

أثر التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء دراسة ميدانية على الأطباء في محافظة طرطوس

امل زاهر*

(تاريخ الإيداع ٢٥ / ٥ / ٢٠٢١ . قُبل للنشر في ٢٧ / ٧ / ٢٠٢١)

□ ملخص □

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر التزام الشركات الدوائية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على اختيار الأطباء لمنتجاتها في محافظة طرطوس، وذلك من خلال معرفة مدى تأثير الأبعاد الثلاثة للمسؤولية الاجتماعية (الاقتصادية-القانونية-الخيرية) على خياراتهم. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في وصف المشكلة وتحليلها. تم جمع البيانات من خلال استبيان، حيث تم توزيع (340) استبانة، بلغ عدد الاستبيانات المسترجعة والصالحة للتحليل (324) وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي Spss V22.

أظهرت النتائج مستوى جيد لتأثير التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء لمنتجاتها، حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات العينة (3.58) بانحراف معياري (0.44) هذا يدل على موافقة وتجانس إجابات العينة على أسئلة الاستبانة، وتم ترتيب تأثير الأبعاد الثلاثة للمسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء بحسب رأي العينة كالتالي: (القانونية -الاقتصادية-الخيرية) وذلك حسب متوسطات الإجابات التي بلغت (3.65-3.61-3.49).

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الخيرية

The impact of pharmaceutical companies 'commitment to social responsibility dimensions on Physicians' choices A field study on Physicians in Tartous Governorate

Amal Zaher*

(Received 25 / 5 / 2021 . Accepted 27 / 7 / 2021)

□ ABSTRACT □

This study aimed to determine the extent of the effect of pharmaceutical Companies 'commitment to social responsibility dimensions on Physicians' choice of their products in Tartous Governorate, by examining the impact of the three dimensions of social responsibility (economic-legal-charitable) on their choices. The study used the descriptive analytical

Approach to describe and analyze the research problem. The data Collected using a questionnaire. 340 questionnaires have been administrated. 324 of them were available to use. The data was analyzed using the statistical program Spss V22. The results showed that the level of the impact of companies 'commitment to social responsibility on Physicians' choices for their products was good, as the total mean of the sample responses was (3.58) with a standard deviation (0.44). This indicates the approval and homogeneity of the sample's answers to the questionnaire questions. The impact of the three dimensions of social responsibility on Physicians 'choices arranged according to the opinion of the sample as follows: (legal - economic - charitable), according to the average of the answers, which amounted to (3.65-3.61-3.49).

Key Word: Social Responsibility- Economic Responsibility -Legal Responsibility - Charity Responsibility.

*Postgraduate graduate, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tartous University, Syria.

1- مقدمة

نظرا لظهور وانتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير في الآونة الأخيرة، بأبعادها المختلفة والتي تولي اهتمام كبير بالمجتمع ككل، هذا حتم على الشركات تطبيقها ومواكبتها للمحافظة على نموها وبقائها في السوق لما لها من تأثير على نظرة المجتمع بجميع أطرافه ومؤسساته تجاهها، وتعتبر شركات الأدوية من أكثر الشركات المعنية بهذا الأمر لأنها من القطاعات الرئيسية والحيوية الهامة المؤثرة على الصحة العامة للمجتمع، سواء من الناحية الاقتصادية كأن تكون الادوية متوافرة واسعارها ملائمة، او من الناحية القانونية كالتزام الشركة بسحب أي منتج أدى الى خلل بالصحة، او من الناحية الخيرية كتقديم المعونة للأسر المحتاجة و للمراكز الاجتماعية كدور المسنين وذوي الاحتياجات وأيضا من الناحية البيئية كاستخدام تقنيات حديثة تضمن عدم تلوث الهواء ووضع مخلفات ونفايات الإنتاج في مكانها الصحيح، وبما أن الطبيب يعتبر من أصحاب المصلحة المؤثرة على شركات الأدوية بشكل كبير لكونه هو المسؤول عن وصف الدواء لابد من الاهتمام بمتطلباته ونظرة حول شركة الأدوية، حيث أصبح في ظل هذه الظروف القاسية الحالية يجد صعوبة في اختيار الأدوية المناسبة للمريض بسبب قلة توافر بعضها وانخفاض تركيز الأدوية بالإضافة الى الأسعار الغير منطقية، رغم أن من المهام الأساسية للشركة الدوائية هي إنتاج الادوية بالجودة والاسعار الملائمة وتوفيرها للمرضى بمعظم الصيدليات لتسهيل على الطبيب وصفها ووصولها للمريض، لذلك يجب أن تكون الشركات مسؤولة اجتماعيا تجاه المجتمع ليتمكن الطبيب من الاعتماد على هذه الشركات كون التزامها اجتماعيا يجعلها توفر الأدوية الفعالة للمرضى وتوضح كيفية استخدام الدواء والتحذيرات والاعراض الجانبية بشكل جيد سواء عن طريق وضعها مع عبوات الأدوية او عن طريق إقامة هذه الشركات لندوات توعوية، كل هذا من شأنه ان يؤثر على خيارات الأطباء ويوجه الطبيب لاختيار منتجات شركات الأدوية المسؤولة اجتماعيا، وبالتالي فهو يؤثر على نموها وبقائها وزيادة ميزتها التنافسية.

2-الدراسات السابقة

دراسة (مقراش وآخرون، 2018) بعنوان: أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على الميزة التنافسية _ دراسة حالة شركة صناعة الأدوية صيدال _ الجزائر هدفت هذه الدراسة الى اختبار أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية، تم استخدام استبيان لجمع البيانات عن متغيرات الدراسة، تم توزيعه على عينة ملائمة مكونة من 155 مستخدم لشركة صيدال. توصلت الدراسة الى أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية له أثر إيجابي على الميزة التنافسية ويرجع هذه الأثر الى تأثير الالتزام بالمسؤولية القانونية والأخلاقية على الميزة التنافسية.

