



مستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور النجاح التنظيمي في تعزيز الإبداع الإداري بالتطبيق على شركة زين للاتصالات (السودان)، وكذلك معرفة واقع تطبيق إستراتيجيات النجاح التنظيمي في تعزيز الإبداع الإداري، وأيضاً قياس أثر مقومات وأبعاد النجاح التنظيمي على الإبداع الإداري. ولتحقيق هذه الأهداف اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم استخدام أداة الاستبانة لجمع المعلومات من خلال عينة عشوائية بلغت (50) فرداً من العاملين بشركة سوداني للاتصالات (السودان)، وتم استرجاع (45) استبانة، وتم تحليلها من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). بينت نتائج الدراسة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النجاح التنظيمي وتعزيز الإبداع الإداري لشركة زين للاتصالات، وكذلك توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق وتفصيل إستراتيجيات النجاح التنظيمي وتعزيز الإبداع الإداري لشركة زين للاتصالات. وأوصت الدراسة بالاهتمام بتشكيل فرق عمل مهمتها متابعة تطبيق إستراتيجيات ومقومات النجاح التنظيمي بهدف تطوير الأداء والقدرات الإبداعية للعاملين.

كلمات مفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، التميز المؤسسي، شركة اسمنت عطبرة، الإبداع الإداري.

Abstract

The study aimed to identify social responsibility and the extent to which it is adopted by institutions to achieve institutional excellence, as well as to demonstrate the extent of the impact of the economic dimension on achieving institutional excellence, and also to clarify the extent to which the legal dimension contributes to achieving institutional excellence, and to study the relationship between the ethical dimension and achieving institutional excellence, as well as identifying the role that the charitable dimension plays in achieving institutional excellence. To achieve these goals, the study followed the descriptive analytical approach. The questionnaire tool was used to collect information from a random sample of (50) individuals working at the Atbara Cement Company (Sudan). (48) Questionnaires were retrieved and analyzed through the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program. The results of the study showed that Atbara Cement Company adopts projects that satisfy the needs of society, and the company also seeks to preserve the environment through its commitment to implementing environmental conservation laws and consumer protection laws. The study recommended the need for the company to deal honestly and transparently in all economic transactions, which leads to employee satisfaction, as well as activating environmental protection programs and projects and making them one of the most important foundations and philosophy of the company's management in its operations.

Keywords: social responsibility, Institutional excellence.

مقدمة

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من القضايا الأكثر أهمية وتحدياً للمؤسسات خاصة الاقتصادية منها، حيث أصبحت من أهم المواضيع التي تثير جدلاً كبيراً في الأوساط العلمية والأكاديمية وبعبارته مطلباً أساسياً للمؤسسات الاقتصادية في التعامل مع مجتمعاتها، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق ديناميكية عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم ومن أبرز هذه المفاهيم نجد مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. حيث اكتسبت المسؤولية الاجتماعية أهمية متزايدة داخل المؤسسات وشكلت وجهتي نظر مختلفين تتمثل الأولى في كون منظمات الأعمال تهدف إلى تعظيم الربح وهذا سينعكس إيجابياً على مختلف نواحي الحياة، أما من وجهة نظر ثانية فترى أن المؤسسات هي وحدات اجتماعية يجب أن تلعب دوراً اجتماعياً متزايداً مع بيئتها، ولا تقتصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على مجرد المشاركة في الأعمال الخيرية وعمل حملات تطوعية، بل يتعداه إلى كل ما يتعلق بالنواحي الصحية والبيئية ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق المستهلكين وحقوق العاملين، ومحاولة تطوير المجتمع المحلي. يعد مفهوم التميز المؤسسي من المفاهيم التي وُجدت للتعبير عن الحاجة إلى مدخل شامل يجمع كل عناصر ومقومات المؤسسة على أسس التفوق والتميز والتي تحقق لها قدرات عالية لمواجهة



المتغيرات والأوضاع في بيئتها الخارجية، وبما يكفل لها العمل على ترابط وتنسيق كافة عناصرها ومكوناتها الداخلية، وهو السبيل الوحيد لبقاء المؤسسات واستمرارها في عالم اليوم القائم على الحركة السريعة و التطوير المستمر

مشكلة الدراسة: يمثل التميز المؤسسي أحد الأساليب الحديثة التي من خلالها يقاس نجاح وتطور المؤسسة، لذا كان لزاماً على هذه المؤسسات أن تطبق مبادئ وأدوات التميز المؤسسي حتى تفتح آفاق جديدة وتطور أدائها، وهذا الأمر لا يتأتى إلا من خلال تبني وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية كعامل حاسم وضروري لتحقيق التميز المؤسسي، وقد اتضح ذلك من خلال الإطلاع على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، لأمر الذي يشير إلى أن هناك مشكلة ينبغي البحث عنها. وعلى ضوء ذلك تمت صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما مدى تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التميز المؤسسي؟ ويتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

أ/ إلى أي مدى يؤثر البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية على تحقيق التميز المؤسسي؟

ب/ ما مدى مساهمة البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التميز المؤسسي؟

ج/ ما مدى تأثير البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية على تحقيق التميز المؤسسي؟

د/ ما الدور الذي يلعبه البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التميز لمؤسسي؟

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

أ/ التعرف على المسؤولية الاجتماعية ومدى تبنيها من قبل المؤسسات لتحقيق التميز المؤسسي.

ب/ بيان مدى تأثير البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية على تحقيق التميز المؤسسي.

ج/ توضيح مدى مساهمة البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التميز المؤسسي.

د/ إبراز ودراسة العلاقة بين البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية وتحقيق التميز المؤسسي.

هـ/ الوقوف على الدور الذي يلعبه البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التميز المؤسسي.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وبين التميز المؤسسي. وتتفرع منها الفرضيات التالية:

أ/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية والتميز المؤسسي.

ب/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية والتميز المؤسسي.

ج/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية والتميز المؤسسي.

د/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية والتميز المؤسسي.

منهجية الدراسة: اتبعت الدراسة المنهج التاريخي بتتبع الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وكذلك استخدام المنهج الاستقرائي والمنهج الاستنباطي في صياغة المشكلة والأهداف والفرضيات، بالإضافة إلى المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة الحالة من خلال جمع البيانات وتحليلها والوصول إلى توصيات تسهم في حل مشكلة الدراسة.

الدراسات السابقة:

قادم جواد (2024م):⁽¹⁾ هدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهم أبعادها وخصائصها، وتحديد مفهوم الميزة التنافسية وخصائصها، وكذلك توضيح مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية، وأيضاً توضيح الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في بناء ميزة تنافسية، مما يكسبها القدرة على الدخول في سوق المنافسة العالمية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: إن المؤسسات تولي أهمية كبيرة لفئة العمال من نظام الأجور والترقيات وهو ما ينعكس بالسلب على الميزة التنافسية، وكذلك تسعى المؤسسات إلى تخفيض تكاليف منتجاتها للمحافظة على ميزة تنافسية. خلصت الدراسة إلى توصيات من أبرزها: ضرورة الالتزام أكثر ببرامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وذلك من أجل المحافظة على مركزها التنافسي من تعزيز مكانتها في السوق الداخلي والخارجي.

