

أثر تحرير سعر الصرف على المسؤولية المجتمعية دراسة تطبيقية على شركات قطاع الأعمال في مصر

أيمن سعد عبد البديع عبد القادر^(١) - طارق عبد العال حماد^(٢) - وائل فوزى^(٣)
(١) شركة مصر للالومنيوم (٢) كلية التجارة، جامعة عين شمس

المستخلص

بالرغم ان البعض قد يرى عدم وجود علاقة بين تغير سعر الصرف والمسؤولية المجتمعية. لذلك كان هدف البحث الحالي هو تأكيد وجود علاقة من عدمه، لذا استخدم الباحثون المنهج الوصفي والتحليلي الكمي لتحليل البيانات التي تم جمعها بناء على استمارة استقصاء تم توزيعها الكترونيا لتفادي التعامل ورقيا نظرا لتفشى مرض كورونا. ومن ثم تم الحصول على (٢٠٠) رد فقط من المستقصى منهم.

وبتحليل البيانات للردود الواردة تم قبول الفرض الرئيسي للبحث وهو وجود تأثير ايجابي لتغير سعر الصرف على قدرة شركات الاعمال بالقيام بمسئوليتها الاجتماعية ومن استقراء نواتج الدراسات السابقة وتحليلها فان تغيير سعر الصرف له مردود ايجابي لزيادة قدرة الشركات التابعه لقطاع الاعمال بالقيام بمسئوليتها المجتمعية. وأن قيام الشركات بمسئوليتها المجتمعية ليس من قبيل الاعمال الخيرية بل له مردود اقتصادى على الشركات حيث ان ارتباط اسم الشركات بالمساهمات المجتمعية يزيد تفضيل منتجاتها لدى المستهلك مما يعود عليها بالنفع بزيادة المبيعات وتحقيق ارباح اكثر.

لذا فاننا نوصي بتحفيز الشركات على القيام بالمسؤولية المجتمعية (مثل صدور اعفاءات ضريبية لهذه الشركات) على ان يكون المساهمات المجتمعية فى حدود ٢% من صافى الربح السنوى.

الكلمات المفتاحية: سعر الصرف، والمسؤولية المجتمعية، المسئوليه البيئية، الحوكمة، شركات قطاع الأعمال.

المقدمة

بالرغم من ان العديد من دول العالم بما فيها مصر تتحول إلى سياسة سعر الصرف العائم، فإنه نتيجة لذلك يصبح تأثير أسعار الصرف على الإنتاج المحلي أمراً مهماً (محمود، ٢٠٠٣). وبشكل خاص حيث تتطلب استراتيجية النمو الخاصة بالشركات الصناعية التي تقوم بعمليات مالية عبر الحدود دراسة إلزامية لمعرفة أثر سعر الصرف على الإنتاج والأرباح (مليخ وآخرون، ٢٠١٥). ومن ناحية أخرى فإن تأثير سعر الصرف على الأرباح قد يؤثر أيضا على قدرة الشركات على الالتزام بمسؤولياتها المجتمعية. الاهتمام بالمسؤولية المجتمعية لدى معظم البلدان يتزايد يوما بعد يوم وأصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات الى شركاء في التنمية المستدامة وهذا ما دعت اليه الحكومة المصرية في أكثر من مناسبة لتحقيق العدالة في توزيع الدخل والتنمية على مستوى محافظات الجمهورية.

وحيث أن المنظمات الاقتصادية تواجه تحديا كبيرا لأنها تمارس عملها في بيئة سريعة التغير اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا وتقنيا ومع زيادة الوعي وتطور الفكر أصبح النظر للأهداف الاقتصادية دون الأهداف الاجتماعية غير معقول حيث إن أداء الأعمال من خلال استغلال الموارد الاقتصادية للمجتمع يتطلب ضرورة تحمل المنشأة مسؤوليتها الاجتماعية فتعظيم الأرباح ليس الهدف الوحيد للمنظمات الاقتصادية، بل تعدى ذلك الى الالتزام بتنفيذ مسؤوليتها الاجتماعية والتي تستخدم كأداة لتقييم الأداء الاجتماعي لتلك المنظمات. (بلجراف، ٢٠١٨)

وعلى الرغم من الإنجازات المحققة فلا تزال مصر تواجه تحديات محلية ودولية تمس أمنها الاقتصادي والاجتماعي ومنها على المستوى المحلى الفقر والبطالة وانخفاض مستوى المعيشة وتدنى معدلات الادخار والاستثمار وضعف البنية التحتية ومستوى التعليم وعدم مواكبة المخرجات التعليمية لمتطلبات التنمية والمنافسة العالمية علاوة على مشكلات أخرى

متعددة كالأمن الغذائي والمائي والطاقة أما عن تأثيراته السلبية على عملية التنمية على المستوى الدولي ونظرا لحجم الأزمة المالية العالمية واضطراب الأسواق المالية وخطر الركود الاقتصادي فقد دعت الدول ومن بينها مصر الى تضافر الجهود لإيجاد الحلول المناسبة لها والحد من تفاقم أضرارها وذلك من خلال تضافر الجهود بين شركات الدولة والقطاع الخاص. وعلى ذلك فان المسؤولية المجتمعية تصبح للشركات العامة وشركات القطاع الخاص ضرورية وتكميلية فى توفير احتياجات المجتمع المحلى من استثمار فى تشغيل وتأمين صحي وتعليم وتدريب وتنقيف وخلق بيئة نظيفة وغيرها من متطلبات البعد الاجتماعي. (بلجراف، ٢٠١٨)

ولقد تزايد الاهتمام بشكل مضطرد بالمسؤولية الاجتماعية للشركات فى العقد الأخير وأصبحت أكثر وضوحا من أى وقت مضى نظرا لتركيز مجتمع الأعمال التجاري على القضايا البيئية والاجتماعية وضرورة قيام هذه الشركات بدور اجتماعي ومسؤولية كبرى فى تحقيق التنمية المجتمعية وبالتالي أصبحت المسؤولية المجتمعية للشركات تمثل أحد الأنشطة الرئيسية بالشركات والتي تمثل فرصه ملائمه للشركات لإبراز صورة مميزه لها وذلك من خلال علاقتها بأصحاب المصالح والمجتمع لتأكيد وتعزيز مكانتها وسمعتها فى المجتمع من خلال أدائها المتميز والذي ينعكس بالإيجاب على قيمة المنشأة. (خضر، ٢٠١١)

مشكلة البحث

اقترح الاسرج (٢٠١٤) إنه لازال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والشركات والمجتمع ككل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وأبعادها ومدى تطورها وكذلك بمدى فعاليته وكيفية بلورته والإفادة منه. ووجد فلاح وآخرون (٢٠١٤) ان أصحاب رؤوس الاموال والقطاع الخاص فى الاردن ليس لهم الرغبة فى العناية بالمجتمع المحلى حيث ان كثير من جوانب المسؤولية الاجتماعية يقع على عاتق الدولة وليس القطاع الخاص. وعلي

النقيض فقد أوضحت بلجراف (٢٠١٨) ان مساهمة الشركات في تحمل المسؤولية الإجتماعية وتخصيص جزء من أرباحها في نشاطات غير ربحية مساهمة في التنمية الشاملة تؤدي إلى زيادة مقبولة الشركة في المجتمع ومصداقيتها وزيادة تنافسيتها مما يحقق دون شك أرباحا للشركات على المدى الطويل لكن ن الممكن ان يلاقي مقاومة من المساهمين في رأس المال. ويرى خضر (٢٠١١) انه بالتأكيد قطاع الأعمال ليس مؤسسات خيرية، بل مؤسسات تسعى لتحقيق أكبر عائد، ولكن هذا العائد يجب أن لا يكون على حساب المسؤولية الاجتماعية. الامر الذي اثبت عدم نجاحه خلال الامرة المالية في العقد الماضي.

وفي خطوة لتمكين البنك المركزي المصري من الالتزام بتوفير الدولار لسد الفجوات الاستيرادية في السلع الأساسية والاستراتيجية تم تحرير سعر الصرف تزامنا مع رفع الفائدة على السندات والشهادات الدولارية حيث ارتفعت حصيلة البنوك المصرية في الساعات الأولى من صدور قرارات التعويم بنحو ٨ أضعاف، وفقاً لما أعلنه رؤساء أكبر بنوك في مصر (المركز الديمقراطي العربي، ٢٠١٨) الا ان اسعار العديد من السلع والمنتجات قد تضاعفت بشكل خطير خصوصا وان غالبية المنتجات في السوق المصرية مستوردة من الخارج. وكذلك فان معظم مستلزمات الانتاج يتم استيرادها مما ادي الى زيادة تكاليف الانتاج.

ولا يزال دور سياسات سعر الصرف للتنمية الاقتصادية موضع نقاش إلى حد كبير. فهناك قضيتان مركزيتان فيما يتعلق بسياسات سعر الصرف في أدبيات الاقتصاد الكلي في الاقتصادات الناشئة في العقود الأخيرة التي تتعلق بالصلوات بين ميزان المدفوعات والاستقرار والنمو: (١) الدور الذي يلعبه سعر الصرف في تيسير أو إعاقة النمو الاقتصادي. (٢) إلى أي مدى يساعد نظام سعر الصرف وإدارة حساب رأس المال على إدارة التقلبات الدورية في التمويل الخارجي وتقلبات معدلات التبادل التجاري والتوسع أو الحد من المساحة المتاحة لسياسات الاقتصاد الكلي المعاكسة للدورة الاقتصادية.