دراسة (محروز، 2018) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في صناعة وتسويق الدواء _ دراسة استطلاعية لآراء عينة من الأطباء والصيدالّة في مدينة بغداد

يهدف البحث الى بيان مفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية وأهميتها ولاسيما تلك المتعلقة بالصناعات الدوائية وبيان المبادئ الأخلاقية للصيدالّة في تركيب الدواء العراقي وقد تمحورت مشكلة البحث حول المسؤولية الاجتماعية المشتركة بين الشركات المصنعة للأدوية مع مقدمي الرعاية الصحية وإمداد المرضى بنفس المعلومات المتوازنة، وقد تم توزيع 150 استمارة استبيان على الصيدالّة وتسلم 120 استمارة بواقع 80%، ووزعت 80 استمارة استبيان على الأطباء وتسلم 60 استمارة بشكل كامل. وقد توصل البحث الى أن المسؤولية تقع على عاتق الصيدالّة في إفهام المرضى فيما

يخص طريقة استخدام الدواء واتباع إرشادات الطبيب وعدم الإكثار من الدواء دون استشارة الطبيب والصيدلي. وكشفت النتائج الميدانية للدراسة والاجابات الصيادلة عن وجود بعض العوامل المؤثرة في تدفق وانسيابية الأدوية. دراسة (ياسين، 2008) بعنوان: **واقع تبني منظمات الاعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية _ دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية.**

هدفت الدراسة الى الكشف عن واقع تبني منظمات الصناعة الدوائية للمسؤولية الإجتماعية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، تكونت عينة الدراسة 214 مفردة ممن يعملون في شركات تصنيع الادوية، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاقتصادية والبيئي والاجتماعي، وجود تأثير لرأس مال الشركة على النمط الاجتماعي والبيئي للمسؤولية الاجتماعية، وجود تأثير لعمر الشركة ولشكل الملكية على النمط البيئي للمسؤولية، عدم وجود تأثير لرأس مال الشركة على النمط الاقتصادي، عدم وجود تأثير لعمر الشركة على النمط الاقتصادي والاجتماعي ولعدد العاملين على النمط الاقتصادي الاجتماعي والبيئي.

دراسة (Kasmah & Farah & Rahizah, 2011) بعنوان:

The importance of corporate social responsibility on consumer behavior in Malaysia.

أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في سلوك المستهلك في ماليزيا

تهدف هذه الورقة إلى فحص تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على السلوك الشرائي للمستهلكين الماليزيين وما إذا كانوا يفكرون في مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات قبل اتخاذ أي قرارات شراء للمنتجات والخدمات. تم اعتماد تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات من تعريف كارول، والذي تضمن المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية. تم توزيع ما مجموعه 220 سؤالاً منظماً، مع إرجاع 193 سؤالاً للتحليل. أظهرت النتائج وجود علاقات إيجابية معنوية بين جميع المتغيرات المستخدمة في قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات والسلوك الشرائي للمستهلكين ومع ذلك، بدت أولوية المستهلكين الماليزيين مختلفة عن هرم كارول، حيث على الرغم من أن المسؤولية الاقتصادية ظلت الأولوية القصوى، إلا أن العمل الخيري احتل المرتبة الثانية، تليها المسؤولية الأخلاقية والقانونية. دراسة (Fan, 2018) بعنوان:

Impact of CSR dimensions on Consumer Satisfaction and Brand Loyalty in the Formation of Purchase Intentions: Study from Pakistan Livestock Industry

تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات على رضا المستهلك وولاء العلامة التجارية في تكوين نوايا الشراء: دراسة من صناعة الثروة الحيوانية الباكستانية.

تهدف الدراسة إلى تحديد تأثير رضا المستهلك وولاء للعلامة التجارية جنباً إلى جنب مع مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) التي اتخذتها الشركات الوطنية أو متعددة الجنسيات في صناعة الثروة الحيوانية في باكستان في تشكيل نية الشراء للمستهلكين. تم جمع البيانات من 190 مستجيباً من خلال الاستبيان. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات الخيرية لها علاقة إيجابية وهامة برضا المستهلك وولاء العلامة التجارية. لوحظ وجود علاقة ضعيفة بين المسؤولية الأخلاقية والولاء للعلامة التجارية. وجدت هذه الدراسة علاقة سلبية بين بعدين من أبعاد المسؤولية الاجتماعية، القانوني والاقتصادي، مع رضا المستهلك والولاء للعلامة التجارية. علاوة على ذلك، استنتج أن

رضا المستهلك له علاقة إيجابية مع الولاء للعلامة التجارية ونية الشراء، أكدت النتائج التأثير الإيجابي للولاء للعلامة التجارية على نية الشراء.

دراسة (Nochai, 2014) بعنوان:

The Effect of Dimensions of Corporate Social Responsibility on Consumers' Buying Behavior in Thailand: A Case Study in Bangkok

تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات على سلوك الشراء لدى المستهلكين في تايلاند: دراسة حالة في بانكوك
الغرض من هذه الدراسة هو معرفة أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ولمنظمات الأعمال وتأثيرها على سلوك الشراء لدى المستهلكين في بانكوك. تم توزيع الاستبيانات على 414 مستجيبًا، تم اعتماد أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات من المسؤولية الاجتماعية للشركات كارول التي هي المسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية. ووجدت النتائج أن المسؤولية القانونية هي البعد الأكثر أهمية الذي له تأثير على سلوك الشراء لدى المستهلكين، تليها المسؤولية الأخلاقية.

اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

إن دراستنا الحالية تتشابه مع الدراسات السابقة من حيث تركيزها على أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وتختلف عن باقي الدراسات في اختيار دراسة تأثير أبعاد معينة دون غيرها، كما أن هذه الدراسات تناول أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية، أو على ولاء وسلوك ورضا المستهلك بشكل عام، في حين أن بعضها تناول واقع تبني شركات صناعة الأدوية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية سواء من وجهة نظر الأطباء والصيادلة أو من وجهة نظر العاملين، بينما تناولت دراستنا مدى تأثير التزام شركات صناعة الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء، بالإضافة إلى الاختلاف في بيئة ومكان الدراسة.