(1) قادم جواد، مدى فعالية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق المزايا التنافسية- دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، رسالة دكتوراه منشورة في الإدارة المالية، جامعة عين تموشنت بلحاج شعيب، الجزائر، 2024م.



هبة إبراهيم (2024م):⁽¹⁾ هدفت الدراسة إلى تقييم مستوى تبني التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية، وتحديد تأثير التحول الرقمي على الجوانب الرئيسية للتميز المؤسسي مثل (كفاءة التشغيل، الابتكار، جودة الخدمة، رضا العملاء)، وأيضاً دراسة التحديات والفرص المرتبطة بتطبيق إستراتيجية التحول الرقمي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن التحول الرقمي له تأثير إيجابي على التميز المؤسسي خاصة في تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز الابتكار ورضا العملاء. أوصت الدراسة بالاستثمار في البنية التحتية والتدريب لبناء قوة عاملة ذات مهارات عالية، وتعزيز ثقافة الابتكار والانفتاح على التغيير، وتطوير إستراتيجيات تحول رقمي مرنة يمكن أن تتكيف مع التطورات التكنولوجية. عثمان مديني (2022م):⁽²⁾ هدفت الدراسة إلى قياس مستويات الالتزام الاجتماعي لدى مصرف السلام، قياس مستويات الصورة الذهنية لدى عملاء مصرف السلام، تحليل وقياس أثر تبني مستويات الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية لدى عملاء مصرف السلام. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة الحالة. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: وجود مستويات متقدمة من الركود التنظيمي والتشريعي لدى البنك المركزي أثر وبشكل كبير على أداء المؤسسات المالية غير التقليدية، التي باتت تستسخ ذات الأدوات للبنوك التجارية دون مراعاة لطبيعتها المختلفة له. توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات من أبرزها: الترويج لرسالة المصرف من خلال وسائط التواصل الحديثة التي باتت جزءاً لا يتجزأ من حياة المجتمع، وكذلك مشاركة المجتمع في أهم المناسبات الدينية والوطنية لتسويق الاسم التجاري للمصرف.

محمود وتماضر (2021م):⁽¹⁾ هدفت الدراسة إلى توصيف كل من ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء وأبعاد المسؤولية الاجتماعية في قطاع الخدمات الحكومية بإمارة عجمان، وتحديد مدى اختلاف هذه الممارسات باختلاف الخصائص الديموغرافية للعاملين بالموارد البشرية، إلى جانب تحديد طبيعة ونوع العلاقة بين أبعاد ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام أسلوب الحصر الشامل. وجاءت نتائج الدراسة: وجود اختلافات معنوية بين إدراك العاملين حول واقع ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء وفقاً للنوع ووجهة العمل، وعدم وجود اختلافات معنوية بين إدراك العاملين حول واقع ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء وفقاً للسن ومدة الخدمة. أوصت الدراسة بتعزيز مستويات سلوكيات المسؤولية الاجتماعية بزيادة ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء.

بن زانة وبن عمار (2020م):⁽²⁾ هدفت الدراسة إلى تحديد كل المفاهيم والعناصر المهمة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وتحديد المفاهيم المتعلقة بالميزة التنافسية وكل ما يهم موضوعها، ومحاولة إيجاد أثر بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية، ومحاولة معرفة مدى تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في بنوك ولاية غارداية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة الحالة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: أن المسؤولية الاجتماعية غيرت النظرة تجاه العملاء حيث لم تعد مصدر لجني الأموال فقط وإنما تطمح لكسب رضائهم وولائهم من أجل خلق ميزة تنافسية. توصلت إلى عدة توصيات من أبرزها: العمل على زيادة الوعي لأفراد المؤسسة محل الدراسة بدور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق العدالة الاجتماعية والاستقرار الاقتصادي للأفراد، وكذلك زيادة قدرة المؤسسات البنكية على تطوير خدماتها من خلال ابتكار طرق وخدمات جديدة.

بلقايد محمد (2019م):⁽³⁾ هدفت الدراسة إلى تقديم مفهوم شامل للمسؤولية الاجتماعية من الجانب النظري والتطبيقي، وكذلك مواكبة التغيرات الحاصلة في الإدارة الحديثة حيث أن المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال من المفاهيم الحديثة في الإدارة، وأيضاً معرفة دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استبانات على مجتمع الدراسة. من نتائج الدراسة: أن الأجور والمشاركة في الأرباح تساهم في تحقيق المواظبة في العمل وزيادة

(1) هبة إبراهيم علي، "واقع تبني التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية ودورها في تحقيق التميز المؤسسي (دراسة تطبيقية على شركة سلطان للخدمات اللوجستية)"، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، المجلد (5)، الإصدار (58)، أغسطس 2024م.

(2) عثمان مديني، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية- دراسة حالة: مصرف السلام الفرع الجهوي بورقلة، رسالة دكتوراه منشورة في إدارة الأعمال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2022م.

(1) محمود الصاوي وتماضر الدباغ، "دور ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في قطاع الخدمات الحكومية بإمارة عجمان"، المجلة العربية للإدارة، المجلد (41) العدد 2، يونيو 2021م.

(2) بن زانة حورية وبن عمار حنان، أهمية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة حالة البنوك العاملة بولاية غارداية، رسالة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال، جامعة غارداية، الجزائر، 2020م.

(3) بلقايد محمد جواد، دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية- دراسة تطبيقية لعينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه منشورة في إدارة الأعمال، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان، الجزائر، 2019م.



روح الفريق وولاء العاملين، وكذلك التقييم يساهم في الرفع من روح الفريق وولاء العاملين. خرجت الدراسة إلى عدد من التوصيات أبرزها: على المؤسسات الجزائرية الالتفات إلى برامج المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال وتطبيقها وعدم اعتبارها نفقات إضافية فهي عبارة عن استثمار مستقبلي يعود عليهم بالفائدة.

هاجر ومريم (2016م):⁽¹⁾ هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية الدور الذي تلعبه فلسفة المسؤولية الاجتماعية في سبيل تعظيم الميزة التنافسية للمؤسسة، وكذلك الكشف عن العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وإمكانية تحقيق الميزة التنافسية. ولتحقيق تلك الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال أداة الاستبانة بإجراء مسح شامل للعاملين بالبنك الخارجي الجزائري. خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: وجود دور تلعبه المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها الأربعة في سبيل تحقيق الميزة التنافسية لدى البنك الخارجي الجزائري، لا توجد هناك أدوات قياسية دقيقة لدراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في الجزائر كأداة لتحسين الميزة التنافسية وذلك من خلال أساء معايير وإجراءات تطبيقها، وكذلك التخلي عن النظرة التي تعتبر أن المسؤولية الاجتماعية هي تلبية للطلبات، وإنما يجب النظر إليها من زاوية الإبداع والابتكار.

