

تحسين الاستراتيجيات التسويقية والانتاجية لشركات المياه والصرف الصحي في مصر في ظل المسؤولية الاجتماعية دراسة مقارنة

[١٢]

حمدي محمد ابراهيم شطا^(١) - نادر البير فانوس^(٢) - هشام ابراهيم القصاص^(١)
عبد القوى احمد مختار^(٣) - نهال محمد فتحى الشحات^(١)

(١) باحث معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (٢) كلية التجارة، جامعة عين شمس (٣) كلية الهندسة، جامعة عين شمس

المستخلص

استهدفت الدراسة قياس أثر تحسين استراتيجيات شركات المياه والصرف الصحي في مصر في ظل المسؤولية الاجتماعية وتطبيقها على العاملين بشركات مياه الشرب والصرف الصحي، وذلك بعد التعرف على أهمية وآليات تطبيق هذه الإستراتيجيات، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية للتعرف على مدى ملائمة وإمكانات ومتطلبات تطبيقها على شركات المياه والصرف الصحي المقترحة لهذا التطبيق.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم إستمارة إستبيان جمعت بالمقابلة، تضمنت مجموعة من العبارات تقيس إتجاهات العينة تجاه متغيرات الدراسة. وأعتمد الباحثون في هذه الدراسة على المزج بين المنهج الإستقرائي والمنهج الاستنباطي وذلك من خلال أسلوب الدراسة النظرية والدراسة الميدانية. وقد أجرى الباحثون تحليل البيانات باستخدام اختبار كروسكال ولاس لكل سؤال من أسئلة قائمة الاستقصاء لاختبار فروض الدراسة باستخدام عينة الدراسة المكونة من ٤٢٠ مفردة "وهي عدد الأستمارات الصحيحة التي تم استردادها".

وقد توصل الباحثون الي مجموعة من النتائج التي يمكن تطبيقها على المنشأة محل الدراسة (شركات المياه والصرف الصحي في مصر) وهي: الاهتمام بتطوير أساليب التحسين الاستراتيجي في مختلف إدارات شركات لمياه والصرف الصحي. والأستفادة من أفكار ووجهات نظر العاملين بالشركات في وضع الخطط التي تساعد على تحسين الاستراتيجية. وإعادة النظر في رؤية ورسالة شركات المياه والصرف الصحي بما يواكب التطور في أساليب التخطيط والتحسين الحديثة.

وتوصى الدراسة بضرورة أن يتم الحفاظ على كل المسؤوليات الإجتماعية إتجاه الموظفين وتطويرها وتطبيقها بما يحقق المصلحة بين العاملين والشركات. يجب على الشركات أن تهتم بأن يكون هناك أنشطة تدريبية لزيادة وعى الموظفين بالمسؤولية الإجتماعية.

مقدمة

يعد التخطيط الإستراتيجى نوعاً من التخطيط طويل الأجل وهو يتعامل مع المستقبل بطريقة منظمة ومرتبطة ومتابعة، ويغضى كافة الأعمال فى المنظمة ويوضع بعد تحديد أهدافها ومهامها الرئيسية ودراسة نواحي القوى والضعف لديها وتقييم الفرص المتاحة أمامها والقيود التى تحد من نشاطها والتى تظهرها البيئة المحيطة بها، ولذلك يعتبر التخطيط الإستراتيجى عملاً شاملاً ومستمرأ يعد من أجل جعل المنظمة ناجحة وقوية. (زينزن: ٢٠١٧)

ويتم وضع الخطة الإستراتيجية الرئيسية للمنظمة من خلال إعداد الإستراتيجيات الفرعية لكل وظيفة رئيسية داخل المنظمة مثل (التخطيط التسويقى والتمويلى والإنتاجى) والمحافظة على البيئة عن طريق الإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية.

ويقوم التخطيط الإستراتيجى على عدة ركائز أساسية متمثلة فى صياغة رسالة المنظمة، ووضع الأهداف الاستراتيجية المحققة لها، وتحليل البيئة الخارجية لتحديد الفرص المتاحة والتهديدات المحتملة وتوقعات ذوى المصلحة داخل المنظمة وتوليد البدائل الإستراتيجية وعناصر النجاح الحرجة وأسس وأولويات المنافسة للمنظمة.

وظهر مفهوم المسؤولية الإجتماعية كنتيجة طبيعية للعديد من المظاهر التى ميزت الساحة الاقتصادية الدولية والتى من أهمها تفاقم الكوارث البيئية فى السنوات الأخيرة، وأهتمام المنظمات بالجانب الربحى بشكل أساسى وتزايد قضايا الفساد والرشوة فى منظمات الأعمال الكبرى مما يهدد من بقاءها بأداء الشركات وطبيهة أعمالها وتأثيرها على المجتمع والبيئة، كما تزايد الضغط من قبل المنظمات غير الحكومية ومنظمات حماية حقوق الإنسان وحماية حقوق العمال، ومنظمات حقوق البيئة وغيرها من المنظمات الأخرى التى تهتم بالجوانب الإنسانية والبيئية والأخلاقية، وهذه الضغوط أثرت بشكل كبير على ممارسات وأنشطة منظمات الأعمال. (سالم: ٢٠١٢)

وزاد الالتزام الاجتماعي لدى المؤسسات نتيجة للوعي الثقافي والتعليمي وضغوط حركات وجمعيات حقوق الإنسان. وزيادة الضغوط من المجتمع على كيفية إدارة المؤسسات لأعمالها نتيجة الوعي البيئي والإنساني، واستطاعت الكثير من المؤسسات الاجتماعية تحميل الشركات مسؤولية تصرفاتها إتجاه البيئة والمجتمع حاضرا ومستقبلا. (Samy: 2011)

