



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



# شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

# جامعة عين شمس

## التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

### قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها  
على هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيداً عن الغبار



**MONA MAGHRABY**



كلية التجارة  
جامعة عين شمس  
الدراسات العليا - قسم إدارة الأعمال

# تأثير المسؤولية الإجتماعية للشركات على ولاء العميل

## (دراسة ميدانية على عمالء البنوك الحكومية)

# **The Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty**

## **An Empirical Study on the Sector of Governmental Banks**

# رسالة مقدمة للحاصلين على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

## إعداد الباحثة مادونا كميل شوقي غالى

تحت اشراف

أ.د/ حسان حسين رجب د/ حسان حسين أحمد

درس) لِوَلَرَةِ الْأَعْمَالِ

أُستاذة (التسوية)

كلية التجارة-جامعة عدن) شمس(

كلية التجارة-جامعة عجمان

۲۰۲۰



كلية التجارة  
جامعة عين شمس  
الدراسات العليا - قسم إدارة الأعمال

## تأثير المسؤولية الإجتماعية للشركات على ولاء العميل (دراسة ميدانية على عملاء البنوك الحكومية)

اسم الباحثة: مادونا كميم شوقي غالى

الدرجة العلمية: ماجستير في إدارة الأعمال

الكلية: التجارة

الجامعة: عين شمس

سنة المنح: 2020



كلية التجارة  
جامعة عين شمس  
الدراسات العليا - قسم إدارة الأعمال

اسم الباحثة: مادونا كمبل شوقي غالى

عنوان الرسالة: تأثير المسئولية الإجتماعية للشركات على ولاء العميل  
(دراسة ميدانية على عملاء البنوك الحكومية).  
الدرجة العلمية: (ماجستير إدارة الأعمال)

لجنة الإشراف والحكم:

رئيساً

الأستاذ الدكتور / محمود صبح

أستاذ إداررة للأعمال بكلية التجارة جامعة عين شمس

عضوأ

الأستاذ الدكتور / جيهان عبد المنعم رجب

أستاذ التسويق بكلية التجارة جامعة عين شمس

عضوأ

الأستاذ الدكتور / حاتم سعد قابيل

أستاذ إداررة للأعمال بكلية التجارة جامعة المنصورة

تاريخ المناقشة الرسالة

الدراسات العليا

أجازت الرسالة بتاريخ

ختم الإجازة:

2020/...../.....

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

2020/...../.....

2020/...../....

## المرآة

إِلَمْ... كل من علمني حرفًا جعلني لا أجهل الأشياء التي حولي، إِلَى من جعلني سبباً ملتفحةً كثيرين إِمتناناً مني وعرفاناً بجميلهما علىٰ والذى لن أُستطِيع أن أُوفيَّهم مهما فعلت أُهدي هذه المُسَالَة إِلَى أُبَيْ أمِي.

إِلَمْ..... أخوتى وأصدقائى.

إِلَمْ..... أُساتذتى وأصحاب الحقوق علىٰ.

إِلَمْ..... كل من وقف بجانبى وتحملنى واعانى.

الباحثة

# شُكْرٌ وَّقُبْحٌ لِّلْكُفَّارِ

يطيب لي ويشرفني أن أقدم بجزيل الشكر والتقدير لأستاذتي الأستاذة المشرف الدكتور/ جيهان عبد المنعم رجب، أستاذة التسويق بكلية التجارة جامعة عين شمس لما غمرتني به من رعاية وحسن توجيهه، وما قدمته لي من نصائح وإرشادات كان لها عظيم الأثر في إخراج هذه الرسالة، فقد كانت خير المعلم، ولا أستطيع أن أوفي حقها مهما طالت كلمات الشكر والتقدير.

وكل الشكر والإمتنان لشريك المتابعة البحثية المشرف المساعد الدكتور/ حنان حسين أحمد، مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة عين شمس التي ترفع وسام الأخلاق والصفات الحميدة مما أطلت الحديث عن أفضالك فلن أستطيع أن أوفيتك حقك الكبير من فيض علم وعمق الخبرات ولما قدمته لي من عوناً صادقاً وإهتماماً وجهد مما يجعلني مديناً لك بكل تقديرًا واحترام.

كما أقدم خالص الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور/ محمود عبد الهادي صبح، أستاذ الإدارة بكلية التجارة جامعة عين شمس على ترحيب سيادته وتفضله بقبوله المشاركة بلجنة المناقشة والحكم على الرسالة فلسيادته كل� الإحترام والتقدير.

ويطيب لي أن أتقدم بعظيم الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور/ حاتم سعد قابيل، أستاذ الإدارة بكلية التجارة جامعة المنصورة لتفضيل سيادته بقبول الإشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة رغم كثرة أعبائه ومسؤوليته فأدام الله فضله وجزاه عن الباحث خير الجزاء.

