



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة الاتصالات
الفلسطينية الخلوية جوال على الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة

إعداد

معاذ زكريا محمد إبراهيم

إشراف

د. سمر الشنار

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

2024

مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة الاتصالات
ال فلسطينية الخلوية جوال على الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة

إعداد

معاذ زكريا محمد إبراهيم

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/05/07، وأجيزت:


التوقيع

التوقيع

التوقيع

د. سمر الشنار
المشرف الرئيسي
د. ياسر شاهين
الممتحن الخارجي
د. فريد أبو ضهير
الممتحن الداخلي

الاهداء

إلى أسرتي العزيزة،

أود أن أعبر عن شكري العميق وامتناني لكل من ساهم في رحلتي الأكاديمية التي وصلت فيها إلى هذا الإنجاز الكبير بإتمام رسالة الماجستير، كنتم دعمًا حقيقيًا لي في كل خطوة على هذا المسار.

إلى أمي وأبي، لقد كنتما الروح والدافع وراء كل نجاح لي. كلمات الشكر قليلة بحق ما قدمتموه لي من دعم لا ينضب وتحفيز دائم. كل أمني لا تكفي للتعبير عن امتناني وحبّي لكما.

إلى أصدقائي الأعزاء، لقد جعلتم هذه الفترة من حياتي مليئة بالذكريات الجميلة واللحظات الرائعة.

شكرًا لكم على دعمكم المستمر وروحكم المرححة التي أضفتموها إلى رحلتي الأكاديمية.

إلى أبطال غزة من رحلوا ومن بقوا، لقد تعلمنا منكم قوة الإرادة والصبر والعزيمة، حماكم الله، ورحم الله شهداءكم.

وأخيرًا، أشكر كل من قام بتوجيهي وتحفيزي في هذا المجال، سواء أكانوا أساتذة، أم زملاء دراسة، أم أي شخص ساهم في تشكيل مسيرتي الأكاديمية.

هذه الرسالة هي امتناني الصادق وتقديري العميق لكل من كان له دور في تحقيق هذا الإنجاز. أنا ممتن جدًا وفخور بكل فرد في حياتي.

مع كل الحب والامتنان،

الباحث

معاذ إبراهيم

الشكر والتقدير

أرغب في تقديم كلمات الشكر والامتنان لكل فرد شارك في رحلتي نحو الحصول على درجة الماجستير.

هذا الإنجاز ليس مجرد نتيجة لجهدي الفردي، بل هو ثمرة تعاون ودعم رائع من قِبَلِكُمْ.

أشكُرُ عائلتي الرائعة التي كانت ورائي في كل خطوة. لقد كنتم المصدر الأكبر للتحفيز والدعم، ولن أنسى

أبدًا جهودكم اللامحدودة في تحقيق أحلامي الأكاديمية.

للأصدقاء الذين كانوا دائمًا حولي، شكرًا لكم على التحفيز واللحظات الرائعة التي جعلتموها جزءًا لا يتجزأ

من هذه الرحلة.

إلى أستاذتي الفاضلة المشرفة على رسالتي هذه سعادة

الدكتورة سمر الشنار العزيزة

أنا ممتن لك على ما بذلت من وقت وجهد في متابعة الرسالة من ألفها إلى يائها وتوجيهي في كل جزئياتها

ومحطاتها حتى نضجت واستوت على ساقها وأنت أكلها.

شكرًا لكل فرد في الجامعة، ولكل الزملاء الدارسين الذين شاركوا معي في هذه التجربة كل لحظة كان لها

معنى خاص في هذه الرحلة الرائعة.

وقبل كل شيء وبعده أشكر الله على هذه النعمة والفرصة لتطوير نفسي واكتساب المعرفة وتحقيق هذا

الإنجاز لا يكون إلا برعاية الله وتوفيقه.

الباحث

معاذ إبراهيم

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية جوال على الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالب: معاذ زكريا محمد إبراهيم

التوقيع: معاذ إبراهيم

التاريخ: 2024/05/07

فهرس المحتويات

ج	الاهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ط	فهرس الملاحق
ي	الملخص
1	الفصل الأول: الإطار العام للبحث
1	1.1 مقدمة الدراسة:
3	1.2 مشكلة الدراسة:
4	1.3 أسئلة الدراسة:
4	1.4 فرضيات الدراسة:
5	1.5 أهداف الدراسة:
5	1.6 أهمية الدراسة:
6	1.7 حدود الدراسة:
7	1.8 الصعوبات التي واجهت الباحث:
7	1.9 مصطلحات الدراسة:
8	1.10 الإطار النظري:
10	1.11 الإطار المفاهيمي:
10	1.11.1 مفهوم العلاقات العامة
11	1.11.2 تاريخ الصورة الذهنية
12	1.11.3 أهمية توظيف المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على الالتزام التنظيمي:
13	1.11.4 إدارة السمعة:
15	1.12 الدراسات السابقة:
15	1.12.1 الدراسات العربية.
21	1.12.2 الدراسات الأجنبية.

26	1.12.3 تعقيب الباحث على الدراسات السابقة
28	الفصل الثاني: منهجية الدراسة
28	2.1 منهج الدراسة:
28	2.2 مجتمع الدراسة:
28	2.3 عينة الدراسة:
30	2.4 أداة الدراسة:
31	2.4.1 صدق الاستبانة:
31	2.4.2 ثبات الاستبانة:
31	2.5 إجراءات الدراسة
31	2.6 المعالجات الإحصائية
32	الفصل الثالث: نتائج الدراسة
32	3.1 النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة
33	3.2 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة
43	الفصل الرابع: مناقشة النتائج والتوصيات
45	4.1 مناقشة النتائج
45	4.1.1 مناقشة السؤال الأول
46	4.1.2 مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
47	ثانيا: مناقشة نتائج فحص الفرضية الثانية التي نصها:
48	ثالثا: مناقشة نتائج فحص الفرضية الثالثة التي نصها:
50	4.2 التوصيات
52	قائمة المصادر والمراجع
55	الملاحق
B	Abstract

فهرس الجداول

- جدول رقم (3:1) توزيع عينة الدراسة تَبَعاً لمتغير الجنس 29
- جدول رقم (3:2) توزيع عينة الدراسة تَبَعاً لمتغير مكان الإقامة 29
- جدول رقم (3:3) توزيع عينة الدراسة تَبَعاً لمتغير سنوات العمل في الشركة، بنظام الشركة بعد إتمام الموظف سنتين يتم تثبيته، وبالتالي لا يوجد في الفئات 3 سنوات ولا يوجد 4 سنوات 30
- جدول رقم (3:4): توزيع عينة الدراسة تَبَعاً لمتغير طبيعة العقد 30
- جدول رقم (4:1) ميزان النسب المئوية للاستجابات 32
- جدول رقم (4:2) المتوسطات الحسابية والنسب المئوية 33
- جدول رقم (4:3): نتائج اختبار (ت) تَبَعاً لمتغير الجنس 35
- الجدول (4:4) نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير مكان الإقامة 37
- الجدول (4:5) نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغيرات العمل في الشركة 39
- الجدول (4:6): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير طبيعة العقد 41

فهرس الملاحق

- 55 ملحق رقم (أ): محكمو أداة الاستبانة
- 56 ملحق رقم (ب): أداة الدراسة
- 59 ملحق رقم (ج): أسئلة المقابلة

مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية جوال على الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة

إعداد

معاذ زكريا محمد إبراهيم

إشراف

د. سمر الشنار

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في ممارسات العلاقات العامة بشركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية "جوال" وتأثيرها على تعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين. وتعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات أحد المفاهيم الأساسية التي تساهم في بناء صورة إيجابية للشركة وتعزيز الولاء والانتماء بين الموظفين. ومن خلال هذه الدراسة تم تقييم مدى توظيف العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال، وتحديد تأثير هذه البرامج على مستوى الالتزام التنظيمي للموظفين، بالإضافة إلى استكشاف الآليات والتكتيكات التي يمكن تطويرها لتعزيز الالتزام التنظيمي من خلال ممارسات العلاقات العامة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، مستخدمة الاستبانة والمقابلات المعمقة لجمع البيانات. شملت العينة 100 موظف في شركة جوال، وتم تحليل 70 استبانة بعد استبعاد غير الصالحة.

أظهرت نتائج المقابلات أن توظيف العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال له تأثير إيجابي على الالتزام التنظيمي للموظفين. وبالنسبة لنتائج الاستبانة، بلغت نسبة استجابة أفراد العينة نحو توظيف المسؤولية الاجتماعية لتعزيز الالتزام التنظيمي 82.50%، ولم تظهر فروق معنوية مرتبطة بمتغيرات الجنس (باستثناء فقرة 4 لصالح الذكور)، أو مكان الإقامة، أو سنوات العمل، أو طبيعة العقد.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، العلاقات العامة، الالتزام التنظيمي، شركة جوال

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

1.1 مقدمة الدراسة:

يُعدُّ إيمانُ المؤسسةِ بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الأفراد العاملين في المؤسسة وخارجها أمراً مهماً وضرورياً من أجل كسب تأييدهم لها، وبخاصة العاملين فيها لما لها من أثر كبير في تعزيز انتمائهم لها، ممّا يؤدي إلى تطوُّر المؤسسة. "إنَّ المسؤولية الاجتماعية للمنظمة خاصة تعمل على تحسين الرضا الوظيفي بشكل مباشر؛ لأنَّ إظهار الاستجابة الاجتماعية للمنظمة سيرضي المتطلبات الاجتماعية للموظفين" (إبراهيم، 2015).

ويُعتبرُ موضوعُ المسؤولية الاجتماعية من المواضيع المهمة في الكثير من الدول المتقدمة حيث أدخلته في إستراتيجياتها وخطتها، وذلك لِحَثِّ الشَّرِكَاتِ على تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية لیساعد الحكومة في حل مشكلات المجتمع. ومن ناحية أخرى، بالنسبة لمؤسسات القطاع الخاص، فإنَّ دَوْرَ المسؤولية الاجتماعية لا يتوقف على تأثيرها الإيجابي للبيئة والمواطنين، بل يُسهمُ في تحسين سمعة المنظمة، وهذا يُكسبها الثقة واحترام المجتمع (السبيعي، 2017).

عندما تقوم المنظمة ببناء إستراتيجيتها طويلة الأمد، بحيث تُوائِمُ فيها بين الأداء الاقتصادي والأداء الاجتماعي والأداء البيئي، تُصبحُ المسؤولية الاجتماعية جزءاً من المنظمة، وتُضيفُ قيمةً طويلة الأمد لها وللمجتمع بشكل عام، وتحصل المنظمة على مجموعة من الفوائد التي تتمثل في تخفيض المخاطر والتكاليف، وكذلك تعظيم الأرباح والمزايا التنافسية، وزيادة مشروعية عملها في المجتمع. بالإضافة إلى أنَّ تحسين الأداء المالي والزيادة في حجم المبيعات يؤثر إيجابياً في الصورة الذهنية، وقدرة المنظمة في استقطاب الموظفين، والإبقاء عليهم (إبراهيم، 2015).

وتتجلى أهمية المسؤولية الاجتماعية في زيادة الدافعية أو الحوافز، والعمل كفريق، وتقليل النزاعات الداخلية، والحد من الممارسات اللأخلاقية، وتحقيق التضامن الاجتماعي داخل المنظمة (إبراهيم، 2015).

يشعر الموظفون الذين يتمتعون بمستويات عالية من الالتزام التنظيمي بأنهم على اتصال قوي، ويشعرون أنهم ملائمون، ويفهمون أهداف الشركة، وتتمثل القيمة المضافة لهؤلاء الموظفين في أنهم يميلون إلى أن يكونوا أكثر تصميمًا في عملهم، وأكثر قدرةً على إظهار مستويات إنتاجية عالية نسبيًا، وأنهم أكثر نشاطاً في تقديم الدعم لغيرهم؛ لذلك يمكن القول: إنَّ الالتزام التنظيمي الذي يتكون لدى الموظف من خلال توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية التي تنظمها العلاقات العامة يعتبر مؤشراً للالتزام الموظف.

وبناءً على ما سبق تأتي أهميَّة هذه الدراسة التي تتناول مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال في الالتزام التنظيمي لموظفي الشركة، وذلك لمعرفة العلاقة بين تطبيق العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية للموظفين وبين التزامهم التنظيمي.

فعند الحديث عن برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال، وتأثيرها في الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة نرى أنَّ الالتزام التنظيمي يعبر عن الحالة النفسية التي يُكوِّنها الموظفُ حول مدى ارتباطه بالشركة، فهو الاعتقاد والقبول التامُّ من الموظفين تجاه قيم الشركة، وأهدافها، ورغبتهم في بذل أكبر جهدٍ وعطاء، والالتزام بمهامهم مع الرغبة في الاستمرار فيها في المستقبل؛ لذلك نجد أنَّ شركة جوال تولي اهتماماً كبيراً لموضوع بناء واعتماد استراتيجية واضحة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية؛ إيماناً منها بتأثير هذه البرامج إيجابياً في انتماء الموظف ومستوى إنتاجيته، تستعرض هذه الدراسة أهم البرامج وآلية تطبيقها من العلاقات العامة في شركة جوال؛ لكوِّنها دراسة حالةٍ مخصصة لتطبيق نتائج الدراسة.

1.2 مشكلة الدراسة:

أصبحت المؤسسات في الوقت الحالي تؤمن بضرورة المسؤولية الاجتماعية وأهميتها وتطبيقها لكسب تأييد المجتمع الخارجي، وكذلك الأمر كسب ولاء العاملين فيها، ومن خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة التي تتعلق بالعلاقات العامة وبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تطبقها، يتضح أنها درست تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية على الجمهور الخارجي، وأن قلة قليلة جداً اهتمت بتأثيرها الداخلي في العاملين. مثال على هذه الدراسات دراسة بعنوان: "الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك"، ودراسة بعنوان: "سبل وآليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية للشركات"، ودراسة بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال".