أسئلة البحث

- سؤال رئيسي:** ما تأثير تعويم سعر الصرف على أداء المسؤولية المجتمعية للشركات؟
من هذا السؤال الرئيسي تتبثق الاسئلة الفرعية التالية:
- 1- ما مدى وجود علاقة مباشرة بين سعر الصرف وارباح الشركات؟
 - 2- ما مدى تأثير المسؤولية المجتمعية للشركات بالارباح؟
 - 3- ما للمسؤولية المجتمعية للشركات يمنح منتجاتها قدرة تنافسية أعلى مقارنة بمثيلاتها؟
 - 4- الى أى مدى يمكن تشجيع الشركات على ممارسة سياسات المسؤولية المجتمعية؟

أهداف البحث

- يهدف البحث إلى "معرفة تأثير تحرير اسعار الصرف على ارباح الشركات ومن ثم على قدرتها على أداء المسئوليه المجتمعيه لشركات قطاع الاعمال المصري".
ويتحقق هذا الهدف من خلال الاهداف الفرعية التالية:
1. رفع وعي العاملين بشركات قطاع الاعمال بمفهوم المسئوليه المجتمعيه والسياسات اللازمة لخدمة المجتمع.
 2. قياس تأثير سعر الصرف على الارباح ومن ثم قدرة الشركات على اداء مسئولياتها المجتمعية.
 3. دراسة وتحليل سياسات المسئوليه المجتمعيه بشركات قطاع الاعمال.

أهمية البحث

تشجيع الشركات على القيام بمسئولياتها المجتمعيه خصوصا في ظل الازمات العالمية وارتفاع معدلات الفقر.

محدود البحث

- الحدود الزمنية: (٢٠١٠ حتى ٢٠٢٠).
- الحدود المكانية: بعض شركات قطاع الأعمال التي استفادت وبعض الشركات التي اضررت من تغير سعر الصرف في مصر.

فروض البحث

- الفرض الرئيسي:** يوجد تأثير معنوي لتغير اسعار الصرف على المسئوليه المجتمعيه.
١. الفرض الفرعى الاول: يوجد تأثير معنوي ذات دلالة لتغير اسعار الصرف على المسئوليه البيئيه.
 ٢. الفرض الثانى: يوجد تأثير معنوي ذات دلالة لتغير اسعار الصرف على المسئوليه الاجتماعيه.
 ٣. الفرض الثالث: يوجد تأثير معنوي ذات دلالة لتغير اسعار الصرف على الحوكمه.

مصطلحات البحث

المسئوليه المجتمعيه للشركات: (CSR) والمعروفة أيضا بمسئولية الشركات، هي جميع القرارات والفلسفات والأفعال والطرق التدبيرية التي تعتبر تطور ورفاهية المجتمع هدفاً لها. وتشمل المسئولية المجتمعية بمفهومها الواسع والشامل الالتزام بتحقيق التوازن بين أطراف متعددة لكنها مترابطة تتمثل بمصالح وحاجات كل من المنظمات الانتاجية والعاملين فيها والبيئة الخارجية والمجتمع كما أن نشاطات المنظمة من حيث النوعية تصنف إلى نشاطات حماية البيئة والتفاعل مع المجتمع المحلي وحماية المستهلك والنشاطات المتعلقة بالعاملين وتنقسم المسئوليه المجتمعيه الى:

المسئولية البيئية: عن طريق تركيب فلتر لتقليل العادم المتصاعد في الجو كذلك تشجير المنطقة المحيطة بالشركة كذلك اقامة الشركات في المناطق الصحراويه كلما أمكن ذلك لتعمير الصحراء واقامة مجتمعات عمرانيه جديدة.

المسئولية الاجتماعيه: خلق فرص عمل جديده مباشره وغير مباشره وتنفيذ حلول مبتكره للمساهمه في حل مشكلة البطاله- زيادة دخل العامل وتعزيز شبكة الامان الاجتماعى لحماية الفرد ورعاية الاسره- انشاء الطرق والموانى والمرافق وماتتطلبه مشروعات البينيه الاساسيه لدفع عجلة التنميه وتنشيط حركة النقل والانتقال خدمه للمشروع والمشروعات الأخرى.
الحوكمه: عن طريق وضع معايير للاداره وضوابط صارمه للرقابه على الاداء واختيار الاشخاص المؤهلين والمدربين للاداره لتحقيق الرقابه الفعاله وهناك مؤشر يقيس ترتيب الشركات من حيث هذه الجوانب الثلاث (EGS30).

سعر الصرف: هو عبارة عن المعدل الذى يجري على اساسه تبادل عملة معينة وبمعنى ادق هو كمية العملة المحلية التى يمكن التنازل عنها مقابل الحصول على وحدة واحدة من العملة الاجنبيه (٢) يعرف سعر الصرف بأنه سعر عملة بعملة أخرى وهو نسبة مبادلة عملتين، فأحد العملتين تعتبر سلعة والعملة الأخرى تعتبر ثمنًا لها، ويعرف سعر الصرف كذلك بأنه سعر العملة الأجنبية مقوماً بوحدات من العملة المحلية، أي عدد الوحدات من العملة المحلية اللازمة للحصول على وحدة من العملة الأجنبية، فمثال يتم التعبير عن سعر صرف الجنيه المصرى إزاء الدولار بسعر الصرف.

دراسات سابقة

وجد ليفي-ياياتي وستورزينجر (٢٠٠٣) ان نظام سعر الصرف الثابت له تأثير سلبي على النمو حيث ينظر إلى التقلب في أسعار الصرف بشكل عام على أنه يؤثر سلباً على التجارة الدولية. في حين تبدو التوقعات النظرية والنتائج التجريبية مختلطة.

قام لوتس روسو (٢٠٠٩) بدراسة واستكشاف العلاقة بين السياسة المالية وسعر الصرف في البرازيل وتأثير سعر الصرف العائم على مسؤولية الشركات واصولها ١٩٩٦-٢٠٠٦ ووجد ان اعتماد نظام سعر الصرف العائم يزيد من التناغم بين أصول الشركات ومسئولياتها. لذلك تؤكد النتائج أن نظام سعر الصرف يلعب دوراً هاماً في تحديد مدي قوة الشركات التي لها تعاملات خارجية.

وقد وجد هارمز وكريشمان (٢٠٠٩) أن التصنيفات المختلفة لأنظمة سعر الصرف له نتائج مماثلة للبلدان الصناعية. وعادة ما يكون لهذه الاقتصادات معدل نمو أعلى في إطار سياسة سعر الصرف المرن.

اوضحت دراسة سوكلوف وآخرون (٢٠١١) ان التجارة الخارجية في الوقت الحاضر أكثر تعقيدا وتأثيرا حيث ان سياسة سعر الصرف المرن لها آثار إيجابية على النمو، فعادة ما يكون للعملة غير المستقرة تأثيرات كبيرة على التجارة الخارجية والاقتصاد المحلي. ولذا فقد تزايد اهتمام الباحثين بسعر صرف العملات الأجنبية وتأثيره والروابط بين سعر الصرف والنمو الاقتصادي في العقدين الماضيين. فقد قدمت الدراسات السابقة أنظمة سعر صرف مختلفة لها تأثيرات مختلفة على النمو الاقتصادي.

وجد فيتا وكيو (٢٠١١) أن اختيار نظام سعر الصرف في البلدان النامية والأسواق الناشئة ان ربط العملة بالدولار الأمريكي فقط قد يعيق تطورها الاقتصادي ولكن ليس له آثار مباشرة على النمو طويل الأجل في البلدان النامية.

وقد أوضح ماك كولي (٢٠١١) ان نظام سعر الصرف الوسيط يرتبط بشكل إيجابي مع النمو في الاقتصادات الناشئة، لكنه يعاني من المرونة. وبالمقارنة، لا تُظهر أنظمة أسعار الصرف العائمة أي تأثير كبير على الاقتصادات المتقدمة.

قام كورتاريس وآخرون (٢٠١٢) باستكشاف تأثير تخفيض قيمة العملة على الاقتصاد خصوصا هشاشة الأسواق المالية وعوائد الأسهم من دول مختلفة (مصر ٢٠٠٣ - تركيا ٢٠٠١ - المغرب ٢٠٠١) ووجد دليلا واضحا على تقلبات غير طبيعية وعوائد غير طبيعية بسبب تعويم أسعار الصرف المصرية والتركية في عامي ٢٠٠٣ و ٢٠٠١ على التوالي. في المقابل، لا تظهر نتائج الدراسة أن انخفاض قيمة العملة المغربية في عام ٢٠٠١ أدى إلى تقلبات غير طبيعية أو عوائد غير طبيعية. للاسهم. تؤكد النتائج أن تأثير سعر الصرف متباين من مكان لآخر.

قام داسمانا (٢٠١٣) باستكشاف تأثير التغيرات في سعر الصرف الحقيقي على أداء شركات التصنيع الهندية ووجد تحركات أسعار الصرف الحقيقية لها تأثير كبير على أداء الشركات الهندية نتيجة لتكلفة الاستيراد ولكن ليس على القدرة التنافسية التصديرية حيث يعتمد التأثير على درجة قوة السوق كما تنعكس في مؤشر الخاص الصناعة. علاوة على ذلك، تؤثر تحركات أسعار الصرف على أداء الشركات بشكل مختلف. حيث تشير نتائجها إلى الحاجة إلى سياسة إدارة احتياطي فعالة للتعامل مع التحركات المفاجئة في سعر الصرف في المدى القصير مع الحفاظ على سعر صرف تنافسي على المدى الطويل.

قام بوتانج (٢٠١٥) استكشاف تأثير تخفيض قيمة العملة على الاقتصاد الصيني في عام ٢٠٠٨ وعلى النقيض من الافتراضات السائدة، وجدت الدراسة أن الاقتصاد الصيني لم يستند من انخفاض سعر صرف اليوان الصيني، ولا توجد روابط مباشرة بين سعر الصرف والنمو على المدى الطويل. حيث تؤكد النتائج أن الاقتصاد الصيني يحفز توسع الصادرات

وتدفق رؤوس الأموال الأجنبية وليس سعر الصرف فلذا ينبغي شمول عدة متغيرات سوقية عند تقويم تأثير سعر الصرف.

