

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية  
والتجارية وعلوم التسيير  
فرع: إدارة أعمال



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية  
وعلوم التسيير  
قسم: علوم التسيير

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي  
تحت عنوان:

## أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

دراسة حالة - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة المسيلة-

تحت إشراف:

د. زاوي حميدة

من إعداد:

- حساني نور الهدى

- راجي مني

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
فراحتية العيد	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف -مسيلة-	رئيسا
زاوي حميدة	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف -مسيلة-	مشرفا ومقررا
رحماني سناء	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف -مسيلة-	مناقشا

السنة الجامعية: 2020-2021

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي  
أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ  
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي

عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿

النمل: ١٩

فجر

# شكر وتقدير

قال الله تعالى: { ولئن شكرتم لأزيدنكم }  
وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم : { من لم يشكر الناس لم يشكر  
الله }

الحمد لله والشكر لله الذي وفقنا بتوفيقه وأعاننا بعونه إلى حسن التوكل  
عليه لإنجاز هذا العمل فنسأله عزوجل أن يتقبله منا ويجعله لنا في ميزان  
حسناتنا، ويجد في نفوس المطالعين عليه راحة واطمئنان أمين "

وبعد:

كما نشني شكرنا لكل من ساهم في هذا العمل :  
أستاذتنا المشرفة التي حملت معنا أعباء العمل صبورا  
واخلاصا : د/زواوي حميدة .  
\* إلى كل من ساعدنا في إتمام هذا العمل .

حساني نور الهدى

راجي منى



# إهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى :  
من أوصانا بهم الرحمان إحسانا، قرّة عيني ومصدر  
وجودي بعد فضل الله إلى أغلى وأعز الناس أُمي وأبي  
أطال الله في عمرهما.  
كما أهدي إلى إخوتي: " عبد الكريم، ياسين، عيسى "  
ثبتهم الله ورعاهم .  
وإلى أختاي: " مروة واکرام حفظهما الله "  
وإلى ابن أختي: سراج الدين حفظه الله  
وإلى صديقتي التي تقاسمت معها حلو ومر الحياة "  
منى  
والشكر الخاص إلى الأستاذة المشرفة " زواوي حميدة "  
إلى كل الأهل والأقارب والأحباب دون استثناء من قريب  
أو بعيد.

حصاني نور الهدى

# إهداء

إلى التي وهبت نفسها لأجلي، إلى الريحانة  
التي عطرت بطيبتها  
وحنانها أجواء أيامي، إلى الحزن الدافئ  
"أمي"،

إلى سبب وجودي "أبي".  
إلى "إخوتي": أيوب ، يوسف حفظهما الله  
إلى أختي الغالية: نبيلة حفظها الله  
إلى مصدر سعادتي إلى دعائي الذي لا أخبئه عن  
الله أبدا "زوجي عادل".

وإلى صديقتي التي تقاسمت معها حلو ومر  
الحياة "نور الهدى"  
إلى كل من وسعهم ذكري ولم تسعهم مذكرتي  
أهدي لهم هذا العمل.

راجي مني

# فهرس المحتويات



فهرس المحتويات:

الصفحة	الفهرس
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول والأشكال
أ-و	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية في المؤسسة</b>	
08	تمهيد
09	المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية
09	المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية
14	المطلب الثاني: مبادئ وعناصر المسؤولية الاجتماعية
20	المطلب الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية
22	المطلب الرابع: مؤشرات ومعوقات المسؤولية الاجتماعية
24	المبحث الثاني: الصورة الذهنية
24	المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية وأهميتها
28	المطلب الثاني: مكونات وعوامل تكوين الصورة الذهنية
30	المطلب الثالث: أبعاد الصورة الذهنية ومستوياتها
32	خلاصة
<b>الفصل الثاني: دراسة ميدانية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.</b>	
34	تمهيد
35	المبحث الأول: منهجية الدراسة
35	المطلب الأول: المنهج العلمي المعتمد
35	المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وأدوات جمع البيانات

41	المطلب الثالث: أساليب التحليل الاحصائي
43	المبحث الثاني: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة
43	المطلب الأول: نشأت كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف
45	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف
46	المبحث الثالث: أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية بالمؤسسة محل الدراسة
46	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة
47	المطلب الثاني: التحليل الاحصائي الوصفي لأبعاد ومحاور الدراسة
53	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
64	خلاصة
66	الخاتمة
70	قائمة المصادر والمراجع
74	قائمة الملاحق

# قائمة الجداول والأشكال



أولاً: قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
36	درجات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي	(1-2)
38	الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان	(2-2)
39	الاتساق البنائي لأبعاد ومحاور الاستبيان	(3-2)
40	نتائج اختبار ألفا كرونباخ	(4-2)
40	Guttman Split-Half Coefficient t لقياس ثبات الاستبانة	(5-2)
41	نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov	(6-2)
46	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(7-2)
46	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	(8-2)
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	(9-2)
48	الحك المعتمد في الدراسة للاستبيان	(10-2)
48	العبارات المتعلقة البعد الاقتصادي	(11-2)
49	العبارات المتعلقة بالبعد القانوني	(12-2)
50	العبارات المتعلقة بالبعد الاجتماعي	(13-2)
51	العبارات المتعلقة بالبعد الخيري	(14-2)
52	العبارات المتعلقة بمحور الصورة الذهنية	(15-2)
53	مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة	(16-2)
54	قيم معامل تضخم التباين ومعامل التسامح للمتغيرات المستقلة	(17-2)
54	يبين نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	(18-2)
56	يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى	(19-2)
58	يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية	(20-2)
59	يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	(21-2)
61	يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	(22-2)

ثانيا: قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
18	عناصر المسؤولية الاجتماعية	(1-1)
22	هرم المسؤولية الاجتماعية لـ (Corroll)	(2-1)
37	المجالات التي تنتمي اليها قيم الارتباط	(1-2)
45	الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	(2-2)
62	النموذج الميداني للدراسة	(3-2)



حقائق



لقد عرفت بيئة المؤسسات تطورات سريعة وجذرية، حيث لم يعد المجتمع ينظر إلى المؤسسات نظرة تقليدية تركز على النواحي الاقتصادية فقط، وذلك بإنتاج السلع أو تقديم الخدمات بنوعية معينة وأسعار محددة، بل تعدت نظرتة إلى أبعاد جديدة وأكثر تعقيدا وهي اعتبار المؤسسة جزء من المجتمع ككل، وأن عليها مشاركة وتحمل مسؤوليتها اتجاهه، من أجل ذلك تواجه المؤسسات اليوم جدلاً واسعاً حول ما ينبغي، أن تكون علاقتها بالبيئة الاجتماعية المحيطة بها، فرقي المؤسسة واستمرارها مرهون بقدرتها على خدمة المجتمع.

يعتبر إدراج الجامعات من ضمن المؤسسات على مر العصور مبنى الحضارة وراقي المجتمع وإذا من خلال إيجاد همزة الوصل من خلال الرسالة المعرفية التي تؤديها، ففي ظل التطورات التكنولوجية وثورة الاتصالات التي يشهدها العالم وما فرضته العولمة من تحديات أصبح لزاماً على الجامعة إحداث التغيير في وظائفها و تطويرها وذلك يربط أهدافها ورسالتها ومقرراتها الدراسية وبحوثها التي تنتجها بالواقع الذي يعيشه المجتمع المحيط بها، من خلال العمل على تشخيص واقع المشاكل التي تواجه مختلف القطاعات ومن ثم تعمل على تفعيل آليات المسؤولية الاجتماعية.

#### أولاً- إشكالية الدراسة:

تكمن إشكالية الدراسة في محاولة الإجابة على السؤال الرئيسي: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الإجمالية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، ومن أجل توضيح مشكلة الدراسة يمكن إثارة التساؤلات التالية:

- 1- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟
- 2- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟
- 3- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الأخلاقي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟
- 4- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الخيري على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

ثانيا-فرضيات الدراسة:

للإجابة على جملة التساؤلات الفرعية المطروحة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1-الفرضية الرئيسية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

2-الفرضية الفرعية:

✓ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )؛

✓ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )؛

✓ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الأخلاقي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )؛

✓ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الخير على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

ثالثا-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

✓ ربط النظري بالتطبيقي في موضوع المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية؛

✓ أهمية المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الصورة الذهنية؛

✓ التعرف على مدى التزام جامعة المسيلة بالمسؤولية الاجتماعية؛

✓ فتح الباب أمام الباحثين والدارسين لإجراء دراسات مستقبلية في هذا المجال معتمدين على ما سنتحصل عليه من نتائج وما ستقدمه الدراسة من توصيات.

#### رابعاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف من خلال معرفة:

✓ أثر البعد الاقتصادي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؛

✓ أثر البعد القانوني على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؛

✓ أثر البعد الأخلاقي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؛

✓ أثر البعد الخيري على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؛

✓ تحديد مدى تطبيق جامعة المسيلة لممارسات المسؤولية الاجتماعية.

#### خامساً-مبررات اختيار الموضوع:

تتمثل أسباب اختيار الموضوع في:

✓ هذا الموضوع يدخل ضمن اهتماماتنا البحثية.

✓ الاتجاه المتزايد للمؤسسات الكبرى حول تبني فكرة المسؤولية الاجتماعية.

#### سادساً-منهج الدراسة:

نظراً لطبيعة موضوع الدراسة المتعلقة بأثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية تم الاعتماد في جانبه النظري على المنهج الوصفي لضبط مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، كما تم الاعتماد على أسلوب دراسة حالة وذلك لدراسة أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة مسيلة.

## سابعاً- حدود الدراسة:

✓ الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف.

✓ الحدود الموضوعية: اقتصرت هذه الدراسة على معرفة أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية للجامعة.

✓ الحدود الزمانية: تم تطبيق هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من شهر جانفي الى غاية شهر جوان من سنة 2021.

## ثامناً- الدراسات السابقة:

في حدود ما تم الاطلاع عليه من بحوث في مجال المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية، يمكن القول إن هناك جملة من الدراسات التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية نذكر ما يلي:  
الدراسة الأولى:

الدراسة	دراسة (عبد الكبير فيصل ورباح عبد الرزاق) عام 2019م
عنوان الدراسة	دور المزيج التسويقي الصحي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الاستشفائية الخاصة.
نوع الدراسة	مذكرة ماستر في علوم التسيير.
مجتمع الدراسة	دراسة حالة مصحة القلعة - مسيلة -
هدف الدراسة	- التعرف أكثر على التقنيات والمفاهيم الجديدة؛ - مدى تأثير المزيج التسويقي الصحي على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الاستشفائية؛ - إبراز مدى حاجة المؤسسات الصحية في تبني استراتيجيات المزيج التسويقي الصحي وبيان قيمة المصحة من جراء ذلك.
خطوات الدراسة	تم تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين، المبحث الأول المزيج التسويقي الصحي، والمبحث الثاني في الصورة الذهنية للمؤسسات.
حجم العينة	تتمثل في عينة من الإدارة العليا وشريحة من زوار المرضى و96 مفردة

من زبائن المصحة.	
المقابلة أداة بحث واستبيان.	الأدوات
- وجود علاقة بين الأفراد والصورة الذهنية لدى زبائن المصحة؛ - هناك رضى لدى عينة دراسة مشكل عام عن الخدمة الصحية المقدسة لهم في مصحة القلعة.	أهم النتائج
الاختلاف في الدراسة الميدانية.	نقاط الاختلاف عن الدراسة
تشابه الدراسة بالنسبة للمتغير (الصورة الذهنية).	نقاط التشابه
الاستفادة من الجانب النظري.	الفائدة من الدراسة

الدراسة الثانية:

دراسة (شموري عبلة ووالي هاجر) عام 2020م	الدراسة
أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على أداء المورد البشري في المؤسسة.	عنوان الدراسة
مذكرة ماستر في علوم التسيير.	نوع الدراسة
دراسة حالة في جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	مجتمع الدراسة
- أهمية المسؤولية الاجتماعية كأداة تقييمية من بين الأساليب التي تعتمد عليها المؤسسة في عملية التقييم؛ - التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة ومدى الإلزام بها؛ - إبراز أهمية تقييم الأداء داخل المؤسسة الاقتصادية.	هدف الدراسة
تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية، والمبحث الثاني: الأداء البشري في المؤسسة، والمبحث الثالث: كيفية مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المورد البشري.	خطوات الدراسة
الموظفين والعاملين في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.	حجم العينة
استبيان أداة البحث.	الأدوات
- يوجد تأثير للالتزام بتطبيق أبعاد مسؤولية المؤسسة، على تطوير	أهم النتائج

الأداء مورد البشري، كلية العلوم والتجارة وعلوم التسيير من وجهة نظر الموظفين.	
الاختلاف في المتغير المستقل (صورة ذهنية).	نقاط الاختلاف عن الدراسة
- تشابه الدراسة بالنسبة للمتغير (المسؤولية الاجتماعية)؛ - الدراسة الميدانية نفسها.	نقاط التشابه
الاستفادة من الجانب النظري والتطبيقي.	الفائدة من الدراسة

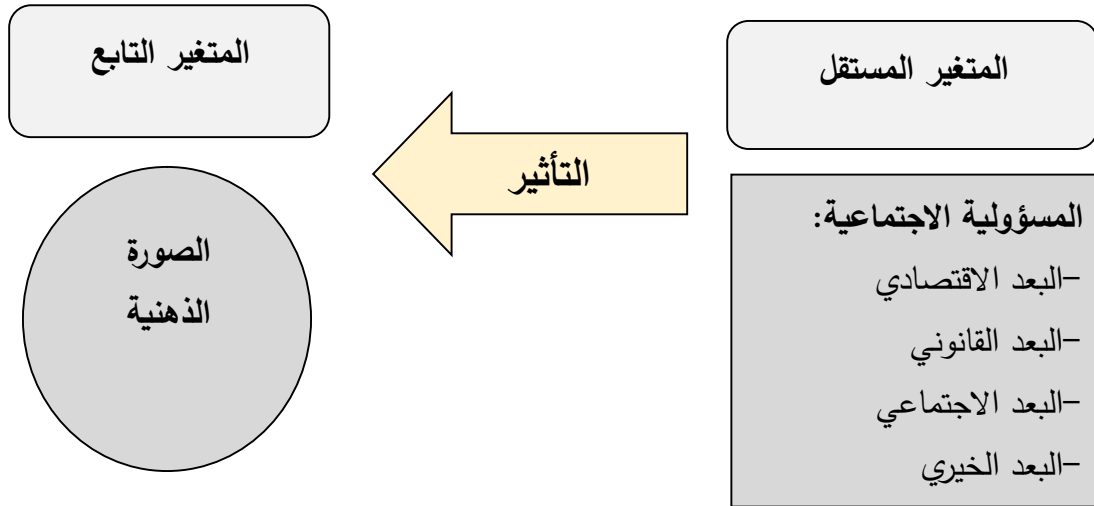
تاسعا- نموذج الدراسة:

في ضوء عناصر مشكلة وأهداف الدراسة وفرضياتها فإن التصور العام لنموذج الدراسة يظهر بمتغيراته المستقلة والتابعة من خلال الشكل التالي والذي تمت صياغته بالاعتماد على بعض الدراسات السابقة التي تناولت المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية حيث يتكون هذا النموذج من:

- المتغير المستقل: المسؤولية الاجتماعية بأبعادها: الاقتصادي، القانوني، الاجتماعي والخيري.

- المتغير التابع: المتمثل في الصورة الذهنية.

الشكل رقم -01-: نموذج الدراسة

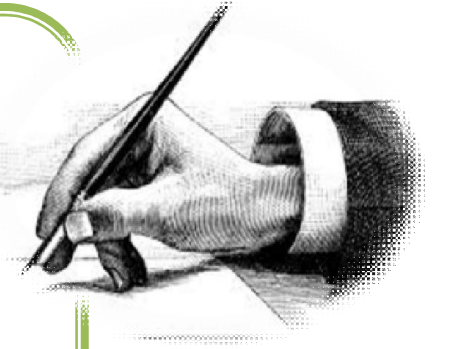


عاشرا- هيكل الدراسة:

بغرض الإجابة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية المطروحة وتحقيق الأهداف المرجوة من هذه الدراسة تم تقسيم هذه الأخيرة إلى فصلين فصل نظري تم تقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول خصص للحديث عن المسؤولية الاجتماعية وخصص الثاني للحديث عن الصورة الذهنية في حين تم تخصيص الفصل الثاني لدراسة أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

# الفصل الأول

الاطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والصورة  
الذهنية للمؤسسة



المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية

المبحث الثاني: الصورة الذهنية

## تمهيد:

لقد بينت مختلف الدراسات والبحوث أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر من القضايا الأكثر أهمية وتحدي للمؤسسات خاصة الاقتصادية منها، ولذا يتزايد اهتمام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية من خلال المحاولات المتعددة والمختلفة لإدارة اعمالها بشكل فعال وأخلاقي على كافة المستويات ومن أجل ذلك تواجه المؤسسات اليوم جدلا واسعا حول ما ينبغي أن تكون علاقتها بالبيئة الاجتماعية المحيطة بها.

وفي وقت أصبحت فيه الصورة الذهنية تكسب أهمية خاصة من خلال تأثيرها على الرأي العام السائد نحو مختلف الجوانب كما يعد موضوع الصورة الذهنية من المواضيع الميدانية، ففي ظل التطورات التكنولوجية وثورة الاتصالات التي يشهدها العالم وما فرضته العولة من تحديات أصبح لزاما على الجامعة إحداث تغيير في وظائفها وتطويرها وذلك بربط أهدافها ورسالتها ومقرراتها التي تنتهجها بالواقع الذي يعيشه المجتمع المحيط بها من خلال العمل على تشخيص واقع المشاكل التي تواجه مختلف القطاعات ومن ثم تفعيل آليات المسؤولية الاجتماعية حيث تعتبر هذه الأخيرة تعبيرا صحيحا عن رغبة الجامعة في تقديم المنفعة للمجتمع، ومن خلال هذا الفصل تم التطرق إلى الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية في المؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال مبحثين أساسيين هما:

### المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية

### المبحث الثاني: الصورة الذهنية

## المبحث الأول: المسؤولية الاجتماعية

يتمثل المنهج التقليدي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في ضرورة تحقيق أقصى أرباح ممكنة وذلك في صورة الاطار القانوني القائم، وفي أوائل الخمسينات من القرن الماضي ظهر اتجاه قوي وخاصة في المجتمعات الرأسمالية يدعو إلى ضرورة التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي يعمل فيه، فأصبحت الادارة مسؤولة ليست فقط عن تحقيق الكفاءة الاقتصادية لأنشطة المؤسسة معبرا عليها بواسطة مؤشرا الربحية ولكن أيضا عن ما يجب أن تؤديه المؤسسة اتجاه المشاكل الاجتماعية المترتبة عن أداء تلك الأنشطة بمعنى أن الادارة أصبحت مضطرة إلى التسليم بالمسؤولية الاجتماعية إلى جانب مسؤوليتها الاقتصادية.

## المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية

لا يمكن تحديد مراحل دقيقة للتطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، وذلك بتداخل أحداث ظهورها، أن ظهور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة جاء نتاج مشكلات وأزمات عديدة، ارتبطت بنظرة المؤسسات لمصالحها الذاتية.

لذا تم التطرق للتطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية والتحديات التي أدت إلى بروزها.

## أولا: نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية

تعد المسؤولية الاجتماعية نظرية أخلاقية، ومفهوم المسؤولية مفهوم قديم قدم المجتمعات البشرية، لكنه جاء تحت مسميات مختلفة، واتخذ اشكالا متنوعة وفق الفلسفات السائدة أو الأحوال الطارئة عبر المراحل التاريخية.<sup>1</sup>

ذكرت العديد من الكتب أن ميلاد المسؤولية الاجتماعية كان في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك كرد فعل على المشاكل والأزمات التي عرفها المحيط الاقتصادي بصفة عامة والمنظمات بصفة خاصة، ولقد ارتبطت فكرة نشوء المسؤولية الاجتماعية بمرحلتها الأولى مع قيام المشاريع الصناعية إبان الثورة الصناعية واعتماد رجال الأعمال بأنهم يمتلكون هدفا واحدا يسعون إلى تحقيقه وهو تعظيم الأرباح، ولكن الشيء الوحيد الذي يحول دون تحقيقهم لهذا الهدف هو التأثير القانوني الذي يحد من العمليات التي يقومون بها، وقد ظلت

<sup>1</sup> - ناصر جرادات، عزام أبو الحمام، المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، دار إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الثامنة، عمان، الأردن، 2013، ص 19.

