

The Extent of Social Responsibility among Libyan and Palestinian Telecom Companies in Mitigating the Effects of the COVID-19 Pandemic

مدى المسؤولية الاجتماعية لدى شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في التخفيف من آثار جائحة كوفيد-19

Abdelrahman Rashwan^{1*}, Suad Amarif².

¹University College of Science and Technology, Gaza, Palestine.

²Sert University, Libya.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 03 Sep 2020

Accepted 15 Dec 2020

Published 01 Jan 2022

*Corresponding author:

University College of Science and Technology, Gaza, Palestine.

Email: abdrashwan@yahoo.com.

Abstract

This study primarily aims to identify the social responsibility of Libyan and Palestinian telecommunications companies and their contributions to addressing the negative effects resulting from COVID-19. The study focuses on the companies' efforts to alleviate the burden on the state and citizens, exploring the most significant social contributions made by these companies in response to the pandemic. To answer the research questions and test the hypotheses, the researchers employed a descriptive and analytical approach. After obtaining the necessary data, a validated and evaluated questionnaire was distributed to a sample of 53 individuals, including financial managers, internal auditors, financial analysts, and accountants working in Libyan and Palestinian telecommunications companies. The results of the study indicated that Libyan telecom companies did not contribute significantly to mitigating the negative effects of COVID-19 by activating their social responsibility roles. This conclusion is supported by the respondents' answers, which reflected a moderate degree of contribution, with a mean value of 3.08 and a relative weight of 61.69%, along with a standard deviation of 0.85 and a significance level (Sig) of 0.686. Similarly, Palestinian telecom companies also did not significantly contribute to mitigating the negative effects of the COVID-19 pandemic through their social responsibility roles. Respondents' answers indicated a moderate level of contribution, with a mean value of 3.24, a relative weight of 64.85%, a standard deviation of 0.849, and a significance level (Sig) of 0.256. The study recommends that Libyan and Palestinian telecommunications companies should enhance their social roles in mitigating the negative effects of the COVID-19 pandemic by actively implementing social responsibility initiatives.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Communications, COVID-19 Pandemic.

تهدف الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الليبية والفلسطينية ومساهمتها في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين، ومعرفة أهم المساهمات الاجتماعية التي أقرتها شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في مواجهة هذه الجائحة، وللإجابة على التساؤلات واختبار فرضيات البحث، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وللحصول على البيانات اللازمة تم توزيع استبانة بعد تقييمها وتحكيمها من عدد من المتخصصين على عينة الدراسة المكونة من المدراء الماليين، والمراجعين الداخليين، والمحللين الماليين، والمحاسبين العاملين في شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية والبالغ عددهم (٥٣) مفردة.

أثبتت نتائج الدراسة أن شركات الاتصالات الليبية لم تساهم في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية، ويظهر ذلك من خلال إجابات المبحوثين بدرجة متوسطة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٠٨)، وبوزن نسبي (٦١,٦٩٪)، وانحراف معياري (٠,٨٥)، ومستوى دلالة Sig. (٠,٦٨٦).

كما أن شركات الاتصالات الفلسطينية لم تساهم في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية، ويظهر ذلك من خلال إجابات المبحوثين بدرجة متوسطة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٢٤)، وبوزن نسبي (٦٤,٨٥٪)، وانحراف معياري (٠,٨٤٩)، ومستوى دلالة Sig (٠,٢٥٦).

توصى الدراسة بضرورة قيام شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية بدورها الاجتماعي في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، شركات الاتصالات، جائحة كوفيد-١٩.

١. المقدمة

١,١ الإطار النظري والدراسات السابقة

نظرا لتطورات الحاصلة في بيئة الأعمال تغيرت نظرة منظمات الأعمال حيث لم يعد تقييمها يعتمد على ربحيتها، ومدى تحقيق ميزة تنافسية، وبناء سمعتها على المركز المالي، فقط، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على جعل بيئة العمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في مختلف المجالات، ومن أهم هذه المفاهيم مفهوم "المسؤولية الاجتماعية" وفي ظل إنتشار الأوبئة وظهور جائحة (كوفيد-١٩) التي قد تبدو مسألة صحية في المقام الأول، إلا أن تأثيرها طال مختلف أوجه النشاط الإنساني.

حيث ظهرت جائحة (كوفيد-١٩) لأول مرة في مدينة ووهان الصينية بنهاية عام ٢٠١٩ ومن ثم صُنفت كجائحة من قِبَل منظمة الصحة العالمية في ١١ مارس ٢٠٢٠ بعد اجتياح المرض نحو ١١٤ دولة حول العالم (صديق، ٢٠٢٠). ولا شك أن تفشي جائحة (كوفيد-١٩) في العالم، كان له تداعياته الخطيرة على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي. ومع تغير بيئة عمل المؤسسات الاقتصادية وتزايد الضغوط المطالبة بضرورة التزامها اتجاه المجتمعات التي تنشط بها أدركت الكثير من هذه المؤسسات في مختلف الدول أهمية المسؤولية الاجتماعية كجزء من السياسة العامة لها وحظيت برامج المسؤولية لديها بالقدر الكافي من الاهتمام، تخرج من كونها ممارسات طوعية اختيارية إلى ممارسات إجبارية غدت تمثل مصدرا لتحقيق التميز وزيادة القدرة التنافسية تدعم بقاء المؤسسة وتضمن استمرارها. (لحشر وشطابي، ٢٠١٩). وأضحى موضوع مفهوم المسؤولية الاجتماعية في صدارة الاهتمامات في كثير من الشركات والمؤسسات وخاصة في شركات الاتصالات، وصار أكثر وضوحاً مع جائحة (كوفيد-١٩)، حيث قامت الكثير من شركات الاتصالات عبر الدول بالعديد من المبادرات التي تعزز الاستقرار الاجتماعي، وتسهم في تقوية روح الشراكة والمسؤولية الاجتماعية، وتولد شعوراً واسعاً بالعدالة الاجتماعية يترجم استقراراً مجتمعياً يحمي المجتمع وهذه الشركات على المدى الطويل

أحدثت جائحة (كوفيد-١٩) صدمة قوية في أركان الاقتصاد العالمي، ومن المتوقع أن يكون لها تأثيراً مهماً في شكل العالم القادم لما صنعتته من موجة تغيير شاملة بعد أن أدت إلى ملايين الإصابات ومئات آلاف الوفيات، ولم يكن أثر الجائحة على جوانب الحياة الاجتماعية والطبية والبيئية في الأفراد والمجتمعات وإنما تعداه إلى الجوانب الاقتصادية وتأثيرها على أسواق النفط وأسواق الأسهم والسلع الدولية إضافة إلى باقي المتغيرات الاقتصادية (الهرش، ٢٠٢٠). فقد تتأثر معظم الشركات

بآثاره، الأمر الذي يفرض على كل شركة إجراء إعادة تقييم لأنشطتها وممارساتها مع مراعاة الحقائق والظروف والخصوصية لكل شركة. فمع انتشاره في جميع أنحاء العالم، ستحتاج الشركات إلى اتخاذ قرارات تشغيلية مهمة (Richter, 2020). وأشار (Danyluk, 2020) إلى أنه يمكن أن يؤدي استمرار هذه الظروف إلى تراجع اقتصادي أوسع نطاقاً قد يكون له تأثير سلبي طويل الأجل في النتائج المالية للشركات.

ورأى (Gartner 2020) أن تأثير جائحة (كوفيد-19) على قطاع تكنولوجيا المعلومات أقل حدة منها في الصناعات الأخرى، حيث حقق مكاسب أثناء الأزمة فيما يخص التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا والاتصالات والتطبيقات الإلكترونية والترفيه الإلكتروني، واتجاه بعض القطاعات إلى زيادة استثماراتها في التكنولوجيا على المدى القصير والطويل ومنها قطاع الاتصالات والتعليم والقطاع العام والرعاية الصحية.

واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدى إلى إنقاذ العديد من القطاعات مثل الصحة والتعليم، حيث تقدم شركات التكنولوجيا والاتصالات أدوات رقمية للتغلب على العزلة الاجتماعية وتعزيز التماسك الاجتماعي، ورفع مستوى الوعي حول إرشادات الصحة والسلامة لمواجهة الوباء (الجوهري، ٢٠٢٠).