قام **مليخ وآخرون (٢٠١٥)** بدراسة ديناميكيات سعر الصرف في روسيا ٢٠٠٢-٢٠١٢ وعلاقته باستراتيجيات تطوير شركات التصنيع وتحليل المقاربات النظرية لتقييم تأثير سعر الصرف الحقيقي على ناتج شركات التصنيع وأوضح ان النتائج تختلف اختلافاً كبيراً باختلاف الصناعات. ليس فقط شدة التأثير ولكن أيضاً عن مدة الفترات الفاصلة بين صدمات العملات وتناقضات الإنتاج. تم تطوير آلية للتوحيد من خلال تحليل ثلاث قنوات رئيسية للتأثير - إعادة توزيع الطلب، المستوى العام للطلب الفعال وتكلفة الموارد المادية المستوردة. بمساعدة تقنية المؤلفين، تم تقييم تأثير سعر الصرف الحقيقي على الإنتاج في روسيا. تم تنفيذ هذا التحليل بشكل منفصل للمؤسسات العاملة في مجال الهندسة الميكانيكية والتعدين وصناعة السلع الاستهلاكية وتجهيز الأغذية والصناعات الكيماوية. أسفرت الحسابات عن ان النتائج تختلف اختلافاً كبيراً باختلاف الصناعات. ليس فقط شدة التأثير ولكن أيضاً عن مدة الفترات الفاصلة بين صدمات العملات وتناقضات الإنتاج. أوصت الدراسة باستخدام النتائج التي تم الحصول عليها لاستخدامها في أنظمة الإدارة الاستراتيجية لشركات التصنيع الروسية، وكذلك في تطوير وتنفيذ السياسة الاقتصادية للدولة.

سينديا وذيابا (٢٠١٧) باستكشاف تأثير تخفيض قيمة العملة على التجارة وتؤكد نتائج ان النقلب في أسعار الصرف بشكل عام يؤثر سلباً على التجارة الدولية في جنوب افريقيا خلال الفترة ١٩٩٣ - ٢٠١٤.

وجد **سينادزا وآخرون (٢٠١٧)** ان تطبيق مقياس تقدير المجموعات المجمع للنتائج الديناميكية غير المتجانسة على البيانات الخاصة بأحد عشر اقتصادا أفريقيا جنوب الصحراء خلال الفترة من ١٩٩٣ إلى ٢٠١٤ إنه ما من آثار كبيرة لتقلبات أسعار الصرف على

الواردات. أما في حالة الصادرات فهناك تأثيراً سلبياً للتقلبات على المدى القصير، بما يتفق مع وجهة النظر السائدة، ولكن هناك تأثير إيجابي على المدى الطويل.

الإطار النظري

تم تناول الإطار النظري للدراسة من خلال (٤) محاور على النحو التالي:

نظم سعر الصرف:

نظام سعر الصرف الثابت: نقل فعالية السياسة النقدية في ظل تطبيق نظام سعر الصرف الثابت، حيث يكون الهدف الرئيسي للبنك المركزي الحفاظ على ثبات سعر الصرف، فانتهاج السلطة النقدية لسياسة نقدية توسعية، يؤدي إلى زيادة عرض النقود وانخفاض أسعار الفائدة، مما يترتب عليه زيادة الانفاق الكلي وارتفاع الأسعار المحلية، ومع بقاء أسعار السلع الأجنبية ثابتة، تزداد مشتريات الأفراد من السلع عن أسعار الفائدة والأصول الأجنبية (سامي، ٢٠١٤). كما أن انخفاض أسعار الفائدة المحلية نسبياً السائدة في الأسواق الخارجية يؤدي إلى تدفق رؤوس الأموال للخارج، خاصة قصيرة الأجل، وتكون محصلة ذلك تدهور وضع ميزان المدفوعات، وفي ظل هذا النظام لسعر الصرف تتدخل السلطة النقدية لمنع تدهور قيمة العملة الوطنية الناتج عن تزايد العجز في ميزان المدفوعات، وذلك عن طريق زيادة عرض العملات الأجنبية باستخدام ما لديها من أرصدة من النقد الأجنبي وتكون النتيجة النهائية لقيام السلطة النقدية بزيادة المعروض النقدي من العملة الوطنية - في ظل نظام سعر الصرف الثابت مما يؤدي إلى تآكل أرصدها من الاحتياطيات الدولي وصعوبة سيطرتها على العرض الكلي للنقود. (محمود، ٢٠١٤)

يندرج تحت هذا النظام أنواع متعددة منها نظم أسعار الصرف شديدة الثبات من خلال وجود مجلس للإشراف على العملة أو الدولار بالإضافة إلى نظم أسعار الصرف الوسيطة وهي

نظم أسعار صرف مربوطة قابلة للتعديل أما مربوطة بعملة أو بسلة من العملات وبالنظر إلى الدول التي تطبق نظام ربط عملاتها المحلية بعملات أخرى نجد أن هذه الدول وهذه السمات تتمثل في ان يكون حجم اقتصاد تلك الدول صغير نسبياً واستعداد الدوله للتخلي عن استقلال سياستها النقدية واعتمادها على سياسة شريكها مع الاعتماد الكلى للنظام المالى للدولة على عملة شريكها الرئيسى. إن أعظم فوائد تطبيق سياسة سعر الصرف الثابت في بداية برامج الإصلاح الاقتصادي هي إزالة التضخم ووضع حدود لأسعار السلع القابلة للتداول والتحكم في نمو المتغيرات الاسمية في الاقتصاد وخاصة في الدول التي تتأثر فيها تلك المتغيرات مثل الأسعار والأجور تأثراً شديداً بتغيرات سعر الصرف، تضيق الفجوة بين الأسعار المحلية ومثيلاتها العالمية ومن ثم زيادة تنافسية الصادراتوتثبيت سعر الصرف يعطي مصداقية أكبر لتطبيق سياسة تقليل التضخم والالتزام بها. (العربى، ٢٠٠٦)

نظام سعر الصرف المرن: تزداد فعالية السياسة النقدية في ظل تطبيق هذا النظام, إذ تتنوع الاساليب التي ينتقل من خلالها أثر التغيرات في عرض النقود الى سعر الصرف ومنها الى المتغيرات الاقتصادية الكلية خاصة الناتج وميزان المدفوعات ومستوى الاسعار, حيث يؤدي التوسع في عرض النقود الى خفض أسعار الفائدة المحلية, ويترتب على ذلك ما يلي تعديل محفظة الثروة, التي تحتوي على أصول أجنبية ومحلية, حيث يؤدي انخفاض أسعار الفائدة المحلية الى زيادة الطلب على العملات الاجنبية كأصل. (العربى، ٢٠٠٦)

وظائف سعر الصرف:

الوظيفة القياسية: حيث يعتمد المنتجون المحليين على سعر الصرف لغرض قياس ومقارنة الاسعار المحلية لسلعة معينة (مع أسعار السوق العالمية).

الوظيفة التطويرية: وهو استخدام سعر الصرف في تطوير صادرات معينة الى مناطق معينة من خلال دورة في تشجيع الصادرات ويؤثر سعر الصرف على التركيب السلعي الجغرافي للتجارة الخارجية.

الوظيفة التوزيعية: وذلك لارتباط سعر الصرف بالتجارة الخارجية حيث انها المسؤلة عن توزيع الدخل القومي العالمى والثروات الوطنية بين الاقطار. (عابد، ١٩٩٩)

العوامل المؤثرة على سعر الصرف:

عرض النقد: تلاحظ وجود علاقة قائمة بين كمية النقود المتداولة والمستوى العام للاسعارو هي علاقة طردية وقد اكدت المدرسة النقدية على اهمية النقود فى التأثير على المستوى العام للاسعارالا انه ليس بالضرورة التى تصورها الكلاسيك. (محمود، ٢٠٠٣)

الموازنة العامة: تلعب الموازنة العامة للدولة دورا كبيرا فى التأثير على سعر الصرف ففى حالة سياسة الانكماش من خلال تقليل حجم الانفاق العام للحد من حجم الطلب الكلى وانخفاض مستوى النشاط الاقتصادى يؤدى الى ارتفاع سعر صرف العملة المحلية. (محمود، ٢٠٠٣)

ميزان المدفوعات: حلقة الوصل التى تعكس علاقة البلد بالعالم الخارجى ففى حالة وجود عجز فى ميزان المدفوعات يؤدى الى زيادة طلب العملات الاجنبية لسد ذلك العجز وفى نفس الوقت ينخفض طلب الاجانب على العملة المحلية مما يؤدى الى تدهور سعر الصرف والعكس صحيح فى حالة وجود فائض فى ميزان المدفوعات. (محمود، ٢٠٠٣)

التغيرات فى سعر الفائدة: حركة الاستثمارات قصيرة الاجل حساسة للتغيرات فى سعر الفائدة لان الارصدة المتاحة للاقراض الدولى تميل الى الانسياب والتدفق الى المناطق التى يكون العائد المتوقع لديها اكبر ما يمكن. فالزيادة فى اسعار الفائدة الحقيقية سوف تجذب رأس المال الاجنبى مؤدية الى ارتفاع قيمة عملة الدولة فى سوق الصرف الاجنبى. (القريشي، ٢٠٠٨)

تعاملات سوق الاوراق الماليه: عند انخفاض اسعار الاسهم يتخوف المستثمرون الاجانب من تحقيق خسائر فى استثماراتهم وقد يخرجون من السوق اذا استمر التدهور ويقومون بتحويل ما لديهم من عملة محلية الى عملات قابلة للتحويل وهنا يرتفع الطلب على العملات الاجنبية ويزيد المعروض من العملات المحليه مما يؤدى الى انخفاض قيمة العملة الوطنية بشكل مطرد ينتهى الى مزيد من التدهور.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية: لقد سعي العديد من الباحثين الى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مختلفة، ووضعوا لها مسميات متباينة حيث تتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة أبعاد منها البعد الاقتصادي، القانوني، الإنساني، البيئي، الأخلاقي وتتركز فى بعض المجالات خاصة العمل الاجتماعي، مكافحة الفساد، التنمية البشرية، التشغيل والمحافظة على البيئة وتستند المسؤولية الاجتماعية للشركات الى نظرية أصحاب المصالح التي تنص على أن الهدف الأساسي لراس المال يتمثل فى توليد وتعظيم القيمة لكل أصحاب المصالح، ويمكن تناول أبعاد المسؤولية الاجتماعية فيما يلي: (انظر خضر، ٢٠١١):

