

أبعاد المسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على الابتكار في مؤسسة كوندور

إلكترونيكس برج بوغريج - الجزائر

عيسات العربي مخبر دراسات اقتصادية حول المناطق الصناعية والدور الجديد للجامعة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة برج بوغريج

الإيميل: larbi.aissat@univ-bba.dz

تاريخ الاستلام: 2020/08./21 تاريخ القبول: 2020/11/05 تاريخ النشر: 2020/11/09

Abstract:

The aim of the study is to determine dimensions of social responsibility and its impact on innovation of Condor electronic company. We focused first on the main points of strengths in adopting this concept to support such innovation through the study of relations between variables, where we opted for a purposive sample of high frames from Condor Company (46 person). We used a questionnaire as a research tool and Structural Equation Modeling (SEM) to process and analyze data using Smartpls3 software. Results obtained showed that moral and human responsibilities contribute in maintaining innovation. At the end of this paper, we tried to suggest a number of recommendations.

Keywords: social responsibility, innovation, economic responsibility, legal responsibility, moral responsibility, human responsibility.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على الابتكار بمؤسسة كوندور إلكترونيكس، وتوضيح ذلك عن طريق البحث عن أبرز نقاط القوة في تبني هذا المفهوم (المسؤولية الاجتماعية) لتعزيز ودعم الابتكار من خلال دراسة العلاقات بين متغيرات الدراسة، حيث تم اختيار عينة قصدية من الإطارات السامية لمؤسسة كوندور بلغت (55) فردا. وقد تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، كما تم استخدام النمذجة بالمعادلات الهيكلية (SEM) في معالجة وتحليل البيانات عن طريق برنامج Smartpls3. وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها أن المسؤولية الأخلاقية والإنسانية تساهمان في تعزيز الابتكار، وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها تم تقديم بعض التوصيات.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الابتكار، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الإنسانية.

المؤلف المرسل: د. عيسات العربي، الإيميل: larbi.aissat@univ-bba.dz

إشكالية البحث:

برزت مؤشرات أهمية الأداء الاجتماعي للمؤسسات في العشرينات من القرن الماضي؛ حيث توالى الأبحاث والدراسات التي أكدت على ضرورة إلزام المؤسسات بالمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد، ومن هنا أصبحت المسؤولية الاجتماعية من أهم الواجبات الواقعة على عاتق المؤسسات. غير أنه وفي مطلع القرن الواحد والعشرين شهدت بيئة الأعمال مجموعة من التحولات على جميع الأصعدة اجتماعيا وثقافيا، تكنولوجيا وخاصة تلك التي المتعلقة بالجانب الاقتصادي؛ من ارتفاع ملحوظ في عدد المؤسسات على اختلاف مجالات نشاطها، كذلك تحرير التجارة الخارجية؛ كلها عوامل أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين هذه المؤسسات. فأصبح نجاح المؤسسات يتحدد على أساس قدرتها على المنافسة من خلال قدرتها على القيام بابتكارات جديدة في عملياتها ومنتجاتها باستمرار.

وتأسيسا على ما تقدم تأتي الدراسة الراهنة لتحاول الوقوف بشيء من التحليل على موضوع أبعاد المسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على الابتكار في المؤسسة .

وقد اختيرت مؤسسة كوندور إلكترونيكس برج بوعريبيج - الجزائر - كميدان لإجراء

هذه الدراسة.

وذلك من خلال الإشكالية التي تتمحور حول التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي انعكاسات تبني مؤسسة كوندور لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على الابتكار بها؟، والذي تنفرع عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- هل هناك تأثير للمسؤولية الاقتصادية على الابتكار؟
- هل هناك تأثير للمسؤولية القانونية على الابتكار؟
- هل هناك تأثير للمسؤولية الأخلاقية على الابتكار؟
- هل هناك تأثير للمسؤولية الإنسانية على الابتكار؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية في أنها:

- تتناول واحدة من القضايا التي أصبحت تمس جوهر المؤسسات ومستقبلها بشكل كبير ألا وهو موضوع المسؤولية الاجتماعية ومدى استعداد المؤسسات إلى خلق حالة من التوازن بين أهدافها الاقتصادية والوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع والأطراف أصحاب المصالح ومدى انعكاس ذلك على عملية الابتكار بها؛

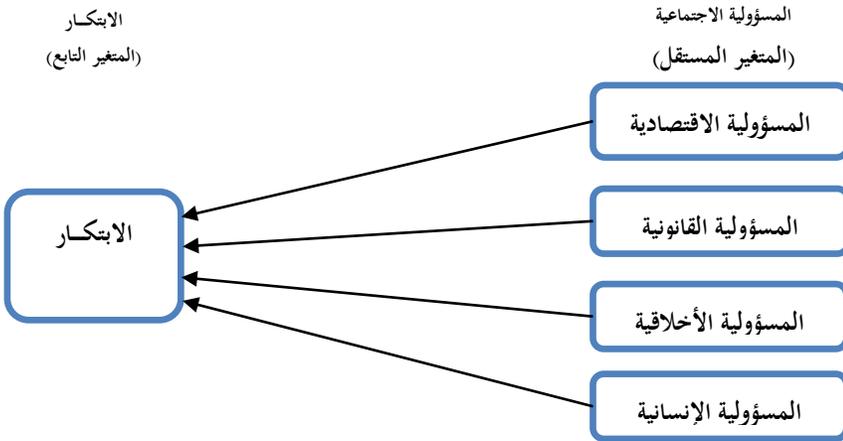
- مساهمة من خلال نموذج نظري تم تطويره على أساس تحليل الأدبيات المتخصصة. فهو يشير إلى مختلف المقاربات المتعلقة بكل من المسؤولية الاجتماعية والابتكار، وكذا تحليل العلاقة بينهما.
- وتتعلق المساهمة الأخيرة للدراسة الراهنة بتقنية التحليل المستخدمة فقد استخدمنا طريقة النمذجة البنائية باستخدام طريقة المربعات الصغرى الجزئية PLS بالاعتماد على برنامج Smartpls.3 لاختبار نموذجنا المفاهيمي والمتغيرات التي تشكله والتحقق من صحتها.