ونظراً لحالة التباعد الاجتماعي التي فرضتها الأزمة، زادت نسب استخدام خدمات الاتصالات وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات، وحقق قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مصر على سبيل المثال أعلى معدل نمو في الناتج المحلي الإجمالي على مستوى كافة القطاعات (المركز المصري للدراسات، ٢٠٢٠). وتفشي الجائحة سوف يكون له الأثر الكبير في كل من الممارسات المحاسبية: (تقييم انخفاض الموجودات، قياس القيمة العادلة، الأحكام المحتملة، الأحكام المحتملة للعقوبات التي سوف تتحملها الشركة نتيجة التأخيرات غير المتوقعة لمواعيد التسليم، الاستمرارية (Chan & Chen, 2020)).

أدت عواقب جائحة (كوفيد-19) بما لا يدع مجالاً للشك إلى تدهور الوضع المالي بعد تاريخ إعداد التقارير المالية، ومن شدة هذا التدهور أصبح أساس الاستمرارية في إعدادها غير مناسباً، مما أدى إلى ضرورة الحاجة لتعديلها (Richter, 2020).

مفهوم المسؤولية الاجتماعية

تعددت تعريفات المسؤولية الاجتماعية (CSR) لدى المفكرين والكتاب بسبب أن الموضوع يكتسب أهمية متزايدة يوم بعد يوم ولم يتوصل إلى اتفاق محدد بهذا الشأن، عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها "الالتزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجار ويخدم التنمية في آن واحد. (منشورات الأمم المتحدة، ٢٠٠٤).

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تنطوع المؤسسات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم.

وهناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسات لمزيد من الدور الاجتماعي، وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق مزايا بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والدولة وأهمها ما يلي (مولاي لخضر وسايح، ٢٠١١):

بالنسبة للمؤسسة: تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة موجود المؤسسة. كذلك من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.

ويتضح للباحثين أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات تمثل تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع الناتجة عن جائحة (كوفيد-19)، كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.

بالنسبة للمجتمع: الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛ تحسين نوعية الخدمات المفيدة للمجتمع.

بالنسبة للدولة: تخفيض الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى. كما يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية. إلى جانب المساهمة في التطور التكنولوجي و القضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تختلف وجهات نظر في محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية، فوضعوا لها مسميات متباينة عناصر المسؤولية الاجتماعية للمنشآت في إطار عام يغطي مجموعة من الأبعاد، حيث أن هذه العناصر يمكن أن تكيف بقياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة عمل المنظمة ونشاطها وتأثير فئات أصحاب المصالح المختلفين، حيث أن فهم هذه العناصر الأربعة للمسؤولية الاجتماعية التي قدمها (Carroll) يتطلب إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات تلبية حاجات المجتمع وخاصة في إطار العناصر الاقتصادية والقانونية حيث تمثل هذه العناصر مطالب أساسية للمجتمع من المفترض تلبيتها من قبل منشآت الأعمال، والشكل التالي يبين هرم أبعاد المسؤولية الاجتماعية:



الشكل رقم (١): هرم أبعاد المسؤولية الاجتماعية

Source: Archie B. Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July 1991, p -p 39-48.

ويستنتج الباحثان أن أزمة (كوفيد-١٩) أظهرت مدى حاجتنا الاجتماعية إلى التعاون والتماسك والتكاتف لمواجهة الشدائد والأزمات، فالمسؤولية الاجتماعية ثقافة أخلاقية في المقام الأول تلزم كل منشأة وفرد بما يساهم في تطوير المجتمعات وتحقيق الصالح العام، إنها تعني ببساطة نوعاً من التكافل الاجتماعي، وتتجلى خاصة في أوقات الأزمات الطارئة وفي حالات الكوارث.

المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات في ظل جائحة (كوفيد-١٩)

يبرز دور شركات قطاع الاتصالات ومسؤوليتها الاجتماعية في مجال دعم المجتمعات التي تعمل بها، ولعل أهم الشركات التي يبرز دورها خلال هذه الأزمة تلك التي تعمل في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات، باعتبار أن دورها لا يقتصر على دعم قطاع الرعاية الصحية بتقنيات التواصل السريع والمراقبة عن بعد فحسب، بل يمتد ليشمل الحفاظ على استقرار

شبكات الاتصالات في وقت يزداد فيه الضغط عليها جراء حظر التجول المفروض لكبح جماح انتشار جائحة (كوفيد-١٩)، والتركيز على التعلم والعمل عن بعد، بالإضافة للاستخدام المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي والكم الهائل من البيانات التي يتم تداوله عبرها <https://www.addustour.com/articles/1146201>.

عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات:

هناك العديد من العوامل التي يجب إعدادها حتى تنجح الشركات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية أهمها (الحارثي، ٢٠٠٩):

١. قناعة الشركة بقضية المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، ونشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها والعائد على كل من المنشآت المؤدية لها وعلى المجتمع.
٢. توفير إدارة متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل الشركة تتبنى برامج خدمة المجتمع وتتولى تخطيط وتنفيذ البرامج والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة.
٣. السعي إلى التطوير وإيجاد برامج مبتكرة لخدمة المجتمع.
٤. التعاون مع جهات أخرى في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية لتحقيق أكبر قدر من الفائدة.
٥. الحرص على تقديم برامج المسؤولية الاجتماعية بأداء قوي ومتميز.
٦. ضرورة الاهتمام ببرامج التنمية المستدامة شاملة توظيف الوظائف، رعاية الموهوبين، ودعم مشاريع الشباب.

مبادرات بعض شركات الاتصالات للمساهمة في المسؤولية الاجتماعية لمواجهة جائحة (كوفيد-١٩)

انطلاقاً من مبدأ المسؤولية الاجتماعية، وفي ضوء الظروف الاستثنائية التي يمر بها العالم في مواجهة جائحة (كوفيد-١٩) المستجدة، أقرت بعض شركات الاتصالات عدة مبادرات، ففي مصر تضع الشركة المصرية للاتصالات، مواجهة (كوفيد-١٩) ضمن أولوياتها حالياً في الدور المجتمعي، ما جعلها تستبدل خططها في قطاع المسؤولية الاجتماعية لعام ٢٠٢٠، وتتبنى مبادرات تدعم جهود الدولة لمكافحة مخاطر انتشار الجائحة. وأهم مبادراتها في مواجهة (كوفيد-١٩) بدلاً من خطتها المجتمعية، دعم قطاع الصحة ومستشفيات العزل الصحي بأجهزة تنفس صناعي، وتوفير مستلزمات طبية ووقائية.

في مصر أثرت أزمة (كوفيد-١٩) على قطاعات الاقتصاد حالها حال باقي الدول، نظراً لحالة التباعد الاجتماعي التي فرضتها الأزمة، زدت نسب استخدام خدمات الاتصالات وتطبيقات والتكنولوجيا في مصر في الأسبوع الثاني من أبريل وزيادة معدلات استخدام الإنترنت في شهر أبريل، حيث زادت المكالمات الصوت الدولية بنسبة ١٥٪ والمحلية بنسبة ٣٪ وقد تضاعف عدد ساعات الذروة لاستخدام تطبيقات وخدمات الإنترنت ليصل إلى ١٥ ساعة يومياً وزاد استخدام الإنترنت المنزلي بنسبة ٨٧٪ والموبايل أنترنت بنسبة ١٨٪ وكذلك زادت نسبة تصفح الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي (الجوهري، ٢٠٢٠).

وفي السعودية أطلقت مبادرات إنسانية عدة منذ بداية الأزمة (كوفيد-١٩)، وتجسدت تلك المبادرات في دعم الجانب التعليمي من خلال التعليم عن بُعد، والتسهيل على مؤسسات الأعمال، والتخفيف عن العملاء من الشركات الصغيرة والمتوسطة، وكذلك الأفراد، ودعم المصابين أو المعزولين في المستشفيات أو المنازل، وبعض المبادرات التوعوية <https://bawabaa.org/news/289932>.

