

أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية على شركة موبيلي في مدينة الرياض بحي البديعة

The impact of social responsibility on achieving competitive advantage on Mobily in the city of Riyadh in Al-Badi'ah neighborhood

بحث تقدم به الطالب

(ياسر موسى)

الرقم الجامعي

2021204487

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

المستخلص:

جدول المحتويات:

1.....	الشكر والتقدير
2.....	الاهداء
3.....	مستخلص الدراسة
4.....	جدول المحتويات
6.....	قائمة الاشكال
7.....	قائمة الجداول
8.....	الفصل الأول: الإطار العام
9.....	1.11 المقدمة
11.....	2.1 مشكلة الدراسة
11.....	1.2.1 الفجوات على المستوى النظري
11.....	1.2.2 الفجوات على المستوى التطبيقي
12.....	1.3 أهمية الدراسة
12.....	1.3.1 على المستوى النظري
13.....	1.3.2 على المستوى التطبيقي
15.....	1.4 أسئلة الدراسة
15.....	1.5 أهداف الدراسة
15.....	1.6 فرضيات الدراسة
16.....	1.7 نموذج الدراسة
17.....	1.8 الدراسة الميدانية
18.....	1.9 مخطط المشروع

قائمة الأشكال:

قائمة الجداول:

الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1	نموذج البحث المقترح	17
2	منهجية البحث	15

الفصل الاول: الاطار العام

1.11 المقدمة:

أصبحت منظمات الأعمال في الآونة الأخيرة تواجه تغيرات مستمرة وكبيرة في بيئة أعمالها، فأخذت تتأثر بالتطور السريع والعولمة واستخدام تكنولوجيا المعلومات وزيادة المنافسة ونهج الإدارة الحديثة. وبالتالي، أصبح الحفاظ على النجاح أكثر صعوبة بسبب أن المنظمات أخذت تواجه بيئة أكثر تعقيداً وأكثر ديناميكية مما شكل تحدياً كبيراً أمام بقائها ونموها. لينا شكري زرافيلي & سامر عبد المجيد البشباشة . (2023)

وفقاً لدراسة كوثر محمد أحمد محمد خوجلي، المسؤولية الاجتماعية وأثرها في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات العاملة في السودان، مذكرة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال كلية الدراسات العليا جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 0224. هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات العاملة في السودان ولتحقيق هذا الهدف ومن خلال مراجعة الأدبيات السابقة تم صياغة عدة فرضيات لقياس ذلك الأثر، حيث استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي عن طريق استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية وكانت نسبة الاسترداد 43% من عينة ميسرة حجمها 631 وزعت على شركات الاتصالات السودانية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود عالقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الإنساني والميزة التنافسية) (الحصة السوقية، الصورة الذهنية المنافسة) إلى أن نسبة التأثير تآثري جزئي بين المتغيرات، وكذلك توصلت الدراسة إلى عدة توصيات نظرية وتطبيقية لمتخذي القرار خاصة مدراء شركات الاتصالات وذلك من خلال سعيهم تطبيق المسؤولية الاجتماعية داخل المنظمة وخارجها لتحقيق ميزة تنافسية للشركة دون غيرها كما يمكن إجراء تطبيقات أخرى مماثلة لنفس موضوع الدراسة بذات المقياس المعتمد على منظمات أخرى خدمية مثل المصارف، الجامعات المستشفيات... وتعاون شركات الاتصالات بوضع إستراتيجية وطنية لترشيح الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية . زبار، & الخالدية. (2023).

تواجه الشركات ضغوطاً متزايدة للعمل بطرق مسؤولة اجتماعياً. ترجع أهمية مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى علاقتها بالميزة التنافسية والنتيجة المالية وسلوك العملاء وسمعة الشركة أيضاً. لذا تهدف هذه الدراسة إلى دراسة الدور الوسيط لرضا المستهلك والسمعة المؤسسية في تحقيق الميزة التنافسية للشركات، ومن ثم قياس الأثر في خلق الميزة التنافسية للشركات التي تطبق المسؤولية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية.