هذه النظرة قائمة في القرن 19 والربع الأول من القرن 20، ولكن هذه الأفكار لم تصمد كثيرا أمام الأزمات الاقتصادية التي شهدتها العالم وخاصة حيال ندرة الموارد، انخفاض الأجر، سوء أجور العمل ...، وكلها انعكست بأن يكون هناك منظور آخر للمسؤولية الاجتماعية لا يرتبط بتعظيم الربح كأساس لها في العمل.<sup>2</sup>

أما المرحلة الثانية فقد برزت خلال الفترة التي أعقبت عام 1920 ببروز تيارات تطالب بتأمين السلامة والأمان في العمل، تقليص ساعات العمل، وحماية الأطراف المختلفة ذات الصلة بالمؤسسة، فتعالت الأصوات للمطالبة بأن تكون أهداف المؤسسة غير مرتبطة بمصالح المالكين والمستثمرين فقط، وبهذا الصدد يشير (Fletcher byron) رئيس مجلس إدارة المؤسسة إلى أن المؤسسة لا يمكنها أن ستثمر من دون تحقيق الربح ولكن لا يجوز النظر إلى الأرباح بأنها كل شيء وهي نهاية أعمال المؤسسة، فعليها أن تعمل بالوقت ذاته على تلبية حاجيات المجتمع، وعند ذلك ستكون المؤسسة بمثابة العنصر المساعد في انجاز واطمام ما هو مطلوب وبثقة واستحقاق عاليين.<sup>3</sup>

وبعد فترة من الركود عاد النقاش حول المسؤولية الاجتماعية بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تجلت التطورات الحديثة لها صعودا، من سنة 1953 في الولايات المتحدة الأمريكية بعد أن أصدر الاقتصادي الأمريكي (HoWard browa) كتابه المشهور "Responsibility of the buseness mon" ولقد اعتبره الكثير بمثابة الأب المنظر والمؤسس للمسؤولية الاجتماعية، وهذا ما أدى به إلى دخوله إلى مرحلة ثالثة أكبر اتساعا وسميت هذه المرحلة تحت عنوان "نوعية حياة الفرد"، وقد أوصى المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا 1972، بضرورة الالتزام كافة المنظمات بمراعاة الجوانب الاجتماعية للبيئة والمساهمة في التنمية الاجتماعية.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> - إلهام موساوي، دور المسؤولية الاجتماعية والبيئة للمؤسسة في بناء الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص الادارة الاستراتيجية للتنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة سطيف، 2014، ص03.

<sup>3</sup> - ثامر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للطباعة والنشر، لطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001، ص 19.

<sup>4</sup> - زين الدين بروش، دهيمي جابر، دور نظم الادارة البيئية في تحسين الأداء البيئي للمؤسسات، مداخلة ضمن مجريات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، يومي 22-23 نوفمبر، 2011، ص 1172.

## ثانيا: تعريف المسؤولية الاجتماعية:

يعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية من اهم المفاهيم التي تم تداولها في الوقت الحاضر، والذي يتضمن الاشارة إلى أنه عند قيام المؤسسة بتقييم القرارات من الوجهة الأخلاقية، فإنه يتعين ان يكون هناك تسليم باتخاذ ما هو في صالح رفاهية المجتمع، وتنمية وتطوير البيئة وقد تعددت التعاريف التي تناولت هذا الموضوع وهذا ما سنحاول التطرق إليه.

عرف سوندار هولمس "Soundra houlmes" في سنة 1985: المسؤولية الاجتماعية على أنها "التزام على مؤسسة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل به، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة مثل: محاربة الفقر، تحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الاسكان والمواصلات وغيرها".<sup>5</sup>

أما دراكر "Draker" فيعرفها بأنها "التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل به".<sup>6</sup> في حين عرفها روبين "Roubbins" بأنها "تستند الى اعتبارات أخلاقية مركزة بشكل التزامات بعيدة الأمد، تقي بها المؤسسة بما يعزز صورتها في المجتمع".

اما البنك الدولي يعرفها " التزم بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، والعمل مع الموظفين وأمرهم والمجتمع المحلي والمجتمع عامة، من أجل تحسين نوعية حياتهم، بأساليب تفيد قطاع الأعمال والتنمية على حد سواء".<sup>7</sup>

<sup>5</sup> - مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2015، ص 63.

<sup>6</sup> - ونيسة بن هناية، أثر الأبعاد التسويقي الاجتماعية على الميزة التنافسية في تحسين أداء الموارد البشرية، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص استراتيجية وتسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015، ص 60.

<sup>7</sup> - صلاح الدين فاضل، دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة اتجاه العاملين في تحسين أداء الموارد البشرية، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018، ص 15.

أما كروول "Corrol" لو رجعنا إلى أبحاثه الرائدة في هذا المجال، فنجد أنه قد أوضح كون المسؤولية الاجتماعية مفهوم يشمل على أربع جوانب رئيسية: الأول يتمثل بالمسؤولية الاقتصادية والثاني بالمسؤولية القانونية، والثالث بالمسؤولية الخيرية، والرابع بالمسؤولية الاجتماعية.<sup>8</sup>

ومن خلال تعريفات سابقة نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية، التي تقوم بها المؤسسات على اختلاف نشاطاتها، لا تخضع لطابع الإلزامية، وتهدف المؤسسة من ورائها إلى الحفاظ على علاقاتها الطيبة بمجتمعها وسمعتها الحسنة.

### ثالثاً: أهمية المسؤولية الاجتماعية:

هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني المؤسسة لمزيد من الدور الاجتماعي على العموم، هناك اتفاق يكون للمسؤولية الاجتماعية بحدود معينة، تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقتها مع مجتمعها، لمواجهة الانتقادات والضغط المفروضة عليها، ولتحقيق مزايا للمجتمع والدولة والمؤسسة والعاملين وأهمها ما يلي:

#### 1- بالنسبة للمجتمع:

إن العائد الذي سيحقق جراء اهتمام منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها تبني نمط معين في المسؤولية الاجتماعية فإنه يمكن أن يلخص كالتالي:

- توفير الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفير نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص؛
- تحسين صورة المؤسسة من خلال الخدمات الجيدة المقدمة للمجتمع؛
- زيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات الصلة؛
- الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بتوفير الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية؛
- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد وذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وقليلي التأهيل والأقليات والمرأة والشباب وغيرهم؛

<sup>8</sup> - خالد قاشي، رمزي بدرجة، التسويق للمسؤولية الاجتماعية (مدخل لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص 19.

- تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من الناحية البيئية أو الناحية الثقافية؛
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة؛
- تحسين التنمية السياسية انطلاقاً من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمنظمات وهذا ما يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.<sup>9</sup>

### 2- بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال، وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة؛
- من شأن المسؤولية الاجتماعية تحسين مناخ العمل كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مخلف الأطراف؛
- تحسين وتنظيم العلاقة بين الأطراف المعنية من خلال تعزيز ولاء الموظفين ورفع روحهم المعنوية وتحسين صحتهم وسلامتهم؛
- التأثير الإيجابي على قدرة المؤسسة في توظيف وتحفيز العاملين والاحتفاظ بهم وتحقيق الوفرة المرتبطة بالزيادة الانتاجية وكفاءة الموارد؛
- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعاملين؛
- تحسين مناخ العمل وبعث روح التعاون بين مختلف الأطراف؛
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع.<sup>10</sup>

### 3- بالنسبة للدولة:

- تحل مقاربة المسؤولية الاجتماعية عند إلزام بها من طرف منظمات الأعمال في طياتها مجموعة من الاعتبارات الإيجابية بالنسبة للدولة:
- تخفض الأعباء التي تتحملها الدولة في أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية؛
  - تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية مساهمة العدالة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛

<sup>9</sup> - صلاح الدين فاضل، مرجع سابق، ص 15.

<sup>10</sup> - سمير سعيد بن سحنون، البعد الأخلاقي والاجتماعي للتسويق، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2015، ص 47.

- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المشاكل التي تجد الدولة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعها.<sup>11</sup>

#### 4- بالنسبة للعاملين:

- ليس من الصعب على أية مؤسسة الاهتمام بعاملها وتلبية رغباتهم بما يعزز قدرتهم الوظيفية، وهذه الرغبات لا تتعدى المعقول مما يتطلبه بسبب الاحترام والتقدير في العمل ولتجسيد الدور الاجتماعي بتركيز الجهود المبذولة لتحقيق جودة حياة العامل، تجدر الإشارة إلى العناصر التالية:
- توفير الظروف البيئية والمعنوية المدعمة لأداء العاملين؛
  - المشاركة الفعلية للعمال بمعناها الواسع؛
  - إثراء الوظائف واشباع طموحات العاملين؛
  - عدالة نظم الأجور والمكافآت؛
  - العدالة الاجتماعية والحفاظ على كرامة العاملين وخصوصياتهم؛
  - تحسين ظروف العمل والتي تنقسم بدورها إلى مجموعتين من الشروط، هي الشروط المادية كالإضاءة والراحة، والشروط الاجتماعية التي تساعد على وجود نوع من العلاقات بين الأفراد خارج جو العمل كالتنظيمات غير الرسمية.<sup>12</sup>

#### المطلب الثاني: مبادئ وعناصر المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية الاجتماعية أساسيات متعلقة بها من مبادئ وعناصر وهذا ما سنراه بشيء من التفصيل كالآتي:

#### أولاً-مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

ينبغي مراعاة مجموعة من المبادئ عند ممارسة وتطبيق المسؤولية الاجتماعية، وهي مبادئ متبادلة التأثير فيما بينها، وتطبق على نحو منسجم فيما بينها وبذات الوقت يجب التركيز على العوامل الثقافية

11 - أحلام كتاب، دور المسؤولية الاجتماعية في دعم الصورة الذهنية للمؤسسة، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص استراتيجيات وتسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، 2015-2016، ص 07.

12 - غلاي نسيم، الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للشركات، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، الجزائر، 2015، ص. ص 96-97.

والدينية للمجتمع والبيئة التي توجد فيها عند تطبيقها لتلك المبادئ وهناك مبادئ عدة للمسؤولية الاجتماعية وهي:

### 1-مبدأ سيادة القانون:

أوضحت الأمانة المركزية ISO بأن مبدأ سيادة القانون يقصد به بأن المؤسسة ينبغي أن توافق على احترامها لسيادة القانون بشكل إلزامي، ويقصد بسيادة القانون هيمنته إذ أنه لا يحق لأي فرد أو شركة أن يكون فوق القانون، وهناك تعارض بين سيادة القانون والممارسة الاستبدادية للسلطة، حيث أنه من المعروف عامة ان سيادة القانون، هي تلك المتعلقة بالقوانين والقواعد المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبق لإجراءات راسخة ومحددة، وفي سياق المسؤولية الاجتماعية اكدت الأمانة المركزية ISO أن احترام سيادة القانون أن تتصاع الشركة للقوانين كافة والقواعد المطبقة، لكن تلزم الأفراد داخل الشركة بالزامهم لمراقبة وتنفيذ الاجراءات، وبنبغي أن تقوم الشركة بالآتي:

- الاذعان بالشروط القانونية داخل الاختصاصات القضائية التي تعمل الشركة فيها سواء كانت هذه القوانين والالتزامات مطبقة بشكل كافي أم لا؛
- التأكد أن علاقتها وأنشطتها تقع ضمن الإطار القانوني المقصود والصحيح؛
- أن تبقى على دراية بالالتزامات القانونية المطبقة كافة.

### 2-مبدأ احترام الاتفاقيات الدولية والاتفاقيات الثنائية:

إن هذا المبدأ يوجب بضرورة احترام الشركة للاتفاقيات كافة وكل ما يتعلق ويتصل بها من الأنشطة، كما يجب ان تتجنب كافة الأنشطة التي تتعارض مع تلك الاتفاقيات إذ أن بعض الاتفاقيات الدولية تؤكد على خلق ظروف عادلة للمنافسة والتشجيع على تخفيض التعريفات وإزالة كافة العوائق، التي تقف أمام الدول المنظمة لهذه الاتفاقيات، وهي بذلك تعد حالة التزام من قبل هذه الدولة.

### 3- مبدأ احترام أصحاب المصالح واهتماماتهم:

هذا المبدأ يتطلب إدراك الشركة لمدى أهمية أصحاب المصالح، والاهتمام بمتطلباتهم التي تؤثر بأنشطة الشركة المعنية، وهو ما يتطلب تشخيص دقيق لأصحاب المصالح وإقامة وسائل ملائمة للتشارك معهم واستشاراتهم وإفساح المجال للتعبير عن آرائهم كما يجب، فحقوق هؤلاء مهمة بموجب القانون والعقود.<sup>1</sup>

والعقود.<sup>1</sup>

### 4- مبدأ المساءلة:

وفق لهذا المبدأ يجب على الشركات أن تخضع لمساءلة السلطات القانونية، ومن لديهم مصالح وتأثيرات عليها، وذلك بأن تكون مسؤولة أمامهم عن كل السياسات والقرارات والاجراءات التي تتخذها قدر تأثير تلك السياسات على التنمية الاجتماعية والتنمية المستدامة، ومن المفيد الإشارة إلى أن المساءلة تتضمن قبول الشركات لإجراءات التحقق، وذلك إلزامها بإظهار ردود الأفعال المناسبة اتجاه ذلك حت لو اقتضى الأمر تعديل المسارات التي تتخذها في عملياتها، وأن هيئة النزاهة أكدت على احترام أخلاقيات العامة واعتماد المساءلة عبر البرامج العامة للتوعية، والتنقيف وأشار مبدأ المساءلة في مجموعة من الحقوق التي تمثلت كالتالي:

- الاعتراف بحق العاملين في التعبير عن خبراتهم المهنية والتواصل مع المجتمع بالوسائل المختلفة؛
- تعزيز نظام المحاسبة والتأديب وتحقيق لمبدأ المسؤولية في العمل؛
- إشراك منظمات المجتمع المدني في مناقشة سياسات الادارة العامة.

### 5- مبدأ الشفافية:

يعد مفهوم الشفافية من المفاهيم المعاصرة والحديثة التي ظهرت على الساحة الادارية، نتيجة التطور الهائل في المجالات المتعددة، وعلى الأصعدة جميعها ولقد تناول مفهوم الشفافية العديد من الكتاب حسب كل وجهة نظره، إذ يرى الكاتب (أفتدى) بأنها أسلوب التحكم المناسب للتأكد من حسن إدارة الاقتصاد، وتحقيق الآمال في التغلب على المشكلات والشفافية قبل كل شيء، وأكد الكاتب (اللوزي) بأن الشفافية تمثل

<sup>1</sup> - أكرم احمد الطويل، ياسمين طه، عبد الرزاق الدباغ، إدارة الجودة الشاملة، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2016، ص. ص59-61.

في وضوح التشريعات وذمة الأعمال المنجزة داخل المؤسسات، واتباع التعليمات واعتماد الممارسات الادارية الواضحة، وسهولة الوصول إلى اتخاذ القرارات على درجة عالية من الموضوعية والدقة.

ويرى الكاتب (عباس) بأن هذا المبدأ يوجب على المؤسسة بأن تتحلى بالشفافية في قراراتها وأنشطتها، التي تؤثر على المجتمع والبيئة، إذ ينبغي على المؤسسة أن تفصح على نحو واضح ودقيق وتام وبدرجة معقولة في سياستها وقراراتها وأنشطتها، التي تكون مسؤولة عنها بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، ويجب أن تكون هذه المعلومات متاحة ومفهومة، ويمكن الوصول إليها مباشرة من قبل الأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة وينبغي أن تقدم المعلومات في الوقت المناسب، وأن تكون معلومات فعلية، وان تتاح على نحو واضح وموضوعي، كتمكين الأطراف المعنية من تقييم تأثيرات قرارات وأنشطة المؤسسة بدقة على مصالحها ذات الصلة.<sup>1</sup>

#### 6-مبدأ احترام التنوع:

حسب هذا المبدأ إن العديد من المؤسسات تعمل في بيئات أو ظروف مختلفة ومتباينة اجتماعيا وثقافيا وبيئيا وقانونيا واقتصاديا، كما يتأثر التباين بين المؤسسات سواء في الثقافات والخصائص وهو ما يقود إلى التنوع الذي يجب أن يحترم من قبل المؤسسات وأن تتبع الإفادة على النحو الايجابي منه، كما ينبغي على الشركات أن ترعى وتتبنى منهاجا ايجابيا لتوظيف ذلك التنوع من أجل تحقيق النجاح في عملية التغيير المطلوبة، وعليها أن تؤمن بأن تنوع العاملين وجنسياتهم وثقافتهم يمكن أن يضيف مزايا لهم ومخزن من المهارات والخبرات.<sup>2</sup>

#### ثانيا-عناصر المسؤولية الاجتماعية:

لقد أجمع العديد من الباحثين على أن منظمات الأعمال تمارس عددا من المسؤوليات التي تعد مترابطة ومتكاملة مع بعضها، لتشكل في نهاية المطاف فلسفة المسؤولية الاجتماعية التي تسعى المؤسسة إلى تطبيقها، بما يحقق الفوائد المرجوة وعليه لقد حدد عددا كبيرا من الكتاب العناصر التي تشكل محتوى المسؤولية الاجتماعية، وعموما حددت العناصر الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية في ستة عناصر يوضحها الشكل التالي:

1 - أكرم احمد الطويل، مرجع سابق، ص 62.

2 - خلاي نسيمة، مرجع سابق، ص. ص 63-64.

الشكل رقم (1-1): عناصر المسؤولية الاجتماعية



**Source :** Jame soelil le développement durable perçu les entreprises unwarsté, paris panthéon scerbonne, 2003, p12.

### 1-المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المدني:

يعتبر المجتمع المدني بالنسبة للمؤسسات شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد مكانة العلاقات معه وتعزيزها، الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها اتجاهه من خلال بذل المزيد من الأنشطة والخدمات، لدفع النفع العام للمجتمع من جهة والمساعدة في القضاء على المشكلات الاجتماعية من جهة ثانية، ومن أهم الأنشطة الخاصة بالتفاعل مع المجتمع المدني هي: المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدائق والمساهمة في الحد من مشكلة البطالة...الخ.<sup>1</sup>

### 2-المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين:

توجه المؤسسات عناية كبيرة إلى الأنشطة المتعلقة بمسؤولياتها، اتجاه المستهلكين فهي تهدف من خلال ذلك إلى تحقيق الأرباح وزيادة حصتها السوقية، وهذا ما يتوجب عليها محاولة الاحتفاظ بعلاقات جيدة مع المستهلكين الحاليين، والعمل على اكتساب المزيد من المستهلكين المرتقبين في ظل نظام تسديد المنافسة، وتتمثل تلك الأنشطة فيما يلي:<sup>2</sup>

- توفير خدمات ومنتجات ذات جودة عالية، مراعية في ذلك اعتبارات الصحة والسلامة؛

<sup>1</sup> - محمد شقراني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019، ص 45.

<sup>2</sup> - محمد شقراني، مرجع نفسه، ص 46.

- حسن التعامل مع الزبائن وكذا القيام بالإعلان والترويج الصادق لمنتجات أو خدمات المؤسسة؛
- توفير خدمات ما بعد البيع والاستماع لشكاوى العملاء ودراستها ثم التعامل معهما بجدية والعمل على حلها؛

- الدراسة المستمرة لحاجيات ورغبات المستهلكين والعمل على تلبيتها.

### 3-المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين:

يعتبر العامل المحرك الرئيسي للمؤسسة لذلك فمن المهم أن يتبع الحفاظ على كل المسؤوليات الاجتماعية اتجاهه وتطويرها وتطبيقها بما يحقق علاقة قوية بين المؤسسة والعاملين ومن أهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين هي:

- توفر المؤسسة خدمات العاملين كالنقل والإطعام والاسكان والخدمات الصحية؛

- العمل على اعتماد سياسة تسمح بمشاركة العاملين في أرباح المؤسسة؛

- منح مكافآت والحوافز للعاملين؛

- الحفاظ على العاملين ومنع تسريحهم للتقليل من البطالة.

### 4-المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين:

الموردون هم تلك الأطراف التي تقدم مقومات الانتاج الأساسية للمنظمة، من مواد خام وآلات وقطع غيار... حيث ينظر إلى العلاقة بين المنظمة والموردين على أنها علاقة مصالح متبادلة، وعليه يتوقع الموردون أن تحترم المنظمات تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة، كما تحرص المنظمة على تقديم أسعار عادلة للمواد الممولة من طرف الموردين والالزام بتسديد حقوقهم في الآجال المتفق عليها، العمل على الصدق في التعامل معهم كما تقوم بإقامة علاقات تجارية طويلة الأمد معهم.

### 5-المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين:

وهم الفئة المستفيدة استفادة مباشرة من المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، حيث يتحمل أصحاب هذه الفئة مخاطر الاستثمار من خلال المغامرة بأموالهم الخاصة، متوقعين عائداً مناسباً من هذه الاستثمارات ويستفيد المساهمون من المسؤولية الاجتماعية من خلال تحسين صورة المنظمة لدى الآخرين مما يزيد من احتمالات الإقبال على منتجاتها وبالتالي تحقيق لمزيد من الأرباح، فالمنظمة عليها الحفاظ على ممتلكات

أصحاب المنظمة، واثمينها وحسن التصرف أثناء تنفيذ مختلف الأنشطة للمحافظة على مكانة وسمعة المنظمة.