وشركة زين كشركة رائدة في مجال الاتصالات المتنقلة في منطقة الشرق الأوسط من خلال تواجدها التجاري في ما يقارب ٨ دول، وبفضل قوتها العاملة، فأنها تقدم مجموعة من الخدمات، واتخذت مجموعة زين تدابير استباقية لمواجهة التحديات التي يواجهها المجتمع لمكافحة جائحة (كوفيد-١٩) المستجدة، حيث بادرت الإدارة التنفيذية بتأسيس لجنة لإدارة الأزمة؛ من خلال توافر المنتجات والخدمات، منذ ظهور جائحة (كوفيد-١٩) المستجدة، تتعامل زين باستمرار مع النمو الكبير في خدمات النطاق العريض - لا سيما في المناطق السكنية نتيجة لحظر التجول الكامل والجزئي، وتدرك زين أهمية خدماتها بالنسبة إلى العملاء والمجتمع، لذلك، أعادت الشركة تصميم قنوات المبيعات المباشرة وغير المباشرة لضمان توافر الأجهزة والخطوط، كما ضاعفت الأنظمة وقدرات الموظفين لدعم المبيعات عبر الإنترنت، وتم تقديم تدابير مبتكرة مثل الفروع المتنقلة للتسليم من الباب إلى الباب والترتيبات مع منصات التسليم لبيع بطاقات الشحن من خلال تطبيقاتها. ومع فترات

الإغلاق والحظر، قامت شركة زين بتأمين أجهزة كمبيوتر محمولة وأجهزة (هواتف ذكية، شبكات الافتراضية خاصة، بنية تحتية افتراضية.. الخ) لموظفيها الذين يتعاملون مع العملاء حتى يتمكنوا من الاستمرار في الرد على الاستفسارات من المنزل، بالإضافة إلى ذلك، تمّ تجهيز وسائل التواصل الاجتماعي وفرق دعم المواقع. وفيما يتعلق بدعم المجتمع...، تستمرّ زين في التقدّم والتطوّر بهدف التعامل مع العديد من التحديات الخطيرة التي نشأت خلال هذه الأوضاع غير المسبوقة <https://www.zain.com/ar/covid19>.

ووافقت شركات الاتصالات البريطانية على رفع كافة الحدود القصوى للبيانات على خدمات النطاق العريض على الخط الثابت، وذلك في إطار دعم الناس المعزولين في منازلهم بسبب أزمة تفشي جائحة (كوفيد-19)، وستساعد الشركات العملاء الذين يجدون صعوبة في دفع الفواتير نتيجة أزمة جائحة (كوفيد-19) إلى جانب تحسين باقات الهاتف المحمول، كما أجرى اتخاذ خطوات عديدة من قبل الشركات لدعم العملاء خلال الأزمة <https://www.akhbaralaan.net/technology/2020/03/29>.

ويتضح للباحث أن مثل هذه المبادرات تعزز الاستقرار الاجتماعي، وتسهم في تقوية روح الشراكة والمسؤولية، وتولد شعوراً واسعاً بالعدالة الاجتماعية يترجم استقراراً مجتمعياً يحمي المؤسسات والشركات على المدى الطويل.

كما واجهت المسؤولية الاجتماعية للشركات تحديات كبيرة تمثلت في تراجع بعض الشركات عن أداء دورها المجتمعي، خوفاً من طول فترة جائحة موفيد-19. ومن بعض المشكلات الناشئة زيادة تسريح الموظفين والعاملين في قطاعات الأعمال نظراً لعدم إمكانية تحمل النفقات المستمرة العالية. هذا قد يؤثر في العلاقة بين العاملين وشركاتهم التي قد تتعرض لفقد الثقة بين كل الأطراف، وهذا مستقبلاً قد يؤدي لوجود حالات أو تشريعات تعمل من أجل تحقيق الأمان الوظيفي للعاملين لفترة طويلة دون التأثير بالعوامل والكوارث المحيطة.

وبذلك تستنتج الدراسة الحالية بأن تأثير المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات على المجتمع يكون من خلال الآتي:

- ضمان رفاة موظفيها من خلال وضع سلامتهم في سلم أولوياتها وخاصة في ظل جائحة كوفيد-19.
- تعزيز صورة الشركة وسمعتها لدى الجمهور في ظل ظروف جائحة كوفيد-19.
- ضمان توافر الأجهزة والخطوط بأسعار مخفضة في ظل أزمة جائحة كوفيد-19.
- التركيز على الأنظمة وقدرات الموظفين لدعم المبيعات عبر الإنترنت وخاصة في ظل انتشار جائحة كوفيد-19.
- دعم موظفيها معنوياً ومادياً الذين يتعاملون مع العملاء حتى يتمكنوا من الاستمرار في تقديم الخدمة بشكل جيد خاصة في ظل الخوف من الإصابة بجائحة كوفيد-19.
- توفير الدعم الفني على مدار الساعة من موردي معدات الشبكة الاستراتيجية خاصة في ظل الضغوط التي تعانيها الشركة وموظفيها من الاستخدام المتزايد بشكل كبير في ظل الحجر المنزلي نتيجة لجائحة كوفيد-19.
- تحديد موظفي الخدمات المدارة لتوفير الدعم في الموقع والدعم عن بعد في ظل ظروف جائحة كوفيد-19.
- ضمان توفير سعة إنترنت إضافية وحلول لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم الخدمات التعليمية والصحية عبر الإنترنت خاصة في ظل جائحة كوفيد-19.

١,١,١ الدراسات السابقة

تمثل المسؤولية الاجتماعية نشاطاً مرتبطاً ببعدين أساسيين أحدهما داخلي يتمثل في إسهام المؤسسة في تطوير العاملين وتحسين حياتهم، والبعد الثاني خارجي يتمثل في مبادرات المؤسسات في التدخل لمعالجة المشاكل التي يعاني منها المجتمع، فهي تحقق التقارب بينها وبين الجمهور من خلال تحقيق التوازن الدائم بين المصالح. تقع في قلب هذه الاحتياجات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات (CSR) وهي مسؤوليات مهمة يجب تنسيقها جيداً تجاه أزمة معقدة كجائحة (كوفيد-19) وذلك من خلال محركات حقيقية وآليات فعالة (Ebrahim & Buheji, 2020). واستناداً إلى مزيج متوازن من مراجعة الأدبيات السابقة يمكن عرض أهم الدراسات التي تحدثت عن المسؤولية الاجتماعية وهي كما يلي:

توصلت دراسة العناني (٢٠٠٩) إلى أن شركات الاتصالات الأردنية تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية بدرجة متوسطة وأن هناك تبايناً واضحاً بين أداء شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية، إضافة إلى أن شركات الاتصالات الأردنية لا تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق توفير فرص عمل دون أن يكون لديها حاجة فعلية.

هدفت دراسة خميس وحماد (٢٠١٥) إلى التعرف على مدى فهم المختصين بشركة الاتصالات السودانية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومجالات تطبيق محاسبة المسؤولية، وتوصلت إلى وجود معرفة لدى المختصين بالشركة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطبيقاتها بدرجات متفاوتة.

ركزت دراسة الدراوي وعايض (٢٠١٦) على الجهود المبذولة من قبل الباحثين في البيئة الليبية حول المسؤولية الاجتماعية للشركات ومدى الإفصاح عنها في تقاريرها السنوية، وتبين من نتائج الدراسة إلى أنه على الرغم من إصدار قوانين تلزم الشركات العاملة في ليبيا تطبيق المسؤولية الاجتماعية، إلا أن تطبيق الشركات العاملة في ليبيا يظل ضعيفاً من حيث الكم والكيف مقارنة بالشركات في الدول المتقدمة.

كما تناولت دراسة فلاق وحدو (٢٠١٦) أثر تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة شركات الاتصالات الخلوية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مستويات متوسطة لتطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية (الاقتصادي، والقانوني، البيئي)، وعملت على تشجيع موظفيها على مشاركة في تلك المشاريع، حيث وجدت أنه من خلال ذلك يتزايد ولاء الموظفين وترتفع معنوياتهم من جهة، وتستحوذ على شريحة سوقية واسعة من جهة أخرى، لتصل لصورة ذهنية قوية.

وتعرضت دراسة (Abukari & Abdul-Hamid (2018) لواقع المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات في غانا من خلال خمسة أبعاد هي (البيئي، الموارد البشرية، المجتمع، العملاء، البعد الأخلاقي) وتوصلت إلى أن شركات الاتصالات لا تعبر عن قضايا المسؤولية الاجتماعية جيداً.

كما تناولت دراسة مشمش (٢٠١٩) دور القيم التنظيمية في شركات الاتصالات وخدمات الإنترنت الفلسطينية العاملة في قطاع غزة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت إلى وجود علاقة طردية موجبة بين أبعاد القيم التنظيمية (إدارة المنظمة، إدارة المهمة، إدارة العلاقات، إدارة البيئة) وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في الشركات موضوع الدراسة، كما جاءت مستويات تبني الشركات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بدرجة كبيرة ٩٧، ٥٠٪.

وركزت دراسة لحرش وشطاي (٢٠١٩) على واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى متعاملي الهاتف النقال بالجزائر مع دراسة لمبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تنتهجها أهم شركات الاتصالات التي تنشط في إفريقيا، الشرق الأوسط، آسيا وأوروبا. وخلص لعدة نتائج منها وجود مؤشرات على اهتمام متعاملي الهاتف النقال بالجزائر بالمسؤولية الاجتماعية إلا أن الملاحظ أن الممارسات الاجتماعية التي يتم تبنيها يمكن اعتباره إجراءات تكتيكية يلجأ إليها المتعاملون في أوقات معينة كالأعياد الوطنية والدينية.