ونظرا لوجود مشكلات كثيرة ارتبطت بإهمال الشركات لمسئولياتها الاجتماعية وما نجم عن ذلك من فساد اقتصادي واجتماعي ظهرت مبادرة دولية لرعاية هذا المفهوم، فوضعت المنظمة الدولية مواصفة إرشادية أطلق عليها ISO 26000 وهي مواصفة تقدم إرشادات وتوضيحات حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، كل هذه العناصر شكلت دوافع لدى المستهلكين لحفز توجه المسؤولية الإجتماعية. (عارف: ٢٠١٤)

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في أن الضغوط الممارسة على المؤسسات الخدمية والصناعية من ناحية الأطراف ذو العلاقة بها، من أجل ضرورة الإلتزام بمسئولياتهم الإجتماعية، وأن التحسين الإستراتيجي يعتبر هي الحل المناسب لمواكبة تطورات وتغيرات المستقبل، وبالرغم من إدراك العديد من المؤسسات الخدمية والإقتصادية بأهمية التحسين الإستراتيجي إلا أنهم يغفلون عن الإستراتيجية المناسبة التي تحقيق الأهداف المرجوه بما يتناسب مع مسئوليتهم إتجاه المجتمع. (سالم: ٢٠١٢)

أسئلة الدراسة

ما أثر تحسين استراتيجيات شركات المياه والصرف الصحي في مصر في ظل المسؤولية الاجتماعية؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما أهم الخطوات لتحسين الإستراتيجية في شركات المياه والصرف الصحي في مصر؟

٢. ما أهم الإستراتيجيات المستخدمة لتحسين الإستراتيجية الحالية فى ضوء المسؤولية الإجتماعية؟
٣. ما أثر الإستراتيجية التى تحقق أكبر مكاسب مادية وغير مادية لشركات المياه والصرف الصحى فى مصر؟

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسى للدراسة فى وضع إطار يوضح إستراتيجيه مقترحه لشركات المياه والصرف الصحي في مصر تعمل علي تصحيح المسار وتحسين الأداء ليصبح أداء شامل ومتوافق مع متطلبات المسؤولية الاجتماعية ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

١. دراسة مدى تأثير الإستراتيجية المقترحة استنتاج مدى إدراج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات والمخطط العام لشركات المياه والصرف الصحي في مصر.
٢. التوصل لمدى التزام تلك الشركات بالقوانين المنظمة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وتأثير ذلك على المردود المالي لتلك الشركات.
٣. التعرف على مدى تأثير هذه الأستراتيجية لتحقيق رضى أصحاب المصالح لتلك الشركات فى ضوء الألتزام بالقوانين المنظمة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.
٤. التوصل لمدى التزام تلك الشركات بالبعد الأخلاقي والإنساني للمسؤوليه الاجتماعيه وتأثير ذلك الميزانيات العامه لها.
٥. معرفة تأثير الإلتزام بالبعد الأخلاقي والإنساني على معدلات رضى أصحاب المصالح.
٦. تحديد مدى توافق العمليات الداخليه لتلك الشركات مع البعد الأخلاقي والإنساني للمسؤوليه الاجتماعيه.
٧. إدراك مدى تأثير التزام تلك الشركات بالبعد الاقتصادي للمسؤوليه الاجتماعيه على المردود المالي لها.
٨. تحديد مدى التزام تلك الشركات بالبعد الأقتصادي للمسؤوليه الاجتماعيه وتأثيره على رضى أصحاب المصالح لتلك الشركات.

٩. دراسة الاختلاف بين آراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية المتمثلة في (النوع - السن - المستوى الوظيفي).

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في القيام بتقييم الوضع الراهن لجودة أداء شركات المياه والصرف الصحي في ضوء آليات ومتطلبات المسؤولية الاجتماعية ثم إجراء التحليل الرباعي لتحديد نقاط القوة والضعف والعمل على زيادة تمكين نقاط القوة وإزالة أو تقليل تأثير نقاط الضعف لتلك الشركات وكذلك تحديد الفرص المتاحة لحسن استغلالها والعمل على تلافى التهديدات والتقليل من أثرها وصولاً لوضع استراتيجيه للشركات لتحسين منظومة الأداء وفقاً لمتطلبات المسؤولية الاجتماعية.

الأهمية العلمية: تكتسب الدراسة أهميتها العلمية من التوجه العالمى للتنمية المستدامة، وبعد ما أصبحت الشركات فى أمس الحاجة إلى الاهتمام بالجوانب الاخلاقية والمسؤولية الاجتماعية بما يسهم فى الحد من المشكلات الاقتصادية كالفقر والبطالة والتلوث البيئى، وأيضاً بما يحقق الرفاهية للمجتمع ككل. ومن ثم تحاول الدراسة معرفة مدى قيام شركات المياه والصرف الصحي فى مصر بالالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والافصاح عنها، ومدى وضوح هذا الالتزام على استراتيجيات تلك الشركات من خلال القياس الفعلى لمدى التزام الشركات المصرية بالمسؤولية الاجتماعية، ومعرفة هل تأدية الشركات لأنشطة المسؤولية الاجتماعية يكون على حساب ميزانية الشركه أم أن الشركة تراعى كافة أصحاب المصالح متضمنة مصلحتها مما ينعكس إيجابياً على الاداء الاقتصادى للشركة.

