جامعة احمد دراية -أدرار

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

شعبة: علوم التسيير

تخصص إدارة أعمال

العنوان

أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للمنظمات
دراسة حالة البنوك التجارية أدرار

إعداد الطالبة:

الشيخ بلة أسماء

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
عياد ليلى	محاضر-أ	رئيساً
أقاسم حسنة	محاضر- أ	مشرفاً
ساوس الشيخ	أستاذ دكتور	مناقشاً

الموسم الجامعي:2019/2018

إهـــــــــــــداء

اهـــدي هـــذا العمـــل إلى والداي الكريمين

وإلى عائلتي الكريمة

وإلى روح جدتـــــي الطاهـــرة تغمـــدها الله برحمتـــه

الواسعـــــــة

وإلى كل من تعب من اجلي كي أصل إلى هنا

كلمة شكر

الشكر موصول إلى الأستاذة المشرفة والى كل من الأستاذ

حوتية عمر، الأستاذ بن سي حمو سمير ، الأستاذ ساوس

الشيخ، الأستاذ بلعارية احمد، الأستاذ مسعد

والى كل من ساعدني من قريب أو بعيد

والى أساتذة الدراسة على مدار الشوط الدراسي

فهرس المحتويات

مقدمة.....01

تمهيد الفصل الأول: الأدبيات النظرية.....06

المبحث الأول: مفاهيم حول المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية.....07

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.....07

أولاً: نشأة المسؤولية الاجتماعية.....07

ثانياً: تعريف المسؤولية الاجتماعية. 07

ثالثا: مبادئ المسؤولية الاجتماعية. 07

رابعاً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية. 10

المطلب الثاني: مفهوم الصورة الذهنية.....10

أولا: تعريف الصورة الذهنية.....10

ثانياً: خصائص الصورة الذهنية. 11

ثالثاً: أهمية الصورة الذهنية. 11

المطلب الثالث: العلاقة التبادلية بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية.....12

أولاً: ارتباط المسؤولية الاجتماعية بتحسين الصورة الذهنية..... 12

ثانياً: الارتباط بين عناصر الصورة الذهنية وأبعادها.. 12

المبحث الثاني: الدراسات السابقة. 14

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية.....14

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية. 15

المطلب الثالث: مميزات الدراسة الحالية.....16

خلاصة الفصل الأول.....17

تمهيد الفصل الثاني الدراسة الميدانية.....18

المبحث الأول: الطريقة والأدوات. 19

المطلب الأول:مسار الدراسة. 19

أولاً: مجتمع الدراسة. 19

ثانياً: مصادر جمع البيانات.....19

ثالثاً: أداة الدراسة المعتمدة.....20

المطلب الثاني: أداة الدراسة. 20

أولاً: صدق الاتساق الداخلي الاستبيان.....20

ثانياً: ثبات فقرات الاستبيان. 28

المبحث الثاني: تحليل النتائج واختبار فرضية الدراسة. 32

المطلب الأول: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة. 32

أولاً:التحليل الوصفي لمحور متغير المسؤولية الاجتماعية: 32

ثانياً: التحليل الوصفي لعبارات المحور الثالث الصورة الذهنية. 36

ثالثاً: التحليل الوصفي للمحورين. 38

رابعاً: التحليل الوصفي لخصائص العينة: 38

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات. 41

أولاً: اختبار الاعتدالية. 41

ثانياً: اختبار الفروقات. 43

ثالثاً: اختبار فرضية الدراسة. 46

خلاصة الفصل الثاني 47

الخاتمة.....48

المراجع 50

الملاحق

الملخص

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	04
02	الربط بين عناصر الصورة الذهنية وأبعادها	08
03	يوضح تقسيم الاستبيان	15
04	يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين	16
05	الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه العاملون	16
06	يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه الزبائن	17
07	يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه البيئة	18
08	يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المجتمع	18
09	يوضح الصدق الداخلي لفقرات محور المسؤولية الاجتماعية	19
10	صدق الاتساق البنائي للمحور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية	20
11	يوضح الصدق الداخلي للمحور الثالث متغير الصورة الذهنية	21
12	صدق الاتساق البنائي لمتغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير الصورة الذهنية	22
13	يوضح ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين	22
14	ثبات لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه العاملون	23
15	ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه الزبائن	23
16	ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه البيئة	24
17	ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه المجتمع	24
18	ثبات المحور الثالث متغير الصورة الذهنية	25
19	يوضح ثبات الاستبيان	25
20	يوضح المتوسط المرجح	26
21	يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين	26
22	يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه العاملون	27

23	يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه الزبائن	28
24	يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه البيئة	29
25	يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المجتمع	29
26	يوضح البيانات الوصفية لعبارات الصورة الذهنية	30
27	يوضح التحليل الوصفي للمحاور المتغيرين	32
28	يوضح التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة حسب الخبرة	32
29	يوضح التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	33
30	يوضح التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة حسب السن	34
31	يوضح اختبار التوزيع الطبيعي كولموجروف سميرنوف لفقرات المحور الثاني	36
32	يوضح اختبار التوزيع الطبيعي كولموجروف سميرنوف للمحور الثاني	36
33	يوضح اختبار التوزيع الطبيعي كولموجروف سميرنوف للمحور الثالث	37
34	يوضح تحليل التباين للفرضية الأولى للمحور الثاني	37
35	يوضح تحليل التباين للفرضية الثانية للمحور الثاني	38
36	يوضح تحليل التباين للفرضية الثالثة للمحور الثاني	38
37	يوضح تحليل التباين للفرضية الأولى للمحور الثالث	39
38	يوضح تحليل التباين للفرضية الثانية للمحور الثالث	39
39	يوضح تحليل التباين للفرضية الثالثة للمحور الثالث	40
40	يوضح قيم اختبار الانحدار الخطي لمتغيرات الدراسة	40

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح العلاقة التبادلية بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية	08
02	يوضح توزيع متغير الخبرة	33
03	يوضح التوزيع حسب المؤهل العلمي	34
04	يوضح التوزيع حسب السن	35

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
1	معامل الثبات الفا كرومباخ الاولي	01
2	معامل الثبات الفا كرومباخ الكلي	01
3	الفا كرومباخ للفقرات	01
4	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارات	02
5	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحورين	04
6	معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الأولى للمحور الثاني	05
7	معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الثانية للمحور الثاني	05
8	معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الأولى للمحور الثاني	07
9	معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الرابعة للمحور الثاني	08
10	معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الخامسة للمحور الثاني	09
11	معامل الارتباط بين الفقرات المتغير المستقل المحور الثاني	10
12	معامل الارتباط بين المحور الثاني المتغير المستقل وفقراته	11
13	معامل الارتباط بين المحور الثالث المتغير التابع وعباراته	12
14	معامل الارتباط بين المحورين	13
15	الانحدار الخطي	14
16	اختبار التوزيع الطبيعي للاستبيان	15
17	اختبار التوزيع الطبيعي المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية	15
18	اختبار التوزيع الطبيعي المحور الثالث الصورة الذهنية	15
19	اختبار التوزيع الطبيعي الفقرات المتغير المستقل المحور الثاني	15
20	النزعة المركزية للتشتت للعمر	16
21	اختبار التباين الأحادي المحور الثاني	16
22	اختبار التباين الأحادي المحور الثالث	16
23	الاستبيانات المعتمد عليها في استبيان الدراسة الحالية	18
24	قائمة السادة الأساتذة محكمين الاستبيان	19
25	استمارة الاستبيان	20

قائمة الرموز

الرمز	المعنى
sig	مستوى المعنوية
spss	الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية
f	قيمة فيشر

مقدمة

لقد كشفت مختلف الدراسات والبحوث أن المسئولية الاجتماعية تعتبر من القضايا الأكثر أهمية وتحدي للمؤسسات خاصة الاقتصادية منها، ولذا يتزايد اهتمام المؤسسات حاليا بالمسؤولية الاجتماعية من خلال المحاولات المتعددة والمختلفة لإدارة أعمالها بشكل فعال وأخلاقي على كافة المستويات ، بما يجعلها مصدرا للفرص والابتكار وتعزيز صورتها لدى الرأي العام .

وفي وقت أصبحت فيه الصورة الذهنية تجاه المؤسسات تكتسب أهمية خاصة من خلال تأثيرها في الرأي العام السائد نحو مختلف الجوانب ذات العلاقة بالمؤسسة، أدركت الكثير من المؤسسات مدى أهمية الصورة الذهنية الجيدة، وتأثيرها الكبير على نجاح المنظمات، فوضعتها من ضمن أولوياتها عند رسم خططها وتنفيذ قراراتها لدورها في تشكيل السلوك المجتمعي والذي بناءً عليه تقوم المؤسسات.

إشكالية الدراسة:

يعتبر موضوع المسؤولية الاجتماعية موضوعاً من المواضيع التي لطالما تناولها الباحثين، إلا انه لازال موضوعا يثير الجدل والغموض في المؤسسات، كما ويعد موضوع الصورة الذهنية المواضيع الإدارية الحديثة مقارنةً بموضوع المسؤولية الاجتماعية، وقد استدلينا على مشكل الدراسة من خلال الزيارات الميدانية للمؤسسات البنكية التجارية من خلال وجود فهم ووعي غير كافي نحو الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمات وتأثيرها على سمعتها، ولذلك سنحاول دراسة هذه الإشكالية والمساهمة في حلها بطرح السؤال التالي:

كيف يؤثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية بالمنضمات؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟ وما هي أبعادها؟
2. هل هناك تطبيق لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية؟
3. هل هناك تطبيق لمفاهيم الصورة الذهنية؟
4. هل يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تحسين الصورة الذهنية بالبنوك التجارية بادارا؟

فرضية الدراسة:

يوجد اثر للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للمنظمات.

الفرضيات الفرعية:

1. لا يوجد تطبيق لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية بأدرار.
2. لا يوجد تطبيق لمفاهيم الصورة الذهنية في البنوك التجارية بأدرار.
3. لا يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تحسين الصورة الذهنية بالبنوك التجارية بأدرار.

أهداف الدراسة:

يعتبر الهدف الرئيسي من هذه الدراسة التعريف بالمسؤولية الاجتماعية، ماهيتها ووفيها يتمثل تطبيقها، وكذا التعريف بأصحاب المصالح المعنيين وتوضيح الأثر منها على تحسين الصورة الذهنية، ثم التوصل إلى جملة من النتائج والتوصيات التي بشأنها تفيد متخذي القرارات في البنوك التجارية بالمنطقة للتعرف على أهمية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

أهمية الدراسة:

أما أهميتها فتتمثل في أهمية المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الصورة الذهنية وإيضاح طبيعة العلاقة بين هاذين المتغيرين والتعرف على مدى التزام البنوك التجارية بالمسؤولية الاجتماعية كذا فتح الباب أمام الباحثين والدارسين لإجراء دراسات مستقبلية في هذا المجال معتمدين على ما ستصل إليه الدراسة من نتائج وما ستقدمه من توصيات.

مبررات اختيار الموضوع:

لقد ارتأينا اختيار هذا الموضوع رغبةً منا في التعريف بأهمية المسؤولية الاجتماعية والالتزام بها بأبعادها مجتمعة وتأثيرها على الصورة الذهنية في المنظمات بمنطقة ادرار حيث من المتوقع أن تتوصل الدراسة إلى نتائج تخرج بتوصيات لقطاع البنوك التجارية من اجل سد الثغرات وملئ النقائص التي تكسبها سمعة طيبة وولاء من المجتمع.

حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

- **الحدود المكانية:** اقتصرت هذه الدراسة على البنوك التجارية بمنطقة ادرار.
- **الحدود البشرية:** اقتصرت هذه الدراسة على موظفي البنوك التجارية بادرار.
- **الحدود الزمنية:** تم انجاز هذه الدراسة خلال الفصل الثاني من العام الدراسي 2019/2018.
- **الحدود العلمية:** تكونت من المتغير المستقل وهو المسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع وهو الصورة الذهنية.

منهج البحث والأدوات المستخدمة:

استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، الذي يعمل على وصف مجتمع الدراسة، وتحليل الاستبانة التي استخدمت لجمع البيانات لمعرفة اثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للمنظمات.

وقد اعتمدنا على إستراتيجية مقسمة إلى ثلاثة مراحل حيث شملت المرحلة الأولى الإلمام بالجانب النظري من اجل تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومفهوم الصورة الذهنية والعلاقة بينهما.

أما المرحلة الثانية كانت بتحديد مجتمع الدراسة وصياغة عبارات وفقرات الاستبيان اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة.

وفي المرحلة الثالثة تم تحليل الاستبيان وفق الاختبارات الإحصائية المناسبة وجمع النتائج المتوصل إليها، ثم تفسيرها.

مرجعية الدراسة:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مصادر أولية والتي تمثلت في الكتب ومصادر ثانوية تمثلت في الأطروحات و بحوث في مجال المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية والأثر الواقع من الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية التي تسبق دراستنا الحالية بحوالي عشرين سنة إلى سنتين.

صعوبات البحث:

إن من أهم الصعوبات التي واجهت دراستنا الحالية هي عدم تجاوب رؤساء بعض البنوك لإجابة على الاستبانة بالإضافة إلى الوقت الضيق والذي جعل من عسر الوصول إلى إكمال الدراسة.

هيكل البحث:

بما أننا اعتمدنا طريقة أمراد في إبراز الدراسة فقد قسمنا الدراسة إلى فصلين جاء في الأول المراجعة الأدبية من توضيح المفاهيم وكذا توضيح العلاقة بين المتغيرين بالإضافة إلى عرض للدراسات السابقة، وقد قسمناه لمبحثين احتوى الأول على المفاهيم والمبحث الثاني الدراسات السابقة، أما الفصل الثاني فقد احتوى على الدراسة الميدانية حيث قسم إلى مبحثين ضم الأول الطريقة والأدوات المعمولِ بها في الدراسة، أما المبحث الثاني فقد احتوى على النتائج ومناقشتها.

الفصل الأول

نتطرق في هذا الفصل للجانب النظري من الدراسة، بالاعتماد على الأدبيات السابقة التي تتعلق بكلٍ من مفهوم المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية، وكذا العلاقة التبادلية بينهما، بالإضافة إلى استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، ونتناوله من خلال الخطة التالية:

المبحث الأول: مفاهيم حوا المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

المبحث الأول: مفاهيم حول المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية.

سنتطرق في هذا المبحث لمفاهيم متغيرات الدراسة، من النشأة إلى التعريف ختاماً بالأبعاد والمبادئ والأهمية.

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: نشأة المسؤولية الاجتماعية.

لقد جاء أوضح معنى للمسؤولية الاجتماعية في العصر الإسلامي، وتحديداً في قوله تعالى:

﴿يَا بَنِي آَدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾ (سورة الأعراف، الآية 31)، وقول رسول الله صل الله عليه وسلم ﴿إماطة الأذى عن الطريق صدقة﴾. وهذا يندرج في إطار تجميل المحيط ، وتجنب كل ما يؤثر عليه سلباً من تلوث وإهدار للثروات والطاقات الباطنية إلى المساهمة في إبعاد الضرر ومحاولة إصلاح الخراب البيئي. حيث تقع مسؤولية ذلك على المجتمع.