البعد الاقتصادي: يشير البعد الاقتصادي الى أن قطاع الأعمال عليه الالتزام بأن يكون منتجا ومربحا ويلبى الحاجات الاستهلاكية للمجتمع، ويعتمد نمط المسؤولية الاقتصادية على وجهة النظر التي تركز فيها المنظمات على هدف تعظيم الربح، وأن المساهمات الاجتماعية لا تعدو عن كونها نواتج عرضية للبعد الاقتصادي وهي الخصم الوعاء الضريبي للمؤسسة. (فلاح وآخرون، ٢٠١٤)

البعد الاجتماعي: المسؤولية الاجتماعية ببعدها الاقتصادي تتمثل أولا فى تحقيق الربح الذى يمكن المنظمة من تغطية التكاليف المستقبلية، فإن لم تتمكن من تغطية التكاليف من خلال تحقيق الأرباح فإنها لن تتمكن من تلبية أي مسؤولية اجتماعية أخرى، ويعبر البعد الاجتماعي

للمسؤولية عن مجموعة المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع عن طريق احترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. لهذا يتم التركيز على المنتجات والخدمات المقدمة بما يتوافق مع نوعية الحياة في المجتمع، كما يتم التركيز على تقديم الحاجات الأساسية في المجتمع (فلاح وآخرون، ٢٠١٤)

البعد القانوني: يعبر البعد القانوني عن التزام المؤسسات بالقوانين، والأنظمة التي تسنها الدولة التي تعد بمثابة تشجيع والتزام المنظمات بأن تنتهج سلوك مسؤول ومقبول في أنشطتها، ومخرجاتها المقدمة للمجتمع، وان لا ينتج عنها أي ضرر، ولا ينعكس هذا السلوك على حدود علاقة المنظمة مع المجتمع فقط، بل يعمل على حماية المنظمات بعضها من بعض من جراء أساليب المنافسة غير العادلة التي قد تحدث. وتتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة عناصر ببعدها القانوني، منها قوانين حماية المستهلك من الغش، وتشمل أيضا حماية البيئة من كل أنواع التلوث، ومنع الاستخدام غير المنظم للموارد، والتخلص من النفايات. (فلاح وآخرون، ٢٠١٤)

البعد البيئي: يمثل البعد البيئي ضرورة ملحة يجب أن تقوم بها المؤسسات خاصة تلك التي تترك أضرار على البيئة المحيطة بها مثل مصانع الأسمت ومصانع البتروكيمياويات وخلافه من المؤسسات الى قد تؤثر على البيئة تأثير مباشر أو غير مباشر فلا بد للمؤسسة أن تراعي الآثار البيئية المترتبة على عملياتها ومنتجاتها والقضاء على الآثار السامة والنفايات وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلبا على الأجيال الحالية والأجيال القادمة. (فلاح وآخرون، ٢٠١٤)

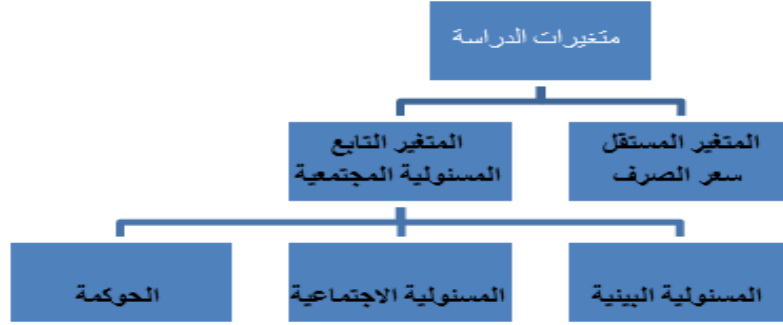
إجراءات البحث

منهجية البحث: الإطار المنهجي للدراسة: اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة مهمة في تحقيق أهدافها الميدانية المتمثلة في الحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، ولأنها الأداة التي يستخدمها العاملون في مجال البحوث الإدارية على نطاق واسع للحصول على الحقائق الموجودة، تم تصميم الاستبيان استناداً إلى دراسات سابقة وخضعت لعدة اختبارات لضمان قدرتها على قياس علاقات هذه الدراسة، أيضاً تتطلب مشكلة الدراسة أن نصفها بدقة من أجل الحصول على أكبر قدر من المعلومات اللازمة لتفسيرها علمياً، والنظر في أكثر الطرق العلمية المتبعة في دراسة مثل هذه المشاكل نجد أن الطريقة التحليلية هي الأنسب للمنهج الوصفي.

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول وصف وتحليل أثر تحرير سعر الصرف على المسؤولية المجتمعية، وهذا المنهج من أكثر المناهج استخداماً في دراسة الظواهر الاجتماعية والإدارية ويناسب الظاهرة موضوع الدراسة، وسيتم استخدام مصدرين أساسيين للمعلومات:

أ- المصادر الثانوية: حيث تم معالجة الإطار النظري للبحث ومصادر البيانات الثانوية التي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، وكذلك الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث وزيارة مواقع الإنترنت المختلفة ذات العلاقة.

ب- البيانات الأولية: تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للبحث، والتي صممت خصيصاً لهذا الغرض، وقد تم عرض الاستبانة على المشرفين على الدراسة، وتم إجراء التعديلات اللازمة عليها حسب آراء المشرفين، ومن ثم تم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة.



شكل (١): يوضح متغيرات الدراسة

جدول (١): مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المرتدة	الاستبيان القابلة للتحليل	نسبة الاستبيان الصالحة للتحليل
العاملين بشركات قطاع الأعمال	٢٢٠	٢١٨	٢٠٠	٩٠,٩%

أداة الدراسة (الاستبانة): من أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الدراسة على المصادر الأولية في جمع البيانات من خلال الاستبانة والتي سيتم إعدادها لتوفير المعلومات والبيانات التي تتعلق بموضوع الدراسة من مجتمع الدراسة لاستكمال الجانب الميداني للدراسة من حيث معالجتها لأسئلة الدراسة واختبار فرضيات الدراسة، علماً بأنه تم إعداد الاستبيان على مراحل متتالية ليصل إلى شكله النهائي.

مرحلة البدء والاستشارة: تم إعداد الاستبيان في هذه المرحلة في شكله الأولي بالرجوع للدراسات السابقة المتعلقة بمجال الدراسة، وبالإضافة إلى ما تم عرضه في الإطار النظري، وقدم للمشرفين من أجل التحقق من دقة ملاءمته في جمع المعلومات.

مرحلة الانتهاء: بعد اعتماد الملاحظات والآراء التي أبدتها المشرفين على الدراسة فيما يتعلق بإعادة الضبط، وتعديل ما يلزم تعديله، تم الانتهاء من الاستبيان، حيث تمت مراعاة المبادئ

التالية عند إعداد الاستبانة الخاصة دور التحالفات الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي: صياغة بنود الاستبانة في شكل إجرائي سلوكي، وعلى شكل سياق علمي لكي يسهل ملاحظاتها وقياسها، سهولة صياغة محاور الاستبانة وأبعادها في فقرات ووضوحها بشكل واقعي، تحديد محاور وأبعاد الاستبانة في فقرات، التي لا غني عنها لكل مسئول أو مهتم بدور التحالفات الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي بشركة مصر لتأمينات الحياة.

مرحلة التحقق من ثبات وصدق الأداة: تم توزيع الاستبيان على عينة عشوائية مكونة من (٣٠) من أفراد مجتمع الدراسة (العاملين بشركات قطاع الاعمال) للتحقق من صحة ثبات وصدق الاستبيان وبالتالي تصبح جاهزة للتوزيع النهائي.

مرحلة جمع البيانات: تم توزيع الاستبيان على جميع أفراد عينة الدراسة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، وتم تقسيم الاستبيان إلى قسمين على النحو التالي:

- القسم الأول: بيانات أولية عن المستقضي منهم وتشمل البيانات الديمغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، والتي تمثلت في (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الوظيفة).
- القسم الثاني: تمثل في فقرات الدراسة المكونة من (٥٤) فقرة المتعلقة بمتغير الدراسة المستقل (سعر الصرف) ومتغير الدراسة التابع (المسئولية المجتمعية).

ثبات الاستبيان: للتحقق من ثبات الاستبيان لإمكانية الاعتماد على نتائج الاستبيان استخدم الباحث معادلة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، ويوضح الجدول التالي معاملات الثبات الناتجة باستخدام هذه المعادلة.

جدول (٢): ثبات العبارات لأبعاد الاستبيان

أبعاد الاستبيان	عدد العبارات	قيمة ألفا
سعر الصرف	٧	٠,٧١٨
المسئولية البيئية	١١	٠,٩٥٥
المسئولية الاجتماعية	١٥	٠,٩٢٢
الحوكمة	٢١	٠,٩٥٧
إجمالي الاستبيان	٥٤	٠,٩٧٢

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الثبات جميعها قيم مرتفعة حيث بلغت قيم معامل الثبات (٠,٧١٨، ٠,٩٥٥، ٠,٩٢٢، ٠,٩٥٧) لأبعاد الاستبيان (سعر الصرف، المسئولية البيئية، المسئولية الاجتماعية، الحوكمة) على التوالي، وكانت قيمة ألفا لإجمالي الاستبيان (٠,٩٧٢) وهي قيمة مرتفعة، وتشير هذه القيم من معاملات الثبات إلى صلاحية العبارات وإمكانية الاعتماد على نتائجها والوثوق بها.