نموذج البحث:

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وضمن إطارها النظري والتطبيقي تم تصميم مخطط فرضي يعبر عن العلاقات المنطقية بين متغيرات الدراسة كما هو موضح في الشكل 1 الذي تم استخلاصه من واقع الأدبيات الإدارية والذي يشير إلى نوعين من المتغيرات هي كالاتي:

المتغير المستقل: المسؤولية الاجتماعية وأبعاده المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الإنسانية.

المتغير التابع: الابتكار. الشكل رقم 01: نموذج الدراسة



فرضيات البحث

على ضوء إشكالية و أسئلة الدراسة وللإجابة عليها فقد تم وضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

هناك تأثير للمسؤولية الاجتماعية بجميع أبعادها على الابتكار في المؤسسة.

وينبثق على هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الاقتصادية على الابتكار في المؤسسة.
- هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية القانونية على الابتكار في المؤسسة.
- هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الأخلاقية على الابتكار في المؤسسة.
- هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الإنسانية على الابتكار في المؤسسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تم جمع البيانات الميدانية من خلال استمارة استبانة أعدت لقياس متغيرات البحث ولمعالجة هذه البيانات استخدم الباحث أسلوب النمذجة البنائية بالاستعانة ببرنامح Smartpls3.

ويتكون مجتمع الدراسة من الإطارات السامية لمؤسسة كوندور إلكترونيكس والبالغ عددهم 150 إطار حيث تم أخذ عينة قصدية منهم ممن لهم علاقة بموضوع الدراسة، إذ بلغ عدد الاستمارات الموزعة 65 استمارة تم استرجاع 58 استمارة وكان الصالح منها للتحليل 55.

الإطار النظري للدراسة

أولاً- التأسيس النظري للمسؤولية الاجتماعية

1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية

وردت مؤشرات أهمية الأداء الاجتماعي منذ أوائل العشرينات من القرن العشرين حينما أوضح (Sheldon) على أن مسؤولية كل منظمة تتحدد من خلال أدائها الاجتماعي والمنفعة المتحققة للمجتمع، ثم توالت أبحاث أخرى في هذا المجال، فقد أوصى المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا عام 1972 تحت شعار المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال بضرورة إلزام كافة المنظمات برعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة، والمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد (عجيلة، وشني، 2012، ص6) وهنا أصبحت المسؤولية الاجتماعية من أهم الواجبات الواقعة على عاتق المنظمات، وهي التزامها المستمر في تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمن الاجتماعي لأفراد المجتمع، من خلال توفير الخدمات المتنوعة ما يتعلق بالنواحي الصحية والبيئية، ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، وتطوير

المجتمع المحلي، والمشاركة في إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية (عزوي، وآخرون، 2012، ص5).

وقد قدمت تعريف عديدة للمسؤولية الاجتماعية حيث عرف (Harjoto & Jo) المسؤولية الاجتماعية بأنها تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على النهايات من الأهداف بشكل التزامات بعيدة المدى (Harjoto & Jo, 2012, P54)، وعرفها (Mitra) بأنها جميع القرارات والفلسفات والأفعال والطرق التدييرية التي تعتبر تطور ورفاهية المجتمع هدفا لها (Mitra, 2012, P3)، وفي سنة 2006 عبر مكتب العمل الدولي على المسؤولية الاجتماعية بأنها الطريقة التي تنتظر فيها الوحدات الاقتصادية في تأثير عملياتها في المجتمع وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى". (السحبياني، 2009، ص4)

وعرفها (P. Drucker) على أنها "الالتزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه"، وقد شكّل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعا لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة" (الغالي 2002، ص216)، وهو ما أكده كل من (Davis, 1973, P312; Griser & sapala, 2010, P8) الذين نظروا إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها استجابة المنظمات إلى ما هو أبعد من المتطلبات الاقتصادية والتقنية، والقانونية، فعلى الرغم من أهمية المنافع الاقتصادية التي تنشدها المؤسسات، إلا أن عليها تحقيق منافع اجتماعية أيضا.

كما تم تعريف المسؤولية الاجتماعية من قبل بعض المنظمات الدولية نذكر منها: تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة: " المسؤولية الاجتماعية هي الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل". (السحبياني، 2009، ص154)

تعريف الغرفة التجارية العالمية للمسؤولية الاجتماعية: " هي جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق التنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، ما يجعل المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا؛ لذلك فإنّ المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم". (السكرانة، 2009، ص162)

تعريف المنظمة العالمية للتقييس ISO: " المسؤولية الاجتماعية هي التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل، لتحسين مستوى معيشة السكّان بأسلوب يخدم الاقتصاد والتنمية في آن واحد". (Olivier Dubigeon,2009,P6)

وتأسيسا على ما تقدم يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنها: التزام المؤسسة اقتصاديا وقانونيا وأخلاقيا وإنسانيا تجاه المجتمع والأطراف ذات المصلحة - في ضوء نشاطها- بمجموعة من المهام والواجبات، التي تجعلها تترقي من مجرد كيان اقتصادي هدفه تحقيق الربح فقط، إلى مؤسسة اقتصادية تساهم في حل مشكلات المجتمع المختلفة.

1- أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

برغم اختلاف وجهات نظر العديد من الباحثين حول ترتيب أوليات أبعاد المسؤولية الاجتماعية، إلا أن هناك اتفاق للعديد منهم حول هذه الأبعاد أمثال:

(Robbins& Judge, 2011, PP 150-156), (Carroll&Buchholtz, 2006, P39-48), (Frank 2015, P16), (Pride&Ferrell,1997, P65), (Carroll,1991, P 42), (Dobrea & Burca,2010, PP 962-963)(Carroll&Shabana,2010, P 90) (Amaladoss&Manohar,2011,P 66)

على أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية تتمثل في الآتي:

أ-البعد الاقتصادي:

ويتمثل في الالتزامات التي تقوم بها المؤسسة ودورها الرئيسي في إنتاج المنتجات التي يحتاجها المجتمع وتوفيرها بالسعر الذي يرضي المجتمع والمستثمر وتحقيق ربح مقبول من هذه العملية ، ويهدف البعد الاقتصادي إلى توفير فرص عمل لأفراد المجتمع وتعظيم عوائد الاستثمار للمساهمين وتوليد النمو الاقتصادي من خلال تعظيم العوائد، وأن تكون المؤسسة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين وبما يحقق في نفس الوقت الديمومة للمؤسسة، فضلا عن توفي أجواء العمل مناسبة وحماية العاملين من أخطار العمل مع ضمان حقهم في العمل.

ب-البعد القانوني:

ويتمثل في التشريعات التي تلتزم بها المؤسسة لحماية المجتمع والمنصوص عليها من خلال القوانين والأنظمة التي تسنها الدولة، وأن تكسب المؤسسة ثقة الآخرين من خلال الالتزام بتنفيذ هذه التشريعات، واحترام القوانين المحلية والامتثال للوائح الدولة والسلطات المحلية المختلفة، وأن تكون مخرجاتها غير ضارة للمجتمع، فضلا عن الالتزام بالأوامر القانونية لتحقيق النجاح وتوفير المنتجات التي تلبي الحد الأدنى من المتطلبات القانونية، والالتزام بقواعد المنافسة الشريفة.

ج- البعد الأخلاقي:

وهو أن تكون المؤسسة مبنية على أسس أخلاقية وعلى أساس احترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع، والالتزام بالأعمال الصحيحة وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين فضلا عن مراعاة حقوق الإنسان من أجل تحقيق أهدافها. بمعنى أنه يجب أن تعمل المؤسسة في ظل المواطنة وأن تمتثل للقوانين واللوائح وأن يكون أداؤها متوافقا مع عادات المجتمع ومعاييره الأخلاقية. (Frank,2015,P16)

د- البعد الإنساني:

وهناك من أطلق عليه البعد الإنساني أو الخيري أو التطوعي، وتضم كل السلوكيات والأنشطة التي يراها المجتمع مرغوبة، وهي أنشطة اختيارية غير ملزمة للمنظمة تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي وتلقى ترحيبا من المجتمع، لأنها تتعلق بمشاريع تحمل الخير له كما هو الحال في بناء دور المسنين والمساهمة في معالجة الفقر وغيرها ويؤكد (Daft & Marcic,2009) أن المسؤوليات التطوعية تنبع من رغبة المنظمة في المساهمة في أنشطة ليست ملزمة اقتصاديا أو قانونيا أو أخلاقيا، وبالتالي فإنها تعبر عن حرص المنظمات لأن تكون مواطننا صالحا من خلال الدعم الذي تقدمه لإقامة البرامج المختلفة في مجالات التعليم والصحة والخدمات الإنسانية والثقافة والفنون وغيرها.

وتجدر الإشارة إلى إن الباحث في هذه الدراسة قد اعتمد على هذه الأبعاد الأربعة لمتغير المسؤولية الاجتماعية .

2- أهمية المسؤولية الاجتماعية:

برغم اختلاف وجهات النظر حول مدى تبني المؤسسات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، إلا أن هناك اتفاقاً على أن ممارسة المؤسسات لمسؤوليات اجتماعية تعتبر عملية مفيدة ومهمة لاستمرار علاقتها مع بيئتها من شأنها تحقيق العديد من المزايا للمؤسسة والمجتمع والدولة أهمها (الغالبى 2009، ص 84-85):

أ- بالنسبة للمنظمة

يبدو أن المنظمة هي المستفيد الأول جراء تبنيها مسؤولية اجتماعية بشكل مبادرات تطوعية، حيث تحسن مناخ العمل السائد في المنظمة، وإشاعة روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف، وأن المسؤولية الاجتماعية تمثل تجاوب فعال مع التغيرات الحاصلة في حاجات العاملين والمجتمع لينعكس هذا التجاوب بعلاقات إيجابية ترفع من مستويات الأداء وتحقق مردود مالي أفضل. وقد أورد (Wheelen & Hunger, 2006, P59) أمثلة أخرى عن المنافع المتحققة من كون المنظمة مسؤولة اجتماعياً وهي كالتالي:

- الاهتمامات البيئية قد تمكنها من رفع أسعارها وتحقيق الولاء لعلامتها؛
- ثقة المجتمع بالمنظمة تساعد على إدامة وتثبيت علاقتها بالموردين والموزعين دون الحاجة إلى صرف المزيد من الوقت والمال؛
- بإمكان المنظمة المسؤولة اجتماعياً جذب الأيدي العاملة من الخارج بسهولة؛
- إن المنظمات المسؤولة اجتماعياً عادة ما يكون مرحباً بها في البلدان الأجنبية؛
- بإمكان المنظمات المسؤولة اجتماعياً توظيف شهرتها لدى الموظفين العموميين لغرض إسنادها في الأوقات الصعبة؛
- القدرة على جذب أموال المستثمرين الذين ينظرون إلى الاستثمارات في المنظمة المسؤولة اجتماعياً وذات السمعة الطيبة على أنها استثمارات مرغوبة على الأمد الطويل.

ب- بالنسبة للدولة:

إن قيام منظمات الأعمال بمسؤولياتها الاجتماعية سيؤدي إلى تخفيف الأعباء عنها وتجد بذلك شركاء حقيقيين يساهمون معها في التصدي للإشكالات الاقتصادية والاجتماعية، علاوة على ذلك فإن الوعي بالدور الاجتماعي يجعل الدولة أكثر رقياً في إطار تحمل التكاليف الاجتماعية المختلفة وتحصيل مستحقاتها من الرسوم والضرائب لتساهم في حل مشكلة البطالة والإنفاق على الأنشطة الضرورية لخدمة المجتمع.

ج- بالنسبة للمجتمع:

يمكن القول أن المجتمع هو الرابح الأكبر من التزام المنظمات بتحمل مسؤولياتها الاجتماعية من خلال:

- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع وفئاته؛
- تحقيق العدالة الاجتماعية وتطور حالة الاستقرار الاجتماعي؛
- تحسين جودة حياة المجتمع من الناحية المادية والثقافية؛
- زيادة الوعي بأهمية الاندماج بين منظمات المجتمع ومختلف فئات أصحاب المصلحة؛
- تحسين التنمية السياسية والمساءلة بما يسهم في الاستقرار السياسي؛
- نظرا لارتباط المسؤولية الاجتماعية بمفاهيم الشفافية وتقليل السرية في العمل والصدق فإنها تزيد من الترابط الاجتماعي وتقليل الفساد المالي والإداري والسياسي.

ثانيا- التأسيس النظري للابتكار

1- مفهوم الابتكار

إن الابتكار عملية معقدة جدا، ذات وجوه وأبعاد متعددة، حيث اختلفت الآراء حول مصطلح الابتكار وبعض المصطلحات ذات العلاقة كالإبداع، الاختراع والتجديد...، فنجد أن عامة الناس وبعض الباحثين والمختصين كذلك لا يفرقون بين هذه المصطلحات ويستخدمونها للدلالة على نفس الشيء، لذلك وجب التمييز بينها:

الابتكار هو ترجمة لكلمة Innovation الذي قد يترجمه البعض بالتجديد، كما في ترجمة كتاب (P.Drucker Innovation and entrepreneurship) الذي ترجم إلى التجديد والمقاولة، أي تجديد المنتج الحالي، وفي حين أن (P.Drucker) استخدم Innovation بمعنى الابتكار الواسع أكثر مما يعني التجديد (نجم عبود نجم، 2013، ص16).

وعرف كل من KuniyoshiUrab, John child, TadaoKagano الابتكار بأنه: "هو الجيل الجديد من الأفكار وطرق تنفيذها، على المنتج الجديد أو الخدمة، مما

يؤدي إلى نمو ديناميكي في الاقتصاد وزيادة فرص العمل، وكذلك إنشاء وتكوين أرباح للمشاريع التجارية المبتكرة " .

كما عرف كل من Guilter and Roffins الابتكار بأنه: "العمليات التي تؤدي إلى خلق فكرة وإخراجها من خلال منتج وخدمة مفيدة أو طرائق من العمليات" (نوال يونس محمد ويسمان عبد اللطيف، 2009، ص3)

وحسب (Ram, Cui, &wu, 2010) الابتكار هو العملية التي يتم عبرها خلق الأفكار أو الأشياء أو الممارسات أو التكنولوجيات أو العمليات الجديدة، أو إعادة اختراعها، وتطويرها وتبنيها ونشرها واستخدامها. وهي العملية التي تسفر أيا كان مصدرها داخليا أو خارجيا، عن خلق أو إضافة قيمة للكيان القائم بها.

عرف Florence and Duriux الابتكار كما يلي: "الاختراع هو توفير موارد جديدة للشركة في حين الابتكار هو دمج هذه الموارد الجديدة في وضع جيد للسوق (Florence duriex,2012,P5)"

وبالنسبة لـ (Boer & During,2001) الابتكار هو خلق توليفة جديدة تتضمن كل من المنتج والسوق والتكنولوجيا والتنظيم.

ويرى (Trott,1998) أنه لا يمكن النظر للابتكار بوصفه فعلا منفردا، بل هو فعل مركب يتألف من عدة عمليات مترابطة، إنه ليس مجرد استحداث لفكرة، أو اختراع لأداة، أو فتح لسوق جديدة. إن الابتكار هو كل هذه الأشياء مجتمعة في عملها المشترك، الذي يتكامل مع بعضه البعض.