(2014) El-Garaihy, et all

تعد المسؤولية الاجتماعية معياراً من معايير تحقيق الميزة التنافسية، لذا تعمل المنظمات جاهدة على دمج الاهتمامات الاجتماعية في إستراتيجيتها، وهذا من أجل ضمان إستمراريتها وتحسين أدائها الاقتصادي. كيلاوي، وآخرون، (2021)

تظهر أهمية الدراسة في كونه أنه يجمع بين متغيرين هما المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية، حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية لها دور داخل المنظمات من أجل تحقيق الميزة التنافسية ، وتندرج أهمية هذه الدراسة ضمن مجموعة من المجالات العلمية والميدانية
زبار, & الخالدية. (2023).

2.1 مشكلة البحث:

صرحت العديد من الشركات بأن اعتماد ممارسات مسؤولية اجتماعية قوية يمكن أن يساهم في بناء صورة إيجابية للعلامة التجارية وجذب عملاء جدد. ومع ذلك، تبقى التحديات في تحقيق التوازن بين تلبية الالتزامات الاجتماعية وتحقيق الميزة التنافسية في سوق يتسم بالتطور السريع والمنافسة الشديدة.

2.1. الفجوة النظرية :

1. التوازن بين الربحية والمسؤولية : بعض النظريات تشير إلى أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية قد يؤثر سلبًا على الربحية وبالتالي يقلل من قدرة الشركة على تحقيق الميزة التنافسية.

2. الاستدامة والابتكار : هناك وجهة نظر تشير إلى أن تبني استراتيجيات مسؤولية اجتماعية يمكن أن يعزز الابتكار ويساهم في تحقيق الميزة التنافسية عبر تلبية احتياجات العملاء بطرق جديدة ومبتكرة.

3. الثقة والوفاء : تشير بعض النظريات إلى أن بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والأطراف المعنية الأخرى من خلال التزام قوي بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يؤدي إلى زيادة الثقة والوفاء، مما يساهم في تحقيق الميزة التنافسية.

2.2. الفجوة التطبيقية :

1. استثمارات طويلة الأمد: بعض الشركات قد تواجه صعوبة في توجيه الموارد والاستثمارات نحو مبادئ المسؤولية الاجتماعية بسبب رغبتها في تحقيق العوائد السريعة، مما قد يؤثر على قدرتها على بناء الميزة التنافسية على المدى الطويل.

2. قياس الأثر والعوائد: الصعوبة في قياس الأثر الفعلي لممارسات المسؤولية الاجتماعية على الأداء العام للشركة يمكن أن يحد من القدرة على تحقيق الميزة التنافسية من خلال هذه الاستراتيجيات.

3. تكاليف التنفيذ : قد يواجه الشركات تحديات في تحمل تكاليف تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وهذا قد يؤثر على قدرتها على المنافسة بشكل فعال في سوق يتطلب تكاليف تنافسية منخفضة.

وفقا لما سبق تهدف الدراسة الحالية الى الإجابة على السؤال الرئيسي التالي :
" الى أي مدى يمكن ان يؤثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية ؟ "

1.3. أهمية البحث:

أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية يشكل جزءاً أساسياً من استراتيجيات الشركات الناجحة في العصر الحديث. تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات مبدأً أخلاقياً واستراتيجياً يركز على تحقيق التنمية المستدامة بموازاة الربحية.

1.3.1 الأهمية النظرية :

تشير الدراسات إلى أن المسؤولية الاجتماعية تلعب دوراً حيوياً في تحقيق الميزة التنافسية للشركات. فعندما تعتمد الشركات مبادئ المسؤولية الاجتماعية، يمكن أن تتحسن سلوكياتها وعلاقتها مع مختلف أصحاب المصلحة، مما يؤدي إلى بناء سمعة قوية وزيادة الثقة لديها. هذا بدوره يمكن أن يساهم في جذب عملاء جدد، تعزيز الابتكار، والحفاظ على العملاء الحاليين، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية في سوق الأعمال.

ومن امثلة للأهمية النظرية :

1. التأثير على سمعة المنظمة:

- المسؤولية الاجتماعية الفعالة تساهم في بناء سمعة إيجابية للمنظمة لدى العملاء والمجتمع.
- السمعة الجيدة تمنح المنظمة قيمة مضافة وتميزها عن المنافسين.