3- مشكلة البحث

تبين من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة على عدد من العيادات والمراكز الطبية في محافظة طرطوس، والمقابلات التي أجرتها مع بعض الأطباء أن هذه الشركات لا تولي الاهتمام الكافي بأبعاد المسؤولية الاجتماعية رغم أهميتها وتأثيرها في ظل الأزمة الحالية، حيث شكى الأطباء كما ذكرنا سابقًا من قلة توافر بعض الأصناف الدوائية وانخفاض تأثيرها بالرغم من ارتفاع أسعارها مع عدم تقديم عروض خاصة أو مساندة للأسر المحتاجة، بالإضافة إلى تجاهل بعض الشركات تعويض مرضى تضرروا من منتجاتها، و عدم وضوح وظيفة بعض الأدوية على علبة الدواء الخارجية، ولهذا يمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل التالي: ما مدى تأثير التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية: الاقتصادية والقانونية والخيرية على خيارات الأطباء في محافظة طرطوس؟

4- أهداف البحث

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مفهوم ساد في جميع منظمات العالم بعد اشتداد المنافسة وزيادة الأزمات المؤثرة على المجتمع ككل وهو المسؤولية الاجتماعية.
- بيان مدى تأثير التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على خيارات الطبيب لمنتجاتها في محافظة طرطوس.

5- أهمية البحث

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال الأهمية العملية من حيث تطبيقها على قطاع حيوي وهام ومؤثر في حياة المجتمع ويحرص على مواكبة التطورات وتقديم كل ما هو جديد وهو قطاع الشركات الدوائية، حيث سيسهم البحث في مساعدة هذه الشركات في معرفة مدى تأثير التزامها بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء وبالتالي زيادة مبيعاتها والحفاظ على نموها واستمراريتها، وكذلك من خلال الأهمية النظرية المتمثلة بحدثة موضوعها المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والتي يعتبر تطبيقها من قبل المنظمات أصبح ضرورة ملحة في ظل الظروف الراهنة لتحسين صورتها في أذهان شرائحها المستهدفة.

6- فرضيات البحث

ينطلق البحث من الفرضية الرئيسية التالية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لالتزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على اختيار الأطباء لمنتجاتها، ويتفرع منها الفرضيات التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لالتزام شركات الأدوية بالبعد الاقتصادي على اختيار الأطباء لمنتجاتها.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لالتزام شركات الأدوية بالبعد القانوني على اختيار الأطباء لمنتجاتها.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين لالتزام شركات الأدوية بالبعد الخيري على اختيار الأطباء لمنتجاتها.

7- منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأكثر مناسبة للأبحاث الاجتماعية والإنسانية، حيث تم معالجة الإطار النظري من خلال مراجعة أهم ما ورد في الكتب والمراجع العربية والأجنبية والدوريات والإحصائيات والدراسات السابقة المتخصصة في هذا المجال، كما تم الاعتماد على الإحصاءات الوصفية للخروج بالنتائج والتوصيات التي تساعد في الإجابة على تساؤلات البحث. أما البيانات الأولية فقد تم جمعها من خلال تصميم استبيان مؤلف من مجموعة من الأسئلة المتعلقة بمتغيرات البحث المدروسة بالاعتماد على دراسات سابقة، حيث تم توجيهها الى مجموعة عشوائية من الأطباء في محافظة طرطوس ومن ثم تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية SPSS v22.

8- الإطار النظري للبحث

8-1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية

إن مفهوم المسؤولية المجتمعية مر بعدد من المراحل، حتى عقد الثمانينيات من القرن الماضي حيث بدأ مصطلح جديد بالظهور بين أوساط الأكاديميين، هو مصطلح مجموعات أصحاب المصلحة. وقد عرف البروفسور إدوارد فريدمان هذه المجموعات بأنها أي مجموعة أو فرد يمكن أن يؤثر أو يتأثر بإنجازات أهداف المؤسسة، وقد أدى ظهور نظرية مجموعات أصحاب المصلحة إلى تطور نظرية المسؤولية المجتمعية، وانتشار هذه النظرية فتح أعين الأفراد والمؤسسات العامة على مجموعات جديدة من الشرائح المجتمع التي يجب على المؤسسات الاهتمام بقضاياها واحتياجاتها، وهذه المجموعات الرئيسية هي (الزبائن، الموردون، حاملو الأسهم والمالكون، الموظفون، والمجتمع المحلي)، وبناء على ذلك فقد أصبح تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية يقاس بنوع العلاقة ما بين هذه المجموعات والمؤسسات ومدى استجابة المؤسسات لحاجات هذه المجموعات وكيفية التعامل معها. (خوجلي، 2015)

وبغية تبيان مفهوم المسؤولية الاجتماعية نستعرض أبرز التعاريف التي أعطيت لها:

1- حسب دراكر: المسؤولية الاجتماعية على انها "التزام المنشأة اتجاه المجتمع التي تعمل فيه، وأن هذا الالتزام يتسع باتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين توجهاتهم". (قرة وآخرون، 2019)

2- عرف Homis: عرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "الالتزام المستمر من قبل المؤسسات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، بالمساهمة إيجابيا بتحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل". (مشري وآخرون 2019)

3- عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على أنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، من خلال العمل في المجتمع المحلي على تحسين مستوى المعيشة بأسلوب يخدم التنمية والمجتمع في آن واحد. (حسن، 2019)

وعليه تعرف الباحثة المسؤولية الاجتماعية: مسؤولية الشركة تجاه جميع الأطراف المتعاملة معها داخليا وخارجيا بشكل يحقق الفائدة والتنمية للجميع بما فيها الشركة نفسها، فهي جزء لا يتجزأ من هذا المجتمع الذي يحيطها.