#### 6- المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة:

ويتمثل في كون أن المنظمة لا بد لها من أن تساهم في الآثار البيئية المترتبة في عمليات منتجاتها والقضاء على الانبعاثات السامة والنفايات، وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والانتاجية من الموارد المتاحة، وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلباً على تمتع البلاد والأجيال القادمة، بهذه الموارد ولعل من أهم العناصر الرئيسية للمسؤولية البيئية نذكر ما يلي:<sup>1</sup>

- تبني مواصفات أداة بيئية وقواعد ومقاييس معيارية للعمليات والادارة تخضع لأقصى درجات الحماية البيئية؛
- تسهيل التطور التكنولوجي البيئي وعملية تحويلية ومتناقلة؛
- تعزيز الوعي البيئي؛
- فتح قنوات الجوار مع الأطراف المعنية والتواصل معهم حول القضايا البيئية.

#### المطلب الثالث: أبعاد المسؤولية الاجتماعية؛

يعد نموذج (Corroll) أكثر نماذج المسؤولية الاجتماعية شهرة، حيث يعتمد على اربعة أبعاد وهي المسؤولية الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرة، وفيما يلي شرحاً أولياً لمفهوم هذه الأبعاد.

#### أولاً- البعد الاقتصادي:

تتضمن المسؤولية الاقتصادية تحقيق الأرباح للملاك والاداريين والعاملين والمساهمين، كما أن Drucker عبر عن ذلك بقوله "أن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، تتمثل أولاً بتحقيق الأرباح الاقتصادية التي تمكنها من تغطية التكاليف المستقبلية، فإن لم تتمكن المنظمة من تحقيق هذه الأرباح، فإنها لم تتمكن من تلبية أية مسؤوليات اجتماعية أخرى، إضافة إلى تحقيق الربح لباقي الأطراف التي تتأثر بقرارات

<sup>1</sup> - محمد شقراني، مرجع سابق، ص. ص 47-48.

المنظمة، كتقديم منتجات للمستهلكين بأسعار مناسبة ووظائف بأجور عادلة للعاملين كل ذلك يجب أن يتم في إطار الأنظمة واللوائح النافذة.<sup>1</sup>

#### ثانيا- البعد القانوني:

حيث يندرج في هذا الإطار الالزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات المنظمة لمختلف المجالات في المجتمع، سواء كان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة وغيرها.<sup>2</sup>

#### ثالثا- البعد الأخلاقي:

تتمثل المسؤولية الأخلاقية في ضرورة التزام المنظمات عند قيامها بوظائفها، باتباع الأسس والقواعد التي تتفق مع المنظومة والقيم والضوابط، والعادات والتقاليد واحترام الثقافات الرئيسية دون إلحاق أي ضرر بالمجتمع ومكوناته.<sup>3</sup>

#### رابعا- البعد الخيري:

تشمل المسؤولية الاجتماعية على التبرعات والهبات والمساعدات الخيرية التي تخدم المجتمع، ولا تهدف إلى الربح، كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها.

كما يمثل هذا البعد المزايا والمنافع التي يرغب المجتمع أن يحصل عليها من المنظمة بشكل مباشر، مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة أشكالها.

<sup>1</sup> - محمد جودة ناصر وعلى لخضر، المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات العمل، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2014، ص 21.

<sup>2</sup> - وهيبة مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية (دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري)، اطروحة دكتوراه غير منشورة، في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2014، ص 80.

<sup>3</sup> - محمد جودة ناصر وعلى لخضر، مرجع سابق، ص 21.

الشكل رقم (1-2): هرم المسؤولية الاجتماعية لـ (Corroll)



المصدر: ظاهر محسن، منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، دار وائل، الطبعة الرابعة، عمان، 4، 2015، ص 83.

### المطلب الرابع: مؤشرات ومعوقات المسؤولية الاجتماعية

تم من خلال هذا المطلب تم التطرق إلى مؤشرات ومعوقات المسؤولية الاجتماعية.

#### أولاً- مؤشرات المسؤولية الاجتماعية:

هناك أربع مؤشرات أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية:<sup>1</sup>

1- مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة: ويشمل جميع التكاليف بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية او نوع أو طبيعة اعمالهم، وتقوم المؤسسة

<sup>1</sup> - محمد ابو النصر مدحت، مرجع سابق، ص 21.

بالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتماء العاملين، كالاهتمام بحالتهم الصحية وتكوينهم وتحسين وضعهم الثقافي، والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك.

## 2- مؤشر الأداء الإجماعي للمجتمع:

يتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية، ثم تكاليف الاسهامات في برامج التعليم والتكوين الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

## 3- مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:

تشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي، حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والاعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك.

## 4- مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الانتاج:

تشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين، حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الانتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتكوين وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.<sup>1</sup>

## ثانيا- معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

تواجه المؤسسات عدة معوقات تعرقل ممارستها للمسؤولية الاجتماعية، وتحول دون تطبيقها فمعظمها يعاني من معوقات قد تكون إدارية أو قانونية أو مالية، تحد من قدرة المؤسسة من ممارستها نشاطاتها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - نوال ضياني، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلو التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010، ص ص، 40-41.

### 1- المعوقات الادارية: تتمثل المعوقات الادارية في:

- ضعف الوعي بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الادارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية؛
- اهمال الادارة العليا وإشراك المستويات الادارية الأخرى في عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية؛
- نقص الخبرة لدى الذين يشغلون مناصب في الادارات وأقسام المؤسسة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.

### 2- المعوقات القانونية:

تتمثل المعوقات القانونية في:

- الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة؛
- عدم وضع دستور اجماعي أخلاقي في منظمات الاعمال؛
- عدم احترام التشريعات والقوانين في سبيل تحقيق مكاسب مادية وعندما يقدمون على مخالفته؛
- لأن المسؤولية الاجتماعية هي إلزام أخلاقي من قبل المديرين على الأغلب لم تفرضه القوانين والأنظمة بل تحميه ضرورة المنفعة المجتمعية العامة ادت إلى ضعف الاهتمام بها عند المدراء.

### 3- معوقات المالية:

تتمثل المعوقات المالية في:

- هدف بعض المؤسسات هو تعظيم الأرباح فقط؛
- الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى خفض أرباح المؤسسة وإضعافها في المنافسة؛
- نقص الموارد المالية التي تحول دون الاسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية؛

<sup>1</sup> - يوني لطيفة، أثر تمكين العاملين في تحسين الأداء الاجتماعي للمؤسسات الجزائرية، رسالة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، قسم علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص. ص 121-122.

- صعوبة الجمع بين العمل المريح وعمل المؤسسة المتجاوزة اجتماعيا.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني: الصورة الذهنية

يزداد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها نظرا للقيمة الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء، وتكوين الانطباعات الذاتية وخلق السلوك الإيجابي، إذ أصبح تكوين الصورة الذهنية الحسنة هدفا أساسيا تسعى لتحقيقه كل المنظمات.

لذا تطرقنا في هذا المبحث إلى ثلاث مطالب سنتحدث فيهم عن ماهية الصورة الذهنية وأبعادها.

### المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية وأهميتها

أعطيت تعريفات متعددة للصورة الذهنية وذلك لاختلاف وجهات نظر الباحثين ومن هذه التعاريف نذكر:

#### أولا-تعريف الصورة الذهنية:

لقد ظهر مصطلح الصورة الذهنية إلى الوجود سنة 1908 على يد العالم (جراهام دلاس) والذي أشار في كتابه "الطبيعة البشرية والسياسية" ولم يستخدم هذا المصطلح في المنظمات الاقتصادية إلا مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين.<sup>2</sup>

يعرف قاموس ويبستر الصورة الذهنية Image من وجهة نظر سيكولوجية بأنها "التقدم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة نحو شخصية

<sup>1</sup> أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، 2012، ص109.

<sup>2</sup> حامد محيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013، ص114.

معينة أو نظام ما أو فلسفة ما أو شيء آخر، وهي أيضا استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو الشم أو السمع أو اللمس أو التذوق"<sup>1</sup>

عرفها l'éclairé سنة 1992 على أنها: "استحضار ذهني لإدراك شيء أو حدث قابل لأن يبقى عبر الزمان والمكان ليعاد إحياءه نتيجة وقوع إثارة ما."<sup>2</sup>

عرفها هار ولد ماركس " هي إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي المشاعر التي تخلفها المنظمة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات وتعاملات مع الجماهير وعلاقتها مع المجتمع واستثماراتها في النواحي الاجتماعية ومظهرها الإداري، وتندرج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتتكون الصورة الذهنية الكلية."<sup>3</sup>

عرفها الدكتور (على عجوة) على أنها "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص ما، أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم."<sup>4</sup>

ومن التعارف السابقة يمكننا أن نخلص إلى تعريف شامل للصورة الذهنية هي: "عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية تقوم على إدراك الأفراد الانتقائي المباشر وغير المباشر بخصائص وسمات موضوع ما (شركة، فرد، جماعة) وتكوين اتجاهات عاطفية (سلبية أو إيجابية) وما ينتج من توجهات سلوكية في إطار مجتمع معين".

من التعاريف السابقة للصورة الذهنية نستنتج خصائصها التالية:

<sup>1</sup> خالد قاشي، رمزي بدرجة، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، مرجع سابق، ص118.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص118.

<sup>3</sup> على عجوة وكريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة مصر، 2005، ص182.

<sup>4</sup> عبد الكبير فيصل، رياح عبد الرزاق، دور المزيج التسويقي الصحي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الاستشفائية الخاصة، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2019، ص29.

-**عدم الدقة:** يرجع الكثير من الباحثين سبب عدم دقة الصورة الذهنية أساسا إلى ميل الأفراد إلى تكوين فكرة شاملة عن المؤسسات والعلامات من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم قدرتهم على جمع المعلومات الكاملة وبالتالي قد يكونون صورة خاطئة ومشوهة.

-**الثبات والمقاومة للتغيير:** تسعى المؤسسة التي اكتسبت صورة ذهنية جيدة إلى مقاومة التغيير والمحافظة على صورتها الجيدة والتصدي للدعايات خاصة في ظل المنافسة الشرسة من طرف بقية المؤسسات.

-**التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، فمثلا يكون المستهلكون صورة عامة على جميع مؤسسات أو علامات البلد الواحد سواء بالإيجاب أو السلب دون مراعاة الفروق الخاصة بكل مؤسسة (نظرة المستهلكين إلى المنتجات والعلامات الصينية).

-**التنبؤ بالمستقبل:** إن الصورة الذهنية المتكونة لدى الجماهير تجاه المؤسسة باعتبارها انطباعات واتجاهات يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن هؤلاء الجماهير مستقبلا.<sup>1</sup>

-**تخطي حدود الزمان والمكان:** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصورة ذهنية بل يتخطاها ليكون صور عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، وعلى مستوى الزمان فالإنسان يكون صورة ذهنية عن الماضي وصورة ذهنية عن الحاضر والمستقبل.<sup>2</sup>

-**الصورة الذهنية ذات طابع ديناميكي:** فهي قابلة للتغير بظروف الزمان والمكان ويحكمها مجموعة من العوامل المؤثرة في تكوينها (كالعادات والتقاليد والبيئة وهوية الشركة وثقافتها والطريقة الاتصالية لصاحب الصورة مع الجماهير....).

-**الصورة الذهنية ذات طابع معرفي:** حيث تتأثر بالمعارف والمعلومات التي تبث للجماهير بطرق مختلفة وهي بالتالي تخضع لعمليات متسلسلة من المراحل المعرفية (وصول المعرفة ومن ثم تحليلها ثم ادراكها ومن ثم القيام بسلوك سلبي أو إيجابي تجاه المنظمة).<sup>3</sup>

ثانيا- أهمية الصورة الذهنية:

يمكن تلخيص أهمية الصورة الذهنية فيما يلي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خالد قاشي، رمزي بدرجة، التسويق، مرجع سابق، ص13.

<sup>2</sup> صالح الشيخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، ديبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، الجمعية الدولية للعلاقات العامة، 2009، ص6.

<sup>3</sup> بسام عبد الرحمان الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر، الطبعة الأولى، 2003، ص321.

- قدرة على خلق قيمة ولها تأثير على سلوك المستهلك لأن لديها إدراكا محددا لها؛
- تعتبر كنز من الصعب الحصول عليه والسهل ضياعه؛
- تساعد الصورة الذهنية في معالجة المعلومات لأنها تمثل ملخص لمجموعة من الاعتقادات؛
- تسهم في تحسين سلوك الموظفين ووضعهم الفردي؛
- لها تأثير كبير على قدرة المنظمات على البقاء في حالة المنافسة الحادة؛
- التمييز بين المنظمات وغيرها وتحقيق ميزة تنافسية؛
- هي واحدة من أهم الموارد غير الملموسة التي تدعم بقاء الميزة التنافسية؛
- هي واحدة من الأصول الاستراتيجية التي تؤدي إلى تأسيس قدرة تنافسية مميزة وظروف مواتية للمنظمات من أجل البقاء والتطور؛
- للصورة الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام لأنها الأولى التي يكون منها الرأي باعتبار تأثيرها في آراء الناس ومواقفهم.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: مكونات وعوامل تكوين الصورة الذهنية

تتأثر الصورة الذهنية بعدة عوامل بعضها يتعلق بالمؤسسة نفسها، والبعض الآخر يتعلق بالعمل المستقبلي للمعلومات عن المؤسسة، وكلاهما يتأثر بالخصائص الاجتماعية والثقافية الذي تعمل فيه المؤسسة.

#### أولاً-مكونات الصورة الذهنية:

للصورة الذهنية عدة مكونات وتتمثل في:<sup>3</sup>

#### 1-صورة العلامة التجارية:

تتمثل في درجة النجاح المتوقع من الاتصالات في تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة بتأثير الثقة في علامتها التجارية.

#### 2-صورة منتجات أو خدمات المؤسسة:

<sup>1</sup> أسماء الشيخ بلة، أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للمنظمات، مذكرة ماستر، قسم علوم التسير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسير، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، ص11-12.

<sup>2</sup> محمود يوسف، فن العلاقات العامة، دار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2008، ص40.

<sup>3</sup> عبد الكبير فيصل، رياح عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 32.

تعتبر صورة منتجات المؤسسة من العناصر المكونة للصورة الكلية لها، فمنتجات أي مؤسسة أو خدماتها ومدى جودتها وتميزها ومدى قدرتها على مسايرة التغير في اتجاهات العملاء ومسايرة التطور العلمي في انتاجها، وطريقة تقديم خدمات ما بعد تقديم الخدمة تؤثر على تقييم الجماهير لأعمال المؤسسة ومدى كفاءة إدارتها، وتساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى جماهيرها.

### 3-صورة إدارة المؤسسة (فلسفة المؤسسة):

إدارة المؤسسة هي الرمز الذي تعرف به لدى الجماهير ولذلك فإن فلسفة الإدارة في قيادة العمل في أي مؤسسة وفي قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقتها مع الجهات المختلفة تعتبر من العناصر المكونة لصورتها لدى الجماهير حيث تشكل العناصر الحاكمة للثقافة التنظيمية التي توجه أداء وعمال ادارة المؤسسة من ناحية، وتحكم تعاملاتها مع الجماهير الخارجية من ناحية أخرى، وهي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المؤسسة ورسائلها إلى الجماهير وتشكل صورتها الذهنية نحوها.

### 4-برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

تجسد الأعمال الفعلية للمؤسسة وسياستها الرسمية تجاه المجتمع ككل وجماهير المؤسسة في كل ما يصدر من قرارات وأفعال، أي أنها تهتم بالأعمال الحقيقية للمنظمة، ماذا تفعل المنظمة؟ لذا تعتبر البرامج والأنشطة المتنوعة التي تقوم بها المنظمة في برامجها للمسؤولية الاجتماعية عاملا مؤثرا في التأثير على عواطف الجماهير نحوها وكسب ثقتهم وتأييدهم، سواء ما يختص منها بالعاملين أو الجماهير الخارجية أو البرامج المجتمعية والبيئة المختلفة ولذلك في جزء من مكونات الصورة الذهنية، لأنها تجسد السلوك الأخلاقي للمؤسسة تجاه المجتمع والجماهير الداخلية والخارجية.

### 5-صورة المؤسسة كمكان للعمل:

تؤثر انطباعات الجماهير عن المؤسسة كمكان للعمل على صورتها الذهنية من حيث توفير بيئة جيدة للعاملين، وخدمات اجتماعية صحية وحوافز متميزة كما يؤثر المظهر الخارجي لها من مباني وأثاث ونظافة ونظام في العمل على إدراك الجماهير لها كمكان متميز للتعامل.

### 6-أداء موظفي المؤسسة:

تتمثل في قدرة موظفي المؤسسة على تمثيلها بشكل مشرف لدى الجماهير من خلال التعامل الطيب معهم، وكفاءة وسرعة أداء المهام المتوقعة بهم مما يعطي انطبعا ايجابيا نحوها

## 7- كفاءة اتصالات المؤسسة:

تؤثر كفاءة الاتصالات التي تقوم بها المنظمة مع جماهيرها الداخلية والخارجية وما تنظمه المؤسسة في رسائلها للجمهور في تكامل اتصالات المنظمة وتوضيح هويتها وفلسفتها للجماهير.<sup>1</sup>

### ثانيا: العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية

تتمثل العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية في:

#### 1-عوامل اجتماعية: تتمثل في

- تأثير الجماعات الأولية على الفرد المستقبل للمعلومات؛
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير؛
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه.

#### 2-عوامل تنظيمية: تتمثل فيما يلي<sup>2</sup>

- الأعمال الحقيقية للمنظمة سياستها ومنتجاتها؛
- الرسائل الاتصالية الخاصة بالمنظمة والمنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة؛
- نوعية الوسائل الاتصالية المستخدمة لنقل الرسائل؛
- الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمنظمة والجماهير؛
- الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة لخدمة المجتمع.

#### 3-عوامل شخصية: تتمثل في:

- السمات الذاتية للشخصية المستقبلية للمعلومات (التعليم، الثقافة، القيم)؛
- قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالمنظمة ودرجة دافعيته واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن المنظمة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الكبير فيصل رباح عبد الرزاق، مرجع سابق، ص33.

<sup>2</sup> بابة وقنوني، أثر العلاقات العامة على المستهلك النهائي، مذكرة ماجستير، قسم علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2008، ص127.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للتوزيع والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2000، ص 180-181.

### المطلب الثالث: أبعاد الصورة الذهنية ومستوياتها

للصورة الذهنية العديد من الأبعاد والمراحل لتكوينها ونذكر منها ما يلي:

#### أولاً: أبعاد الصورة الذهنية

هناك إجماع بين مختلف الباحثين على أن الصورة الذهنية تشمل على ثلاث أبعاد أساسية تتمثل فيما يلي:

#### 1- البعد المعرفي:

يقصد به المعلومات التي تتعلق بالموضوع أو قضية أو شيء ما، التي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، ومستوى دقة المعلومات التي تحصل عليها عن الآخرين تؤثر في دقة الصورة الذهنية التي تكونها عنهم، والأخطاء المتكونة لدى الأفراد حول الأشياء فهي أخطاء ناتجة أساساً عن تلك المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها الإنسان.

#### 2- البعد الوجداني:

هو الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو شيء ما في إطار مجموعة الصورة الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات وعواطف الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة سواء كانت إيجابية أو سلبية، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية تبعاً لمجموعة من العوامل أهمها مصادر المعرفة المتاحة وطبيعة التجربة والأسلوب الذي استخدم في التجربة ومدى قبول الفرد للشخص الذي صدرت عنه تلك المعلومات. هي "الانشطة الانفعالية الصادرة عن الفرد كحالات الفرح والحزن والغضب والميول والاتجاهات والقيم"<sup>1</sup>

يقصد به إجرائياً رد فعل للفرد اتجاه موقف معين سواء كان في حالة فرح أو في حالة غضب.

#### 3- البعد السلوكي:

هو التصرفات أو الممارسات التي يسعى الفرد عن طريقها إلى إشباع حاجاته المادية أو المعنوية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي محمد خطيب، أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردني، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2011، ص31.

<sup>2</sup> أحمد سهير كامل، دراسات في سيكولوجية الشخصية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2001، ص72.

يقصد به إجراءات السلوك الذي يمارسه الفرد لإشباع حاجات ورغبات معنية من خلال شراء السلع أو الخدمات واتخاذ المواقف نحوها.

### ثانيا: مستويات الصورة الذهنية

تتمثل مستويات الصورة الذهنية فيما يلي:<sup>1</sup>

#### 1- من خلال الأفراد:

يتم التفاعل الفردي الداخلي مع الرسالة قبولاً أو رفضاً تأييداً أو اعتراضاً، الذاتية ومتوافقة مع المعطيات الذاتية المختلفة عنها.

#### 2- بين الأفراد:

هي مرحلة أهم وأخطر من الأولى فالفرد يعزز قناعاته من خلال الحديث مع الغير والنقاش مع المعارف واصحاب الفكرة وقادة الرأي العام في المجتمع الدور المعني في تأييد الصورة الذهنية أو رفضها خصوصاً مع وجود الأدلة المقنعة والبراهين المؤكدة.