2. استقطاب والاحتفاظ بالكوادر المتميزة:

- المنظمات الملتزمة اجتماعياً تكون أكثر جاذبية للموظفين المهرة والموهوبين.
- الموظفون يشعرون بالفخر والولاء تجاه منظماتهم الملتزمة اجتماعياً.

3. تعزيز الولاء والانتماء للعمالء:

- العمالء أكثر ميلاً للتعامل مع منظمات تهتم بقضايا المجتمع والبيئة.
- الالتزام الاجتماعي يعزز ثقة العمالء وولاءهم للعلامة التجارية.

4. تخفيض التكاليف التشغيلية:

- الممارسات المسؤولة اجتماعياً كإدارة الموارد والطاقة بكفاءة تقلل التكاليف.
- الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية قد يكون مكلفاً في المدى القصير، لكنه يحقق عوائد على المدى الطويل.

5. تعزيز الابتكار والتطوير:

- التركيز على القضايا الاجتماعية والبيئية يحفز الإبداع والابتكار لإيجاد حلول مبتكرة.
- المنظمات المسؤولة اجتماعياً أكثر قدرة على التكيف والاستجابة للتغيرات.

خلاصة القول، إن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات لها أهمية كبيرة في تحقيق الميزة التنافسية على المدى البعيد من خلال تعزيز السمعة والولاء والابتكار. وهي استثمار استراتيجي ذو عوائد ملموسة للمنظمة والمجتمع على حد سواء.

1.3.2 الأهمية العملية :

1. استقطاب واحتفاظ بالكوادر المتميزة:

- المنظمات الملتزمة اجتماعياً تكون أكثر جاذبية للموظفين المؤهلين والموهوبين.
- الموظفون يشعرون بالفخر والولاء تجاه منظماتهم التي تهتم بالمسؤولية الاجتماعية.

2. تحفيز الأداء والإنتاجية:

- الموظفون الملتزمون بقيم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة يكونون أكثر إنتاجية وأداءً متميزاً.
- المشاركة في المبادرات الاجتماعية تعزز الشعور بالانتماء والرضا الوظيفي.

3. تعزيز التطوير المهني والشخصي:

- المنظمات المسؤولة اجتماعيًا تقدم فرصًا للتدريب والتطوير لموظفيها.
- هذا يساهم في تنمية مهارات الموظفين وتحسين كفاءتهم.

4. تحسين بيئة العمل:

- التزام المنظمة بالمسؤولية الاجتماعية يُحسن من ظروف العمل والصحة والسلامة.
- هذا يُعزز الرضا الوظيفي ويقلل من معدلات دوران العمل.

5. تعزيز الشعور بالمواطنة التنظيمية:

- الموظفون يشعرون بالفخر والولاء والمسؤولية تجاه منظماتهم الملتزمة اجتماعيًا.
- هذا يُساهم في زيادة الالتزام التنظيمي والمساهمة الإضافية للموظفين.

1.4. أسئلة البحث:

سؤال البحث الرئيسي : كيف يؤثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية ؟

1- كيف تؤثر البعد الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية ؟

2- ماهو اثر البعد القانوني على تحقيق الميزة التنافسية؟

3- ماهو تأثير الجودة على تحقيق الميزة التنافسية ؟

1.5. أهداف البحث:

الهدف الرئيسي : تقييم المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية ؟

- 1- دراسة تأثير البعد الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية
- 2- التحقق من اثر البعد القانوني على تحقيق الميزة التنافسية
- 3- دراسة تأثير الجودة على تحقيق الميزة التنافسية