8-2-أسباب تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية:

إن متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت مع تغير بيئة العمل العالمية، إذ أصبح لزاما" على منظمات الأعمال أن تسعى نحو بناء علاقات استراتيجية أكثر عمقا مع المستهلكين والعمالين وشركاء العمل ودعاة حماية البيئة والمجتمعات المحلية والمستثمرين، حتى تتمكن من المنافسة، ولهذا تبنت معظم المنظمات المسؤولية الاجتماعية لعدة أسباب منها:

1-العولمة: وتعد من أهم القوى الدافعة لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، و أصبحت تركز في حملاتها الترويجية على انها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعمالين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية. (الحمدى، 2003)

2-الاهتمام الحكومي والتشريعي: حيث ظهرت العديد من التشريعات التي تنادي بضرورة حماية الزبائن والمجتمع والبيئة من تغول بعض المنظمات وممارستها السلبية. الأمر الذي قد يسبب للمنظمات خسائر كبيرة إذا ما حاولت عدم الالتزام بتلك التشريعات، وبالتالي مراعاتها ضمن موازنات وفعاليات وأنشطة المنظمة المختلفة(السياني، ٢٠١٩)

3-الاستثمار المسؤول اجتماعيا: نتج عن الضغط الشعبي للحد من الاستثمار العنصري في جنوب افريقيا لعدة أسباب منها: البيئة، الأسلحة، المخدرات...الخ. المستثمرين والمحللين واصلو الضغط باستمرار على الشركات لتحسين صورتهم الاجتماعية، للكشف التام عن جميع المعلومات المتعلقة بمخاطر الشركة المحتملة أو المحققة من القضايا البيئية والأخلاقية، فضلا عن أدائها المالي. والمثال الأكثر شهرة عن تأثير الاستثمار المسؤول اجتماعيا حدث سنة 1998 عندما أسقطت شركة Domini شركة Nike حصة من صندوق عدالتها الاجتماعي في أعقاب التجدد الثاني للدعايات العمال بأجور Nike المنخفضة بعد المراجعة المناسبة أعادته Nike بمثابة عقد في محافظ Domini في عام 2000. (يوسف، 2019)

4-الكوارث والفضائح الأخلاقية: حيث تعرضت الكثير من المنظمات العالمية لقضايا أخلاقية، مما جعلها تتكبد أموالا" طائلة كتعويضات للضحايا أو خسائر نتيجة المنتجات المعيبة. (الحمدى، 2003)

5-تتبنى المنظمات المسؤولية الاجتماعية بهدف تحقيق مكاسب، حيث أن تبني برامج المسؤولية الاجتماعية في المنظمات يؤدي إلى تحسين سمعة المنظمة وبناء علاقات قوية مع مختلف منظمات المجتمع المدني وأيضا الحكومات والزبائن والحفاظ على الموارد البشرية ضمن إطار المنظمة. (السياني، 2019)

8-3- أهمية المسؤولية الاجتماعية

أولاً: بالنسبة للمؤسسة: تكمن أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسة فيما يلي:

- تحسين الأداء المالي وزيادة القوائم الاستثمارية والأرباح.
- استقطاب العمالة المميزة والاحتفاظ بها وزيادة إنتاجية العاملين وكسب رضاهم وتحقيق ولائهم.
- تشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى أكبر شرائح ممكنة في المجتمع.
- تحسين علاقات المؤسسة مع عناصر البيئة الخارجية. (الربيع، 2018)

ثانياً: بالنسبة للمجتمع: تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة اتجاه المجتمع فيما يلي:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية.
- الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد، وهذا يساهم في الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع وذلك نتيجة إسهام المنظمات وتقديمها الدعم المادي والمعنوي كالمساعدة في حل مشاكل البطالة والفقر وتحسين الخدمات الصحية والتعليمية وزيادة المداخل والتعويضات للعاملين، والتي تحسن معيشة البشر.

-ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح. (نويجي، 2020)

ثالثاً: بالنسبة للدولة: تلعب المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة دور كبير بالنسبة للدولة، وذلك من خلال ما يلي:

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية.
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة نفسها غير قادرة على القيام بها. (زكري، 2019)

8-4- أبعاد المسؤولية الاجتماعية

يعتبر هرم أرشي ب. كارول من أوائل نماذج المسؤولية الاجتماعية Archie B. Carroll للشركات، حيث أشار إلى أن هناك أربعة أنواع وأبعاد للمسؤولية الاجتماعية، هي كالتالي:

المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بالمسؤولية الاقتصادية قيام المنظمة بتقديم السلع أو الخدمات التي أنشأت من أجلها أصلاً، على أن تكون حريصة وملتزمة بتقديم هذه السلع والخدمات بكفاءة وفعالية وبالشكل المطلوب والمتوقع وبالسعر المناسب دون مغالاة أو احتكار أو إهدار لموارد المجتمع، أو زيادة تلوث البيئة. (جدي وآخرون، 2019)

وان تعمل على تحقيق الأرباح وزيادة العائد على الاستثمار للمساهمين في الشركة، فضلاً عن مسؤوليتها في توفير أجواء العمل المناسبة وحماية العاملين من أخطار العمل مع ضمان حقهم في العمل. (عبدوي وآخرون، 2019)

المسؤولية القانونية: تتمثل في التزام المؤسسة بالقوانين والتشريعات والأنظمة التي تسندها الدولة أو المجتمع والتي تعتبر بمثابة تشجيع والتزام لهذه المؤسسات لكي تنتهج سلوك مسؤول ومقبول في أنشطتها ومخرجاتها المقدمة للمجتمع وأن لا ينتج عنها أي ضرر في حق العاملين أو العملاء أو المجتمع ككل... مما لا شك بأنه لا ينعكس فقط بحدود علاقة المؤسسة بالمستهلك والمجتمع بل يعمل على حماية المؤسسات بعضها من بعض الآخر من جراء أساليب المنافسة الغير عادلة التي قد تحصل. (زكري، 2019)

المسؤولية الأخلاقية: هي مجموع الأنشطة أو الممارسات المحظورة والغير مدونة في القانون، والتي تجسد المعايير والقواعد التي تعكس الحرص على المستهلكين، العاملين والمساهمين والمجتمع بشكل عادل، مع احترام أو حماية الحقوق المعنوية لأصحاب المصلحة وهذه المسؤولية تتطلب من الشركات القيام بما هو حق وعادل ومنصف دون اللجوء إلى الإطار القانوني، هذا ينعكس بالإيجاب على سمعة الشركة وقبولها في المجتمع. (جدي وآخرون، 2018)