كما بينت دراسة (Al-maani (2019 تأثير المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات بالأردن على الأداء المالي وغير المالي للشركة، وتوصلت إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات كانت عامل أساسي يعزز من أداء الشركات وزيادة مستويات ولاء العملاء والموظفين للشركات، أشارت النتائج إلى أن كلا النوعين من الأداء يتأثران بشكل إيجابي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وهدف دراسة (Xiao, A, et al (2019 إلى التعرف على كيفية استخدام شركات الاتصالات للمسؤولية الاجتماعية في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية في غانا، وتوصلت نتائج الدراسة أن شركات الاتصالات الغانية قامت بالعديد من المبادرات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والخدمات الإلكترونية والاتصالات للمجتمع، وأوصت الدراسة بضرورة المساهمة في المزيد من تطوير المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الغانية.

وحاولت دراسة خلوفي وشريط (٢٠٢٠) التعرف على واقع تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الجزائرية، وذلك من خلال دراسة استكشافية، وتم التطرق إلى معايير ودوافع المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال في الجزائر، وتحديد الأولويات التي تتعلق بالقضايا الاجتماعية والبيئية في الجزائر، وأظهرت الدراسة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية لا يزال غامض داخل منظمات الأعمال الجزائرية، وأن تجاوب قطاع الأعمال الحالي مع قضايا المجتمع والبيئة جدا ضعيف، ويحتاج إلى مزيد من الجهود الإضافية.

وقامت دراسة (Ebrahim & Buheji 2020) بتوفير "إطار استراتيجي كلي للمسؤولية الاجتماعية" حيث يمكن استخراج خارطة طريق من المجتمع وتنظم عطائه لمعالجة قضايا وآثار جائحة (كوفيد ١٩)؛ وأوصت الدراسة بمجموعة من استراتيجيات الاقتصاد- الاجتماعي القائمة على القيم التي يمكن ان تدير العواقب المتوقعة للوباء وتعظم نتائج جهود المسؤولية الاجتماعية خلال حالات الطوارئ العالمية والوطنية.

كما هدفت دراسة (García-Sánchez & Alejandra 2020) إلى تحليل المشاركة التي أظهرتها الشركات الإسبانية الكبيرة خلال أصعب لحظات الوباء وتحديد الأهداف التي سعت هذه الشركات إلى تحقيقها معها . وأظهرت نتائج الدراسة أن العديد من الشركات أظهرت التزامًا كبيرًا مع المجتمع، حيث طورت إجراءات تخفف من أعباء (كوفيد-١٩) مثل شركات أخرى طورت العديد من الاستراتيجيات ذات الأهداف المختلفة، بشكل ملموس، تم تحديد ثلاث مجموعات من المسؤولية: (١) حماية مصالح المساهمين والمستثمرين فقط ؛ (٢) تفضيل رفاهية المجتمع الإسباني بشكل عام والفئات الضعيفة بشكل خاص.

وتحدثت دراسة (Gartner 2020) عن تأثير جائحة (كوفيد-١٩) على قطاع تكنولوجيا المعلومات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تأثير جائحة (كوفيد-١٩) على قطاع تكنولوجيا المعلومات أقل حدة منها في الصناعات الأخرى، حيث حقق مكاسب أثناء الأزمة فيما يخص التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا والاتصالات والتطبيقات الإلكترونية والترفيه الإلكتروني، واتجاه بعض القطاعات إلى زيادة استثماراتها في التكنولوجيا على المدى القصير والطويل ومنها قطاع الاتصالات والتعليم والقطاع العام والرعاية الصحية.

١,٢,٢ التعليق على الدراسات السابقة

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة على أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل عام وشركات الاتصالات بشكل خاص، وركز معظمها على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية ومدى الاهتمام بها من قبل الشركات، ولكن لم تجتمع المتغيرات في دراسة واحدة وهو ما يميز الدراسة الحالية حيث تناولت واقع المسؤولية الاجتماعية ومدى ممارستها من قبل شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية للتخفيف من آثار جائحة (كوفيد-١٩) وهو ما يجعل الدراسة الحالية تختلف عن غيرها من الدراسات السابقة.

ندرة الأبحاث العربية وافتقارها إلى دراسة تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الليبية والفلسطينية لتخفيف من آثار جائحة كورونا، وعدم دراسة المتغيرات على الشركات الاتصالات الليبية والفلسطينية. ونظراً لأهمية الموضوع فكان لابد من دراسته كانت هنا الفجوة البحثية والإضافة المحققة.

استفاد الباحثان من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في تكوين معرفة حول موضوع الدراسة، وإثراء الإطار النظري للدراسة، وفي بناء أداة الدراسة اللازمة لجمع البيانات، والتعرف على الأساليب الإحصائية والمقاييس المستخدمة.

٢. مشكلة الدراسة وأسئلتها

أثرت جائحة (كوفيد-١٩) على الكثير من القطاعات الاقتصادية، وذلك نتيجة للحظر المفروض على جميع الدول، وتراجع الطلب العالمي على البضائع، إلا إن الأزمة حملت في الوقت نفسه عددا من الفرص والتي تتمثل في إعادة ترتيب الأولويات الخاصة بدعم بعض القطاعات؛ حيث تأتي في مقدمتها قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والذي أثبت أهميته الجوهرية خاصة مع تفش هذه الجائحة (كوفيد-١٩).

وتعد المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة (كوفيد-١٩) من القضايا الأساسية التي تتطلب أن تعطى أهمية كبيرة من قبل شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية، فقد فرض دور اجتماعي جديد لهذه الشركات تساهم من خلاله في تحقيق الأهداف والتطلعات المجتمعية. وأن مؤشر أداء هذه الشركات لم يعد مقتصرًا على الأداء الاقتصادي والمالي فحسب. وإنما أصبح للأداء الاجتماعي دور جوهرياً في سعي شركات الاتصالات للموازنة بين أهدافها وأهداف ورغبات المجتمع.

٢,١ أسئلة الدراسة

وبناء على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة السؤالين الآتين:

١. هل ساهمت شركات الاتصالات الليبية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن جائحة (كوفيد-١٩) وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية؟
٢. هل ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن (كوفيد-١٩) وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية؟
٣. هل يوجد اختلاف بين شركات الاتصالات الليبية وشركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن جائحة (كوفيد-١٩) وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية؟

٣. أهمية وأهداف الدراسة

٣,١ أهمية الدراسة

تسارعت مع ظهور وانتشار جائحة (كوفيد-١٩) في أوائل العام ٢٠٢٠ الأحداث على مختلف الأصعدة بشكل عام، ومنها الآثار الاقتصادية وانعكاساتها في أداء الشركات، ونتيجة للاهتمام الواسع بموضوع المسؤولية الاجتماعية ودورها في دعم وتطوير التنمية الاجتماعية، فقد تزايد اقتناع الشركات، وبذلك تكمن أهمية الدراسة في التأكيد على أهمية تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الليبية والفلسطينية نتيجة التأثير بهذه الجائحة وانتشارها لتخفيف من هذه الجائحة.

٣,٢ أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس إلى تحديد مدى مساهمة شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن (كوفيد-١٩) وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية. ومعرفة أهم المساهمات الاجتماعية التي أقرتها شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في مواجهة (كوفيد-١٩)، وتقدم هذه الدراسة بعض النتائج والتوصيات التي قد تساعد شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في المزيد من تعزيز المسؤولية الاجتماعية لموظفيها وللمجتمع ككل.

٤. حدود ومحددات الدراسة

تحدد نتائج هذه الدراسة بالحدود التالية:

- **الحد الزمني:** الفترة التي يستغرقها إعداد هذه الدراسة خلال عام ٢٠٢٠.
- **الحد البشري:** المدراء الماليين، والمراجعين الداخليين، والمحللين الماليين، والمحاسبين.
- **الحد المكاني:** شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية.
- **الحد الموضوعي:** مدى المسؤولية الاجتماعية لدى شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في التخفيف من آثار جائحة كوفيد-١٩.

٥. الطريقة

٥,١ منهجية الدراسة

نستعرض منهج الدراسة ومصادر جمع البيانات وكذلك خصائص عينة البحث وأهم نتائج التحليل الإحصائي التي تم الحصول عليها بعد تحليل البيانات التي شملتها الاستبانة.