الأهمية العملية: تساهم الدراسة الاهتمام المتزايد من جانب الأفراد، الشركات، المجتمع ككل بنشر وتفعيل ثقافة المسؤولية الاجتماعية بما يحقق النفع للشركات الملتزمة بها وللمجتمع كحماية حقوق الانسان، الالتزام بالقوانين، مكافحة الفساد، والرقى بقيم المجتمع وأخلاقياته.

الدراسات السابقة

دراسة عبد الفتاح (٢٠١٤): هدفت الدراسة إلى قياس أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمنشآت في مصر. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في مصر.

دراسة عيسى (٢٠١٤): هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها وأسباب الاهتمام بها ومبادئها وكيفية الإفصاح عنها، وتجارب بعض الدول في مجال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى وضع إطار مقترح لزيادة فعالية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من خلال تقرير يتضمن المؤشرات البيئية والمؤشرات الاجتماعية والمشاركة الاجتماعية.

دراسة Wang (٢٠١١): هدفت الدراسة إلى توضيح الاستكشاف التجريبي لتأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء الأسهم في الشركات المقيدة بالبورصة. وتوصلت الدراسة إلى: أن التزام الشركات بمسئولياتها الاجتماعية له تأثير إيجابي على أداء الأسهم، ويعنى هذا أنه يمكن للشركة أن تكون بمثابة مواطنة جيدة للشركات، وفي نفس الوقت تسعى لنمو ثروة المساهمين.

دراسة Samy Bampton (٢٠١٣): هدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وربحيتها. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين أداء المسؤولية الاجتماعية وربحية الشركة.

دراسة Fischer (٢٠١٣): هدفت الدراسة إلى توضيح وجود علاقة بين كل من القيادة والتخطيط الإستراتيجي وهيكل رأس المال. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة جوهريّة بين القيادة وهيكل رأس المال، نتيجة لتأثير القيادة على التخطيط الإستراتيجي فيما يتعلق بكل من الرؤية والرسالة والخطة الإستراتيجية الموضوعية والتي بدورها تؤثر على النمو وتحدد الهيكل المالي للمؤسسات التربوية وطبيعة مصادره التمويلية.

الإطار النظري

تشمل الدراسة على عدد من المفاهيم التي لا بد من توضيحها وتحديد المقصود منها وهي على النحو التالي:

الاستراتيجية: إطار عام مرشد للتفكير والتصرف تتخذه الإدارة العليا، يكون مستمدًا من الأهداف العليا للمنظمة، ليصبح بعد تبنيه وسيلة لتحقيق تلك الأهداف وموجها للقرارات المستقبلية التي تتخذها تلك الإدارة في تعبئة مواردها صوب التطوير المستمر لموقفها التنافسي ولمواطن قوتها من خلال إحداث الموائمة والتكيف مع البيئة الخارجية وصولاً إلى أداء رسالتها. (Luxton: 2005)

التخطيط الاستراتيجي: يعرف التخطيط الاستراتيجي على أنه عملية اختيار أهداف المنظمة وتحديد السياسات والإستراتيجيات اللازمة لتحقيق الأهداف وتحديد الأساليب الضرورية لضمان تنفيذ السياسات والإستراتيجيات الموضوعية. ويمثل التخطيط الإستراتيجي العملية التخطيطية طويلة المدى التي يتم إعدادها بصورة رسمية لتحديد وتحقيق أهداف المنظمة (Szymanska: 2011).

وعرفها آخر بأنها: "تخطيط طويل الأجل مرتبط بتحديد اتجاه المنظمة في المستقبل في ضوء تحليل الأوضاع الحالية والمستقبلية لكل من البيئة المحيطة والقدرات الذاتية بقصد تحقيق مسار رئيسي واضح على مستوى المنظمة ككل من ناحية الوحدات الوظيفية أو التشغيلية من ناحية أخرى". (الهورى: ٢٠١٠)

وأضاف (Kenneth: ١٩٩٥) التخطيط الإستراتيجي بأنه: "طريقة نجاح المنظمة من خلال إطار عملي يتضمن التفكير الإستراتيجي والرؤية المستقبلية لترشيد قرارات المنظمة". ويعرف التخطيط الاستراتيجي "أنه العملية التي تتضمن اتخاذ القرارات التي تربط بين الأهداف الرئيسية للمنشأة والاستراتيجيات التي تمكن من تحقيقها وذلك عن طريق تقييم الفرص المتاحة، واختيار أنسبها ووضع الخطط المناسبة للاستفادة منها". (مهني: ٢٠٠٨)

وعرف آخر التخطيط الإستراتيجي بأنه: "أول جزء من الإدارة الإستراتيجية وهو ما يتعلق بتحديد اتجاهات المنظمة فى المستقبل الذى ينطوى بدوره على تحديد كل من رسالة المنظمة وأهدافها بناء على تحليل الوضع الحالى والمستقبلى لكل من البيئة المحيطة والقدرات الذاتية. ويتم ترجمة تلك الأهداف إلى برامج وخطط على المستويات الإستراتيجية طويلة الأجل على مستوى المنظمة ككل وعلى المستويات الوظيفية، وبرامج وخطط متوسطة الأجل على مستوى كل من وظائف التسويق والأفراد والتمويل وعلى المستويات التشغيلية، وبرامج وخطط قصيرة الأجل على مستوى التشغيل اليومي". (المغربي: ٢٠٠٩)