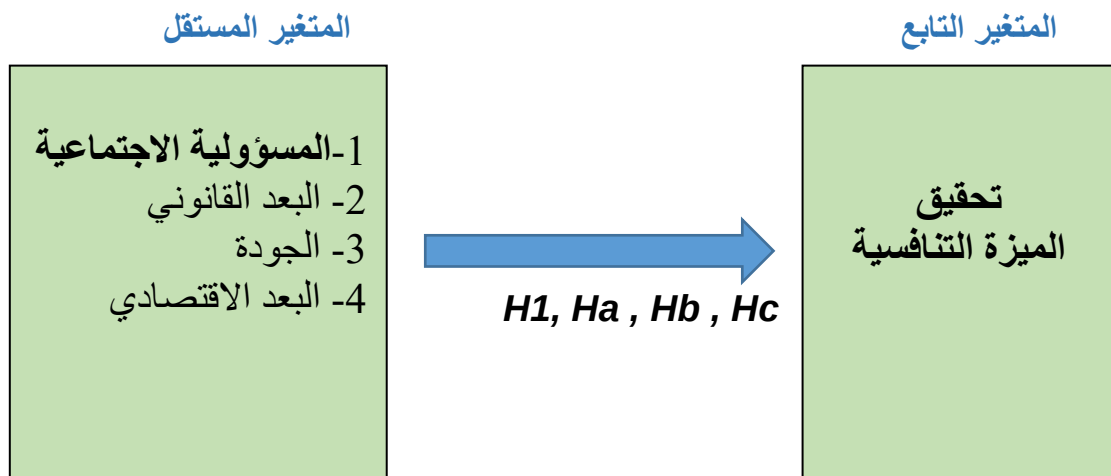
1.6. فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية : توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية ما بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية

- 1- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إيجابية ما بين البعد الاقتصادي والميزة التنافسية
- 2- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية ما بين البعد القانوني والميزة التنافسية
- 3- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إيجابية ما بين الجودة والميزة التنافسية

يتم استكشاف واختبار هذه الفرضيات من خلال تحليل البيانات والمعلومات المستقاة من الدراسات والاستبيانات والمقابلات وغيرها من المصادر ذات الصلة

1.7. نموذج البحث:



تم تصميمها بواسطة الطالب

1.8. الدراسة الميدانية:

موبايلي هو الاسم التجاري لشركة اتحاد اتصالات، الذي ارتبط ببداية كسر احتكار قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية، عندما فازت بالرخصة الثانية على خمسة انتلافات أخرى خلال صيف 2004م . وتمتلك شركة اتصالات الإماراتية حصة 27.45 بالمائة من أسهم الشركة، كما تمتلك المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية حصة 11.85 بالمائة من موبايلي، أما الباقية فتعود ملكيتها لعدد من المستثمرين ولعامة الجمهور.

شهدت مرحلة نمو موبايلي عدة محطات بارزة تمثلت في عدة صفقات استحواذ استراتيجية هامة نفذتها الشركة. ففي عام 2008 استحوذت على شركة "بيانات الأولى"، وهي شركة مرخصة لتزويد خدمات البيانات. وفي وقت لاحق من العام نفسه قامت بشراء حصة الأغلبية المطلقة في شركة "زاجل"، المزود السعودي الرائد لخدمات الإنترنت. وأيضاً تملك موبايلي نسبة 66% من أسهم مشروع الشبكة السعودية الوطنية للألياف البصرية، أحد أضخم شبكات الألياف البصرية في العالم. ومن خلال هذه الشبكة توفر موبايلي لعملائها بنية اتصالات متكاملة تشمل خدمات الاتصالات المتنقلة والإنترنت السريع.

كما تقدم موبايلي خدمات متكاملة لثلاثة قطاعات رئيسية، وهي قطاع الأفراد والأعمال والمشغلين. وتمتلك واحدة من أكبر الشبكات اللاسلكية من ناحية التغطية على مستوى المملكة والمنطقة بشكل عام، بالإضافة إلى امتلاكها أكبر شبكات FTTH وواحد من أضخم أنظمة مراكز البيانات حول العالم.

كون شبكة موبايلي من بنيتها التحتية الخاصة إلى جانب "بيانات الأولى" والشبكة السعودية الوطنية للألياف البصرية". وهي شبكة الألياف البصرية الأحدث في المملكة حيث تصل إلى جميع المدن الرئيسية فيها وتغطي أكثر من 58,060 كيلومتر من الطرق. وقد تمت توسعة الشبكة بحيث ترتبط مع الدول المجاورة بما في ذلك اليمن والإمارات العربية المتحدة والبحرين وقطر والكويت والأردن.