منهج الدراسة وجمع البيانات

استخدام الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم جمع البيانات من المصادر الثانوية والمتمثلة بالكتب والمجلات والدوريات والأبحاث العلمية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى مصادر البيانات الأولية والمتمثلة بأداة الدراسة (الاستبانة) والتي تم تصميمها للتعرف على آراء عينة الدراسة فيما يخص تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الليبية والفلسطينية لتخفيف من آثار جائحة كوفيد-١٩، وتكونت الاستبانة من قسمين رئيسيين يشمل القسم الأول منها على

البيانات الديموغرافية والمتمثلة في المؤهل العلمي، الوظيفة، سنوات الخبرة، أما القسم الثاني فتناول محاور الدراسة كما يتضح في جدول (٢).

٥,٢ فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال الفرضيتين التاليتين:

- الفرضية الأولى: ساهمت شركات الاتصالات الليبية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن (كوفيد-١٩) وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.
- الفرضية الثانية: ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن (كوفيد-١٩) وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.
- الفرضية الثالثة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين شركات الاتصالات الليبية وشركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن جائحة (كوفيد-١٩) وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.

٥,٣ مجتمع الدراسة وعينتها

بلغ مجتمع الدراسة لكافة موظفي شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية (مدير مالي، مراجع داخلي، محلل مالي، محاسب) والبالغ عددهم (٩٠)، حيث تم أخذ مجتمع الدراسة من الأشخاص أصحاب القرار المالي الذين لهم علاقة مباشرة وخبرة كبيرة في الجوانب المالية داخل شركات الاتصالات الفلسطينية والليبية، وتم أخذ عينة طبقية عشوائية وبلغت (٦٠) ووزعت الاستبانة على عينة الدراسة. حيث تم استرداد (٥٣) استبانة، وبعد ذلك تم استبعاد (٧) استبانة لعدم اكتمال إجابات بعضها ليصبح العدد القابل للتحليل باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) هو (٥٣) استبانة بنسبة استجابة (٨٨%) والجدول (١) يوضح عدد وخصائص عينة الدراسة.

جدول (١): الخصائص الوظيفية والشخصية لعينة الدراسة

النسبة %	التكرار	البيان	
٩,٤	٥	دبلوم متوسط	المؤهل العلمي
٧٣,٦	٣٩	بكالوريوس	
١٣,٢	٧	ماجستير	
٣,٨	٢	دكتوراه	
١١,٣	٦	مدير مالي	الوظيفة
٧,٦	٤	مراجع داخلي	
٣,٧	٢	محلل مالي	
٧٧,٤	٤١	محاسب	سنوات الخبرة
٢٦,٤	١٤	أقل من ٥ سنوات	
٤٣,٤	٢٣	من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات	
٣٠,٢	١٦	أكثر من ١٠ سنوات	
١٠٠,٠	٥٣	الإجمالي	

يتضح من الجدول (١) ما يلي:

- نسبة (٩,٤%) من عينة الدراسة من حملة درجة الدبلوم، في حين بلغت نسبة من يحملون البكالوريوس من عينة الدراسة (٧٣,٦%)، بينما كانت نسبة (١٣,٢%) من عينة الدراسة يحملون درجة الماجستير، كما كانت نسبة (٣,٨%) يحملون درجة الدكتوراه، وبالتالي فإن عينة الدراسة التي أجابت على الاستبانة هم ذوي الاختصاص وأصحاب المؤهلات العلمية المختلفة التي استهدفها الدراسة.

– نسبة (١١,٣%) من أفراد عينة الدراسة بوظيفة مدير مالي، في حين بلغت نسبة (٧,٦%) بوظيفة مراجع داخلي، وجاءت نسبة (٣,٧%) بوظيفة محلل مالي، في حين بلغت نسبة (٧٧,٤%) بوظيفة محاسب، وبالتالي لديهم اطلاع دراية كاملة بالشئون المالية في شركات الاتصالات عينة الدراسة.

– نسبة (٢٦,٤%) من أفراد عينة الدراسة تقل سنوات خدمتهم في العمل عن (٥) سنوات، في حين بلغت نسبة الذين تتراوح سنوات خدمتهم من (٥) سنوات إلى (١٠) سنوات بنسبة (٤٣,٤%) وقد جاءت بأعلى مرتبة من سنوات خبرتهم، في حين بلغت نسبة (٣٠,٢%) من سنوات خدمتهم أكبر من ١٠ سنوات، مما يعكس بأن عينة الدراسة من أصحاب التجربة والخبرة الكبيرة في الجوانب المالي.

٥,٤ أدوات الدراسة

❖ صدق أداة الدراسة

تم التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها عبر الصدق الظاهري (صدق آراء المحكمين) حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين للتحقق من صلاحيتها وأنها تقيس ما صممت لأجله، وبعد ذلك تم قياس صدق وثبات الاستبانة وكذلك مدى الاتساق الداخلي لفقراتها وفق ما يلي:

الصدق البنائي: تحقق الباحثان من مدى الصدق البنائي للاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحاور مجتمعة، وبين الجدول (٢) إن محور الدراسة يتمتع بمعامل ارتباط قوي حيث إن قيمة مستوى المعنوية Sig أقل من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٠٠٠) بذلك تعتبر الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (٢): معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل فقرة والدرجة الكلية للاستبانة

م.م	المحور	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
الأول	ساهمت شركات الاتصالات الليبية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.	٠,٧٥٥	٠,٠٠٠
الثاني	ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.	٠,٧٠٠	٠,٠٠٠

❖ ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبانة مدى درجة اتساقها وانسجامها واستمراريتها عند تكرار استخدامها في أوقات مختلفة، وقد تحقق الباحثان من ثبات استبانة الدراسة من خلال احتساب معامل الثبات المسمى بمعامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)، كما هو موضح في جدول (٣) والذي بلغ لجميع فقرات الاستبانة مجتمعة (٠,٨٨٥)، كما أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل محور من محاور الاستبانة حيث تتراوح بين (٠,٩١٦ - ٠,٩٣٩) وهذا يعني أن الثبات مرتفع ودال إحصائياً، كما أن قيمة الصدق البنائي لجميع فقرات الاستبانة مجتمعة بلغت (٠,٩٤١) مما يدل على أن الاستبانة بفقراتها تتمتع بمعامل صدق عالي.

جدول (٣): معاملات صدق المقياس بين فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية.

المحاور	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق البنائي
ساهمت شركات الاتصالات الليبية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.	٢٩	٠,٩٣٩	٠,٩٦٩
ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.	٢٤	٠,٩١٦	٠,٩٥٧
الدرجة الكلية لجميع فقرات المحور	٥٣	٠,٨٨٥	٠,٩٤١

٥,٥ اختبار الفرضيات

لاختبار فرضيات الدراسة تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المتوسط الحسابي النسبي، وكذلك استخدام قيمة اختبار اختبار (T) لعينة واحدة (One Sample T test) لتحليل فقرات الاستبانة واختبار الفرضيات. وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي وقد تم ترميز هذا المقياس كما يلي.

جدول (٤): درجات مقياس ليكرت الخماسي

درجة الموافقة					
الاستجابة	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جداً
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١
درجة الموافقة	مرتفعة جداً	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
الوسط الحسابي	٥ - ٤,٢٠	٤,١٩ - ٣,٤٠	٣,٣٩ - ٢,٦٠	٢,٥٩ - ١,٨	١,٧٩ - ١
الوزن النسبي	أكبر من ٨٤٪	٦٨٪ - ٨٣,٩٪	٥٢٪ - ٦٧,٩٪	٣٦٪ - ٥١,٩٪	أقل من ٣٦٪

وبالنظر إلى الجدول (٤) نجد أنه كلما اقتربنا من الدرجة (٥) ازدادت شدة الموافقة على العبارة في حين تزداد شدة المعارضة كلما اقتربنا من الدرجة (١)، أما إذا اقتربنا من الدرجة (٣) فإن ذلك يكون في الاتجاه المتعدد، وفي ضوء ذلك كانت نتائج اختبار فرضيات الدراسة وتحليل محاورها وفق ما يلي:

التحليل الإحصائي للفرضية الأولى: والتي تنص على "ساهمت شركات الاتصالات الليبية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية"، حيث كانت نتائج التحليل كما في الجدول (٥).