#### 3- بين الجماعات:

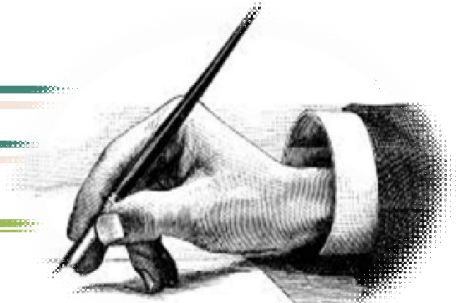
إذا انتشرت صورة ذهنية معينة في مجتمع او جماعة فإنه من الممكن انتقالها لمجتمعات أخرى إما من خلال وسائل الإعلام أو قادة الرأي المحلي (وهو اغلب وأقوى).

<sup>1</sup> عبد الكبير فيصل، عبد الرزاق رباح، مرجع نفسه، ص34.

### خلاصة الفصل الأول:

توصلنا من خلال الفصل لتحليل المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية، تبين لنا أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام ووفاء وشراكة ومواطنة، فلم تعد خدمة المجتمعات وبناء الأوطان ورعاية الأفراد أمرا يخص الوزارات بل تعدى الأمر ذلك، فهي تعمل على تحسين مستوى المعيشة والارتقاء برفاهية المجتمع، أما الصورة الذهنية أصبحت تعد الأساس للاستمرار والبقاء للمؤسسات، فنجاحها يتوقف على مدى سمعتها وصورتها المكونة في ذهن الجماهير، لذلك على المؤسسة معرفة الانطباع أو الصورة التي يحملها عنها الجمهور ومن ثم تعمل على تحسينها.

# الفصل الثاني



## دراسة ميدانية

أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة  
محمد بوضياف بالمسيلة.

المبحث الأول: منهجية الدراسة.

المبحث الثاني: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

المبحث الثالث: أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية بالمؤسسة محل الدراسة.

## تمهيد:

خصص هذا الفصل للدراسة الميدانية لمعرفة أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وقصد التعرف على خصائص العينة واختبار الفرضيات وتحقيق أهداف وأغراض الدراسة، تم اعتماد الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من المؤسسة محل الدراسة، كما تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وتمت المعالجة الإحصائية والتحليل لآراء عينة الدراسة عن طريق البرنامج الإحصائي للحزمة الاجتماعية SPSS.V26، ولتغطية متغيرات الدراسة والإلمام بعرض وتحليل ومناقشة النتائج قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: منهجية الدراسة.

المبحث الثاني: التعريف بميدان الدراسة.

المبحث الثالث: أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية بميدان الدراسة.

المبحث الأول: منهجية الدراسة

تطرقنا في هذا المبحث إلى المنهج العلمي المستخدم في الدراسة الميدانية بالإضافة إلى عينة البحث وأدوات جمع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي.

المطلب الأول: المنهج العلمي المعتمد

لكل دراسة منهج علمي يتبعه الباحث لخلق انسجام بين فرضيات البحث وعملية اختبارها ميدانياً حيث يعرف هذا المنهج على أنه الطريقة العلمية المنظمة التي يستخدمها الباحث لدراسة ظاهرة أو عدة ظواهر، التي يمكن من خلالها الوصول إلى الحقيقة في أي موقف ومحاولة اختباره لتأكد من صلاحية المواقف الأخرى.

أولاً- المنهج الوصفي.

المنهج الوصفي طريقة في البحث تتناول تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها.

ثانياً- أسلوب دراسة حالة:

استخدمنا في بحثنا الأسلوب الأكثر استخداماً في المنهج الوصفي أسلوب دراسة حالة حيث يقوم هذا الأسلوب على جمع الحقائق والبيانات والمعلومات عن حالة فردية أو مجموع من الحالات بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة أو المجتمع الذي تمثله هذه الحالة.

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة، وأدوات جمع البيانات.

تناولنا في هذا المطلب مجتمع الدراسة، ومتغيراتها بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات.

أولاً- مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة المسيلة والبالغ عددهم 186 أستاذ بمختلف رتبهم، تمثل حجم عينة الدراسة 67 أستاذ.

ثانياً- أدوات جمع البيانات والمعلومات:

قصد توضيح أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة، ولتسهيل الدراسة، تم إعداد استبيان وتطويره بشكل يساعد على جمع البيانات والمعلومات، ويمكن توضيح ذلك بالعناصر التالية.

## 1- مراحل بناء الاستبيان:

- إن إعداد الاستبيان بشكلها النهائي مر بمراحل متعددة يمكن تلخيصها في العناصر التالية:
- الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبيان وصياغة عباراته؛
  - تحديد الأبعاد والمحاور الرئيسية التي شملتها الاستبيان؛
  - تحديد العبارات التي تقع تحت كل بعد وتحت كل محور وتصميم الاستبيان في صورته الأولية؛
  - مراجعة وتنقيح الاستبيان من قبل المشرفة، والأخذ بمقترحاتها وتعديلاتها الأولية؛
  - عرض الاستبيان على عدد من الأساتذة ذوي الخبرة والاختصاص، بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف -المسيلة- لتحكيمه، والأخذ بمقترحاتهم وتعديلاتهم.
  - تصميم الاستبيان في شكله النهائي.

## 2- تصميم الاستبيان:

- تم تصميم الاستبيان كأداة أساسية تساعد الحصول على البيانات والمعلومات الضرورية، لتحقيق أغراض الدراسة، وقد احتوى الاستبيان على ثلاثة أجزاء:
- الجزء الأول:** خاص بالمعلومات الشخصية والتي تمثلت في (الجنس، الوظيفة، الخبرة).
- الجزء الثاني:** المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية وأبعاده (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاجتماعي، البعد الخيري).
- الجزء الثالث:** محور المتغير التابع محور الصورة الذهنية.
- إجمالاً احتوت عبارات الاستبيان على 23 عبارة لجمع البيانات والمعلومات الأساسية لتحقيق أغراض الدراسة، كما تم استخدام مقياس ليكارت خماسي الدرجات والجدول التالي يبين ذلك:
- جدول رقم (2-1): يبين درجات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي.**

الترميز	درجة الموافقة
1	غير موافق بشدة
2	غير موافق
3	محايد
4	موافق
5	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبتين.

### 3- صدق المحكمين:

يعني أن تكون عباراته مناسبة للغرض الذي وضعت من أجله ويتعلق صدق المحكمين بحالتين؛ الصدق الظاهري يبين مدى تعلق العبارة بالهدف الذي وضعت من أجله، وصدق المحتوى وهو صدق مكمل للصدق الظاهري ونوع من أنواع صدق المحكمين يبين مدى وضوح كل من عبارات الاستبيان من ناحية المعنى والصياغة والتصميم المنطقي لها وأنها تغطي المساحات المهمة لمجالها.<sup>1</sup> لتحقق من صدق المحكمين (الصدق الظاهري وصدق المحتوى) عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة ذات الاختصاص والخبرة في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، وطلب منهم إبداء رأيهم حول فقرات وأبعاد ومحاور الاستبيان وذلك بالحذف والتعديل واقتراح فقرات جديدة ومناسبة لموضوع الدراسة، وبناء على ملاحظات الأساتذة المحكمين تم تعديل أداة الدراسة فأصبحت بصورتها النهائية مكونة من 23 عبارة وبالتالي فإن الاستبيان يتمتع بصدق المحكمين.

### 4- صدق الاتساق الداخلي Interna Validité:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارات من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، وتم ذلك من خلال استعمال معامل الارتباط (كارل بيرسون) بين كل عبارة من عبارات الاستبيان والأبعاد والمحاور التي تنتمي إليها، والجدول التالي يبين المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.

الشكل رقم (1-2): المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.

ارتباط عكسي					ارتباط طردي					
قوي جدا	قوي	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	قوي	قوي جدا	
1-	0.9-	0.7-	0.5-	0.3-	0	0.3	0.5	0.7	0.9	1
تام					تام					

**Source:** Emen bnymfarej, Data analysais, the statistical economies and social research and training center for Islamic countries (SESRIC), without the edition, Ankara, Turkey, 2015, p 25.

يبين الجدول التالي صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان:

<sup>1</sup> مؤيد الساعدي، قياس اللاموسيات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016، ص 452.

جدول رقم (2-2): الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان

رقم العبارة	محور المسؤولية الاجتماعية	الاتساق مع البعد	الاتساق مع المحور
<b>البعد الأول: البعد الاقتصادي</b>			
		/	**0.675
01	تساهم جامعتنا في توفير فرص العمل	**0.802	**0.712
02	تساهم جامعتنا في تقوية وبناء البنى التحتية	**0.806	**0.466
03	يحرص الموظفون في جامعتنا على خلق قيمة معنوية	**0.826	**0.447
04	يتم العمل في جامعتنا وفق ظروف مناسبة للعمال	**0.785	**0.576
<b>البعد الثاني: البعد القانوني</b>			
		/	**0.798
05	تحتترم جامعتنا التزاماتها تجاه كافة الأطراف التي تتعامل معها	**0.690	**0.627
06	تشجيع جامعتنا بتطبيق القوانين على كافة موظفيها	**0.658	**0.504
07	تشجيع جامعتنا بتطبيق القوانين المتعلقة بالرعاية الصحية للموظفين	**0.738	**0.540
08	تلتزم جامعتنا بتطبيق قوانين المحافظة على البيئة	**0.757	**0.601
		/	**0.872
09	تحت جامعتنا على احترام عادات وتقاليده المجتمع	**0.731	**0.644
10	تعمل جامعتنا على توثيق علاقتها بالمجتمع	**0.696	**0.623
11	تقوم جامعتنا على تشجيع بناء المرافق العامة	**0.737	**0.662
12	تساهم جامعتنا في معالجة المشاكل الاجتماعية	**0.801	**0.651
		/	**0.726
<b>البعد الرابع: البعد الخيري</b>			
13	تمتلك جامعتنا دليل أخلاقي واضح لجميع الموظفين	**0.726	**0.511
14	تمتلك جامعتنا نظاما لمحاربة الفساد الاداري	**0.820	**0.639
15	تشارك جامعتنا في الاعمال الخيرية المقدمة لأفراد المجتمع	**0.610	**0.477
16	تسعى جامعتنا إلى دعم مختلف المؤسسات الخيرية	**0.789	**0.522
<b>المحور الثالث: محور الصورة الذهنية</b>			
		/	**0.778
17	يتكون لديك اتجاه إيجابي على الجامعة كلما تعلمت معها	/	**0.778
18	تزداد لديك مصداقية الجامعة قياسا بالجامعات الأخرى كلما تعاملت معها	/	**0.709
19	تمتلك معلومات متعددة حول الجامعة من شأنها تحسن من صورتها	/	**0.835
20	تتذكر خدمات الجامعة بصورة إيجابية	/	**0.858
21	تثق في الجامعة بسبب جودة خدماتها	/	**0.805

22	لا تبحث عن بدائل عمل أخرى لهذه الجامعة	/	**0.763
23	تعمل على توصية معارفك للتعامل مع هذه الجامعة	/	**0.798

\*\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $1 \leq 0.0 \alpha$  .

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  .

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نستخلص من الجداول أعلاه أن كل معاملات الارتباط كارل بيرسون لاختبار الاتساق الداخلي كلها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة المعتمدة في الدراسة  $0.05$ ، وبذلك تعتبر عبارات الاستبيان متسقة داخلياً وصادقة لما وضعت لقياسه.

### 5-الصدق البنائي:

يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل بعد أو كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات الاستبيان.

### جدول رقم (2-3): الاتساق البنائي لأبعاد ومحاور الاستبيان

البيان	الاتساق البنائي مع المحور	الاتساق البنائي مع الاستبيان ككل
البعد الاقتصادي	**0.675	**0.655
البعد القانوني	**0.798	**0.774
البعد الاجتماعي	**0.872	**0.856
البعد الخيري	**0.726	**0.678
محور المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية	/	**0.966
محور المتغير التابع محور الصورة الذهنية	/	**0.971

\*\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $1 \leq 0.0 \alpha$  .

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  .

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه يتبين أن جميع أبعاد ومحاور اختبار الاتساق البنائي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة المعتمدة في الدراسة  $0.05$ ، ومنه تعتبر أبعاد ومحاور الدراسة متسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

### 6-ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي الاستبيان نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية، أي أن يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها، ولقياس ثبات الاستبيان تم استخدام طريقة معامل الارتباط الفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية Split - half.

أ- طريقة معامل الارتباط ألفا كرونباخ: يبين الجدول التالي نتائج اختبار ألفا كرونباخ:

جدول رقم (2-4): نتائج اختبار ألفا كرونباخ

البيان	رقم العبارة	معامل ألفا كرونباخ
البعد الاقتصادي	1 إلى 4	0.817
البعد القانوني	5 إلى 8	0.669
البعد الاجتماعي	9 إلى 12	0.720
البعد الخيري	13 إلى 16	0.700
محور المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية	1 إلى 16	0.861
محور المتغير التابع الصورة الذهنية	17 إلى 23	0.901
الاستبيان ككل	1 إلى 23	0.921

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه قيمة معامل الارتباط ألفا كرونباخ مرتفعة لكل الأبعاد ولكل المحاور وللاستبيان ككل، وهذا يعني أن الثبات مرتفع عند قيمة الحد الأدنى (0.6)<sup>2</sup>، وهي قيم جد مناسبة وتفي بالغرض ودالة إحصائياً بذلك يكون الاستبيان في صورته النهائية قابل للتوزيع للإجابة على أسئلة الدراسة وتحليل النتائج واختبار الفرضيات المطروحة.

ب- الثبات بطريقة التجزئة النصفية: تعتمد هذه الطريقة على تجزئة الاختبار إلى جزئين.

جدول رقم (2-5): Guttman Split-Half Coefficient t لقياس ثبات الاستبيان

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.837
		N of Items	12 <sup>a</sup>
	Part 2	Value	.889
		N of Items	11 <sup>b</sup>
Total N of Items			23
Correlation Between Forms			.834
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.909
	Unequal Length		.909

<sup>2</sup>علي محمد الحريشه، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في رضا العملاء دراسة ميدانية على بنك بيمو السعودي الفرنسي في سوريا، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص: إدارة الأعمال التخصصي، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018، ص48.

Guttman Split-Half Coefficient	.900
a. The items are: q1, q2, q3, q4, q5, q6, q7, q8, q9, q10, q11, q12.	
b. The items are q12, q13, q14, q15, q16, q17, q18, q19, q20, q21, q22, q23.	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه معامل الارتباط **Guttman Split-Half Coefficient** لقياس ثبات الاستبيان عال **0.900** مما يدل على أن الأداة تتمتع بثبات مرتفع وهي صالحة لما وضعت لاختباره.  
المطلب الثالث: أساليب التحليل الإحصائي.

تم في هذه الدراسة استخدام العديد من أساليب التحليل الإحصائي والتي تمثلت في:

#### أولاً- اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (Tests of Normalité).

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة طبيعة توزيع بيانات ظاهرة معينة في كونها تتبع التوزيع الطبيعي (الاعتدالي)، وإذا كان حجم العينة أكبر من 50 مفردة نعلم على نتائج اختبار **Kolmogorov-Smirnov**، بينما يستخدم اختبار **Shapiro-Wilk** إذا كان حجم العينة أقل من 50 مفردة،<sup>3</sup> وبالاعتماد على مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة **0.05**، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، ويتم الاعتماد على الاختبارات اللامعلمية، والعكس نعتمد على الاختبارات المعلمية إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة.

#### جدول رقم (2-6): نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
محور المسؤولية الاجتماعية	.075	67	.200*	.979	67	.331
محور الصورة الذهنية	.104	67	.067	.939	67	.003

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

<sup>3</sup> سناء إبراهيم أبو دقة، سمير خالد الصافي، تطبيقات علمية باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في البحث التربوي والنفسي، الطبعة الأولى، مكتبة الأفق، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013، ص 33.

من الجدول أعلاه يتبين أن القيم الاحتمالية لاختبار **Kolmogorov-Smirnov** كلها أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة 0.05، وبالتالي بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح باستخدام الاختبارات المعملية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

### ثانياً-الأدوات التحليلية الإحصائية:

لإخضاع البيانات إلى عملية التحليل الإحصائي بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (spssv26) تم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية.

#### 1- التكرارات والنسب المئوية:

لمعرفة البيانات الأولية لمجتمع الدراسة وتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة؛

#### 2- المتوسط الحسابي:

يعتبر من أهم مقاييس النزعة المركزية وأكثرها استخداماً، يعبر عن مدي أهمية عبارات الاستبيان عند أفراد العينة، كما يعبر عن تمركز إجابات العينة حول قيمة معينة، تبعاً لدرجات المعطاة لبدائل المقياس المستخدم؛

#### 3- الانحراف المعياري:

هو من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات الدراسة حول متوسطها الحسابي، وتكون قيمه جيدة كلما اقترب من الصفر؛

#### 4- معامل الثبات:

يختبر مدى الاعتمادية على أداة الدراسة المستخدمة؛

#### 5- معامل الارتباط كارل بيرسون:

ارتبط ثنائي يستخدم في معرفة قوة العلاقة البينية وقيمه محصورة بين (-1 و1)؛

#### 6- اختبار التوزيع الطبيعي:

يستخدم لمعرفة واكتشاف اعتدالية توزيع البيانات من عدمها؛

#### 7- الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Régression) :

يعتبر نموذج الانحدار الخطي المتعدد من أكثر أدوات التحليل الإحصائي استخداماً، إذ يهتم بتقدير العلاقة بين متغير كمي وهو المتغير التابع وعدة متغيرات كمية أخرى وهي المتغيرات المستقلة.

### 8- الانحدار الخطي البسيط:

نموذج خطي إحصائي يقوم بتقدير العلاقة التي ترتبط بين متغير كمي واحد وهو المتغير التابع مع متغير كمي آخر وهو المتغير المستقل، وينتج عن هذا النموذج معادلة إحصائية خطية يمكن استخدامها لتفسير العلاقة بين المتغيرين أو تقدير قيمة المتغير التابع عند معرفة قيمة المتغير المستقل.

#### المبحث الثاني: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة.

نتناول في هذا المبحث نشأة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كما نتطرق لهيكلها التنظيمي.

#### المطلب الأول: نشأة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

انشات جامعة ولاية المسيلة في عام 1985 من خلال فتح معهد للتعليم العالي في الميكانيك، ثم في عام 1989 تم فتح معهد الهندسة المدنية ومعهد التقنيات الحضرية، وفي عام 1992 أصبحت مركز جامعي، أما في عام 2001 أصبحت جامعة، مع اربعة كليات و 23 قسما حاليا يوجد بالجامعة سبع كليات، معهدين وثلاثة وعشرون مخبرا للبحث معتمدة من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ومن بين هذه الكليات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

انشأت كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 1422 الموافق ل 18 سبتمبر 2001 والمتضمن انشاء جامعة المسيلة، وتظم حاليا أربعة أقسام:

✓ الجذع المشترك العلوم الاقتصادية؛

✓ الجذع المشترك المالية والمحاسبة؛

✓ الجذع المشترك العلوم التجارية؛

✓ الجذع المشترك علوم التسيير.