وَمِنَ الجديرِ ذكره في هذه الدراسة أنّ الأراضي الفلسطينية تشهد تعقيدات سياسية واقتصادية تؤثر بشكل كبير في قدرة المؤسسات على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية بفعالية. وبالرغم من ذلك تُظهرُ التجاربُ الفلسطينية أنّ هناك نجاحاتٍ ملموسةً، فبعض المؤسسات نجحت في توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل فعّال، وساهمت في تحسين الجوانب الاجتماعية والبيئية في المنطقة، وتعكس هذه التجاربُ كيف يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دوراً مهماً في تعزيز الالتزام التنظيمي للمؤسسات في ظل التحديات التي تواجهها الأراضي الفلسطينية، بناءً على هذه السياقات تشمل توصيات هذه الدراسة توجيهات حول كيفية تعزيز دور العلاقات العامة في تطوير برامج المسؤولية الاجتماعية، وتعزيز الالتزام التنظيمي.

وتتمثل مشكلة الدراسة في السؤال المحوري الآتي: مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين في شركة جوال.

1.3 أسئلة الدراسة:

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة للإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما مدى توظيف العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال؟

2. ما برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية التي تطبقها العلاقات العامة في شركة جوال؟

وما تأثيرها على مستوى الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة؟

3. ما تأثير توظيف العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في الالتزام التنظيمي للموظفين

في شركة جوال؟

4. ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي يمكن أن تطورها إدارة العلاقات العامة في شركة جوال لتعزيز

الالتزام التنظيمي لدى الموظفين؟

1.4 فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: توظيف العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال يتم بشكل فعال ويساهم في تعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين.
- الفرضية الثانية: برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية التي تطبقها العلاقات العامة في شركة جوال تشمل مبادرات متنوعة وتؤثر إيجابياً على مستوى الالتزام التنظيمي لدى الموظفين.
- الفرضية الثالثة: توظيف العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال يعزز الالتزام التنظيمي للموظفين بشكل كبير.
- الفرضية الرابعة: تطوير آليات وتكتيكات مستقبلية من قبل العلاقات العامة في شركة جوال سيساهم في تعزيز الالتزام التنظيمي لدى الموظفين.

1.5 أهداف الدراسة:

يسعى الباحث لتحقيق الأهداف الآتية:

1. دراسة وقياس دور العلاقات العامة ومسؤولياتها في توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية والتأكد من جزئيتها ومهامها في هذا الجانب ومدى اضطلاعها بهذا الدور بالتعاون مع إدارة أخرى في شركة جوال.
2. التعرف إلى برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية المطبقة في العلاقات العامة لشركة جوال.
3. استكشاف مدى تطبيق العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال.
4. معرفة مستوى الالتزام التنظيمي لموظفي الشركة في ضوء تطبيق العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية.
5. التعرف إلى الآليات والتكتيكات المستقبلية لبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبعها العلاقات وعلى شركة جوال اتخاذها لتعزيز الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة.

1.6 أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في جانبين: الأول يتمثل في أهمية الدراسة النظرية، وجزى اختيار هذا الموضوع نظراً للزيادة الملحوظة في اهتمام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية، والدور الحيوي الذي تضطلع به في تعزيز سمعتها واستدامتها. وتعتبر العلاقات العامة جسراً أساساً لتطبيق هذه البرامج وتنفيذها، مما يجعل دراسة تأثيرها في الالتزام التنظيمي للموظفين أمراً ضرورياً. ومن خلال التركيز على شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية "جوال" يُمكن للبحث تقديم نظرة معمقة على كيفية تفعيل المسؤولية الاجتماعية في سياق عملي حقيقي، مما يضيف قيمة عملية ونظرية. وتساهم نتائج هذا البحث في إثراء الأدبيات العلمية، حيث توفر إطاراً نظرياً يمكن استخدامه في دراسات مستقبلية، كما ستقدم نموذجاً عملياً يمكن للشركات الأخرى في قطاع الاتصالات والقطاعات المشابهة الاستفادة منه. وعلاوة على ذلك يمكن للنتائج أن تُحفز المزيد من الدراسات التي تستكشف تأثيرات أخرى للمسؤولية الاجتماعية على جوانب مختلفة من الأداء التنظيمي، مثل

الرضا الوظيفي والإنتاجية. ومن خلال تقديم توصيات مبنية على أدلة علمية سيساعد البحث الشركات في تطوير سياسات وإجراءات فعّالة تعزز بيئة العمل الإيجابية والمستدامة، مما يعزز الالتزام التنظيمي للموظفين ويدعم الأداء العام للشركة.، ويتوقع الباحث أن تمثل إضافة علمية جديدة للمكتبات العربية وبخاصة أنها تقتصر إلى دراسة كهذه، وأمّا الجانبُ الثاني: فيتمثل في الأهمية التطبيقية التي ستعكس في نتائج الدراسة التي ستفيد شركة جوال من خلال توضيح الأثر الخاص في برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في التزام موظفيها التنظيمي، وستفيد أيضاً شركات الاتصالات بشكل عام وشركات القطاع الخاص على اختلاف مجالات عملها، فالدراسة سيكون لها دورٌ في مساعدة شركة جوال على فهم أهمية وتأثير توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الالتزام التنظيمي لموظفيها، مما يمكنها من تطوير آليات وتكتيكات مستقبلية فعّالة. وتهدف الشركات إلى تطوير برامجها الداخلية والخارجية لزيادة ولاء الموظفين وانتمائهم من خلال توفير بيئة عمل مثالية تلبّي احتياجاتهم وطموحاتهم. وهذه العلاقة المتبادلة تساهم في تحسين أداء الموظفين وتعزيز علاقة الشركة بهم، مما يدعم الأداء العام للشركة، وستفيد أيضاً الباحثين في هذا المجال.

1.7 حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية "جوال" الكائنة في رام الله، حيث اختار الباحث هذه الشركة؛ لِكُونِهِ عَمَلٌ بها مدةً سنتين سابقاً (2020-2022)، وهو على اطلاع على مجال عملها واختصاصها، مما يساعده على الحصول على البيانات التي يحتاج إليها بسهولة. الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية للدراسة من أيار 2022؛ لِكُونِ الشركة شهدتِ ازدياداً في حاجتها لتوفير موارد بشرية داخلية بأعداد كبيرة؛ نظراً لازدياد متطلبات العمل، وفي ظل وجود منافس للشركة، الأمر الذي يستدعي زيادة اهتمام دائرة العلاقات العامة في الشركة بتوثيق واستحداث برامج داخلية للمسؤولية الاجتماعية.

الحدود البشرية: تستهدف هذه الدراسة موظفي العلاقات العامة في شركة جوال؛ لكونهم المحرك الأساسي في دراسة تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في التزامهم التنظيمي.

الحدود الموضوعية: تتناول هذه الدراسة مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بهدف تعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية "جوال".

1.8 الصعوبات التي واجهت الباحث:

1. قلة الدراسات والأبحاث المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة من حيث مدى ملاءمتها وانسجامها مع نظرية المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على الالتزام التنظيمي.

2. التغييرات الداخلية الإدارية في الشركة المطروحة كدراسة حالة والتي دخلت في عملية دمج أثرت على الحصول على المعلومات وسير الأدوات البحثية المستخدمة.

1.9 مصطلحات الدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية (اصطلاحاً) عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ومجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها "الإلتزام المستمر من منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقياً، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية وحماية البيئة، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل بهدف تحسين جودة الحياة للأطراف جميعها" (إبراهيم، 2015).

العلاقات العامة (اصطلاحاً): وظيفة من الوظائف الإدارية المتمثلة بتقويم الاتجاهات العامة للإدارة نحو الآخرين، فضلاً عن موقف الآخرين من السياسات والأساليب التي تضعها الإدارة، إذ إنّ هذه الوظيفة تستكمل وظائف الإدارة الخاصة بالتخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والرقابة لبرامج العمل اللازمة لتفهم الجمهور المستهدف (يونس، 2008).

الالتزام التنظيمي (اصطلاحاً): الالتزام التنظيمي هو حالة نفسية تعبر عن مدى ارتباط الموظف بالمنظمة ودرجة استعداده للبقاء فيها والمساهمة في تحقيق أهدافها. ويعكس هذا الالتزام مدى اعتقاد الموظف أنّ العمل في المنظمة يُلبّي احتياجاته ويعزز شعوره بالانتماء والولاء تجاهها. وَوَفَّقاً لِمَا ذَكَرَهُ موودي وستيرز وبورتر (1979) يُعَرَّفُ الالتزامُ التنظيميُّ بأنَّه "الحالة النفسية التي تصف علاقة الموظف بالمنظمة وتأثيرها على قراره بالبقاء في المنظمة (Mowday, Steers, & Porter, 1979).

شركة جوال: هي واحدة من مجموعة الاتصالات الفلسطينية التي تعمل في مجال توفير خدمات الاتصال الخليوي، وتأسست في عام 1999 (الموقع الإلكتروني لشركة جوال).

1.10 الإطار النظري:

نظرية المسؤولية الاجتماعية

تستخدم نظرية المسؤولية الاجتماعية والتبادل الاجتماعي لتوفير الأساس النظري لتوضيح الرابط بين المسؤولية الاجتماعية للشركات الداخلية، ومشاركة العمل. وتقرح النظرية أنّ التفاعلات البشرية يُنظّمها تحليلٌ موضوعيٌّ للتكلفة والفوائد، ويستند إلى مقارنة البدائل، وَوَفَّقاً للتبادلات الاجتماعية بين الموظفين والمنظمة هي في الغالب رمزية، وترتكز على مصادر غير مادية، وتنظم عملية التبادل قواعد المعاملة بالمثل. وتُوجد دلائلٌ بحثيةٌ كبيرةٌ تدعّم حالات المعاملة بالمثل. وتعتمد معايير المعاملة بالمثل على التوجهات السلوكية للموظفين التي يجب على الموظفين بموجبها مساعدة الذين ساندوهم في الماضي. يتبادل الموظفون المزايا المتلقاة من المنظمة، مثل: الاهتمام الصادق الذي أبدته المنظمة بشأن رفاهيتهم، وتحققهم من الوعود الضمنية (Zulfiqar, 2019).

وطبقت بعض نماذج مختلفة من التبادل الاجتماعي على جوانب مختلفة من العمل مثل الدوران، وسلوك المواطنة التنظيمية، والثقة في الإدارة، والاتفاقية النفسية. وتعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية والتبادل الاجتماعي إطاراً تحفيزياً مؤثراً لشرح المشاركة المحددة للموظفين في السلوكيات التقديرية؛ لأنّ هذه السلوكيات

ليست إلزامية، ولا معترف بها من أي أنظمة المكافآت الرسمية للمنظمة، وبالنسبة لمثل هذه السلوكيات يكون التبادل الاجتماعي مماثلاً، ويمكن أن يشير إلى التفاعلات الشائعة التي تتطور باستمرار دون حد زمني، وتستند إلى الفوائد الاجتماعية (Zulfiqar, 2019).

واختار الباحث هذه النظرية؛ لِملاءمتها لطبيعة موضوع الدراسة الذي يسعى إلى دراسة مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال في الالتزام التنظيمي لموظفي الشركة، ويتوقع أن تساعد الباحث في الوصول إلى نتائج لهذه الدراسة * لِكُونِهَا تؤكد موضوع المعاملة بالمِثل، فهذا ما يتفق مع الدراسة أيّ إنّه إذا كانت الشركة تعامل الموظفين باحترام، وتوفر لهم احتياجاتهم، فهذا سيساعد في التزامهم التنظيمي، وزيادة ولائهم للمؤسسة، وكذلك زيادة إنتاجيتهم.

فَمِنْ أهمّ ما يُميّزُ النَّظَريَّاتِ قدرتها الدائمة على بعث التساؤلات التي تستدعي البحث والدراسة، ومن خلال هذه الدراسة اعتمدَ الباحثُ على نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومدى توظيف العلاقات العامة لهذه النظرية لتعزيز الالتزام التنظيمي لدى موظفي شركة جوال؛ لِكُونِهَا هي حالة الدراسة، ومن هنا نتناول الأهمية النظرية، فإن الأساس الفكري الذي انطلقت منه نظرية المسؤولية الاجتماعية هو أنّ الحريةَ حقٌّ وواجبٌ ونظام في الوقت ذاته، أيّ إنّ الحريةَ حق وراه واجب لا بد أن يشعر به الشخص المستمتع بهذه الحرية، فعندما تسير العلاقات العامة بهذا التفسير، فهي تعزز فكرة الالتزام التنظيمي بمفهوم نظري يخلق قناعة لدى الموظف مُفَادُهَا أنّ لديه حُرِّيَّةً يترتب عليها واجباتٌ يجب الالتزام بها، فقد أضافت نظرية المسؤولية الاجتماعية مبدئين جديدين هما: الالتزام الذاتي بالمواثيق الأخلاقية التي تحقق التوازن بين الحرية ومصلحة المجتمع والالتزام الاجتماعي في تقييم الأحداث الجارية، وتفسيرها في إطار له معنى.

1.11 الإطار المفاهيمي:

1.11.1 مفهوم العلاقات العامة

يُعرِّف Seitel (2004) بكثرة تعاريف العلاقات العامة، إلا أنه عرّفها بالعملية المخططة الهادفة للتأثير في الرأي العام من خلال العمل الصادق الذي يركز على القناة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها، وهي المعلومات التي تقدمها المؤسسة للجمهور بهدف إقناعهم لتسخير توجهاتهم وأعمالهم نحو المؤسسة. كما يبدو أن عجوة (2001) في كتابه "العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق" له رأي آخر، حيث أوضح أنّ العلاقات العامة لا تتغير بتغير الأنظمة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، بل هي ثابتة لا تتغير وتختلف، فطبيعة العلاقات العامة كعملية مستمرة تتكوّن من أربع مراحل أساسية هي: البحوث، والتخطيط، وتنفيذ البرامج، والتقييم. ولا ينفي عجوة اختلاف الأهداف في المؤسسة التي تسعى إلى الربح عنها في المؤسسة غير الربحية، على الرغم من وجود بعض الأهداف المشتركة بينها. ويؤكد مدير عام العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز بأن العلاقات العامة لا تعتبر وسيلة للدفاع عن المؤسسة أو المنظمة لتعطي صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي دأبٌ وسعيٌّ قائمٌ ومستمرٌ من قِبَلِ المنظمة وإدارتها لكسبِ ثقة الجمهور من خلال الأعمال والخدمات التي تكسب تأييدهم واحترامهم. حيث أوضح أنّ عدَمَ الإقرار بأهمية العلاقات العامة يجعل منها ذات طابعٍ ارتجالي يجعلها فعالة ونشطة في بعض الأحيان وساكنة في أحيان أخرى، إضافة إلى ذلك ما يعتبره البعض أنها وظيفة مقتصرة على النشر في الدعاية أو الإعلان، وهذه المهمة في واقع الأمر لا تتجاوز إحدى الوسائل والأدوات التي تستخدمها العلاقات العامة في إيصال رسائلها إلى جماهيرها المختلفة (السريع، 2005).