ويستخدم الكثير من الكتاب مصطلحي الابتكار والإبداع على أن لهما نفس المعنى، على سبيل المثال تربط (Amabile,1996) بين كل من الإبداع والابتكار فطبقا لها تبدأ كل الابتكارات بالأفكار الخلاقة .. لذا يمكننا تعريف الابتكار بأنه التنفيذ الناجح لتلك الأفكار بداخل المنظمات، ومن هذا المنطلق يعتبر إبداع الأفراد والمجموعات هو نقطة البداية لعملية الابتكار؛ أي أن الإبداع هو شرط ضروري للابتكار، ولكنه وحده ليس شرطا كافيا، (Amabile, 1996, pp 1145-1155)، وعلى المنوال نفسه يذكر لنا (Davila, Epstein, & Shelton,2006) " ما يميز الإبداع عن الابتكار هو أن الأول يعني الإتيان بأفكار جديدة، بينما الثاني يعني تجسيدها".

وعليه فالإبداع يتمثل في التوصل إلى حل خلاق لمشكل ما أو إلى فكرة جديدة، في حين الابتكار هو التطبيق الخلاق والملائم لها، ومن ثم فالإبداع هو الجزء الخاص ببروز فكرة جديدة، أما الابتكار هو الجزء المرتبط بتحويلها إلى منتج، فهما عبارة عن مرحلتين متعاقبتين (رواج عبد الباقي والعايد لزهرة، 2011، ص7).

2- أنواع الابتكار:

إن التنوع الشديد للابتكارات والتعدد الهائل لمجالاتها يجعلان من مهمة إنشاء إطار عام لتصنيفها مهمة ليست بالبسيطة فقد تحدث (Damanpour, 1991) عن الابتكار التكنولوجي والابتكار الإداري أما بالنسبة لـ Michel Marchesnay and Colette Fourcade فقد صنفته من حيث طبيعته إلى أربعة أنواع أساسية وهي (Daniel Jiménez-Jiménez & all, 2010, P10): الابتكار في المنتج أو ابتكار المنتج، وابتكارات في طرائق الفن الإنتاجي أو ابتكار العمليات، وابتكارات تنظيمية أو إدارية أو الابتكار الإداري وابتكارات تسويقية.

أ- ابتكار المنتج

وقد عرف بأنه: "إحداث التغيير في مواصفات المنتج أو خصائصه لكي تلبي بعض الرغبات أو تشبع بعض الحاجيات بكيفية أحسن" (أوكيل محمد السعيد، 1992، ص34)

وحسب (Joel Broustail et all, 1993) تهتم الابتكارات المتعلقة بالمنتجات بجميع مركبات أو مكونات وخصائص المنتجات، تهدف إلى تحسين المنتجات المقدمة للزبون. وعند التدقيق في ابتكار المنتجات نجدها تخص ثلاثة جوانب وهي (Joel Broustail et all , 1993, P7):

- ابتكارات لها علاقة بالتركيبية الوظيفية للمنتج؛
- ابتكارات تغير التركيبية التكنولوجية للمنتج؛
- ابتكارات تغير العناصر أو الخصائص التي يقدمها المنتج.

كما عرف الابتكار في المنتجات بأنه قدرة المؤسسة على ابتكار منتجات جديدة أو تطوير وتحسين منتجات موجودة أصلا، إما على مستوى شكلها أو لونها أو حجمها وعلى

مستوى استخداماتها وذلك بهدف إشباع الحاجات والرغبات المتجددة والمتغيرة للزبائن من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات (بن يعقوب الطاهر، هباش فارس، 2014، ص4)

ب- ابتكار العمليات

عرف ابتكار العمليات بأنه عناصر جديدة يتم تقديمها إلى عمليات الإنتاج والخدمات في المؤسسة. (Joel Broustail et all, 1993, P8)

وقد عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD, 1997) ابتكار العمليات: بأنه تبني طرق أو أساليب إنتاج جديدة أو محسنة، ويتضمن خدمة توصيل المنتجات، وفي حالة من الحالات السابقة فإن كل مصطلح "جديد" أو "محسن" مثلا حتى إذا كانت المؤسسة تقدم تقنية تستخدم من طرف مؤسسات أخرى فإن هذا يعتبر ابتكارا لهذه المؤسسة، لذلك فالابتكار ينطوي على كل من خلق معرفة جديدة تماما، إضافة إلى نشر المعرفة الحالية (ترغيني صباح، 2017/2018، ص21).

كما يشمل تطوير العمليات إضافة إلى تطوير عمليات إنتاج وتوزيع المواد، تطوير طرق جديدة لخلق وتقديم الخدمات (توظيف نظام جديد للحجز لدى وكالات السفر)، وكذا تطوير التقنيات والبرامج المستخدمة في النشاطات الملحقة كالشراء، المحاسبة، الصيانة... الخ (بوعجاجة أميرة، 2008/2007، ص90).

ج- الابتكار التنظيمي أو الإداري

وتعرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD, 1997) الابتكار الإداري بأنه تقديم هياكل تنظيمية، تقنيات إدارية أو إستراتيجيات جديدة أو محسنة (Mark Rogers, 1998, P6).