هذه الاقسام تتضمن عدة تخصصات وهي كالتالي:

قسم العلوم الاقتصادية ويتضمن ما يلي:

m مالية ونقود	L نقدي بنكي
m مالية وجبابة	L اقتصاد كمي
m اقتصاد كمي	L اقتصاد دولي
m اقتصاديات البنوك والتمويل	
m مالية وادارة حساب المخاطر	

قسم علوم التسيير ويتضمن ما يلي:

m مراقبة التسيير	L إدارة اعمال
m تسيير عمومي	L تسيير عمومي
m استراتجية وتسويق	L إدارة مالية
m ادارة الاعمال التجارة الدولية	
m الادارة المالية للمؤسسات	

قسم العلوم التجارية ويتضمن ما يلي:

m بنوك	L تجارة دولية
m محاسبة وتدقيق	L تسويق
m تسويق	

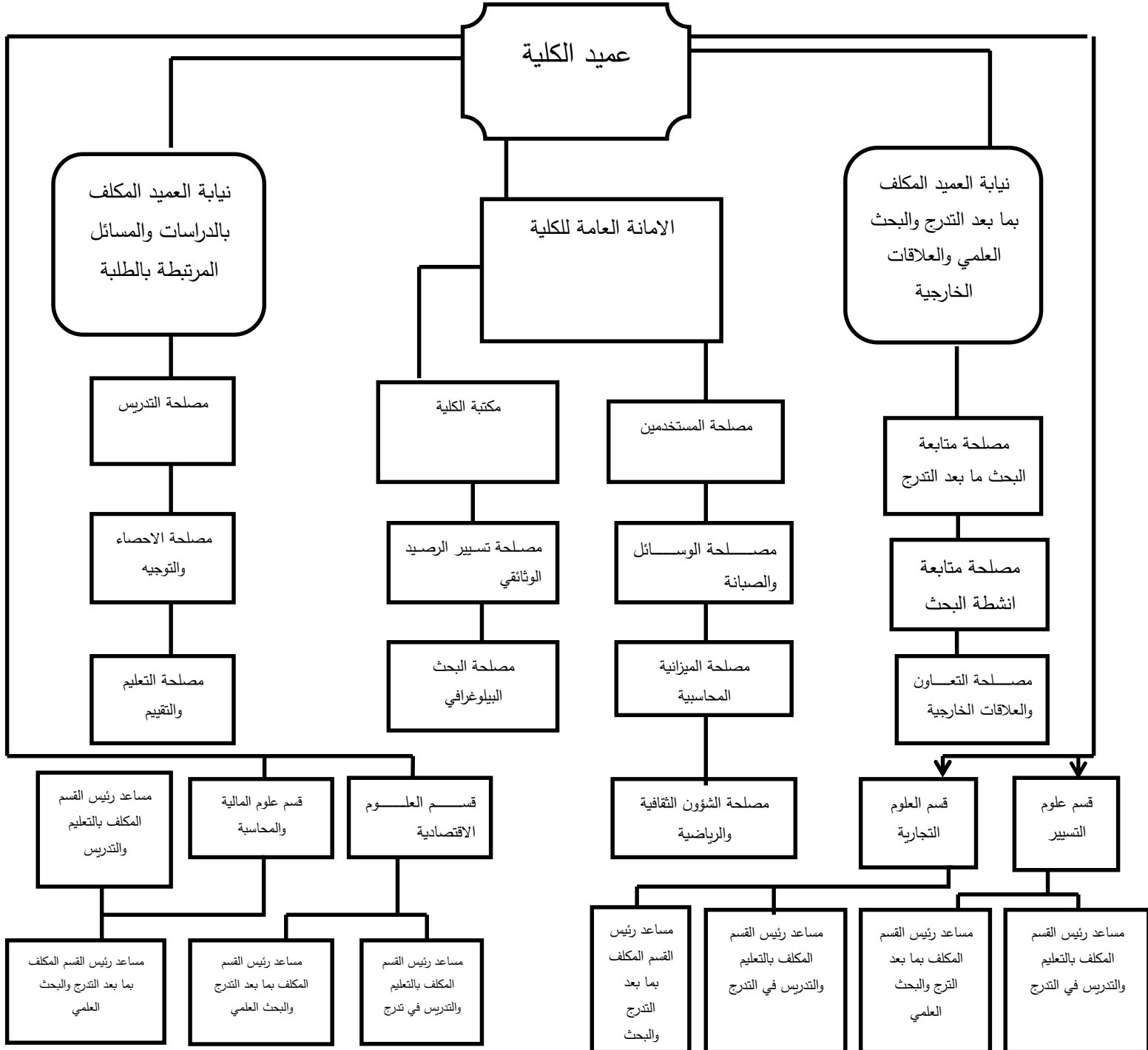
قسم علوم المالية والمحاسبة ويتضمن ما يلي:

m تدقيق ومراقبة التسيير	L محاسبة ومالية
	L مالية البنوك والتأمينات

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

نوضحه من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (2-2): الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



المصدر: وثائق كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف.

المبحث الثالث: أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية بميدان الدراسة

بقصد الإلمام بفرضيات الدراسة قسم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب حيث تناولنا في المطلب الأول خصائص عينة الدراسة، وفي المطلب الثاني التحليل الوصفي لأبعاد ومحاور الدراسة، وفي المطلب الثالث تم فيه اختبار الفرضيات.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

تظهر نتائج التحليل الوصفي انطلاقاً من المتغيرات الشخصية (الجنس، الوظيفة، الخبرة)، من خلال التكرارات ونسب المئوية كما هو موضح في الجداول التالية:

أولاً-توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير للجنس:

جدول رقم (2-7): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية%	التكرار	الجنس
56.70	38	ذكر
43.30	29	أنثي
100%	67	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن عينة الدراسة تضمنت كلا الجنسين بشكل متوازن تقريبا، وهذا يشير إلى انفتاح المجتمع الجزائري واندماج المرأة الجزائرية في عالم الشغل.

ثانياً-توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الوظيفة:

جدول رقم (2-8): توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة

النسبة المئوية%	التكرار	الرتبة
10.40	07	أستاذ مساعد (أ)
20.90	14	أستاذ مساعد(ب)
44.80	30	أستاذ محاضر(أ)
19.40	13	أستاذ محاضر (ب)
04.50	03	أستاذ التعليم العالي
100%	67	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

قسم متغير رتبة الأساتذة إلى 5 فئات حيث؛ نلاحظ من الجدول أعلاه هيمنت فئة الأساتذة ذوي الرتبة الوظيفية أستاذ محاضر(أ) بنسبة مشاركة 44.80%، وتلتها فئة أستاذ محاضر(ب) بنسبة مشاركة

19.40%، أما الفئتين الأقل مشاركة كانت تتمثل في فئة أستاذ مساعد (أ) وفئة أستاذ التعليم العالي بنسب مشاركة على الترتيب 10.40%، 04.50%، ومن الملاحظ أن أغلبية الأساتذة من الرتبة الوظيفية أستاذ محاضر (أ)، في حين أن فئة أستاذ التعليم العالي هي فئة قليلة وهذا يشير إلى ثقل عملية ترقية الأساتذة، في حين يشير نسبة مشاركة أستاذ مساعد من صنف (أ) إلى نقص في العملية التوظيف في الجامعة.

ثالثاً-توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة:

جدول رقم(2-9): توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة

النسبة المئوية%	التكرار	الخبرة
13.40	09	أقل من 5 سنوات
17.90	12	من 5 إلى أقل من 10 سنوات
22.40	15	من 10 سنوات إلى 15 سنة
46.30	31	أكثر 15 سنوات
<b>%100</b>	<b>67</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة كانت لفئة ذوي الخبرة المهنية الأكثر من 15 سنة بنسبة مشاركة 46.30%، ثم تليها الفئة ذوي الخبرة من 10 سنوات إلى 15 سنة، بنسبة مشاركة 22.40%، وبعدها الفئة من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، بنسبة مشاركة 17.90%، وفي المرتبة الأخيرة عادت لفئة ذوي الخبرة الأقل من 5 سنوات، بنسبة مشاركة 13.40%، وتشير إحصائياً جدول الخبرة المهنية إلى أن أغلبية الأساتذة يملكون خبرة سنوات كبيرة.

المطلب الثاني: التحليل الإحصائي الوصفي لأبعاد ومحاور الدراسة.

لتحديد المحك المعتمد في الدراسة فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكارت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (0.80=5/4) وذلك بعد إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية مقياس وهي واحد صحيح) وهكذا أصبح طول الخلية 0.80، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (2-10): المحك المعتمد في الدراسة للاستبيان

درجات الموافقة	الإجابات	المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي النسبي المقابل له	الاتجاه
1	غير موافق بشدة	[ 1 - 1.80 ]	[ 20% - 36% ]	مستوي منخفض جدا من القبول
2	غير موافق	[ 1.80 - 2.6 ]	[ 36% - 52% ]	مستوي منخفض من القبول
3	محايد	[ 2.60 - 3.40 ]	[ 52% - 68% ]	مستوي متوسط من القبول
4	موافق	[ 3.40 - 4.20 ]	[ 68% - 84% ]	مستوي عال من القبول
5	موافق بشدة	[ 4.20 - 5 ]	[ 84% - 100% ]	مستوي عال جدا من القبول

المصدر: زكي ناهض، مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المستشفيات الحكومية الفلسطينية وسبل تعزيزها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص: القيادة والإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة لدراسات العليا، غزة، فلسطين، 2016.ص: 126.

أولاً-تحليل وتفسير اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو أبعاد محور المسؤولية الاجتماعية:

عرض النتائج المتوصل إليها إحصائياً والمتعلقة بمحاور وأبعاد الدراسة، التي تساهم في معالجة إشكالية الدراسة والتحقق من الفرضيات التي تمت صياغتها، وذلك بالاعتماد على أدوات إحصائية من أهمها التكرارات، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، الوزن النسبي.

1- تحليل عبارات البعد الاقتصادي:

جدول رقم (2-11): العبارات المتعلقة البعد الاقتصادي

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
1	تساهم جامعتنا في توفير فرص العمل	3.87	0.869	77.40	2	عال
2	تساهم جامعتنا في تقوية وبناء البنى التحتية	3.97	0.984	79.40	1	عال
3	يحرص الموظفون في جامعتنا على خلق قيمة معنوية	3.84	1.039	76.80	3	عال
4	يتم العمل في جامعتنا وفق ظروف مناسبة للعمال	3.79	0.946	75.80	4	عال
	البعد الاقتصادي	3.86	0.772	77.20	/	عال

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاص بالبعد الاقتصادي فقد جاءت العبارة رقم 2 في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال) حيث؛ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (3.97)

وبانحراف معياري (0.984) وبوزن نسبي 79.40%، أي موافقة أفراد العينة بأن الجامعة تساهم بدرجة عالية في تقوية وبناء البني التحتية؛

وقعت العبارتين رقم (2 و3) في المرتبتين الثانية والثالثة على الترتيب وضمن مجال الاتجاه (عال)، في حين وقعت العبارة رقم 4 في المرتبة الأخيرة وضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة على أن العمل يتم في الجامعة وفق ظروف مناسبة لهم، إذ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (3.79) وبانحراف معياري (0.946) وبوزن نسبي 75.80%؛

عموماً إن جميع العبارات الخاصة بالبعد الاقتصادي وقعت ضمن الاتجاه (عال)، مما يعني موافقة عينة الدراسة بدرجة عالية على كل العبارات التي تضمنها هذا البعد، وبلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.86) وانحراف معياري (0.772)، وبوزن نسبي 77.20%، هذا يشير إلى أن أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة، لهم توجه إيجابي عال نحو البعد الاقتصادي، وهذا يؤكد على دور البعد الاقتصادي في تقوية المسؤولية الاجتماعية وتكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة محل الدراسة.

## 2- تحليل عبارات البعد القانوني:

### جدول رقم (2-12): العبارات المتعلقة بالبعد القانوني

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
5	تحتزم جامعتنا التزاماتها تجاه كافة الأطراف التي تتعامل معها	3.31	1.170	66.20	4	متوسط
6	تشجيع جامعتنا بتطبيق القوانين على كافة موظفيها	3.39	1.180	67.80	2	متوسط
7	تشجيع جامعتنا بتطبيق القوانين المتعلقة بالرعاية الصحية للموظفين	3.34	1.225	66.80	3	متوسط
8	تلتزم جامعتنا بتطبيق قوانين المحافظة على البيئة	3.51	1.035	70.20	1	عال
	<b>البعد القانوني</b>	<b>3.38</b>	<b>0.817</b>	<b>67.60</b>	/	متوسط

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاص بالبعد القانوني فقد جاءت العبارة رقم 8 في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال) حيث؛ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (3.51) وبانحراف معياري (1.035) وبوزن نسبي 70.20% أي موافقة أفراد العينة بأن الجامعة تلتزم بدرجة عالية بتطبيق قوانين المحافظة على البيئة؛

وقعت العبارات رقم (6، 7، 8) ضمن مجال الاتجاه (متوسط) بمتوسطات حسابية على الترتيب (3.39، 3.34، 3.31)، أي موافقة أفراد العينة على أن الجامعة تفي بالتزاماتها وتشجع تطبيق القوانين بدرجة متوسطة فقط؛

عموماً إن جميع العبارات الخاصة بالبعد القانوني وقعت ضمن الاتجاه (متوسط) حيث؛ بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.38) وانحراف معياري (0.817)، وبوزن نسبي 67.60%، هذا يشير إلى أن أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة، لهم توجه متوسط نحو تطبيق الجامعة لهذا البعد، وتحمل مسؤوليتها الاجتماعية وتكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة محل الدراسة.

### 3- تحليل عبارات البعد الاجتماعي:

جدول رقم (2-13): العبارات المتعلقة بالبعد الاجتماعي

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
9	تحث جامعتنا على احترام عادات وتقاليد المجتمع	4.13	0.968	82.60	1	عال
10	تعمل جامعتنا على توثيق علاقتها بالمجتمع	3.99	1.007	79.80	2	عال
11	تقوم جامعتنا على تشجيع بناء المرافق العامة	3.85	1.209	77.00	4	عال
12	تساهم جامعتنا في معالجة المشاكل الاجتماعية	3.90	0.987	78.00	3	عال
	<b>البعد الاجتماعي</b>	<b>3.96</b>	<b>0.772</b>	<b>79.20</b>	/	عال

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاص بالبعد القانوني فقد جاءت العبارة رقم 9 في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال) حيث؛ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.13) وانحراف معياري (0.968) وبوزن نسبي 82.60%، أي موافقة أفراد العينة بأن الجامعة تحث على احترام عادات وتقاليد المجتمع؛

عموماً إن جميع العبارات الخاصة بالبعد الاجتماعي وقعت ضمن الاتجاه (عال) حيث؛ بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.96) وانحراف معياري (0.772)، وبوزن نسبي 79.20%، هذا يشير إلى أن أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة، لهم توجه عال نحو مساهمة الجامعة في تطبيق هذا البعد وتحمل مسؤوليتها الاجتماعية، وتكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة محل الدراسة.

4- تحليل عبارات البعد الخيري:

جدول رقم (2-14): العبارات المتعلقة بالبعد الخيري

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
13	تمتلك جامعتنا دليل أخلاقي واضح لجميع الموظفين	4.16	0.963	83.20	4	عال
14	تمتلك جامعتنا نظاما لمحاربة الفساد الاداري	4.33	0.705	86.60	1	عال جدا
15	تشارك جامعتنا في الاعمال الخيرية المقدمة لأفراد المجتمع	4.33	0.927	86.60	2	عال جدا
16	تسعى جامعتنا إلى دعم مختلف المؤسسات الخيرية	4.31	0.891	86.20	3	عال جدا
	البعد الخيري.	4.28	0.636	85.60	/	عال جدا

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاص بالبعد الخيري، فقد جاءت العبارة رقم 14 في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال جدا) حسب المحك المعتمد في الدراسة حيث؛ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.33) وانحراف معياري (0.705) وهي أقل من القيمة الحرجة 1 وبوزن نسبي 86.60%، أي موافقة أفراد العينة بأن الجامعة تمتلك نظاما لمحاربة الفساد الإداري، وتعود المرتبة الثانية للعبارة رقم 15 (تشارك جامعتنا في الاعمال الخيرية المقدمة لأفراد المجتمع)، بمتوسط حسابي (4.33)، وانحراف معياري أكبر من العبارة رقم 14 بقيمة 0.927، منتميتا بذلك لمجال الاتجاه (عال جدا) حسب المحك المعتمد في الدراسة، في حين تعود المرتبة الثالثة للعبارة رقم 16 (تسعى جامعتنا إلى دعم مختلف المؤسسات الخيرية)، منتميتا كذلك للمجال (عال جدا)، وتعود المرتبة الأخيرة للعبارة رقم 13 (تمتلك جامعتنا دليل أخلاقي واضح لجميع الموظفين)، بمتوسط حسابي 4.16 وانحراف معياري (0.963) أقل من القيمة الحرجة 1 وبوزن نسبي 83.20%، وبذلك تشير هذه العبارة بانتمائها لمجال (عال)؛

عموما إن جميع العبارات الخاصة بالبعد الخيري وقعت ضمن الاتجاه (عال جدا) باستثناء العبارة رقم 13 التي تنتمي لمجال (عال) حيث؛ بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (4.28) وانحراف معياري (0.636)، وبوزن نسبي 85.60%، هذا يشير إلى أن أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة، لهم توجه عال جدا نحو جهود اهتمام الجامعة بالبعد

الخيرى، وتحمل مسؤوليتها الاجتماعية وتكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة محل الدراسة من خلال الاهتمام بالبعد الخيرى.

#### 5- تحليل عبارات محور المسؤولية الاجتماعية ككل:

بالنسبة للتقييم الكلي لمحور المسؤولية الاجتماعية فقد بلغ متوسطه الحسابي 3.87 بانحراف معياري 0.577 ووزن نسبي 77.60%، منتما بذلك لمجال عال حسب المحك المعتمد في الدراسة، هذا يشير إلى أن أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة لهم توجه عال نحو توفر المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة محل الدراسة.

ثانياً-تحليل وتفسير اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو محور الصورة الذهنية:

#### جدول رقم (2-15): العبارات المتعلقة بمحور الصورة الذهنية.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
17	ينكون لديك اتجاه إيجابي على الجامعة كلما تعلمت معها	4.03	0.778	80.06	5	عال
18	ترداد لديك مصداقية الجامعة قياسا بالجامعات الأخرى كلما تعاملت معها	4.09	0.753	81.80	1	عال
19	تمتلك معلومات متعددة حول الجامعة من شأنها تحسن من صورتها	4.04	0.787	80.80	3	عال
20	تتذكر خدمات الجامعة بصورة إيجابية	3.95	0.805	79.00	6	عال
21	تثق في الجامعة بسبب جودة خدماتها	4.09	0.793	81.80	2	عال
22	لا تبحث عن بدائل عمل أخرى لهذه الجامعة	4.04	0.824	80.80	4	عال
23	تعمل على توصية معارفك للتعامل مع هذه الجامعة	3.91	0.773	78.20	7	عال
	المحور التابع الصورة الذهنية	4.02	0.624	80.40	/	عال

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاص بمحور الصورة الذهنية ، فقد جاءت العبارة رقم (18) في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة حيث؛ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.09) وبانحراف معياري (0.753) وهي أقل من القيمة الحرجة 1 ووزن نسبي 81.80%، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية بأن لديهم مصداقية للجامعة محل الدراسة قياسا بالجامعات الأخرى، وتعود المرتبة الثانية للعبارة رقم 21 (تثق في الجامعة بسبب جودة خدماتها)، بمتوسط

حسابي (4.09)، وانحراف معياري (0.793) وهو انحراف أكبر من العبارة ذات الترتيب الأولي رقم (18) ، منتميتا بذلك لمجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة؛

عموما إن جميع العبارات الخاصة بمحور الصورة الذهنية وقعت ضمن الاتجاه (عال) حيث؛ بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور (4.02) وانحراف معياري (0.624)، وبوزن نسبي 80.40%، هذا يشير إلى أن أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة، لهم توجه عال إيجابي نحو تكون الصورة الذهنية لديهم، وذلك بفضل اهتمام وسعي الجامعة محل الدراسة بتكوين صورة الذهنية ذات مستوي عال من القبول.

### المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

تتمحور فرضيات الدراسة في الإجابة على إشكالية الدراسة حيث سوف نقوم في هذا المطلب بدراسة قوة النموذج وصلاحيته ثم اختبار فرضيات الدراسة من خلال اختبار الانحدار الخطي المتعدد والبسيط.

#### أولاً- اختبار قوة النموذج:

لاختبار قوة النموذج والتأكد من عدم وجود تداخل بين متغيرات الدراسة تم إعداد مصفوفة الارتباط (Corrélation Matrix)، وحساب معامل التضخم (Variance Inflationary Factor).

جدول رقم (2-16): مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة

المتغيرات المستقلة	البعد الاقتصادي	البعد القانوني	البعد الاجتماعي	البعد الخيري
البعد الاقتصادي	1	*0.295	**0.492	*0.260
البعد القانوني	*0.295	1	**0.621	**0.502
البعد الاجتماعي	**0.492	**0.621	1	*0.557
البعد الخيري	*0.260	**0.502	**0.557	1

\*\* الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة  $1 \leq \alpha \leq 0.0$ .

\* الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$ .

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من مصفوفة الارتباط المبينة في الجدول أعلاه أن هناك قوة ارتباطية بينية للمتغيرات المستقلة للدراسة حيث؛ أن جميع قيم الارتباط ذات دلالة إحصائية، أصغر معامل ارتباط بين البعد الاقتصادي مع البعد الخيري بقيمة 0.260 (ارتباط ضعيف)، وأكبر معامل ارتباط بين البعد الاجتماعي والبعد القانوني بقيمة 0.621 (ارتباط متوسط)، وهذا يشير إلى القوة التفسيرية لنموذج الدراسة.

الجدول رقم (2-17): قيم معامل تضخم التباين ومعامل التسامح للمتغيرات المستقلة

المتغيرات المستقلة	البعد الاقتصادي	البعد القانوني	البعد الاجتماعي	البعد الخيري
VIF	1.320	1.726	20215	1.539
Tolerance	0.757	0.579	0.451	0.650

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه يتضح أن قيم عوامل تضخم التباين (**Variance Inflation Factor**) للمتغيرات المستقلة كلها أصغر بكثير من القيمة المعيارية (10)<sup>4</sup>، وقيم اختبار التحمل (**Tolerance**) كلها قريبة من 1 وأكبر من 0.2 مما يدل على عدم وجود علاقة تعددية خطية مشتركة للمتغيرات التفسيرية، ويشير ذلك إلى قوة وصلاحيّة النموذج الفرضي للدراسة.

ثانياً-اختبار فرضيات الدراسة:

في هذا المطلب سوف يتم اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة باستخدام الانحدار الخطي المتعدد وكذا اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة باستخدام الانحدار الخطي البسيط.

#### 1- اختبار الفرضية الرئيسية:

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$ .