ويرى البدر (1992) أنّ هناك فرقاً بين العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية؛ فالعلاقات العامة تبحث في علاقة المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي، بشكل جماعي وفردى، في حين تبحث العلاقات الإنسانية في السلوك الإنساني وعلاقات الفرد المختلفة. ويتداخل العالمان في كونهما يبحثان في مجال فهم نفسية الفرد، وإشعاره بقيمته وإنسانيته، والتعامل معه على أساس ذلك. ويخلص البدر إلى القول: إنّ من الصعوبة الاتفاق

على تعريف موحد يُجمعُ عليه ممارسو النشاط، ويمكن التغلب على هذه الصعوبة إذا عرفنا الأنشطة التي يمارسها مسؤول العلاقات العامة في عمله اليومي. ويذهب عوجة (2003) إلى أنَّ مفهومَ العلاقات العامة لا يختلف في المنظمات المختلفة مهما تنوعت نشاطاتها أو الفلسفات السياسية التي تُحرِّكها، إلا أنَّ هذا الاختلاف قد ينعكس على الدَّور الذي تقوم به العلاقات العامة في المنظمات المختلفة، والعلاقات العامة ليست كلاماً طيباً يُقال، أو عبارات معسولة تُردَّدُ بين الحين والآخر، وإنما هي عمل فعلي تبدو نتائجه واضحة ملموسة تبدد كل شك، وتهدم أيَّ ادِّعاءٍ لا يتفق مع الواقع (دراغمة، 2011).

ويرى الباحث أنَّ مفهومَ العلاقات العامة يتلخص في أنها عبارة عن جهود تخطيط وتنظيم أعمال، واتصال وتواصل مع جماهير المنظمة، سواء الجمهور الداخلي المتمثل بموظفي المؤسسة والجمهور الخارجي المتعامل مع المنظمة، إضافة إلى بناء وإدارة سمعة المنظمة، وتكوين صورة ذهنية إيجابية لدى جماهير المنظمة، والعمل على تعزيز وترسيخ سمعة جيدة وصورة ذهنية طيبة.

1.11.2 تاريخ الصورة الذهنية

الصورة الذهنية: "انطباع صورة الشيء في الذهن"، أو بتعبير أدق: "حضور صورة الشيء في الذهن"، ويعود مصطلح الصورة الذهنية في أصله اللاتيني إلى كلمة (IMAGE) المتصلة بالفعل (IMITARI)، "يحاكي" أو "يمثل"، وعلى الرغم من أن المعنى اللُّغويَّ للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل إلا أنَّ معناها الفيزيائي "الانعكاس"، وهو المعنى الذي أشار إليه معجم ويبستر "تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة نحو شخص أو شيء معين."

وجرى استخدام مصطلح الصورة الذهنية Image مع بداية النصف الثاني من القرن الماضي، وذلك عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير في الحياة الأمريكية، وقد كان لظهور كتاب "تطوير صورة المنشأة" للكاتب الأمريكي لي برسيبتول في العام 1960 أثر كبير في نشر مفهوم الصورة، ومنذ ذلك الوقت اهتمت دائرة العلاقات العامة بالدراسات والبحوث، وإجراء الاستطلاعات الخاصة بالصورة الذهنية، وذلك نتيجة الاهتمام المتزايد لتقديم صورة أفضل عن المؤسسات، أو الأشياء، والأشخاص إلى الجمهور، حيث تعمل

الإدارات تلك على "هندسة الرأي لدى عامة الناس" ، وذلك من خلال العلاقات العامة والإعلام، حيث تسهم بفعالية في توجيه رأي العامة، بقبول، أو رفض فكرة بعينها، وذلك من خلال الصورة التي تنقلها تلك الإدارات، وهناك تعريفات عديدة للصورة الذهنية وجميعها تؤكد على أن الصورة عادة ما تتكون من خلال ما يراه، أو يسمعه، أو من خلال التجربة والتنشئة، وبالتالي يتصرف الشخص تجاه الأشخاص، أو الأشياء وفقاً للتصور الذهني الموجود لديه، ومن التعريفات تلك ورد تعريف كلمة Image في قاموس (وبستر) الدولي في طبعته الثانية بأنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي إحياء، أو محاكاة لتجربة حسية، وهي أيضاً استرجاع لما اختزنته الذاكرة، أو تحيُّل لما أدركته حواس الرؤية، أو السمع، أو اللمس، أو الشم، أو التذوق.

وهناك من يعرفها بأنها: "تعبير يستخدم لوصف مجموعة المعتقدات التي يحملها الفرد عن شيء معين"، ويعرفها جفكينز بأنها: "الانطباع الصحيح والحقيقي"، إلا أنها الانطباع الذي تكوّن عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحاً أم لا (آل تويم، 2004). وهذا ما ينطبق مع أهداف الدراسة من حيث المفهوم.

وعرّف الباحث الصورة الذهنية إجرائياً بأنها: عبارة عن مجموعة من الانطباعات والأفكار التي يُكوّنها ويحملها الفرد عن المؤسسة أو شخص أو منتج أو خدمة، وقد تكون هذه الانطباعات والأفكار صحيحة أو خطأ، وقد تكون إيجابية أو سلبية وذلك بناء على السبب الذي تكون في هذا الانطباع أو فكرة عند الفرد.

1.11.3 أهمية توظيف المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على الالتزام التنظيمي:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) من المفاهيم الحيوية في عالم الأعمال الحديث، حيث تمثل التزام الشركات بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال تحسين ظروف العمل والمجتمع بشكل عام. وتلعب المسؤولية الاجتماعية دوراً محورياً في تعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين، ممّا ينعكس إيجاباً على أداء الشركة وبيئة العمل. وتتجلى أهمية توظيف المسؤولية الاجتماعية في تحسين سمعة الشركة، حيث تُعتبر الشركات التي تتبنى ممارسات المسؤولية الاجتماعية أكثر جاذبية للعملاء والمستثمرين والموظفين، ممّا يساهم في

بناء صورة إيجابية للشركة وتعزيز قدرتها على المنافسة في السوق (Carroll, 1999). كما أن الموظفين الذين يشعرون بأن شركتهم تساهم في المجتمع وتلتزم بمسؤولياتها الاجتماعية يكونون أكثر ولاءً وانتماءً للمؤسسة، مما يعزز من رغبتهم في البقاء في الشركة لفترة أطول (Meyer & Allen, 1991) وبالإضافة إلى ذلك يساعد تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق بيئة عمل إيجابية تشجع على التعاون والاحترام المتبادل بين الموظفين، مما يؤدي إلى تحسين الرضا الوظيفي وزيادة الإنتاجية (Turker, 2009). ويظهر تأثير المسؤولية الاجتماعية على الالتزام التنظيمي بشكل واضح من خلال تعزيز الالتزام العاطفي للموظفين، حيث يشعر الموظفون بالفخر والانتماء للمؤسسة التي يعملون بها، مما يدفعهم للعمل بجِدِّيَّة أكبر والمساهمة بفاعلية في تحقيق أهداف الشركة. وينبع هذا الالتزام العاطفي من شعور الموظفين بأن شركتهم تتبنى قيماً تتجاوز الربح المادي لتشمل المساهمة في رفاهية المجتمع والبيئة.

1.11.4 إدارة السمعة:

تعتبر السمعة من الأمور المهمة جداً، وذات قيمة كبيرة في المؤسسة، حيث إنَّ أهميَّتها وقيمتها لا تختلف كثيراً عن أهمية الأصول المادية في المؤسسة (المكاتب والآلات وغيرها)، فهي تشكل رأس المال الحقيقي للمؤسسة، وهي في الوقت نفسه أساس نجاحها وقيامها وتميزها واستمرارها، وهي التي تعمل على صناعة صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة، (سليم، 2018).

وإنَّ العلاقات العامة هي النظام الذي يعنى بالسمعة، بهدف كسب التفاهم والدعم والتأثير في الرأي والسلوك، فهو جهود مخططة ومستمرة لإنشاء والحفاظ على حُسن النية والتفاهم المتبادل بين المنظمة والجمهور (Bailey, 2018).

وقد عرّف معهدُ السمعة في المملكة المتحدة السمعة بأنها: كل ما يتوقعه العاملون من منظماتهم حتى بعد تقديم المنتجات والخدمات؛ لتؤكد الانفتاح الشامل والاتصالات الصادقة مع كل الأطراف المؤثرة في المنظمة.

وأهمية سمعة المنظمة تتبع من كونها مصدر التميز، فالسمعة الجيدة والطيبة هي أداة تحقق من خلالها المنظمة أهدافها وإستراتيجياتها، كما أنها تمثل مصدراً للثقة والمصادقية، خاصة في أوقات الأزمات، حيث إنَّها تعمل على زيادة الفاعلية التنظيمية وتحسين الجودة، وتمنح المنظمة الثقة، وتُسهم في إيجاد مناخ تنظيمي متميز، كما أنها تعمل على جذب الخبرات والمواهب والكفاءات، وتتيح الفرصة للمنظمة لعقد اتفاقيات وشراكات (مطر، 2018).

ومن هنا تأتي أهمية إدارة السمعة (REPUTATION MANAGEMENT) التي تقوم على تقديم الأشخاص والأفراد وأفكارهم والمنظمات والمؤسسات من أجل تكوين انطباعات وصورة ذهنية إيجابية عنهم (الزويري، 2017) حيث تُعرَّف إدارة السمعة على أنها كافة الجهود الاتصالية المنظمة والمستمرة والمتواصلة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، والتي تقوم بها المنظمة من أجل بناء وتطوير علاقات قوية ومنتينة مع جماهيرها المختلفة، سواء الداخلية أو الخارجية، وذلك لكسب ولائهم وثقتهم ورضاهم بالمنظمة، وبالتالي فإنَّ المنظمة تعمل على تكثيف الجهود الاتصالية من خلال اعتماد وتوظيف إستراتيجيات وتكتيكات اتصالية من أجل تشكيل سمعتها بشكل متميز (محمد، 2015).

وعليه فإنَّ أهمية إدارة السمعة للمؤسسة تتبع من أنها تعمل على تقوية وتوثيق الروابط بين المؤسسة وجمهورها، وتعمل على كسب رضاهم وزيادة ولائهم، وثقتهم بالمؤسسة (محمد، 2015). والذي اعتدَّ عليه في صياغة أسئلة الاستبانة.

وعرَّف الباحث إدارة السمعة إجرائياً بأنها: عملية حديثة تقوم بها المؤسسة من خلال العلاقات العامة لتحسين العلاقات والاتصال وتكوين انطباعات وأفكار إيجابية وصورة ذهنية طيبة لدى جمهورها المختلف الداخلي والخارجي حول المؤسسة وموظفيها وخدماتها ومنتجاتها.

1.12 الدراسات السابقة:

1.12.1 الدراسات العربية.

- دراسة لطرش (2020) بعنوان "أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية المدركة على الالتزام التنظيمي للعاملين".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية المدركة على الالتزام التنظيمي للعاملين. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة للحصول على البيانات اللازمة. وتمثل مجمع الدراسة في المؤسسات الاستشفائية في ولاية باتنة، وتم اختيار العينة بناءً على أسلوب العينة العشوائية في اختيار المؤسسات تلك، حيث جرى توزيع الاستبانات على (120) عاملاً في المؤسسات الصحية الخاصة والعامّة، وجرى استرداد 84 استبانة. وتوصّلت الدراسة إلى أنّ ممارسات المسؤولية الاجتماعية تتمركز أساساً في الممارسات حول اتجاه الزبائن، ثم تليها المسؤولية تجاه البيئة. فيما كانت المسؤولية الاجتماعية للعاملين واتجاه المجتمع منخفضة، وهو ما انطبق أيضاً على مستوى الالتزام التنظيمي لدى العامل الجزائري في القطاع الصحي، وهذا يرجع إلى عوامل عدة أساسها الضغوط المهنية العالية التي يعيشونها، ومستوى الأجور المتدني، ووجود تأثير معنوي لممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين فقط في تنمية الالتزام التنظيمي لهم.

تعقيب الباحث على هذه الدراسة: المسؤولية الاجتماعية لا تتمركز فقط في الممارسات المرتبطة بالزبائن، فالموظف يمثل شريحة مهمة يجب الانتباه لها عند توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية تتعكس على مدة التزامه التنظيمي؛ لذلك من المهم أن هذه الدراسة تطرقت للتأثير المعنوي لممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين سواء كان بالترقيات، أو تنمية مهاراتهم وتطويرها، أو تحسين الأجور، وبيئة العمل، والمحفزات المعنوية والمادية معاً.

فعلى عكس ما كان متوقفاً عن مؤسسات وشركات القطاع الخاص، واهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية، وتوظيفها في أنشطتها وبرامجها على المستوى الداخلي والخارجي فقد تبيّن أنها تولي اهتماماً كبيراً لتوظيف هذه النظرية تحديداً على المستوى الخارجي، ولكن الأهم ألا يتم إهمال المستوى الداخلي، وهم الموظفون، فأثرهم وانتماؤهم هو ما ينعكس على الجمهور الخارجي وثقته بالشركة.

- دراسة السبيعي (2017) بعنوان "أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية بالتطبيق على الشركات الصناعية بمنطقة الرياض".