وقد شهدت الثورة الصناعية في مراحل تطورها الكثير من المآسي الإنسانية من سوء استغلال للعمال وتشغيل الأطفال والظروف القاسية للعمل، ومن بين الإرهاصات التي أعقبت ذلك، ما أشارإليه هنري في كتابه التنظيم والعمل سنة 1919 إلى انه (إذا حدث في إي وقت إن وجد المجتمع إن ثمن وجود الشركات يفوق ما يجني من ورائها من نفع، فان السماح بوجودها ينتفي) ومنه ظهر توجه يتسم بالمسؤولية اتجاه الأطراف ذات العلاقة مع الشركة من العاملين والمقرضين ثم الزبائن والموردين وصولا إلى المنافسين والمجتمع.(نجم، 2005، صفحة 197)

وكان أول ظهور صريح لمصطلح المسؤولية الاجتماعية على لسان شيلدون عام 1923، في قوله:«أن مسؤولية أي شركة، هي مسؤولية اجتماعية بالدرجة الأولى، وأن بقاءها واستمرارها في الحياة الاقتصادية يحتم عليها أن تلتزم بكافة مسؤولياتها والتزاماتها اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه».(اثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات الصناعية، 2010).وقد جاءت أول دراسة للمسؤولية الاجتماعية على يد الباحث باون (Bowen) عام 1953،في تعريفه لها على أنها العقد الضمني بين الشركة والمجتمع.(القرني، 2014)

ورغم هذه المفاهيم التي تربط المسؤولية الاجتماعية رباط مباشر مع المجتمع المحيطي إلاأنها توسمت بالفكر التقليدي السائد آنذاك وارتبطت ارتباط داخلي بالمنظمة، على أنها:(سليمان، 2015)

1- سداد الأجور للعاملين مقابل العمل الذي يقومون به؛
2- تقديم السلع والخدمات للمستهلكين مقابل ما يدفعونه من أموال؛
3- سداد الضرائب للحكومات التي تقوم بتوفير الخدمات العامة للمواطنين؛

4- احترام سيادة القانون عن طريق احترام العقود المبرمة.

ولكن مع الضغط المستمر من طرف المستهلكين وجماعات حماية البيئة والمجتمعات على منظمات الأعمال للاتجاه نحو المساهمة في النشاطات العامة للمجتمع، بدا الاهتمام فعليا بالمسؤولية الاجتماعية عام 1970.

ثانياً: تعريف المسؤولية الاجتماعية:

تعددت تعاريف المسؤولية الاجتماعية في المنظمات بتطور مفهومها وفيما يلي بعض هذه التعاريف:

يعرف ياسر البكري المسؤولية الاجتماعية بأنها : «مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة، للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة، والساعية إلى تحقيقها كجزء من إستراتيجيتها».(البكري، 2001)

ويرى **العصيمي:** «أنها التزام منظمات القطاع الخاص بنشاطات اقتصادية، واجتماعية، وبيئية لصالح المجتمع دون مقابل ربحي، وبالتكامل مع جهود القطاع الحكومي».(العصيمي، 2015، صفحة 17)

ويوضح واتس وزملاء **(WATTS ET AL 2002)**بأن:«المسؤولية الاجتماعية هي التزام مستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والسكان المحليين والمجتمع». (عمر، 2006، صفحة 12)

وبالنسبة للبنك الدولي تتمثل المسؤولية الاجتماعية في أنها تبني أصحاب الأنشطة والأعمال التجارية دورا في تحقيق التنمية المستدامة وذلك بالعمل مع كادرهم البشري والمجتمع ككل بهدف الارتقاء بمستوى معيشة الأفراد بأسلوب يخدم التجارة ويحقق أهداف التنمية في ذات الوقت.(الرتيمات، 2015، صفحة 11)

كما طرح تقرير التنمية البشرية لمصر 2008 تعريفاً للمسؤولية الاجتماعية لشركات على أنها تصرف الشركات على نحو يتسم بالمسؤولية والمساءلة أمام أصحاب المصالح المشتركة ويعد مفهوم المساءلة مكوناً رئيسياً من مكونات المسؤولية الاجتماعية للشركات.(العوادلي، 7-9 جويلية 2009، صفحة 03)

وترى الطالبة من خلال التعاريف السابقة أن المسؤولية الاجتماعية في المنظمات ، هي الالتزام بنشاطات اجتماعية قد تكون إجبارية أو اختيارية تتبناها المنظمة من اجل تحسين المستوى المعيشي للأفراد بأسلوب يخدم مصالحها التجارية.

ثالثا: مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

لقد اختلف الباحثون في وضع مبادئ للمسؤولية الاجتماعية، فمثلا BOWEN 1953 اقترح مبدأين أساسيين للمسؤولية الاجتماعية وهما:

1- بقاء منظمات الأعمال مرتبط بتحقيق رضا المجتمع؛
2- منظمات الأعمال هي رمز للأخلاقيات في المجتمع.(العصيمي، 2015، صفحة 22)

وقد اقترح WOOD 1991 ثلاثة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية وهي كما يلي:

1- منظمات الأعمال ما هي إلا وحدات اجتماعية؛
2- منظمات الأعمال مسؤولية تجاه مخرجات مجال نشاطها التجاري في المجتمع؛
3- المديرون التنفيذيون في الشركات هم قدوة للالتزام بالأخلاقيات في قراراتهم وانعكاساتهم على المجتمع.(العصيمي، 2015، صفحة 22)

ومنه يمكننا القول أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية تكمن في الدور الذي تولدت من اجله والذي تلعبه المنظمة في التأثير الايجابي على المجتمع.

وفيما يلي الجدول التوضيحي للمبادئ التي ركزت عليها دراسة (رائدة نصار 2015) وقيمها:

جدول رقم 01: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

المبدأ	قِيَّمه
الحماية وتحقيق الإصلاح البيئي	حماية البيئة؛ إعادة إصلاح البيئية؛ تحقيق التنمية المستدامة؛ تضمين عملياتها التنموية في خططها وأهدافها وأعمالها اليومية.
القيم والأخلاقيات	تفعيل القيم والممارسات وتطويرها؛ والقيام بالممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب المصلحة.
المساواة بين المساهمين	الإفصاح عن الأنشطة المعلومات بطريقة صحيحة وفي الوقت المناسب لدعم عملية اتخاذ القرارات.
المساءلة والمحاسبة	تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة ومصالح كافة الأطراف المرتبطة بالعلاقات مع المنظمة.
الأداء المالي والنتائج	تعويض المساهمين بعائد مالي تنافسي؛ المحافظة على الممتلكات والأصول وضمان ديمومتها؛ تحقيق النمو على المدى الطويل.
مواصفات موقع العمل	تطوير الموارد البشرية على المستوى الشخصي والمهني؛ تعزيز مبدأ تكافؤ الفرص؛ احترام حقوقهم؛ خلق جو عمل آمن ومناسب.
العلاقات التعاونية	تحقيق مبدأ العدالة والأمانة مع الشركاء فيا لعمل؛ متابعة دور الشركاء في المسؤولية الاجتماعية.
جودة المنتجات والخدمات	الاستجابة لاحتياجات ورغبات العملاء؛ تقديم خدمات ومنتجات ذات جودة عالية؛ تحقيق رضا العملاء.

الارتباط المجتمعي	تعزيز دور المنظمة في المجتمع؛ احترام ثقافة المجتمع؛ المشاركة والتعاون الإيجابي في تأمين احتياجات المجتمع؛ المشاركة في تنمية وازدهار المجتمع وتقدمه وتطوره.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على دراسة (الرتيمات، 2015، صفحة 23)

رابعاً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

تعتمد العديد من معايير المسؤولية الاجتماعية للشركات على مفهوم أصحاب المصالح تفرض نظرية أصحاب المصالح مبدأ مفاده أنه إذا فقد أصحاب المصلحة الأساسيين ثقتهم في الشركة، فسوف يفقدون شرعيتها على سبيل المثال، يشير Wood (1991) إلى أن العملاء سوف يتوقفون عن الشراء، وسيبيع المساهمون أسهمهم، ويفقد الموظفون ولاءهم ودوافعهم للعمل، وستنهي الحكومة المساعدة المالية أو تفرض غرامات، والبيئيين سوف يقاضون الشركة.

ويمكن تعريف أصحاب المصلحة على أنهم "أي مجموعة أو فرد من المحتمل أن يؤثر أو يتأثر بتحقيق الأهداف التنظيمية"، بما في ذلك مختلف مستويات الحكومة، والمنافسة، والمستهلكين، والحركات البيئية، ووسائل الإعلام وغيرها، بالإضافة إلى العملاء والموردين والموظفين والمساهمين والمالكين (وود ، 1991).

ويمكن القول أن أصحاب المصالح الأساسيين، المرتبطين بالشركة هم (المساهمين، والمؤسسات المالية، والموظفون، والعملاء، والموردون) وأصحاب المصلحة الثانويين هم (جمعيات الأحياء، المجتمعات التي يتم تنظيمها في مجموعات، منظمات غير حكومية) والتي تدخل في رؤية أوسع لإعادة دمج الشركة في المجتمع.(ROCI–fERS، 2009، صفحة 37)

مما سبق سيمكن تلخيص أبعاد المسؤولية الاجتماعية فيما يلي: (قائد، 2015، صفحة 121)

- المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين؛
- المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين؛
- المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن؛
- المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة؛
- المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع.

المطلب الثاني: مفهوم الصورة الذهنية.

أولا: تعريف الصورة الذهنية:

تعددت التعاريف الخاصة بالصورة الذهنية للمنظمة، وسنحاول إدراج بعض التعاريف لبعض الرواد فيما يلي:

يعرف **حامد مجيد الشطري** الصورة الذهنية بأنها : « عملية حركية تتغير وتتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية، لذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود وإنما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر فتتطور وتنمو وتتسع وتتعدد وتتعمق وتقبل التغيير طوال الحياة».(الشطري، 2013، صفحة 120)

ويعرفها **علي عجوة** بأنها: «هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو منشاة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب بعواطف الأفراد، واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله، إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها».(الجرايدة، 2013، صفحة 318)

في حين عرفها**FINK:** «هي تركيبة نفسية متعددة الوجوه تتداخل مع المفاهيم والتأثيرات العصبية الحيوية مع العمليات المعرفية ذات الصلة مثل الانتباه والذاكرة».(Kosslyn, 2013, p. 06)

ومنه يمكن القول أن الصورة الذهنية هي الرؤية أو التصور لأي شيء في أذهان الجمهور ناتج عن المعلومات المعرفية والمحفزات الخارجية سلبا أو إيجابا تتميز بالمرونة والقابلية للتغير قد تكون صحيحة أو خاطئة.

ثانياً: خصائص الصورة الذهنية.

من خصائص الصورة الذهنية ما يلي:

1- تتكون من خلال الحواس نتيجة لأخذ معلومات أو وقوع حدث ما؛(Mias, 1996)
2- الصورة الذهنية مشحونة بدرجة كبيرة بالعاطفة؛(الشطري، 2013، صفحة 119)
3- الصورة الذهنية تتسم بالمرونة فهي قابل لتغير والتبدل؛(الشطري، 2013، صفحة 120)
4- الصورة الذهنية تتعدى حدود الزمان والمكان إن أي فرد يكون عنده إدراك صريح بالصورة الذهنية لديه عن الأزمنة والأماكن المختلفة وهذا حسب معارفه وقدراته وخبراته.(الزعبي، 2017، صفحة 30)

ثالثاً: أهمية الصورة الذهنية.

يمكن تلخيص أهمية الصورة الذهنية فيما يلي: (Eltahir Ahmed Mohammed Ali، 2017، صفحة 43)

- قادرة على خلق قيمة ولها تأثير على سلوك المستهلك لأن لديها إدراكًا محددًا لها؛
- تسهم في تحسين سلوك الموظفين ووضعهم الفردي؛
- لها تأثير كبير على قدرة المنظمات على البقاء في حالة وجود معقد والمنافسة الحادة؛

- التمييز بين المنظمات وغيرها وتحقيق ميزة تنافسية؛
- هي واحدة من أهم الموارد غير الملموسة التي تدعم بقاء الميزة التنافسية؛
- هي واحدة من الأصول الإستراتيجية التي تؤدي إلى تأسيس قدرة تنافسية ميزة وظروف مواتية للمؤسسات من أجل البقاء والتطور.

المطلب الثالث:العلاقة التبادلية بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية.

أولاً: ارتباط المسؤولية الاجتماعية بتحسين الصورة الذهنية.

إن مجالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية يكون من ناحية أصحاب المصالح المستفيدين من وجود المنظمة، وتتكون من فئات وفق **نعمة عباس وآخرون** في (المالكين؛ الزبائن؛ العاملين؛ المجتمع؛ البيئة) (الغالبي، 2008، صفحة 293)، تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية اعتباراً لحجج كثيرة تنحصر فيما يلي:

- تعد مجالا مناسبا بين المنظمة والمجتمع؛
- تحقيق حالة الإشباع للحاجات مما يعني تحقيق الربحية الاجتماعية لعموم المجتمع؛(البكري، 2001، صفحة 52)
- تحسين وتطور صورة المنظمة وسمعتها أمام المجتمع؛(الشمايلة، 2017، صفحة 45)
- تعتبر أمراً واجبا كمسؤولية المدير عن منصبه.(صبري، 2013، صفحة 17).

وهناك من ربط بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية فالمنظمات اليوم وفي ظل احتدام شدة المنافسة تحرص أكثر من أي وقت مضى على صورتها في أذهان جميعا لأطراف المتعاملة معهم،لان لكل منظمة صورة ذهنية في أذهان جميع المتعاملين معها شاءت في ذلك أم لم تشأ، وسواء خططت لذلك أم لم تخطط، ولاشك أن الصورة الذهنية الحسنة يمكن أن تسهم الكثير في نجاح المنظمة واستمرارها.(المالح، 2017، صفحة 1).

ثانيا: الارتباط بين عناصر الصورة الذهنية وأبعادها.