Morad & Anwar (2015م):⁽²⁾ هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في البنوك الأردنية وأثرها على الميزة التنافسية، إضافة إلى التعرف على أهم الركائز التي تستند عليها البنوك الأردنية من أجل تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية بما يحقق أهدافها وبما يخدم مصلحة الأطراف ذات العلاقة معها، وتطرقت الدراسة إلى التعرف والتركيز على مجالات المسؤولية الاجتماعية تجاه كل من (المجتمع، البيئة، المراجعين، الموظفين، المساهمين، الحكومة، الموردين، المنافسين، وتجاه الأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة). اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تصميم استبانة وتم توزيعها على العاملين في 14 بنك مدرج في سوق عمان المالي الذي يمثل ميدان الدراسة. خرجت الدراسة بعدة نتائج منها: وجود اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية للبنوك لدى أفراد عينة الدراسة، مع وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية وبين الميزة التنافسية بالمديريات والفروع.

بوسلامي عمر (2013م):⁽¹⁾ هدفت الدراسة إلى محاولة الكشف عن دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في وحدة الدار البيضاء لمجمع صيدال، وكذلك التعرف على مستوى الإبداع التكنولوجي في وحدة الدار البيضاء لمجمع صيدال، وأيضاً التعرف على مدى تبني وحدة الدار البيضاء للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة الحالة. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: رفض الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على أن مستوى تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات في وحدة الدار البيضاء مع صيدال قوي، وكذلك قبول جزئي للفرضية الثالثة التي تنص على أن الإبداع التكنولوجي يساهم في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للشركات. أوصت الدراسة بإقامة تغيير تنظيمي يتبنى نظام إدارة بيئية ينصب نحو البعد الاجتماعي والبيئي للمؤسسة، وكذلك بعدها الاقتصادي.

التغيب على الدراسات السابقة: تتفق الدراسة الحالية الدراسات السابقة في تناولها ودراسها على المسؤولية الاجتماعية باعتبارها عنصر مهم وضروري لأي مؤسسة، بالإضافة إلى استخدام أداة الاستبانة كأداة رئيسية في جمع المعلومات الأولية، وكذلك استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وتختلف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية في أن الدراسة الحالية قامت بدراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتميز المؤسسي وهذا ما لم تتطرق إليه الدراسات السابقة، إلى جانب أن هذه الدراسة أجريت في أثناء أزمة الحرب الجارية في السودان، وهذا الأمر يمثل الفجوة البحثية بين هذه الدراسة والدراسات السابقة.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

إن المسؤولية الاجتماعية تتمثل في تحقيق التوازن بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية، وذلك من خلال مواجهة التحديات الاجتماعية المختلفة، وغالباً ما تكون استجابة المنظمة لتلك المسؤوليات طوعية وليس خوفاً من النقد أو التهديد باستخدام القانون، ولذلك لا بد لمنظمات الأعمال الاستجابة لمتطلبات البيئة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاهها وإلا فإن المجتمع على المدى البعيد

(1) هاجر عزي ومريم بطاش، دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية للمؤسسة- دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي، رسالة ماجستير منشورة في إدارة تسيير المؤسسة، جامعة يحي فارس، الجزائر، 2016م.

(2) Morad Khaled Radaideh & Anwar Nahar Al Azam, (2015), The application of social responsibility in Jordanian banks and its impact on the competitive feature from the point of view of banks employees- Previous study N(7), Arab Economic and Business Journal, (Science Direct)>

(1) بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة: مجمع صيدال، رسالة دكتوراه منشورة في إدارة الأعمال والإستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، الجزائر، 2013م.



سيسلب مكانتها وقوتها⁽¹⁾ كما عرفها البنك الدولي بأنها "الالتزام بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة وذلك من خلال التعاون مع العاملين وأسرهم والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشتهم على نحو مفيد لنشاط المؤسسات والتنمية الاقتصادية"⁽²⁾. عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها "استجابة لتوقعات المجتمع من المنظمة، والتي يفترض أنها تبادر للقيام بها لتتحمل مسؤوليتها تجاه المجتمع وبصورة تفوق مستوى خضوعها للقانون، مع مراعاة عدم الإضرار بمصالح المنظمة وتحقيق عائد مناسب على الاستثمارات"⁽³⁾.

أهمية المسؤولية الاجتماعية: تتجلى أهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات فيما يلي:⁽⁴⁾

أ/ المؤسسة المسؤولة مجتمعياً تكون فيها مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي، واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون مطبقة.

ب/ المؤسسة المسؤولة مجتمعياً تلبى جميع المعايير القانونية المطلوبة لصحة وسلامة المستهلك.

ج/ المؤسسة المسؤولة مجتمعياً تحقق التوازن في مستوى السلطة والمسؤولية.

د/ المؤسسة المسؤولة مجتمعياً تشجع المشاركة الفعالة للعاملين في اتخاذ القرارات.

هـ/ المؤسسة المسؤولة مجتمعياً تأخذ في الحسبان عوامل مثل (تحقيق الحل الأمثل من علاقات العمل داخل المؤسسة، والقدرة على الابتكار).

د/ المؤسسة المسؤولة مجتمعياً لا تتخرب في أية ممارسات خادعة للمستهلك.

و/ إن المسؤولية الاجتماعية ترفع بالتأكيد من الميزة التنافسية لأي مؤسسة لأنها تضمن استمرارية ثقافة الإبداع، وتساهم في المحافظة على الموظفين المؤهلين وتدعم الأداء المالي.

ز/ المسؤولية الاجتماعية تحسن سمعة وصورة المؤسسة لدى المتعاملين ولدى الجمهور.

ر/ المسؤولية الاجتماعية تحسن العلاقة مع الحكومات والإعلام والموردين والنظراء والزبائن والمجتمع الذي تعمل فيه.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية: تتمثل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في مجموعة أنشطة أو التزامات، التي قد تعود على المؤسسة بفائدة اقتصادية مباشرة سواء كانت هذه الأنشطة اختياراً أم تنفيذاً لأحكام القوانين والأنظمة وقد كاد أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية، وهي: ⁽¹⁾

البعد الاقتصادي: يشير البعد الاقتصادي إلى أن قطاع الأعمال عليه الالتزام بأن يكون إنتاجياً ومربحاً، ويلبي الحاجات الاستهلاكية للمجتمع، إن البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي، أي أنه يشتمل على مجموعة من عناصر المسؤولية الاجتماعية، منها المنافسة العادلة التي تدعو إلى منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين، واحترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين، ويستند هذا البعد للمسؤولية الاجتماعية على وجهة النظر التي تركز فيها منظمات الأعمال على هدف تعظيم الربح.

البعد القانوني: يستند هذا البعد على القوانين والتشريعات، حيث يتناول اهتمام قطاع الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية عدة مواضيع تتمثل في حماية البيئة، وحماية المستهلك، والمشاركة في حل مشكلات المجتمع، وتتضمن المسؤولية القانونية عدد كبير من العناصر مثل: قوانين حماية المستهلك، وقوانين حماية البيئة من التلوث، ومنع الاستخدام التعسفي للموارد، وتأمين السلامة والعدالة للأفراد من حيث عدم التمييز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو الدين وغيرها.

البعد الأخلاقي: يهدف هذا البعد إلى القيام بما هو صحيح وعادل، وتجنب الضرر للآخرين، وتتضمن المسؤولية الأخلاقية عدم انتهاك المبادئ المتفق عليها والتي تحدد الصح والخطأ عند توجيهها لأعمالها، ومن أجل أن تلتزم المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية فإن عليها إعطاء السلوك الأخلاقي الأولوية، حيث تستند المسؤولية الأخلاقية إلى المبادئ والمعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية واحترام حقوق الإنسان والعادات والتقاليد.