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى دافع تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية، وأيضاً قياس الاختلافات بين العاملين في مدى أدائهم لبرامج المسؤولية الاجتماعية المقدمة لهم. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي المقارن، وكذلك الاستبانة للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة. وتمثل مجتمع الدراسة في الشركات المساهمة العامة الصناعية في المملكة العربية السعودية جميعها، والبالغ عددها 28 شركة، وجرى استخدام أسلوب المسح الشامل، وكانت العينة تتمثل في مديري الشركات جميعهم ورؤساء مجلس الإدارة العام، ومديري الإدارات والأقسام. وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات محل البحث تعمل على تحقيق الأمن الوظيفي للعاملين، كما تتيح فرص عمل للخريجين، وتطبق نظام الحوافز والمكافآت بما ينعكس إيجاباً على أداء العاملين.

تعقيب الباحث على الدراسة: من أهم ما ميّز هذه الدراسة استيعابها لأهمية برامج المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها في أداء الموظف ورضا العميل، واستمرار الشركة لدرجة أنها تطرقت لإنشاء قسم أو إدارة تختص بهذا المجال بموازنة مخصصة لأنشطتها وبرامجها، خلال هذه الدراسة ظهرت حالة من اللبس بين من هي الجهة المسؤولة عن برامج المسؤولية الاجتماعية؟ هل هي مسؤولية الموارد البشرية، أم العلاقات العامة؟ فشركة جوال التي تعتبر حالة الدراسة ترى أنها من مهام ومسؤولية الموارد البشرية العلاقات العامة التي يقع على عاتقها ترويج هذه البرامج والأنشطة للجمهور الخارجي لإيصال مدى اهتمام الشركة بموظفيها وحرصها

على رضاهم وزيادة انتمائهم، ومن خلال هذه الدراسة يتوقع الباحث التوصل إلى نتائج، وتصور واقعي مدروس يحدد من المسؤول عن هذه البرامج.

- دراسة إبراهيم (2015) بعنوان "أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية".

هدفت الدراسة للتعرف إلى مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات المساهمة السورية، ومعرفة مستوى الرضا الوظيفي للعاملين فيها، وقياس أثر المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي في الأداء، ومعرفة فيما إذا كان الرضا الوظيفي للعاملين يتوسط العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وأدائها. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات اللازمة. وتمثل المجتمع بالعاملين جميعهم في الشركات المساهمة السورية المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية في قطاعات البنوك، والتأمين، والخدمات، والزراعة، والصناعة، والبالغ عددها 4192 وكونت العينة باستخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية. وأظهرت الدراسة أن مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في الشركات المساهمة السورية كان متوسطاً بشكل عام، وأن مجموعة من المديرين لديهم فكرة عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، على الرغم من عدم اتفاقهم على فائدته لمنظمتهم، أو عدم واقعيته حسب تعبيرهم من الناحية التطبيقية.

تعقيب الباحث على الدراسة: تؤكد هذه الدراسة أن وعي الإدارة بأهمية توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية وأثره في الالتزام التنظيمي للموظف يؤثر في فاعلية هذه البرامج، فأى إدارة مهما كانت طبيعة عملها لا يمكنها السير في تطوير برامجها دون موافقة من الإدارة، وهذا ينطبق على الإدارة المسؤولة عن تعزيز برامج المسؤولية الاجتماعية.

- دراسة عبد الكريم (2011) جهود العلاقات العامة في بناء وتحسين الصورة الذهنية لشركات السعودية
المساهمة دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية

هدفت هذه الدراسة الى إظهار وبيان مدى أهمية دور دائرة العلاقات العامة في بناء وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة، وضرورة إدراك الإدارة العليا في المنظمة لأهمية هذا الدور، وقد أظهرت هذه الدراسة وجود العديد من العوامل التي تؤثر في إستراتيجيات بناء وتعزيز الصورة الذهنية، وتحسينها، والتي من أهمها الدعم المادي، والدعم المعنوي، ونوعية نشاط الشركة، وتخصص مسؤولي العلاقات العامة، والدورات التدريبية التي حصلوا عليها، وأنه لا بد للعلاقات العامة من القيام بنشاط هدفه بناء صورة ذهنية. وقد أكدت الدراسة ارتفاع مستوى التعاون بين دائرتي العلاقات العامة والتسويق، حيث إنهما تقومان بأعمال مشتركة هدفها بناء الصورة الذهنية وتعزيزها، وتحسينها داخلياً وخارجياً.

تعقيب الباحث على هذه الدراسة: تبيّن من خلال البحث الدور الكبير والمهم الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة من أجل بناء وتعزيز الصورة الذهنية للشركة وتحسينها، ومدى أهمية وإدراك وفهم الإدارة العليا في المنظمة أو المؤسسة لهذا الدور.

وقد تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في التركيز على إظهار أهمية دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية وإدارتها على مستوى القطاع الخاص، والشركات العاملة به.

- دراسة محمد (2016) أثر تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المؤسسة "شركة الاتصالات الخلوية العاملة في الجزائر أنموذجاً

هدفت الدراسة التعرف إلى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية وتطبيقها في تعزيز السمعة الجيدة والإيجابية للمنظمة، وتتبع أهمية هذه الدراسة من معرفة مدى تأثير ممارسة مؤسسات الاتصالات (جيزي، موبيليس وأريديو) للمسؤولية الاجتماعية في سمعتها، وقد توصل الباحث إلى أن هناك مستويات متوسطة لتطبيق

المسؤولية الاجتماعية، وأن المؤسسات ممكن أن تحقق أرباحاً على المدى البعيد كلما زادت من دورها الاجتماعي، ودعمت الأنشطة الاجتماعية، وأن الأنشطة التي تُقَمُّها الشركات الثلاث لا يمكن أن تنجح إلا إذا رُضيَتْ جماهيرها عنها.

تعقيب الباحث على هذه الدراسة: تبيّن من خلال البحث أهمية توضيح عدد من تعريفات المصطلحات المهمة منها: مصطلح المسؤولية الاجتماعية، وتوضيح عناصرها، وأبعادها، وكذلك توضيح مفهوم سمعة المنظمة، وتوضيح العلاقة بين الصورة الذهنية، والهوية وسمعة المؤسسة، ومدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة.

لم تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الراهنة في أية نقطة من النقاط، في حين كان الاختلاف في هدف هذه الدراسة، فقد كان هدفها التعرف إلى تأثير ممارسات وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة الجيدة والإيجابية للمنظمة، وقد توصلت في واحد من نتائجها إلى أن هناك سمعة متكونة لدى زبائن الشركة، في حين هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف إلى الدور الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة لتوظيف برامج المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي.

- دراسة محمد (2017): الصورة الذهنية في مجال العلاقات العامة المفهوم، التشكيل والعوامل المؤثرة، دراسة وصفية

هدفت هذه الدراسة توضيح مفهوم الصورة الذهنية ودور العلاقات العامة في تشكيلها والعوامل المؤثرة فيها، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك تبايناً واختلافاً في الاتجاهات في تعريفات مفهوم الصورة الذهنية؛ نظراً لارتباطها بالعديد من المجالات والعلوم، إضافة إلى توضيح الأنواع المختلفة للصورة الذهنية، ودور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية الخاصة بالمنظمة من خلال أنشطتها الاتصالية المختلفة، أضف إلى ذلك العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية والمتمثلة في العوامل الشخصية، والاجتماعية، والتنظيمية، والإعلامية.

تعقيب الباحث على هذه الدراسة: تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الراهنة في توضيح دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية وإدارتها في حين اختلفت هذه الدراسة عن الحالية في أن هدف هذه الدراسة هو توضيح مفهوم الصورة الذهنية ودور العلاقات العامة في تشكيلها، والعوامل المؤثرة فيها، في حين هدفت إلى التعرف إلى الدور الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة لتوظيف برامج المسؤولية الاجتماعية بهدف تعزيز الالتزام التنظيمي وزيادته لدى الجمهور الداخلي - موظفي الشركة.

- دراسة خير (2017): فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشركات الاتصال: دراسة حالة شركة زين للهاتف النقال في الفترة (2012م-2013م)

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات بالتطبيق على شركة زين للهاتف السيار، ومدى تطبيقه في شركات الاتصال ومعرفة المشكلات والصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة، وإيجاد الحلول لها، والتي من شأنها أن تساهم بدورٍ فاعل في زيادة فاعلية العلاقات العامة، ما يترتب عليه تقديم خدمات جيدة للمشاركين، وبالتالي بناء صورة ذهنية إيجابية عن الشركة في أذهان مشركيها، والمحافظة عليها نتيجة لاهتمامها بالجمهور الداخلي، وعمل العلاقات العامة على تعزيز التزامهم من خلال توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية، وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها أن العلاقات العامة تواجه مشكلة في عدم فهم الجمهور لوظيفة العلاقات العامة، أُضِفَ إلى ذلك قلة العاملين المختصين في هذا المجال (3%)، وهناك معوقات كثيرة يتطلب تذليلها وضع خطة للاتصال الفعّال في أنشطة العلاقات العامة وبرامجها في الشركة.

تعقيب الباحث على هذه الدراسة: تبيّن من خلال البحث دور العلاقات العامة وقدرتها من خلال أنشطتها على بناء صورة المنظمة وتحسينها لدى جمهورها، وهو الدور الذي يقوم به موظفو الشركة؛ لذلك تَعَي العلاقات العامة أهميّة قيامها بتلبية متطلبات الجمهور الداخلي لتعزيز انتمائه من خلال ما تُتَقَدُّه من برامج المسؤولية الاجتماعية.

1.12.2 الدراسات الأجنبية.

- دراسة Du (2021) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للشركات والمعاملة بالمثل بين تصور الموظف، والمكانة الخارجية المتصورة والعمل العاطفي للموظفين".

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم التأثيرات الخارجية والداخلية للمسؤولية الاجتماعية للشركات على التمثيل العرقي والتفاعل العميق والتفاعل السطحي على التوالي، واستكشاف آثار تصور الموظف للمسؤولية الاجتماعية للشركات الخارجية والداخلية على تصور الموظف والدعم التنظيمي المتصور. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي واستخدمت الاستبانة للحصول على البيانات اللازمة. وتمثل مجتمع الدراسة في العاملين في الشركات محل الدراسة، وتكوّنت العيّنة من 327 موظفاً. وتؤكد هذه الدراسة أنّ تصوّر المكانة الخارجية هو مؤشرٌ قويٌّ للتنبؤ بمشاعر الموظفين والسلوكيات ذات الصلة. وأوصت الدراسة بأن يدرّس الباحثون الآخرون السوابق الأخرى لإستراتيجيات العمل العاطفي مثل: جدوى العمل، وخصائص العمل، والعوامل الشخصية مثل: الذكاء العاطفي، والاستقرار العاطفي للموظف.

تعقيب الباحث على الدراسة: من أكثر ما يستدعي أن نقف عليه في هذه الدراسة تطرّفها للسلوكيات العاطفية للموظف، فالتأثير في الإنسان بشكل عام يكون بدايةً من عواطفها، وعندما تقوم العلاقات العامة بدراسة سلوكيات الموظف العاطفية والتكوينية لمواقفه تتمكن من معرفة ما يؤثر فيه ويعزز أداءه، ويكون لها اهتمام بمعرفة آرائه، وتمنحه الحرية الكافية للتعبير عن متطلباته واحتياجاته ليبقى في منظومة العمل الجماعي لتحقيق رؤية الشركة وأهدافها ككل.

- دراسة Khaskheli (2020) بعنوان "هل أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تزيد من سلوك المواطنة التنظيمية بين الموظفين؟ دور الوسيط في الالتزام الفعال والرضا الوظيفي".

هدفت الدراسة إلى فحص تأثير تصور المسؤولية الاجتماعية للموظفين في التزامهم العاطفي ورضاهم الوظيفي مع الأخذ بعين الاعتبار سلوك المواطنة الداخلي والخارجي والتنظيمي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة للحصول على البيانات اللازمة. وتمثل مجتمع الدراسة في الموظفين العاملين في مؤسسات باكستان، وكانت العينة انتقائية، وتكونت من 559 موظفاً. واستخدمت الدراسة نظرية الهوية الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى أن تصور الموظفين للمسؤولية الاجتماعية للشركات له ارتباط إيجابي ومعنوي بسلوك المواطنة التنظيمية.

تعقيب الباحث على الدراسة: اهتمام القائمين بهذه الدراسة في استطلاعات مستقبلية يجعلها أكثر قوة؛ لأنّ لَدَيْهَا بُعْدٌ نَظْرِيٌّ بِأَنَّ الْمُسْتَقْبَلَ يَحْمِلُ مَتَغْيِرَاتٍ لَا يُمْكِنُ التَّعَايُشُ مَعَهَا إِلَّا إِذَا أُمُكِّنَ تَوَقُّعُهَا مُسَبِّقاً وَالتَّنَبُّؤُ بِهَا، والعمل على وضع تصورات لكيفية التعايش معها، ومن المؤكد أن برامج المسؤولية الاجتماعية ستأخذ منحى متطوراً بحيث تزداد أهميتها، وستجعل الشركات أكثر اهتماماً بها في حال رغبتها بالحفاظ على نجاحها من خلال الحفاظ على موظفيها، وإنتاجيتهم، وانتمائهم.

دراسة Luu (2020) بعنوان "تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية الداخلية في أداء شركة الأدوية من خلال سلوك الموظفين الريادي".

هدفت الدراسة إلى تناول العلاقة بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات وأداء شركات الأدوية مع الدور الوسيط لسلوك الموظف داخل تنظيم المشاريع. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، ولجمع المعلومات استخدمت الاستبانة. وتمثل مجتمع الدراسة في جميع الموظفين في المؤسسات الصيدلانية في مدينة هوشي منه في فيتنام، وتكونت العينة من (607) موظفاً. وخلصت الدراسة إلى أنّ تصوّر الموظف لممارسات المسؤولية الاجتماعية الداخلية بما في ذلك علاقات العمل والتوظيف، وظروف العمل، والحماية

الاجتماعية، والحوار الاجتماعي، والصحة والسلامة في العمل، والتنمية البشرية والتدريب في مكان العمل كان لديه علاقة إيجابية كبيرة وقوية مع السلوك الريادي بين الموظفين. وأكدت الدراسة ضرورة إجراء الدراسات في مختلف الصناعات والمواقع الجغرافية والثقافات لتعليم العلاقات بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وعواقبها.