تعريف المسؤولية الإجتماعية: المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة الواجبات أو التصرفات التي تقوم بها المنظمة من خلال قراراتها بزيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه إضافة لمصالحها الخاصة. (صفوت: ٢٠٠٧)

وأضاف آخر: أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست نوعاً من الإحسان، بل هي ثقافة مغايرة لمفهوم العمل التطوعي ويجب أن تمتد لتشمل أنشطة كبحاربة البطالة وكاستثمار جيد لتحسين صورة الشركات في المجتمع وأن يكون لها علاقة بالأهداف التنموية. (يونس: ٢٠١٣)

وأشار آخر: أن المسؤولية الاجتماعية بأنها: قيام منظمات الأعمال بتنفيذ الأنشطة الاجتماعية اختيارياً أو بنص القانون لخدمة أصحاب المصالح سواء كانت داخل المنظمة أو خارجها، وكذلك البيئة المحيطة بالمنظمة وذلك بغض النظر عن العوائد الاقتصادية التي سوف تتحقق للمنظمة في الأجل الطويل أو القصير. (ممدوح: ٢٠١٠)

منهج الدراسة

فى ضوء طبيعة المشكلة وهدف وأهمية الدراسة أعتمد الباحث على منهجين أساسيين فى إعداد الدراسة هما:

المنهج الوصفي التحليلي: حيث قام الباحثون بالإطلاع وإستقراء الدراسات العلمية التى تناولت موضوع الدراسة من خلال إتباع أسلوب الدراسة المكتبية والإطلاع على المراجع العلمية المتخصصة العربية والأجنبية من كتب علمية ومقالات منشورة بالمجلات العلمية

المحكمة والدوريات المختلفة وما صدر من المؤتمرات العلمية ورسائل علمية والدراسات السابقة وأبحاث مرتبطة بموضوع الدراسة والمتعلقة بالمشكلة موضوع الدراسة.

المنهج التطبيقي: استخدم الباحث هذا المنهج بهدف الكشف عن النتائج المنطقية المترتبة على إختبار الفروض الأساسية للدراسة، وذلك من خلال القيام بدراسة ميدانية تهدف إلى إختبار فروض البحث السابقة، وذلك من خلال بيانات مستمدة من قائمة إستقصاء لإستطلاع الرأي تم توزيعها على المديرين بشركات المياه والصرف الصحي.

فروض الدراسة

من أجل تفسير إشكالية الدراسة ومحاولة الإجابة عن الأسئلة المطروحة يمكن صياغة الفرضيات التالية:

الفرض الأول: لا يوجد أثر جوهري للبعد القانوني كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية المالية.

الفرض الثاني: لا يوجد أثر جوهري للبعد الاخلاقي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية التسويقية البيئية.

الفرض الثالث: لا يوجد أثر جوهري للبعد الاقتصادي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية الانتاجية البيئية.

إجراءات الدراسة

الدراسة الميدانية (المنهج التحليلي): اعتمد الباحثون في إجراء الدراسة الميدانية على قائمة الاستقصاء والتي تم توزيعها على عينة من المديرين والعاملين بشركات المياه والصرف الصحي في مصر، وذلك في الفترة من ٢٠١٨/١٠/٥ الي ٢٠١٨/١١/٥ حيث تم التعرف على آراءهم ورغباتهم واتجاهاتهم والعناصر الغير مرضية التي تواجههم وانطباعاتهم

واقترحاتهم، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات والمعطيات التي تم جمعها.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود فجوة بحثية لم تغطيها العديد من الدراسات السابقة، ومن ثم أهتمت الدراسة بإجراء دراسة إستكشافية في المجال التطبيقي، ثم تم استعراض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها، ومن ثم فإن الدراسة قد تناولت ذلك في موضوعين أساسيين هما: أسس الدراسة الميدانية، ونتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها، حيث أستخدم الباحثون الأسلوب الإحصائي الأنسب للتحليل، وهو اختبار كروسكال ولاس، ولما كانت البيانات قد جاءت منظمة في شكل جداول تكرارات من خمسة أعمدة وصفين، تمثل الصفوف عينة الدراسة (المديرين بشركات المياه والصرف الصحي) وتمثل الأعمدة استجابات الأفراد على أسئلة الاستقصاء والتي تم ترتيبها تنازلياً من موافق تماماً إلى لا أوافق مطلقاً.

أسلوب وأدوات الدراسة

يمكن توضيح كلاً من مجتمع وعينة الدراسة كما يلي:

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة من المديرين بشركات المياه والصرف الصحي.

عينة الدراسة: كانت عينة الدراسة المكونة من ٤٢٠ فرداً يمثلون عينة الدراسة وهي عدد الاستمارات الصحيحة التي تم استردادها من (المديرين بشركات المياه والصرف الصحي).

ونظراً لطبيعة البيانات التي تتسم بندرة الاستجابة على بعض فئات الاستجابة خاصة فئة لا أوافق مطلقاً، فقد قام الباحثون بحساب قيمة كروسكال ولاس باستخدام برنامج Statxact 4.0 وتم اختبار معنوية قيم كروسكال ولاس لكل سؤال عند مستوى ٠,٠٥.

