

المهمة الثالثة

بحث القضية البحثية من حيث
(المنهجية المستخدمة والنتائج المتوصل لها)

رابط البحث

https://jso.journals.ekb.eg/article_405057_d344d3a1557cc101bf570b80d1a65571.pdf

ماجد علي الهلال
٢٠١٢٠٩١٨

دكتوراه في الإدارة – الفصل الأول ٢٠٢٥

د تمارا عادل

الباحث :
الرقم الجامعي :
التخصص :

الدكتور المشرف:



المنهجية المتبعة في الدراسة

اعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يهدف إلى تحليل بيانات موضوع البحث بهدف فهم الظواهر وتفسيرها بشكل علمي دقيق. تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من موظفي الشركة المصرية للاتصالات، حيث شملت العينة ٤٠٠ فرداً، وتم استبعاد بعض الاستبيانات غير الصالحة، ليصبح العدد النهائي للتحليل ٣٨٧ استبياناً.

١. أبرز الأساليب المنهجية المستخدمة:

• **أدوات جمع البيانات:** استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من الموظفين والإداريين في الشركة المصرية للاتصالات.

• **تحليل البيانات:** تم استخدام مجموعة من الاختبارات الإحصائية مثل:

- ☐ اختبار الثبات والموثوقية (Cronbach's Alpha)
- ☐ اختبار الصدق التمييزي والصدق التقاربي
- ☐ تحليل معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation)
- ☐ تحليل الانحدار لاختبار الفرضيات
- ☐ معامل التحديد R-Square لقياس القدرة التفسيرية للنموذج
- ☐ تحليل حجم الأثر (Effect Size)
- ☐ معيار جودة التنبؤ Predictive Relevance

٢. النتائج التي توصلت إليها الدراسة

أهم النتائج المستخلصة:

١. برامج المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات تفتقر إلى التنظيم والتكامل، حيث يتم تنفيذها بشكل عشوائي وغير منسق، مما يؤثر سلباً على تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة.

٢. أثبتت الدراسة وجود تأثير إيجابي قوي لبرامج المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الأهداف الاستراتيجية لشركة الاتصالات، خاصة فيما يتعلق بتحسين الرؤية الاستراتيجية، القيادة، والثقافة المؤسسية.

٣. عدم وجود تأثير معنوي لبرامج المسؤولية الاجتماعية على الأداء الاستراتيجي والتشغيلي، مما يشير إلى الحاجة إلى تحسين التكامل بين هذه البرامج واستراتيجيات التشغيل.

٤. إشراك أصحاب المصلحة في برامج المسؤولية الاجتماعية يعزز من قدرة الشركة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

٥. تحليل الارتباط أظهر علاقات قوية بين برامج المسؤولية الاجتماعية وأبعادها المختلفة، حيث كانت العلاقة بين المسؤولية الأخلاقية وتحقيق الأهداف الاستراتيجية هي الأقوى.

٦. ضعف واضح في اهتمام شركات الاتصالات بالمسؤولية الاجتماعية الموجهة للعاملين الداخليين، مما قد يؤثر على التحفيز الداخلي وتحقيق الأهداف طويلة المدى.

٣. التوصيات التي قدمتها الدراسة

- ❑ دمج أنشطة المسؤولية الاجتماعية ضمن الخطط والاستراتيجيات التشغيلية للشركات، بحيث تصبح جزءاً أساسياً من ثقافة الشركة وليس مجرد مبادرات منفصلة.
- ❑ ضرورة التزام الإدارة العليا بتطبيق مبادرات المسؤولية الاجتماعية بشكل متوازن بين جميع الفئات المعنية.
- ❑ زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية الداخلية، من خلال تعزيز برامج التدريب والتطوير وتحفيز العاملين على المشاركة.
- ❑ تحسين قنوات الاتصال الداخلية والخارجية لتعزيز تفاعل الموظفين والعملاء مع هذه البرامج.
- ❑ تبني استراتيجيات تسويقية قائمة على برامج المسؤولية الاجتماعية، بحيث تُستخدم لتحسين صورة الشركة وتعزيز ولاء العملاء.

الخلاصة

قدمت الدراسة تحليلاً شاملاً لتأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الأهداف الاستراتيجية لشركات الاتصالات، مع التركيز على الشركة المصرية للاتصالات كنموذج. أظهرت النتائج أن هناك تأثيراً قوياً لبرامج المسؤولية الاجتماعية على بعض الجوانب الاستراتيجية، في حين أن هناك قصوراً في بعض النواحي، مثل التكامل مع الأداء التشغيلي. قدمت الدراسة توصيات مهمة لتعزيز دور هذه البرامج في دعم استراتيجيات الشركات بشكل أكثر فاعلية.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

شكرا لكم