(1) مقدم وهيبة، المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، (عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2020م)، ص15.

(2) رشيد حفصي، دراسة وتحليل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة ورقلة، المجلد (2)، العدد (2)، 2018م، ص131.

(3) محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، (عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016م)، ص44.

(4) صالح الحموري ورولا المعايطة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات- من الألف إلى الياء، (عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2015م)، ص30-31.

(1) ناصر جرادات وعزام أبو الحمام، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، (عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع، 2019م)، ص32-33.



البعد الخيري (الطوعي): وهي مسؤولية اختيارية أو إرادية في طبيعتها، وبالتالي يصعب الحكم والتحقق منها، ويرتبط البعد الخيري أو الإنساني بمبدأ تطوير الحياة بشكل عام، وما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس وسكن وتعليم وصحة ونقل وغيرها من العناصر التي تضيف الرفاهية للفرد، حيث تمتاز بترحيب من قبل المجتمع لأنها ذات علاقة بمشاريع تحمل الخير للمجتمع، كما هو الحال في علاج الفقر في الدول النامية، وبناء المساكن للمشردين ودور المسنين.⁽¹⁾

جدول (1): أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
<ul style="list-style-type: none"> ✓ منع الاحتكار وعدم الأضرار بالمستهلكين ✓ احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين 	المنافسة العادلة	الاقتصادي
<ul style="list-style-type: none"> ✓ استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها. ✓ استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة. 	التكنولوجيا	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ عدم الاتجار بالمواد الضارة على مختلف أنواعها. ✓ حماية الأطفال صحياً وثقافياً. ✓ حماية المستهلك من المواد المزورة والمزيفة. 	قوانين حماية المستهلك	القانوني
<ul style="list-style-type: none"> ✓ منع تلوث المياه والهواء والتربة. ✓ التخلص من المنتجات بعد استهلاكها. ✓ منع الاستخدام التعسفي للموارد. ✓ صيانة الموارد وتميئتها. 	حماية البيئة	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين. ✓ إصابات العمل. ✓ التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي. ✓ عمل المرافق، وعمل المعوقين. 	السلامة والعدالة	الأخلاقي
<ul style="list-style-type: none"> ✓ مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. ✓ مراعاة حقوق الإنسان. ✓ مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. 	المعايير الأخلاقية	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ احترام العادات والتقاليد. ✓ مكافحة المخدرات والممارسات الأخلاقية. 	الاعتراف والقيم الاجتماعية	الخيري
<ul style="list-style-type: none"> ✓ نوعية التغذية ✓ الملابس ✓ الخدمات ✓ النقل العام 	نوعية الحياة	

المصدر: طاهر محسن الغالبي وصالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، ط3، (عمان: دار وائل للنشر، 2010م)، ص82.

مجالات المسؤولية الاجتماعية: يجري تصنيف أنشطة المسؤولية الاجتماعية وبرامجها وفق تصنيفات مختلفة، منها ما يعتمد على طبيعة تلك الأنشطة والبرامج ونوعيتها، ومنها ما يعتمد على الجهات المعنية بأنشطة المسؤولية الاجتماعية، وهي المجموعات المستهدفة في عمليات التنمية البشرية أو التنمية الشاملة. وفيما يلي تصنيفات المسؤوليات الاجتماعية. والجدول أدناه يوضح تلك المجالات:

(1) وليد حميد رشيد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر، 2018م)، ص183.



الرقم	العنصر	ما يجب أن تدركه الإدارة من دور اجتماعي اتجاهاه
1	المالكون	تحقيق أكبر ربح ممكن. تعظيم قيم السهم والمنشأة ككل. رسم صورة محترمة للمنشأة في بيئتها. حماية أصول المنشأة. زيادة حجم المبيعات.
2	العاملون	رواتب وأجور مجزية وفرص تقدم وترقية. تدريب وتطوير مستمر وعدالة وظيفية. ظروف عمل مناسبة، ورعاية صحية. إيجارات مدفوعة، وتوفير السكن والنقل.
3	الزبائن	منتجات بنوعية جيدة، وأسعار مناسبة. منتجات متوفرة وسهل الحصول عليها. الإعلان الصادق. منتجات آمنة عند الاستعمال. إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها بعد الاستعمال.
4	المنافسون	منافسة عادلة ونزيهة. معلومات صادقة وأمانة. عدم سحب العاملين من الطرف الآخر بوسائل غير نزيهة. الاستمرارية في التجهيز، والمشاركة في التعامل. أسعار عادلة ومقبولة.
5	الموردون	تسديد الالتزامات المالية والصدق في التعامل. بناء علاقات جيدة ووطيدة معهم.
6	المجتمع	المساهمة في دعم البنى التحتية. توظيف الأفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة. خلق فرص عمل جديدة ودعم الأنشطة الاجتماعية. المساهمة في حالة الطوارئ والكوارث. الصدق في التعامل وتزويده بالمعلومات الصحيحة. احترام العادات والتقاليد السائدة.
7	البيئة	الحد من تلوث الماء والهواء والتربة. تطوير الموارد وصيانتها. منتجات غير ضارة والتشجير وزيادة المساحات الخضراء.
8	الحكومة	الالتزام بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة من الحكومة. احترام تكافؤ الفرص بالتوظيف. تسديد الالتزامات الضريبية والرسوم الأخرى وعدم التهرب منها. المساهمة في الصرف على البحث والتطوير. المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية مثل القضاء على البطالة. المساعدة في إعادة التأهيل والتدريب.
9	جماعات الضغط الاجتماعي	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك. احترام أنشطة جماعات حماية البيئة. احترام دور النقابات العالية والتعامل الجيد معها. التعامل الصادق مع الصحافة.

المصدر: طاهر محسن الغالبي وصالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات - دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية، أغسطس 2016م، ص 217.



مبادئ المسؤولية الاجتماعية: تستند المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على مجموعة من المبادئ الأساسية التي ينبغي العمل بها في المؤسسة حيث أن هناك تأثير سلبي كبير على المؤسسات التي تبدأ في تطبيق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية دون تطبيق بعض المبادئ والتي أصبح متفق عليها على أنها مبادئ المؤسسات الأخلاقية، وأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الأساس هو مفهوم يعتمد على الأخلاق والقيم والمبادئ الإيجابية المتفق عليها عالمياً. وتتمثل هذه المبادئ في التالي:

مبدأ الإذعان القانوني (احترام سيادة القانون): أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية، والدولية المكتوبة، والمعلنة والمنفذة طبقاً لإجراءات راسخة ومحددة والإمام بها.

مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية، والحكومية، واللوائح التنفيذية، والإعلانات، والمواثيق، والقرارات، والخطوط الإرشادية عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الاجتماعية.

مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية (أصحاب المصلحة): أن تقرأ المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعاً بالمصالح ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

مبدأ السلوك الأخلاقي: أن تتصرف المؤسسة في جميع الأوقات بشكل أخلاقي في معاملتها من حيث الأمانة والعدل والتكامل، وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية.