تعقيب الباحث على الدراسة: نجحت هذه الدراسة في طرح فكرة الموظف الريادي نتيجة لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، وهذا ما تحرص الدراسة الراهنة على إثباته من خلال هذه الدراسة من أن الموظف الريادي والملخص والمبتكر هو نتيجة للالتزام بالعلاقات العامة في توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية لتعزيز الالتزام التنظيمي للموظف وزيادة انتمائه للشركة.

- دراسة Mahmoud (2020) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للشركات والسلوكيات السلبية للموظفين تحت رقابة مسيئة: نظرة متعددة المستويات".

هدفت هذه الدراسة للفحص على المستوى التجريبي لتأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات المتصورة على سلوكيات الموظفين مثل: انقلاب النية، والانحراف في مكان العمل مع آلية الوساطة لتحديد الهوية التنظيمية. واعتمدت الدراسة المنهج التجريبي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات. وتمثل مجتمع الدراسة في مديري البنوك التجارية في باكستان، وتكونت العينة من 410 مديرين في 13 بنكاً. واعتمدت الدراسة على نظرية الهوية الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى أن التصورات للمسؤولية الاجتماعية الإيجابية للموظفين تقلل السلوكيات المطلوبة في مكان العمل من خلال وساطة تحديد الهوية التنظيمية، ولكن هذا التأثير يصبح أقل فعالية مع احتمال وجود رقابة مسيئة.

تعقيب الباحث على الدراسة: نظرة الموظفين أو مواقفهم تجاه المسؤولية الاجتماعية تتفاوت وتختلف بالتأكيد، فهي ترتبط بالخلفية العلمية والعملية والفكرية لكل موظف، وكيف يترجم مفهوم المسؤولية الاجتماعية عندما

تحدد الدراسات إطار المسؤولية الاجتماعية وتطرحه بأبعاده المختلفة والموضوعية بهدف التغلب على السلوكيات السلبية، وهذا من أهم ما دعت له هذه الدراسة ويجب العمل عليه.

- دراسة Memon (2020) بعنوان "العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات ومشاركة الموظفين من منظور نظرية التبادل الاجتماعي".

هدفت الدراسة للتحقيق في تأثير المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات على مشاركة الموظفين من خلال آلية وسيطة في دولة نامية باستخدام نظرية التبادل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، واستخدمت الاستبانة للحصول على المعلومات اللازمة. ويتمثل مجتمع الدراسة في موظفي شركات السلع الاستهلاكية والاتصالات في باكستان، وتكونت العينة بطريقة عشوائية حيث بلغ عدد أفراد العينة 300 موظف. وتوصلت الدراسة إلى أنّ دَوْرَ الوساطة الإيجابية للثقة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركة ومشاركة الموظفين.

تعقيب الباحث على الدراسة: بناء ثقة بين الموظف والشركة لا يتم بسهولة، ولا يتحقق بسرعة، فهو يعتمد على مؤثرات عدة تتمثل في طريقة التعامل، ونظرة الشركة للموظف، والمزايا التي تمنحها الشركة للموظف، والطريقة التي يجري التواصل بها مع الموظف، فعندما تهتم الشركة بكل هذه المؤثرات على الموظف أن يعي اهتمامها ببناء علاقة ثقة متبادلة معه، وعليه أن يُقدّرَ هذه الثقة ويبذل مجهوداً مقابلاً لتستمر الثقة بين الطرفين بما يحقق أهدافهم معاً.

- دراسة Zulfiqar (2019) بعنوان "فحص المسؤولية الاجتماعية للشركات وسلوك الموظف: دراسة حالة باكستان".

هدفت هذه الدراسة إلى المساهمة نظرياً في الأدبيات من خلال اقتراح وتحليل الآليات الأساسية التي يمكن أن تشرح كيف ومتى يؤثر البعد الداخلي للمسؤولية الاجتماعية للشركات في سلوك الموظف من خلال

استخدام مفاهيم ثلاثة هي التعريف التنظيمي، والمشاركة في العمل، والبعد الثقافي للجماعة. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة لجمع البيانات اللازمة. وتمثل مجتمع الدراسة في العاملين في مختلف المستويات والإدارات المختلفة في أكبر خمسة بنوك في باكستان، والبالغ عددهم 73000 موظفاً، وتكونت العينة من 530 موظفاً. واعتمدت الدراسة على نظريتي الهوية الاجتماعية، ونظرية التبادل الاجتماعي كآلية لخلق ربط بين أبعاد المسؤولية الداخلية ومخرجات الموظف. وأظهرت الدراسة أنه إذا كانت المنظمات تُعنى بأهم أصحاب المصلحة وموظفيها، فهذا استثمار يضمن أن المنظمة يمكن أن تحصل على عائد في شكل زيادة إشراك الموظفين في السلوكيات الإيجابية.

تعقيب الباحث على الدراسة: المفاهيم التي استخدمتها هذه الدراسة ضمن الإطار النظري لتحليل البعد الداخلي للمسؤولية الاجتماعية تستحق أن تُؤخذَ بعين الاعتبار عند دراسة هذا الموضوع، وهي التعريف التنظيمي؛ لكونه يوضح المقصود من ناحية علمية بهذا المصطلح، وكيف يتحقق الالتزام التنظيمي للموظف تجاه الشركة والمشاركة في العمل، فكل موظف هو جزء من مؤسسة له دور واضح فيها، له مسؤوليات وواجبات وحقوق عندما يجري العمل على تحقيقها بالتساوي، فالعملية التنظيمية تكون في مسارها والبعد الثقافي اللذين يؤثران في تكوين الصورة النمطية التي تتشكل في ذهن الموظف عن الشركة التي يعمل بها، والتي يعكسها للجمهور الخارجي بشكل أو بآخر؛ لذلك يجب أن تكونَ إيجابيةً وعن قناعة تامة لتصل لجمهورك الخارجي بأفضل صورة وعن طريق موظفي الشركة، وهم جمهورها الداخلي.

- دراسة Mory (2015) بعنوان "عوامل المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركة وأثرها في الالتزام التنظيمي".

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف مفهوم المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات وعلاقتها في الالتزام التنظيمي العاطفي والمعياري للموظفين، ولتصور المسؤولية الاجتماعية الداخلية يجري استنباط سبعة عوامل نظرياً بناءً على نظرية التبادل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت المقابلة والاستبانة

للحصول على البيانات اللازمة للخروج بنتائج لهذه الدراسة. وتمثل مجتمع الدراسة في العاملين في شركة ألمانية نشطة في مجال الطاقة المتجددة، وتكونت العينة من 386 موظفاً. وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل ذات الصلة التي تشكل المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات موجودة، والأخيرة لها تأثير قوي في الالتزام التنظيمي العاطفي، وتأثير منخفض نسبياً في الالتزام التنظيمي المعياري، والكشف عن دور الوسيط العاطفي بالالتزام التنظيمي المعياري.

تعقيب الباحث على الدراسة: توصيات هذه الدراسة كانت في غاية الأهمية وبخاصة أنها وجهت الأنظار لدراسة عوامل المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات وتأثيرها في الالتزام التنظيمي، فيمكن القول: إنّه توجد علاقة طردية بين توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية وتعزيز الالتزام التنظيمي لدى الموظف فعندما يشعر الموظف بأن الشركة تهتم في احتياجاته، وتعمل على تحقيقها سيستمر في العمل على تطويرها بالالتزام بهما، وابتكار طرق جديدة في مجال عمله تنهض بالشركة لأعلى المستويات.

1.12.3 تعقيب الباحث على الدراسات السابقة

تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية وفي استخدام الاستبانة لجمع المعلومات، وتختلف عنها في الحدود المكانية والزمانية، حيث إنّ الدراسة الحالية تتعلق في شركة جوال في فلسطين، بينما الدراسات الأخرى في دول أخرى وليس في فلسطين. وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها تركز على مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية على الالتزام التنظيمي لموظفي شركة جوال، والدراسات السابقة لم تركز على داخل المؤسسة والالتزام التنظيمي، وإنما ركزت على خارج المؤسسة، إضافة إلى أن الدراسات السابقة لم تتوجه نحو تحليل برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية من ناحية أهدافها، وآلية تطبيقها، ونتائجها على الموظف ومدى رضاه عن هذه البرامج كدور تقوم به العلاقات العامة في المؤسسات والشركات، فالفكرة غير قائمة على تحليل الأثر دون التطرق إلى أساسيات موضوع الدراسة بمتطلباته كافة للوصول لنتائج واقعية علمية يمكن البناء عليها من الباحثين في مجالات

متشابهة، وتحدد مدى التزام العلاقات العامة في توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية لزيادة الالتزام التنظيمي لدى الموظفين.

وفي الوقت ذاته يوجد إجماع بين الدراسات السابقة وهذه الدراسة من ناحية النتائج المتشابهة، والإجماع على أن الالتزام التنظيمي الناتج عن رضا الموظفين عن برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية التي تلتزم العلاقات العامة بتنفيذها وتطويرها سبباً في الأداء العالي، وزيادة الربح، وتحسين الإنتاجية، والاحتفاظ بالموظفين، وزيادة رضا العملاء، وخفض مستوى الشكاوى، والأهم من ذلك تحسين القيم الثقافية والاجتماعية في مكان العمل للحفاظ على بيئة عمل مثالية داخلياً وخارجياً.

وعند الحديث عن الفروقات أو الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة، فلا بُدَّ من الإشارة إلى أن هذه الدراسة تقترض أن دور العلاقات العامة في تنفيذ وابتكار برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية تتساوى في الأهمية مع البرامج الخارجية التي تركز على تنفيذها للجمهور الخارجي، بل قد تتفوق عليها؛ لكون الرضا الداخلي هو ما ينعكس على الرضا الخارجي، فمن الضروري جداً أن تعمل العلاقات العامة على بناء التوازن بين النوعين، وهذا ما يقع على عاتق الإدارة والجهات المختصة في وضع برامج المسؤولية الاجتماعية، بالرغم من أن الشركة ترى أن هذا الدور الداخلي يقع على عاتق الموارد البشرية، وليس على عاتق العلاقات العامة، وهذا ما جرى التوصل إليه باستخدام الأدوات البحثية، وسيجري العمل على دراسته للوصول إلى نتائج يمكن اعتمادها وتعود كمخرجات لهذه الدراسة.

الفصل الثاني

منهجية الدراسة

تتأول الباحث في هذا الفصل وصفاً علمياً دقيقاً ومعماً للطرائق والإجراءات التي استخدمها في تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، وبناء أداة الدراسة، للتأكد من صدقها وثباتها وفقاً للمعايير العلمية، إضافة إلى وصف تصميم الدراسة والطرق الإحصائية في تحليل البيانات والمعطيات فيها.

2.1 منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته لطبيعة موضوع الدراسة حيث يجري في هذا المنهج جمع البيانات، وإجراء التحليل الإحصائي لاستخراج النتائج المطلوبة، والذي يسعى إلى وصف وقياس مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة "جوال" في الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة، حيث يُعرف هذا المنهج بأنه دراسة ظاهرة، أو مشكلة ما دراسة معمقة ومفصلة للوصول إلى نتائج وفهم دقيق عنها، وهذا يساعد في وضع الخطوات المستقبلية الخاصة بها (المزاهرة، 2014).

2.2 مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في العاملين جميعهم في شركة جوال الإدارة العامة رام الله وفروعها كافة في الضفة الغربية والبالغ عددهم ما يقارب (1300) موظف، واستخدمت الاستبانة للحصول على البيانات اللازمة، واختيرت العينة بناءً على أسلوب العينة العشوائية حيث وُزعت الاستبانة على (100) موظف في إدارات الشركة ومعارضها.

2.3 عينة الدراسة:

هي العينة التي يقوم الباحث باستخدامها في حالة معرفة التركيب النسبي للمجتمع الأصلي، وعندما يكون هذا المجتمع مكوّناً من فئاتٍ عدة بينها اختلاف واضح في خاصية، أو مجموعة من الخصائص. وكان

للجوء إلى هذا النوع من العينات العشوائية حرصاً من الباحث على تمثيل تلك الطبقات جميعها في العينة المختارة. وفي العادة تكون العينة الطبقيّة متباينة فيما بينها، ومتجانسة في داخلها.

وأجريت الدراسة على عينة قوامها (100) من الموظفين في شركة الاتصالات الفلسطينية في العام الدراسي 2023م، واستُرِدَّ منها (75) استبانةً، وبعد الفحص جرى استبعاد (5) استبانات لعدم استيفائها شروط التحليل، وبذلك يكون عدد الاستبانات المقبولة والصالحة للتحليل الإحصائي هو (70) استبانةً وقع اختيارها بطريقة عشوائية من مختلف الإدارات ومعارض الشركة والجدول (1)، (2)، (3)، (4) تُبيِّن توزيع عينة الدراسة تَبَعاً لمتغيّراتها المستقلة:

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة تَبَعاً لمتغير الجنس

النسبة المئوية(%)	التكرار	
64.3	45	نكر
35.7	25	أنثى
100.0	70	المجموع

جدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة تَبَعاً لمتغير مكان الإقامة

النسبة المئوية(%)	التكرار	
57.1	40	مدينة
21.4	15	بلدة
17.1	12	قرية
4.3	3	مخيم
100.0	70	المجموع

جدول رقم (3)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير سنوات العمل في الشركة، بنظام الشركة بعد إتمام الموظف سنتين يتم تشبيته، وبالتالي لا يوجد في الفئات 3 سنوات ولا يوجد 4 سنوات

النسبة المئوية (%)	التكرار	
12.9	9	سنة
24.3	17	سنتين
18.6	13	5 سنوات
44.3	31	6 سنوات فما فوق
100.0	70	المجموع

جدول رقم (4)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير طبيعة العقد

النسبة المئوية (%)	التكرار	
21.4	15	مؤقت
65.7	46	موظف مثبت
12.9	9	عقد خاص
100.0	70	المجموع

2.4 أداة الدراسة:

قرر الباحث استخدام الاستبانة أداة لدراسته، والمقابلة المعمقة مع مدير العلاقات العامة ومدير الموارد البشرية، والملاحظة عبر زيارات مستمرة لمعارض الشركة بالإضافة إلى أن الباحث عمل بالشركة فقد سخر فترة عمله والملاحظات التي لاحظها لخدمة الدراسة.