قدم Westberg, 1994 سبعة أبعاد لصورة الشركة وهي:

- العناية: مدى قدرة المنظمة على الاستجابة للعملاء والعناية بهم؛
- المنافسة: قوة المنظمة ونجاحها وتميزها عن المنافسين؛
- الابتكارية: القدرة على الإبداع والإتيان بكل جديد؛
- الشهرة: مدى انتشار سمعة المنظمة وشعبيتها؛
- العملية: تعدد الموارد والقدرات ومدى كفاءة الشركة؛
- الخبرات الموروثة: تاريخ المنظمة وفيما إذا كانت مرتبطة بتاريخ وثقافة المجتمع؛

- المصداقية :درجة الدقة بالمنظمة والشعور بالأمان معها.(عقل، 2010، صفحة 46)

ويعتبر, Cassidyصورة المنظمة أنها واحدة من الأصول، وبأنها تجذب المستهلكين والعاملين والمستثمرين، وتتألف من ستة عناصر (الجذب العاطفي، المسؤولية الاجتماعية، السلع والخدمات، بيئة العمل، الرؤية والقيادة، والأداء المالي).(قائد، 2015)

بالربط بين عناصر الصورة الذهنية وأبعادها من جهة تتضح لنا جليا العلاقة بين الصورة الذهنية وهذه الأخيرة، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

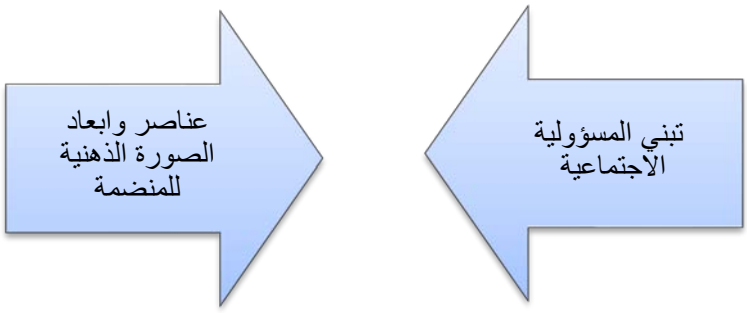
جدول رقم02 :الربط بين عناصر الصورة الذهنية وأبعادها

عناصر الصورة الذهنية	أبعاد الصورة الذهنية
الجذب العاطفي	العناية
المسؤولية الاجتماعية	المصداقية
السلع والخدمات	الابتكارين
بيئة العمل	العملية والخبرات
الرؤية والقيادة	المنافسة
الأداء المالي	الشهرة

المصدر: من إعداد الطالبة

من الجدول السابق يتضح لنا كيف ترتبط أبعاد الصورة الذهنية وعناصرها والتي بدورها ترتبط مع حجج الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ومنه تتضح جلياً العلاقة التبادلية بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية، والشكل التالي يوضح كيف أن تبني المسؤولية الاجتماعية يعطي صورة ذهنية أو يؤثر عليها والعكس كذلك.

شكل رقم:يوضح العلاقة التبادلية بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية



المصدر: من إعداد الطالبة

من الشكل السابق نلاحظ أن مبادئ الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تلتزم تبني احد عناصر أو أبعاد الصورة الذهنية، كما أن عناصر الصورة الذهنية وأبعادها توجد بالضرورة احد مبادئ الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

سنتطرق في هذا المبحث للدراسات السابقة باللغة العربية وكذا الدراسات السابقة باللغة الأجنبية، بالإضافة لمميزات الدراسة الحالية.

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية.

أولا:رائدة نصار فالح الرتيمات، اثر المسؤولية الاجتماعية على تشكيل الصورة الذهنية في الجامعات الخاصة الأردنية، مذكرة ماجستير،2015، الأردن:

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح اثر المسؤولية الاجتماعية على تشكيل الصورة الذهنية في الجامعات الخاصة بالأردن، اعتماداً على المنهج الوصفي التحليلي، وقد صممت 350 استبيان وتم توزيعه على عينة الدراسة التي هي مكونة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعات الأردن الخاصة، وقد وصل عدد الاستبيانات المسترجعة بالإضافة إلى الصالحة للتحليل الإحصائي إلى 252 استبيان من الاستبيانات الموزعة،

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة منها وجود اثر لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على تشكيل الصورة الذهنية.

وخلصت الدراسة بتوصيات أهمها ضرورة تركيز جامعات الأردن الخاصة على الاستثمار في العمل التطوعي الخيري من اجل خدمة المجتمع، وبشكل اكبر الاهتمام بمسؤوليتها الخدمية اتجاه الأفراد في المجتمع المحلي والبيئي، بالإضافة إلى ضرورة العمل على ربط ثقافتها بمعتقدات المجتمع السائدة، وتوضيح والكشف عن كافة الأدلة التي تبرر أنشطتها وأعمالها.

ثانياً: دينا المالح، دراسة اثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية والولاء لدى عملاء بنك البركة في سوريا، ماجستير، سوريا،2017:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر المسؤولية الاجتماعية في بنك البركة على الصورة الذهنية للبنك حيث تم من خلالها تسليط الضوء على واقع توجه البنك نحو أنشطة المسؤولية الاجتماعية ومن ثمة تحديد أثر ذلك على ولاء العملاء للبنك والصورة الذهنية للبنك لدى العملاء، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في إعداد البحث، فالوصفي تم من خلاله دراسة الدور المهم الذي يلعبه تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء والصورة الذهنية لديهم، أما التحليلي فتم من خلال إجراء دراسة ميدانية لمعرفة حدود الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في البنوك، وقد تكون مجتمع الدراسة من عملاء فروع بنك البركة في سوريا حيث تم توزيعا استبيان الكتروني ودعوتهم للإجابة عليه ومن ثمة تم

استرداد 88 استبيان عملت الباحثة على تحليلهم باستخدام عدد من الأساليب الإحصائية على برنامج SPSS بهدف الحصول على نتائج الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر لأبعاد المسؤولية الاجتماعية(البعد المجتمعي، البعد التعليمي والبعد البيئي)على كل من الصورة الذهنية وولاء العملاء للبنك، ومن خلال هذه النتائج عرضت الباحثة مجموعة من التوصيات أهمها وجوب استمرار بنك البركة سوريا القيام بمسؤوليته المجتمعية وتطوير المهام المطلوبة منه ضمن هذه المسؤولية ليبقى عند حسن ظن المتعاملين معه.

ثالثاً: فالح عبد القادر الحوري وآخرون،إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية دراسة في شركات الاتصالات ميدانية الخلوية، بحث مقترح، الأردن بدون سنة نشر:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه (المجتمع المحلي، الموظفين، الزبائن، الموردين، البيئة، المساهمين)، وكذا الفرق في إدراك أفراد عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى تقييم اثر المسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية، وقد تم جمع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استبيان وزعت على المديرين والموظفين المتواجدين في المراكز الرئيسة،والى زبائن الشركات الأربعة في مدينة عمان، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع أسئلة وفرضيات الدراسة من الإحصاء الوصفي، والاستدلالي، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية مستوى عال من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، وان هناك اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية المرغوبة، وخرجت الدراسة بتوصيات أهمها مضاعفة الاهتمام من قبل شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بمسؤولياتها الاجتماعية, لاسيما في ظل تنامي متطلبات وحاجات المجتمع المحلي من جهة, والمسؤوليات الأخرى التي أصبحت تشكل التزاما أخلاقيا وقانونيا يقع على عاتق منظمات الأعمال من جهة أخرى, من خلال التنويع في طرق وأساليب أعمالها بهذا الخصوص.

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية.

أولاً:

THÉRÈSE DES ROCI-FERS,représentations et pratiques de responsabilité sociale et de développement durable dans la petite entreprise profils de dix-huit dirigeantsQuébec à Montréal, LA MAÎTRISE, 2009 :

هدفت هذه الدراسة لمعرفة ما مدى تطبيق معايير المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة من طرف المؤسسات الصغيرة الممثل لها،من ناحية الاتجاه البيئي حسب قانون التنمية المستدامة الأوروبي، حيث شملت دراسة حالة لِ18 مؤسسة في مدينة كيباك، ومن اجل ذلك انتهجت الدراسة المنهج الوصفي بالإضافة للمنهج الاستقرائي، وقد تم توزيع18 استبيان على مدراء وملاك المؤسسات، وقد خلصت الدراسة بان هناك سوء هضم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة بالرغم من وجود تطبيق لمعاييرها، وهذا راجع لوجود يد للحكومة في فرض مبادئ المسؤولية الاجتماعية على الشركات، من خلال تزويدها بإطار عملي

وقد أوصت الدراسة المؤسسات الصغيرة التعمق في مضمون المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة من اجل تطبيقها طواعيةً بدلاً من إجبارياً.

ثانياً:

Eltahir Ahmed Mohammed Ali etBuraieBabikerMahmoud,SocialResponsibility and Its Impact on Mental Images of Companies,Journal Of Humanities And Social Science,Volume 22, Issue 11, Ver. 2 November2017, Sudan:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للشركات، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باستخدام برنامج SPSS لتحليل وتم توزيع الاستبيان على عينة تتكون من150من شركات الاتصالات السودانية تتألف العينة من موظفين من شركات زين ، سوداني و MTN، وتم استرجاع 125 استبيان فقط، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين تأثير تطبيق المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية من خلال البعد الاقتصادي والقانوني وتأثير سلبي من خلال المنظور الإنساني والأخلاقي لان الشركات لها أبعاد أعمال خيرية محدودة في مثل هذه المجالات الاجتماعية مقارنة بالمجالات الأخرى، وقد أوصت الدراسة بأن على صانعي القرار في الشركات السودانية للاتصالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية داخل المنظمة وخارجها لتحسين الصورة الذهنية للشركة.

المطلب الثالث: مميزات الدراسة الحالية.

تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بدراسة اثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها الخمسة،على تحسين الصورة الذهنية للمنضمات من وجهة نظر الموظفين، كما أن دراستنا الحالية قد استفادت من دراسة رائدة نصار فالح الرتيمات في تحديد مكونات تشكيل الصورة الذهنية واثر المسؤولية الاجتماعية عليها، كما أنها استفادت من دراسة دينا المالح في تحديد اثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية في المنضمات من خلال ثلاثة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية، أما بالنسبة للدراسات باللغة الأجنبية فقد استفادت منها دراستنا في التعرف على اثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية والمعايير المحددة للمسؤولية الاجتماعية المتبناة من طرف المنضمات وكيفية تطبيقها، وقد اختلفت دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة في دراسة الأثر الواقع من تبني المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الخمسة (المالكون، العاملون، الزبائن، البيئة، المجتمع) على تحسين الصورة الذهنية للمنضمات.

خلاصة الفصل

مما سبق في هذا الفصل توصلنا إلى توضيح كل من مفهوم المسؤولية الاجتماعية وماهية مبادئها وأبعادها إلى مفهوم والصورة الذهنية وتوضيح خصائصها وأهميتها واستبيان العلاقة بينهما، كما استعرضنا الدراسات السابقة لتوضيح القيمة المضافة من دراستنا الحالية.

الفصل الثاني

بعد التطرق في الفصل السابق للمفاهيم النظرية وعرض للدراسات السابقة ومن اجل دراسة اثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية والتي تركزت على البنوك التجارية بمنطقة ادرار، اعتمدنا في هذا الفصل على دراسة ميدانية لمجموعة من البنوك التجارية بولاية أدرار حيث تم توزيع استبيان على موظفيهم وللإلمام بهذا الموضوع ارتأينا أن نتناوله من خلال الخطة التالية:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات.

المبحث الثاني:تحليل النتائج واختبار فرضية الدراسة.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

يتناول هذا المبحث وصفا لمنهجية الدراسة، كما يتضمن مجتمع الدراسة وكيفية تحديد العينة التي تم اختيارها، كما الإجراءات والأساليب الإحصائية التي استخدمت في معالجة البيانات واستخلاص النتائج.

المطلب الأول:مسار الدراسة

أولاً: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من موظفي البنوك بمنطقة ادرار 8 بنوك وهي : بنك التنمية المحلية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الخليج، بنك السلام، بنك القرض الشعبي الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، البنك الوطني الجزائري؛ والتي تضم 114 موظف، وقد تم اعتماد أسلوب العينة القصدية.

ثانياً: مصادر جمع البيانات

لقد اعتمدت الدراسة على مصدرين لجمع المعلومات المناسبة للتطرق إلى الأفكار والمعلومات العلمية ذات الصلة بالموضوع والتوصل إلى الأهداف وهي :

مصادر ثانوية وقد تمثلت في الكتب باللغة العربية وكذا اللغة الأجنبية والرسائل والأطروحات الجامعية والمقالات ذات العلاقة بالموضوع؛

أما المصادر الأولية فكانت في شكل استبيان تم إعداده من طرفنا اعتماداً على سبعة استبيانات لدراسات سابقة وهي:

1- اثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال والمسؤوليات الاجتماعية في ظل الأعمال الالكترونية علة الأداء المالي؛
2- مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال؛
3- تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية؛
4- دراسة اثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية؛
5- اثر المسؤولية الاجتماعية على تشكيل الصورة الذهنية؛
6- المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء؛
7- إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية"، (انظر الملحق 23)

وقد تكون الاستبيان من ثلاثة محاور وتم توزيعه على مجتمع الدراسة الذي تكون من موظفي البنوك التجارية بمنطقة ادرار.

ثالثاً: أداة الدراسة المعتمدة

للوصول إلى أهداف الدراسة اعتمدنا على الاستبانة كأداة الدراسة الرئيسية وقد تم إعدادها حسب مقياس ليكارت الخماسي بالاعتماد على سبعة استبيانات لدراسات سابقة واستشارة الأساتذة الأفاضل المختصين(انظر الملحق 24). استخدمنا باستبانة مكونة من ثلاثة محاور جاء في المحور الأول البيانات الشخصية والتي هي (العمر، النوع الاجتماعي، الخبرة، والمؤهل العلمي)؛ وجاء المحور الثاني يقيس المتغير المستقل والمتمثل في أبعاد المسؤولية الاجتماعية والذي تم تقسيمه إلى خمسة فقرات حسب الأبعاد، حيث اهتمت الفقرة الأولى ببعد المالكين، والثانية ببعد العاملون والثالثة ببعد الزبائن، والرابعة ببعد البيئة، والخامسة ببعد المجتمع، أما المحور الثالث فجاء يقيس المتغير التابع ألا وهو الصورة الذهنية ويمكن توضيح ذلك حسب الجدول التالي:

الجدول رقم 03: يوضح تقسيم الاستبيان

المحور	المحتوى	الفقرات
المحور الأول	البيانات الشخصية	4 فقرات 1- الفقرة الأولى النوع الاجتماعي 2- الفقرة الثانية العمر 3- الفقرة الثالثة الخبرة 4- الفقرة الرابعة المؤهل العلمي
المحور الثاني	المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية	5 فقرات 1- الفقرة الأولى المالكين 2- الفقرة الثانية العاملون 3- الفقرة الثالثة الزبائن 4- الفقرة الرابعة البيئة 5- الفقرة الخامسة المجتمع
المحور الثالث	المتغير التابع الصورة الذهنية	فقرة واحدة

المصدر: من إعداد الطالبة

وقد تم توزيع 51 استبانة وتم استرجاع 48 استبانة منها 31 استبانة صالحة بنسبة 60%، كما يمكن الإشارة إلى أن البنك الوطني الجزائري لم يقبل استلام الاستبيانات.

المطلب الثاني: أداة الدراسة

أولاً: صدق الاتساق الداخلي الاستبيان

1- الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية:

احتوى هذا المحور على خمس فقرات وكانت معاملات الارتباط ومستوى المعنوية لهذا المحور كما يلي:

أ-الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين:

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المالكين فيما يلي:

جدول رقم 04:يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المالكين

الرمز	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
XA1	يسعى البنك لتحقيق مردود وعوائد مالية إضافية تتناسب وحجم الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية.	0.735	0.000
XA2	تقوم إدارة البنك بإعطاء الأولوية لحماية أصولها الملموسة وغير الملموسة.	0.707	0.000
XA3	تهتم إدارة البنك بتعظيم قيمة أسهمها.	0.307	0.092
XA4	يضمن البنك حصول المساهمين على المعلومات الصحيحة والحقيقية من دون أي تزييف أو خداع وبشكل منتظم.	0.618	0.000
XA5	تقدم إدارة البنك نتائج الأعمال وتقارير الأرباح بكل شفافية ووضوح.	0.685	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن هناك ارتباط قوي بين الفقرة وعباراتها، ماعدا العبارة الثالثة.