جدول (٥): نتائج التحليل والمعالجات الإحصائية لفقرات المحور الأول

م	البيان	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة اختبار t	القيمة الاحتمالية Sig	الترتيب
١	قامت الشركة بالوصول للأسر الأكثر احتياجاً لتخفيف العبء عنهم وتقديم المساعدات لهم في إطار المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كوفيد-١٩.	٣,٢٤	١,٢٠	٦٤,٧١	٠,٨١	٠,٤٣١	٥
٢	تساهمت الشركة في دعم الجهود والإجراءات الاحترازية التي تقوم بها الدولة لمنع انتشار جائحة كوفيد-١٩.	٣,١٢	٠,٩٩	٦٢,٣٥	٠,٤٩	٠,٦٣٢	٨
٣	ساعدت الشركة في نشر بعض الرسائل التوعوية على صفحات السوشيال ميديا لإتاحة استغلال هذا التطبيق للاستفسار عما يتعلق بجائحة كوفيد-١٩.	٣,٤٧	١,٠١	٦٩,٤١	١,٩٣	٠,٠٧٢	٢
٤	قامت الشركة بتأجيل تسديد الاشتراكات الشهرية الخاصة بالإنترنت والاتصالات بسبب جائحة كوفيد-١٩.	٣,١٢	١,٣٦	٦٢,٣٥	٠,٣٦	٠,٧٢٧	٨
٥	ساهمت الشركة في توفير بعض الأجهزة والمعدات الطبية، بالإضافة إلى توفير مستلزمات طبية ووقائية دعماً لحملة وزارة الصحة لمكافحة جائحة كوفيد-١٩.	٣,١٢	١,١٧	٦٢,٣٥	٠,٤٢	٠,٦٨٣	٨
٦	ساهمت الشركة في توفير خطوط اتصالات مجانية وزيادة القدرة على استيعاب أعداد المكالمات الواردة على الخطوط الساخنة لوزارة الصحة الخاصة بجائحة كوفيد-١٩.	٣,٣٥	٠,٩٣	٦٧,٠٦	١,٥٦	٠,١٣٨	٤

٧	قامت الشركة بتوفير ساعات إضافية لباقات الإنترنت بأسعار مخفضة للطلبة خلال فترة تعليق الدراسة.	٣,١٢	١,٣٦	٦٢,٣٥	٠,٣٦	٠,٧٢٧	٨
٨	دعمت الشركة منصات تعليمية لاستضافة المواد العلمية لطلاب المدارس والجامعات لدعم منظومة التعليم عن بعد في ظل جائحة كوفيد-١٩.	٣,١٨	١,٢٤	٦٣,٥٣	٠,٥٩	٠,٥٦٥	٦
٩	قامت الشركة بتقديم وجبات طعام للمواطنين المتواجدين في الحجر المنزلي المصابين بجائحة كوفيد-١٩.	٢,٨٢	١,١٣	٥٦,٤٧	٠,٦٤	٠,٥٢٩	١٣
١٠	قامت الشركة بتوعية موظفيها وعملائها وتوفير المطهرات والمستلزمات الوقائية تجنباً للإصابة بجائحة كوفيد-١٩.	٣,٦٥	١,٠٠	٧٢,٩٤	٢,٦٨	٠,٠١٧	١
١١	ساهمت الشركة بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني للحد من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ لتخفيف العبء على المواطنين.	٣,١٨	١,٠١	٦٣,٥٣	٠,٧٢	٠,٤٨٤	٦
١٢	قامت الشركة بأرسال رسائل توعوية مجانية لزيادة الوعي لدى المواطنين منذ بداية انتشار جائحة كوفيد-١٩.	٣,٤٧	١,١٢	٦٩,٤١	١,٧٣	٠,١٠٤	٢
١٣	قامت الشركة بعمل تخفيضات على مجموعة من خدماتها المقدمة للمواطنين.	٢,٢٤	١,٤٤	٤٤,٧١	٢,١٩	٠,٠٤٣	١٦
١٤	قامت الشركة بالتعاون مع الجهات المعنية بتقديم الدعم النفسي والاجتماعي والصحي عن بعد من خلال توفير منصات رقمية مجانية.	٢,٥٩	١,٣٣	٥١,٧٦	١,٢٨	٠,٢١٩	١٥
١٥	قامت الشركة بدعم مجموعة من المتطوعين لديها للمساهمة في خدمة المجتمع في ظل جائحة كوفيد-١٩.	٢,٧١	١,٢١	٥٤,١٢	١,٠٠	٠,٣٣٢	١٤
١٦	دعمت الشركة العديد من المبادرات في إطار الإستجابة للمسؤولية الاجتماعية، وإستجابة للدعوات الوطنية والجهود الرامية لمواجهة المخاطر الناجمة عن جائحة كوفيد-١٩.	٣,٠٠	١,٠٦	٦٠,٠٠	٠,٠٠	١,٠٠٠	١٢
	المحور الأول	٣,٠٨	٠,٨٥	٦١,٦٩	٠,٤١	٠,٦٨٦	-

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq ٠,٠٥$

من الجدول (٥) يستخلص الباحثان ما يلي:

- المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور الأول أكبر من قيمة المتوسط الحيادي الثابت والذي تمثل بالرقم (٣) بين القبول وعدم القبول، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات المحور بين (٣,٦٥ - ٢,٢٤).
- الفقرة (١٠) حصلت على المرتبة الأولى والتي تنص على: "قامت الشركة بتوعية موظفيها وعملائها وتوفير المطهرات والمستلزمات الوقائية تجنباً للإصابة بجائحة كوفيد-١٩" بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٥) وبوزن نسبي (٧٢,٩٤٪)، وقيمة (t) بلغت (٢,٦٨) عند قيمة مستوى المعنوية Sig أقل من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٠١٧).

– المرتبة الأخيرة جاءت للفقرة (١٣) والتي تنص على: "قامت الشركة بعمل تخفيضات على مجموعة من خدماتها المقدمة للمواطنين" بمتوسط حسابي بقيمة (٢,٢٤) وبوزن نسبي (٤٤,٧١٪)، وقيمة (t) بلغت (٢,١٩) عند قيمة مستوى المعنوية Sig أقل من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٠٤٣).

وبشكل عام يتضح أن كافة إجابات عينة الدراسة أظهرت اتجاهاً عاماً نحو الموافقة بدرجة متوسطة على فقرات المحور الأول، وبالتالي نرفض الفرضية الأولى التي تنص على: "ساهمت شركات الاتصالات الليبية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية"، ويظهر ذلك من خلال المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الأول حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٠٨) الدرجة الكلية من (٥)، وبوزن نسبي (٦١,٦٩٪)، وهي أكبر من الوزن النسبي المتوسط ٦٠٪ وبانحراف معياري (٠,٨٥) وأن قيمة اختبار (T) تساوي (٠,٤١)، وكانت قيمة مستوى المعنوية Sig وهي أكبر من (٠,٠٥)، حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٦٨٦)، ويعزو الباحثان ذلك بأن الشركات الليبية لم تساهم في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.

ثانياً: التحليل الإحصائي للفرضية الثانية: والتي تنص على "ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية"، حيث كانت نتائج التحليل كما في الجدول (٦).

جدول (٦): نتائج التحليل والمعالجات الإحصائية لفقرات المحور الثاني

م	البيان	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة اختبار t	القيمة الاحتمالية Sig	الترتيب
١	قامت الشركة بالوصول للأسر الأكثر احتياجاً لتخفيف العبء عنهم وتقديم المساعدات لهم في إطار المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كوفيد-١٩.	٢,٩٤	١,٥٩	٥٨,٨٢	-٠,١٥	٠,٨٨١	١٢
٢	تساهمت الشركة في دعم الجهود والإجراءات الاحترازية التي تقوم بها الدولة لمنع انتشار جائحة كوفيد-١٩.	٣,٥٨	١,٢٢	٧١,٧٦	١,٩٧	٠,٠٦٦	٤
٣	ساعدت الشركة في نشر بعض الرسائل التوعوية على صفحات السوشيال ميديا لإتاحة استغلال هذا التطبيق للاستفسار عما يتعلق بجائحة كوفيد-١٩.	٣,٧٦	٠,٨٣	٧٥,٢٩	٣,٧٩	٠,٠٠٢	٢
٤	قامت الشركة بتأجيل تسديد الاشتراكات الشهرية الخاصة بالإنترنت والاتصالات بسبب جائحة كوفيد-١٩.	٣,٨٢	١,٠٧	٧٦,٤٧	٣,١٦	٠,٠٠٦	١
٥	ساهمت الشركة في توفير بعض الأجهزة والمعدات الطبية، بالإضافة إلى توفير مستلزمات طبية ووقائية دعماً لحملة وزارة الصحة لمكافحة جائحة كوفيد-١٩.	٣,٣٥	١,٢٧	٦٧,٠٥	١,١٤	٠,٢٦٩	٧
٦	ساهمت الشركة في توفير خطوط اتصالات مجانية وزيادة القدرة على استيعاب أعداد المكالمات الواردة على الخطوط الساخنة لوزارة الصحة الخاصة بجائحة كوفيد-١٩.	٣,٤١	١,٠٦	٦٨,٢٣	١,٥٩	٠,١٣٠	٦
٧	قامت الشركة بتوفير ساعات إضافية لباقات الإنترنت بأسعار مخفضة للطلبة خلال فترة تعليق الدراسة.	٣,٢٩	١,٣٥	٦٥,٨٨	٠,٨٩	٠,٣٨٥	٩
٨	دعمت الشركة منصات تعليمية لاستضافة المواد العلمية لطلاب المدارس والجامعات	٣,١١	١,٢١	٦٢,٣٥	٠,٣٩	٠,٦٩٦	١١