مبدأ القابلية للمساءلة: أن تكشف المؤسسة وبشكل منظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمنية حد يلائم السياسات والقرارات والإجراءات، ومن ضمنها الفحص والتدقيق الملائمين والأخذ في الإجراءات التصحيحية، التي تعمل مسؤوليتها بشكل مباشر وأيضاً الآثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة.

مبدأ الشفافية: أن تُصّح المؤسسة على نحو واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها، بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة، وأن تقدم المعلومات للجهات الرقابية في الوقت المناسب، وأن تكون معلومات فعلية وأن تتاح على نحو واضح وموضوعي، وذلك لتمكين الأطراف المعنية من تقييم تأثير قرارات وأنشطة المنظمة بدقة على مصالحهم وثيقة الصلة.

مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان هو وثيقة حقوق دولية تمثل الإعلان الذي تبنته الأمم المتحدة في ديسمبر 1948م.

مفهوم التميز المؤسسي: عرف التميز المؤسسي بأنه "تمط فكري وفلسفة إدارية تعتمد على منهج يرتبط بكيفية إنجاز نتائج ملموسة لتحقيق الموازنة في اشباع احتياجات الأفراد سوى من أصحاب المصلحة أو المجتمع في إطار الإبداع الإداري والتحسين المستمر".⁽¹⁾ كما يعرف التميز المؤسسي بأنه "حالة الأداء التنظيمي التي يتم إنجازها من خلال التكامل بين العمليات والاستراتيجية التي تمكن المنظمة من أن تصبح أفضل من التي توجد في نفس مجال عملها بالإضافة إلى تقديم الخدمات ومنتجات أجود وأرخص من المنافسين".⁽²⁾ أيضاً عُرّف التميز المؤسسي بأنه "نظام متكامل يضم كل فعاليات الإدارة الحديثة وتقنياتها بهدف رفع مستوى الأداء والإنجاز إلى درجات متعالية تتفوق بها المنظمة على المنافسين وترقى إلى المستوى العالمي".⁽³⁾

أهمية التميز المؤسسي: تبرز أهمية التميز المؤسسي من خلال الآتي:⁽⁴⁾

أ/ يساعد التميز المؤسسي على تعزيز قدرة المؤسسة على التنافس بفعالية في السوق مما يزيد من فرص نجاحها.

ب/ يساعد على تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء.

ج/ يساعد على زيادة كفاءة العمل وتحسين الأداء.

د/ يضمن استمرارية النجاح والتطور المستمر للمؤسسة.

(1) مها أحمد القرزعي، فلسفة إدارة التميز المؤسسي في التعليم: نماذج دولية وعربية ومحلية، (القاهر: مركز الخبرات المهنية للإدارة 2018م)، ص21.

(2) محمد فراج العلي، "أثر العلاقة بين التميز التنظيمي وجودة الحياة الوظيفية على الالتزام التنظيمي"، المجلة العملية للتجارة والتمول، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الأول، 2014م، ص402.

(3) سامح عامر، التميز الإداري في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013م)، ص8.

(4) هبة إبراهيم علي، "واقع تبني التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية ودورها في تحقيق التميز المؤسسي (دراسة تطبيقية على شركة سلطان للخدمات اللوجستية)"، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، المجلد (5)، الإصدار (58)، أغسطس 2024م، ص210.



هـ/ يساعد على تعزيز سمعة الشركة وجذب الموظفين الموهوبين والعملاء والمستثمرين.

أهداف إدارة التميز المؤسسي: يهدف التميز المؤسسي إلى ما يلي:⁽¹⁾

أ/ تحسين الأداء التنظيمي من خلال رفع مستويات الخدمة ونشر تطبيقات إدارة التميز ومبادئها.

ب/ تشجيع المنافسة والتعاون الإيجابي ودعمها

ج/ رفع مستوى الأداء لدى جميع الأفراد العاملين والإداريين العاملين بالمؤسسة والوفاء بمتطلبات عملاء المؤسسة من جهة والمجتمع من جهة.

د/ دعم الاستقلالية والحرية الفردية والتنظيمية.

هـ/ يساعد على فهم علاقات التداخل والتأثير المتبادل داخل وخارج المؤسسة.

و/ تعظيم قدرة وكفاءة قوة العمل ؛ وزيادة القدرة على مواجهة التميز.

ز/ تحقيق التوازن بين الأنشطة والنتائج.

متطلبات التميز المؤسسي: هناك مجموعة من المتطلبات الأساسية للتميز المؤسسي لتحقيق التميز المستدام، كالتالي:⁽²⁾

إضافة قيمة للمستفيدين: (الفئة المستهدفة): فالمؤسسات المتميزة تعمل باستمرار على إضافة قيمة للفئة المستهدفة (المستفيدين) وذلك من خلال فهم احتياجاتهم واستباق تلبية تلك الاحتياجات والتوقعات.

خلق المستقبل المستدام: حيث أن المؤسسات المتميزة يكون لها تأثير إيجابي على من حولها في العالم من خلال تعزيز الأداء من أجل نهضة المجتمعات في حين الظروف الاقتصادية والبيئية والاجتماعية لها.

تطوير القدرة التنظيمية: حيث إن تعزيز قدرات المؤسسات المتميزة يكون من خلال تعزيز القدرات التنظيمية ومن خلال إدارة فعالة للتغيير داخل وخارج حدودها التنظيمية.

تسخير الإبداع والابتكار: وذلك من خلال توليد قيمة للمؤسسات المتميزة وزيادة مستويات الأداء من خلال التحسين المستمر والابتكار المنهجي عن طريق تسخير الإبداع من أصحاب المصلحة.

القيادة مع الرؤية والإلهام والنزاهة: حيث أن المؤسسات المتميزة لديها قيادة تشكل المستقبل وتحقق ذلك بوصفها كقدوة من خلال قيمها أو أخلاقها.

إدارة مع خفة الحركة (مرونة إدارية): فالمؤسسات المعترف بتميزها على نطاق واسع تتميز بقدرتها على التحديد والاستجابة بفعالية وكفاءة للفرص والتحديات.

النجاح من خلال مواهب الأفراد: حيث يكون النجاح للمؤسسات المتميزة من خلال قيمة الأفراد وخلق ثقافة التمكين لتحقيق كل الأهداف التنظيمية للمؤسسة والشخصية للأفراد.

الحفاظ على نتائج متميزة: فالمؤسسات المتميزة تحقق نتائج باهرة والتي تلبى الاحتياجات على المدى القصير والطويل لجميع أصحاب المصلحة وذلك في إطار بيئة التشغيل الخاصة بهم.

المحاور الرئيسية في تفسير التميز المؤسسي: هناك ثلاثة محاور رئيسية في تفسيرها لمفهوم تميز المنظمة وذلك على النحو التالي⁽¹⁾: تفسير التميز بناء على ممارسات المنظمة: يعد الهدف الأسمى من تطبيق معايير التميز في المؤسسات الحديثة هو إحداث نقلة تطويرية وقرزة في الأداء المؤسسي ويساعد القادة على اكتساب طموحات تحقق الكفاءة والتميز في الأداء وصولاً إلى المستوى العالمي، وبما يعكس على إثراء روح المنافسة في كافة مجالات وأنشطة العمل بالمنظمة.