ب- الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون:

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون فيما يلي:

جدول رقم 05:الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون

الرمز	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
XB6	نظام الرواتب والأجور عادل ويوازي الجهود المبذولة من قبل العاملين.	0.494	0.005
XB7	يقوم البنك بتدريب العاملين وإكسابهم المهارات والمعارف اللازمة.	0.437	0.014

XB8	يلتزم البنك بكافة حقوق العاملين وفق القوانين المحلية والدولية.	0.707	0.000
XB9	يراعي البنك التفاوت في قدرات ومواهب العاملين من خلال منح الحوافز.	0.691	0.000
XB10	يتبع البنك سياسة الترقية اعترافا بقدرات العاملين.	0.864	0.000
XB11	يوجد لدى البنك مدونة أخلاقيات العمل مطبقة بشكل واضح وفعال.	0.732	0.000
XB12	يسمح البنك بوجود النقابات العمالية.	0.456	0.010
XB13	يختار البنك العاملين على أساس الكفاءة وليس على للاعتبارات الشخصية.	0.678	0.000
XB14	تعمل إدارة البنك على تسهيل تقديم الخدمات للعاملين في البنك.	0.712	0.000
XB15	تهتم إدارة البنك بالاحتياجات الشخصية للعاملين وتسعى لتوفيرها.	0.830	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل الارتباط هو بين 0.437 و 0.864 أي هناك ارتباط قوي بين الفقرة والعبارات، كما أن مستوى المعنوية اقل من 0.05.

ج- الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه الزبائن:

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه الزبائن فيما يلي:

جدول رقم06:يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه الزبائن

الرمز	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
XC16	يقوم البنك بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية لزبائنه.	0.748	0.000
XC17	تهتم إدارة البنك بإعلام الزبون وتعريفه بخصائص الخدمات التي يقدمها.	0.565	0.001
XC18	يراعي البنك الصدق والنزاهة في كافة المعلومات التسويقية لخدماته.	0.735	0.000
XC19	يهتم البنك بحماية المعلومات الخصوصية للعميل.	0.687	0.000
XC20	يستمع البنك إلى شكاوي الزبائن ويهتم بحلها.	0.719	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل الارتباط هو بين 0.565 و 0.748 أي هناك ارتباط قوي بين الفقرة والعبارات، كما أن مستوى المعنوية اقل من 0.05.

د- الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه البيئة:

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه البيئة فيما يلي:

جدول رقم 07:يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه البيئة

الرمز	العبارة	معاملا لارتباط	مستوىا لمعنوية
XD21	يستعمل البنك التكنولوجيا والمعالجات الفنية في التخلص من النفايات.	0.520	0.003
XD22	يقوم البنك بالمشاركة في برامج حماية البيئة.	0.827	0.000
XD23	يعمل البنك على تجميل وتشجير المناطق الطبيعية خصوصا المحيطة به.	0.781	0.000
XD24	يمول البنك مشاريع تجارية تساعد على استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة ككل.	0.798	0.000
XD25	لا يتعامل البنك مع المستثمرين الذين يعرف عليهم الاتجار بالمواد الضارة.	0.476	0.007
XD26	تهتم إدارة البنك بتطبيق إجراءات صارمة من اجل التقليل من استهلاك الطاقة.	0.825	0.000
XD27	يهتم البنك باقتناء وسائل ترشيد الطاقة.	0.690	0.001

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل الارتباط هو بين 0.476 و 0.827 أي هناك ارتباط قوي بين الفقرة والعبارات، كما أن مستوى المعنوية اقل من 0.05.

هـ- الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المجتمع:

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المجتمع فيما يلي:

جدول رقم 08:يوضح الصدق الداخلي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المجتمع

الرمز	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
XE28	يقدم البنك المساندة المالية والمعنوية لمؤسسات المجتمع.	0.482	0.006
XE29	يشارك البنك في برامج الحد من الفقر والبطالة في المجتمع.	0.692	0.000

XE30	يقوم البنك بتوظيف أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة.	0.844	0.000
XE31	يساهم البنك في إحياء المناسبات الدينية والوطنية.	0.720	0.000
XE32	تحترم إدارة البنك القيم والعادات والتقاليد لدى المجتمع.	0.550	0.001
XE33	يساهم البنك في دعم المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي .	0.725	0.000
XE34	يساهم البنك في تمويل المشاريع الصغيرة للشباب من اجل احتواءه.	0.748	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل الارتباط هو بين 0.482 و 0.844أي هناك ارتباط قوي بين الفقرة والعبارات، كما أن مستوى المعنوية اقل من 0.05.

2- صدق الاتساق البنائي لفقرات المحور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية:

يبين الجدول التالي صدق الاتساق البنائي لفقرات محور المسؤولية الاجتماعية:

الجدول رقم 09:يوضح الصدق الداخلي لفقرات محور المسؤولية الاجتماعية.

الفقرة	المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكون	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملون	المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن	المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع
المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكون					
معامل الارتباط	1	0.324	0.650	0.480	0.435
SIG		0.075	0.000	0.006	0.015
المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملون					
معامل الارتباط	0.324	1	0.451	0.723	0.544
SIG	0.075		0.011	0.000	0.002
المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن					
معامل الارتباط	0.650	0.451	1	0.361	0.312
SIG	0.000	0.011		0.046	0.088
المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة					
معامل الارتباط	0.480	0.723	0.361	1	0.662
SIG	0.006	0.000	0.046		0.000

المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع					
معامل الارتباط	0.435	0.544	0.312	0.662	1
SIG	0.015	0.002	0.088	0.00	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق أن معامل الارتباط بين فقرات محور المسؤولية الاجتماعية تراوح بين 0.312 و0.723، وهذا يدل على وجود ارتباط قوي بين بعض الفقرات، بالإضافة إلى أن مستوى المعنوية أقل من0.05، ما عدا بين فقرة المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع وفقرة المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن فيتبين لنا من الجدول أن معامل الارتباط بينهما هو 0.312 وذلك راجع لان تبني المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع بالنسبة للزبائن تعتبر عبئ وتكاليف إضافية على عاتق الزبون، كما أن معامل الارتباط جاء بين فقرة المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملون وفقرة المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكون 0.324 وذلك راجع إلى أن تعظيم الأرباح والذي يعتبر المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكون يكون جهد إضافي من العاملون.

3- صدق الاتساق البنائي للمحور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية:

إن الجدول التالي يمثل صدق الاتساق البنائي لمتغير المسؤولية الاجتماعية كما يلي:

الجدول رقم 10:صدق الاتساق البنائي للمحور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية:

الفقرة	**المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكون**	**المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملون**	**المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن**	**المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة**	**المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع**
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية					
معامل الارتباط	0.617	0.871	0.603	0.886	0.795
SIG	0.000	0.000	0.000	0.000	0 .000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، نجد أن معامل الارتباط في المحور الثاني لمتغير المسؤولية الاجتماعية يتراوح بين 0.603 و0.886، وهذا يدل على وجود ارتباط قوي بين المحور والفقرات، بالإضافة إلى أن مستوى المعنوية أقل من 0.05 مما يعني أن الارتباط ذو دلالة إحصائية.

4- صدق الاتساق البنائي للمحور الثالث متغير الصورة الذهنية:

لقد احتوى هذا المحور على فقرة واحدة وكانت معاملات الارتباط ومستوى المعنوية لهذا المحور كما يلي:

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات محور متغير الصورة الذهنية فيما يلي:

الجدول رقم 11:يوضح الصدق الداخلي للمحور الثالث متغير الصورة الذهنية

الرمز	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
Y35	يحافظ البنك على زبائنه لان مساهمته فعالة في تنمية المجتمع.	0.487	0.005
Y36	سمعة البنك طيبة.	0.672	0.000
Y37	يتحدث الزبائن عن البنك بالأمور الإيجابية.	0.540	0.002
Y38	يتبنى البنك استراتيجيات من شأنها تحسين صورته لدى المجتمع.	0.590	0.000
Y39	يلزم البنك موظفيه بتقديم صورة جيدة عنه.	0.800	0.000
Y40	مشاركة البنك في الأنشطة الهادفة يعزز صورته لدى المجتمع.	0.797	0.000
Y41	تنال الأنشطة الاجتماعية الممارسة من قبل البنك استحسان المجتمع.	0.761	0.000
Y42	يفتخر العميل باعتباره زبون للبنك.	0.748	0.000
Y43	يحدد البنك مكامن الضعف في صورته الحالية ويعمل على معالجتها.	0.697	0.000
Y44	يتبنى البنك الاستراتيجيات الهادفة إلى تحسين صورته في المجتمع.	0.788	0.000
Y45	يسهم البنك في نشر كافة الأدلة التي تبرر أنشطته وأعماله أمام المجتمع.	0.738	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن معامل الارتباط بين العبارات والمحور تتراوح بين 0.487 و 0.800، وهذا يدل على وجود ارتباط قوي، بالإضافة إلى أن مستوى المعنوية أقل من 0.05 مما يعني أن الارتباط ذو دلالة إحصائية.

5-صدق الاتساق البنائي بين المحورين الثاني المسؤولية الاجتماعية والثالث الصورة الذهنية:

يوضح الجدول التالي صدق الاتساق البنائي بين المتغيرين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية كما يلي:

الجدول رقم 12: صدق الاتساق البنائي لمتغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير الصورة الذهنية

المحور	معامل الارتباط	مستوى معنوية
المسؤولية الاجتماعية	0.423	0.018
الصورة الذهنية		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول السابق أن معامل الارتباط بين المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية والمحور الثالث الصورة الذهنية هو 0.423 ويدل هذا أن هناك ارتباط بين المحور، كما أن مستوى المعنوية جاء اقل من 0.05 وان دل هذا فيدل على أنهم دو دلالة إحصائية.

ثانياً: ثبات فقرات الاستبيان.

1- ثبات فقرات المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية.

يقصد بالثبات أنه إذا تم تطبيق الأدوات على نفس العينة المدروسة وفي نفس الظروف فإننا نحصل على نفس الردود، أو ردود قريبة من الردود الأولى، وبالتالي تطمئن الدراسة للنتائج التي نتحصل عليها يمكن تشمليها أو تعميمها على المجتمع الإحصائي، وقد استخدمت الباحثة ألفاكرومباخ لقياس الثبات.

أ-ثبات عبارات فقرة المسؤولية تجاه المالكين:

يبين الجدول الموالي ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين فيما يلي:

جدول رقم 13:يوضح ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين

الرمز	العبارة	ألفا كرومباخ
XA1	يسعى البنك لتحقيق مردود وعوائد مالية إضافية تتناسب وحجم الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية.	0.930
XA2	تقوم إدارة البنك بإعطاء الأولوية لحماية أصولها الملموسة وغير الملموسة.	0.929
XA3	تهتم إدارة البنك بتعظيم قيمة أسهمها.	0.931
XA4	يضمن البنك حصول المساهمين على المعلومات الصحيحة والحقيقية من دون أي تزييف أو خداع وبشكل منتظم.	0.930
XA5	تقدم إدارة البنك نتائج الأعمال وتقارير الأرباح بكل شفافية ووضوح.	0.931

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن الفا كرومباخ كان بين 0.929 و 0.931 وهذا يؤكد على ثبات الأداة وجودتها من حيث قياسها الجيد لمتغيري الدراسة.

ب- ثبات عبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون:

يبين الجدول الموالي ثبات عبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون فيما يلي:

جدول رقم 14:ثبات لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه العاملون

الرمز	العبارة	ألفا كرومباخ
XB6	نظام الرواتب والأجور عادل ويوازي الجهود المبذولة من قبل العاملين.	0.931
XB7	يقوم البنك بتدريب العاملين وإكسابهم المهارات والمعارف اللازمة.	0.928
XB8	يلتزم البنك بكافة حقوق العاملين وفق القوانين المحلية والدولية.	0.928
XB9	يراعي البنك التفاوت في قدرات ومواهب العاملين من خلال منح الحوافز.	0.929
XB10	يتبع البنك سياسة الترقية اعترافا بقدرات العاملين.	0.928
XB11	يوجد لدى البنك مدونة أخلاقيات العمل مطبقة بشكل واضح وفعال.	0.929
XB12	يسمح البنك بوجود النقابات العمالية.	0.928
XB13	يختار البنك العاملين على أساس الكفاءة وليس على للاعتبارات الشخصية.	0.929
XB14	تعمل إدارة البنك على تسهيل تقديم الخدمات للعاملين في البنك.	0.929
XB15	تهتم إدارة البنك بالاحتياجات الشخصية للعاملين وتسعى لتوفيرها.	0.928

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن الفا كرومباخ كان بين 0.928 و 0.931 وهذا يؤكد على ثبات الأداة وجودتها من حيث قياسها الجيد لمتغيري الدراسة.

ج- ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه الزبائن:

يبين الجدول الموالي ثبات عبارات فقرة المسؤولية تجاه الزبائن فيما يلي:

جدول رقم 15:ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه الزبائن

الرمز	العبارة	الفا كرومباخ
XC16	يقوم البنك بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية لزبائنه.	0.930
XC17	تهتم إدارة البنك بإعلام الزبون وتعريفه بخصائص الخدمات التي يقدمها.	0.930
XC18	يراعي البنك الصدق والنزاهة في كافة المعلومات التسويقية لخدماته.	0.929
XC19	يهتم البنك بحماية المعلومات الخصوصية للعميل.	0.931
XC20	يستمع البنك إلى شكاوي الزبائن ويهتم بحلها.	0.929

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن الفا كرومباخ كان بين 0.929 و0.931 وهذا يؤكد على ثبات الأداة وجودتها من حيث قياسها الجيد لمتغيري الدراسة.

د- ثبات عبارات فقرة المسؤولية تجاه البيئة:

يبين الجدول الموالي ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه البيئة فيما يلي:

جدول رقم 16:ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه البيئة

الرمز	العبارة	ألفا كرومباخ
XD21	يستعمل البنك التكنولوجيا والمعالجات الفنية في التخلص من النفايات.	0.929
XD22	يقوم البنك بالمشاركة في برامج حماية البيئة.	0.926
XD23	يعمل البنك على تجميل وتشجير المناطق الطبيعية خصوصا المحيطة به.	0.928
XD24	يمول البنك مشاريع تجارية تساعد على استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة ككل.	0.928
XD25	لا يتعامل البنك مع المستثمرين الذين يعرف عليهم الاتجار بالمواد الضارة.	0.930
XD26	تهتم إدارة البنك بتطبيق إجراءات صارمة من اجل التقليل من استهلاك الطاقة.	0.928
XD27	يهتم البنك باقتناء وسائل ترشيد الطاقة.	0.928

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن الفا كرومباخ كان بين 0.926 و0.930 وهذا يؤكد على ثبات الأداة وجودتها من حيث قياسها الجيد لمتغيري الدراسة.