صدق الإتساق الداخلي للاستبيان: تم حساب معاملات ارتباط كل بعد من أبعاد الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان والتي نتجت عن تطبيق الاستبيان على عينة مبدئية، وقام الباحث بحساب صدق الإتساق الداخلي كآتي.

جدول (٣): صدق الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبيان

الأبعاد	إجمالي الاستبيان
سعر الصرف	٠,٦٧٢ (**)
المسئولية البيئية	٠,٩١٣ (**)
المسئولية الاجتماعية	٠,٨٨٨ (**)
الحوكمة	٠,٨٥١ (**)

** دال عند مستوى معنوية (٠,٠١)

من جدول صدق الاتساق الداخلي السابق لأبعاد استبيان نجد أن معامل الارتباط بين أبعاد الاستبيان وإجمالي الاستبيان دالة معنوية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يؤكد على

صدق الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبيان وبلغت قيم معامل ارتباط بيرسون (0,913, 0,672)، (0,888, 0,851) لكل من (سعر الصرف، المسؤولية البيئية، المسؤولية الاجتماعية، الحوكمة) على التوالي وهي قيم تؤكد على صدق أبعاد الاستبيان.

تصحيح أداة الدراسة (الاستبانة): واستعمل الباحث مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)، لتحديد درجة لكل فقرة، ولقد تم استخدام صيغة واحدة من الإجابات بما يتلاءم مع صيغة فقرات الاستبيان، حيث تعرض فقرات الاستبانة على المبحوثين ومقابل كل فقرة خمس إجابات تحدد مستوى موافقتهم عليها، وتُعطى فيه الإجابات أوزاناً رقمية تمثل درجة الإجابة على الفقرة.

ويوضح جدول رقم (٤) أن الفقرة التي يتم الموافقة عليها بموافق كلياً تأخذ الدرجة (٥)، بينما الفقرة التي يتم عدم الموافقة عليها بغير موافق كلياً تعطى الدرجة (١)، وتتراوح باقي الإجابات في هذا المدى الذي يتراوح بين درجة واحدة وخمس درجات.

جدول (٤): يوضح أوزان الفقرات

الإجابة	ينطبق تماما	تنطبق غالبا	تنطبق احيانا	تنطبق نادرا	لا تنطبق اطلاقا
الوزن	٥	٤	٣	٢	١

وتم تصنيف تلك الإجابات إلى خمسة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة}) \div \text{عدد بدائل المقياس} = (5 - 1) \div 5 = 0,80$$

لنحصل على قيمة الوسط المرجح والوزن النسبي بشكل أساسي لتحديد مستوى موافقة أفراد عينة الدراسة على فقرات ومحاور الاستبيان.

ويوضح الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية والأوزان النسبية يمكن الاعتماد عليها لإعطاء دلالة ترجيحية واضحة على أن المتوسطات التي تقل عن (١,٨) تدل على مستوى الموافقة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة على ما جاء بالفقرات أو محاور الاستبيان منخفض جداً، أما المتوسطات الحسابية التي تتراوح بين (١,٨) إلى أقل من (٢,٦) فهي تدل على وجود

درجة منخفضة من الموافقة، بينما المتوسطات التي تتراوح ما بين (٢,٦ الى أقل من ٣,٤) في تدل على مستوى موافقة متوسط، بينما المتوسطات التي تتراوح ما بين (٣,٤ الى أقل من ٤,٢) في تدل على مستوى موافقة مرتفع، بينما المتوسطات التي تتراوح ما بين (٤,٢ الى أقل من ٥) في تدل على مستوى مرتفع جداً، وهذا التقسيم تم تصنيفه وفق مقياس ليكرت الخماسي الذي تم اعتماده في أداة الدراسة.

جدول (٥): المتوسطات والأوزان النسبية وفق تدرج مقياس ليكرت الخماسي

الوصف	قيمة الوسط المرجح
ينطبق تماما	من ٤,٢ إلى ٥
تنطبق غالبا	من ٣,٤ إلى أقل من ٤,٢
تنطبق احيانا	من ٢,٦ إلى أقل من ٣,٤
تنطبق نادرا	من ١,٨ إلى أقل من ٢,٦
لا تنطبق اطلاقا	من ١ إلى أقل من ١,٨

المصدر: (تحليل الباحث)

اختبار خاصة التوزيع الطبيعي Normal Distribution يستخدم الإحصائيون نوعين من الاختبارات الإحصائية لاختبار الفرضيات، النوع الأول: الاختبارات المعلمية (Parametric Tests) والنوع الثاني: الاختبارات اللامعلمية (Non Parametric Tests)، ويشترط لاستخدام الاختبارات المعلمية، شرط التوزيع الطبيعي للبيانات لإجراء الاختبارات المعلمية، بينما تستخدم الاختبارات اللامعلمية كبديل للاختبارات المعلمية في حال عدم تحقق شرط التوزيع الطبيعي للبيانات، وهو أن تكون العينات صغيرة ويقل حجمها عن (٣٠) مفردة، بينما العينات التي يزيد حجمها عن (٣٠) مفردة يمكن التخلي عن شرط التوزيع الطبيعي وذلك وفقاً لما تقره نظرية النهاية المركزية (ربيع، ٢٠٠٧)، وكما توصل نورمان (Norman, 2010) إلى أنه يمكن استخدام الاختبارات المعلمية مع بيانات مقياس ليكرت الخماسي بغض النظر عن حجم العينة كبيراً أو صغيراً وبغض النظر عن البيانات كونها تتبع التوزيع الطبيعي أم لا فسيتم

استخدام الاختبارات المعلمية وفقاً للسببين السابقين دون اللجوء للتحقق من شرط التوزيع الطبيعي للبيانات.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة: بعد تفرغ إجابات أفراد العينة جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسب ومن خلاله تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences (SPSS)، وتحقيقاً لأهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها فقد تم الاستعانة بالأساليب والاختبارات الإحصائية المناسبة وهي كالتالي:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص أفراد العينة.
- المتوسط الحسابي "Mean" وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة حول فقرات محاور الاستبانة.
- تم استخدام الانحراف المعياري "Standard Deviation" للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل فقرة من فقرات محاور الاستبانة، ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة حول كل فقرة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وأنخفض تشتتها بين المقياس.
- الوزن النسبي المئوي (Weight Percentile) للتعرف على نسبة موافقة العينة لفقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط "بيرسون" لقياس صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، بالإضافة لاستخدامه في اختبار وجود علاقة بين متغيرات الدراسة.
- اختبار الإنحدار البسيط والمتعدد للتحقق من صحة فروض الدراسة.

نتائج الدراسة

تحليل إجابات العينة: النتائج الوصفية لمتغيرات الاستبيان:

جدول (٦): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس

النسبة	العدد	الجنس
٨٨,٠%	١٧٦	ذكر
١٢,٠%	٢٤	أنثى
١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس أن غالبية عينة الدراسة كانت من الذكور) بعدد (١٧٦) مفردة بنسبة (٨٨,٠%) وهي النسبة الأعلى، وكانت عينة الدراسة من (الإناث) بعدد (٢٤) مفردة بنسبة (١٢,٠%).

جدول (٧): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

النسبة	العدد	العمر
٥	١٠	أقل من ٢٥ سنة
٤٦,٥	٩٣	من ٢٥ سنة - أقل من ٤٥ سنة
٤٠	٨٠	من ٤٥ سنة - أقل من ٥٥ سنة
٨,٥	١٧	فوق ٥٥ سنة
١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر أن غالبية عينة الدراسة كانت من الفئة العمرية (من ٢٥ سنة - أقل من ٤٥ سنة) بعدد (٩٣) مفردة بنسبة (٤٦,٥%) وهي أعلى نسبة، يليها الفئة (من ٤٥ سنة - أقل من ٥٥ سنة) بعدد (٨٠) مفردة بنسبة (٤٠,٠%)، ثم (فوق ٥٥ سنة) بعدد (١٧) مفردة بنسبة (٨,٥%)، وأخيراً (أقل من ٢٥ سنة) بعدد (١٠) مفردات بنسبة (٥,٠%).

جدول (٨): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

النسبة	العدد	المؤهل العلمي
٢٢,٥	٤٥	مؤهل متوسط
٦١,٠	١٢٢	مؤهل عالي
١٦,٥	٣٣	دراسات عليا
%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي معظم عينة الدراسة كانت تحمل مؤهل (مؤهل عالي) بعدد (١٢٢) مفردة بنسبة (٦١,٠%) وهي أعلى نسبة، وكانت عينة الدراسة من مؤهل (متوسط) بعدد (٤٥) مفردة بنسبة (٢٢,٥%)، وأخيراً (دراسات عليا) بعدد (٣٣) مفردة بنسبة (١٦,٥%).

جدول (٩): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير عدد سنوات الخبرة

النسبة	العدد	عدد سنوات الخبرة
٥,٠	١٠	٥ سنوات فأقل
١٤,٠	٢٨	من ٦ سنوات - ١٠ سنوات
٢٥,٠	٥٠	من ١١ سنة - ١٥ سنة
٥٦,٠	١١٢	١٦ سنة فأكثر
%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير عدد سنوات الخبرة معظم عينة الدراسة كانت الخبرة (١٦ سنة فأكثر) بعدد (١١٢) مفردة بنسبة (٥٦,٠%) وهي أعلى نسبة، يلي ذلك (من ١١ سنة - ١٥ سنة) بعدد (٥٠) مفردة بنسبة (٢٥,٠%)، وكانت (من ٦ سنوات - ١٠ سنوات) بعدد (٢٨) مفردة بنسبة (١٤,٠%)، وأخيراً (٥ سنوات فأقل) بعدد (١٠) مفردات بنسبة (٥,٠%).