1.9. منهجية البحث :

فلسفة البحث : الفلسفة الموضوعية

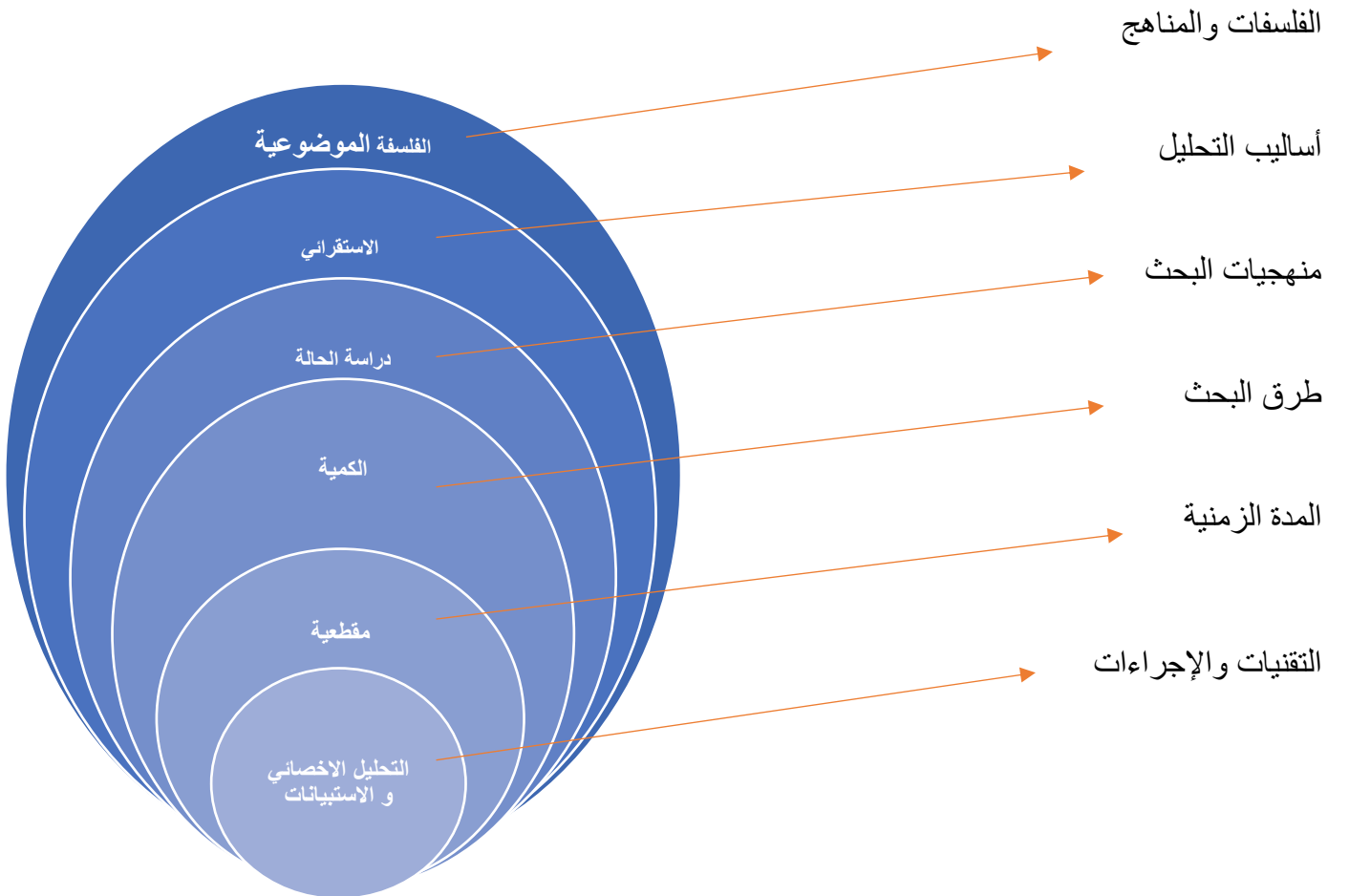
منهج البحث : الاستقرائي

استراتيجية البحث : دراسة الحالة

اختيار البحث : كمي

الأفق الزمنية : المقطعية

التقنيات و الإجراءات : التحليل الاحصائي و الاستبيانات



1.10. هيكل المشروع :

الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني : الإطار النظري

الفصل الثالث : منهجية البحث

الفصل الرابع : التحليل الإحصائي

الفصل الخامس : المناقشة و الخاتمة

منهجية البحث:

الدراسة الميدانية:

موبايلي هو الاسم التجاري لشركة اتحاد اتصالات، الذي ارتبط ببداية كسر احتكار قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية، عندما فازت بالرخصة الثانية على خمسة انتلافات أخرى خلال صيف 2004م . وتمتلك شركة اتصالات الإماراتية حصة 27.45 بالمائة من أسهم الشركة، كما تمتلك المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية حصة 11.85 بالمائة من موبايلي، أما الباقية فتعود ملكيتها لعدد من المستثمرين ولعامة الجمهور.

شهدت مرحلة نمو موبايلي عدة محطات بارزة تمثلت في عدة صفقات استحواذ استراتيجية هامة نفذتها الشركة. ففي عام 2008 استحوذت على شركة "بيانات الأولى"، وهي شركة مرخصة لتزويد خدمات البيانات. وفي وقت لاحق من العام نفسه قامت بشراء حصة الأغلبية المطلقة في شركة "زاجل"، المزود السعودي الرائد لخدمات الإنترنت. وأيضاً تملك موبايلي نسبة 66% من أسهم مشروع الشبكة السعودية الوطنية للألياف البصرية، أحد أضخم شبكات الألياف البصرية في العالم. ومن خلال هذه الشبكة توفر موبايلي لعملائها بنية اتصالات متكاملة تشمل خدمات الاتصالات المتنقلة والإنترنت السريع.

كما تقدم موبايلي خدمات متكاملة لثلاثة قطاعات رئيسية، وهي قطاع الأفراد والأعمال والمشغلين. وتمتلك واحدة من أكبر الشبكات اللاسلكية من ناحية التغطية على مستوى المملكة والمنطقة بشكل عام، بالإضافة إلى امتلاكها أكبر شبكات FTTH وواحد من أضخم أنظمة مراكز البيانات حول العالم.

كون شبكة موبايلي من بنيتها التحتية الخاصة إلى جانب "بيانات الأولى" والشبكة السعودية الوطنية للألياف البصرية". وهي شبكة الألياف البصرية الأحدث في المملكة حيث تصل إلى جميع المدن الرئيسية فيها وتغطي أكثر من 58,060 كيلومتر من الطرق. وقد تمت توسعة الشبكة بحيث ترتبط مع الدول المجاورة بما في ذلك اليمن والإمارات العربية المتحدة والبحرين وقطر والكويت والأردن.

مخطط المشروع:

الدراسات السابقة السابقة والإطار النظري:

الملخص:

المراجع:

بن دلالي, & برينوبة. أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر-تقرت (Doctoral dissertation, جامعة قاصدي مرباح-ورقلة).

<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/34949/1/bendalali-bariona.pdf>

لينا شكري زرافيلي & سامر عبد المجيد البشباشة. (2023). أثر سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على الشركات الأردنية لصناعة الأدوية البشرية *Humanities and Social Sciences Series*, 38(4).

<https://ejournal.mutah.edu.jo/index.php/hsss/article/viewFile/1797/661>

زبار, & الخالدية. (2023). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية, Doctoral) dissertation, جامعة ابن خلدون- تيارت).

<http://dspace.univ-tiaret.dz/bitstream/123456789/13759/1/TH.M.COM.2023.111.pdf>

El-Garaihy, W. H., Mobarak, A. K. M., & Albahussain, S. A. (2014). Measuring the impact of corporate social responsibility practices on competitive advantage: A mediation role of reputation and customer satisfaction. *International Journal of Business and Management*, 9(5), 109.