تفسير التميز على أساس تفوق المنظمة على مثيلاتها: يشير هذا المفهوم إلى منظومة متكاملة لنتائج أعمال المنظمة، في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية، التي تقودها إلى التفرد والتفوق الإيجابي على غيرها من المنظمات في الوصول إلى أهدافها، وهو حالة من تفرد وتفوق المنظمة على أداء غيرها من المؤسسات المماثلة في مجال العمل وظهوره بالصورة التي تميز

(1) أسامة محمد خيري، التميز التنظيمي، (عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2014م)، ص23.

(2) شوقي اليوسف، نموذج المؤسسة الأوربية لإدارة الجودة، ترجمة: هادي التجاني، (أبوظبي: مركز أبوظبي للتميز المؤسسي، 2013م)، ص3.

(3) أحمد خميس الريح عوض، دور إدارة المعرفة في تحقيق التميز المؤسسي- دراسة حالة شركة زين للاتصالات 2017- 2019م، رسالة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال، جامعة إفريقيا العالمية، الخرطوم، 2021م، ص49



المؤسسة وتبرزها وتعلي شأنها بالنسبة للمؤسسات الأخرى، فالتميز يمثل الخبرة المقدر من المعرفة الصريحة والإجرائية لمنظمة معينة، والتي تعكس الأداء المتفرد الناجح والكفاء الموجه لأداء أية مهمة بطريقة متميزة.

تفسير التميز من خلال تحقيق أداء يفوق توقعات العملاء: يشير هذا المفهوم إلى محصلة الجهود التي تبذلها منظمة الخدمة لتحديد توقعات العملاء عن الخدمات التي تؤديها من أجل تحسين وتطوير أداء هذه الخدمات لتقديم خدمة تفوق تلك التوقعات وتجعل المنظمة نموذجاً يحتذى به فالتميز يعبر عن تقديم لمسة إضافية تتجاوز توقعات العميل فتكون المنظمة دائماً البديل الوحيد للعملاء الحاليين، كما تكون الاختيار الأفضل لعملاء مرتقبين لما يحقق النجاح والتميز للمنظمة.

مجتمع وعينة البحث: تكون مجتمع الدراسة من العاملين بشركة اسمنت عطبرة بولاية نهر النيل (السودان)، والذي بلغ عددهم (250) فرداً، وتم اختيار مفردات عينة البحث بطريقة العينة العشوائية البسيطة للحصول على بيانات الدراسة من مجتمع الدراسة، فطبيعة مشكلة وفرضيات هذا البحث يوجد لها اهتماماً مقدراً وسط مجتمع البحث، وتم توزيع عدد (50) استبيان على أن يشمل التوزيع جميع المستويات الموضحة في مجتمع البحث وتم استرجاع (48) استبيان سليم تم استخدامها في التحليل بيانياً كالآتي: جدول (3) يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والمعادة بعد تعبئتها.

جدول (3): الاستبيانات الموزعة والمعادة

النسبة %	العدد	البيان
96%	48	استبيانات تم إعادتها بعد تعبئتها كاملة
4%	2	استبيانات غير صالحة للتحليل
0	0	استبيانات لم ترجع
100%	50	إجمالي الاستبيانات الموزعة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

تصميم أداة الدراسة: استخدمت استمارة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات المطلوبة، وتم تقسيم الاستبانة إلى قسمين، القسم الأول يشتمل على البيانات الشخصية (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي)، أما القسم الثاني فاشتمل على خمس محاور، ويضم كل محور (5) فقرات، وتم استخدام مقياس ليكرات الخماسي لتحول الآراء الوصفية إلى صيغة كمية، وذلك باستخدام الأوزان الآتية للمقياس (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة)، وقد تم تكيف الفقرات بما يتلاءم والدراسة، وتم حساب الأوساط المرجحة كما في الجدول التالي:

جدول (4): أوزان مقياس ليكرات الخماسي

الخيار	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الوزن	1	2	3	4	5
المتوسط المرجح	1.79 - 0.1	2.59 - 1.80	3.39 - 2.60	4.19 - 3.40	5 - 4.20

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في الدراسة: قام الباحث بترميز أسئلة الاستبيان ومن ثمّ تغريغ البيانات التي تمّ جمعها من خلال الاستبيانات وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) "Statistical Package for Social Sciences" ومن ثمّ تحليلها من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات ونوع متغيرات الدراسة، لتحقيق أهداف البحث واختبار فروض الدراسة، ولقد تمّ استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

أ/ إجراء اختبار الثبات (Reliability Test) لعبارة الاستبيان المكونة من جميع البيانات باستخدام "معامل ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha). وتم استخدامه للتحقق من صدق الأداء.

ب/ أساليب الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال عمل جداول تكرارية تشمل التكرارات والنسب المئوية والرسوم البيانية لمتغيرات الدراسة؛ للتعرف على الاتجاه العام لمفردات العينة بالنسبة % لكل متغير على حداً، والانحراف المعياري لتحديد مقدار التشتت في إجابات المبحوثين لكل عبارة عن المتوسط الحسابي. كذلك حساب المتوسط المرجح لإجابات العينة باستخدام مقياس ليكرات الخماسي لقياس اتجاه آراء المبحوثين.

ج/ تم استخدام اختبار مربع كاي (χ^2) لمعرفة الفروق بين إجابات المبحوثين.



ثبات وصدق الأداة (الاستبيان): يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه في نفس الظروف). ويستخدم لقياس الثبات "معامل ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha)، والذي يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد صحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل ألفا كرونباخ تعني زيادة مصداقية البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة، والصدق هو الجزر التريبيعي لمعامل الثبات.

جدول (5): معاملات الثبات لعبارات المقياس بطريقة ألفا كرونباخ

عدد العبارات	معامل الصدق	معامل الثبات	المحاور
			المحور الأول
5	0.95	0.91	البعد الأول
5	0.92	0.85	البعد الثاني
5	0.97	0.94	البعد الثالث
5	0.93	0.87	البعد الرابع
5	0.95	0.91	المحور الثاني
34	0.98	0.97	الصدق والثبات الكلي

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

من جدول (5) يلاحظ أن قيمة الثبات للبعد الأول هي 91% وهي درجة عالية من الثبات وقيمة الصدق هي 95% وهي درجة عالية من الصدق، كما نجد أن قيمة الثبات للبعد الثاني هي 85% وهي درجة عالية من الثبات وقيمة الصدق هي 92% وهي درجة عالية من الصدق، وقيمة الثبات للبعد الثالث هي 94% وهي درجة عالية من الثبات وقيمة الصدق هي 97% وهي درجة عالية من الصدق، كما نجد أن قيمة الثبات للبعد الرابع هي 87% وهي درجة عالية من الثبات وقيمة الصدق هي 98% وهي درجة عالية من الصدق. أن قيمة الثبات للمحور الثاني هي 91% وهي درجة عالية من الثبات وقيمة الصدق هي 95% وهي درجة عالية من الصدق كما نجد أن قيمة معامل الثبات الكلية للاستبيان هي 97% وهي درجة عالية وقيمة معامل الصدق هي 98% وهي درجة عالية من الصدق، أي أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات والصدق.