المسؤولية الخيرية: يقصد بالمسؤولية الخيرية على سبيل المثال قيام المنظمة بعمل الخير وتقديم الإعانات والمساعدات للمجتمع بما يساهم في تحسين نوعية الحياة لسكان هذا المجتمع، وخاصة للفئات الفقيرة والمحتاجة في المجتمع... أيضا يدخل تحت المسؤولية الخيرية للمنظمة قيامها بالتبرع للجمعيات الأهلية والمستشفيات التي تقدم الرعاية الصحية للفقراء وللأطفال، وتقديم المساعدات للمعاقين والأيتام والأرامل، حيث تعتبر مبادرات طوعية غير ملزمة من قبل الشركة تعزز من سمعتها وموقفها التنافسي على المدى البعيد. (عبدوي وآخرون، 2019)

تجدر الإشارة بأنه تم الاختصار على دراسة الأبعاد الثلاثة (الاقتصادية، القانونية، والأخلاقية) وإقصاء دراسة المسؤولية الأخلاقية من البحث وذلك بسبب تشعب آراء الباحثين والعلماء وتنوعها حول هذا البعد، الأمر الذي يفرض التفرد ببحث خاص به لعدم القدرة على الاستفاضة في هذا البحث الحالي.

9- المناقشة والنتائج:

9-1-مجتمع وعينة البحث:

شمل المجتمع الأصلي للدراسة، الأطباء في محافظة طرطوس الذين يزاولون عملهم حتى تاريخ توزيع الاستبانة خلال عام 2021 ويقدر عددهم (2923) طبيب وطبيبة وذلك حسب ما حصلت عليه الباحثة من مديرية صحة طرطوس. وتم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية، حيث قدر حجمها من خلال معادلة (Thompson, 2012) كما يلي:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{[(N-1) \times (d^2 \div z^2)] + p(1-p)} = 339.99$$

حيث أن:

N حجم المجتمع

p القيمة الاحتمالية = 0.50

d نسبة الخطأ = 0.05

Z الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى المعنوية 0.05 ومستوى الثقة 0.95 وتساوي 1.96

وبتطبيق المعادلة السابقة نكون قد حصلنا على حجم العينة المناسب الذي يجب توزيعه، وبناء على ما سبق تم توزيع 340 استبانة، وتبين بعد جمع البيانات أن هناك ستة عشر استبانة غير صالحة للدراسة، وبالتالي فإن العدد النهائي للاستبانة المدروسة 324 استبانة.

9-2-أسلوب جمع البيانات وأدواته:

تم الاعتماد على عدد من الدراسات السابقة مثل دراسة (زكري، 2019) ودراسة (نويجي، 2020) ودراسة (محروز، 2018) وغيرها، في تصميم استبيان مؤلف من (23) عبارة تعكس مدى تأثير التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاقتصادية والقانونية والخيرية على خيارات الأطباء، تم توزيع 340 استبانة على الأطباء وكانت الاستبيانات المستردة الجاهزة للتحليل 324 استبيان، حيث تم تقسيم الاستبانة الى ثلاثة محاور، محور متعلق بتحديد أثر التزام شركات الأدوية بالمسؤولية الاقتصادية على خيارات الأطباء ويتضمن 9 بنود، ومحور متعلق بتحديد أثر التزام شركات الأدوية بالمسؤولية القانونية على خيارات الأطباء ويتضمن 6 بنود، ومحور

يتعلق بتحديد أثر التزام شركات الأدوية بالمسؤولية الخيرية على خيارات الأطباء ويتضمن 8 بنود، حيث أن الأسئلة تتألف من خمسة خيارات وتم قياسها باستخدام (مقياس ليكارت Likert الخماسي) **9-3- صدق أداة الاستبيان:**

صدق الأداة: تم التحقق من صدق أداة الدراسة أولاً بالاستعانة بالدراسات السابقة مثل دراسة (زكري، 2019) ودراسة (نويجي، 2020) ودراسة (محروز، 2018) وغيرها مع إجراء بعض التعديلات عليها وإضافة بعض الأسئلة بما يتلاءم مع هدف الدراسة، ثانياً تم الاستعانة بنخبة منتقاة من الأطباء للإفادة من مخزونهم المعرفي وخبراتهم والأخذ بملاحظاتهم بغية جعل المقياس أكثر دقة وموضوعية.

ثبات الأداة: تم حساب معامل الثبات طبقاً لمعامل ألفا كرونباخ (Alpha-Cronbach) لاختبار الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة كما هو موضح بالجدول رقم (1) حيث نلاحظ أن قيم معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للأسئلة المعبرة عن أبعاد المقياس تتجاوز القيمة 60% وهي القيمة المقبولة في العلوم الاجتماعية.

الجدول رقم (1) قيم معامل ألفا كرونباخ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.89	23

المصدر: (من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج spss)

أما معيار الحكم عن متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي:

المعيار = (درجة الاستجابة العليا - درجة الاستجابة الدنيا) / عدد فئات الاستجابة = $0.8 = 5 / (1-5)$ وبناء عليه تكون مستويات التقييم كالآتي:

جدول رقم (2) مستويات التقييم:

5_4.20	4.19_3.40	3.39_2.60	2.59_1.80	1.79_1	مجال المتوسط
جيد جداً	جيد	متوسط	ضعيف	ضعيف جداً	مستوى التقييم

المصدر (الجزيري، ٢٠٠٦)

9-4- تحليل نتائج الاستبانة

يوضح الجدول رقم (3) المتوسطات الحسابية للعبارات المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية ومستويات تقييمها:

جدول رقم (3) تحليل العبارات المرتبطة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية الثلاثة:

الأبعاد	الرقم	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
	1	يهتم الطبيب بالشركات الملتزمة بالصدق التام أثناء الدعاية والإشهار لمنتجاتها	3.71	1.27	جيد
	2	يميل الطبيب إلى الشركة التي يراعى فيها الجانب الأخلاقي في ترويج منتجاتها	3.89	1.11	جيد
	3	يهتم الطبيب لسرعة وطريقة استجابة الشركة للتغيرات في احتياجات المستهلكين	3.64	1.24	جيد
	4	يعتبر الطبيب الشركة الرائدة هي التي تلتزم بإعلام عملائها بأي متغيرات على منتجاتها	3.09	1.42	متوسط

جيد	1.27	3.62	يختار الطبيب الشركات التي توازن بين السعر والجودة	5	المسؤولية الاقتصادية
جيد	1.25	3.61	غالبا ما يراعي الطبيب أسعار الدواء في وصفاته	6	
جيد	1.25	3.58	تجذب الشركة الملتزمة بالكميات والأوزان المناسبة لحاجة المستهلك اهتمام الطبيب	7	
جيد	1.19	3.75	الشركة المنتجة لأدوية ذات تركيز فعال تشجع الطبيب على اختيارها	8	
جيد	1.30	3.64	الشركة التي توفر منتجاتها في معظم الصيدليات تشجع الطبيب على اختيارها	9	المسؤولية القانونية
جيد	1.13	3.83	يفضل الطبيب الشركات التي تلتزم بسحب منتجها عند حدوث أي خلل في نتائج الأدوية لإصلاحه	10	
جيد	1.23	3.61	يهتم الطبيب بطريقة تعبئة المنتجات وتغليفها بشكل يؤدي إلى تقليل احتمالات التعرض لأيّة إصابة عند الاستخدام	11	
متوسط	1.29	3.31	الشركة الملتزمة بالقوانين والمعايير البيئية تشجع الطبيب على اختيارها	12	
جيد	1.20	3.70	يفضل الطبيب الشركة التي تدفع تعويضات مناسبة للمستهلك في حال تعرضه لأضرار جراء استخدام منتجاتها	13	
جيد	1.19	3.68	عدم وضوح البيانات داخل عبوات الدواء يؤثر على اختيار الطبيب	14	
جيد	1.18	3.61	يهتم الطبيب بالشركة الملتزمة بالمواصفات القياسية لوضع تركيبة الدواء وتاريخ صلاحيته ومجال استخدامه بشكل جيد ومبسط على العبوة الخارجية.	15	
جيد	1.26	3.54	ينجذب الطبيب الى الشركة التي تساهم في إقامة دورات تدريبية رمزية للطلبة.	16	
متوسط	1.33	3.37	تؤثر الشركات التي ترعى النشاطات الثقافية والرياضية والطبية على اختيار الطبيب.	17	
جيد	1.23	3.61	يميل الطبيب للشركات التي تخصص جزء من أرباحها لدعم المؤسسات الخيرية والاجتماعية (كمراكز الطفولة ودور المسنين ورعاية المعاقين).	18	
جيد	1.32	3.45	تؤثر الشركة التي تقدم يد العون للأسر المحتاجة على الطبيب	19	
جيد	1.21	3.65	يفضل الطبيب الشركة التي تسهم ببعض التبرعات لحل الأزمات التي يتعرض لها المجتمع (كالأوبئة)	20	
متوسط	1.35	3.37	يؤثر تخصيص الشركة بعض من ندواتها لزيادة وعي المجتمع على خيارات الطبيب لها	21	
ضعيف	1.43	2.18	الشركة المشاركة في برامج جمعيات حماية البيئة والمجتمع ككل تؤثر على خيارات الطبيب	22	
ضعيف	1.45	2.05	الشركة التي تساهم في انجاز المشاريع الأساسية من	23	

			مدارس ومستشفيات وبرامج إسكان تجذب الطبيب لها		
--	--	--	--	--	--

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم (3) أن تقييم أفراد العينة كان ضعيفا لعبارتي "الشركة المشاركة في برامج جمعيات حماية البيئة والمجتمع ككل تؤثر على خيارات الطبيب" وعبارة " الشركة التي تساهم في انجاز المشاريع الأساسية من مدارس ومستشفيات وبرامج إسكان... تجذب الطبيب لها" قد يكون السبب أن هذه الأعمال والمشاريع تؤثر على رأي الطبيب بالشركة بمستوى أقل من تأثره بالسعر مثلا أو جودة المنتج وتأمينه للمحتاجين.... الخ. بينما تراوحت الأوساط الحسابية للعبارة الأخرى بين المتوسط والجيد. كما بين الجدول أن العبارة رقم (2) كانت أكثر تجانسا بانحراف معياري قدره 1.11 بينما العبارة رقم (23) كانت أكثر تشتتا بانحراف معياري قدره 1.45 وبالتالي تعتبر إجابات افراد العينة لهذا السؤال الأقل تجانسا. كما ويبين الجدول رقم (4) أن مدى تأثير التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء وذلك وفق رأي أفراد العينة كان جيدا حيث بلغ إجمالي متوسط اجاباتهم (3.58) وبانحراف معياري قليل بمقدار 0.447 أي أن إجابات أفراد العينة متجانسة، وكان تأثير الأبعاد الثلاثة جيد بنسب متفاوتة تراوحت متوسطاتها (3.49-3.65).
الجدول رقم (4)

البيد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
المسؤولية الاقتصادية	3.61	0.524	جيد
المسؤولية القانونية	3.65	0.628	جيد
المسؤولية الخيرية	3.49	0.577	جيد
المستوى الكلي للأبعاد	3.58	0.447	جيد

المصدر من إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

9-5- اختبار الفرضيات

1_ اختبار الفرضيات الثلاثة الأولى والمتعلقة بدراسة مدى تأثير التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية (الاقتصادية_القانونية_الخيرية) على خيارات الأطباء لمنتجاتها وذلك وفق لإجابات المبحوثين ومتوسط المجتمع المساوي ل3 ، فقد اعتمدت الباحثة على اختبار T (One Sample T-Test) للعينة الواحدة عند مستوى دلالة 0.05، ويوضح الجدول رقم (5) نتائج الاختبار:
بالنسبة للفرضية الأولى لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للالتزام شركات الأدوية بالبعد الاقتصادي على اختيار الأطباء لمنتجاتها وذلك تبعا لإجابات المبحوثين والوسط الحسابي للمجتمع المساوي ل3. نلاحظ من الجدول أن متوسط بعد المسؤولية الاقتصادية أعلى من (Test value=3) بمقدار (0.619) كما أن مستوى الدلالة 0.00 هو أقل من 0.05 وهذا يوضح بأن هذا الاختبار ذو دلالة إحصائية بناء عليه يتم رفض الفرضية السابقة وقبول الفرضية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية.