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة، وتم تحديد حجم العينة باستخدام برنامج Sample Size Calculator وذلك بمعلومية حجم المجتمع الذي يبلغ ٢٤٠ مفردة، وعند مستوى ثقة ٩٥% وحدود خطأ $\pm 5\%$ ، وبعد ادخال البيانات للبرنامج تم حساب حجم العينة وبلغ ٢٤٠ مفردة. اعتمد الباحثون على الأساليب التالية:

معامل الثبات ألفا كرونباخ: ويستخدم لحساب معامل الثبات، وذلك لبحث مدى إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج وقد كانت قيمة الفا لابعاد المقياس ا

(٠,٦٢٤، ٠,٥٢٩، ٠,٧٥٦، ٠,٧٨٩) لكل ابعاد المقياس الثلاثة على التوالي وقيمة الفا لإجمالي المقياس (٠,٨٩٦) بمعامل صدق بلغ (٠,٥٩٩**).

قياس متغيرات الدراسة: في ضوء الدراسات السابقة التي إطلع عليها الباحثون، فقد اعتمد الباحثون في قياس المتغير المستقل (تحسين الإستراتيجيات) والمتغير التابع (المسؤولية الإجتماعية).

أداة تجميع بيانات الدراسة الميدانية: قام الباحثون بتصميم قائمة استقصاء لتجميع البيانات من مفردات البحث، حيث مر إعدادها وتصميمها بالخطوتين التاليتين:

الخطوة الأولى: إعداد قائمة الاستقصاء في صورتها الأولية:

وصف عينة الدراسة: تم إجراء الدراسة علي عدد ٢٥ شركة تابعه حيث تم إجراء الاستقصاء علي رؤساء القطاعات ومديري العموم بهذه الشركات نظرا لأنهم هم المنوط لهم بوضع الاستراتيجية المستهدفة والحكم علي تطبيق البنود الواردة بها وتأثير هذه الاستراتيجية علي مستوي تقدم الشركات حيث بلغ عدد رؤساء القطاعات بهذا الاستقصاء ١٢٩ رئيس قطاع بينما بلغ عدد مديري العموم ٥٨٩ مدير عام بهذه الشركات كما هو موضح بالاتي:

وصف عينة الدراسة:

المجتمع	العدد الوارد		العدد المطلوب عمل استقصاء له		العدد الإجمالى		اسم الشركة	م
	مديرى العموم	رؤساء القطاعات	مديرى العموم	رؤساء القطاعات	مديرى العموم	رؤساء القطاعات		
83	22	5	35	7	70	13	شركة مياه القاهرة	01
40	12	2	17	3	34	6	شركة الغربية	02
53	16	3	22	5	44	9	شركة قنا	03
78	20	3	34	6	67	11	شركة الشرقية	04
55	17	3	24	4	47	8	شركة القليوبية	05
101	33	6	43	8	85	16	شركة القهيلية	06
71	20	4	29	7	58	13	شركة سوهاج	07
59	16	4	24	6	48	11	شركة كفر الشيخ	08
31	9	2	13	3	25	6	شركة البحر الاحمر	09
52	14	4	22	5	43	9	شركة مياه الاسكندرية	10
50	13	3	21	5	41	9	شركة مدن القناة	11
56	13	2	25	4	49	7	شركة صرف القاهرة	12
42	11	3	16	5	32	10	شركة أسوان	13
90	11	6	36	9	72	18	شركة الجيزة	14
37	10	2	15	4	30	7	شركة الأقصر	15
48	12	3	20	5	39	9	شركة مطروح	16
38	10	2	16	3	32	6	شركة المنوفية	17
43	12	3	18	4	35	8	شركة الفيوم	18
48	12	5	18	7	35	13	شركة البحيرة	19
63	17	4	26	6	51	12	شركة دمياط	20
44	12	3	18	5	35	9	شركة المنيا	21
55	16	3	24	4	48	7	شركة أسيوط	22
40	11	2	17	4	33	7	شركة بنى سويف	23
82	24	4	36	5	72	10	شركة صرف الاسكندرية	24
48	13	3	20	5	39	9	شركة شمال وجنوب سيناء	25
1407	376	84	589	129	1164	243		

اجمالى مجتمع الدراسة (١٤٠٧) وعينة الدراسة (٣٠٦) مقسمة على النحو التالي:

جدول (١): يوضح إجمالي مجتمع الدراسة وعينة الدراسة

النسبة %	التكرار	توزيع العينة	
٧٤,١	٢٢٧	ذكر	النوع
٢٥,٩	٧٩	انثى	
١٠٠	٣٠٦	إجمالي	
٢٠,٢	٦٢	رؤساء القطاعات	المسمي الوظيفي
٧٩,٨	٢٤٠	مديرو العموم	
١٠٠	٣٠٦	إجمالي	

كما يتضح من الجدول السابق وصف عينة الدراسة وتوزيعها من حيث النوع حيث تكونت عينة الدراسة من (٧٤,١%) من الذكور و(٢٥,٩%) من الإناث، والمسمي الوظيفي (٢٠,٢%) رؤساء القطاعات و(٧٩,٨%) من مديرو العموم.

الخطوة الثانية: استيفاء بيانات قوائم الاستقصاء وإعدادها للتحليل الإحصائي: قام الباحثون في هذه المرحلة باستيفاء بيانات قوائم الاستقصاء من مفردات الدراسة بعد أن تم إعدادها في صورتها النهائية بعد استبعاد بعض العبارات التي لم يثبت صدقها وثباتها، حيث قام الباحث بالتوجه إلى بعض الشركات قيد الدراسة لعرض قوائم الاستقصاء على بعض المديرين عن طريق المقابلات الشخصية التي أجرتها معهم.