هـ- ثبات عبارات فقرة المسؤولية تجاه المجتمع:

يبين الجدول الموالي ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه المجتمع فيما يلي:

جدول رقم 17:ثبات عبارات فقرة المسؤولية اتجاه المجتمع

الرمز	**العبارة**	**ألفا كرومباخ**
XE28	يقدم البنك المساندة المالية والمعنوية لمؤسسات المجتمع.	0.929
XE29	يشارك البنك في برامج الحد من الفقر والبطالة في المجتمع.	0.929
XE30	يقوم البنك بتوظيف أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة.	0.928
XE31	يساهم البنك في إحياء المناسبات الدينية والوطنية.	0.929
XE32	تحترم إدارة البنك القيم والعادات والتقاليد لدى المجتمع.	0.930
XE33	يساهم البنك في دعم المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي .	0.930

XE34	يساهم البنك في تمويل المشاريع الصغيرة للشباب من اجل احتواءه.	0.931

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن الفا كرومباخ كان بين 0.928 و0.931 وهذا يؤكد على ثبات الأداة وجودتها من حيث قياسها الجيد لمتغيري الدراسة.

2-ثبات فقرات المحور الثالث : الصورة الذهنية.

يبين الجدول التالي ثبات عبارات محور الصورة الذهنية فيما يلي:

الجدول رقم 18:ثبات المحور الثالث متغير الصورة الذهنية

الرمز	العبارة	الفا كرومباخ
Y35	يحافظ البنك على زبائنه لان مساهمته فعالة في تنمية المجتمع.	0.932
Y36	سمعة البنك طيبة.	0.931
Y37	يتحدث الزبائن عن البنك بالأمور الإيجابية.	0.932
Y38	يتبنى البنك استراتيجيات من شأنها تحسين صورته لدى المجتمع.	0.929
Y39	يلزم البنك موظفيه بتقديم صورة جيدة عنه.	0.929
Y40	مشاركة البنك في الأنشطة الهادفة يعزز صورته لدى المجتمع.	0.928
Y41	تنال الأنشطة الاجتماعية الممارسة من قبل البنك استحسان المجتمع.	0.930
Y42	يفتخر العميل باعتباره زبون للبنك.	0.930
Y43	يحدد البنك مكامن الضعف في صورته الحالية ويعمل على معالجتها.	0.929
Y44	يتبنى البنك الاستراتيجيات الهادفة إلى تحسين صورته في المجتمع.	0.929
Y45	يسهم البنك في نشر كافة الأدلة التي تبرر أنشطته وأعماله أمام المجتمع.	0.929

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن الفا كرومباخ كان بين 0.928 و0.932 وهذا يؤكد على ثبات الأداة وجودتها من حيث قياسها الجيد لمتغيري الدراسة.

3-ثبات كل عبارات الاستبيان:

الجدول رقم 19:يوضح ثبات الاستبيان

	عدد العبارات	معامل ألفا
كل عبارات الاستبيان	45 عبارة	0.931

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق يتضح أن معامل ألفا كرونباخ كان 0.931، ويشير هذا إلى ثبات جيد، مما يؤكد النتائج السابقة، وبالتالي جودة الاستبيان وحسن قياسه، والفهم المتساوي لعينة الدراسة.

المبحث الثاني: تحليل النتائج واختبار فرضية الدراسة

سنتطرق في هذا الفصل إلى التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة واختبار فرضيات الدراسة واستخلاص النتائج المتوصل إليها.

المطلب الأول: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

من خلال تحديد المتوسط المرجح، باعتبار المقياس المستخدم في الدراسة هو ليكارت الخماسي فان المسافة المرجحة هي 4 على 5 ويساوي 0.80 كما يوضح الجدول التالي:

الجدول رقم 20: يوضح المتوسط المرجح

الاتجاه	مسافة الترجيح
غير موافق بشدة	من 1 إلى 1.79
غير موافق	1.80 إلى 2.59
محايد	2.60 إلى 3.39
موافق	3.40 إلى 4.19
موافق بشدة	4.20 إلى 5

المصدر: من إعداد الطالبة

أولاً:التحليل الوصفي لمحور متغير المسؤولية الاجتماعية

توضح الجداول الموالية البيانات الوصفية لمتغير المسؤولية الاجتماعية، كلا من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف والاتجاه، فيما يلي:

1- التحليل الوصفي لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين:

يوضح الجدول الموالي البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المالكين، كلا من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف والاتجاه، فيما يلي:

جدول رقم 21:يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المالكين

الرمز	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف%	الاتجاه
XA 1	يسعى البنك لتحقيق مردود وعوائد مالية إضافية تتناسب وحجم الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية.	4.10	0.594	15	موافق
XA 2	تقوم إدارة البنك بإعطاء الأولوية لحماية أصولها الملموسة وغير الملموسة.	4.23	0.497	12	موافق بشدة
XA 3	تهتم إدارة البنك بتعظيم قيمة أسهمها.	4.26	0.514	12	موافق

					بشدة
XA4	يضمن البنك حصول المساهمين على المعلومات الصحيحة والحقيقية من دون أي تزييف أو خداع وبشكل منتظم.	4.29	0.739	17	موافق بشدة
XA5	تقدم إدارة البنك نتائج الأعمال وتقارير الأرباح بكل شفافية ووضوح.	4.13	0.718	17	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول السابق أن اتجاه الإجابات يميل نحو موافق وموافق بشدة وهذا يدل على أن أفراد العينة متفقين على أن المؤسسة لديها مسؤولية اجتماعية اتجاه المالكين.

2- التحليل الوصفي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون:

يوضح الجدول الموالي البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون، كلا من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف والاتجاه، فيما يلي:

جدول رقم 22:يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية تجاه العاملون

الرمز	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معاملا لاختلاف%	الاتجاه
XB6	نظام الرواتب والأجور عادل ويوازي الجهود المبذولة من قبل العاملين.	3.39	1.145	34	محايد
XB7	يقوم البنك بتدريب العاملين وإكسابهم المهارات والمعارف اللازمة.	4.13	0.670	16	موافق
XB8	يلتزم البنك بكافة حقوق العاملين وفق القوانين المحلية والدولية.	3.97	0.875	22	موافق
XB9	يراعي البنك التفاوت في قدرات ومواهب العاملين من خلال منح الحوافز.	3.61	0.715	20	موافق
XB10	يتبع البنك سياسة الترقية اعترافا بقدرات العاملين.	3.94	0.892	23	موافق
XB11	يوجد لدى البنك مدونة أخلاقيات العمل مطبقة بشكل واضح وفعال.	3.90	1.012	26	موافق
XB12	يسمح البنك بوجود النقابات العمالية.	4.10	0.700	17	موافق
XB13	يختار البنك العاملين على أساس الكفاءة وليس على للاعتبارات الشخصية.	3.90	0.831	21	موافق

XB14	تعمل إدارة البنك على تسهيل تقديم الخدمات للعاملين في البنك.	3.90	0.944	24	موافق
XB15	تهتم إدارة البنك بالاحتياجات الشخصية للعاملين وتسعى لتوفيرها.	3.81	0.980	26	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول السابق أن اتجاه الإجابات يميل نحو موافق وهذا يدل على أن أفراد العينة متفقون على أن المؤسسة لديها مسؤولية اجتماعية اتجاه المالكين ما عدا العبارة الأولى فقد جاء الاتجاه فيها نحو محايد، بانحراف 1.145 وذلك لان بعض الموظفين راضون على الآجر المقدم من طرف المؤسسة مقابل العمل المنجز، والبعض الآخر عكس ذلك.

3- التحليل الوصفي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه الزبائن:

يوضح الجدول الموالي البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية تجاه الزبائن، كلا من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف والاتجاه، فيما يلي:

جدول رقم 23:يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية تجاه الزبائن

الرمز	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف%	الاتجاه
XC16	يقوم البنك بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية لزبائنه.	4.16	0.638	15	موافق
XC17	تهتم إدارة البنك بإعلام الزبون وتعريفه بخصائص الخدمات التي يقدمها.	4.23	0.497	12	موافق بشدة
XC18	يراعي البنك الصدق والنزاهة في كافة المعلومات التسويقية لخدماته.	4.06	0.727	18	موافق
XC19	يهتم البنك بحماية المعلومات الخصوصية للعميل.	4.23	0.497	12	موافق بشدة
XC20	يستمع البنك إلى شكاوي الزبائن ويهتم بحلها.	4.26	0.773	18	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول السابق أن اتجاه الإجابات يميل نحو موافق وموافق بشدة وهذا يدل على أن أفراد العينة متفقين على أن المؤسسة لديها مسؤولية اجتماعية تجاه الزبائن.

4- التحليل الوصفي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه البيئة:

يوضح الجدول الموالي البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية تجاه البيئة، كلا من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف والاتجاه، فيما يلي:

جدول رقم 24:يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه البيئة

الرمز	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف%	الاتجاه
XD21	يستعمل البنك التكنولوجيا والمعالجات الفنية في التخلص من النفايات.	3.61	0.844	23	موافق
XD22	يقوم البنك بالمشاركة في برامج حماية البيئة.	3.58	0.848	24	موافق
XD23	يعمل البنك على تجميل وتشجير المناطق الطبيعية خصوصا المحيطة به.	3.48	0.926	27	موافق
XD24	يمول البنك مشاريع تجارية تساعد على استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة ككل.	3.48	0.851	24	موافق
XD25	لا يتعامل البنك مع المستثمرين الذين يعرف عليهم الاتجار بالمواد الضارة.	4.03	0.912	23	موافق
XD26	تهتم إدارة البنك بتطبيق إجراءات صارمة من اجل التقليل من استهلاك الطاقة.	3.55	0.961	27	موافق
XD27	يهتم البنك باقتناء وسائل ترشيد الطاقة.	3.61	1.054	29	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول السابق أن اتجاه الإجابات يميل نحو موافق وهذا يدل على أن أفراد العينة متفقين على أن المؤسسة لديها مسؤولية اجتماعية اتجاه البيئة.

5. - التحليل الوصفي لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المجتمع:

يوضح الجدول الموالي البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية تجاه المجتمع، كلا من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف والاتجاه، فيما يلي:

جدول رقم 25:يوضح البيانات الوصفية لعبارات فقرة المسؤولية اتجاه المجتمع

الرمز	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاتجاه

XE28	يقدم البنك المساندة المالية والمعنوية لمؤسسات المجتمع.	3.48	0.724	21	موافق
XE29	يشارك البنك في برامج الحد من الفقر والبطالة في المجتمع.	3.32	0.791	24	محايد
XE30	يقوم البنك بتوظيف أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة.	3.16	1.036	33	محايد
XE31	يساهم البنك في إحياء المناسبات الدينية والوطنية.	3.71	0.973	26	موافق
XE32	تحترم إدارة البنك القيم والعادات والتقاليد لدى المجتمع.	4.06	0.680	17	موافق
XE33	يساهم البنك في دعم المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي .	3.68	0.791	21	موافق
XE34	يساهم البنك في تمويل المشاريع الصغيرة للشباب من اجل احتواءه.	3.74	0.999	27	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول السابق أن الإجابات تميل نحو اتجاه موافق، ماعدا (مشاركة البنك في الحد من الفقر والبطالة في المجمع، وقيام البنك بتوظيف أفراد ذوي الاحتياجات الخاصة) وذلك بسبب شرط التوظيف في بعض المؤسسات الشهادة الطبية بالنسبة للعبارة الأخيرة.

ثانياً: التحليل الوصفي لعبارات المحور الثالث الصورة الذهنية

بما أن هذا المحور احتوى على فقرة واحدة فان الجدول الموالي يوضح التحليل الوصفي لعبارات المحور الثالث الصورة الذهنية، كلا من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف والاتجاه، فيما يلي:

جدول رقم 26:يوضح البيانات الوصفية لعبارات الصورة الذهنية

الرمز	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف%	الاتجاه
Y35	يحافظ البنك على زبائنه لان مساهمته فعالة في تنمية المجتمع.	4.23	0.497	12	موافق بشدة
Y36	سمعة البنك طيبة.	4.39	0.558	13	موافق بشدة
Y37	يتحدث الزبائن عن البنك بالأمور الإيجابية.	4.26	0.729	17	موافق بشدة

Y38	يتبنى البنك استراتيجيات من شأنها تحسين صورته لدى المجتمع.	4.32	0.475	11	موافق بشدة
Y39	يلزم البنك موظفيه بتقديم صورة جيدة عنه.	4.39	0.588	13	موافق بشدة
Y40	مشاركة البنك في الأنشطة الهادفة يعزز صورته لدى المجتمع.	4.35	0.551	13	موافق بشدة
Y41	تنال الأنشطة الاجتماعية الممارسة من قبل البنك استحسان المجتمع.	4.00	0.775	19	موافق
Y42	يفتخر العميل باعتباره زبون للبنك.	4.00	0.730	18	موافق
Y43	يحدد البنك مكامن الضعف في صورته الحالية ويعمل على معالجتها.	4.26	0.575	13	موافق بشدة
Y44	يتبنى البنك الاستراتيجيات الهادفة إلى تحسين صورته في المجتمع.	4.39	0.558	13	موافق بشدة
Y45	يسهم البنك في نشر كافة الأدلة التي تبرر أنشطته وأعماله أمام المجتمع.	4.32	0.653	15	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح لنا من الجدول السابق أن اتجاه الإجابات يميل نحو موافق وموافق بشدة وهذا يدل على أن أفراد العينة متفقين على أن المؤسسة لديها مسؤولية اجتماعية اتجاه البيئة.

ثالثاً: التحليل الوصفي للمحورين.

جدول رقم 27: يوضح التحليل الوصفي للمحاور المتغيرين

المحور	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	الاتجاه
المسؤولية الاجتماعية	0,437	3,855	11 %	موافق
الصورة الذهنية	0,421	4.263	10 %	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق إن عبارات محور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية سجلت متوسط حسابي يساوي 3.85 حيث جاءت تتجه نحو موافق، أما عبارات المحور الثاني متغير الصورة الذهنية فقد جاء المتوسط الحسابي لها 4.26 إي أنها تتجه نحو موافق بشدة.

رابعاً:التحليل الوصفي لخصائص العينة

1- التوزيع حسب الخبرة:

يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بمتغير الخبرة المكتسبة كما يلي:

جدول رقم 28: يوضح التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة حسب الخبرة

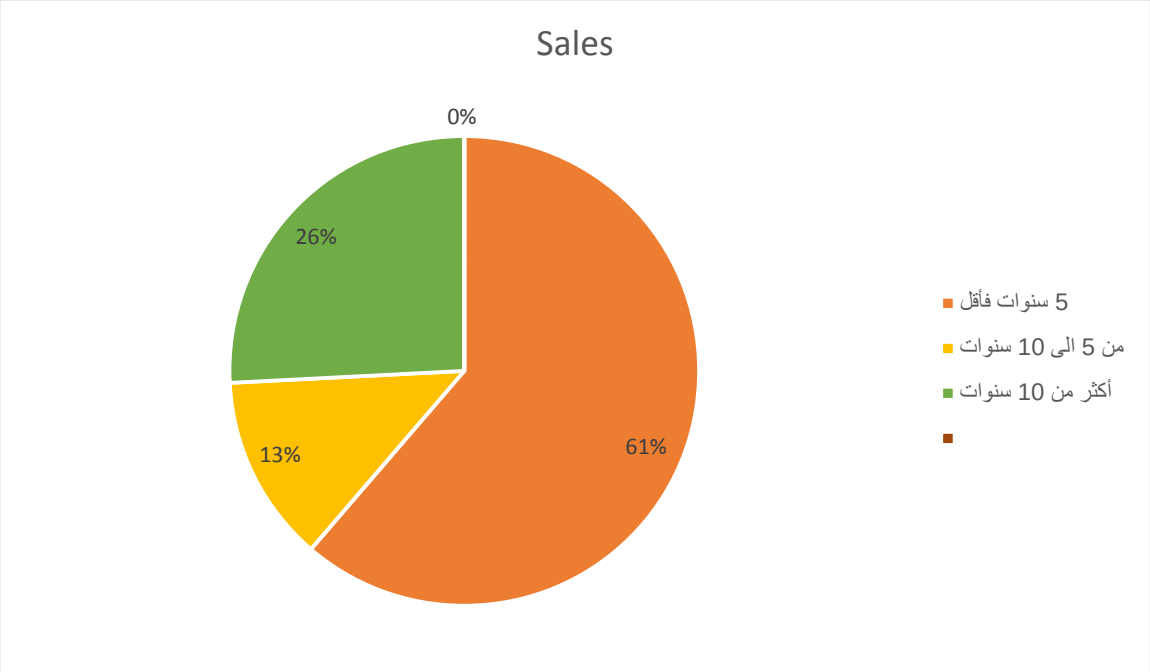
الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
5 سنوات فأقل	19	61.3
من 6 سنوات إلى 10 سنوات	04	12.9
أكثر من 10 سنوات	08	25.8

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر المبحوثين هم ممن يملكون خبرة أقل من 5 سنوات، حيث بلغت نسبتهم 61.3، أما من يملكون خبرة تتراوح بين 06 سنوات وأكثر من 10 سنوات تتراوح 38.7 بنسب 12.9 و25.8 على التوالي وذلك راجع للسياسات الوظيفية المنتهجة والتي تنص على توفير مناصب شغل جديدة؛ بالإضافة إلى أن مؤسستين من المؤسسات محل الدراسة حديثة النشّأة.