https://d1wgtxts1xzle7.cloudfront.net/79772987/Measuring_the_Impact_of_Corporate_Social20220128-19178-c9sghp.pdf?1643406724=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMeasuring_the_Impact_of_Corporate_Social.pdf&Expires=1719483555&Signature=C6zNZJf3R3gqAb8Aqy9mCsgT~iqQc7uDAXpHYkRo0Q7CflcLMLRZjXjengk9Tdzg8hYwctj62DJYK6Cul62cfocHK5UKwillqClvzjZ02jEhJzvl-8uYO691syJDnGcLaNCzEiWgD6oHvoAjGrCzl-FiXj8hu0de2l7WvSXHOqGI4bjm-rGVF-p9pXMJJclrdfwe9bk3osxVVMYDMNCKfMntpi5EN~uFjt1secn4~o42gZ7Vsryhyxzxea4m4q5gnGERedl0JF~uP7nAmkBJ~ukx9d72-gCUJz68TP~yE0woTKvhOWTcXb8Xo276T-YORSQWGGxxlrRQ57xpUMyRA &Key-Pair Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

كيلوي, فاطيمة, مقاوم, نور الهدى, بن الشريف, & مبروكة/مؤطر. (2021). المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق (جامعة أحمد دراية-أدرار, Doctoral dissertation, الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال).

<https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/bitstream/123456789/6042/1/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9%20%D9%88%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87%D8%A7%20%D9%81%D9%8A%20%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D8%A7%D9%81%D8%B3%D9%8A%D8%A9%20%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84.pdf>

زبار, & الخالدية. (2023). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (Doctoral) dissertation, جامعة ابن خلدون- تيارت

<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/34949/1/bendalali-bariona.pdf>

الملاحق:

مقدم الاستبيان :

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

اخي العزيز/ اختي العزيزة

نتوجه إليك بالشكر على موافقتك للمشاركة في هذا الاستبيان. هذه الدراسة تهدف إلى (اثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية على مؤسسة مستشاري في مدينه الرياض) وارجوا منكم الاجابه على الأسئلة التالية:

وعلما ان جميع الإجابات والمعلومات التي ستقدمها ستعامل بسرية تامة ولن يتم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي فقط. لن يتم الكشف عن هويتك في أي من نتائج الدراسة. لا توجد إجابات صحيحة أو خاطئة. نرغب فقط في الحصول على آرائك وتجاربك الشخصية. نشرك مرة أخرى على مساهمتك القيمة في هذه الدراسة. ردودك ستساعدنا كثيرًا في تحقيق أهداف البحث.

مع خالص التقدير،
الباحث: ياسر موسى

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	<u>أولاً: البعد القانوني</u>					
01	تلتزم الشركة بالقوانين المنظمة لعمالها بالتوازي مع المؤسسات الناشطة في نفس القطاع.					
02	تطبق الشركة تعليمات السلامة المهنية بمسؤولية عالية.					
03	تتم إدارة الشركة بطريقة تتوافق مع تعليمات الحكومة والقوانين.					
04	تلتزم الشركة بتوفير حقوق العاملين من خدمات اجتماعية كوسائل النقل من وإلى موقع العمل وتقديم تسهيلات.					
	<u>ثانياً: البعد الاقتصادي</u>					
05	تحرص الشركة على تعظيم ربحيتها.					
06	تحتفظ الشركة بمركز تنافسي قوي.					
07	تقدم الشركة منتجات وخدمات في متناول الزبائن.					
08	تعمل الشركة على الوصول إلى درجة عالية من الكفاءة في العمل.					
09	تسعى الشركة إلى البحث عن أعمال مربحة.					

المحور الثالث: الميزة التنافسية

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	<u>أولاً: الجودة</u>					
01	تتم الشركة بجودة مواردها (البشرية، المعدات) المستخدمة في العمل.					
02	تقدم الشركة منتجات، وخدمات ذات جودة عالية تلبي حاجيات ورغبات الزبائن.					
03	تستفيد الشركة من التطور التكنولوجي لتحسين جودة منتجاتها.					
04	ينجز عمال الشركة الخدمات للزبائن بسرعة وفي الوقت المحدد.					
05	تأخذ الشركة بعين الاعتبار آراء ومقترحات زبائنها بخصوص تطوير جودة الخدمات.					
06	تسعى الشركة لتقديم خدماتها بدون عيوب قدر المستطاع					
	<u>ثانياً: الإبداع والابتكار</u>					
07	تعمل الشركة على تحفيز أفرادها لتقديم الأفكار الإبداعية و الأخذ بآرائهم ومقترحاتهم.					