كما عرفه (Michel Marchessnay, 1996) بأنه: "إحداث التجديد في التنظيم، وإحلال نماذج تنظيمية جديدة تزيد من المرونة في أداء المهام وتحسين علاقات العمل، وهو ما يستدعي توفر مستوى معين من التفكير والخبرة لدى المسيرين، فهذا النوع الإبداعي غير مادي، وهو يهدف إلى تنظيم طرائق وأساليب وأنماط التسير، بغية تنظيم سلوك المؤسسة وجعله أكثر فعالية (شريف غياظ، محمد بوقوم، 2009، ص52)

وعموما تتضمن الابتكارات الإدارية أو التنظيمية كافة الابتكارات التي تتجسد على هيئة أساليب تنظيمية وإدارية مستحدثة لإنجاز الأعمال.

د- الابتكار التسويقي

عرفت السنوات القليلة الماضية ابتكارات هائلة في مجال التسويق منها ظهور المؤسسات الضخمة التي سهلت عمليات التسوق للزبون وأدت إلى فعالية تجارية للمؤسسات، ونظم الخدمات المالية والبطاقات الذكية في مجال التعامل المصرفي، ولعل أهم ما يمكن ذكره في هذا الصدد هو التسويق الإلكتروني الذي اختصر المسافة ما بين الزبون والمؤسسة من حلقات التوزيع الطويلة إلى التسويق المباشر، كل هذه الأمثلة هي ابتكارات تسويقية (ترغيني صباح، 2017/2018، ص 24) . وحسب A. Scouarnec and P. Chevalier . قد يشمل العناصر التالية (ملايكية عامر، 2006/2005، ص 20):

- تنوع قنوات التوزيع؛
 - إعادة التوجه إلى فئات زبائن جدد؛
 - اعتماد طرق التسويق متعدد التقنيات.
- وهناك تصنيف آخر، يقوم على قدرة تأثير الابتكار على كل من عادات وسلوك مستهلكي الابتكار وعلى مركز المؤسسات المنافسة للمؤسسة صاحبة الابتكار، ويسفر تطبيق المعيارين عن أربع أنواع من الابتكار هي (السيد نصر الدين، 2011، ص 22):
- الابتكار الجوهري: وهو الابتكار الذي يغير من عادات وسلوك مستهلكيه تغييرا جوهريا، إلا أنه محدود التأثير على أوضاع المؤسسات المنافسة للمؤسسة صاحبة الابتكار.
 - الابتكار التدريجي: وهو الابتكار ذو التأثير المحدود على كل من مستهلكيه وعلى المؤسسات المنافسة.
 - الابتكار الجذري: وهو الابتكار ذو التأثير الهائل على كل من مستهلكيه وعلى المؤسسات الأخرى.
 - الابتكار الإستراتيجي: وهو الابتكار الذي يتميز بعظم تأثيره على المؤسسات المنافسة، على الرغم من محدودية تأثيره على مستهلكيه.

3- أهمية الابتكار

مما لا شك فيه أنّ كل الأنشطة والوظائف أصبحت تعتمد وبشكل كبير على المعرفة والمنتجات الفكرية، فقد وُلد التطور السريع للمنتجات حتمية الاهتمام بالابتكار. إنّ

بذل المؤسسات اليوم لمجهودات كبيرة من أجل الاستثمار في مجال البحث والتطوير، والذي في غالب الأحيان تكون تكاليفه مرتفعة جداً، كما أنه يستغرق فترة زمنية قد تدوم لسنوات طويلة، إضافة إلى نسبة عالية من المخاطرة بسبب ارتفاع معدلات الفشل خاصة من الناحية التجارية، لهو دليل على إدراك هذه المؤسسات لضرورة وأهمية الابتكار في الحياة الاقتصادية (نجم عبود نجم، 2003، ص15).

كما يرى Porter أن المؤسسات تستطيع تحقيق ميزة تنافسية من خلال الابتكار، كما يربط بين بقاء المؤسسة واستمرارها وبين قدرتها على خلق أفكار ابتكارية وتحويلها إلى منتجات وخدمات، فالابتكار حسب Porter أصبح وسيلة لتحقيق المزايا التنافسية وأحد أهم الأساليب المتبعة لضمان النمو المستمر.

ثالثاً- عرض وتحليل بيانات الدراسة ومناقشة نتائجها

1- اختبار النموذج الخارجي (نموذج القياس)

يتم خلال هذه المرحلة اختبار ثبات ومصداقية مكونات النموذج البنائي، حيث يتم اختبار ثبات مكونات النموذج باستخدام معامل ألفا كرونباخ والموثوقية المركبة (Composite reliability) ومعاملات الثقة (Indicator Reliability) أو ما يصطلح عليه بـ"درجة تشبع العامل"، أما المصدقية فيتم التحقق منها عبر مؤشرين: الصدق التقاربي وصدق التمايز.

وقبل البدء باختبار النموذج الخارجي نقوم بعرض متغيرات النموذج، وإعطاء رموز خاصة بكل متغير وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم 01: المتغيرات الخاصة بالنموذج

| الرمز | المتغير |
|---------|----------------------|
| eco.res | المسؤولية الاقتصادية |

| | |
|---------|---------------------|
| Leg.res | المسؤولية القانونية |
| eth.res | المسؤولية الأخلاقية |
| hum.res | المسؤولية الانسانية |
| inov | الابتكار |

المصدر: من إعداد الباحث

أ- التشبعات (Loadings) (معاملات الثقة):