لدعم منظومة التعليم عن بعد في ظل جائحة كوفيد-١٩.						
٩	قامت الشركة بتقديم وجبات طعام للمواطنين المتواجدين في الحجر المنزلي المصابين بجائحة كوفيد-١٩.	٢,٨٢	١,٣٣	٥٦,٤٧	-٠,٥٤	٠,٥٩٣
١٠	قامت الشركة بتوعية موظفيها وعمالها وتوفير المطهرات والمستلزمات الوقائية تجنباً للإصابة بجائحة كوفيد-١٩.	٣,٦٤	٠,٩٣	٧٢,٩٤	٢,٨٦	٠,٠١١
١١	ساهمت الشركة بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني للحد من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ لتخفيف العبء على المواطنين.	٣,٣٥	١,١٦	٦٧,٠٥	١,٢٤	٠,٢٣١
١٢	قامت الشركة بأرسال رسائل توعوية مجانية لزيادة الوعي لدى المواطنين منذ بداية انتشار جائحة كوفيد-١٩.	٣,٥٨	١,٠٦	٧١,٧٦	٢,٢٧	٠,٠٣٧
١٣	قامت الشركة بعمل تخفيضات على مجموعة من خدماتها المقدمة للمواطنين في ظل جائحة كورونا.	٢,٦٤	١,٦٥	٥٢,٩٤	-٠,٨٧	٠,٣٩٣
١٤	قامت الشركة بالتعاون مع الجهات المعنية بتقديم الدعم النفسي والاجتماعي والصحي عن بعد من خلال توفير منصات رقمية مجانية خلال جائحة كوفيد-١٩.	٢,٥٢	١,٥٤	٥٠,٥٨	-١,٢٥	٠,٢٢٧
١٥	قامت الشركة بدعم مجموعة من المتطوعين لديها للمساهمة في خدمة المجتمع في ظل جائحة كوفيد-١٩.	٢,٨٢	١,٤٦	٥٦,٤٧	-٠,٤٩	٠,٦٢٧
١٦	دعمت الشركة العديد من المبادرات في إطار الإستجابة للمسؤولية الاجتماعية، وإستجابة للدعوات الوطنية والجهود الرامية لمواجهة المخاطر الناجمة عن جائحة كوفيد-١٩.	٣,١٧	١,٢٨	٦٣,٥٢	٠,٥٦	٠,٥٧٩
المحور الثاني		٣,٢٤	٠,٨٤٩	٦٤,٨٥	١,١٧	٠,٢٥٦
						-

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$

من الجدول (٦) يستخلص الباحثان ما يلي:

- المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الثاني أكبر من قيمة المتوسط الحيادي الثابت والذي تمثل بالرقم (٣) بين القبول وعدم القبول، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لفقرات المحور بين (٣,٨٢-٢,٥٢).
- الفقرة (٤) حصلت على المرتبة الأولى والتي تنص على: "قامت الشركة بتأجيل تسديد الاشتراكات الشهرية الخاصة بالإنترنت والاتصالات بسبب جائحة كوفيد-١٩" بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٢) وبوزن نسبي (٧٦,٤٧٪)، وقيمة (t) بلغت (١,١٤) عند قيمة مستوى المعنوية Sig أقل من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٠٠٦).
- المرتبة الأخيرة جاءت للفقرة (١٤) والتي تنص على: "قامت الشركة بالتعاون مع الجهات المعنية بتقديم الدعم النفسي والاجتماعي والصحي عن بعد من خلال توفير منصات رقمية مجانية خلال جائحة كوفيد-١٩" بمتوسط حسابي بقيمة (٢,٥٢) وبوزن نسبي (٥٠,٥٨٪)، وقيمة (t) بلغت (١,٢٥) عند قيمة مستوى المعنوية Sig أكبر من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٢٢٧)، وبشكل عام يتضح أن كافة إجابات عينة الدراسة أظهرت اتجاهات عاملاً نحو الموافقة بدرجة متوسطة على فقرات المحور الثاني، وبالتالي رفض الفرضية الثانية التي تنص على: "ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية"، ويظهر ذلك من خلال المتوسط الحسابي العام لفقرات المحور الثاني حيث بلغت قيمة

المتوسط الحسابي العام (٣,٢٤ الدرجة الكلية من ٥)، وبوزن نسبي (٦٤,٨٥٪)، وهي أكبر من الوزن النسبي المتوسط ٦٠٪ وبانحراف معياري (٠,٨٤٩) وأن قيمة اختبار (t) تساوي (١,١٧)، وكانت قيمة مستوى المعنوية Sig وهي أكبر من (٠,٠٥)، حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٢٥٦)، ويعزو الباحثان ذلك لا تساهم شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.

ثالثاً: التحليل الإحصائي للفرضية الثالثة: والتي تنص على "يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) $\alpha \leq$ بين شركات الاتصالات الليبية وشركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن كوفيد-١٩ وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية"، حيث كانت نتائج التحليل كما في الجدول (٧).

جدول (٧): نتائج التحليل والمعالجات الإحصائية لفقرات المحور الثالث

المحور	عنوان المحور	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة اختبار t	القيمة الاحتمالية Sig	الترتيب
الأول	ساهمت شركات الاتصالات الليبية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.	٣,٠٨	٠,٨٥	٦١,٦٩	٠,٤١	٠,٦٨٦	٢
الثاني	ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.	٣,٢٤	٠,٨٤	٦٤,٨٥	١,١٧	٠,٢٥٦	١
الثالث	يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) $\alpha \leq$ بين شركات الاتصالات الليبية وشركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن كوفيد-١٩ وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.	٣,١٦	٠,٨٥	٦٣,٢٧	٠,٧٩	٠,٤٧١	-

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq ٠,٠٥$

من الجدول (٧) يستخلص الباحثان ما يلي:

- المحور الأول: الذي ينص على "ساهمت شركات الاتصالات الليبية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية" خصل على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (٣,٠٨)، وبوزن نسبي بلغ (٦١,٦٩٪)، وانحراف معياري بلغ (٠,٨٥)، وقيمة (t) بلغت (٠,٤١) عند قيمة مستوى المعنوية Sig أكبر من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٦٨٦).
- المحور الثاني: الذي ينص على "ساهمت شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية" خصل على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (٣,٢٤)، وبوزن نسبي بلغ (٦٤,٨٥٪)، وانحراف معياري بلغ (٠,٨٤)، وقيمة (t) بلغت (٠,٧٩) عند قيمة مستوى المعنوية Sig أقل من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٢٥٦).
- المحور الثالث: الذي ينص على "يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) $\alpha \leq$ بين شركات الاتصالات الليبية وشركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن كوفيد-١٩ وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية"، وبمتوسط حسابي بلغ (٦٣,٢٧)، وبوزن نسبي بلغ (٦٣,٢٧٪)، وانحراف معياري بلغ (٠,٨٥)، وقيمة (t) بلغت (٠,٧٩) عند قيمة مستوى المعنوية Sig أكبر من (٠,٠٥) حيث كانت قيمة Sig هي (٠,٤٧١)، مما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة

($\alpha \leq 0.05$) بين شركات الاتصالات الليبية وشركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن كوفيد-١٩ وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.