هذا كما تم مراجعة قوائم الاستقصاء بعد أن تمت الإجابة عليها، ثم قام الباحثون بإدخال هذه البيانات للحاسب الآلي بعد تفرغها في جداول خاصة، واستخدم الباحث برنامج الحزم الإحصائية (SPSS . V25) في إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية، وذلك بالاستعانة بمكتب متخصص بالدراسات والتحليل الإحصائي.

أساليب التحليل الإحصائي:

أسلوب الانحدار المتعدد: ويستخدم لحساب معاملات الانحدار المتعدد المتغير المستقل مع المتغير التابع.

اختبار كروسكال . ولاس "Kruskal Wallias Test": أحد الاختبارات اللامعلمية التي تستخدم لاختبار الفرق بين متوسطين.

إن أنسب الاختبارات الإحصائية لهذا الشكل من البيانات هو اختبار كروسكال .ولاس "Kruskal Wallias Test وهذا الاختبار يناسب البيانات التكرارية لاختبار صحة الفرض القائل بعدم وجود فروق بين الصفوف الثلاثة (عينة الدراسة) فى استجاباتهم على أسئلة الاستقصاء، ويفترض الاختبار أن الصفوف تمثل مجتمعين مختلفين، ويختبر فرض تساوى توزيع استجابات عينة الدراسة فى كل سؤال من أسئلة الاستقصاء على حده، وقد أجر الباحثون تحليل البيانات باستخدام اختبار كروسكال ولاس لكل سؤال من أسئلة قائمة الاستقصاء لاختبار فروض الدراسة.

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر جوهري للبعد القانونى كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية على الإستراتيجية المالية.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر جوهري للبعد الاخلاقى كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية على الإستراتيجية التسويقية البيئية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر جوهري للبعد الاقتصادى كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية على الإستراتيجية الانتاجية البيئية.

الفرضية الأولى: لا يوجد اثر جوهري للبعد القانونى كأحد أبعاد المسئولية الاجتماعية على الإستراتيجية الانتاجية البيئية.

جدول (٢): نموذج الانحدار الخطي لتحديد معنوية تأثير البعد القانوني كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية المالية
Model Summary

Std. Error of the Estimate		Adjusted R Square	R Square	R	Model
٠,٤٨٢٢٨		٠,١٤٥	٠,١٤٧	a٣٨٣.	١
٠,٤٦٠٦٣		٠,٢٢	٠,٢٢٣	b٤٧٢.	٢
ANOVA					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
a٠٠٠٠	٧٨,٦٤	١٨,٢٩١	١	١٨,٢٩١	Regression
		٠,٢٣٣	٤٥٨	١٠٦,٥٢٦	Residual
			٤٥٩	١٢٤,٨١٧	Total
b٠٠٠٠	٦٥,٦٣٣	١٣,٩٢٦	٢	٢٧,٨٥٢	Regression
		٠,٢١٢	٤٥٧	٩٦,٩٦٥	Residual
			٤٥٩	١٢٤,٨١٧	Total
Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
٠	١٤,٢٦٤		٠,٤٣	٦,١٢٩	(Constant)
٠	٨,٨٦٨-	٠,٣٨٣-	٠,١٨٥	١,٦٣٧-	X3
٠	١٠,١٢٣		٠,٤٦٣	٤,٦٨٨	(Constant)
٠	٨,٠٨١-	٠,٣٣٨-	٠,١٧٩	١,٤٤٣-	X3
٠	٦,٧١٣	٠,٢٨	٠,٠٨٩	٠,٥٩٨	X1

a. Dependent Variable: Y1

يتضح من الجدول السابق مجموعة من النتائج التي تم التوصل إليها:
معامل التحديد (R^2): نجد أن المتغير المستقل البعد القانوني يفسر (٢٢,٣%) من التغير الكلي في المتغير التابع (الإستراتيجية المالية). وباقي النسبة يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج.

اختبار معنوية المتغير المستقل: باستخدام اختبار (t.test) نجد أن المتغير المستقل البعد القانوني، ذو تأثير معنوي على (الإستراتيجية المالية)، حيث بلغت قيمة "ت" (١٠,١٢٣) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠١).

اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار: لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام إختبار (F-test)، وحيث أن قيمة إختبار (F-test) هي (٦٥,٦٣٣) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (٠,٠١)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار على الإستراتيجية المالية.

معادلة النموذج: وهذا يعني أنه يمكن تقدير Y1 بقدره تفسيرية ٢٢,٣% كما يلي :

$$Y1 = 4.688 - 1.443 X3 + 0.598 X1$$

فيما يلي مخرجات تشغيل البيانات الخاصة بمحددات Y2 :

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد اثر جوهري للبعد الاخلاقي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية التسويقية البيئية.
جدول (٣): نموذج الانحدار الخطي لتحديد معنوية تأثير البعد الاخلاقي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية التسويقية البيئية

Model Summary						
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model		
٠,١٩٧٧٣	٠,١٤٤	٠,١٤٦	^a ٠,٣٨٢	١		
٠,١٨٨١٨	٠,٢٢٥	٠,٢٢٨	^b ٠,٤٧٨	٢		
٠,١٨٣٧٩	٠,٢٦١	٠,٢٦٥	^c ٠,٥١٥	٣		
ANOVA						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
^a ٠,٠٠٠	٧٨,٣٥٦	٣,٠٦٣	١	٣,٠٦٣	Regression	١
		٠,٠٣٩	٤٥٨	١٧,٩٠٦	Residual	
			٤٥٩	٢٠,٩٧	Total	
^b ٠,٠٠٠	٦٧,٥٩٤	٢,٣٩٤	٢	٤,٧٨٧	Regression	٢
		٠,٠٣٥	٤٥٧	١٦,١٨٣	Residual	
			٤٥٩	٢٠,٩٧	Total	
^c ٠,٠٠٠	٥٤,٩٣٢	١,٨٥٦	٣	٥,٥٦٧	Regression	٣
		٠,٠٣٤	٤٥٦	١٥,٤٠٣	Residual	
			٤٥٩	٢٠,٩٧	Total	