جدول رقم (5) اختبار T-Test للعينة الواحدة

One Sample T-	Test Value = 3
---------------	----------------

Test	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
لمسؤولية الاقتصادية	21.231	323	.000	.61900	.7800	.8867
لمسؤولية القانونية	18.696	323	.000	.65329	.8810	.9851
لمسؤولية الخيرية	15.500	323	.000	.49691	.6973	.8083

المصدر من إعداد الباحثة باستخدام البرنامج الاحصائي spss

بالنسبة للفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للالتزام شركات الأدوية بالبعد القانوني على اختيار الأطباء لمنتجاتها وذلك تبعاً لإجابات المبحوثين والوسط الحسابي للمجتمع المساوي ل 3. نلاحظ من الجدول أن متوسط بعد المسؤولية القانونية أعلى من (Test value=3) بمقدار (0.653) كما أن مستوى الدلالة 0.000 هو أقل من 0.05 وهذا يوضح بأن هذا الاختبار ذو دلالة إحصائية بناءً عليه يتم رفض الفرضية السابقة وقبول الفرضية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية.

بالنسبة للفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للالتزام شركات الأدوية بالبعد الخيري على اختيار الأطباء لمنتجاتها وذلك تبعاً لإجابات المبحوثين والوسط الحسابي للمجتمع المساوي ل 3. نلاحظ من الجدول أن متوسط بعد المسؤولية القانونية أعلى من (Test value=3) بمقدار (0.496) كما أن مستوى الدلالة 0.000 هو أقل من 0.05 وهذا يوضح بأن هذا الاختبار ذو دلالة إحصائية بناءً عليه يتم رفض الفرضية السابقة وقبول الفرضية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية.

2- اختبار الفرضية الرئيسية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للالتزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء لمنتجاتها وذلك وفق لإجابات المبحوثين ومتوسط المجتمع المساوي ل 3 فقد اعتمدت الباحثة على اختبار T (One Sample T-Test) للعينة الواحدة عند مستوى دلالة 0.05، ويوضح الجدول رقم (6) نتائج الاختبار:

جدول رقم (6) اختبار T-Test للعينة الواحدة

One-Sample Test	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
y	23.700	323	.000	.58973	.5408	.6387

المصدر (من) إعداد الباحثة بواسطة برنامج (spss) نلاحظ من الجدول أن متوسط المسؤولية الاجتماعية أعلى من (Test value=3) بمقدار (0.589) كما أن مستوى الدلالة 0.000 هو أقل من 0.05 وهذا يوضح بأن هذا الاختبار ذو دلالة إحصائية بناءً عليه يتم رفض الفرضية السابقة وقبول الفرضية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية.

10-الاستنتاجات

- 1-كان مستوى تأثير التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية على خيارات الأطباء لمنتجاتها جيدا وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، حيث أظهرت الإحصاءات الوصفية مستوى التقييم الجيد لأبعاد المسؤولية الاجتماعية الثلاثة وبوسط حسابي إجمالي قدره (3.58).
- 2-وجود أثر ذو دلالة إحصائية لالتزام الشركة بالمسؤولية الاقتصادية على خيارات الأطباء لمنتجاتها، تبعا لإجابات المبحوثين والوسط الحسابي للمجتمع والمساوي ل 3.
- 3-وجود أثر ذو دلالة إحصائية لالتزام الشركة بالمسؤولية القانونية على خيارات الأطباء لمنتجاتها، تبعا لإجابات المبحوثين والوسط الحسابي للمجتمع والمساوي ل 3.
- 4-وجود أثر ذو دلالة إحصائية لالتزام الشركة بالمسؤولية الخيرية على خيارات الأطباء لمنتجاتها، تبعا لإجابات المبحوثين والوسط الحسابي للمجتمع والمساوي ل 3.
- 5-كان للمسؤولية القانونية التأثير الأكبر على المبحوثين وذلك حسب متوسط إجاباتهم والبالغ (0.653) تليها المسؤولية الاقتصادية ومن ثم الخيرية بوسط حسابي (0.619-0.496).

11-التوصيات

- 1-ضرورة التزام شركات الأدوية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية لتحسين صورتها على المدى البعيد أمام عملائها كافة وخاصة الأطباء حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لآراء عينة الدراسة (3.58) ، وهذه قيمة جيدة هذا يدل على أن التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية له تأثير على خيارات الأطباء والتي هي الجهة الأكثر تأثرا في بقائها واستمراريتها لكون الطبيب هو واصف الدواء للمرضى. حيث يتعين على شركات الأدوية الاطلاع على استراتيجيات الشركات التي نجحت بتطبيق المسؤولية الاجتماعية واسقاطها على حالتها.
- 2-على شركات الأدوية الالتزام بالصدق التام وبالجانب الأخلاقي أثناء الدعاية والاشهار لمنتجاتها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لآراء العينة عن هذه العبارة (3.71) ، وهذا يدل على التأثير الجيد على خيارات الطبيب عند التزامها بصدق الدعاية، ويكون ذلك بتوافق الإعلان مع حقيقة المنتج سعرا ومفعولا واستجابة، بالإضافة الى عدم اتباع الأساليب الملتوية في إقناع الطبيب بالمنتج كتقديم مغريات مادية.
- 3-يجب على شركات الأدوية الموازنة بين سعر المنتج وجودته بما يتناسب مع وضع المرضى، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.62) أي أن موازنة الشركات بين سعر وجودة المنتج له تأثير جيد على رأي الأطباء بها.
- 4-يجب ان تكون الشركات مسؤولة عن نتائج أي من منتجاتها والعمل على سحب أي منتج أدى الى خلل أو نتائج غير مرضية أو التعويض للمريض عن أي ضرر لحق به بسبب منتجها، فقد بلغ المتوسط الحسابي لآراء العينة عن هذه العبارة (3.83) وهذا مستوى تقييم جيد أي تحمل الشركة لهذه المسؤولية يؤثر على ثقة الطبيب بمنتجاتها وسمعتها.
- 5-تحمل الشركة مسؤوليتها تجاه المجتمع يساهم في التأثير على خيارات الطبيب مثل التبرع للجمعيات الخيرية ومساعدة الاسر المحتاجة وإقامة دورات بتكلفة رمزية للطلبة وغيرها، حيث كان مستوى التقييم من قبل عينة الأطباء لهذه العبارات جيد بالتالي هذا يؤكد تأثيرها على خياراتهم.