واعتماداً على محتوى البحث والدراسات السابقة، واستشارة الخبراء تم بناء أداة الدراسة، وهي (الاستبانة) لجمع البيانات من عينة البحث التي اشتملت على (9) عبارات موزعة روعي فيها مكونات نظرية الدراسة والالتزام التنظيمي.

2.4.1 صدق الاستبانة:

قام الباحث وبتوجيه من مشرف الرسالة بعرض الاستبانة على محكمين مختصين في العلاقات العامة والاتصال (ملحق أ)، الذين أبدوا الرأي في مفردات الاستبانة بأقسامها بهدف التأكد من مدى صلاحيتها وملاءمتها للموضوع قيد الدراسة، حيث أُخِذَتْ جميع ملاحظاتهم بعين الاعتبار وصولاً إلى تحكيم الاستبانة بشكل إيجابي والموافقة عليها من قبل المحكمين (ملحق ب).

2.4.2 ثبات الاستبانة:

للتحقق من ثبات الأداة استخدمت معادلة كرونباخ ألفا لاستخراج الثبات، فبلغت نسبته الكلية على فقرات الاستبانة (0.777)، وهي نسبة ثبات تؤكد إمكانية استخدام الأداة.

2.5 إجراءات الدراسة

أجريت هذه الدراسة وفقاً للمعايير العلمية المتفق عليها، والتي تشمل الصورة النهائية لأداة الدراسة وتعين أفراد العينة لطبيعة الدراسة بموافقة جهات الاختصاص، وتوزيعها على أفراد العينة واسترجاعها، وإجراء التحليل الإحصائي من خلال إدخالها إلى الحاسب الآلي الذي أجرى المعالجة الإحصائية من خلال الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ومن ثم جرى التوصل إلى النتائج حيث تم تحليلها ومناقشتها حسب الأصول العلمية المتبعة إضافة إلى مقارنتها بالدراسات السابقة ذات العلاقة، ومن ثم جرى تقديم الاقتراحات بالتوصيات الملائمة التي تخدم قضايا البحث العلمي.

2.6 المعالجات الإحصائية

بعد جمع البيانات جرى إدخال بياناتها للحاسب لتعالج بواسطة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، واستخدمت النسب المئوية والمتوسطات الحسابية الموزونة واختبار (ت) وتحليل التباين الأحادي.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة

يستعرض الباحث في هذا الفصل نتائج الدراسة استناداً إلى الأسئلة التي قُدِّمَتْ والفرضيات التي وضعت لإجراء البحث ووفق الآتي:

3.1 النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة.

ما مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في تعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين - شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية - دراسة حالة؟

ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال استخدمت المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لكل فقرة من فقرات كل مجال من مجالات الاستبانة.

وقد أعطي للعبارات ذات المضمون الإيجابي (5) درجات عن كل إجابة (موافق جداً)، و(4) درجات عن كل إجابة (موافق)، و(3) درجات عن كل إجابة (محايد)، ودرجتان عن كل إجابة (معارض)، ودرجة واحدة عن كل إجابة (معارض بشدة)، ومن أجل تفسير النتائج اعتمد الميزان الآتي للنسب المئوية للاستجابات:

جدول رقم (5)

ميزان النسب المئوية للاستجابات

النسبة المئوية	درجة الاستجابات
3.1.1.1.1 أقل من 50%	منخفضة جداً
من 50% - 59%	منخفضة
من 60% - 69%	متوسطة
من 70% - 79%	مرتفعة
من 80% فما فوق	مرتفعة جداً

ويبين الجدول (8) خلاصة النتائج.

3.2 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة.

(1) النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

جدول رقم (6)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية

رقم الفقرة	العبارات	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
1	هناك ضرورة لوجود دائرة علاقات عامة في شركة جوال	4.5286	90.57	مرتفعة جدًا
2	تقوم العلاقات العامة في شركة جوال بعملها على أكمل وجه	4.2286	84.57	مرتفعة جدًا
3	تتواصل العلاقات العامة في شركة جوال مع الموظفين بشكل دوري	3.9000	78.00	مرتفعة
4	وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة والصورة الذهنية للشركة	4.4429	88.85	مرتفعة جدًا
5	هناك إمكانية لتقديم الاقتراحات والشكاوى مع توافر الطرق المناسبة لحلها مع دائرة العلاقات العامة	3.9857	79.71	مرتفعة
6	يتم الرد بسرعة على التساؤلات والاستفسارات الموجهة لدائرة العلاقات العامة كافة	3.9571	79.14	مرتفعة
7	الأنشطة والبرامج التي توفرها العلاقات العامة لتعزيز أثر نظرية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي	4.0000	80.00	مرتفعة جدًا
8	مهام متابعة احتياجات الموظفين تتقاطع بين إدارة الموارد البشرية والعلاقات العامة	3.8571	77.14	مرتفعة
9	توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية من العلاقات العامة له دور على أداء الموظف والالتزام التنظيمي	4.2286	84.57	مرتفعة جدًا
	الدرجة الكلية	4.1254	82.50	مرتفعة جدًا

أقصى درجة للاستجابة (5) درجات

يتبين من الجدول رقم (6) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة كانت مرتفعة جدًا على العبارات (1، 2، 4، 7، 9) حيث كانت نسبتها المئوية أكثر من (80%)، وكانت مرتفعة على العبارات (3، 5، 6، 8) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (70%-79%)، وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جدًا بدلالة النسبة المئوية (82.50%).

ويعتقد المبحوثين، بدرجة عالية، أنّ هناك أهمية لوجود دائرة علاقات عامة في الشركة، وأنها تقوم بعملها على أكمل وجه. كما يعتقد المبحوثين أنّ وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة للشركة، ويسهل من تواصلها مع جمهورها الداخلي والخارجي مما ينعكس على انتمائهم للشركة.

وأما فيما يتعلق بإمكانية تقديم شكاوى، وحلها مع دائرة العلاقات العامة، فقد كان التأييد مرتفعاً (وبدرجة أقل من العبارات السابقة).

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني الذي نصه:

هل توجد فروق معنوية بين استجابات المبحوثين حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى للمتغيرات (الجنس، مكان الإقامة، سنوات العمل في الشركة، طبيعة العقد)؟

ويتعلق بهذا التساؤل الفرضيات الفرعية الآتية:

نتائج فحص الفرض الفرعي الأول التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير الجنس.

ولفحص هذا الفرض جرى استخدام اختبار (t) والجدول رقم (7) يبين النتائج:

جدول رقم (7)
نتائج اختبار (ت) تبعاً لمتغير الجنس

رقم	البعد	ذكور		أنثى		الدلالة (ت)
		المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	
1	هناك ضرورة لوجود دائرة علاقات عامة في شركة جوال	4.5778	.62118	4.4400	.58310	.367
2	تقوم العلاقات العامة في شركة جوال بعملها على أكمل وجه	4.2667	.98627	4.1600	.85049	.651
3	تتواصل العلاقات العامة في شركة جوال مع الموظفين بشكل دوري	3.9333	.86340	3.8400	.89815	.671
4	وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة والصورة الذهنية للشركة	4.6000	.53936	4.1600	.68799	.004
5	هناك إمكانية لتقديم الاقتراحات والشكاوى مع توافر الطرق المناسبة لحلها مع دائرة العلاقات العامة	4.0667	.71985	3.8400	.94340	.263
6	يتم الرد بسرعة على التساؤلات والاستفسارات الموجهة لدائرة العلاقات العامة كافة	4.0444	.73718	3.8000	.95743	.237
7	الأنشطة والبرامج التي توفرها العلاقات العامة لتعزيز أثر نظرية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي	4.0000	.87905	4.0000	.50000	1.000
8	مهام متابعة احتياجات الموظفين تتقاطع بين إدارة الموارد البشرية والعلاقات العامة	3.8444	.95240	3.8800	.72572	.872
9	توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية من قبل العلاقات العامة له دور على أداء الموظف والتزامه التنظيمي	4.2444	.77329	4.2000	.50000	.797
	الدرجة الكلية	4.1753	.51710	4.0356	.36391	.236

دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)

يتبين من الجدول رقم (7) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$)

في استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز

الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير الجنس على

الفقرات (1، 2، 3، 5، 6، 7، 8، 9) وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ت) عليها أكبر من (0.05) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية، ووجود فروق إحصائية على الفقرة (4) حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ت) عليها أقل من (0.05) وبهذا نرفض الفرضية الصفرية للفقرة.

نتائج فحص الفرض الفرعي الثاني الذي نصه:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير مكان الإقامة.

ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (8) يبين النتائج

الجدول (8)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير مكان الإقامة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحراف	مصدر التباين	البعد
.941	.132	.050	3	.151	بين المجموعات	هناك ضرورة لوجود دائرة علاقات عامة في شركة جوال
		.383	66	25.292	داخل المجموعات	
			69	25.443	المجموع	
.959	.101	.092	3	.276	بين المجموعات	تقوم العلاقات العامة في شركة جوال بعملها على أكمل وجه
		.910	66	60.067	داخل المجموعات	
			69	60.343	المجموع	
.954	.109	.086	3	.258	بين المجموعات	تتواصل العلاقات العامة في شركة جوال مع الموظفين بشكل دوري
		.789	66	52.042	داخل المجموعات	
			69	52.300	المجموع	
.587	.648	.260	3	.780	بين المجموعات	وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة والصورة الذهنية للشركة
		.401	66	26.492	داخل المجموعات	
			69	27.271	المجموع	
.721	.446	.298	3	.894	بين المجموعات	هناك إمكانية لتقديم الاقتراحات والشكاوى مع توافر الطرق المناسبة لحلها مع دائرة العلاقات العامة
		.668	66	44.092	داخل المجموعات	
			69	44.986	المجموع	
.702	.474	.329	3	.988	بين المجموعات	يتم الرد بسرعة على التساؤلات والاستفسارات الموجهة لدائرة العلاقات العامة كافة
		.695	66	45.883	داخل المجموعات	
			69	46.871	المجموع	
.327	1.173	.675	3	2.025	بين المجموعات	الأنشطة والبرامج التي توفرها العلاقات العامة لتعزيز أثر نظرية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي
		.575	66	37.975	داخل المجموعات	
			69	40.000	المجموع	
.978	.065	.052	3	.155	بين المجموعات	مهام متابعة احتياجات الموظفين تتقاطع بين إدارة الموارد البشرية والعلاقات العامة
		.794	66	52.417	داخل المجموعات	
			69	52.571	المجموع	
.891	.207	.100	3	.301	بين المجموعات	توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية من قبل العلاقات العامة له دور على أداء الموظف والالتزام التنظيمي
		.485	66	32.042	داخل المجموعات	
			69	32.343	المجموع	
.917	.169	.039	3	.116	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		.229	66	15.141	داخل المجموعات	
			69	15.257	المجموع	

دال إحصائياً عند مستوى ANOVA(0.05)

يتبين من الجدول رقم (8) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير مكان الإقامة على كافة الفقرات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (0.05)، وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

نتائج فحص الفرض الفرعي الثالث الذي نصه:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير سنوات العمل في الشركة.

ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (9) يبين النتائج

الجدول (9)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة لتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغيرات العمل في الشركة

البعد	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
هناك ضرورة لوجود دائرة علاقات عامة في شركة جوال	بين المجموعات	.430	3	.143	.378	.769
	داخل المجموعات	25.013	66	.379		
	المجموع	25.443	69			
تقوم العلاقات العامة في شركة جوال بعملها على أكمل وجه	بين المجموعات	4.353	3	1.451	1.711	.173
	داخل المجموعات	55.989	66	.848		
	المجموع	60.343	69			
تتواصل العلاقات العامة في شركة جوال مع الموظفين بشكل دوري	بين المجموعات	2.710	3	.903	1.202	.316
	داخل المجموعات	49.590	66	.751		
	المجموع	52.300	69			
وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة والصورة الذهنية للشركة	بين المجموعات	.963	3	.321	.805	.495
	داخل المجموعات	26.309	66	.399		
	المجموع	27.271	69			
هناك إمكانية لتقديم الاقتراحات والشكاوى مع توافر الطرق المناسبة لحلها مع دائرة العلاقات العامة	بين المجموعات	2.021	3	.674	1.035	.383
	داخل المجموعات	42.965	66	.651		
	المجموع	44.986	69			
يتم الرد بسرعة على التساؤلات والاستفسارات الموجهة لدائرة العلاقات العامة كافة	بين المجموعات	.639	3	.213	.304	.822
	داخل المجموعات	46.232	66	.700		
	المجموع	46.871	69			
الأنشطة والبرامج التي توفرها العلاقات العامة لتعزيز أثر نظرية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي	بين المجموعات	2.953	3	.984	1.753	.165
	داخل المجموعات	37.047	66	.561		
	المجموع	40.000	69			
مهام متابعة احتياجات الموظفين تتقاطع بين إدارة الموارد البشرية والعلاقات العامة	بين المجموعات	.283	3	.094	.119	.949
	داخل المجموعات	52.288	66	.792		
	المجموع	52.571	69			
توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية من العلاقات العامة له دور على أداء الموظف والتزامه التنظيمي	بين المجموعات	.723	3	.241	.503	.681
	داخل المجموعات	31.620	66	.479		
	المجموع	32.343	69			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	.823	3	.274	1.255	.297
	داخل المجموعات	14.434	66	.219		
	المجموع	15.257	69			

دال إحصائيًا عند مستوى ANOVA(0.05)

يتبين من الجدول رقم (9) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير سنوات العمل في الشركة على كافة الفقرات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (0.05)، وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

نتائج فحص الفرض الفرعي الرابع التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير طبيعة العقد.

ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (10) يبين النتائج

الجدول (10)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير طبيعة العقد

البعد	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
هناك ضرورة لوجود دائرة علاقات عامة في شركة جوال	بين المجموعات	.886	2	.443	1.209	.305
	داخل المجموعات	24.557	67	.367		
	المجموع	25.443	69			
تقوم العلاقات العامة في شركة جوال بعملها على أكمل وجه	بين المجموعات	1.251	2	.626	.709	.496
	داخل المجموعات	59.092	67	.882		
	المجموع	60.343	69			
تتواصل العلاقات العامة في شركة جوال مع الموظفين بشكل دوري	بين المجموعات	1.736	2	.868	1.150	.323
	داخل المجموعات	50.564	67	.755		
	المجموع	52.300	69			
وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة والصورة الذهنية للشركة	بين المجموعات	.303	2	.151	.376	.688
	داخل المجموعات	26.969	67	.403		
	المجموع	27.271	69			
هناك إمكانية لتقديم الاقتراحات والشكاوى مع توافر الطرق المناسبة لحلها مع دائرة العلاقات العامة	بين المجموعات	.497	2	.248	.374	.689
	داخل المجموعات	44.489	67	.664		
	المجموع	44.986	69			
يتم الرد بسرعة على التساؤلات والاستفسارات الموجهة لدائرة العلاقات العامة كافة	بين المجموعات	.778	2	.389	.566	.571
	داخل المجموعات	46.093	67	.688		
	المجموع	46.871	69			
الأنشطة والبرامج التي توفرها العلاقات العامة لتعزيز أثر نظرية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي	بين المجموعات	.354	2	.177	.299	.743
	داخل المجموعات	39.646	67	.592		
	المجموع	40.000	69			
مهام متابعة احتياجات الموظفين تتقاطع بين إدارة الموارد البشرية والعلاقات العامة	بين المجموعات	.148	2	.074	.094	.910
	داخل المجموعات	52.424	67	.782		
	المجموع	52.571	69			
توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية من قبل العلاقات العامة له دور على أداء الموظف والتزامه التنظيمي	بين المجموعات	.540	2	.270	.569	.569
	داخل المجموعات	31.803	67	.475		
	المجموع	32.343	69			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	.255	2	.127	.568	.569
	داخل المجموعات	15.003	67	.224		
	المجموع	15.257	69			

دال إحصائياً عند مستوى ANOVA(0.05)

يتبين من الجدول رقم (10) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير طبيعة العقد على كافة الفقرات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (0.05)، وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج والتوصيات

يتناول هذا الفصل عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة ومحاولة تفسيرها، من أجل الخروج بمجموعة من التوصيات تساهم في توضيح مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلية- دراسة حالة.

أولاً: تحليل المقابلات

المحاور الرئيسية للتحليل

توظيف العلاقات العامة لبرامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال

- أهمية توفير بيئة سليمة للموظفين: أكد حازم عكاوي على أهمية توفير بيئة سليمة للموظفين من خلال مجموعة من الامتيازات مثل صندوق التكافل الاجتماعي وبرنامج الزمالة التي يتم تنظيمها بالتعاون مع إدارة الموارد البشرية. وأشار إلى أن هذه البرامج تسهم في تحقيق الرضا لديهم.
- تركيز على بناء وتعزيز الصورة الخارجية: أشار عبد الله سويطي إلى أن دور العلاقات العامة يركز أكثر على بناء وتعزيز الصورة الخارجية للشركة، بينما يقع وضع السياسات الداخلية وبرامج المسؤولية الاجتماعية تحت مسؤولية إدارة الموارد البشرية.

الالتزام التنظيمي للموظفين

مستوى الالتزام التنظيمي: أكد كل من عكاوي وسويطي أن الموظفين يحتفظون بمستوى واضح من الالتزام التنظيمي، وأن الشركة تعمل على توفير برامج تناسب تطورات العمل للمحافظة على رضا الموظف وولائه للشركة.

ثقافة العمل العائلية: أشار سويطي إلى أن الشركة تبني ثقافة عمل عائلية، مما يجعل الموظفين يشعرون بأنهم جزء من مشروع أكبر ومسؤولون عن تطوير الشركة.

تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية على الالتزام التنظيمي

- تعزيز ولاء الموظفين: أوضح عكاوي أن برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية تسهم في تعزيز ولاء الموظفين وإنتاجيتهم، مما يعكس إيجابيات على فعالية العمل ومهنية الموظف.
- عدم التأثير السلبي لخطة الدمج: أكد سويطي أن عملية الدمج مع مجموعة الاتصالات الفلسطينية لم تؤثر في امتيازات الموظفين، وأن التغييرات لم تؤثر في الالتزام التنظيمي للموظفين.

الآليات والتكتيكات المستقبلية لتحسين الالتزام التنظيمي

- تحسين البرامج لزيادة الولاء والانتماء: أشار عكاوي إلى أن الشركة تعزز تحسين برامجها لزيادة الولاء والانتماء للموظفين، مؤكداً أهمية إيجاد بيئة مثالية تلبي احتياجات وطموحات الموظفين.
- التدريب والاستشارات وتوفير الامتيازات: أوضح سويطي أن التدريب والاستشارات وتوفير المزيد من الامتيازات سيكون لها دور في تعزيز الالتزام لدى الموظفين في المستقبل.

التحديات والتغييرات المستقبلية

- خطة الدمج: أوضح كل من عكاوي وسويطي أن الشركة تعمل على إكمال خطة الدمج مع مجموعة الاتصالات الفلسطينية، وأن عملية الدمج ستؤثر في هيكل الشركة وسياساتها. وأكد سويطي أن الدمج يسير بفعالية، مع التركيز على تحسين المهام وجلب العناصر الشابة لتعزيز التجديد والابتكار داخل الشركة.

4.1 مناقشة النتائج

4.1.1 مناقشة السؤال الأول

الذي نصه: ما مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة؟

يتبين من الجدول رقم (6) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة كانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية مرتفعة جداً بدلالة النسبة المئوية (82.50%).

ويعزو الباحث هذه النتيجة المرتفعة إلى أن عينة البحث ترى أن دائرة العلاقات العامة في الشركة تسعى إلى توظيف المسؤولية الاجتماعية لما لها من دور كبير وفعال في تعزيز الالتزام التنظيمي من العاملين في الشركة من حيث الأداء المميز، والالتزام بمهامه الوظيفية الملقاة على عاتقه، ولضمان التزام العاملين يتم التعرف إلى احتياجاتهم، والعمل على تلبيتها وفقاً لما يمكن للشركة أن تقدمه؛ لذا تعمل هذه الدائرة على التواصل الدائم مع العاملين في الشركة عبر التعرف إلى اقتراحاتهم فيما يتعلق بالعملية التطويرية للشركة؛ لكونهم جزءاً أساسياً من الشركة وتطورها ونجاحها، والرد على استفساراتهم التي يوجهونها لهذه الدائرة؛ لكونها تؤدي دوراً كبيراً في تسيير عمل الشركة داخلها وخارجها؛ لذا يرى الباحث أن توفر إدارة تسمى بالعلاقات العامة داخل الشركة، هو أمر في غاية الأهمية؛ لكونها تساهم في تعزيز، وتوظيف المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة لدورها الفعال في تحقيق الالتزام التنظيمي للعاملين لديها؛ لذا اتفقت مع دراسة لطرش (2020) في كونها سعت الأخيرة لمعرفة مدى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية المدركة على الالتزام التنظيمي للعاملين.

وارتبطت هذه النتيجة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية (التبادل الاجتماعي) في كونها تدعم وتعمل على تحفيز العاملين من خلال المشاركة في قرارات الشركة، وهذا نتيجة للتفاعل الاجتماعي بين إدارة الشركة

وموظفيها فالتبادل الاجتماعي يسهم في تحقيق الشركة لفوائد كثيرة أهمها الالتزام التنظيمي للعاملين في أداء مهامهم الوظيفية وينعكس على أدائهم بالكفاءة والفعالية العالية في العمل؛ لذا تعمل العلاقات العامة في الشركة على توظيف المسؤولية الاجتماعية داخلها.

4.1.2 مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني

الذي نصه: هل توجد فروق معنوية بين استجابات المبحوثين حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى للمتغيرات (الجنس، مكان الإقامة، سنوات العمل في الشركة، طبيعة العقد)؟
يشار إلى إجابة هذا السؤال عن طريق مناقشة نتائج الفرضيات.

أولاً: مناقشة نتائج فحص الفرضية الأولى التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة الشركة تعزى الجنس.

يتبين من الجدول رقم (7) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير الجنس على الفقرات (1، 2، 3، 5، 6، 7، 8، 9) وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ت) عليها أكبر من (0.05)، وبهذا تقبل الفرضية الصفرية، ووجود فروق إحصائية على الفقرة (4) حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ت) عليها أقل من (0.05)، وبهذا نرفض الفرضية الصفرية للفقرة لصالح الذكور.

ويعزو الباحث أن العاملين (ذكوراً وإناثاً) يؤكدون أن للمسؤولية الاجتماعية دوراً كبيراً ومؤثراً في تعزيز الالتزام التنظيمي عبر إيلاء الاهتمام بالعاملين في الشركة؛ باعتبارهم المورد البشري الذي تعتمد عليه الشركة في تسيير أمورها وعملها، فتعزيز الالتزام ينم عن مدى رضا العاملين عن الشركة وارتباطهم وولائهم لها، من

حيث بذل جهد أكبر في العمل، وإعطاء كل ما يمكنه من أجل تسيير العمل داخل الشركة، وهذا يتماشى مع رغبتهم في الاستمرار بالعمل في الشركة، لا تعمل دائرة العلاقات العامة ومن منطلق مسؤوليتها تجاه العاملين في الشركة على التطوير من قدراتهم وأدائهم عبر البرامج التدريبية التي تعزز من ذلك، وعبر الأنشطة التي تعزز من توظيف المسؤولية الاجتماعية، وهذا يساهم في تعزيز الالتزام الوظيفي، لكن اختلفت الآراء حول وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة والصورة الذهنية للشركة لصالح الذكور؛ لكونهم يؤكدون من وجهة نظرهم أن وجود دائرة العلاقات العامة داخل الشركة يساهم بشكل فعال في بناء سمعة إيجابية لدى الجمهور عن الشركة والخدمات التي تقدمها، وهذا يعزز من صورتها الذهنية أمام المجتمع بشكل عام، وأمام الشركات المنافسة بشكل خاص.

وارتبطت مع نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال تطرقها إلى أن المعاملة بين العاملين تكون بالمثل، ولا تعتمد على التمييز بين الذكور والإناث العاملين لديها.

وانتقلت مع دراسة Mory (2015) في تناولها العوامل المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركة، وأثرها في الالتزام التنظيمي، ودراسة محمد (2016) من حيث تطرقها إلى التعرف إلى تأثير ممارسات، وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة الجيدة والإيجابية للمنظمة، لكن الاختلاف في الدراسة الحالية هنا كان لصالح الذكور حول دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة والصورة الذهنية.

ثانياً: مناقشة نتائج فحص الفرضية الثانية التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلية- دراسة حالة تعزى لمتغير مكان الإقامة.

يتبين من الجدول رقم (8) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير مكان الإقامة على كافة الفقرات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (0.05)، وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

يعود السبب بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية الخاصة بمكان الإقامة إلى أن أفراد العينة اتفقوا على أنهم يرون أن توظيف المسؤولية الاجتماعية يساهم في ربط الشركة بالمجتمع، من أجل تحسين صورتها، وهذا يعزز من مكانتها داخل المجتمع وبين الشركات المنافسة، ويتحقق ذلك عبر الالتزام التنظيمي من العاملين في هذه الشركة نحو المهام الوظيفية لكل موظف، ويكون ذلك من خلال بث روح التعاون بين العاملين، ويجري تحقيق ذلك من خلال دور دائرة العلاقات العامة في الشركة، والذي يؤدي دوراً مهماً في نجاحها وتطورها؛ لذا أكدت عينة الدراسة عدم وجود اختلاف يعود إلى مكان الإقامة نحو فاعلية توظيف المسؤولية الاجتماعية، ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي داخل الشركة. ولم تتفق الدراسة الحالية مع أي من الدراسات السابقة التي جرى تناولها في تناول مكان الإقامة، وهذا ما ميزها عن تلك الدراسات السابقة في تناولها لمتغيرات جديدة ومهمة لها تأثير كبير على درجة الاستجابة.

ثالثاً: مناقشة نتائج فحص الفرضية الثالثة التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين- شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير سنوات العمل في الشركة.

يَبَيَّنُ مِنَ الْجَدُولِ رَقْمِ (9) السَّابِقِ عَدَمَ وُجُودِ فُرُوقٍ ذَاتِ دَلَالَةٍ إِحْصَائِيَّةٍ عِنْدَ مَسْتَوَى الدَّلَالَةِ ($\alpha \geq 0.05$) فِي اسْتِجَابَاتِ أَفْرَادِ عَيْنَةِ الدِّرَاسَةِ حَوْلَ مَدَى تَوْضِيفِ نَظَرِيَّةِ الْمَسْئُولِيَّةِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ فِي الْعِلَاقَاتِ الْعَامَّةِ بِتَعْزِيزِ

الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير سنوات العمل في الشركة على كافة الفقرات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (0.05) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

ويعزو الباحث عدم وجود فروق إلى أن عينة الدراسة تعود إلى سنوات عمل الموظف في الشركة، إلا أن آراءهم كانت موحدة حول أهمية وفاعلية دائرة العلاقات العامة في أي شركة بشكل عام وشركة الاتصالات الفلسطينية بشكل خاص؛ لكونها شركة تخدم فئات المجتمع كافة من حيث الخدمات التي تقدمها، وهنا يأتي دور هذه الدائرة لتكون حلقة وصل بين الشركة وبين المجتمع، حيث الخدمات المقدمة التي يحصلون عليها من خلال العاملين في الشركة، وتتميز بسهولة الحصول عليها نتيجة للسرعة والكفاءة في الأداء من العاملين في الشركة تلك حيث الالتزام الكامل والمنظم من العاملين، وذلك يعود لتوظيف المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة، وفي عمل الموظفين. ومن سياق أدبيات الدراسة لم يتطرق أيٌّ منها إلى تناول متغير سنوات عمل الموظف بالشركة؛ لذا هذا ما تميزت به الدراسة الراهنة من حيث تناولها لهذا المتغير؛ لكونها تهدف للتعرف إلى مدى تأثير وتوظيف المسؤولية الاجتماعية في الالتزام التنظيمي للعاملين وتأثير سنوات العمل الكثيرة لها، وهذا ما بيّنته الدراسة الحالية في عدم وجود اختلاف عن الدراسات السابقة.