جدول (١٠): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الوظيفة

النسبة	العدد	الوظيفة
٢٠,٥	٤١	فنى
٢٧,٥	٥٥	موظف
٢٨	٥٦	مدير إدارة
١٤,٥	٢٩	مدير عام
٩,٥	١٩	مدير دائرة رئيسية
%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الوظيفة كانت أعلى نسبة من عينة الدراسة من وظيفة (مدير إدارة) بعدد (٥٦) مفردة بنسبة (٢٨,٥%) وهي أعلى نسبة، يلي ذلك (موظف) بعدد (٥٥) مفردة بنسبة (٢٧,٥%)، ثم (فنى) بعدد (٤١) مفردة بنسبة (٢٠,٥%)، و(مدير عام) بعدد (٢٩) مفردة بنسبة (١٤,٥%)، وأخيراً (مدير دائرة رئيسية) بعدد (١٩) مفردة بنسبة (٩,٥%).

جدول (١١): توزيع إجابة عينة الدراسة على التساؤل: "هل انت على علم بمفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات؟"

المتوسط المرجح المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		نعم		السؤال
			النسبة	العدد	النسبة	العدد	
٩٢,٠	٠,٣٢	٠,٩٢	٩,٥	١٩	٩٠,٥	١٨١	هل انت على علم بمفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات؟

يشير الجدول السابق لتوزيع إجابة عينة الدراسة على التساؤل هل انت على علم بمفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات؟ أعلى نسبة للإجابة (نعم) بعدد (١٨١) مفردة بنسبة (٩٢,٠%)، يلي ذلك (لا) بعدد (١٩) مفردة بنسبة (٩,٥%)، وبلغ المتوسط المرجح المئوي

لإجابات العينة (٩٢,٠%) وهي تشير لمعرفة المبحوثين بمفهوم المسؤولية المجتمعية للشركات.

وصف عبارات متغير سعر الصرف:

جدول (١٢): نتائج التحليل الوصفي لعبارات متغير سعر الصرف

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
٣	٧٣,٧٠	١,١٣	٣,٦٩	استقادت الشركة التي اعلم بها من قرار تغيير سعر الصرف
٥	٦٧,٥٠	١,١٨	٣,٣٨	زادت ارباح الشركة نتيجة تغيير سعر الصرف فقط
٦	٦٥,٠٠	١,١٧	٣,٢٥	زادت مبيعات الشركة في السوق المحلي بعد تحرير سعر الصرف
٤	٧١,٥٠	١,٢٣	٣,٥٨	زادت عائدات صادرات الشركة نتيجة تحرير سعر الصرف
٢	٧٥,٥٠	١,١١	٣,٧٨	زادت تكلفة واردات الشركة نتيجة تحرير سعر الصرف
١	٨١,٠٠	٠,٩٩	٤,٠٥	زادت أسعار السلع والخدمات نتيجة تحرير سعر الصرف
٧	٦٢,٦٠	١,١٩	٣,١٣	زادت مساهمات الشركة المجتمعية التي اعلم بها نتيجة تغيير سعر الصرف
	٧٠,٩٥	٠,٧٠	٣,٥٥	سعر الصرف

تبين من الجدول السابق لوصف عبارات متغير سعر الصرف أن المتوسط العام لإجمالي متغير سعر الصرف بلغ (٣,٥٥) بإنحراف معياري (٠,٧٠) ووزن نسبي (٧٠,٩٥%) وهي نسبة تشير لموافقة عينة الدراسة على المتغير، وتراوح متوسطات العبارات بين (٣,١٣ - ٤,٠٥) بوزن نسبي (٦٢,٦% - ٨١,٠%) تشير تلك النسب إلى موافقة عينة الدراسة على عبارات متغير سعر الصرف.

وصف عبارات متغير المسؤولية البيئية:

جدول (١٣): نتائج التحليل الوصفي لعبارات متغير المسؤولية البيئية

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
١٠	٥٥,٠٠	١,٢٢	٢,٧٥	نتيجة تغيير سعر الصرف ساهم في حل المشاكل والتخفيف من الأضرار البيئية التي تحل بالمجتمع المحلي في الشركة
٩	٦٠,٤٠	١,٣٠	٣,٠٢	ساهم تغيير سعر الصرف في مشاركة الشركة في الأنشطة التي تهدف إلى حماية وتحسين جوده بيئة طبيعية
٦	٦٤,١٠	١,٢٨	٣,٢١	ساهم تغيير سعر الصرف في توفير الشركة دورات تدريبية للعاملين وبشكل دوري لتوعيتهم بأهمية سلامة البيئة
١	٦٩,٦٠	١,٢٦	٣,٤٨	ساهم تغيير سعر الصرف في حرص الشركة على البيئة والاستخدام الأمثل للمنتجات الخام ومصادر الطاقة في عملياتها الانتاجية
٧	٦١,٣٠	١,٢٦	٣,٠٧	ساهم تغيير سعر الصرف في مساهمة الشركة في تمويل الأبحاث والدراسات الخاصة بحماية البيئة
٨	٦٠,٧٠	١,٢٩	٣,٠٤	ساهم تغيير سعر الصرف في استخدام الشركة الطرق الحديثة للتخفيف من حدة الضوضاء الناتجة عن عمليات التصنيع
٨	٦٢,٨٠	١,٣٢	٣,١٤	ساهم تغيير سعر الصرف في استخدام الشركة تقنيات حديثة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء
٢	٦٧,٧٠	١,٣٠	٣,٣٩	ساهم تغيير سعر الصرف في التزام الشركة باللوائح الصادرة عن مجلس حماية البيئة
٤	٦٥,٦٠	١,٢٧	٣,٢٨	ساهم تغيير سعر الصرف اتباع تقنيات حديثة للتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع
٥	٦٤,٢٠	١,٢٣	٣,٢١	ساهم تغيير سعر الصرف مساهمة الشركة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة المدن
٣	٦٧,٠٠	١,٢٥	٣,٣٥	نتيجة تغيير سعر الصرف وضعت الشركة خطة طوارئ في حال حدوث كوارث بيئية
	٦٣,٥٦	١,٠٥	٣,١٨	المسؤولية البيئية

تبين من الجدول السابق لوصف عبارات متغير المسؤولية البيئية أن المتوسط العام لإجمالي متغير المسؤولية البيئية بلغ (٣,١٨) بإنحراف معياري (١,٠٥) ووزن نسبي (٦٣,٥٦%) وهي نسبة تشير لموافقة عينة الدراسة على متغير المسؤولية البيئية، وتراوحت متوسطات العبارات بين (٢,٧٥ - ٣,٨٢) بوزن نسبي (٥٥,٠% - ٦٩,٦%) تشير تلك النسب إلى موافقة عينة الدراسة على عبارات متغير المسؤولية البيئية.
وصف عبارات متغير المسؤولية الاجتماعية:

جدول (١٤): نتائج التحليل الوصفي لعبارات متغير المسؤولية الاجتماعية

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
١٤	٦١,٦٠	١,٢١	٣,٠٨	نتيجة تغيير سعر الصرف فان الشركة تساهم فى الحملات والمشاريع التى تعزز رفاهية المجتمع
١٥	٦١,٢٠	١,٢١	٣,٠٦	نتيجة تغيير سعر الصرف تشجع الشركة فيها على المشاركة فى الأنشطة التطوعية
٥	٧٣,٧٠	١,٠٦	٣,٦٩	اعتبر نفسى مخلصا للعلامات التجارية التى تمارس أنشطة المسؤولية المجتمعية
٣	٧٦,٠٠	١,٠٥	٣,٨٠	ستكون العلامة التجارية ذات المسؤولية المجتمعية القوية هى خيارى الاول
٢	٧٧,٥٠	٠,٩٩	٣,٨٨	ترفع أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات من مكانة العلامة التجارية فى اذهان المستهلك
٤	٧٤,٤٠	١,٠٨	٣,٧٢	لن اشترى علامات تجاريه اخرى إذا كانت هناك علامة تجاريه مماثله مرتبطة بأنشطة المسؤولية المجتمعية
٦	٧١,٥٠	١,١٢	٣,٥٨	يمكننى تمييز العلامات التجارية ذات الأنشطة الاجتماعية للشركات عن العلامات التجارية المنافسة الاخرى
١٠	٦٧,٣٠	١,٠٩	٣,٣٧	انا على دراية بالعلامات التجارية التى تطبق سياسات المسؤولية المجتمعية للشركات
٨	٦٩,٠٠	١,١٤	٣,٤٥	يمكننى ان اتذكر وبسرعة رمز أو شعار العلامة التجارية التى تمارس المسؤولية الاجتماعية للشركات

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
١١	٦٧,٢٠	١,١٦	٣,٣٦	نتيجة تغيير سعر الصرف تتبنى الشركة تقنيات ادارة النفايات المناسبة للمساعدة في الحفاظ على البيئة الطبيعية والمصادر الطبيعية
١	٧٨,٩٠	١,٠٣	٣,٩٥	إذا كانت هناك علامتان تجاريتان متماثلتان من الافضل شراء العلامة التجارية التي مارست المسؤولية الاجتماعية
٧	٧١,٤٠	١,٠٧	٣,٥٧	نتيجة تغيير سعر الصرف تزيد أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات من مستوى ثقتك في العلامة التجارية
١٣	٦٣,٦٠	١,٢٤	٣,١٨	نتيجة تغيير سعر الصرف تدعم الشركة رحلات العاملين
٩	٦٨,٠٠	١,٢١	٣,٤٠	نتيجة تغيير سعر الصرف توفر الشركة دورات تدريبية للعاملين كل حسب تخصصه
١٢	٦٦,٦٠	١,١٩	٣,٣٣	نتيجة تغيير سعر الصرف تزيد أنشطة المسؤولية المجتمعية للشركات من مستوى ثقتك في العلامة التجارية
	٦٩,٩٠	٠,٧٨	٣,٥٠	المسؤولية الاجتماعية

تبين من الجدول السابق لوصف عبارات متغير المسؤولية البيئية الاجتماعية أن المتوسط العام لإجمالي متغير المسؤولية الاجتماعية بلغ (٣,٥) بإنحراف معياري (٠,٧٨) ووزن نسبي (٦٩,٩%) وهي نسبة تشير لموافقة عينة الدراسة على الاجتماعية، وتراوح متوسطات العبارات بين (٣,٠٦ - ٣,٩٥) بوزن نسبي (٦١,٦% - ٧٨,٩%) تشير تلك النسب إلى موافقة عينة الدراسة على عبارات متغير المسؤولية الاجتماعية.