الجدول رقم (2-18): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

معامل الارتباط = 0.880					الخطأ المعياري للتقدير = 0.306
معامل التحديد $R^2 = 0.774$					قيمة معامل التحديد المعدل = 0.759
قيمة (F) = 53.046					مستوى المعنوية (F) = 0.000
المتغيرات المستقلة	B	Std. Error	بيتا	قيمة T	معنوية T
الثابت	0.492	0.287	/	1.719	0.091
البعد الاقتصادي	0.229	0.056	0.283	4.082	0.000

<sup>4</sup> - أحمد حامد، سعد الدين عبد الله، يارا الصارم، خوارزمية حل مشكلة الارتباط الخطي في نموذج الانحدار، مجلة جامعة البعث، جامعة حلب، سوريا، المجلد 39، العدد 12، 2017، ص 24.

0.000	3.985	0.316	0.061	0.241	البعد القانوني
0.000	4.090	0.368	0.073	0.297	البعد الاجتماعي
0.043	2.061	0.154	0.074	0.152	البعد الخيري

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

معامل الارتباط  $R = 0.880$  ارتباط طردي قوي أي وجود علاقة إيجابية قوية بين المتغيرين، المستقل المسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع الصورة الذهنية، كما يظهر معامل التحديد  $R^2$  وهو مقياس لجودة التوفيق، حيث يشير إلى 77.40% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية، وأن الباقي 22.60% فقط ترجع إلى عوامل أخرى؛

تشير نتائج تحليل اختبار أنوفا (F) معنوية إلى معنوية عالية (0.000) وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمد في الدراسة (  $\alpha \leq 0.05$  ) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي المتعدد من الناحية الإحصائية، و يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع الصورة الذهنية، و بذلك نستطيع التنبؤ بالمتغير التابع من خلال المتغيرات المستقلة، كما نلاحظ قيم معلمة الميل  $B$  كلها موجبة لمختلف الأبعاد الفرعية المستقلة، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المستقل المسؤولية الاجتماعية، والتابع الصورة الذهنية، فإن أي زيادة أو تحسين في أي بعد من الأبعاد الفرعية المستقلة بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع رضا الزبون بمقدار معين؛

من خلال قيم بيتا  $\beta$  نستطيع ترتيب قوة تأثير المتغيرات الفرعية المستقلة على المتغير الصورة الذهنية

على النحو التالي:

- المرتبة الأولى للبعد الاجتماعي بقوة تأثير (0.368)؛
- المرتبة الثانية البعد القانوني بقوة تأثير (0.316).
- المرتبة الثالثة البعد الاقتصادي بقوة تأثير (0.283).
- المرتبة الرابعة البعد الخيري بقوة تأثير (0.154).

يمكن كتابة معادلة الانحدار الخطي المتعدد للصورة الذهنية المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز  $Y$ ، ونرمز

للبعد الاقتصادي بالرمز  $x_1$ ، البعد القانوني بالرمز  $x_2$ ، البعد الاجتماعي بالرمز  $x_3$ ، والبعد الخيري بالرمز  $x_4$ ؛

$$Y = 0.492 + 0.229x_1 + 0.241x_2 - 0.297x_3 + 0.152x_4$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري المطروح في الدراسة ونقبل الفرض البديل التالي:

يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

## 2- اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

## الجدول رقم (2-19): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

معامل الارتباط=0.598		الخطأ المعياري للتقدير=0.504			
معامل التحديد $R^2=0.357$		قيمة معامل التحديد المعدل=0.347			
قيمة (F) = 36.097		مستوى المعنوية (F=) 0.000			
المتغير المستقل	B	Std. Error	بيتا	قيمة T	معنوية T
الثابت	2.157	0.317	/	6.810	0.000
البعد الاقتصادي	0.483	0.080	0.598	6.008	0.000

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يمكن استخلاص التحليل الإحصائي التالي:

معامل الارتباط  $R = 0.598$  ارتباط طردي متوسط أي وجود علاقة إيجابية متوسطة بين المتغيرين، المتغير الفرعي المستقل البعد الاقتصادي، والمتغير التابع الصورة الذهنية، كما يظهر معامل التحديد  $R^2$  وهو مقياس لجودة التوفيق، حيث يشير إلى أن 35.70% في المتغير التابع الصورة الذهنية يفسرها المتغير

الفرعي المستقل البعد الاقتصادي، وأن الباقي 64.30% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.504 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معلمة الميل بلغت  $B=0.483$  مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل البعد الاقتصادي بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة وتحسن في المتغير التابع بمقدار 0.483 وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) هي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل؛

معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 2.157 تحت مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنويتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية الأثر الإيجابي للمتغير الفرعي المستقل على الصورة الذهنية.

معادلة الانحدار الخطي البسيط للصورة الذهنية والذي نرسم لها بالرمز  $Y$  ونرمز للمتغير الفرعي المستقل البعد الاقتصادي بالرمز  $X$ .

$$Y=2.157+0.483x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري المطروح في الدراسة ونقبل الفرض البديل التالي:

يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$ .

### 3- اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$ .

لاختبار الفرضية الفرعية الثانية تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(2-20): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

معامل الارتباط = 0.705		الخطأ المعياري للتقدير = 0.446			
معامل التحديد $R^2 = 0.498$		قيمة معامل التحديد المعدل = 0.490			
قيمة (F) = 64.389		مستوى المعنوية (F) = 0.000			
المتغير المستقل	B	Std. Error	بيتا	قيمة T	معنوية T
الثابت	2.199	0.234		9.403	0.000
البعد القانوني	0.539	0.067	0.705	8.024	0.000

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

معامل الارتباط  $R = 0.705$  ارتباط طردي قوي أي وجود علاقة إيجابية قوية بين المتغيرين، المتغير الفرعي المستقل البعد القانوني، والمتغير التابع الصورة الذهنية، كما يظهر معامل التحديد  $R^2$  وهو مقياس لجودة التوفيق، حيث يشير إلى أن 49.80% في المتغير التابع الصورة الذهنية يفسرها المتغير الفرعي المستقل البعد الاقتصادي، وأن الباقي 50.20% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.446 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معلمة الميل بلغت  $B = 0.539$  مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل البعد القانوني بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة وتحسن في المتغير التابع بمقدار 0.539 وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) هي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل؛

معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 2.199 تحت مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية الأثر الإيجابي للمتغير الفرعي المستقل على الصورة الذهنية.

معادلة الانحدار الخطي البسيط للصورة الذهنية والذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز للمتغير الفرعي المستقل البعد القانوني بالرمز X.

$$Y = 2.199 + 0.539x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل

الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري المطروح في الدراسة ونقبل الفرض البديل التالي:

يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني على الصورة الذهنية من وجهة أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

#### 4- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الاجتماعي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الاجتماعي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وهو ما يوضحه الجدول

التالي:

الجدول رقم (2-21): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

معامل الارتباط = 0.789					الخطأ المعياري للتقدير = 0.386
معامل التحديد $R^2 = 0.623$					قيمة معامل التحديد المعدل = 0.617
قيمة (F) = 107.436					مستوى المعنوية (F) = 0.000
المتغيرات المستقلة	B	Std. Error	بيتا	قيمة T	معنوية T
الثابت	1.492	0.249	/	5.996	0.000
البعد الاجتماعي	0.638	0.062	0.789	10.365	0.000

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يمكن استخلاص التحليل الإحصائي التالي:

معامل الارتباط  $R = 0.789$  ارتباط طردي قوي؛ أي وجود علاقة إيجابية قوية بين المتغيرين، المتغير الفرعي المستقل البعد الاجتماعي، والمتغير التابع الصورة الذهنية، كما يظهر معامل التحديد  $R^2$  وهو مقياس لجودة التوفيق، حيث يشير إلى أن 62.30% في المتغير التابع الصورة الذهنية يفسرها المتغير الفرعي المستقل البعد القانوني، وأن الباقي 37.70% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.386 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية؛

كما نلاحظ أن قيمة معلمة الميل بلغت  $B = 0.638$  مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل البعد الاجتماعي بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة وتحسن في

المتغير التابع بمقدار 0.638 وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) هي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل؛

معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.492 تحت مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية الأثر الايجابي للمتغير الفرعي المستقل على الصورة الذهنية.

معادلة الانحدار الخطي البسيط للصورة الذهنية والذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز للمتغير الفرعي المستقل البعد الاجتماعي بالرمز X.

$$Y=1.492+0.638x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري المطروح في الدراسة ونقبل الفرض البديل التالي:

يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الاجتماعي على الصورة الذهنية من وجهة نظر أستاذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

#### 5- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الخيري على الصورة الذهنية من وجهة نظر أستاذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(2-22): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

معامل الارتباط = 0.592		الخطأ المعياري للتقدير = 0.507			
معامل التحديد $R^2 = 0.350$		قيمة معامل التحديد المعدل = 0.340			
قيمة (F) = 34.993		مستوى المعنوية (F) = 0.000			
المتغيرات المستقلة	B	Std. Error	بيتا $\beta$	قيمة T	معنوية T
الثابت	1.537	0.425	/	3.618	0.001
البعد الخيري	0.580	0.098	0.592	5.915	0.000

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

معامل الارتباط  $R = 0.592$  ارتباط طردي متوسط؛ أي وجود علاقة إيجابية متوسطة بين المتغيرين، المتغير الفرعي المستقل البعد الخيري، والمتغير التابع الصورة الذهنية، كما يظهر معامل التحديد  $R^2$  وهو مقياس لجودة التوفيق، حيث يشير إلى أن 35.00% في المتغير التابع الصورة الذهنية يفسرها المتغير الفرعي المستقل البعد القانوني، وأن الباقي 75.00% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.507 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية؛

كما نلاحظ أن قيمة معلمة الميل بلغت  $B = 0.580$  مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل البعد الخيري بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة وتحسن في المتغير التابع الصورة الذهنية بمقدار 0.580 وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) هي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل؛

معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.537 تحت مستوى معنوية (0.001) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنويتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية الأثر الايجابي للمتغير الفرعي المستقل على الصورة الذهنية.

معادلة الانحدار الخطي البسيط للصورة الذهنية والذي نرسم لها بالرمز Y ونرمز للمتغير الفرعي

المستقل البعد الخيري بالرمز X.

$$Y=1.537+0.580x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل

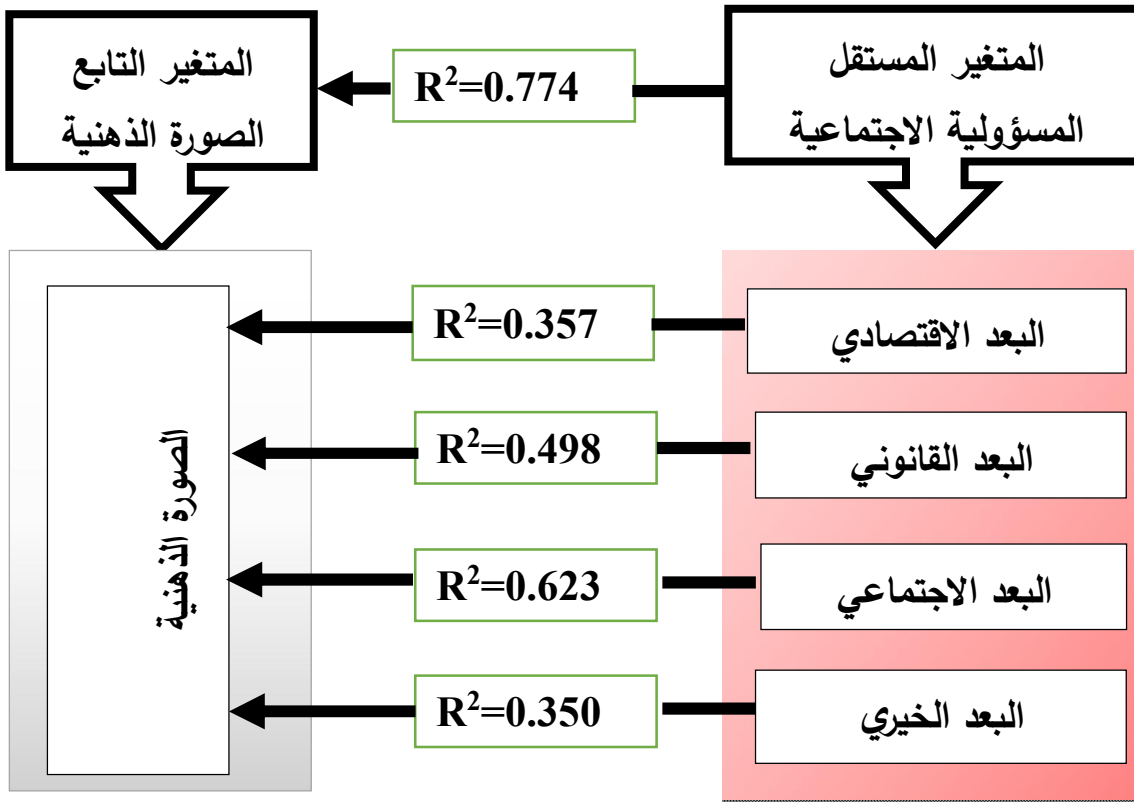
الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري المطروح في الدراسة ونقبل الفرض البديل التالي:

يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للبعد الخيري على الصورة الذهنية من وجهة أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

ثالثاً-النموذج الميداني للدراسة:

من خلال إجابات المستجوبين حول الظاهرة المدروسة بالمؤسسة محل الدراسة ولإجابة على الإشكالية المطروحة في الدراسة، من خلال اختبار الفرضيات، توصلنا إلى رسم النموذج الميداني التالي:

الشكل رقم (2-3): النموذج الميداني للدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على متغيرات نموذج الدراسة

من خلال شكل النموذج أعلاه يمكن أن نستخلص ما يلي:

وجود أثر إيجابي للمتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية بأبعاده المختلفة على الصورة الذهنية حسب آراء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة حيث؛ بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.774$  ما يعادل نسبة 77.40% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره

المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية، وبلغت قيم معامل التحديد  $R^2$  للأبعاد الفرعية المستقلة التي تفسر التباين الحاصل في الصورة الذهنية كالتالي:

- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.357$  ما يعادل نسبة 35.70% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد الاقتصادي؛
- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.498$  ما يعادل نسبة 49.80% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد القانوني؛
- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.623$  ما يعادل نسبة 62.30% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد الاجتماعي؛
- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.350$  ما يعادل نسبة 35.00% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد الخيري.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم التعرف على المؤسسة محل الدراسة، كما تم عرض خصائص عينة الدراسة من خلال المتغيرات التعريفية العامة (الجنس، الوظيفة، الخبرة)، وبعد المعالجة والتحليل الإحصائي لبيانات الدراسة تم التعرف على الدور والأثر الإيجابي الذي تساهم به المسؤولية الاجتماعية على تكوين الصورة الذهنية الإيجابية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؛

كما تم الكشف على أثر وإسهام كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية والمتمثل في المتغيرات الفرعية المستقلة (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاجتماعي، البعد الخيري) في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية بالمؤسسة محل الدراسة؛

أما من ناحية ترتيب القوة التأثيرية للأبعاد المستقلة على الصورة الذهنية بالمؤسسة محل الدراسة، من خلال قيم معاملات قيم بيتا  $\beta$  استحوذ البعد الاجتماعي على الترتيب الأول، ويأتي في الترتيب الثاني البعد القانوني الذي لا يقل أهمية البعد الأول ويأتي في الترتيب الثالث البعد الاقتصادي، وفي الترتيب الرابع والأخير يرجع للبعد الخيري، في حين أن تأثيراتهم كانت كلها إيجابية.

# الخاتمة



توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات النظرية والتطبيقية، التي تخص كلا المحورين محور المسؤولية الاجتماعية ومحور الصورة الذهنية، سواء تعلق الأمر بالمفاهيم السائدة لكليهما، أو آراء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كما تم طرح مجموعة من الاقتراحات وعدة مواضع تمثل آفاق الدراسة.

#### أولاً-الاستنتاجات النظرية:

- المسؤولية الاجتماعية هي أحد التحديات التي يجب على الجامعة الاهتمام بها؛
- نجاح الجامعة مرتبط بالصورة الذهنية الذي يأخذها المجتمع عنها؛
- الجامعة مؤسسة هامة وركيزة أساسية في ترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية؛
- تكوين صورة ذهنية إيجابية لا يتأتى إلا من خلال وجود ثقافة المسؤولية الاجتماعية؛
- المسؤولية الاجتماعية مطلبا علميا أقرتها سائر المجتمعات البشرية باختلاف عقائدهم وسلوكياتهم.

#### ثانياً-الاستنتاجات التطبيقية:

- من خلال عينة الدراسة التي شملت كلا الجنسين الذكور والإناث بشكل متقارب، وهذا يشير إلى انفتاح المجتمع الجزائري واندماج المرأة الجزائرية في شتى المجالات العملية؛
- أغلبية العينة محل الدراسة لديهم خبرة كبيرة، إذ تمثل نسبة مشاركة فئة الخبرة الأكثر من 15 سنة 46.30%، في حين الأساتذة الذين يمثلون خبرة قليلة (أقل من 5سنوات) كانت نسبة مشاركتهم قليلة 13.40% فقط؛
- توصلت الدراسة من خلال الاعتماد على معامل الارتباط إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع الصورة الذهنية حيث بلغ معامل الارتباط الثنائي بينهما 0.880 أي ما يعادل نسبة 88.00% وهو ارتباط طردي قوي؛
- توصلت الدراسة بأنه يتوفر في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة المسؤولية الاجتماعية بأبعادها وهذا بناء على إجابات مفردات عينة الدراسة حيث؛ كانت إجابات أفراد العينة على محور المسؤولية الاجتماعية بدرجة موافقة عالية وبمتوسط قدر ب 3.87، وللتفصيل أكثر فإن درجة الموافقة على وجود البعد الاقتصادي كانت عالية بمتوسط حسابي قدره 3.86، درجة الموافقة على وجود البعد القانوني كانت متوسطة بمتوسط حسابي قدره 3.38، ودرجة الموافقة على وجود البعد الاجتماعي كانت عالية بمتوسط حسابي قدره 3.96، ودرجة الموافقة على وجود البعد الخيري كانت عالية جدا بمتوسط حسابي قدره 4.28.

- كما توصلت الدراسة بأنه يتوفر في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة صورة ذهنية إيجابية، وهذا بناء على إجابات مفردات عينة الدراسة حيث؛ كانت إجابات أفراد العينة على محور الصورة الذهنية بدرجة موافقة عالية وبمتوسط قدر ب 4.02.
- كما توصلت الدراسة من خلال الاعتماد على معامل الارتباط الثنائي إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الفرعية المستقلة للمسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع الصورة الذهنية حيث بلغت معاملات الارتباط الثنائية كالتالي:
- بلغت قيمة الارتباط الثنائي بين المتغير الفرعي المستقل البعد الاقتصادي والصورة الذهنية 0.598 أي ما يعادل نسبة 59.80% وهو ارتباط طردي متوسط؛
- بلغت قيمة الارتباط الثنائي بين المتغير الفرعي المستقل البعد القانوني والصورة الذهنية 0.705 أي ما يعادل نسبة 70.50% وهو ارتباط طردي قوي؛
- بلغت قيمة الارتباط الثنائي بين المتغير الفرعي المستقل البعد الاجتماعي والصورة الذهنية 0.789 أي ما يعادل نسبة 78.89% وهو ارتباط طردي قوي؛
- بلغت قيمة الارتباط الثنائي بين المتغير الفرعي المستقل البعد الخيري والصورة الذهنية 0.592 أي ما يعادل نسبة 52.20% وهو ارتباط طردي متوسط.
- نتج عن اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة (اختبار الانحدار المتعدد) وجود أثر إيجابي للمتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية حسب آراء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة حيث؛ بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.774$  ما يعادل نسبة 77.40% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية؛
- نتج عن اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة (اختبار الانحدار البسيط) وجود آثار إيجابية لمختلف الأبعاد الفرعية المستقلة (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاجتماعي، البعد الخيري) على الصورة الذهنية، وتحققت الدلالات الإحصائية لجميع الفرضيات الفرعية عند مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة  $\alpha \leq 0.05$ ، وبلغت قيم معامل التحديد  $R^2$  للأبعاد الفرعية المستقلة التي تفسر التباين الحاصل في الصورة الذهنية كالتالي:
- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.357$  ما يعادل نسبة 35.70% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد الاقتصادي؛

- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.498$  ما يعادل نسبة 49.80% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد القانوني؛
- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.623$  ما يعادل نسبة 62.30% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد الاجتماعي؛
- بلغت قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.350$  ما يعادل نسبة 35.00% من التباين الحاصل في الصورة الذهنية يفسره المتغير الفرعي المستقل البعد الخيري.