٦. نتائج الدراسة ومناقشتها

في ضوء تحليل بيانات الاستبانة فقد توصل الباحثان إلى النتائج التالية:

- لم تساهم شركات الاتصالات الليبية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية، ويظهر ذلك من خلال إجابات المبحوثين بدرجة متوسطة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٠٨)، وبوزن نسبي (٦١,٦٩٪)، وانحراف معياري (٠,٨٥)، ومستوى دلالة Sig (٠,٦٨٦).
- لم تساهم شركات الاتصالات الفلسطينية في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية، ويظهر ذلك من خلال إجابات المبحوثين بدرجة متوسطة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٢٤)، وبوزن نسبي (٦٤,٨٥٪)، وانحراف معياري (٠,٨٤٩)، ومستوى دلالة Sig (٠,٢٥٦).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين شركات الاتصالات الليبية وشركات الاتصالات الفلسطينية في معالجة الآثار السلبية الناتجة عن كوفيد-١٩ وتخفيف العبء على الدولة والمواطنين من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٣,١٦)، وبوزن نسبي بلغ (٦٣,٢٧٪)، وانحراف معياري بلغ (٠,٨٥)، ومستوى دلالة Sig (٠,٤٧١).
- لم تقم شركات الاتصالات الفلسطينية بالوصول للأسر الأكثر احتياجاً لتخفيف العبء عنهم وتقديم المساعدات لهم في إطار المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كوفيد-١٩.
- لم تقم شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية بتخفيف الأعباء على المواطنين وتيسير أنشطة حياتهم اليومية من خلال توفير الاتصالات والأترنت بأسعار مخفضة والخدمات الأخرى التي تقدمها خلال جائحة كوفيد-١٩.
- لم تساهم شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في دعم الأسر المتضررة من الإجراءات الوقائية التي تم اتخاذها من قبل الدولة الليبية والسلطة الفلسطينية مؤخراً لمواجهة انتشار كوفيد-١٩.
- لم تقم شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية بالتعاون مع شركات القطاع الخاص ورجال الأعمال بتدعيم جهود الليبية والسلطة الفلسطينية في محاربة جائحة كوفيد-١٩.
- لم تقم شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية بدعم المبادرات في إطار الإستجابة للمسؤولية الاجتماعية، وإستجابة للدعوات الوطنية والجهود الرامية لمواجهة المخاطر الناجمة عن جائحة كوفيد-١٩.

٧. التوصيات

في ضوء النتائج التحليل الإحصائي يوصي الباحثان بما يلي:

١. ضرورة قيام شركات الاتصالات الليبية بدورها الاجتماعي في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.
٢. ضرورة قيام شركات الاتصالات الفلسطينية بدورها الاجتماعي في التخفيف من الآثار السلبية الناتجة عن جائحة كوفيد-١٩ من خلال تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية.
٣. ضرورة قيام شركات الاتصالات الفلسطينية بالوصول للأسر الأكثر احتياجاً لتخفيف العبء عنهم وتقديم المساعدات لهم في إطار المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كوفيد-١٩.
٤. العمل على قيام شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية بتخفيف الأعباء على المواطنين وتيسير أنشطة حياتهم اليومية من خلال توفير الاتصالات والأترنت بأسعار مخفضة والخدمات الأخرى التي تقدمها خلال جائحة كوفيد-١٩.

٥. العمل على مساهمة شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية في دعم الأسر المتضررة من الإجراءات الوقائية التي تم اتخاذها من قبل الدولة الليبية والسلطة الفلسطينية مؤخراً لمواجهة انتشار كوفيد-١٩.
٦. ضرورة تعاون شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية مع شركات القطاع الخاص ورجال الأعمال بتدعيم جهود الدولة الليبية والسلطة الفلسطينية في محاربة جائحة كوفيد-١٩.
٧. قيام شركات الاتصالات الليبية والفلسطينية بدعم المبادرات في إطار الإستجابة للمسؤولية الاجتماعية، وإستجابة للدعوات الوطنية والجهود الرامية لمواجهة المخاطر الناجمة عن جائحة كوفيد-١٩.

بيان تضارب المصالح

يقر جميع المؤلفين أنه ليس لديهم أي تضارب في المصالح.

المراجع

- الأمم المتحدة. (٢٠٠٤). مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع: الاتجاهات والقضايا الراهنة. منشورات الأمم المتحدة.
- الجوهري، عصام محمد. (٢٠٢٠). "تأثير فيروس كورونا المستجد على صناعة تكنولوجيا المعلومات في مصر: الفرص والتحديات". سلسلة أوراق السياسات حول التداعيات المحتملة لأزمة كورونا على الاقتصاد المصري (الإصدار رقم ١٢). مركز التخطيط والتنمية الصناعية، معهد التخطيط القومي.
- الحارثي، عسكر. (٢٠٠٩). تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ أسس المسؤولية الاجتماعية. الملتقى العربي الأول حول المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال تجارب عربية ودولية، الشارقة.
- خلوفي، سفيان، وشريط، كمال. (٢٠٢٠). منظمات الأعمال الجزائرية والمسؤولية الاجتماعية: التحديات وسبل التقدم - دراسة استكشافية. مجلة التنمية الاقتصادية، ١ (٥)، ١-٢٣.
- خميس، يوسف هارون، وحمام، فاطمة عامر. (٢٠١٥). تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للشركات- دراسة حالة الشركة السودانية لاتصالات- سوداتيل. مجلة العلوم الاقتصادية، عمادة البحث العلمي، ١٦، ٢٥-٥١.
- الدرابي، معمر أحمد، وعياض، عبد الله محمد. (٢٠١٦). واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات وعوامل الإفصاح عنها في الدول الإسلامية: أدلة من ليبيا. المؤتمر الدولي الأول حول الإسلام والقضايا المعاصرة في العالم الإسلامي: آفاق وتحديات، أكاديمية الدراسات الإسلامية، جامعة ملایا.
- صديق، أميرة السيد حسن. (٢٠٢٠). جائحة كوفيد-١٩ والعلاقات الدولية: بين الصراع والتعاون. مجلة اتجاهات سياسية، المركز الديمقراطي العربي، ٣ (١٢)، ٦٥-٧٨.
- العناتي، رضوان محمد. (٢٠٠٩). محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية. المؤتمر الدولي السابع، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء الخاصة.
- فلاق، محمد، وحدو، سميرة أحلام. (٢٠١٦). أثر تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المؤسسة شركات الاتصالات الخلوية العاملة في الجزائر أنموذجاً. ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير، (٥).
- لحشر، الطاهر، وشطابي، كنزة. (٢٠١٩). المسؤولية الاجتماعية لمتعاملي الهاتف النقال بالجزائر- دراسة مقارنة مع بعض شركات الاتصالات في العالم. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، ١ (١٢)، ٢٧١-٢٨٤.
- المركز المصري للدراسات الاقتصادية. (٢٠٢٠). قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر. (٨).
- مشمش، محمد أشرف. (٢٠١٩). المسؤولية الاجتماعية لدى شركات الاتصالات وخدمات الإنترنت الفلسطينية العاملة بقطاع غزة من منظور القيم التنظيمية. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، ١ (٥)، ١-٢٦.

مولاي لخضر، عبد الرزاق، وسايح، بوزيد. (٢٠١١). دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات. الملتقى الدولي: الاقتصاد الإسلامي- الواقع والرؤى. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، (١٢)، ٤٧-٦٩.

الهرش، نافذ فايز. (٢٠٢٠). أثر جائحة كورونا على مؤشرات الاقتصاد العالمي. مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، ٣(٣)، ١٠٠-١٠٤.

References

- Abukari, A. J., & Abdul-Hamid, I. K. (2018). Corporate social responsibility reporting in the telecommunications sector in Ghana. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3, 1-9.
- Addustour. (2020). <https://www.addustour.com/articles/1146201>.
- Akhbar Al Aan. (2020). <https://www.akhbaralaan.net/technology/2020/03/29/>.
- Al-Ma'ani, B., Al-Qudah, S., & Shrouf, H. (2019). The impact of corporate social responsibility on organizational performance in the telecommunication sector in Jordan. *Modern Applied Science*, 13(4).
- Bawabaa. (2020). <https://bawabaa.org/news/289932>.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Chan, R., & Chen, N. (2020). Coronavirus outbreak and its accounting and audit implications. *MAZARS, Singapore*.
- Danyluk, K. (2020). Clearly IFRS — Accounting considerations related to coronavirus disease 2019. *Deloitte*. <https://www.iasplus.com>.
- Ebrahim, A. H., & Buheji, M. (2020). A pursuit for a 'holistic social responsibility strategic framework' addressing COVID-19 pandemic needs. *American Journal of Economics*, 10(5), 293-304.
- Gartner. (2020). Impact of COVID-19 on IT spending. *Trends Research*. <http://trendsresearch.org/ar/insigh>.
- García-Sánchez, I. M., & García-Sánchez, A. (2020). Corporate social responsibility during COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 126.
- Xiao, A., Hilton, E., & Mohammed, W. F. (2019). A critical analysis of corporate social responsibility in Ghana's telecommunications industry. *Communication: South African Journal of Communication Theory and Research*, 45(3), 4-22.
- Richter, F. (2020). Accounting implications of the Coronavirus. *KPMG*. <https://home.kpmg>.
- Zain. (2020). <https://www.zain.com/ar/covid19/>.