والشكل التالي يوضح توزيع متغير الخبرة:

شكل رقم 02:يوضح توزيع متغير الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الشكل السابق يتضح جليا توزيع أصحاب الخبرة الأقل من 5 سنوات وإذا دل هذا فيدل على أن المؤسسات البنكية في منطقة ادرار تعمل على امتصاص اليد العاملة الحديثة.

2- التوزيع حسب المؤهل العلمي:

يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي كما يلي:

جدول رقم 29: يوضح التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	04	12.9
ليسانس	20	64.5
ماستر	06	19.4
ماجستير	0	0
دكتوراه	01	3.2

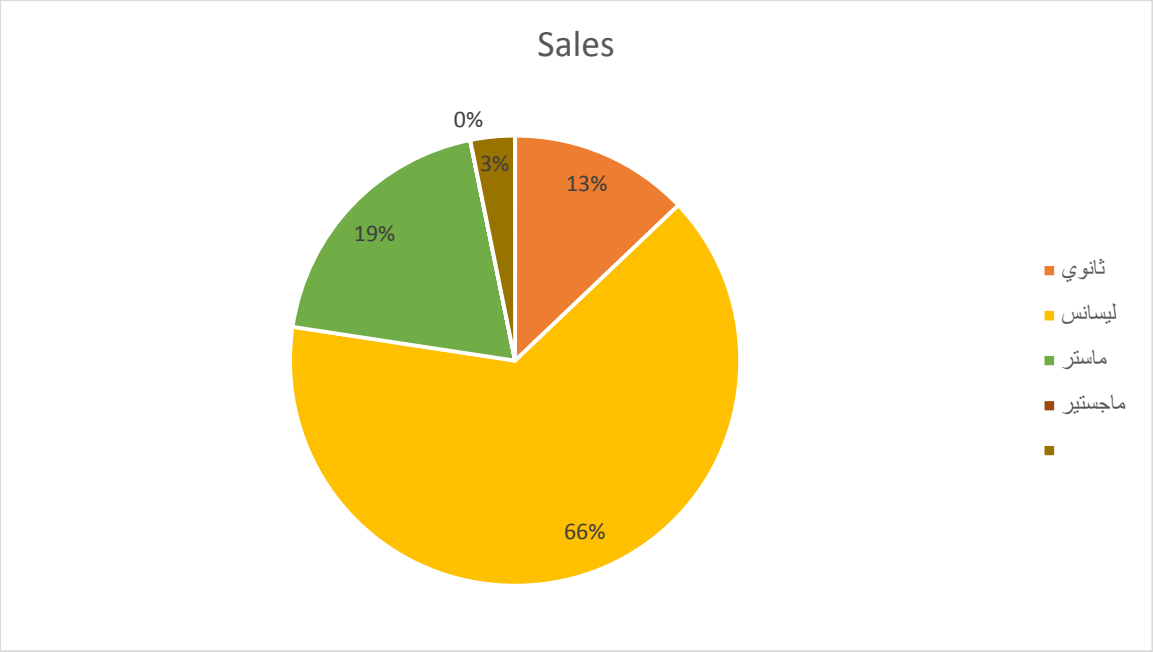
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر المبحوثين هم ممن يملكون مستوى ليسانس، حيث بلغت نسبتهم 64.5 أما من يملكون مستوى ثانوي ودكتوراه وماستر يمثلون نسبة 35.5 ويلاحظ أن من

يملكون مستوى ماجستير غير موجودين ومن خلال هاته النسب، يتضح لنا أن فئة من يملكون مستوى ليسانس في أفراد عينة الدراسة أكبر بكثير مقارنة بالفئات الأخرى، وهذا راجع إلى السياسات المنتهجة من طرف المؤسسة تعتمد على أصحاب المستويات الجامعية.

والشكل التالي يوضح التوزيع حسب المؤهل العلمي:

شكل رقم03:يوضح التوزيع حسب المؤهل العلمي:



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الشكل يتضح لنا جليا الفرق بين تكرارات حاملي شهادة الليسانس والمستويات الأخرى مما يبين أن المؤسسة تعتمد في العمل على حاملي الشهادة الجامعية ليسانس فما فوق.

3- التوزيع حسب السن:

يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بمتغير السن كما يلي:

جدول رقم 30: يوضح التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة حسب السن

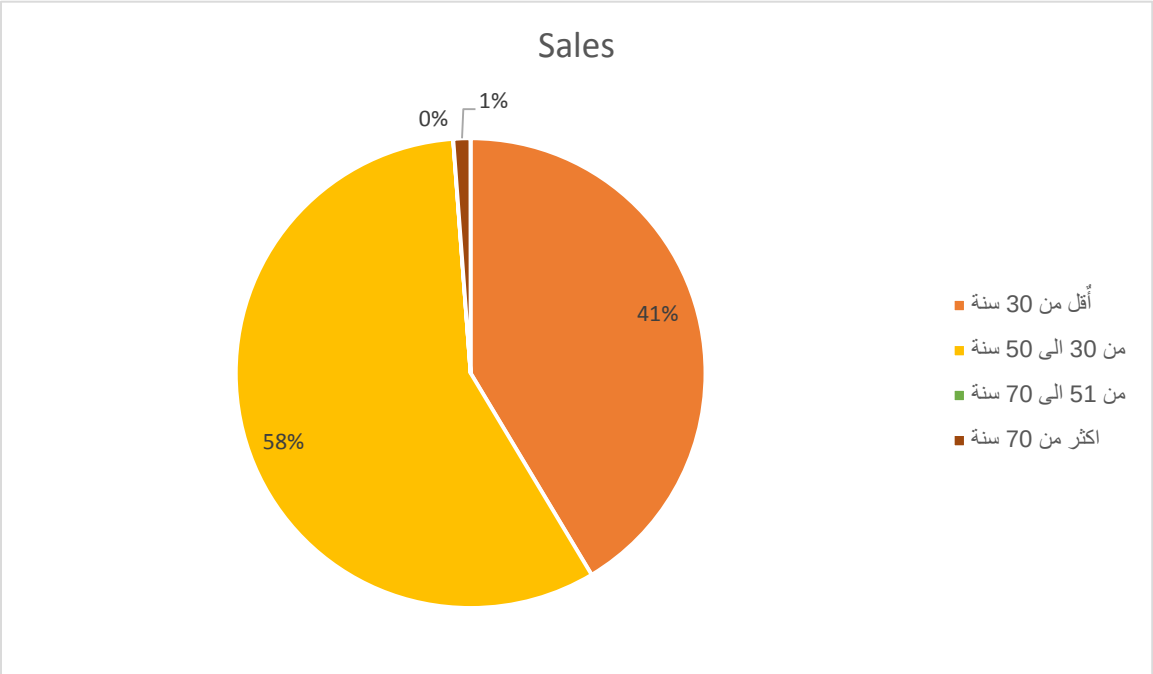
السن	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 30 سنة	13	41.9
من 31-50سنة	18	58.1
من 51-70سنة	0	0
أكثر من 70سنة	0	0

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن المبحوثين تكوَّنوا من فئتين واللاتي هي على التوالي الأقل من 30 سنة ومن 31 إلى 50 سنة، حيث مثلت فئة الأقل من 30 سنة نسبة 41.9 أما نسبة الأكثر من 31 إلى 50 سنة فمثلت نسبة 58.1 بفارق 16.2 وهذا يدل على تقارب الفئتين في التكرارات؛ أما الفئتين المواليتين من 51 إلى 70 سنة وأكثر من 70 سنة فلم تسجلا إي نسبة مشاهدة.

ويوضح الشكل الموالي التوزيع حسب السن:

شكل رقم 04:يوضح التوزيع حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح لنا الشكل السابق التوزيع حسب السن والتي تتضح جليا تكونها في فئتين اثنين، وان دل هذا فيدل على حداثة بعض المؤسسات، بالإضافة إلى استعانة المؤسسات الأخرى بالفئة الشبابية في تسيير العمل.

المطلب الثاني اختبار الفرضيات

أولاً: اختبار الاعتدالية:

من اجل اختبار معلمية البيانات الموجودة وُضِعت فرضية العدمH_0كالتالي:لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، وتم استعمال اختبار الاعتدالية Test of normality، كولموجروف سميرنوف وكانت النتيجة في الجداول الموالية:

1- اختبار الاعتدالية لفقرات المحور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية

يوضح الجدول التالي اختبار الاعتدالية لفقرات المحور الثاني كما يلي:

الجدول رقم 31: يوضح اختبار التوزيع الطبيعي كولموجروف سميرنوف لفقرات المحور الثاني

الفقرة	sig
المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين	0.200
المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	0.200
المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن	0.200
المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	0.200
المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	0.200

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة sig للفقرات المحور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية هي 0.200، وعليه نرفض الفرضية العدم H_0 القائلة لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، ونقبل الفرضية البديلة H_1 القائلة البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ومن هذا يكون شرط الاعتدالية محقق.

2- اختبار الاعتدالية للمحور الثاني المسؤولية الاجتماعية:

يبين الجدول الموالي اختبار الاعتدالية للمحور الثاني متغير المسؤولية الاجتماعية كما يلي:

الجدول رقم32: يوضح اختبار التوزيع الطبيعي كولموجروف سميرنوف للمحور الثاني

المتغيرات	sig
المسؤولية الاجتماعية	0.200

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن قيمة sig بالنسبة لمتغير المسؤولية الاجتماعية هي 0.200، وعليه نرفض الفرضية العدم H_0 القائلة لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، ونقبل الفرضية البديلة H_1 القائلة البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ومن هذا يكون شرط الاعتدالية محقق.

3- اختبار الاعتدالية للمحور الثالث:

يبين الجدول الموالي اختبار الاعتدالية للمحور الثالث متغير الصورة الذهنية كما يلي:

الجدول رقم 33: يوضح اختبار التوزيع الطبيعي كولموجروف سميرنوف للمحور الثالث

المتغيرات	sig
الصورة الذهنية	0.200

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن قيمةsigبالنسبة لمتغير الصورة الذهنية هي 0.200،وعليه نرفض الفرضية العدمH_0القائلة لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، ونقبل الفرضية البديلة H_1القائلة البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ومن هذا يكون شرط الاعتدالية محقق.

ثانياً: اختبار الفروقات

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد **Anova** وتم صياغة فرضية العدم كالآتي: لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في عدم تطبيق المفاهيم العلمية عند مستوى الفا = 5%، وكانت النتائج كما يلي:

1- اختبار الفروقات للمتغير للمسؤولية الاجتماعية:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية عند مستوى الفا = 5%.

أ-**الفرضية الفرعية الأولى:**لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للعمر عند مستوى الفا = 5%.

يوضح الجدول التالي تحليل التباين للمفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للعمر فيما يلي:

الجدول رقم 34: يوضح تحليل التباين للفرضية الأولى للمحور الثاني

	sig	f	درجة حرية البسط	درجة حرية المقام
العمر	0.297	1.466	8	22

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن f= 1.466 وذلك بدرجات حرية للبسط 8 ودرجات حرية للمقام 22 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة 0.713 أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدينا

دليل بقبول الفرض العدم وهو لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية، وذلك بالنسبة للعمر.

ب-**الفرضية الفرعية الثانية:** لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للخبرة عند مستوى الفا = 5%.

يوضح الجدول التالي تحليل التباين للمفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للخبرة فيما يلي:

الجدول رقم35: يوضح تحليل التباين للفرضية الثانية للمحور الثاني

	sig	f	درجة حرية البسط	درجة حرية المقام
الخبرة	0.151	2.036	8	22

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن f= 2.036 وذلك بدرجات حرية للبسط 8 ودرجات حرية للمقام 22 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة 0.151 أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدينا دليل بقبول الفرض العدم وهو لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية، وذلك بالنسبة للخبرة.

ج- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤهل العلمي عند مستوى الفا = 5%.

يوضح الجدول التالي تحليل التباين للمفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤهل العلمي فيما يلي:

الجدول رقم36: يوضح تحليل التباين للفرضية الثالثة للمحور الثاني

	sig	f	درجة حرية البسط	درجة حرية المقام
المؤهل العلمي	0.850	0.581	8	22

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن f= 0.581 وذلك بدرجات حرية للبسط 8 ودرجات حرية للمقام 22 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة 0.850 أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدينا دليل بقبول الفرض العدم وهو لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للمسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية، وذلك بالنسبة للمؤهل العلمي.

2- اختبار الفروقات لمتغير الصورة الذهنية:

الفرضية الرئيسة الثانية: لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للصورة الذهنية عند مستوى الفا = 5%.

أ-**الفرضية الفرعية الأولى:** لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للصورة الذهنية بالنسبة للعمر عند مستوى الفا = 5%.

يوضح الجدول التالي تحليل التباين للمفاهيم العلمية للصورة الذهنية بالنسبة للعمر فيما يلي:

الجدول رقم 37: يوضح تحليل التباين للفرضية الأولى للمحور الثالث

	sig	f	درجة حرية البسط	درجة حرية المقام
العمر	0.433	1.080	13	17

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن 1.080 =f وذلك بدرجات حرية للبسط 13 ودرجات حرية للمقام 17 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة 0.433 أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدينا دليل بقبول الفرض العدم وهو لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للصورة الذهنية في البنوك التجارية، وذلك بالنسبة للعمر.

ب-**الفرضية الفرعية الثانية:** لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للصورة الذهنية بالنسبة للخبرة عند مستوى الفا = 5%.