تايح جدول (٣): نموذج الانحدار الخطي لتحديد معنوية تأثير البعد الاخلاقي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية التسويقية البيئية

Coefficientsa						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
٠	١٥,١٥		٠,٠٦٣	٠,٩٥٨	(Constant)	١
٠	٨,٨٥٢	٠,٣٨٢	٠,٠٣٨	٠,٣٣٤	X1	
٠	١١,٦٧٧		٠,١٨٩	٢,٢٠٩	(Constant)	٢
٠	٨,٠٥٤	٠,٣٣٥	٠,٠٣٦	٠,٢٩٣	X1	
٠	٦,٩٧٧-	٠,٢٩-	٠,٠٧٣	٠,٥٠٩-	X3	
٠	١١,٥٦٣		٠,١٨٥	٢,١٤٣	(Constant)	٣
٠	٩,٥٤٣	٠,٤٥٣	٠,٠٤١	٠,٣٩٦	X1	
٠	٧,٨٠٥-	٠,٦١٤-	٠,١٣٨	١,٠٧٦-	X3	
٠	٤,٨٠٤	٠,٤١	٠,١٣٩	٠,٦٧	X2	

يتضح من الجدول السابق مجموعة من النتائج التي تم التوصل إليها:

معامل التحديد (R^2): نجد أن المتغير المستقل البعد الاخلاقي يفسر (٢٦,٥%) من التغير الكلي في المتغير التابع (الإستراتيجية التسويقية البيئية). وباقي النسبة يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج.

اختبار معنوية المتغير المستقل: باستخدام اختبار (t.test) نجد أن المتغير المستقل البعد الاخلاقي، ذو تأثير معنوي على (الإستراتيجية التسويقية البيئية)، حيث بلغت قيمة "ت" (١١,٥٦٣) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠١).

اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار: لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة اختبار (F-test) هي (٥٤,٩٣٢) وهي ذات

معنوية عند مستوى أقل من (0,01)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار على الإستراتيجية التسويقية البيئية.

معادلة النموذج: وهذا يعني أنه يمكن تقدير Y2 بقدره تفسيرية 26,5% كما يلي:
 $Y2 = 2.143 + 0.396 X1 - 1.076 X3 + 0.670 X2$

فيما يلي مخرجات تشغيل البيانات الخاصة بمحددات Y3:

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر جوهري للبعد الاقتصادي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية الإنتاجية البيئية.

جدول (4): نموذج الانحدار الخطي لتحديد معنوية تأثير البعد الاقتصادي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الإستراتيجية الإنتاجية البيئية

Model Summary						
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model		
٠,٢٩٦٤٥	٠,٠٤٨	٠,٠٥	^a ٠,٢٢٣	1		
٠,٢٨٧٤٦	٠,١٠٥	٠,١٠٩	^b ٠,٣٢٩	2		
ANOVA ^c						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
^a ٠,٠٠٠	٢٤,٠٠٧	٢,١١	١	٢,١١	Regression	1
		٠,٠٨٨	٤٥٨	٤٠,٢٥١	Residual	
			٤٥٩	٤٢,٣٦١	Total	
^b ٠,٠٠٠	٢٧,٨١١	٢,٢٩٨	٢	٤,٥٩٦	Regression	2
		٠,٠٨٣	٤٥٧	٣٧,٧٦٤	Residual	
			٤٥٩	٤٢,٣٦١	Total	
Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
٠	١٠,١٩٨		٠,٢٦٤	٢,٦٩٣	(Constant)	1
٠	٤,٩-	٠,٢٢٣-	٠,١١٣	٠,٥٥٦-	X3	
٠	١١,٨٦١		٠,٢٨٩	٣,٤٢٨	(Constant)	2
٠	٥,٨٧١-	٠,٢٦٣-	٠,١١١	٠,٦٥٤-	X3	
٠	٥,٤٨٥-	٠,٢٤٥-	٠,٠٥٦	٠,٣٠٥-	X1	

يتضح من الجدول السابق مجموعة من النتائج التي تم التوصل إليها: **معامل التحديد (R^2):** نجد أن المتغير المستقل البعد الاقتصادي يفسر (١٠,٩%) من التغير الكلي في المتغير التابع (الإستراتيجية الإنتاجية البيئية). وباقي النسبة يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج.

اختبار معنوية المتغير المستقل: باستخدام اختبار (t.test) نجد أن المتغير المستقل البعد الاقتصادي، ذو تأثير معنوي على (الإستراتيجية الإنتاجية البيئية)، حيث بلغت قيمة "ت" (١١,٨٦١) وذلك عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠١).

اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار: لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة اختبار (F-test) هي (٢٧,٨١١) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (٠,٠١)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار على الإستراتيجية الإنتاجية البيئية.