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

جدول (6): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة
النوع	ذكر	40	83.3%
	أنثى	8	16.7%
	المجموع	48	100%
العمر	أقل من 30 سنة	3	6.25%
	30 وأقل من 40 سنة	22	45.83%
	40 وأقل من 50 سنة	20	41.66%
	50 سنة فأكثر	3	6.25%
	المجموع	48	100%
المؤهل العلمي	ثانوي	15	31.26%
	جامعي	29	60.41%
	فوق الجامعي	4	8.33%



المجموع	48	%100
أقل من 5 سنوات	4	%8.33
5 وأقل من 10 سنوات	10	%20.84
10 وأقل من 15 سنوات	32	%66.67
15 سنة فأكثر	2	%4.16
المجموع	48	%100
مدير إدارة	2	%4.16
رئيس قسم	5	%10.41
فني	13	%27.10
موظف	28	%58.33
المجموع	48	%100

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

يتضح من الجدول أعلاه رقم (6): في متغير النوع: يلاحظ أن معظم أفراد العينة هم من فئة الذكور حيث بلغ عددهم 40 فرداً، وفئة الإناث بعدد (8) وهذا يدل على الاعتماد على العنصر الذكوري لطبيعة العمل في الشركة. أما في متغير العمر: يلاحظ أن أكثر فئة عمرية هي (30 وأقل من 40 سنة) بنسبة %45.83، تليها الفئة العمرية (40 وأقل من 50 سنة) بنسبة %41.66، وهذا يدل على أن معظم العاملين هم من فئة الشباب. أما متغير المؤهل العلمي: يلاحظ أن معظم عينة الدراسة هم من فئة المؤهل العلمي الجامعي بنسبة %60.41، تليها فئة الثانوي بنسبة %31.26. أما متغير سنوات الخبرة: يلاحظ أن أكثر تكرار كان في الفئة (من 10 وأقل من 15 سنة) بنسبة %66.67، تليها فئة (5 وأقل من 10 سنوات) بنسبة %20.84، وهذا يدل على توفر الخبرة الكبيرة والعالية بالشركة. أما متغير المستوى الوظيفي: يلاحظ أن معظم أفراد عينة الدراسة كانوا من فئة الموظفين بنسبة %58.33، تليها فئة الفنيين بنسبة %27.10، ثم تليها رئيس قسم ومدير إدارة، وهذا يدل على أن معظم العمل بالشركة تشغيلي وفني يحتاج لعدد موظفين وفنيين أكثر.

تحليل واختبار محاور الدراسة:

جدول (7): اختبار عبارات المحور الأول (الاقتصادي)

م	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسيط	الاستنتاج	التفسير
1	لدى شركة اسمنت عطرة إدارة تهتم بعمليات المسؤولية الاجتماعية	235.8	4	0.00	4.54	.791	5.00	دالة	أوافق بشدة
2	تتعامل الشركة بصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية	156.667	4	0.00	2.57	1.166	2.00	دالة	لا أوافق
3	تهدف الشركة إلى الوصول إلى درجة عالية من الكفاءة في العمل	105.267	4	0.00	3.89	.998	4.00	دالة	أوافق
4	تتبنى الشركة مشروعات تشبع حاجات المجتمع	162.333	4	0.00	4.15	.806	4.00	دالة	أوافق
5	تساهم الشركة في توفير فرص عمل لأفراد المجتمع من خلال مشروعاتها	188.733	4	0.00	4.44	.728	5.00	دالة	أوافق بشدة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

من جدول (7) يلاحظ أن جميع العبارات القيمة الاحتمالية لها أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق بين إجابات الباحثين؛ وبالنظر لقيم الأوساط الحسابية نجد أغلبها أكبر من الوسط الفرضي (3) حيث تتراوح آراء الباحثين ما بين الموافقة والموافقة بشدة، عدا العبرة رقم (2) (تتعامل الشركة بصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية) حيث وسطها أقل من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء الباحثين الرضا على العبرة (2).



جدول (8): اختبار عبارات المحور الثاني (القانوني)

م	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسيط	الاستنتاج	التفسير
1	تلتزم الشركة بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين السارية في المجتمع	172.613	3	0.00	4.59	.725	5.00	دالة	أوافق بشدة
2	تسعى الشركة للمحافظة على البيئة من خلال التزامها بتطبيق قوانين المحافظة على البيئة	189.093	3	0.00	4.65	.602	5.00	دالة	أوافق بشدة
3	تحرص الشركة على التزام العاملين بإتباع إجراءات الصحة والسلامة المهنية	196.333	4	0.00	4.35	.665	4.00	دالة	أوافق بشدة
4	تتبنى إدارة الشركة مبدأ الاعتراف بعمل النقابات العمالية	229.067	4	0.00	4.51	.857	5.00	دالة	أوافق بشدة
5	تضع الشركة قوانين لحماية المستهلك	200.333	4	0.00	4.46	.701	5.00	دالة	أوافق بشدة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

من جدول (8) يلاحظ أن جميع القيم الاحتمالية أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين؛ وبالنظر لقيم الأوساط الحسابية نجدتها جميعاً أكبر من الوسط الفرضي (3) فكانت جميع آراء الباحثين أتجاه الموافقة بشدة في المحور الثاني.

جدول (9): اختبار عبارات المحور الثالث (الأخلاقي)

رقم	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسيط	الاستنتاج	التفسير
1	تتوافق رسالة الشركة مع أهداف وقيم المجتمع	288.6	4	0.00	4.61	.784	5.00	دالة	أوافق بشدة
2	لدى الشركة نظاماً صارماً لمحاربة الفساد الإداري يشتمل أنواعه	216.267	4	0.00	4.53	.721	5.00	دالة	أوافق بشدة
3	تلتزم الشركة على التعامل بأسلوب أخلاقي يتطابق مع القوانين السائدة في المجتمع	215.733	4	0.00	4.51	.792	5.00	دالة	أوافق بشدة
4	لدى الشركة دليل أخلاقي واضح معن لجميع العاملين	280.133	4	0.00	4.66	.622	5.00	دالة	أوافق بشدة
5	تُعد حماية البيئة من أهم مرتكزات وفلسفة إدارة الشركة في عملياتها	70.68	2	0.00	4.54	.539	5.00	دالة	أوافق بشدة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

من جدول (9) يلاحظ أن جميع القيم الاحتمالية أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين؛ وبالنظر لقيم الأوساط الحسابية نجدتها جميعاً أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت جميع آراء الباحثين أتجاه الموافقة بشدة في المحور الثالث.

جدول (10): اختبار عبارات المحور الرابع (الخيري)

رقم	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسيط	الاستنتاج	التفسير
1	الشركة تساهم في إنجاز المشاريع التنموية من مدارس، مستشفيات، إسكان وغيرها	229.133	4	0.00	4.54	.765	5.00	دالة	أوافق بشدة
2	تهتم الشركة بمساعدة الأسر الفقيرة من خلال إقامة المشروعات الصغيرة	82.467	4	0.00	4.03	1.064	4.00	دالة	أوافق بشدة
3	تحرص الشركة على دعم الأنشطة المجتمعية المختلفة	180.293	3	0.00	4.63	.618	5.00	دالة	أوافق بشدة
4	تساهم الشركة في توفير فرص عمل لأفراد المجتمع	247.133	4	0.00	4.59	.686	5.00	دالة	أوافق بشدة
5	تقدم الشركة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة	151.493	3	0.00	4.57	.660	5.00	دالة	أوافق بشدة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.