جدول رقم 02: التشبعات (Loadings)

| inov | hum.res | eth.res | Leg.res | eco.res | |
|-------|---------|---------|---------|---------|------------|
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,794 | eco.Res:01 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,795 | eco.Res:02 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,732 | eco.Res:05 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,751 | eco.Res:06 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,777 | 0,000 | leg.Res:04 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,752 | 0,000 | leg.Res:05 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,737 | 0,000 | leg.Res:06 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,817 | 0,000 | leg.Res:07 |
| 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,703 | 0,000 | leg.Res:08 |
| 0,000 | 0,000 | 0,695 | 0,000 | 0,000 | eth.Res:05 |
| 0,000 | 0,000 | 0,922 | 0,000 | 0,000 | eth.Res:07 |
| 0,000 | 0,000 | 0,932 | 0,000 | 0,000 | eth.Res:08 |
| 0,000 | 0,730 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | hum.Res:04 |
| 0,000 | 0,784 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | hum.Res:05 |
| 0,000 | 0,811 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | hum.Res:06 |
| 0,000 | 0,851 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | hum.Res:07 |
| 0,000 | 0,809 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | hum.Res:08 |
| 0,000 | 0,841 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | hum.Res:09 |
| 0,744 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | inov:03 |
| 0,703 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | inov:10 |
| 0,794 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | inov:11 |
| 0,814 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | inov:13 |

| | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| 0,751 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | inov:14 |
|-------|-------|-------|-------|-------|---------|

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج "SmartPLS 03" يبين الجدول رقم 16 بأن قيم كل العبارات (نسب تشبعات العوامل بمؤشراتها) تفوق 70% (0.70)، حيث وحسب (Rousel et Wacheau, 2005) إذا كانت أكبر من 0.7 تكون جيدة.

وللوصول إلى هذه النتائج فقد تم حذف العديد من العبارات من النموذج الأول للدراسة، لأنها غير دالة.

ب- اختبار الثبات:

يتم اختبار الثبات باستخدام معاملات الاتساق الداخلي، المتمثلة في "معامل ألفا كرونباخ" ومعامل "الموثوقية المركبة"، في هذه المرحلة من البحث الحد الأدنى للحكم على ثبات العامل هو 70%، يبين النتائج النهائية لاختبارات الثقة.

- اختبار الثبات لمتغيرات الدراسة

من خلال الجدول الموالي نقدم حوصلة لاختبار الثبات بالنسبة لكل متغيرات الدراسة.

جدول رقم 04: حوصلة لاختبار الثبات لكل متغيرات النموذج

| المتغير | البعد | ألفا كرونباخ | الموثوقية المركبة CR | التباين المستخلص AVE |
|-------------------------|------------------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------|
| المسؤولية الاجتماعية | المسؤولية الاقتصادية eco.Res | 0,882 | 0,925 | 0,805 |
| | المسؤولية القانونية Leg.res | 0,873 | 0,895 | 0,682 |
| | المسؤولية الأخلاقية eth.res | 0,821 | 0,874 | 0,582 |
| | المسؤولية الإنسانية hum.res | 0,814 | 0,870 | 0,574 |
| الابتكار | الابتكار inov | 0,895 | 0,914 | 0,543 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج "SmartPLS 03"

من خلال الجدول 04 نجد أن قيمة ألفا كرونباخ لجميع متغيرات الدراسة تراوحت بين 0,814 و 0,895 وهي تفوق 0.70 (حسب Nunnally et Bernstein, 1967)، كما أن قيمة معامل الموثوقية المركبة تراوحت بين 0,870 و 0,925، وهي أكبر من 0.70 (حسب Hair et al)، وعليه فشرط الثبات محقق بالنسبة لكل متغيرات الدراسة، أما بالنسبة للصدق التقاربي له والمقاس بالـ AVE (متوسط التباين المستخلص) فقد تراوحت قيمه بين 0,543 و 0,805 وهي أكبر من الحد الأدنى لها 0.5 (حسب Sarstedt et al, 2004).

اختبارات المصادقية التمايزية Discriminant Validity:

اعتاد الباحثون الاعتماد على معيارين لحساب المصادقية التمايزية وهما التحميلات المتقاطعة Cross Loadings، ومعيار فورنل -لاركر Fornell-Larker غير أن الأبحاث الحديثة أشارت إلى بعض النقائص التي نكتنف هذين المعيارين، ولعلاج هذه النقائص في معايرير قياس المصادقية التمايزية اقترح (Henseler et al, 2015) معيار ثالثا هو نسبة سمة اللاتجانس - سمة الأحادية للارتباطات Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) وهي المعايير الثلاثة التي سنعتمد عليها في إثبات المصادقية التمايزية كما يلي:

1- معيار التحميلات المتقاطعة Cross Loadings:

ويشترط هذا المعيار أن تقيس المؤشرات المتغيرات المتعلقة بها ولا يكون هناك تداخل مع المتغيرات الأخرى حيث تكون قيم المؤشرات الخاصة بالمتغير المعني أكبر من قيمها بالنسبة لباقي المتغيرات.