وفي الخاتمةأشهد بفضل الله أن أستاذتي الكرام لم يقصروا معي مما جعلني لم أتوانى في تحصيل أي معلومة فإن فالشكر لله ولأستاذتي.

الباحثة

## **مستخلص الدراسة باللغة العربية**

هدفت الدراسة الحالية إلى بحث التعرف على مدى إتباع البنوك وتبنيها برامج المسئولية الاجتماعية وتأثير ذلك على ولاء العمالء والذى من شأنه إحتفاظ المنظمة بأكبر قدر من العمالء، أيضاً مساعدة العميل فى اختيار أى البنك الذى يستطيع أن يتعامل معها ويسعى بالأمان، وذلك من خلال بحث ودراسة أبعاد المسئولية الاجتماعية المتمثلة فى (المسئولية الاقتصادية، المسئولية القانونية، المسئولية الأخلاقية، المسئولية الخيرية) وتم بحث الولاء من جهة العمالء حيث يتكون من (ولاء معرفي، ولاء موقفي، ولاء سلوكى)، وقد جاءت الدراسة على عينة تتكون من 384 مفردة وذلك بإتباع أسلوب العينة العشوائية وذلك بنطاق محافظة القاهرة، ومن خلال قوائم الإستقصاء تم التحليل الإحصائى للإستجابات الكاملة بعده 284 مفردة، وقد يستخدم الباحث أسلوب تحليل الانحدار المتعدد وذلك لتحديد وإختبار درجة معنوية كل بعد من أبعاد المسئولية الإجتماعية على ولاء العميل، وقد أوضحت النتائج أن هناك تأثير معنوى إيجابى لأبعاد المسئولية الإجتماعية على أبعاد الولاء للعمالء، إلا أنه قد تم استخدام أسلوب الانحدار التدريجى وذلك لوجود Multicollinearity بين المتغيرات، وقد أشارت النتائج إلى أن المسئولية القانونية تؤثر بنسبة كبيرة على الولاء المعرفي والولاء السلوكي للعميل، والمسئولية الاقتصادية تؤثر أيضاً بنسبة كبيرة على الولاء الموقفي للعميل، وبصفة عامة فقد ثبت أن هناك تأثير للمسئولية الاجتماعية على ولاء العميل.

### **الكلمات المفتاحية:**

- المسئولية الإجتماعية للشركات
- المسئولية الاقتصادية
- المسئولية القانونية
- المسئولية الأخلاقية
- المسئولية الخيرية
- ولاء العميل
- الولاء المعرفي
- الولاء الموقفي
- الولاء السلوكي
- ولاء العميل للبنك
- البنوك الحكومية

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	
أ	إهداء	
ب	شكر وتقدير	
ج	مستخلص	
د	قائمة المحتويات	
ز	قائمة الجداول	
ط	قائمة الأشكال	
<b>الفصل الأول: الإطار العام للبحث</b>		
1	المقدمة	أولاً
3	مصطلحات البحث	ثانياً
3	الدراسات السابقة	ثالثاً
23	الدراسة الاستطلاعية	رابعاً
24	مشكلة البحث	خامساً
24	أهداف البحث	سادساً
25	فروض البحث	سابعاً
26	متغيرات البحث	ثامناً
28	أهمية البحث	تاسعاً
29	حدود البحث	عاشرأ
29	خطة البحث	حادي عشر
<b>الفصل الثاني: الإطار النظري</b>		
<b>المبحث الأول: المسئولية الاجتماعية للشركات</b>		
31	المقدمة	أولاً
32	النشأة والتطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية	ثانياً
38	مفهوم المسؤولية الاجتماعية	ثالثاً
41	أبعاد المسؤولية الاجتماعية	رابعاً
47	مبادئ صياغة وتنفيذ المسؤولية الاجتماعية	خامساً

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	
50	أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية	سادساً
55	النظريات التي تستند عليها المسؤولية الاجتماعية	سابعاً
61	فوائد ومعوقات تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية	ثامناً
67	معايير قياس وتقدير المسؤولية الاجتماعية	تاسعاً
67	المسؤولية الاجتماعية بين مؤيد ومعارض	عاشرأً
69	المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للبنوك	حادي عشر
75		<b>الخلاصة</b>
<b>المبحث الثاني: ولاء العميل</b>		
76	المقدمة	أولاً
77	تعريف ولاء العميل	ثانياً
80	أبعاد ولاء العميل	ثالثاً
91	أنواع وتصنيفات الولاء لدى العميل	رابعاً
94	مستويات ولاء العميل	خامساً
98	خطوات بناء ولاء العميل	سادساً
104	أهمية ولاء العميل	سابعاً
107	العوامل المؤثرة في ولاء العميل	ثامناً
109	فوائد الإحتفاظ بولاء العميل	تاسعاً
111	أسباب عدم وجود ولاء لدى العميل	عاشرأً
111	أهمية تبني برامج الولاء	حادي عشر
113		<b>الخلاصة</b>
<b>الفصل الثالث: الدراسة الميدانية</b>		
114	المقدمة	أولاً
114	منهج البحث	ثانياً
114	مجتمع البحث وعينتها	ثالثاً
115	3/1 مجتمع البحث	
115	3/2 عينة البحث	

