial performance: evidence from Malaysia*, *International Business Management*, 10(4), 345-351.
- 21- Zwick, T. (2006). *The impact of training intensity on establishments' productivity*. *Labor Economics*. 11(5), 34-42.

## ثالثاً- المواقع الالكترونية:

- 1- <http://www.omifco.com/>
- 2- <http://www.oman-gas.com.om/>

## المحلقات:

### ملحق رقم (1) الاستبيان

#### أولاً- البيانات الديموغرافية:

- الشركة: ( ) الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال ( ) الشركة العمانية الهندية للسماح  
النوع: ( ) ذكر ( ) أنثى  
المؤهل العلمي: ( ) ثانوية فما دون ( ) دبلوم ( ) بكالوريوس ( ) دراسات عليا  
سنوات الخبرة: ( ) أقل من 5 سنوات ( ) من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات ( ) 10 سنوات فأكثر  
العمر: ( ) أقل من 35 سنة ( ) من 35 أقل من 45 سنة ( ) 45 سنة فأكثر  
مجال العمل: ( ) إداري ( ) مالي ( ) تسويقي ( ) فني ( ) أخرى

#### ثانياً- المسؤولية الاجتماعية:

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	الهدف الرئيسي للشركة هو تحقيق اكبر قدر من الربح.					
2	تسعى الشركة جاهدةً لخفض تكاليفها.					
3	تسعى الشركة إلى تحقيق أعلى العائدات للمساهمين وحملة الأسهم.					
4	من المهم للشركة أن تحافظ على مستوى عالي من المنافسة.					
5	من المهم للشركة المحافظة على مستوى عالي من الكفاءة التشغيلية.					
6	من المهم للشركة الناجحة أن تكون واحدة من الشركات التي تحافظ على مستوى ربح سنوي.					
7	يجب على الشركة أن تلتزم في أعمالها بالإطار القانوني للمجتمع.					
8	من المناسب أحياناً للشركة خرق بعض القوانين والتشريعات.					
9	يجب على الشركة أن تلتزم بجميع قوانين الدولة وتشريعاتها حتى وإن كان ذلك مكلفاً لها.					
10	من المهم أن تعمل الشركة بطريقة تتفق مع توقعات الحكومة والقانون.					

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11	يجب أن يحدد نجاح الشركة بمدى تحقيقها لالتزاماتها القانونية.					
12	من المهم تقديم سلع وخدمات توافق في جودتها الحد الأدنى من المتطلبات القانونية على الأقل.					
13	يتعين على الشركة أن لا تساوم على المعايير الأخلاقية للمجتمع من أجل تحقيق أهدافها.					
14	يتعين على الشركة تجنب إلحاق أي ضرر كان مهما كان الثمن.					
15	لا مانع أن تقوم الشركة أحياناً بالتغاضي عن بعض الأخلاقيات لتحقيق مكاسب اقتصادية.					
16	على الشركة أن تقدر وتحترم المعايير الأخلاقية الجديدة التي قام المجتمع بتبنيها.					
17	يجب أن يحدد نجاح الشركة بمدى تحقيقها لالتزاماتها الأخلاقية.					
18	إن نزاهة الشركة وتصرفاتها الأخلاقية تذهب أبعد من مجرد امتثال للقوانين والتشريعات.					
19	تعمل الشركة بشكل مستمر على تحفيز العمل التطوعي.					
20	يتعين على الشركة تخصيص موارد لدعم الثقافة والفنون .					
21	من المهم للشركة أن تعمل بطريقة تتوافق مع تطلعات المجتمع الإنسانية والخيرية.					
22	من المهم للمدراء والموظفين العاملين في الشركة المشاركة في النشاطات الإنسانية والخيرية في مجتمعاتهم المحلية.					
23	من المهم قيام الشركة بتقديم المساعدة للمؤسسات التعليمية الخاصة والعامة.					
24	من المهم قيام الشركة بدعم المشاريع التي من شأنها المساعدة في رفاهية المجتمع.					

### ثالثاً- أداء الشركات:

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
25	ارتفعت الحصة السوقية للشركة في العام الماضي.					
26	شهدت مبيعات الشركة عدم استقرار في النمو خلال السنوات الخمس الماضية.					
27	لم تحقق الشركة نمواً ملحوظاً في المبيعات مقارنةً بالشركة					

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	الرائدة في هذه الصناعة.					
28	بشكل عام نمت المبيعات بشكل أفضل مقارنة مع المنافسين.					
29	أدت الزيادة في المبيعات إلى تغيير حصتنا السوقية في هذه الصناعة في السنوات الثلاث الأخيرة.					
30	زاد العائد على أصول في العام الماضي.					

#### ملحق رقم (2) الأهمية النسبية المقابلة لمدى المتوسط الحسابي

مدى المتوسط الحسابي المقابل	الأهمية النسبية
من (1) إلى أقل من (1.8)	منخفضة جداً
من (1.8) إلى أقل من (2.6)	منخفضة
من (2.6) إلى أقل من (3.4)	متوسطة
من (3.4) إلى أقل من (4.2)	مرتفعة
4.2 فأعلى	مرتفعة جداً

## Practicing the Dimensions of Social Responsibility and its Impact on the Performance of Petrochemical Companies

---

**Abstract:** The concept of corporate social responsibility (CSR) has gained a significant interest in Sultanate of Oman in recent years. Thus, the current paper reviewed the importance of social responsibility and its role in enhancing companies performance of the petrochemical industries in the Sultanate of Oman. Two of the largest companies in this sector was selected (i.e. Omani India Fertilizer Company and Oman Gas Company). The comprehensive survey method was used where the questionnaires was distributed to all employees of the two companies. (147) of (200) questionnaires were retrieved. A descriptive and analytical approach was adopted in this study, and the data were analyzed using multiple regression analysis to test hypotheses. The results of this study indicated that the practices of social responsibility dimensions were at a high level. The economic dimension was found the highest, followed by the moral dimension, then legal dimension, then human dimension. The results indicated that the performance of companies was slightly more than average. The results also showed a significant and positive effect of only one dimension of social responsibility, namely, the human dimension on the performance, while showed no significant effect for other dimensions of social responsibility (i.e. economic, legal, and ethical dimensions).

**Keywords:** Social Responsibility, Economic Dimension, Legal Dimension, Ethical Dimension, Human Dimension, Performance, Petrochemical Companies, Sultanate of Oman.

---