من جدول (10) نجد أن جميع القيم الاحتمالية أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين؛ وبالنظر لقيم الأوساط الحسابية نجدها جميعاً أكبر من الوسط الفرضي (3) وتراوحت آراء المبحوثين بين الموافقة والموافقة بشدة في المحور الرابع.

جدول (11) اختبار عبارات المحور الثاني (أداء منظمات الأعمال)

م	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسيط	الاستنتاج	التفسير
1	تقوم الشركة بتحسين جودة منتجاتها بشكل دوري لمواكبة التطورات	235.8	4	0.00	4.54	.791	5.00	دالة	أوافق بشدة
2	تحرص الشركة على تطبيق معايير التميز في جميع عملياتها	156.667	4	0.00	2.57	1.166	2.00	دالة	لا أوافق
3	تتفوق شركة أسمنت عطبرة على مثيلاتها في إنتاج الاسمنت مما عزز من تفوقها	105.267	4	0.00	3.89	.998	4.00	دالة	أوافق
4	تسعى إدارة الشركة دائماً إلى بناء علاقات طيبة ومستدامة مع العملاء	162.333	4	0.00	4.15	.806	4.00	دالة	أوافق
5	تحرص الشركة على تقديم منتجات ترضي توقعات العملاء	188.733	4	0.00	4.44	.728	5.00	دالة	أوافق بشدة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، 2025م.

من جدول (11) يلاحظ أن جميع العبارات القيمة الاحتمالية لها أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق بين إجابات المبحوثين؛ وبالنظر لقيم الأوساط الحسابية نجد أغلبها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارات المحور الخامس، عدا العبارة رقم (2): (تحرص الشركة على تطبيق معايير التميز في جميع عملياتها) وسطها أقل من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين الرفض على العبارة (2).

النتائج:

- 1/ تتبنى شركة اسمنت عطبرة مشروعات تشبع حاجات المجتمع مع توفير فرص عمل لأفراد هذا المجتمع.
- 2/ تسعى الشركة للمحافظة على البيئة من خلال التزامها بتطبيق قوانين المحافظة على البيئة وقوانين حماية المستهلك.
- 3/ تظهر الدراسة أن شركة اسمنت عطبرة ولا تتعامل بصدق وشفافية في جميع تعاملاتها الاقتصادية الأمر الذي يؤثر سلباً على رضا العاملين.
- 4/ الشركة تساهم في إنجاز المشاريع التنموية من مدارس، مستشفيات، إسكان وغيرها من المشاريع الخيرية في القطاعين الصحي والتعليمي.
- 5/ حرص الشركة على تقديم منتجات ترضي توقعات العملاء ساهم في تفوق الشركة على مثيلاتها وعزز من الميزة التنافسية لديها.

التوصيات:

- 1/ استمرار الشركة في تبني مشروعات تشبع حاجات المجتمع مع توفير فرص عمل لأفراد المجتمع من خلال مشروعاتها.
- 2/ تعامل الشركة بصدق وشفافية في جميع التعاملات الاقتصادية الأمر الذي يؤدي إلى رضا العاملين.
- 3/ تفعيل برامج ومشروعات حماية البيئة وجعلها من أهم مرتكزات وفلسفة إدارة الشركة في عملياتها.
- 4/ من الضرورة بمكان أن تقوم الشركة بتطبيق معايير التميز بشكل فعال في جميع عملياتها بما يتلاءم مع تحقيق التميز المؤسسي لها.
- 5/ التأكيد على الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة من أجل إنجاز الأعمال بالسرعة المطلوبة.



المراجع:

- سامة محمد خيرى، التميز التنظيمي، عمان: دار الزاوية للنشر والتوزيع، 2014م.
- شوقي اليوسف، نموذج المؤسسة الأوربية لإدارة الجودة، ترجمة: هادي التجاني، (أبوظبي: مركز أبوظبي للتميز المؤسسي، 2013م.
- مقدم وهيبية، المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2020م.
- محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016م.
- صالح الحموري ورولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2015م.
- ناصر جرادات وعزام أبو الحمام، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع، 2019م.
- وليد حميد رشيد الأميري، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الخاصة، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2018م.
- مها أحمد القرزعي، فلسفة إدارة التميز المؤسسي في التعليم: نماذج دولية وعربية ومحلية، القاهرة: مركز الخبرات المهنية للإدارة، 2018م.
- سامح عامر، التميز الإداري في القرن الحادي والعشرين، القاهرة: مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، 2013م.
- هبة إبراهيم علي، "واقع تبني التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية ودورها في تحقيق التميز المؤسسي (دراسة تطبيقية على شركة سلطان للخدمات اللوجستية)"، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، المجلد (5)، الإصدار (58)، أغسطس 2024م.
- محمود الصاوي وتماضر الدباغ، "دور ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في قطاع الخدمات الحكومية بإمارة عجمان"، المجلة العربية للإدارة، المجلد (41)، العدد 2، يونيو 2021م.
- رشيد حفصي، دراسة وتحليل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة ورقلة، المجلد (2)، العدد (2)، 2018م.
- مدين فراج العقلي، "أثر العلاقة بين التميز التنظيمي وجودة الحياة الوظيفية على الالتزام التنظيمي"، المجلة العملية للتجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الأول، 2014م.
- هبة إبراهيم علي، "واقع تبني التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية ودورها في تحقيق التميز المؤسسي (دراسة تطبيقية على شركة سلطان للخدمات اللوجستية)"، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، المجلد (5)، الإصدار (58)، أغسطس 2024م.
- قادم جواد، مدى فعالية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق المزايا التنافسية- دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، رسالة دكتوراه منشورة في الإدارة المالية، جامعة عين تموشنت بلحاج شعيب، الجزائر، 2024م.
- عثمان مديني، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية- دراسة حالة: مصرف السلام الفرع الجهوي بورقلة، رسالة دكتوراه منشورة في إدارة الأعمال، جامعة محمد الصديق بن يحيي، جيجل، الجزائر، 2022م.
- بن زانة حورية وبن عمار حنان، أهمية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة حالة البنوك العاملة بولاية غارداية، رسالة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال، جامعة غارداية، الجزائر، 2020م.
- بلقايد محمد جواد، دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية- دراسة تطبيقية لعينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه منشورة في إدارة الأعمال، جامعة أبي بكر بلقايد- تلسان، الجزائر، 2019م.
- هاجر عزي ومريم بطاش، دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية للمؤسسة- دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي، رسالة ماجستير منشورة في إدارة تسيير المؤسسة، جامعة يحي فارس، الجزائر، 2016م.
- بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة: مجمع صيدال، رسالة دكتوراه منشورة في إدارة الأعمال والإستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، الجزائر، 2013م.
- أحمد خميس الريح عوض، دور إدارة المعرفة في تحقيق التميز المؤسسي- دراسة حالة شركة زين للاتصالات 2017-2019م، رسالة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال، جامعة إفريقيا العالمية، الخرطوم، 2021م.
- Morad Khaled Radaideh & Anwar Nahar Al Azam, (2015), The application of social responsibility in Jordanian banks and its impact on the competitive feature from the point of view of banks employees- Previous study N(7), Arab Economic and Business Journal, (Science Direct).