6-اهتمام الشركة بإنتاج ادوية بتركيز عال وفعال بالإضافة إلى توفيرها في أغلب الصيدليات والمراكز الطبية يشجع الطبيب على اختيارها في وصفاته دوماً، فقد كان المتوسط الحسابي لهذه العبارات بحسب رأي أفراد العينة عال أي أن التزام الشركات بها له تأثير جيد على الأطباء.

7 -إسهام الشركة بتقديم تبرعات لحل الأزمات التي يتعرض لها المجتمع كالأوبئة يحسن من صورتها لدى الطبيب، كأن تتبرع الشركة بإقامة فحص PCR الخاص بالكشف عن فايروس كورونا لعدد من المواطنين، أو التبرع بالمعقمات والكمامات... الخ.

8-يجب على الشركات الالتزام بوضوح وسهولة البيانات داخل عبوات الأدوية وخارجها من تاريخ صلاحية ووظيفتها الأساسية وغيرها فتسهيل قراءتها لدى المريض وتمييزها عن بعضها يساعده على تناولها بانتظام وفعالية أكبر، هذا من شأنه أن يشجع الطبيب على اختيارها في وصفاته.

9-التزام الشركات الدوائية بالكميات القياسية لمنتجاتها بما يتناسب مع حاجات المريض بالإضافة الى اهتمامها بطريقة التغليف بما يؤمن الحماية اللازمة للمنتج من أي تلف وبالتالي حماية للمريض هذا يدفع الطبيب على احترامها و اختيارها.

المراجع:

- 1-جدي، حنان؛ حملاوي، ايمان (2019). المسؤولية الاجتماعية كأداة لتعزيز الميزة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة المياه فرع عين بسام). رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة: الجزائر.
- 2-الجريري، صالح (2006). أثر التسويق الداخلي وجودة الخدمات في رضا الزبون (دراسة تطبيقية في عينة من المصارف اليمنية). رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق: سورية.
- 3-حسن، رضا (2019). التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية. المركز الوطني الديمقراطي، الطبعة(1)، (30-63)، برلين: ألمانيا.
- 4-الحمدي، فؤاد (2003). الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك (دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية). رسالة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية: اليمن.
- 5-خوجلي، كوثر (2015). المسؤولية الاجتماعية وأثرها في الميزة التنافسية لشركات الاتصال العاملة في السودان. رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 6-الربيع، يطو (2018). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسة لافارج هولسيم بالمسيلة). رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة: الجزائر.
- 7-زكري، صفية (2019). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة الزيبان للأشغال سيدي غزال). رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة: الجزائر.
- 8-السياني، ماجد (2019). الأصول النظرية والتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة(1)، 145-172، برلين: ألمانيا.
- 9-الضمور، فيروز؛ مقرش، فوزية (2018). أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على الميزة التنافسية (دراسة حالة شركة صناعة الأدوية صيدال-الجزائر). مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 11(1)، 345-332.

- 10-عبدأوي، حنان؛ قوادرية، أحلام؛ رحم، راوية (2019). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة في مؤسسة عمر بن عمر). رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قالمة: الجزائر .
- 11-قرة، عائشة؛ حامدي، كنزة (2019). الاتصال المسؤول كدعامة لترسيخ الصورة الذهنية للمؤسسات في ظل المسؤولية الاجتماعية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة(1)، -190 174، برلين: ألمانيا.
- 12-محروز، فراس (2018). المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في صناعة وتسويق الدواء (دراسة استطلاعية لآراء عينة من الصيادلة والأطباء في مدينة بغداد). مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانية والاجتماع في بغداد، 24(2)، 187-215.
- 13-مشدي، حناء؛ سفيان، مالتة (2019). الأصول النظرية والتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة(1)، 94-112، برلين: ألمانيا.
- 14-نويجي، فاطمة الزهراء (2020). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على مجموعة من المؤسسات الجزائرية. رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة: الجزائر .
- 15-ياسين، محمد (2008). واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية ودراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية. رسالة ماجستير، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الشرق الأوسط: الأردن.
- 16-يوسف، أسماء (2019). الأصول النظرية والتطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة(1)، 64-93، برلين: ألمانيا.

1-Abd Rahim, R; Jalaludin, F; Tajuddin, K (2011). The importance of corporate social responsibility on consumer behavior in Malaysia. *Asian Academy of Management journal*, Vol.16, N.1, 119-139.

2-Fan, J; Ulhaj, S; Meoriera, A; Virk, M (2018). Impact of CSR dimensions on Consumer Satisfaction and Brand Loyalty in the Formation of Purchase Intentions: Study from Pakistan Livestock Industry. *Journal of Scientific and Academic*, Vol.8, N.2, 54-63.

3-Nochai, R; Nochai T (2014). The Effect of Dimensions of Corporate Social Responsibility on Consumers' Buying Behavior in Thailand: A Case Study in Bangkok. *International Conference on Economics, Social Sciences and Languages (ICESL'14) May 14-15, 2014 Singapore*, 42-46.

4-THOMPSON, S, K. 2012, *Sampling. Third Edition, John wiley & Sons, Inc*, p: 59-60.