

جمهورية السودان
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة البحر الأحمر
كلية الدراسات العليا والبحث العلمي

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية "دراسة حالة شركة زين للإتصالات- ولاية البحر الاحمر"

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد: الخنساء عبدالرحمن بدوي زين العابدين

إشراف: د.ماريا أبيه يوسف محمد

2018م

مستخلص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه شركة زين للاتصالات في ولاية البحر الأحمر في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع المحلي وأثرها على تحقيق مزايا تنافسية لها. وذلك من خلال التعرف على مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الخيرية) على تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الصورة الذهنية، الحصة السوقية). كما هدفت لمعرفة العلاقة بينهما.

إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وكان الإستبيان الأداة الرئيسية لجمع البيانات وذلك لإختبار الفرضيات والإجابة على تساؤلات الدراسة. ومن أجل ذلك تم توزيع إستبيان إلكتروني في صورة رابط في وسائل التواصل الإجتماعي الخاصة بولاية البحر الأحمر بالإضافة لتوزيع إستبيان ورقي. تم تحليلها بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS).

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها قيام الشركة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي ، كما أثبتت وجود أثر إيجابي للمسؤولية الاجتماعية (البعد الأخلاقي، البعد الخيري) على تحقيق الميزة التنافسية (الصورة الذهنية، الحصة السوقية).

قدمت الدراسة توصيات أهمها أن تعمل الشركة على زيادة الإهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي وتضمن ذلك في خططها وإستراتيجياتها ،نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وزيادة وعي الشركات بمسؤوليتها تجاه مجتمعاتها، التعاون والتنسيق بين جميع المؤسسات والشركات العاملة في الولاية ووضع إستراتيجيات وخطط واضحة لمسؤوليتها تجاه المجتمع .

Abstract

This study aimed to know the role of Zain Telecommunications Company in the Red Sea State in achieving sustainable development of the local community and its impact on the achievement of competitive advantages. Through the identification of the impact of social responsibility dimensions (the ethics responsibility, charity responsibility) to achieve competitive advantage (mental image, market share). It also aimed to determine the relationship between them.

The study used an analytical descriptive approach. The questionnaire was the main instrument for collecting data to test hypotheses and answer the questions of the study. For this electronic and hardcopy questionnaires were distributed and have been analyzed using Statistical Package (SPSS).

The study found many results, the most important are The Company applied the concept of social responsibility towards local community, it also demonstrated the positive impact of social responsibility (ethics, charity) to achieve competitive advantage (mental image, market share).

The study introduced a number of recommendation including: increase the company attention to social responsibility towards local communities and include it in their plans and strategies, the dissemination of social responsibility culture and increased the corporate awareness of their responsibility toward their community, cooperation and coordination between all institutions and companies working in the state and develop clear strategies and plans.

قائمة الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
الآية	أ
الإهداء	ب
شكر وتقدير	ج
المستخلص	د
Abstract	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ي
قائمة الاشكال	ك
الفصل الأول: الاطار العام للدراسة	
المبحث الأول:الإطار المنهجي	1
المبحث الثاني :الدراسات السابقة	5
الفصل الثاني: الإطار النظري	
المبحث الأول: المسؤولية الإجتماعية	10
المبحث الثاني: الميزة التنافسية	20
المبحث الثالث: دراسة الحالة :شركة زين للاتصالات	25
الفصل الثالث: الإطار الميداني	

30	المبحث الأول: منهجية الدراسة
35	المبحث الثاني : عرض وتحليل البيانات
42	المبحث الثالث: إختبار الفرضيات
	الفصل الرابع: النتائج والتوصيات
48	المراجع و الملاحق

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة الميدانية في الباب السابق يمكن صياغة مجموعة من النتائج:

1. ظهر من نتائج الدراسة وجود دور إيجابي للمسئولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية

لشركة زين في ولاية البحر الأحمر بدرجة متوسطة. ولعل هذه النتيجة يمكن تفسيرها من خلال

أن الشركة لا تقوم بالعرض أو الإعلان عن إهتمامها بأنشطة المسئولية الإجتماعية ،وقلة

تواجدها في الفعاليات والمناسبات الخاصة بالولاية.

2. من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة أن هنالك أثر إيجابي للبعد الأخلاقي في تحسين الصورة

الذهنية للشركة ولكنه ضعيف .وقد يعزي ذلك لقلة أهتمام الشركة بحقوق الطفل والمرأة ، قلة

الإهتمام بذوي الإحتياجات الخاصة. قلة فرص العمل التي توفرها الشركة بالولاية لأنها تعمل

بالنظام الإدارة المركزي.

3. يرى المبحوثين أن البعد الخيري يؤثر إيجاباً في زيادة الحصة السوقية بدرجة متوسطة. ويظهر

ذلك من خلال إهتمام الشركة بتقديم خدمات جديدة ومتميزة. وتقديم منتجات لكل شرائح المجتمع

4. هذه الدراسة تبين لمتخذي القرار أهمية تبني أنشطة لها علاقة بالمسؤولية الاجتماعية تساعد المنظمة على تحسين الأداء ويكسبها التميز.
5. برامج المسؤولية الاجتماعية التي تؤديها الشركات تعمل على تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة
6. اهتمام الشركات والمنظمات بأنشطة المسؤولية الاجتماعية يساعدها على تحقيق أهدافها ويزيد من قيمتها

ثانيا : التوصيات

1. أن تعمل الشركة على زيادة الإهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي. وتضمن ذلك في خطط وإستراتيجيات الشركة.
2. زيادة إهتمام الشركة بالقطاعات الضعيفة وذوي الإحتياجات الخاصة من خلال تقديم الدعم والتبرعات مما يحسن صورتها الذهنية لدى عملائها.
3. زيادة إهتمام الشركة بتقديم منتجات متميزة بأسعار مقبولة مما يضمن لها حصة سوقية أكبر.
4. على مدراء الشركة أن يسعوا لتطبيق المسؤولية الاجتماعية مما يكون لها أثر على العملاء ويحقق لها التميز والريادة بين الشركات العاملة في نفس المجال.
5. زيادة الإعلان والترويج عن أنشطة ومشاركة الشركة في مناسبات الولاية ومشاريعها.
6. نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وزيادة وعي الشركات بمسؤوليتها تجاه مجتمعها.
7. التعاون والتنسيق بين جميع المؤسسات والشركات العاملة في الولاية ووضع استراتيجيات وخطط واضحة لمسؤوليتها تجاه المجتمع لمحاربة الفقر، توفير فرص عمل، الإهتمام بالبيئة ... الخ.