وصف عبارات متغير الحوكمة:

جدول (١٥): نتائج التحليل الوصفي لعبارات متغير الحوكمة

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
١٩	٦٥,٠٠	١,٢١	٣,٢٥	نتيجة تغيير سعر الصرف تساهم الشركة في توفير فرص عمل لذوى الاحتياجات الخاصة
١٠	٧٦,٨٠	١,١٩	٣,٨٤	نتيجة تغيير سعر الصرف تساهم الشركة في دعم الاقتصاد المحلى
٤	٨١,٤٠	١,٠٢	٤,٠٧	نتيجة تغيير سعر الصرف تحرص الشركة على تحقيق الربح بأساليب مشروعه
٣	٨١,٥٠	١,٠٣	٤,٠٨	نتيجة تغيير سعر الصرف تسعى الشركة بالتميز عن الشركات الاخرى بالأساليب المشروعة
٧	٧٩,٠٠	١,١٣	٣,٩٥	نتيجة تغيير سعر الصرف تهدف الشركة إلى الوصول إلى مستوى اعلى من الكفاءة فى العمل
١٤	٧٢,٤٠	١,١٥	٣,٦٢	نتيجة تغيير سعر الصرف تساهم الشركة في توفير مصادر الحياة الكريمة للمجتمع المحلى
١٣	٧٣,٩٠	١,٢٢	٣,٧٠	نتيجة تغيير سعر الصرف تساهم الشركة في المحافظة على البيئة من خلال القوانين والأنظمة التى تطبقها
٩	٧٧,٣٠	١,٠٦	٣,٨٧	نتيجة تغيير سعر الصرف تلتزم الشركة بممارسة الاعمال التى تتوافق مع القوانين المحلية السارية
١٢	٧٥,٠٠	١,٢٩	٣,٧٥	نتيجة تغيير سعر الصرف تتحمل الشركة مسئوليتها تجاه افراد المجتمع المحلى ككل فلا تميز بينهم على اساس العرق أو الجنس أو الدين
١٥	٧٢,٠٠	١,٢٢	٣,٦٠	نتيجة تغيير سعر الصرف تتحمل الشركة الأضرار التى قد يتعرض لها العملاء اثناء تواجدهم بالشركة
٩	٧٧,٣٠	١,١٧	٣,٨٧	نتيجة تغيير سعر الصرف تؤكد الشركة على التزام العاملين بتعليمات وإجراءات السلامة والصحة المهنية
٦	٧٩,٣٠	١,١١	٣,٩٧	نتيجة تغيير سعر الصرف تقوم الشركة بالترويج لأعمالها بشكل اخلاقي

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
٨	٧٧,٧٠	١,١٤	٣,٨٩	نتيجة تغيير سعر الصرف تنجز الشركة اعمالها بأسلوب يتوافق مع القيم الأخلاقية للمجتمع المحلي
٥	٧٩,٧٠	١,١٠	٣,٩٩	نتيجة تغيير سعر الصرف تؤكد الشركة على السلوك والتعامل الأخلاقي الذي يتطابق مع القوانين والأنظمة السائدة
١٦	٧٠,٠٠	١,٢٠	٣,٥٠	نتيجة تغيير سعر الصرف توفر الشركة فرص وظيفية متكافئة وعادله للجميع
١١	٧٥,٨٠	١,١٨	٣,٧٩	نتيجة تغيير سعر الصرف تحترم الشركة عادات وتقاليد واخلاق المجتمع الذي تعمل فيه
٢٠	٦٤,٢٠	١,٣٣	٣,٢١	نتيجة تغيير سعر الصرف تقدم الشركة منح وهبات لدعم المجتمع المحلي كدعم لطلاب الجامعة مثلا
١٧	٦٨,٦٠	١,٢٤	٣,٤٣	نتيجة تغيير سعر الصرف تخصص الشركة جزءا من ارباحها لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية
١٨	٦٨,٤٠	١,١٧	٣,٤٢	نتيجة تغيير سعر الصرف تساهم الشركة في دعم البنى التحتية للمجتمع المحلي (كالطرق والمراكز الصحية والمدارس)
٢	٨٢,٤٠	٠,٩٤	٤,١٢	تلتزم الشركة بجميع حقوق المستهلك والمتطلبات القانونية
١	٨٦,٣٠	٠,٨٦	٤,٣٢	توفر الشركة معلومات كاملة ودقيقة عن منتجاتها للعملاء
	٧٥,٥٢	٠,٨٥	٣,٧٨	الحوكمة

تبين من الجدول السابق لوصف عبارات متغير الحوكمة أن المتوسط العام لإجمالي متغير الحوكمة بلغ (٣,٧٨) بإنحراف معياري (٠,٨٥) ووزن نسبي (٧٥,٥٢%) وهي نسبة تشير لموافقة عينة الدراسة على متغير الحوكمة، وتراوحت متوسطات العبارات بين (٣,٢١ - ٤,٣٢) بوزن نسبي (٦٤,٢%-٨٦,٣%) تشير تلك النسب إلى موافقة عينة الدراسة على عبارات متغير الحوكمة.

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الرئيسي: "يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسؤولية المجتمعية".

جدول (١٦): العلاقة الارتباطية بين تغير أسعار الصرف والمسؤولية المجتمعية

المتغيرات	المسؤولية البيئية	المسؤولية الاجتماعية	الحوكمة	المسؤولية المجتمعية
معامل ارتباط	**٠,٤٩٩	**٠,٤٤٤	**٠,٣٩٨	**٠,٤٩٧
الدلالة المعنوية	٠,٠٠١	٠,٠٠١	٠,٠٠١	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق للعلاقة الارتباطية بين تغير أسعار الصرف والمسؤولية المجتمعية وجود علاقة إرتباطية ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١) بين أسعار الصرف وكل من (المسؤولية البيئية، المسؤولية الاجتماعية، الحوكمة، المسؤولية المجتمعية) وبلغت قيم معامل الإرتباط (٠,٤٩٩، ٠,٤٤٤، ٠,٣٩٨، ٠,٤٩٧) على التوالي.

جدول (١٧): إختبار الانحدار البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على المسؤولية المجتمعية

المتغيرات	معامل الإندار (B)	معامل الإرتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	قيمة ف (F)	قيمة ت (t)	مستوى المعنوية
تأثير تغير أسعار الصرف على المسؤولية المجتمعية	١,٧٢٢	٠,٤٩٧	٠,٢٤٧	٦٥,٠٧٦	٨,٠٦٧	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق لتحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على المسؤولية المجتمعية أن وجود علاقة طردية بين تغير أسعار الصرف والمسؤولية المجتمعية بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (٠,٤٩٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١).

- ومن خلال نتائج معامل التحديد (R²) التي بلغت (٠,٢٤٧) للانحدار نجد أن هناك تنبؤ بتأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسؤولية المجتمعية بنسبة (٢٤,٧%).

- وباختبار معنوية نموذج الانحدار بالاعتماد على قيمة F المحسوبة (٦٥,٠٧٦) وقيمة (ت) والتي بلغت (٨,٠٦٧) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١) مما يؤكد معنوية النموذج.
- كما بلغت قيمة معامل الانحدار (B) (١,٧٢٢) وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة بمعلومية تغير أسعار الصرف تؤدي إلى زيادة في المسؤولية المجتمعية بقيمة (١,٧٢٢).
مما سبق نقبل الفرض الرئيسي: يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسؤولية المجتمعية.

الفرض الأول الفرعي: "يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسؤولية البيئية".

جدول (١٨): إختبار الانحدار البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على المسؤولية البيئية

المتغيرات	معامل الانحدار (B)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	قيمة ف (F)	قيمة ت (t)	مستوى المعنوية
تأثير تغير أسعار الصرف على المسؤولية البيئية	٠,٧٤٩	٠,٤٩٩	٠,٢٤٥	٦٥,٧٤٧	٨,١٠٨	٠,٠٠١

- يتضح من الجدول السابق لتحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على المسؤولية البيئية أن وجود علاقة طردية بين تغير أسعار الصرف والمسؤولية البيئية بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (٠,٤٩٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١).
- ومن خلال نتائج معامل التحديد (R²) التي بلغت (٠,٢٤٥) للانحدار نجد أن هناك تنبؤ بتأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسؤولية البيئية بنسبة (٢٤,٥%).
 - وباختبار معنوية نموذج الانحدار بالاعتماد على قيمة F المحسوبة (٦٥,٧٤٧) وقيمة (ت) والتي بلغت (٨,١٠٨) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١) مما يؤكد معنوية النموذج.

• كما بلغت قيمة معامل الانحدار (B) (0,749) وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة بمعلومية تغير أسعار الصرف تؤدي إلى زيادة في المسئولية البيئية بقيمة (0,749).
مما سبق نقبل الفرض الأول الفرعي: "يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسئولية البيئية".