يوضح الجدول التالي تحليل التباين للمفاهيم العلمية للصورة الذهنية بالنسبة للخبرة فيما يلي:

الجدول رقم 38: يوضح تحليل التباين للفرضية الثانية للمحور الثالث

	sig	f	درجة حرية البسط	درجة حرية المقام
الخبرة	0.202	1.533	13	17

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن 1.533 =f وذلك بدرجات حرية للبسط 13 ودرجات حرية للمقام 17 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة 0.202 أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدينا دليل بقبول الفرض العدم وهو لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للصورة الذهنية في البنوك التجارية، وذلك بالنسبة للخبرة.

ج- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للصورة الذهنية بالنسبة للمؤهل العلمي عند مستوى الفا = 5%.

يوضح الجدول التالي تحليل التباين للمفاهيم العلمية للصورة الذهنية بالنسبة للمؤهل العلمي فيما يلي:

الجدول رقم 39: يوضح تحليل التباين للفرضية الثالثة للمحور الثالث

	sig	f	درجة حرية البسط	درجة حرية المقام
المؤهل العلمي	0.756	0.680	13	17

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن f= 0.680 وذلك بدرجات حرية للبسط 13 ودرجات حرية للمقام 17 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة 0.756 أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدينا دليل بقبول الفرض العدم وهو لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في تطبيق المفاهيم العلمية للصورة الذهنية في البنوك التجارية، وذلك بالنسبة للمؤهل العلمي.

ثالثاً: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

بفرض أن فرضية العدم تقول: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\propto = 0.05$ للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للبنوك التجارية.

من خلال اختبار الانحدار الخطي بالعلاقة $Y = \propto + \beta x$ وباستخدام برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية، باعتبار أنyهو المتغير التابع وهو الصورة الذهنية وx المتغير المستقل،وقد تحصلنا على الجدول التالي:

جدول رقم40: يوضح قيم اختبار الانحدار الخطي لمتغيرات الدراسة

المتغير التابع	Sig	α	β
الصورة الذهنية	0.018	2.693	0.407

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول السابق يتبين لنا أن قيمة sig=0.018 بمستوى دلالة 0.05 وقيمة$\beta = 0.407$ مما يشير إلى أن هناك اثر معنوي.

وبناءاً على ذلك نرفض فرضية العدم التي تقول: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\propto = 0.05$ للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للبنوك التجارية.

ونقبل الفرض البديل القائل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $\propto = 0.05$ للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية للبنوك التجارية.

خلاصة الفصل.

تم عرض في هذا الفصل الدراسة الميدانية بالإضافة لاختبار فرضية الدراسة وتحليلها واستخلاص النتائج.

من خلال ما سبق نستطيع أن نقول أن الدراسة قد خلصت بنتائج مهمة بالاعتماد على أداة الدراسة الاستبيان الذي بدوره كان يتميز بالصدق والثبات كما أن اختيار العينة كان جيد مما خلص على نتائج جيدة التي أوصلت إلى أن هناك تأثير للمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية للبنوك التجارية والتوصيات التي يجب العمل بها من اجل تحسين الصورة للمنضمات.

الخاتمة.

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان اثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين الصورة الذهنية بحيث جاءت إشكالية هذه الدراسة على النحو التالي: كيف يؤثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية بالمنضمات؟، وقد خلصت الدراسة من خلال تحليل البيانات وبالاعتماد على اختبارات spss على مجموعة من النتائج هي كما يلي:

تم التوصل للنتائج التالية:

أن المتوسط الحسابي العام للمسؤولية الاجتماعية من حيث الاتجاه يتجه نحو موافق وهذا يدل على أن جميع أفراد العينة متفقين على أن منظماتهم البنكية تلتزم بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

أن المتوسط الحسابي العام للصورة الذهنية من حيث الاتجاه يتجه نحو موافق بشدة وهذا يدل على أن البنوك تهتم بأن تكون لها صورة ذهنية جيدة.

أن وجهات النظر تختلف بين العاملون والمالكين في مفهوم للمسؤولية الاجتماعية وذلك بسبب فئة على أخرى.

أن المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملون من حيث نظام الرواتب جاءت متجهة نحو محايد وذلك يرجع إلى أن بعض الموظفين يرون أنهم يتقاضون ما يستحقون لقاء عملهم والبعض الآخر يرى انه لا يتقاضى ما يستحقه مقابل عمله.

أن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في مشاركة البنك في الحد من البطالة وفي توظيفه لذوي الاحتياجات الخاصة قد اتجهت نحو محايد وهذا راجع لتوظيف بعض البنوك لعمالة خارجية بالإضافة لطلب شهادة طبية تثبت الصحة الجسدية.

إن المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة اتجهت نحو موافق وهذا يدل على أن البنوك تهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة إلا أنها تحتاج للاهتمام أكثر بها.

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية، بأبعادها مجتمعة.

لقد اتفقت دراستنا الحالية مع دراسة رائدة نصار فالح الرتيمات، في انه يوجد اثر لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة على تشكيل الصورة الذهنية، كما أنها اتفقت مع دراسة دينا المالح على وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية، كما أنها توافقت مع دراسة فالح عبد القادر الحوري وآخرون على انه يوجد إدراك لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى وجود اثر لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية، كما أن دراستنا الحالية اتفقت مع دراسة THÉRÈSE DES ROCI-FERSعلى انه

يوجد سوء هضم للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، أما دراسة **Eltahir Ahmed Mohammed Ali etBuraieBabiker Mahmoud** فقد اتفقت مع دراستنا الحالية على انه يوجد اثر معنوي على تحسين الصورة الذهنية للمنظمات.

التوصيات.

بالاعتماد على النتائج فإننا نوصي بما يلي:

1- ضرورة تركيز البنوك التجارية على العمل من تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع والذي سيعكس صورة ايجابية لها.

2- ضرورة عمل البنوك التجارية على التوافق بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملون والمالكين والذي سيخلق الانسجام والرضا نحو الطرفين والذي يعطي صورة حسنة عليها.

3- على البنوك التجارية النظر في احتمالية توظيف ذوي الاحتياجات الخاصة لما لهم من مكانة معنوية وحساسة في المجتمع والذي يعمل على تعزيز صورتها الذهنية في الأفراد.

4- على البنوك التجارية تثمين جهود الموظف المجتهد والعمل على منح امتيازات وعلاوات لتقدير الجهد المبذول وإعطاء صورة ايجابية على الاهتمام بموظفيها وتعظيم مجهوداتهم.

5- ضرورة عمل البنوك التجارية ببذل مجهود اكبر نحو الاستثمار في تحسين البيئة ومحيط المنطقة للمحافظة على أجواء أكثر صحةً وراحة لأفراد المجتمع والذي يعتبر تحسين لصورتها الذهنية عند أفراد المجتمع والعاملون والمالكون سواء.

6- يجب العمل على وضع خطة متكاملة تعمل على تحسين الصورة الذهنية في المجتمع.

7- على البنوك العمل على الحد من البطالة وتوظيف عمالة محلية من اجل تحسين المستوى المعيشي والحد من مظاهر الفقر والعوز.

8-على البنك العمل على وضع مدونة واضحة وصريحة لأخلاقيات العمل مطبقة بشكل فعال.

9- على البنك الاهتمام بامتلاك وسائل تساعد على ترشيد الطاقة.

10- على البنوك التجارية العمل على تسهيل الخدمات للموظفين والاهتمام باحتياجاتهم الشخصية والسعي لتوفيرها.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

الكتب

1. **البكري ,ثامر ياسر** .التسويق والمسؤولية الاجتماعية،الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2001,
2. **الجرايدة ,بسام عبد الرحمان** .إدارة العلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013 ,
3. **الشطري ,حامد مجيد**.الاعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، الطبعة الاولى،دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2013 ,
4. **صبري ,ابو فريخة ميرال**.المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الاعلامية، الطبعة الاولى، دار الكتاب الحديث،القاهرة، 2013 ,
5. **العصيمي ,عايد عبد الله**.المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، الاردن،اليازوري، 2015 ,
6. **الغالبي ,نعمة عباس الخفاجي، طاهر محسن**.قراءات في الفكر الاداري المعاصر .عمان :دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، 2008 ,
7. **نجم ,نجم عبود.2005** .اخلاقيات الادارة ومسؤلية الاعمال في الشركات، الوراق للنشر والتوزيع،عمان الاردن،2005 ,

الأطروحات:

8. **الرتيمات,رائدة نصار**.اثر المسؤولية الاجتماعية على تشكيل الصورة الذهنية في الجامعات الخاصة الاردنية، رسالة تدخل ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، عمان الاردن، 2015 ,

9. **العذاري ,محمد عامر راهي**.اثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات الصناعية، رسالة تدخل ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، جامعة القادسية، العراق، 2010 ,

10. **المالح ,دينا**.دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية والولاء لدى عملاء بنك البركة في سورية،رسالة تدخل ضمن متطلبات الحصول على درجةالماجستير، الجامعة الافتراضية سوريا، سوريا، 2017 ,

11. **باسل منصور عبد الكريم الزعبي**. أثر التسويق بالعلاقات في بناء الصورة الذهنية لدى زبائن البنوك التجارية في الاردن، رسالة تدخل ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، جامعة عمان العربية، عمان، 2017,

12. **خالد محمود حمدان الشمايلة**. أثر المسؤولية الاجتماعية في مجموعة شركات المناصير اتجاه الموارد البشرية على الالتزام التنظيمي، رسالة تدخل ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، جامعة عمان العربية كلية الأعمال،عمان، 2017,

13. **عمر ,ابو ارشيد، غادة**.المسؤولية الاجتماعية واثرها على الاداء :دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة في مدينة عمان، رسالة تدخل ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، غير منشورة، جامعة اليرموك كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية الاردن .2006 ,

المجلات

14. **القرني ,احمد بن عبد القادر**.معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال في السعودية .المجلة الاردنية في ادارة الاعمال.,10 .Vol ,2014,

15. **سليمان ,بلعور**.دور منظومة القيم في دعم اخلاقيات الادارة والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.مجلةالتكامل الاقتصادي .جامعة احمد دراية ,مارس العدد 05. 2015,

16. **قائد ,مراد محمد النمشي، عماد عبد الوهاب**.العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية للمنظمة .مجلة الدراسات الاجتماعية .يوليو –سبتمبر.2015,

المؤتمرات

17. **العوادلي ,سلوى**.تاثير استخدام برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الانترنت على بناء سمعة المنظمة .مؤتمر الاعلام وقضايا والاصلاح في المجتمعات العربية :الواقع والتحديات.القاهرة– مصر. 9–7 .جويلية. 2009 ,

المراجع باللغة الأجنبية

الكتب

18. **Kosslyn, Joel Pearson and Stephen M.** FRONTIERS RESEARCH TOPICS MENTAL IMAGERY : Frontiers Media SA . Netherlands. 2013,

الاطروحات

19. **ROCI-fERS, T. D**. REpRÉSENTATIONS ET PRATIQUES DE RESPONSABILITÉ SOCIALE,MÉMOIRE PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTlELLE DE LA MAÎTRISE EN SCIENCES DE L'ENVlRONNEMENT: UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL 2009, MONTRÉAL,

المواقع الالكترونية

20. **Mias, Lucien. 1996.** Les images mentales. *papidoc.chic-cm.fr/534ImageMentale.pdf.* [Online] 06 03, 1996. [Cited: 0603, 2019.] papidoc.chic-cm.fr/534ImageMentale.pdf.

ملحق رقم 23

ملحق رقم 24

ملحق رقم 25

ملحق 1 معامل الثبات الفا كرومباخ الاولي

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	10	50,0
	Exclu[a]	10	50,0
	Total	20	100,0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,938	45

ملحق 2 معامل الثبات الفا كرومباخ الكلي

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	25	80,6
	Exclu[a]	6	19,4
	Total	31	100,0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,938	45

ملحق 3 الفا كرومباخ للفقرات

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Carré de la corrélation multiple	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
Xa1	173,90	294,224	,339	.	,930
Xa2	173,77	290,714	,623	.	,929
Xa3	173,74	296,465	,271	.	,931
Xa4	173,71	291,413	,379	.	,930
Xa5	173,87	294,849	,250	.	,931
Xb6	174,61	287,178	,336	.	,931
Xb7	173,87	287,383	,603	.	,928
Xb8	174,03	282,632	,616	.	,928
Xb9	174,39	289,845	,459	.	,929
Xb10	174,06	281,596	,639	.	,928
Xb11	174,10	282,157	,540	.	,929

Xb12	173,90	287,224	,582	.	,928
Xb13	174,10	287,890	,459	.	,929
Xb14	174,10	286,024	,458	.	,929
Xb15	174,19	279,961	,628	.	,928
Xc16	173,84	292,940	,375	.	,930
Xc17	173,77	294,181	,417	.	,930
Xc18	173,94	288,262	,516	.	,929
Xc19	173,77	298,581	,157	.	,931
Xc20	173,74	288,665	,467	.	,929
Xd21	174,39	286,978	,484	.	,929
Xd22	174,42	279,185	,764	.	,926
Xd23	174,52	283,325	,556	.	,928
Xd24	174,52	284,791	,557	.	,928
Xd25	173,97	288,632	,389	.	,930
Xd26	174,45	280,056	,639	.	,928
Xd27	174,39	279,778	,585	.	,928
Xe28	174,52	287,591	,546	.	,929
Xe29	174,68	289,092	,439	.	,929
Xe30	174,84	279,806	,596	.	,928
Xe31	174,29	282,880	,541	.	,929
Xe32	173,94	291,262	,423	.	,930
Xe33	174,32	289,559	,422	.	,930
Xe34	174,26	288,331	,360	.	,931
Y35	173,77	301,181	,006	.	,932
Y36	173,61	297,778	,179	.	,931
Y37	173,74	297,131	,154	.	,932
Y38	173,68	293,292	,492	.	,929
Y39	173,61	290,112	,584	.	,929
Y40	173,65	287,970	,710	.	,928
Y41	174,00	289,533	,432	.	,930
Y42	174,00	292,467	,342	.	,930
Y43	173,74	291,531	,492	.	,929
Y44	173,61	290,178	,580	.	,929
Y45	173,68	288,426	,572	.	,929

ملحق 4 المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارات

Statistiques d'éléments

	Moyenne	Ecart type	N
Xa1	4,10	,597	31

Xa2	4,23	,497	31
Xa3	4,26	,514	31
Xa4	4,29	,739	31
Xa5	4,13	,718	31
Xb6	3,39	1,145	31
Xb7	4,13	,670	31
Xb8	3,97	,875	31
Xb9	3,61	,715	31
Xb10	3,94	,892	31
Xb11	3,90	1,012	31
Xb12	4,10	,700	31
Xb13	3,90	,831	31
Xb14	3,90	,944	31
Xb15	3,81	,980	31
Xc16	4,16	,638	31
Xc17	4,23	,497	31
Xc18	4,06	,727	31
Xc19	4,23	,497	31
Xc20	4,26	,773	31
Xd21	3,61	,844	31
Xd22	3,58	,848	31
Xd23	3,48	,926	31
Xd24	3,48	,851	31
Xd25	4,03	,912	31
Xd26	3,55	,961	31
Xd27	3,61	1,054	31
Xe28	3,48	,724	31
Xe29	3,32	,791	31

Xe30	3,16	1,036	31
Xe31	3,71	,973	31
Xe32	4,06	,680	31
Xe33	3,68	,791	31
Xe34	3,74	,999	31
Y35	4,23	,497	31
Y36	4,39	,558	31
Y37	4,26	,729	31
Y38	4,32	,475	31
Y39	4,39	,558	31
Y40	4,35	,551	31
Y41	4,00	,775	31
Y42	4,00	,730	31
Y43	4,26	,575	31
Y44	4,39	,558	31
Y45	4,32	,653	31