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
116	3/3 وحدة المعاينة في البحث
116	3/4 نوع ومصادر بيانات البحث
117	3/5 تصميم قائمة الإستقصاء وأساليب القياس
120	3/6 أساليب تحليل بيانات البحث
121	تقييم أداة القياس <span style="float: right;">رابعاً</span>
121	4/1 اختبار الثبات
122	4/2 نتائج اختبار الصدق للنموذج بالتحليل العاملى التأكيدى
126	4/3 الإحصاء الوصفى
129	4/4 اختبار إعتدالية البيانات (كولمجروف سيرنوف)
129	4/5 معامل ارتباط سبيرمان
133	4/6 المعالجة الإحصائية المستخدمة
148	<b>الخلاصة</b>
<b>الفصل الرابع: النتائج العامة والتوصيات</b>	
150	المقدمة <span style="float: right;">أولاً</span>
150	النتائج العامة <span style="float: right;">ثانياً</span>
150	نتائج اختبارات الفروض <span style="float: right;">ثالثاً</span>
152	التوصيات <span style="float: right;">رابعاً</span>
153	الاقتراحات للدراسات المستقبلية <span style="float: right;">خامساً</span>
<b>قائمة المراجع</b>	
154	المراجع العربية <span style="float: right;">أولاً:</span>
163	المراجع الأجنبية <span style="float: right;">ثانياً</span>
<b>الملاحق</b>	
183	قائمة الإستقصاء
<b>الملخصات</b>	
--	الملخص باللغة العربية
--	الملخص باللغة الإنجليزية

## **قائمة الجداول**

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
27	متغيرات البحث والتعريف الإجرائي والتطبيقى	1
37	مراحل تطور مفهوم المسئولية الإجتماعية	2
39	الجزء الأول (التعريفات الأكاديمية)	3
40	الجزء الثاني (تعريفات ممارسين الأعمال)	4
46	أبعاد المسئولية الإجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية	5
52	الأطراف المتأثرة بالمسئولية الإجتماعية	6
68	الاختلاف بين المؤيدین والمعارضین للمسئولية الإجتماعية	7
78	تعريف ولاء العميل	8
81	تعريف الولاء المعرفي وبنود قياسه	9
82	الدراسات السابقة التي تناولت الولاء المعرفي	10
84	تعريف الولاء الموقفي وبنود قياسه	11
86	الدراسات السابقة التي تناولت الولاء الموقفي	12
88	تعريف الولاء السلوكى وبنود قياسه	13
90	الدراسات السابقة التي تناولت الولاء السلوكى	14
117	متغيرات الدراسة ورموزها	15
121	معامل ثبات الأسواق الداخلى لابعد الإستماراة	16
122	قيم مصفوفة (العبارات) للبعد الأول	17
123	قيم مصفوفة (العبارات) للبعد الثانى	18
123	قيم مصفوفة (العبارات) للبعد الثالث	19
124	قيم مصفوفة (العبارات) للبعد الرابع	20
124	قيم مصفوفة (العبارات) للبعد الخامس	21
125	قيم مصفوفة (العبارات) للبعد السادس	22
125	قيم مصفوفة (العبارات) للبعد السابع	23

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
126	نتائج تحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة	24
129	إختبار إعتدالية البيانات	25
130	مصفوفة الإرتباط بين متغيرات الدراسة	26
135	نتائج إختبار الفرض الرئيسي الأول وفقاً لنموذج الانحدار المتعدد	27
138	نتائج إختبار الفرض الرئيسي الأول وفقاً لنموذج الانحدار التدريجي للنموذج الاول	28
139	نتائج إختبار الفرض الرئيسي الثاني وفقاً لنموذج الانحدار المتعدد	29
142	نتائج إختبار الفرض الرئيسي الثاني وفقاً لنموذج الانحدار التدريجي للنموذج الاول	30
143	نتائج إختبار الفرض الرئيسي الثالث وفقاً لنموذج الانحدار المتعدد	31
146	نتائج إختبار الفرض الرئيسي الثالث وفقاً لنموذج الانحدار التدريجي للنموذج الاول	32
147	ملخص نتائج إختبارات الفروض	33
152	الوصيات وآليات التنفيذ	34

## قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
26	نموذج الدراسة	1
42	بناء هرم Carrol للمسؤولية الإجتماعية	2
51	منظمات الأعمال وفئات أصحاب المصالح	3
92	تصنيفات العملاء	4
94	مصفوفة الولاء	5
95	Loyalty Ladder _ سلم الولاء	6
97	تقييم العملاء بحسب الولاء للمنظمة/ البنك	7
116	تحديد حجم العينة	8