الفرض الثاني الفرعي: "يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسئولية الاجتماعية".
جدول (19): إختبار الانحدار البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على المسئولية الاجتماعية

المتغيرات	معامل الانحدار (B)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	قيمة ف (F)	قيمة ت (t)	مستوى المعنوية
تأثير تغير أسعار الصرف على المسئولية الاجتماعية	0,493	0,444	0,197	48,647	6,975	0,001

يتضح من الجدول السابق لتحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على المسئولية الاجتماعية أن وجود علاقة طردية بين تغير أسعار الصرف والمسئولية الاجتماعية بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (0,444) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,01).

• ومن خلال نتائج معامل التحديد (R²) التي بلغت (0,197) للانحدار نجد أن هناك تنبؤ بتأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسئولية الاجتماعية بنسبة (19,7%).
• وباختبار معنوية نموذج الانحدار بالاعتماد على قيمة F المحسوبة (48,647) وقيمة (ت) والتي بلغت (6,975) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (0,01) مما يؤكد معنوية النموذج.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار (B) (0,493) وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة بمعلومية تغير أسعار الصرف تؤدي إلى زيادة في المسئولية الاجتماعية بقيمة (0,493).

مما سبق نقبل الفرض الثاني الفرعي: "يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسئولية الاجتماعية".

الفرض الثالث الفرعي: "يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على الحوكمة".

جدول (٢٠): إختبار الانحدار البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على الحوكمة

المتغيرات	معامل الإندار (B)	معامل الإرتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	قيمة ف (F)	قيمة ت (t)	مستوى المعنوية
تأثير تغير أسعار الصرف على الحوكمة	٠,٤٨٠	٠,٣٩٨	٠,١٥٩	٣٧,٣٠١	٣,١٠٧	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق لتحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تغير أسعار الصرف على الحوكمة أن وجود علاقة طردية بين تغير أسعار الصرف والحوكمة بلغت قيمة معامل الارتباط (R) (٠,٣٩٨) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (٠,٠١).

- ومن خلال نتائج معامل التحديد (R²) التي بلغت (٠,١٥٩) للانحدار نجد أن هناك تنبؤ بتأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على الحوكمة بنسبة (١٥,٩%).
- وباختبار معنوية نموذج الإندار بالاعتماد على قيمة F المحسوبة (٣٧,٣٠١) وقيمة (ت) والتي بلغت (٣,١٠٧) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١) مما يؤكد معنوية النموذج.

كما بلغت قيمة معامل الإندار (B) (٠,٤٨٠) وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة بمعلومية تغير أسعار الصرف تؤدي إلى زيادة في الحوكمة بقيمة (٠,٤٨٠).
مما سبق نقبل الفرض الثالث الفرعي: يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على الحوكمة.

خلاصة البحث

١. تبين من نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة إرتباطية بين تغير أسعار الصرف والمسئولية المجتمعية وكل من (المسئولية البيئية، المسئولية الاجتماعية، الحوكمة، المسئولية المجتمعية).
٢. تم قبول الفرض الرئيسي: يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسئولية المجتمعية.
٣. تم قبول الفرض الأول الفرعي: يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسئولية البيئية.
٤. تم قبول الفرض الثاني الفرعي: يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على المسئولية الاجتماعية.
٥. تم قبول الفرض الثالث الفرعي: يوجد تأثير معنوي لتغير أسعار الصرف على الحوكمة.
٦. ان تغيير سعر الصرف يزيد من ارباح الشركات مما يترتب عليه زيادة الاهتمام بالمسئولية المجتمعية.
٧. ان زيادة الاهتمام بالمسئولية المجتمعية يترتب عليه زيادة الطلب على منتجات الشركات مما يزيد من مبيعاتهم ويزيد من ارباحهم.
٨. ان الشركات تمارس المسئولية المجتمعية من منطلق الاهتمام بالبيئة الصناعية والبيئة المحيطة دون وجود قانون ملزم لها بذلك.
٩. ان ارتباط المستهلك بالشركات التي تمارس المسئولية المجتمعية اكثر من الشركات التي لا تعبير اهتمام بذلك.
١٠. ان كانت المسئولية المجتمعية تتمثل فى تكلفة دون عائد مادي الا ان عائدها المعنوي اكثر من العائد المادي.

التوصيات

١. تلتزم الدولة الشركات بتخصيص جزء من مبيعاتها او صافي ارباحها بنسبة حوالي ٥ % سنويا للنشاط المجتمعي.
٢. تقوم الحكومة بتقديم حزمة اعفاءات ضريبية للشركات التي تقوم بممارسة المسؤولية المجتمعية.
٣. تقوم الدولة ممثلة في وزارة التضامن سنويا بتكريم الشركات التي تمارس المسؤولية المجتمعية ويتم اعلان اسماء هذه الشركات في جميع وسائل الاعلام.
٤. تقوم الدولة بتوقيع غرامات على الشركات التي لا تلتزم بمسئولياتها الاجتماعية و اعلان اسماء بهذه الشركات.
٥. ضخ دماء جديدة لتجديد شباب قطاع الاعمال
٦. تقليص الهيكل التنظيمي لشركات قطاع الاعمال بحيث يعود لسابق عهدة على شكل مثلث.

المراجع

- أبو العيون محمود (٢٠٠٣): السياسة النقدية في جمهورية مصر العربية والتوجهات المستقبلية. سلسلة أوراق العمل رقم ٧٨، المركز المصري للدراسات الاقتصادية.
- ايمان عطية ناصف وهشام محمد عمارة (٢٠٠٨): مبادئ الاقتصاد الدولي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ص ٢٨٩
- حسين الاسرج (٢٠١٤): المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصر بين الواقع والمأمول.
- دوحة سامي (٢٠١٤): أثر تقلبات سعر الصرف على الميزان التجاري وسبل علاجهما، جامعة محمد خيضر بسكرة - ٢٠١٥ ص ١٠٣

- رائد عبد الخالق وعبد الله العنبيدي (٢٠١٣): التمويل الدولي، دار الايام للنشر والتوزيع، الاردن، ص ٢٣
- سامية بلجراف (٢٠١٨): دور الشركات في تحمل المسؤولية الإجتماعية "إستعمال الأرباح نموذجا". مجلة الحقوق والحريات عدد ٦ رقم ٢
- رسلان خضر (٢٠١١): المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال. الجمعية الاقتصادية السورية رقم ٢٤
- شاكرا محمد العربي (٢٠٠٦): محاضرات فى الاقتصاد الكلى، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ص ١٠٤
- عبد المطلب عبد الحميد (٢٠٠٠): النظرية الاقتصادية، تحليل كلى وجزئى للمبادئ، الدار الجامعيه، مصر، ص ٣٠٢
- عرفان تقى الدين الحسنى (٢٠١٣): التمويل الدولي، دار مجدولاي، الاردن، ص ٢٣
- على عبد الفتاح ابو شرار (٢٠٠٣): الاقتصاد الدولي "نظريات وسياسات" دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الاردن، ط ٣، ص ٢١٥
- محمد سيد عابد (١٩٩٩): التجارة الدولية، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، مصر.
- محمد صالح القريشي (٢٠٠٨): المالية والدولية، الوراق للنشر والتوزيع، الاردن، ص ٥٦
- محمود فلاح، رزق أبو زيد يوسف عطية، عبد الرحمن زيدان (٢٠١٤): دور محاسبة المسؤولية الاجتماعية فى تعظيم أرباح البنوك وشركات التأمين: دراسة ميدانية على البنوك وشركات التأمين الأردنية.
- ندى عبد المجيد (٢٠٠١): مدخل الى العلاقات الاقتصادية الدولية، دار هومه للنشر، الجزائر، ص ٨٢
- هوشيار معروف (٢٠٠٦): تحليل الاقتصاد الدولي، دار جرير للنشر والتوزيع، الاردن، ص ٢٩٣

- Bernardin Senadza, Desmond Delali Diaba (2017): Effect of exchange rate volatility on trade in Sub-Saharan Africa. *Journal of African Trade* Volume 4, Issues 1–2, December, Pages 20-36
- Bo Tang (2015): Real exchange rate and economic growth in China: A cointegrated VAR approach. *China Economic Review* Volume 34, July, Pages 293-310
- Georgios Chortareas; Andrea Cipollini and Mohamed Abdelaziz Eissa (2012): Switching to floating exchange rates, devaluations, and stock returns in MENA countries, *International Review of Financial Analysis* Volume 21, Pages 119-127.
- José Luiz Rossi (2009): Corporate financial policies and the exchange rate regime: Evidence from Brazil. *Emerging Markets Review* Volume 10, Issue 4, Pages 279-295
- Malykh E.; Plotnikov V. and Novikov Al. (2015): Currency exchange rate as a tool of strategic analysis (evidence from Russian industry). *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 207, 843 – 849.

**THE IMPACT OF FLOATING EXCHANGE RATE
ON THE SOCIAL RESPONSIBILITY
AN APPLIED STUDY ON BUSINESS SECTOR
COMPANIES IN EGYPT**

**Ayman S. Abdel Kader⁽¹⁾; Tarek A. Hammad⁽²⁾
and Wael Fawzy⁽²⁾**

1) Misr Company for Alumnum 2) Faculty of Commerce, Ain Shams University

ABSTRACT

Although a relationship between exchange rate and social responsibility may be unexpected, the aim of the current research is to confirm the existence of a relationship or not. Therefore, the researchers used the descriptive and quantitative analytical method to analyze the data collected based on a survey that was distributed electronically to avoid dealing on paper due to the outbreak of Corona disease, where 200 responses were obtained from the respondents.

The results indicated that exchange rate has a positive impact on the ability of companies affiliated with the business sector to carry out their social responsibility. As the association of companies' names with societal contributions increases consumer preference for their products, which will benefit them by increasing sales and achieving more profits. Therefore, we expect to motivate companies to carry out their social responsibility, to issue tax exemptions for these companies, and to have societal contributions within 2% of the annual net profit.

Key words: Exchange rate, Social responsibility, Environmental responsibility, Governance, Business sector companies.