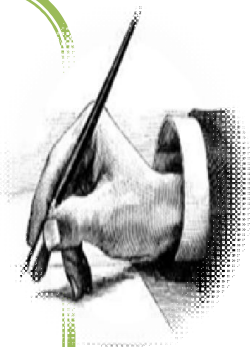
#### ثالثا-الاقتراحات:

- تقوية العلاقات العامة في الجامعة مع كل الأطراف الفاعلين؛
- إجراء البحوث المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في الجامعة من أجل توظيفها في تحسين الصورة الذهنية؛
- جذب الكفاءات البشرية واستثمارها القادرة على تحسين الصورة الذهنية للجامعة؛
- تكثيف خدمات الارشاد والتوعية الاجتماعية بغية التحسن المستمر للصورة الذهنية للجامعة؛
- تخصيص ميزانية خاصة بالبرامج الاجتماعية في الجامعة.

#### رابعا-آفاق الدراسة:

- يمكن مستقبلا إثراء هذا الموضوع بدراسات مستقبلية نظرا لتجده، ويمكن أن نقترح بعض المواضيع التي هي بحاجة للبحث العلمي منها:
- المسؤولية الاجتماعية للوطن العربي في ظل الانفتاح العالمي؛
  - دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق تنمية الموارد البشرية،
  - أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسات.

# قائمة المصادر والمراجع



### قائمة المصادر والمراجع:

#### أولاً: الكتب

1. أحمد سهير كامل، دراسات في سيكولوجية الشخصية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2001.
2. أكرم احمد الطويل، ياسمين طه، عبد الرزاق الدباغ، إدارة الجودة الشاملة، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2016.
3. بسام عبد الرحمان الجرايدة، ادارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر، الطبعة الاولى، 2003.
4. ثامر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للطباعة والنشر، طبعة الألى، عمان، الأردن، 2001.
5. حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013.
6. خالد قاشي، رمزي بودرجة، التسويق للمسؤولية الاجتماعية (مدخل لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
7. سمير سعيد بن سحنون، البعد الأخلاقي والاجتماعي للتسويق، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2015.
8. سناء إبراهيم أبو دقة، سمير خالد الصافي، تطبيقات علمية باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في البحث التربوي والنفسي، الطبعة الأولى، مكتبة الأفاق، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013.
9. صالح الشيخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، ديبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، الجمعية الدولية للعلاقات العامة، 2009.
10. ظاهر محسن، منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، دار وائل، الطبعة الرابعة، عمان، 2015.
11. على عجوة وكريمان فريد، ادارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة مصر، 2005.
12. غلاي نسيمة، الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للشركات، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، الجزائر، 2015.

13. محمد جودة ناصر وعلى لخضر، المسؤولية الاجتماعية واخلاقيات العمل، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2014.
14. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للتوزيع والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2000.
15. محمود يوسف، فن العلاقات العامة، دار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2008.
16. مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2015.
17. مؤيد الساعدي، قياس اللاملموسيات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016.
18. ناصر جرادات، عزام أبو الحمام، المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، دار إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الثامنة، عمان-الأردن، 2013.

ثانياً: المذكرات:

1. أحلام كتاب، دور المسؤولية الاجتماعية في دعم الصورة الذهنية للمؤسسة، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص استراتيجية وتسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، 2015-2016.
2. أسماء الشيخ بلة، أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للمنظمات، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019.
3. إلهام موساوي، دور المسؤولية الاجتماعية والبيئة للمؤسسة في بناء الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص الادارة الاستراتيجية للتنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة سطيف، 2014.
4. باية وقنوني، أثر العلاقات العامة على المستهلك النهائي، مذكرة ماجستير، قسم علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2008.

5. صلاح الدين فاضل، دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة اتجاه العاملين في تحسين أداء الموارد البشرية، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018.
6. عبد الكبير فيصل، رياح عبد الرزاق، دور المزيج التسويقي الصحي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الاستشفائية الخاصة، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2019.
7. علي محمد الحريشه، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في رضا العملاء دراسة ميدانية على بنك بيمو السعودي الفرنسي في سوريا مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص: إدارة الأعمال التخصصي، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018.
8. علي محمد خطيب، أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردنّي، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2011.
9. محمد شقراني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019.
10. نوال ضياني، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010.
11. ونيسة بن هناية، أثر الأبعاد التسويقي الاجتماعية على الميزة التنافسية في تحسين أداء الموارد البشرية، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص استراتيجية وتسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015.
12. وهيبة مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية (دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري)، اطروحة دكتوراه غير منشورة، في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2014.
13. يوني لطيفة، أثر تمكين العاملين في تحسين الأداء الاجتماعي للمؤسسات الجزائرية، رسالة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، قسم علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015.

ثالثا: المجالات:

1. أحمد حامد، سعد الدين عبد الله، يارا الصارم، خوارزمية حل مشكلة الارتباط الخطي في نموذج الانحدار، مجلة جامعة البعث، جامعة حلب، سوريا، المجلد 39، العدد 12، 2017، ص24.

رابعا: الملتقيات

1. أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، الركائز الاساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الاعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الاعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، 2012.
2. زين الدين بروش، دهيمي جابر، دور نظم الادارة البيئية في تحسين الأداء البيئي للمؤسسات، مداخلة ضمن مجريات الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، يومي 22-23 نوفمبر، 2011.

خامسا: المراسيم التنفيذية

1. المرسوم التنفيذي: رقم 92-301 المؤرخ في 06 محرم 1413هـ، الموافق ل 07 يوليو 1992، والمتضمن إنشاء المركز الجامعي.
2. المرسوم التنفيذي: رقم 83-544 المؤرخ في 17 ذو الحجة 1403هـ، الموافق ل 24 سبتمبر 1983، والمتضمن القانون الأساسي النموذجي الجامعي، المعدل ومتمم، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 53، بتاريخ 19 سبتمبر 2001.

# قائمة الملاحق



الملاحق

الملحق رقم (01): طلب مساعدة الطلبة على إجراء التبرص الميداني.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم: .....



المسيلة في: .....

رقم: .....

إلى السيد: محمد بن عبد الحميد مدير  
قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء التبرص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...  
في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة: علوم التسيير تخصص الإدارة العامة فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء تبرصهم الميداني بمؤسساتكم. تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و/ر.س	الإمضاء
01	<u>حنين راجي</u>	<u>35101195</u>	<u>200337254</u>	
02	<u>نور الدين حسانين</u>	<u>35101202</u>	<u>200337070</u>	
عنوان المذكرة: <u>المسؤولية الاجتماعية على الصورة الاقتصادية من وجهة نظر</u> <u>مؤسسة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير</u>				
المشرف (الاسم واللقب و الإمضاء)		هيئة التبرص (الإمضاء والختم)		رئيس القسم (الإمضاء والختم)
<u>زيداي حميد</u> 				

## الملحق رقم (02): الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الأخ الفاضل، الأخت الفاضلة تحية طيبة وبعد؛

في إطار الاعداد لمذكرة التخرج والتي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير والموسومة بعنوان: "أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، يسرني أن أضع بين أيديكم هذه الاستبانة لغرض تحصيل المعلومات المطلوبة حول الموضوع المذكور، ونرجو أن تكون إجابتكم على الأسئلة المطروحة بكل موضوعية، مع العلم أن المعلومات المدلى بها سيتم استخدامها لغرض البحث العلمي فقط.

أشركم مسبقا على حسن تعاونكم وتقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير .

الطالبتين: حساني نور الهدى، راجي منى تحت اشراف الأستاذة: زواوي حميدة

ملاحظة: الإجابة تكون بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة.  
أولا-المعلومات الشخصية:

الرقم	المتغيرات
01	الجنس ذكر أنثى
02	الوظيفة أستاذ مساعد أ أستاذ مساعد ب أستاذ محاضر أ أستاذ محاضر ب أستاذ التعليم العالي
03	الخبرة أقل من 5 سنوات من 5 سنوات إلى 10 سنوات من 10 سنوات إلى 15 سنة أكثر من 15 سنة

رقم العبرة	ثانيا: محور المسؤولية الاجتماعية				
	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
<b>البعد الأول: البعد الاقتصادي</b>					
01					تساهم جامعتنا في توفير فرص العمل
02					تساهم جامعتنا في تقوية وبناء البنى التحتية
03					يحرص الموظفون في جامعتنا على خلق قيمة معنوية
04					يتم العمل في جامعتنا وفق ظروف مناسبة للعمال
<b>البعد الثاني: البعد القانوني</b>					
05					تحترم جامعتنا التزاماتها تجاه كافة الأطراف التي تتعامل معها
06					تشجيع جامعتنا بتطبيق القوانين على كافة موظفيها
07					تشجيع جامعتنا بتطبيق القوانين المتعلقة بالرعاية الصحية للموظفين
08					تلتزم جامعتنا بتطبيق قوانين المحافظة على البيئة
<b>البعد الثالث: البعد الاجتماعي</b>					
09					تحت جامعتنا على احترام عادات وتقاليد المجتمع
10					تعمل جامعتنا على توثيق علاقتها بالمجتمع
11					تقوم جامعتنا على تشجيع بناء المرافق العامة
12					تساهم جامعتنا في معالجة المشاكل الاجتماعية
<b>البعد الرابع: البعد الخيري</b>					
13					تمتلك جامعتنا دليل أخلاقي واضح لجميع الموظفين
14					تمتلك جامعتنا نظاما لمحاربة الفساد الاداري
15					تشارك جامعتنا في الاعمال الخيرية المقدمة لأفراد المجتمع
16					تسعى جامعتنا إلى دعم مختلف المؤسسات الخيرية
رقم العبرة	ثالثا: محور الصورة الذهنية				
	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

					يتكون لديك اتجاه إيجابي على الجامعة كلما تعلمت معها	17
					تزداد لديك مصداقية الجامعة قياسا بالجامعات الأخرى كلما تعاملت معها	18
					تمتلك معلومات متعددة حول الجامعة من شأنها تحسن من صورتها	19
					تتذكر خدمات الجامعة بصورة إيجابية	20
					تثق في الجامعة بسبب جودة خدماتها	21
					لا تبحث عن بدائل عمل أخرى لهذه الجامعة	22
					تعمل على توصية معارفك للتعامل مع هذه الجامعة	23

الملحق رقم (3): قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان.

الجامعة	الأستاذ	الرقم
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	قاسمي كمال	01
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	تمار توفيق	02
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	قروش عيسى	03
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	حوحو مصطفى	04
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	عسلي نورالدين	05



independent	Pearson Correlation	.712**	.466**	.447**	.576**	.627**	.504**	.540**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	independent
										t
q9	Pearson Correlation	1	.297*	.354**	.570**	.139	.268*	.305*	.179	.644**
	Sig. (2-tailed)		.015	.003	.000	.263	.029	.012	.148	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
q10	Pearson Correlation	.297*	1	.334**	.456**	.299*	.413**	.281*	.174	.623**
	Sig. (2-tailed)	.015		.006	.000	.014	.001	.021	.159	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
q11	Pearson Correlation	.354**	.334**	1	.393**	.347**	.396**	.436**	.353**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.003	.006		.001	.004	.001	.000	.003	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
q12	Pearson Correlation	.570**	.456**	.393**	1	.258*	.290*	.353**	.296*	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.035	.017	.003	.015	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
q13	Pearson Correlation	.139	.299*	.347**	.258*	1	.522**	.159	.416**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.263	.014	.004	.035		.000	.198	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
q14	Pearson Correlation	.268*	.413**	.396**	.290*	.522**	1	.319**	.654**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.029	.001	.001	.017	.000		.008	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
q15	Pearson Correlation	.305*	.281*	.436**	.353**	.159	.319**	1	.277*	.477**
	Sig. (2-tailed)	.012	.021	.000	.003	.198	.008		.023	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
q16	Pearson Correlation	.179	.174	.353**	.296*	.416**	.654**	.277*	1	.522**
	Sig. (2-tailed)	.148	.159	.003	.015	.000	.000	.023		.000

N		67	67	67	67	67	67	67	67	67
Independent	Pearson Correlation	.644**	.623**	.662**	.651**	.511**	.639**	.477**	.522**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		67	67	67	67	67	67	67	67	67

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## ب- نتائج اختبار الاتساق الداخلي لمحور الصورة الذهنية.

Correlations									
		q17	q18	q19	q20	q21	q22	q23	dependent
q17	Pearson Correlation	1	.512**	.493**	.655**	.585**	.588**	.483**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67
q18	Pearson Correlation	.512**	1	.479**	.431**	.570**	.432**	.534**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67
q19	Pearson Correlation	.493**	.479**	1	.768**	.649**	.581**	.654**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67
q20	Pearson Correlation	.655**	.431**	.768**	1	.576**	.642**	.674**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67
q21	Pearson Correlation	.585**	.570**	.649**	.576**	1	.481**	.607**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67
q22	Pearson Correlation	.588**	.432**	.581**	.642**	.481**	1	.482**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67
q23	Pearson Correlation	.483**	.534**	.654**	.674**	.607**	.482**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67
dependent	Pearson Correlation	.778**	.709**	.835**	.858**	.805**	.763**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ثانيا: الاتساق البنائي لأبعاد ومحاور الاستبيان.

Correlations								
		ind1	ind2	ind3	ind4	independent	dependent	global
ind1	Pearson Correlation	1	.295*	.492**	.260*	.675**	.598**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.034	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
ind2	Pearson Correlation	.295*	1	.621**	.502**	.798**	.705**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
ind3	Pearson Correlation	.492**	.621**	1	.557**	.872**	.789**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
ind4	Pearson Correlation	.260*	.502**	.557**	1	.726**	.592**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.034	.000	.000		.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
independent	Pearson Correlation	.675**	.798**	.872**	.726**	1	.876**	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
dependent	Pearson Correlation	.598**	.705**	.789**	.592**	.876**	1	.971**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
global	Pearson Correlation	.655**	.774**	.856**	.678**	.966**	.971**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

ثالثا: اختبار الثبات.

## 1-ثبات الاستبيان ككل

```
RELIABILITY
/VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 q17 q18
q19 q20 q21 q22 q23
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### Notes

Output Created		30-MAY-2021 22:10:07
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
	Matrix Input	
	Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 q17 q18 q19 q20 q21 q22 q23 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	67	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	23

## 2- ثبات محور المسؤولية الاجتماعية.

RELIABILITY

```
/VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

### Reliability

		Notes
Output Created		30-MAY-2021 22:12:55
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	67	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.861	16

### 3-ثبات محور الصورة الذهنية.

```
RELIABILITY
/VARIABLES=q17 q18 q19 q20 q21 q22 q23
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

### Reliability

Notes		
Output Created		30-MAY-2021 22:13:59
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=q17 q18 q19 q20 q21 q22 q23 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

## Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	67	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.901	7

رابعاً: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.

```
EXAMINE VARIABLES=indpendent dependent
/PLOT NPLOT
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/CINTERVAL 95
/MISSING LISTWISE
/NOTOTAL.
```

## Explore

Notes		
Output Created		30-MAY-2021 22:15:43
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values for dependent variables are treated as missing.

	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any dependent variable or factor used.
Syntax		EXAMINE VARIABLES=independent dependent /PLOT NPLOT /STATISTICS DESCRIPTIVES /INTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:06,18
	Elapsed Time	00:00:03,46

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
independent	67	100.0%	0	0.0%	67	100.0%
dependent	67	100.0%	0	0.0%	67	100.0%

Descriptives				
			Statistic	Std. Error
independent	Mean		3.8759	.07057
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.7350	
		Upper Bound	4.0168	
	5% Trimmed Mean		3.8805	
	Median		3.8125	
	Variance		.334	
	Std. Deviation		.57761	
	Minimum		2.69	
	Maximum		5.00	
	Range		2.31	
	Interquartile Range		.94	
	Skewness		-.002	.293
	Kurtosis		-.718	.578
dependent	Mean		4.0235	.07629
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.8711	
		Upper Bound	4.1758	

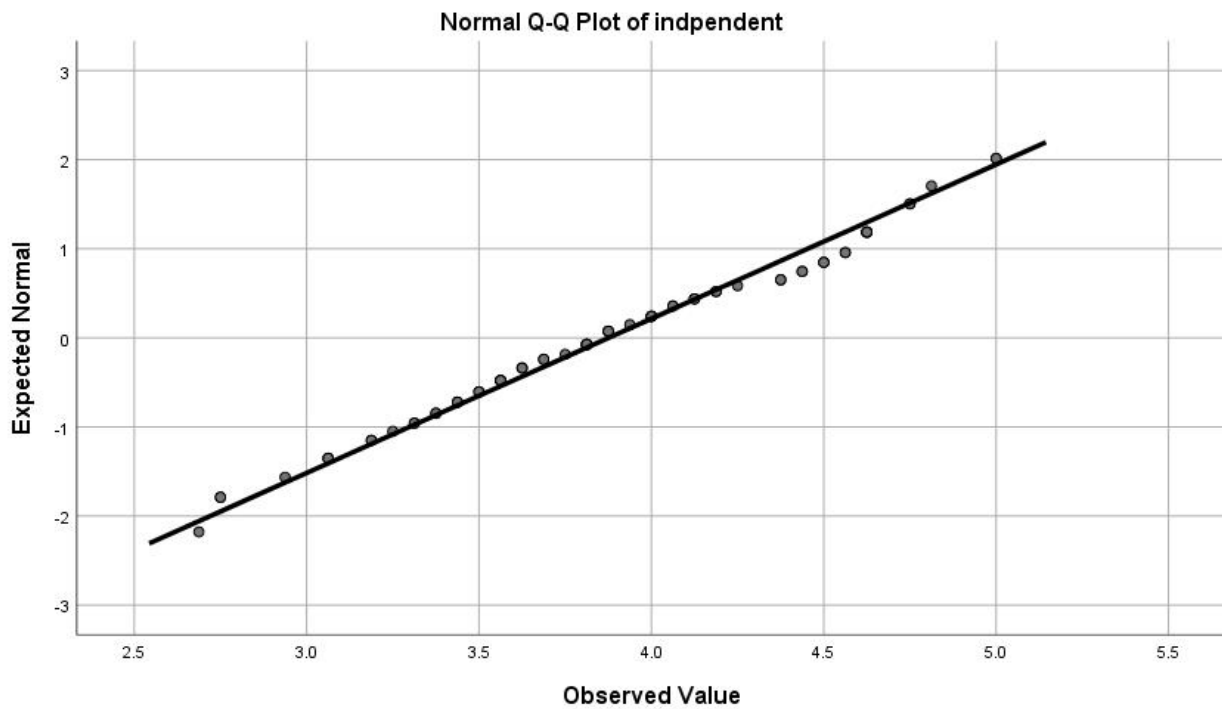
	5% Trimmed Mean	4.0261	
	Median	4.0000	
	Variance	.390	
	Std. Deviation	.62448	
	Minimum	3.00	
	Maximum	5.00	
	Range	2.00	
	Interquartile Range	1.00	
	Skewness	-.049	.293
	Kurtosis	-.951	.578

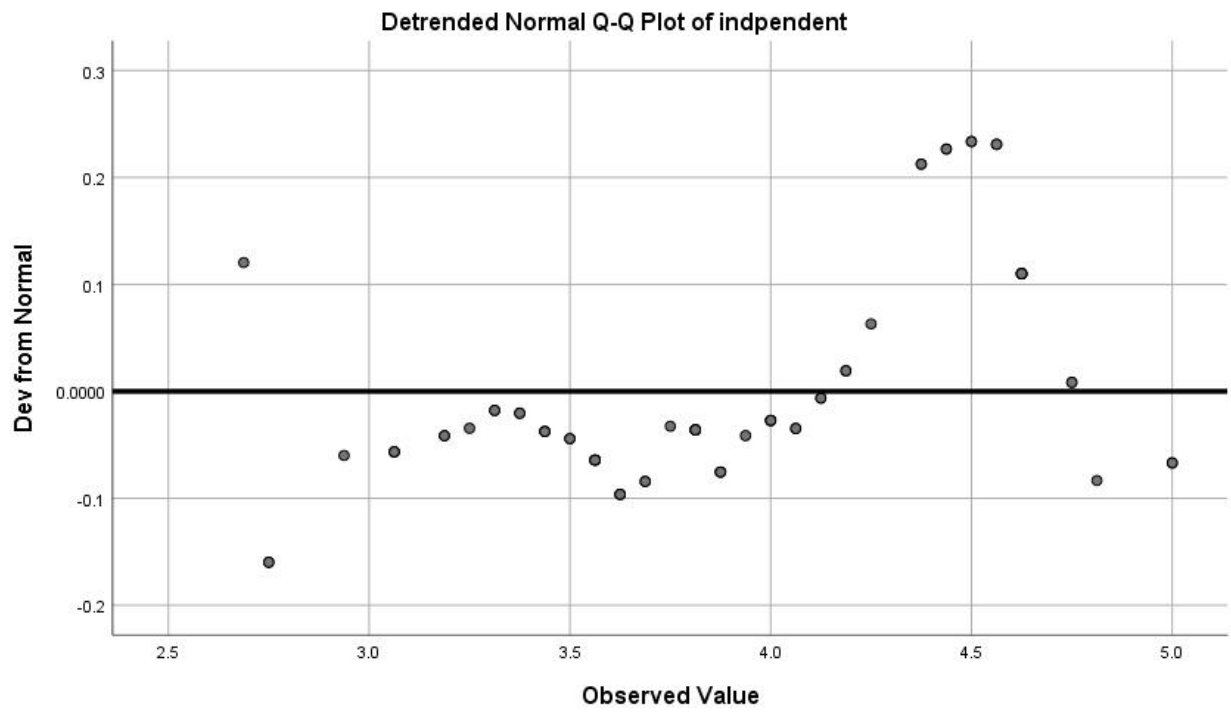
Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
independent	.075	67	.200*	.979	67	.331
dependent	.104	67	.067	.939	67	.003

\*. This is a lower bound of the true significance.

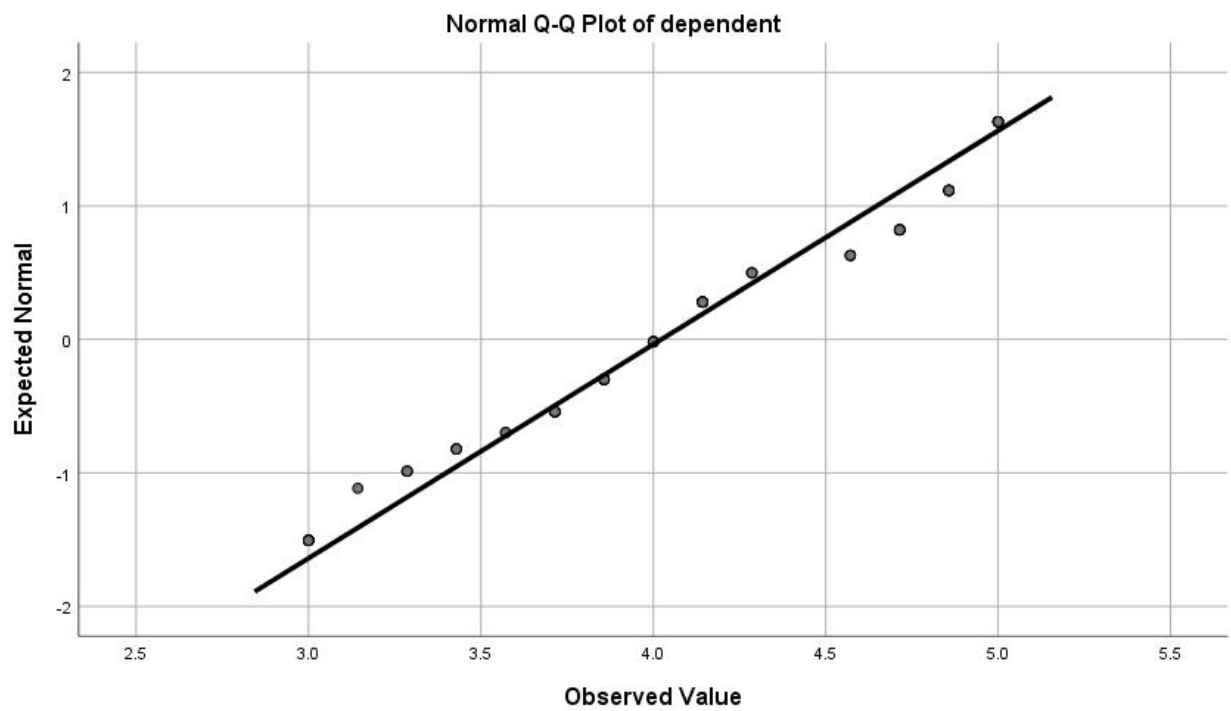
a. Lilliefors Significance Correction

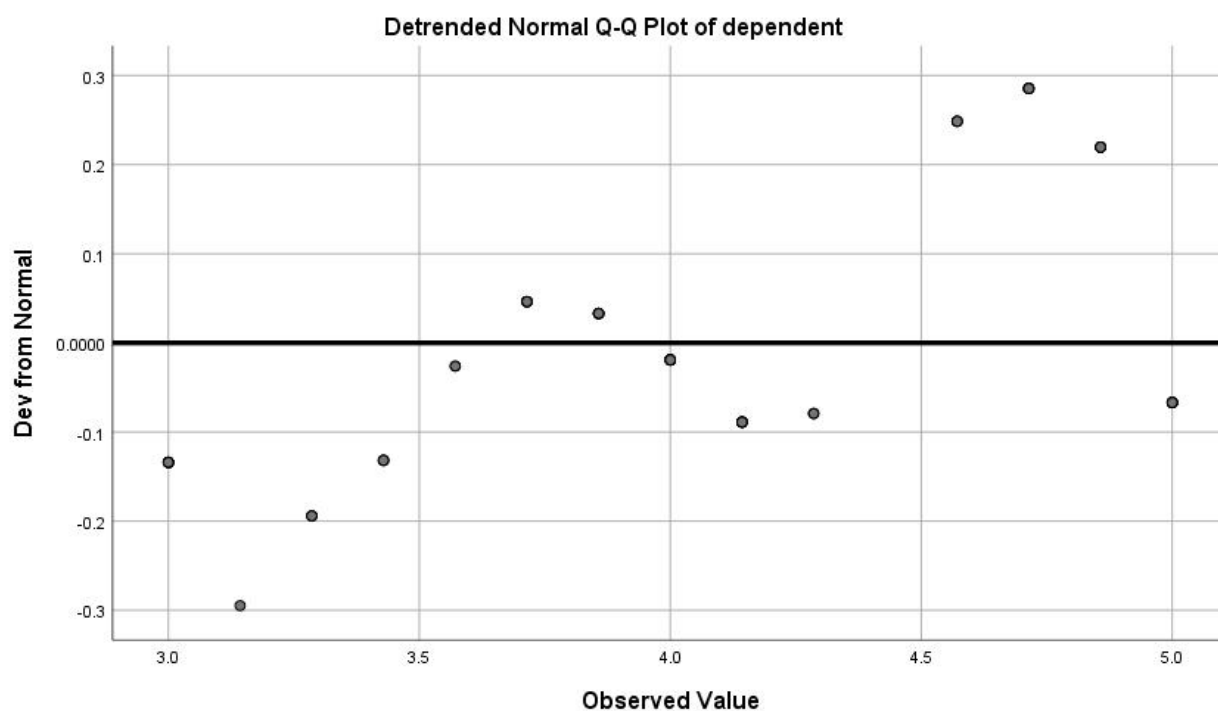
**independent**





dependent





خامسا: تحليل عبارات محور المسؤولية الاجتماعية.