كما ارتبطت بنظرية المسؤولية الاجتماعية من حيث أنها أكدت على أن والتفاعلات الشائعة بين العاملين تتطور بشكل مستمر دون حد زمني.

مناقشة نتائج فحص الفرضية الرابعة التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير طبيعة العقد.

يتبين من الجدول رقم (9) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية- دراسة حالة تعزى لمتغير طبيعة العقد على كافة الفقرات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (0.05)، وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

ويعزو الباحث عدم وجود فروق إلى رؤية العينة نحو فاعلية توظيف المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الالتزام التنظيمي، وأنّ توظيفها يساهم في تطوير قدرات العاملين، وإمكانياتهم من خلال الدورات التدريبية، والأنشطة التي تقوم بها الشركة لموظفيها دون استثناء، أو دون النظر لطبيعة العقد الذي يربط بين الموظف والشركة، وهذا يأتي من خلال دور إدارة العلاقات العامة التي تساهم في تعزيز الالتزام التنظيمي، دون النظر لطبيعة عقده، كما لم تتفق الدراسة الحالية مع أيّ من الدراسات السابقة في تناول متغير طبيعة العقد؛ لكونها لم تركز عليه، وعلى أهميته في معرفة ووجود أو عدم وجود اختلاف في تحقيق الالتزام التنظيمي من العاملين نتيجة لطبيعة العقد بينه وبين شركة الاتصالات الخلوية التي يعمل بها.

لذا فالعلاقة بينها وبين نظرية المسؤولية الاجتماعية (التبادل الاجتماعي) من خلال التبادل بين إدارة الشركة والعاملين المفتوحة وطويلة الأجل.

4.2 التوصيات

خرجت الدراسة بعد مناقشتها للنتائج بمجموعة من التوصيات الهادفة في نهاية البحث، ومن هذه التوصيات ما يأتي:

1. ضرورة إيلاء الاهتمام الكامل بدائرة للعلاقات العامة داخل الشركة، وذلك للدور المهم الذي تقوم به في ربط المجتمع بالشركة.

2. التأكد من قيام دائرة العلاقات العامة في الشركة بعملها على أكمل وجه من خلال توظيفها للمفاهيم الحديثة والمتطورة التي تخدم مكانة الشركة في المجتمع وتعززها.
3. العمل على إنشاء حلقة تواصل بين إدارة الشركة وبين العاملين، وذلك باعتبارهم المورد البشري للشركة من خلال رابط، أو صفحة خاصة بالشركة لتسهيل عملية تقديم الخدمات.
4. ضرورة تنشيط دائرة العلاقات العامة داخل الشركة، وذلك للدور الكبير الذي تؤديه في تعزيز السمعة والصورة الذهنية لها.
5. القيام بإشراك العاملين في طرح الاقتراحات، وفي وضع الخطط التطويرية للشركة؛ لِكُونِهِمْ جُزءاً أساساً منها.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

- إبراهيم، قديري. (2015). أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية. سوريا: رسالة دكتوراة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.
- آل تويم، عبد الله. (2004). دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات الخيرية والمحافظة عليها.
- خير، شذى. (2017). فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشركات الاتصال: دراسة حالة شركة زين للهاتف النقال في الفترة (2012 م - 2013 م).
- دراغمة، رافع. (2011). دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة: (دراسة مسحية مقارنة).
- الزويري، محجوب. (2017). إدارة السمعة وارتباطها بحقل العلاقات العامة. تاريخ الاسترداد 15 1، 2020، من الوطن صوت المواطن العربي.
- السبيعي، فلاح. (2017). أثر تبني برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على سياسات إدارة الموارد البشرية " بالتطبيق على الشركات الصناعية بمنطقة الرياض". السعودية: كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- السريع، محمد. (2005). الأدوار المؤسسية والأنشطة للعلاقات العامة في المشافي الحكومية والخاصة.
- سليم، أمل. (5 3، 2018). إدارة السمعة المؤسسية. تاريخ الاسترداد 2020

شركة جوال. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <https://www.jawwal.ps/>

العبد الكريم، صفية. (2011). جهود العلاقات العامة في بناء وتحسين الصورة الذهنية للشركات السعودية المساهمة.

لطرش، محمد. (2020). أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية المدركة على الالتزام التنظيمي للعاملين. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، م7، ع3.

المزاهرة، منال هلال. (2014). مناهج البحث الإعلامي، ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

مطر، محمد. (2018). دور الذكاء الإستراتيجي في تعزيز سمعة المنظمات التعليمية (دراسة تطبيقية على وزارة التربية والتعليم العالي بقطاع غزة).

ملحم، عبد المجيد. (2021). تقرير المسؤولية الاجتماعية. تم الاسترداد من موقع مجموعة الاتصالات

الفلسطينية: https://www.paltelgroup.ps/uploads/_Annual_Report_2021.pdf

يونس، طارق. (2008). إدارة العلاقات العامة: مفاهيم ومبادئ وسياسات، مع إشارة للمعنى العربي والإسلامي.

ثالثاً: المراجع الأجنبية

Du, J. (2021). Corporate Social Responsibility and the Reciprocity Between Employee Perception, Perceived External Prestige, and Employees' Emotional Labor. *Psychology Research and Behavior Management Journal*.

Faisal . (2020). Corporate Social Responsibility and Employees' Negative Behaviors under Abusive Supervision: A Multilevel Insight. *Sustainability journal*,12, p. 2647.

- Khaskheli, A. (2020). Do CSR activities increase organizational citizenship behavior among employees? Mediating role of affective commitment and job satisfaction. *ERP Environment and John Wiley & Sons Journal*, pp. 1-15.
- Luu, D. (2020). The effect of internal corporate social responsibility practices on pharmaceutical firm's performance through employee intrapreneurial behaviour. *Journal of Organizational Change Management*.
- Memon, K. (2020). The relationship between corporate social responsibility and employee engagement -A social exchange perspective. *Journal of Business Science and Applied Management, Volume 15, Issue 1*.
- Mory, L. (2015). Factors of internal corporate social responsibility and the effect on organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). *The measurement of organizational commitment*. Retrieved from *Journal of Vocational Behavior*, 14(2): 224-247
- Zulfiqar, S. (2019). An Examination of Corporate Social Responsibility and Employee Behavior: The Case of Pakistan. *Sustainability journal*, 11, p. 3515.

الملاحق

ملحق رقم (أ)

محكمو أداة الاستبانة

الدرجة العلمية التخصص	الاسم	الرقم
دكتور محاضر في قسم العلاقات العامة والاتصال.	د. أسامة العبد الله	1
دكتور في الاتصال السياسي الإستراتيجي	د. معين كوع	2
دكتور محاضر في الكلية العصرية والكلية الأمنية	أ.محمد سلامة	3

ملحق رقم (ب)

أداة الدراسة



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة

يُجري الباحث دراسة بحثية بعنوان: (مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي للموظفين-شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية - دراسة حالة)، ولهذا قام الباحث بإعداد الاستبانة التي بين أيديكم والمكونة من أربعة مجالات ويحتوي كل مجال على عدد من الفقرات التي تنتمي إليه، بهدف الحصول على المعلومات المطلوبة للدراسة والتي ستساعد الباحث بالتوصل إلى النتائج النهائية المدعومة للدراسة واعتمادها كمرجع علمي للموضوع المطروح حيث تأتي هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات رسالة الماجستير-الدراسات العليا ضمن اختصاص العلاقات العامة خلال الفصل الدراسي لعام 2023 بإشراف د. سمر الشنار، ونظراً لما تتمتعون به من مكانة علمية وخبرة عملية واطلاع بأهمية البيئة الداخلية وتأثيرها على نجاح الشركة، فإنني على ثقة بأنكم ستعطون الاستبانة جُلَّ اهتمامكم وتجيّبون عليها بكل دقة وموضوعية، فالمرجو منكم التكرم بوضع (x) في الخانة المناسبة لإجاباتكم، تأكّد أنّ نجاح هذه الدراسة يعتمد إلى حد كبير على دقة إجابتك التي ستجمع وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

أولاً: البيانات الشخصية

1. الجنس:

1- () ذكر 2- () أنثى

2. مكان الإقامة:

1- () مدينة 2- () بلدة 3- () قرية 4- () مخيم

5- () أخرى

3. سنوات العمل في الشركة:

1- () سنة 2- () سنتين 3- () 5 سنوات 4- () أخرى

4. طبيعة العقد

1- () مؤقت 2- () موظف مثبت 3- () عقد خاص

ثانياً: مدى ومساهمة نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة بتعزيز الالتزام التنظيمي لدى

موظفي شركة الاتصالات الفلسطينية الخلوية "جوال"، ضع إشارة (X) مع ما يتفق مع إجابتك:

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض
1.	هناك ضرورة لوجود دائرة علاقات عامة في شركة جوال					
2.	تقوم العلاقات العامة في شركة جوال بعملها على أكمل وجه					
3.	تتواصل العلاقات العامة في شركة جوال مع الموظفين بشكل دوري					

					4. وجود دائرة علاقات عامة يساعد في تعزيز السمعة والصورة الذهنية للشركة
					5. هناك إمكانية لتقديم الاقتراحات والشكاوى مع توافر الطرق المناسبة للتعامل معها من دائرة العلاقات العامة
					6. يتم الرد بسرعة على التساؤلات والاستفسارات الموجهة لدائرة العلاقات العامة كافة
					7. الأنشطة والبرامج التي توفرها العلاقات العامة لتعزيز أثر نظرية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز الالتزام التنظيمي لدى الموظف تشمل الموظفين كافة دون فروقات بناءً على طبيعة عقد التوظيف
					8. مهام متابعة احتياجات الموظفين تتقاطع بين إدارة الموارد البشرية والعلاقات العامة
					9. توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية من العلاقات العامة له دور على أداء الموظف والالتزام التنظيمي

ثالثاً: ما هي مقترحاتك لتحسين أداء ودور دائرة العلاقات العامة في توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية

والبرامج التي تعزز من الالتزام التنظيمي لدى موظفي الشركة؟

.....

.....

.....

ملحق رقم (ج)

أسئلة المقابلة

اعتمدت الدراسة المقابلة أداة وكانت الأسئلة كالاتي:

السؤال الأول: ما مدى توظيف العلاقات العامة برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية في شركة جوال؟

السؤال الثاني: ما هي برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية التي تطبقها العلاقات العامة في شركة جوال؟

السؤال الثالث: ما مستوى الالتزام التنظيمي الاجتماعي للموظفين في شركة جوال؟

السؤال الرابع: ما تأثير توظيف برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية على الالتزام التنظيمي للموظفين في شركة جوال؟

السؤال الخامس: ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على العلاقات العامة في شركة جوال تطويرها لتحقيق الالتزام لدى الموظفين؟

السؤال السادس: في الوقت الحالي جارِ العمل على خطة دمج شركات مجموعة الاتصالات الفلسطينية (بالتل) و(جوال) بعد الانتهاء من تنفيذ عملية الدمج ما التغييرات التي ستترتب على عملية الدمج؟ وما تأثيرها على برامج المسؤولية الاجتماعية الداخلية؟ وكيف ستعمل العلاقات العامة في ظل الدمج على تعزيز هذه البرامج في ظل دمج موظفي الشركتين معاً؟

السؤال السابع: كم يبلغ عدد موظفي شركة جوال حالياً؟ وهل تم التوجه لسياسة تقليص عدد الموظفين في ظل العمل على خطة الدمج؟ وكم من المتوقع أن يبلغ العدد النهائي للموظفين بعد تطبيق عملية الدمج كعدد تقريبي يمكننا استخدامه في الدراسة؟



An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**THE IMPACT OF THE INTERNAL SOCIAL
RESPONSIBILITY PROGRAMS IN JAWWAL COMPANY
ON THE ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF THE
COMPANY'S EMPLOYEES**

By

Moath Zakaria Mohammad Ibrahim

Supervisor

Dr. Samar Shunnar

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Contemporary Public Relations, Faculty of Graduate Studies, An-Najah
National University, Nablus- Palestine.**

2024

THE IMPACT OF THE INTERNAL SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAMS IN JAWWAL COMPANY ON THE ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF THE COMPANY'S EMPLOYEES

By
Moath Zakaria Mohammad Ibrahim
Supervisor
Dr. Samar Shunnar

Abstract

This study aims to explore the extent of employing the theory of social responsibility in the public relations practices of the Palestinian Cellular Communications Company "Jawwal" and its impact on enhancing the organizational commitment of employees. Corporate social responsibility is one of the fundamental concepts that contribute to building a positive image of the company and enhancing loyalty and belonging among employees. This study evaluated the extent to which public relations employ internal social responsibility programs at Jawwal, and determined the impact of these programs on the level of organizational commitment of employees, in addition to exploring mechanisms and tactics that can be developed to further enhance organizational commitment through public relations practices.

The study adopted a descriptive approach and used two main tools for data collection: a questionnaire and in-depth interviews. The sample consisted of 100 employees at Jawwal, from which 75 questionnaires were retrieved, and after review, 5 were excluded for not meeting the analysis criteria. Thus, the valid sample for statistical analysis consisted of 70 questionnaires selected randomly from various departments and showrooms of the company.

The interview results revealed that public relations successfully employed internal social responsibility programs at Jawwal, positively impacting organizational commitment. As for the questionnaire results, the responses of the study sample indicated a very high percentage (82.50%) regarding the role of public relations in employing social responsibility programs to enhance organizational commitment. There were no significant differences based on the variables of gender, place of residence, years of service, or contract type, except for one item (No. 4), which showed a significant difference in favor of males.

Keywords: Social Responsibility, Public Relations, Organizational Commitment, Jawwal, Case Study.