ملحق 5 المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحورين

Statistiques

		المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية	المحور الثالث الصورة الذهنية
N	Valide	31	31
	Manquant	0	0
Moyenne		3,8558	4,2639
Ecart type		,43785	,42143

ملحق 6

معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الاولىللمحور الثاني

Corrélations

		الفقرة الاولى المسؤولية اتجاه المالكين
يسعى البنك لتحقيق مردود وعوائد مالية إضافية تتناسب وحجم الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية.	Corrélation de Pearson	,735**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تقوم إدارة البنك بإعطاء الأولوية لحماية أصولها الملموسة وغير الملموسة.	Corrélation de Pearson	,707**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تهتم إدارة البنك بتعظيم قيمة أسهمها.	Corrélation de Pearson	,307
	Sig. (bilatérale)	,092
	N	31
يضمن البنك حصول المساهمين على المعلومات الصحيحة والحقيقية من دون أي تزييف أو خداع وبشكل منتظم.	Corrélation de Pearson	,618**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تقدم إدارة البنك نتائج الأعمال وتقارير الأرباح بكل شفافية ووضوح.	Corrélation de Pearson	,685**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الاولى المسؤولية اتجاه المالكين	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	31

ملحق 7 معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الثانيةللمحور الثاني

Corrélations

		الفقرة الثانية المسؤولية اتجاه العاملون
نظام الرواتب والأجور عادل ويوازي الجهود المبذولة من قبل العاملين.	Corrélation de Pearson	,494**
	Sig. (bilatérale)	,005
	N	31
يقوم البنك بتدريب العاملين وإكسابهم المهارات والمعارف اللازمة.	Corrélation de Pearson	,437*
	Sig. (bilatérale)	,014
	N	31
يلتزم البك بكافة حقوق العاملين وفق القوانين المحلية والدولية.	Corrélation de Pearson	,707**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يراعي البنك التفاوت في قدرات ومواهب العاملين من خلال منح الحوافز.	Corrélation de Pearson	,691**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يتبع البنك سياسة الترقية اعترافا بقدرات العاملين.	Corrélation de Pearson	,864**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يوجد لدى البنك مدونة أخلاقيات العمل مطبقة بشكل واضح وفعال.	Corrélation de Pearson	,732**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يسمح البنك بوجود النقابات العمالية.	Corrélation de Pearson	,456**
	Sig. (bilatérale)	,010
	N	31
يختار البنك العاملين على أساس الكفاءة وليس على للاعتبارات الشخصية.	Corrélation de Pearson	,678**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تعمل إدارة البنك على تسهيل تقديم الخدمات	Corrélation de Pearson	,712**

للعاملين في البنك.	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تهتم إدارة البنك بالاحتياجات الشخصية للعاملين وتسعى لتوفيرها.	Corrélation de Pearson	,830**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الثانية المسؤولية اتجاه العاملون	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	31

ملحق 8 معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الاولللمحور الثاني

Corrélations

		الفقرة الثالثة المسؤولية اتجاه الزبائن
يقوم البنك بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية لزبائنه.	Corrélation de Pearson	,748**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تهتم إدارة البنك بإعلام الزبون وتعريفه بخصائص الخدمات التي يقدمه.	Corrélation de Pearson	,565**
	Sig. (bilatérale)	,001
	N	31
يراعي البنك الصدق والنزاهة في كافة المعلومات التسويقية لخدماته.	Corrélation de Pearson	,735**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يهتم البنك بحماية المعلومات الخصوصية للزبون.	Corrélation de Pearson	,687**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يستمع البنك إلى شكاوي الزبائن ويهتم بحلها.	Corrélation de Pearson	,719**
	Sig. (bilatérale)	,000

	N	31
الفقرة الثالثة المسؤولية اتجاه الزبائن	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	31

ملحق 9 معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الرابعةللمحور الثاني

Corrélations

		الفقرة الرابعة المسؤولية اتجاه البيئة
يستعمل البنك التكنولوجيا والمعالجات الفنية فى التخلص من النفايات.	Corrélation de Pearson	,520**
	Sig. (bilatérale)	,003
	N	31
يقوم البنك بالمشاركة في برامج حماية البيئة.	Corrélation de Pearson	,827**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يعمل البنك على تجميل وتشجير المناطق الطبيعية خصوصا المحيطة به.	Corrélation de Pearson	,781**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يمول البنك مشاريع تجارية تساعد على استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة ككل.	Corrélation de Pearson	,798**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
لا يتعامل البنك مع المستثمرين الذين يعرف عليهم الاتجار بالمواد الضارة.	Corrélation de Pearson	,476**
	Sig. (bilatérale)	,007
	N	31
تهتم إدارة البنك بتطبيق إجراءات صارمة من اجل التقليل من استهلاك الطاقة.	Corrélation de Pearson	,825**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31

يهتم البنك باقتناء وسائل ترشيد الطاقة.	Corrélation de Pearson	,690**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الرابعة المسؤولية اتجاه البيئة	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	31

ملحق 10 معامل الارتباط بين العبارات والفقرة الخامسةللمحور الثاني

Corrélations

		الفقرة الخامسة المسؤولية اتجاه المجتمع
يقدم البنك المساندة المالية والمعنوية لمؤسسات المجتمع.	Corrélation de Pearson	,482**
	Sig. (bilatérale)	,006
	N	31
يشارك البنك في برامج الحد من الفقر والبطالة في المجتمع المحلي.	Corrélation de Pearson	,692**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يقوم البنك بتوظيف أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة.	Corrélation de Pearson	,844**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يساهم البنك في إحياء المناسبات الدينية والوطنية.	Corrélation de Pearson	,720**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تحترم إدارة البنك القيم والعادات والتقاليد لدى المجتمع.	Corrélation de Pearson	,550**
	Sig. (bilatérale)	,001
	N	31
يساهم البنك في دعم المشاريع المحلية ذات	Corrélation de Pearson	,725**

الطابع التنموي .	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يساهم البنك في تمويل المشاريع الصغيرة للشباب من اجل احتواءه.	Corrélation de Pearson	,748**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الخامسة المسؤولية اتجاه المجتمع	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	31

ملحق 11 معامل الارتباط بين الفقرات المتغير المستقل المحور الثاني

Corrélations

		الفقرة الاولى المسؤولية اتجاه المالكين	الفقرة الثانية المسؤولية اتجاه العاملون	الفقرة الثالثة المسؤولية اتجاه الزبائن	الفقرة الرابعة المسؤولية اتجاه البيئة	الفقرة الخامسة المسؤولية اتجاه المجتمع
الفقرة الاولى المسؤولية اتجاه المالكين	Corrélation de Pearson	1	,324	,650**	,480**	,435*
	Sig. (bilatérale)		,075	,000	,006	,015
	N	31	31	31	31	31
الفقرة الثانية المسؤولية اتجاه العاملون	Corrélation de Pearson	,324	1	,451*	,723**	,544**
	Sig. (bilatérale)	,075		,011	,000	,002
	N	31	31	31	31	31
الفقرة الثالثة المسؤولية اتجاه الزبائن	Corrélation de Pearson	,650**	,451*	1	,361*	,312
	Sig. (bilatérale)	,000	,011		,046	,088
	N	31	31	31	31	31
الفقرة الرابعة المسؤولية اتجاه البيئة	Corrélation de Pearson	,480**	,723**	,361*	1	,662**

	Sig. (bilatérale)	,006	,000	,046		,000
	N	31	31	31	31	31
الفقرة الخامسة المسؤولية اتجاه المجتمع	Corrélation de Pearson	,435*	,544**	,312	,662**	1
	Sig. (bilatérale)	,015	,002	,088	,000	
	N	31	31	31	31	31

ملحق 12 معامل الارتباط بين المحور الثانيالمتغير المستقل وفقراته

Corrélations

		المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية
الفقرة الاولى المسؤولية اتجاه المالكين	Corrélation de Pearson	,617**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الثانية المسؤولية اتجاه العاملون	Corrélation de Pearson	,871**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الثالثة المسؤولية اتجاه الزبائن	Corrélation de Pearson	,603**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الرابعة المسؤولية اتجاه البيئة	Corrélation de Pearson	,886**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
الفقرة الخامسة المسؤولية اتجاه المجتمع	Corrélation de Pearson	,795**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية	Corrélation de Pearson	1

Sig. (bilatérale)	
N	31

ملحق 13 معامل الارتباط بين المحور الثالث المتغير التابعوعباراته

Corrélations

		المحور الثالث الصورة الذهنية
المحور الثالث الصورة الذهنية	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	31
يحافظ البنك على زبائنه لان مساهمته فعالة فى تنمية المجتمع.	Corrélation de Pearson	,487**
	Sig. (bilatérale)	,005
	N	31
سمعة البنك طيبة.	Corrélation de Pearson	,672**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يتحدث الزبائن عن البنك بالأمور الإيجابية.	Corrélation de Pearson	,540**
	Sig. (bilatérale)	,002
	N	31
يتبنى البنك استراتيجيات من شأنها تحسين صورته لدى المجتمع.	Corrélation de Pearson	,590**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يلزم البنك	Corrélation de Pearson	,800**

موظفيه بتقديم صورة جيدة عنه.	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
مشاركة البنك في الأنشطة الهادفة يعزز صورته لدى المجتمع.	Corrélation de Pearson	,797**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
تنال الأنشطة الاجتماعية الممارسة من قبل البنك استحسان المجتمع.	Corrélation de Pearson	,761**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يفتخر العميل باعتباره زبون للبنك.	Corrélation de Pearson	,748**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يحدد البنك مكامن الضعف في صورته الحالية ويعمل على معالجتها.	Corrélation de Pearson	,697**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يتبنى البنك الاستراتيجيات الهادفة إلى تحسين صورته في المجتمع.	Corrélation de Pearson	,788**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31
يسهم البنك في نشر كافة الأدلة التي تبرر أنشطته وأعماله أمام المجتمع.	Corrélation de Pearson	,738**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	31

ملحق 14 معامل الارتباط بين المحورين

Corrélations

		المحور الثالث الصورة الذهنية	المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية
المحور الثالث الصورة الذهنية	Corrélation de Pearson	1	,423*
	Sig. (bilatérale)		,018
	N	31	31
المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية	Corrélation de Pearson	,423*	1
	Sig. (bilatérale)	,018	
	N	31	31

ملحق 15 الانحدار الخطي

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,693	,628		4,287	
	المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية	,407	,162	,423	2,516	

Coefficients[a]

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,000
	المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية	,018

ملحق 16 اختبار التوزيع الطبيعي للاستبيان

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
الاستبيان	,085	31	,200*	,964	31	,371

ملحق 17 اختبار التوزيع الطبيعي المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية	,099	31	,200*	,964	31	,365

ملحق 18 اختبار التوزيع الطبيعي المحور الثالث الصورة الذهنية

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
المحور الثالث الصورة الذهنية	,116	31	,200*	,958	31	,263

ملحق 19 اختبار التوزيع الطبيعي الفقرات المتغير المستقل المحور الثاني

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
الفقرة الاولى المسؤولية اتجاه المالكين	,120	31	,200*	,976	31	,685
الفقرة الثانية المسؤولية اتجاه العاملون	,105	31	,200*	,952	31	,180
الفقرة الثالثة المسؤولية اتجاه الزبائن	,117	31	,200*	,921	31	,025

الفقرة الرابعة المسؤولية اتجاه البيئة	,099	31	,200*	,965	31	,384
الفقرة الخامسة المسؤولية اتجاه المجتمع	,126	31	,200*	,944	31	,104

ملحق 20 النزعة المركزية للتشتت للعمر

العمر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اقل من 30 سنة	13	41,9	41,9	41,9
	من 31 الى 50	18	58,1	58,1	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

ملحق 21 اختبار التباين الاحاديالمحور الثاني

ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
العمر	Inter-groupes	6,048	22	,275	1,466	,297
	Intragroupes	1,500	8	,188		
	Total	7,548	30			
الخبرة	Inter-groupes	19,597	22	,891	2,036	,151
	Intragroupes	3,500	8	,438		
	Total	23,097	30			
المؤهل العلمي	Inter-groupes	11,194	22	,509	,581	,850
	Intragroupes	7,000	8	,875		
	Total	18,194	30			

ملحق 22 اختبار التباين الاحاديالمحور الثالث

ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
العمر	Inter-groupes	3,415	13	,263	1,080	,433
	Intragroupes	4,133	17	,243		
	Total	7,548	30			
الخبرة	Inter-groupes	12,463	13	,959	1,533	,202
	Intragroupes	10,633	17	,625		
	Total	23,097	30			
المؤهل العلمي	Inter-groupes	6,227	13	,479	,680	,756
	Intragroupes	11,967	17	,704		
	Total	18,194	30			

1. دراسة : أحمد يوسف دودين وهاني سعيد عبده، أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال والمسؤوليات الاجتماعية في ظل الأعمال الالكترونية على الأداء المالي .
2. دراسة: رائدة نصار الرتيمات، اثر المسؤولية الاجتماعية على تشكيل الصورة الذهنية في الجامعات الأردنية
3. دراسة ابو ارشيد، وغادة عمر، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة في مدينة عمان.
4. دراسة مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري.
5. دراسة محمد فلاق، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الايزو 9000.
6. دراسة احمد السيد طه كردي، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية.
7. دراسة دينا المالح، دراسة اثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية والولاء لدى عملاء بنك البركة في سورية.

الملخص.

هدفت هذه الدراسة إلى استبيان أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية على تحسين الصورة الذهنية للبنوك التجارية اعتماداً على ما يقوم به من نشاطات تخص المسؤولية الاجتماعية كما تهدف إلى التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها.

وقد تكون مجتمع الدراسة من موظفي البنوك التجارية بأدرار حيث تم توزيع 51 استبيان ودعوتهم للإجابة عليه ومن ثم تم استرداد 31 استبيان وقد قمنا على تحليلهم باستخدام عدد من الأساليب الإحصائية على برنامج SPSS بهدف الحصول على نتائج الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة على تحسين الصورة الذهنية للبنوك التجارية، ومن خلال هذه النتائج عرضنا مجموعة من التوصيات بهدف زيادة نشاط البنوك فيما يخص المسؤولية الاجتماعية لما لذلك من أثر يعود بالمصلحة عليهم وعلى أصحاب المصالح وتحديد ما هو مناسب لقدرتها التنافسية في مجال الأعمال.

الكلمات المفتاحية:

مسؤولية اجتماعية، صورة ذهنية، أصحاب المصالح، البيئة، منظمات الأعمال.

Abstract

This study aimed to clarify the impact of social responsibility of the commercial banks on improving their mental image. In this context, the study is based on the social responsibility activities through identifying its concept and dimensions.

To meet the challenge, the sample of the study includes employees of commercial banks through the distributed of 51 questionnaires which 31 are retrieved. The software used to analyze data is spss.

the study concluded the there is on impact of the social responsibility on improving the mental image of commercial banks.

The research expresses recommendations in an attempt to augmented the banks' activities especially those concerned by the social responsibility, the fact that reflects positive and efficient consequence on the banks management.

Keywords

Social responsibility, mental image, stakeholders, The environment, Business Organizations