```
FREQUENCIES VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15
q16 independent
  /NTILES=4
  /STATISTICS=STDDEV MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.
```

## Frequencies

Notes		
Output Created		30-MAY-2021 22:21:43
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 independent /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,04

Statistics										
		q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	independent
N	Valid	67	67	67	67	67	67	67	67	67
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.87	3.97	3.84	3.79	3.31	3.39	3.34	3.51	3.8759
Std. Deviation		.869	.984	1.039	.946	1.170	1.180	1.225	1.035	.57761
Percentiles	25	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.4375
	50	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.8125
	75	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.3750

Statistics										
		independent	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16
N	Valid	67	67	67	67	67	67	67	67	67
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.8759	4.13	3.99	3.8507	3.90	4.16	4.33	4.33	4.31
Std. Deviation		.57761	.968	1.007	1.20923	.987	.963	.705	.927	.891
Percentiles	25	3.4375	3.00	3.00	3.0000	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	50	3.8125	4.00	4.00	4.0000	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
	75	4.3750	5.00	5.00	5.0000	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

## Frequency Table

q1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non agree	6	9.0	9.0	9.0
	neturel	12	17.9	17.9	26.9
	agree	34	50.7	50.7	77.6

	stenghte agree	15	22.4	22.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

q2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non stenghthe agree	2	3.0	3.0	3.0
	non agree	4	6.0	6.0	9.0
	neturel	9	13.4	13.4	22.4
	agree	31	46.3	46.3	68.7
	stenghte agree	21	31.3	31.3	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

q3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non stenghthe agree	2	3.0	3.0	3.0
	non agree	5	7.5	7.5	10.4
	neturel	15	22.4	22.4	32.8
	agree	25	37.3	37.3	70.1
	stenghte agree	20	29.9	29.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

q4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non stenghthe agree	1	1.5	1.5	1.5
	non agree	4	6.0	6.0	7.5
	neturel	20	29.9	29.9	37.3
	agree	25	37.3	37.3	74.6
	stenghte agree	17	25.4	25.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

q5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non stenghthe agree	6	9.0	9.0	9.0
	non agree	8	11.9	11.9	20.9
	neturel	24	35.8	35.8	56.7
	agree	17	25.4	25.4	82.1
	stenghte agree	12	17.9	17.9	100.0

Total	67	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

**q6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	5	7.5	7.5	7.5
	non agree	9	13.4	13.4	20.9
	neturel	22	32.8	32.8	53.7
	agree	17	25.4	25.4	79.1
	stenghte agree	14	20.9	20.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	7	10.4	10.4	10.4
	non agree	8	11.9	11.9	22.4
	neturel	20	29.9	29.9	52.2
	agree	19	28.4	28.4	80.6
	stenghte agree	13	19.4	19.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	3	4.5	4.5	4.5
	non agree	6	9.0	9.0	13.4
	neturel	24	35.8	35.8	49.3
	agree	22	32.8	32.8	82.1
	stenghte agree	12	17.9	17.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	1	1.5	1.5	1.5
	non agree	2	3.0	3.0	4.5
	neturel	15	22.4	22.4	26.9
	agree	18	26.9	26.9	53.7
	stenghte agree	31	46.3	46.3	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	3	4.5	4.5	4.5
	neturel	16	23.9	23.9	28.4
	agree	24	35.8	35.8	64.2
	stenghte agree	24	35.8	35.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	9.0	9.0	9.0
	3.00	18	26.9	26.9	35.8
	4.00	17	25.4	25.4	61.2
	5.00	26	38.8	38.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	2	3.0	3.0	3.0
	non agree	2	3.0	3.0	6.0
	neturel	18	26.9	26.9	32.8
	agree	24	35.8	35.8	68.7
	stenghte agree	21	31.3	31.3	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	2	3.0	3.0	3.0
	non agree	1	1.5	1.5	4.5
	neturel	11	16.4	16.4	20.9
	agree	23	34.3	34.3	55.2
	stenghte agree	30	44.8	44.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non agree	1	1.5	1.5	1.5
	neturel	6	9.0	9.0	10.4
	agree	30	44.8	44.8	55.2
	stenghte agree	30	44.8	44.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

### q15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	2	3.0	3.0	3.0
	non agree	2	3.0	3.0	6.0
	neturel	3	4.5	4.5	10.4
	agree	25	37.3	37.3	47.8
	stenghte agree	35	52.2	52.2	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

### q16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non strengththe agree	2	3.0	3.0	3.0
	neturel	7	10.4	10.4	13.4
	agree	24	35.8	35.8	49.3
	stenghte agree	34	50.7	50.7	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

### independent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.69	1	1.5	1.5	1.5
	2.75	2	3.0	3.0	4.5
	2.94	1	1.5	1.5	6.0
	3.06	3	4.5	4.5	10.4
	3.19	2	3.0	3.0	13.4
	3.25	1	1.5	1.5	14.9
	3.31	2	3.0	3.0	17.9
	3.38	2	3.0	3.0	20.9
	3.44	3	4.5	4.5	25.4
	3.50	2	3.0	3.0	28.4
	3.56	4	6.0	6.0	34.3
	3.63	3	4.5	4.5	38.8

3.69	2	3.0	3.0	41.8
3.75	1	1.5	1.5	43.3
3.81	5	7.5	7.5	50.7
3.88	3	4.5	4.5	55.2
3.94	1	1.5	1.5	56.7
4.00	4	6.0	6.0	62.7
4.06	2	3.0	3.0	65.7
4.13	2	3.0	3.0	68.7
4.19	2	3.0	3.0	71.6
4.25	1	1.5	1.5	73.1
4.38	2	3.0	3.0	76.1
4.44	2	3.0	3.0	79.1
4.50	2	3.0	3.0	82.1
4.56	2	3.0	3.0	85.1
4.63	5	7.5	7.5	92.5
4.75	2	3.0	3.0	95.5
4.81	1	1.5	1.5	97.0
5.00	2	3.0	3.0	100.0
Total	67	100.0	100.0	

سادسا: تحليل عبارات محور الصورة الذهنية.

```
FREQUENCIES VARIABLES=q17 q18 q19 q20 q21 q22 q23 dependent
  /NTILES=4
  /STATISTICS=STDDEV MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.
```

## Frequencies

Notes		
Output Created		30-MAY-2021 22:23:29
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=q17 q18 q19 q20 q21 q22 q23 dependent /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

### Statistics

		q17	q18	q19	q20	q21	q22	q23	depend
N	Valid	67	67	67	67	67	67	67	
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	
Mean		4.03	4.09	4.04	3.9552	4.09	4.04	3.91	4
Std. Deviation		.778	.753	.787	.80590	.793	.824	.773	.6
Percentiles	25	3.00	4.00	3.00	3.0000	3.00	3.00	3.00	3
	50	4.00	4.00	4.00	4.0000	4.00	4.00	4.00	4
	75	5.00	5.00	5.00	5.0000	5.00	5.00	5.00	4

### Frequency Table

q17					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	neturel	19	28.4	28.4	28.4
	agree	27	40.3	40.3	68.7
	stenghte agree	21	31.3	31.3	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

q18					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	neturel	16	23.9	23.9	23.9
	agree	29	43.3	43.3	67.2
	stenghte agree	22	32.8	32.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	neturel	19	28.4	28.4	28.4
	agree	26	38.8	38.8	67.2
	stenghte agree	22	32.8	32.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	23	34.3	34.3	34.3
	4.00	24	35.8	35.8	70.1
	5.00	20	29.9	29.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q21**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	neturel	18	26.9	26.9	26.9
	agree	25	37.3	37.3	64.2
	stenghte agree	24	35.8	35.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q22**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	neturel	21	31.3	31.3	31.3
	agree	22	32.8	32.8	64.2
	stenghte agree	24	35.8	35.8	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

**q23**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	neturel	23	34.3	34.3	34.3

agree	27	40.3	40.3	74.6
stenghte agree	17	25.4	25.4	100.0
Total	67	100.0	100.0	

		dependent			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	3.00	8	11.9	11.9	11.9
	3.14	1	1.5	1.5	13.4
	3.29	3	4.5	4.5	17.9
	3.43	3	4.5	4.5	22.4
	3.57	2	3.0	3.0	25.4
	3.71	5	7.5	7.5	32.8
	3.86	7	10.4	10.4	43.3
	4.00	8	11.9	11.9	55.2
	4.14	8	11.9	11.9	67.2
	4.29	3	4.5	4.5	71.6
	4.57	3	4.5	4.5	76.1
	4.71	5	7.5	7.5	83.6
	4.86	5	7.5	7.5	91.0
	5.00	6	9.0	9.0	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

سابعا: مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة.

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=ind1 ind2 ind3 ind4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

## Correlations

Notes		
Output Created	30-MAY-2021 22:25:43	
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=ind1 ind2 ind3 ind4 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01

Correlations					
		ind1	ind2	ind3	ind4
ind1	Pearson Correlation	1	.295*	.492**	.260*
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.034
	N	67	67	67	67
ind2	Pearson Correlation	.295*	1	.621**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.000
	N	67	67	67	67
ind3	Pearson Correlation	.492**	.621**	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	67	67	67	67
ind4	Pearson Correlation	.260*	.502**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	.034	.000	.000	
	N	67	67	67	67
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

ثامنا: اختبار فرضيات الدراسة.

1- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية:

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
```

```

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT dependent
/METHOD=ENTER ind1 ind2 ind3 ind4.

```

## Regression

Notes		
Output Created		30-MAY-2021 22:28:26
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT dependent /METHOD=ENTER ind1 ind2 ind3 ind4.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,02
	Memory Required	5200 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ind4, ind1, ind2, ind3 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: dependent
b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 <sup>a</sup>	.774	.759	.30639

a. Predictors: (Constant), ind4, ind1, ind2, ind3

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.919	4	4.980	53.046	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5.820	62	.094		
	Total	25.739	66			

a. Dependent Variable: dependent

b. Predictors: (Constant), ind4, ind1, ind2, ind3

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.492	.287		1.719	.091
	ind1	.229	.056	.283	4.082	.000
	ind2	.241	.061	.316	3.985	.000
	ind3	.297	.073	.368	4.090	.000
	ind4	.152	.074	.154	2.061	.043

a. Dependent Variable: dependent

## 2-نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT dependent
/METHOD=ENTER ind1.
```

### Regression

Notes	
Output Created	30-MAY-2021 22:29:30
Comments	

Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT dependent /METHOD=ENTER ind1.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Memory Required	3648 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ind1 <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: dependent			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.598 <sup>a</sup>	.357	.347	.50457
a. Predictors: (Constant), ind1				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.190	1	9.190	36.097	.000 <sup>b</sup>
	Residual	16.549	65	.255		
	Total	25.739	66			
a. Dependent Variable: dependent						
b. Predictors: (Constant), ind1						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.157	.317		6.810	.000
	ind1	.483	.080	.598	6.008	.000
a. Dependent Variable: dependent						

### 3- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT dependent
  /METHOD=ENTER ind2.

```

### Regression

Notes		
Output Created		30-MAY-2021 22:30:44
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1

	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT dependent /METHOD=ENTER ind2.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,15
	Memory Required	3648 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ind2 <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: dependent			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.705 <sup>a</sup>	.498	.490	.44601
a. Predictors: (Constant), ind2				

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>
--------------------------

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.809	1	12.809	64.389	.000 <sup>b</sup>
	Residual	12.930	65	.199		
	Total	25.739	66			
a. Dependent Variable: dependent						
b. Predictors: (Constant), ind2						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.199	.234		9.403	.000
	ind2	.539	.067	.705	8.024	.000
a. Dependent Variable: dependent						

#### 4- نتائج اختبار الفرضية الثالثة:

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT dependent
  /METHOD=ENTER ind3.

```

#### Regression

Notes		
Output Created	30-MAY-2021 22:31:55	
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT dependent /METHOD=ENTER ind3.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Memory Required	3648 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ind3 <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: dependent			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.623	.617	.38635
a. Predictors: (Constant), ind3				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.036	1	16.036	107.436	.000 <sup>b</sup>
	Residual	9.702	65	.149		
	Total	25.739	66			

a. Dependent Variable: dependent
b. Predictors: (Constant), ind3

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.492	.249		5.996	.000
	ind3	.638	.062	.789	10.365	.000

a. Dependent Variable: dependent

## 5- نتائج اختبار الفرضية الرابعة:

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT dependent
  /METHOD=ENTER ind4.

```

## Regression

Notes		
Output Created		30-MAY-2021 22:33:31
Comments		
Input	Data	C:\Users\NeW PC\Desktop\program spss etudiant\hassani.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	67
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT dependent /METHOD=ENTER ind4.
Resources	Processor Time	00:00:00,06
	Elapsed Time	00:00:00,09
	Memory Required	3648 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ind4 <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: dependent			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 <sup>a</sup>	.350	.340	.50735
a. Predictors: (Constant), ind4				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.007	1	9.007	34.993	.000 <sup>b</sup>
	Residual	16.731	65	.257		
	Total	25.739	66			
a. Dependent Variable: dependent						
b. Predictors: (Constant), ind4						

Coefficients <sup>a</sup>	
---------------------------	--

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.537	.425		3.618	.001
	ind4	.580	.098	.592	5.915	.000

a. Dependent Variable: dependent





## تصريح شرقي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): حسان بنور الهادي المولود(ة) بتاريخ: 1996/03/10 ب: مسقط

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 900337079 الصادرة بتاريخ: 2016/4/24 عن: مسقط

المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبية: علوم التسيير تخصص: المسح المحاسبي خلال السنة الجامعية: 2015/2016

والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: دور المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية

وجريدة نظرياً كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

أصح بشرفي أنني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2016/05/15

التوقيع والبصمة

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى إبراز أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، من خلال دراسة أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية المتمثلة في البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاجتماعي والبعد الخيري على الصورة الذهنية.

تم إجراء دراسة حالة لدراسة هذا الأثر على عينة من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة الميدانية على الاستبانة التي كان عددها 67 استبانة وزعت على عينة الدراسة كأداة في جمع المعلومات والإجابة على إشكالية وفرضيات هذه الدراسة.

أظهرت هذه الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها (الاقتصادي، القانوني، الاجتماعي والخيري) على الصورة الذهنية من وجهة نظر أساتذة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

**الكلمات المفتاحية:** المسؤولية الاجتماعية، البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الاجتماعي، البعد الخيري، الصورة الذهنية.

## Study Abstract

The study aimed to highlight the impact of social responsibility on the mental image from the point of view of the professors of Mohamed Boudiaf University in M'sila, by studying the impact of the dimensions of social responsibility represented in the economic dimension, the legal dimension, the social dimension and the charitable dimension on the mental image. A case study was conducted to study this effect on a sample of professors of the Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences. In this field study, a questionnaire was relied on, which was 67 questionnaires distributed to the study sample as a tool in collecting information and answering the problematic and hypotheses of this study.

The study as a tool in collecting information and answering the problematic and hypotheses of this study.

This study showed a statistically significant impact of social responsibility with its dimensions (economic, legal, social and charitable) on the mental image from the point of view of the professors of Mohamed Boudiaf University in M'sila.

**Keywords :** social Responsibility, economic dimension, legal dimension, social dimension, charitable dimension, mental image.