وهذا يعنى أنه يمكن تقدير Y3 بقدره تفسيرية ١٠,٩% كما يلي:

$$Y3 = 3.428 - 0.654 X3 + 0.305 X1$$

توصيات الدراسة

- ١- يوصى الباحثون بضرورة الاهتمام بتطوير أساليب التحسين الاستراتيجي في مختلف إدارات شركات لمياه والصرف الصحي.
- ٢- الاستفادة من أفكار ووجهات نظر العاملين بالشركات في وضع الخطط التي تساعد على تحسين الاستراتيجية.
- ٣- إعادة النظر في رؤية ورسالة شركات المياه والصرف الصحي بما يواكب التطور في أساليب التخطيط والتحسين الحديثة.
- ٤- ضرورة أن يتم الحفاظ على كل المسؤوليات الإجتماعية تجاه الموظفين وتطويرها وتطبيقها بما يحقق المصلحة بين العاملين والشركات.
- ٥- يجب على الشركات أن تهتم بأن يكون هناك أنشطة تدريبية لزيادة وعى الموظفين بالمسؤولية الإجتماعية.

المراجع

- عارف محمود كامل (٢٠١٤): إصلاح مقترح لزيادة فعالية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بهدف تحسين جودة التقارير المالية وتعظيم قيمة المنشأة بالتطبيق على البيئة المصرية. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة.
- يونس، عقل، عبد الله: نموذج مقترح لقياس المحتوى المعلوماتي للإفصاح عن المؤشر المصري لمسؤولية الشركات دراسة اختبارية، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، كلية التجارة، جامعة القاهرة، العدد ٧٦، ٢٠١٣، ص ١٤.
- ياسمين ممدوح: المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. مجلة الفكر المحاسبي، مصر، مجلد الرابع عشر، العدد الثاني، ص ١٢٣، ٢٠١٠.
- سيد الهوارى (٢٠١٠): ورشة عمل عن التخطيط الإستراتيجي - في عالم متغير متنافس، مركز د. الهوارى للإستشارات، القاهرة، ص ٤٠.
- مصطفى محمد بكر (٢٠٠٠): دليل التفكير الإستراتيجي وإعداد الخطة الإستراتيجية. الدار الجامعية، الإسكندرية، ص ٨٨.
- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي (٢٠٠٩): التخطيط الاستراتيجي بقياس الأداء المتوازن. المنصورة، المكتبة العصرية، ص ١٤.
- حليمة، زينين: تقييم الآليات المطبقة في الإدارة البيئية في المؤسسات الصناعية الجزائرية وتأثيرها على الأداء البيئي - دراسة تطبيقية على ثلاث شركات صناعية. مجلة العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، الجزائر. ٢٠١٧.
- علي صفوت النحاس: المسؤولية الاجتماعية لرأس المال. مجلة الإدارة، المجلد خمس وأربعون، العدد الرابع، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٧، ص ٢٢.
- Kenneth, C., A.M.A.: Complete Guide to Strategic Planning for Small Business, Illinois: NTC Publishing Group, 1995, P:VIX.
- Luxton, A. (2005): Strategic Planning in Higher Education. General Conference Department of Education, Seventh Day Adventists Silver Spring n VSA. P.22.
- Wang, Y. (2011): Corporate Social Responsibility and Stock Performance- Evidence From Taiwan Modern Economy, Nov, pp.788-799.

- Szymanska, D; Chodkowska, J. (2011): Endogenous resources vitalization of rural areas in shaping sustainable development in Poland. *Renewable and sustainable energy reviews*, 15 (3), 1497-1501
- Samy, M.; Bampton, R. and Halabi, A. (2011): The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability The Case of Royal Dutch Shell Pic Corporate Reputation Review , vol. 41, pp. 249.

**IMPROVING MARKETING AND PRODUCTION
STRATEGIES OF WATER AND SANITARY
DRAINAGE COMPANIES IN EGYPT IN TERMS OF
THE SOCIAL RESPONSIBILITY
A COMPARATIVE STUDY**

[13]

**Hamdy M. Shata⁽¹⁾; Nader A. Fanous⁽²⁾
Hisham I. El-Qasas⁽¹⁾; Abdel Qawe A. Mukhtar⁽³⁾
and Nehal M. Fathy⁽¹⁾**

1) Post graduate Institute of Environmental Studies & Research, Ain Shams University 2) Faculty of Commerce, Ain Shams University 3) Faculty of Engineering, Ain Shams University

ABSTRACT

This study drives at measuring impact of improving strategies of water and sanitary drainage companies in Egypt in term of the social responsibility, to be applied on workers in these companies after identifying the importance and mechanisms of implementing such strategies. In addition, a field study is recruited for identifying the

appropriateness range, potentials, and requirements of implementation on the suggested water and sanitary drainage companies in Egypt for this study. For achieving the study objectives, a questionnaire form is designed collected through the interview approach, and has included a set of phrases that measures the sample's attitudes towards study variables. The researchers have counted in this study on the mixing between the inductive method and the deductive method through following the theoretical study and the field study.

The researchers have also analyzed data using Kruskal-Wallis Parameter Analysis for analyzing each question in the investigation list and for testing the study hypotheses. The study sample consists of (420) items which is the number of correct forms have been resumed.

The researchers come to several results and recommendations that can be applied to the examined institution (water and sanitary drainage companies in Egypt). The study Recommendations come as follows: The necessity to consider the strategic improvement approaches in the different administrations of the water and sanitary drainage companies. Benefitting from thoughts and points of views of the employees in the companies to set plans that will assist improving the strategy. Reconsidering the water and sanitary drainage companies' message and vision to cope with recent quick advancements in modern approaches and methods of planning and improvement.