الجدول رقم 05: Cross Loadings

| Leg.res | eco.Res | hum.res | eth.res | inov | |
|---------|---------|---------|---------|-------|---------|
| 0,121 | 0,193 | 0,494 | 0,460 | 0,708 | inov:03 |
| 0,049 | 0,175 | 0,418 | 0,421 | 0,743 | inov:06 |
| 0,238 | 0,014 | 0,633 | 0,574 | 0,746 | inov:07 |
| -0,056 | 0,179 | 0,554 | 0,509 | 0,710 | inov:08 |
| 0,052 | 0,190 | 0,537 | 0,572 | 0,748 | inov:09 |
| 0,185 | -0,007 | 0,483 | 0,471 | 0,740 | inov:12 |
| 0,273 | -0,006 | 0,371 | 0,384 | 0,752 | inov:14 |

| | | | | | |
|--------|--------|-------|-------|-------|------------|
| 0,019 | 0,184 | 0,445 | 0,509 | 0,752 | inov:16 |
| 0,088 | 0,200 | 0,520 | 0,505 | 0,731 | inov:17 |
| -0,110 | 0,349 | 0,536 | 0,758 | 0,563 | eth.Res:03 |
| -0,027 | 0,328 | 0,534 | 0,809 | 0,553 | eth.Res:04 |
| 0,124 | 0,175 | 0,551 | 0,774 | 0,482 | eth.Res:05 |
| 0,087 | 0,177 | 0,667 | 0,758 | 0,540 | eth.Res:07 |
| 0,204 | 0,135 | 0,499 | 0,712 | 0,409 | eth.Res:08 |
| 0,196 | 0,203 | 0,742 | 0,541 | 0,483 | hum.Res:01 |
| 0,103 | 0,153 | 0,728 | 0,602 | 0,387 | hum.Res:02 |
| 0,178 | -0,051 | 0,663 | 0,445 | 0,560 | hum.Res:05 |
| 0,080 | 0,131 | 0,833 | 0,610 | 0,542 | hum.Res:07 |
| 0,072 | 0,158 | 0,810 | 0,591 | 0,574 | hum.Res:08 |
| -0,347 | 0,827 | 0,213 | 0,290 | 0,096 | eco.Res:02 |
| -0,238 | 0,944 | 0,151 | 0,373 | 0,175 | eco.Res:04 |
| -0,344 | 0,916 | 0,077 | 0,190 | 0,165 | eco.Res:08 |
| 0,757 | -0,239 | 0,095 | 0,141 | 0,052 | leg.Res:02 |
| 0,768 | -0,186 | 0,024 | 0,006 | 0,033 | leg.Res:03 |
| 0,839 | -0,303 | 0,188 | 0,062 | 0,102 | leg.Res:04 |
| 0,928 | -0,311 | 0,153 | 0,025 | 0,177 | leg.Res:05 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج "SmartPLS 03" من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن جميع قيم المؤشرات التي تقيس المتغيرات الخاصة بها أكبر من قيمها بالنسبة لباقي المتغيرات وهو ما يؤكد المصادقية التمايزية وفق معيار التحميلات التقاطعية .

2- اختبار "Fornell-Larker"

يعتمد اختبار "Fornell-Larker" على مقارنة الارتباطات بين العوامل مع الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخلص، و الجدول رقم 26 يبين نتائج هذا الاختبار .

جدول رقم 06: اختبار "Fornell-Larker" للدراسة الأساسية

| | | | | | |
|-----------|-----------|---------------------|---------------------|----------|--|
| المسؤولية | المسؤولية | المسؤولية الإنسانية | المسؤولية الأخلاقية | الابتكار | |
|-----------|-----------|---------------------|---------------------|----------|--|

| القانونية Leg.res | الاقتصادية eco.Res | hum.res | eth.res | inov | |
|-------------------|--------------------|---------|---------|-------|------------------------------|
| | | | | 0,737 | الابتكار inov |
| | | | 0,763 | 0,674 | المسؤولية الأخلاقية eth.res |
| | | 0,758 | 0,733 | 0,684 | المسؤولية الإنسانية hum.res |
| | 0,897 | 0,151 | 0,315 | 0,170 | المسؤولية الاقتصادية eco.Res |
| 0,826 | -0,333 | 0,165 | 0,058 | 0,145 | المسؤولية القانونية Leg.res |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج "SmartPLS 03"

تكون نتائج الاختبار جيدة لما يكون الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخلص المتمثل في البيانات القطرية أكبر من قيم الارتباطات بين العوامل الأخرى (Fornell; 1982). بناء على هذا الشرط جميع قيم المقارنة لنتائج الاختبار الخاصة بهذه الدراسة ايجابية، وبذلك يمكن الحكم على أن شرط صدق التمايز محقق.

3- معيار نسبة سمة اللاتجانس - سمة الأحادية للارتباطات "HTMT"

بالنسبة لاختبار "HTMT" أشار (Henseler et al,2015) إلى أنه يشترط أن

تكون هذه النسبة أقل من 90 % وقد كانت نتائج هذا الاختبار كما يلي:

جدول رقم 07: اختبار "HTMT" للدراسة الأساسية

| المسؤولية القانونية Leg.res | المسؤولية الاقتصادية eco.Res | المسؤولية الإنسانية hum.res | المسؤولية الأخلاقية eth.res | الابتكار inov | |
|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------|------------------------------|
| | | | | | الابتكار inov |
| | | | | 0,766 | المسؤولية الأخلاقية eth.res |
| | | | 0,900 | 0,772 | المسؤولية الإنسانية hum.res |
| | | 0,240 | 0,365 | 0,218 | المسؤولية الاقتصادية eco.res |
| | 0,364 | 0,188 | 0,171 | 0,184 | المسؤولية القانونية leg.res |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج "SmartPLS 03"

يتبين من الجدول رقم 07 بأن جميع قيم اختبار "HTMT" لم تتجاوز قيمة 0.9، إذ بلغت أعلى قيمة لها 0.90، بناء على ذلك يمكن الحكم على توفر شرط صدق التمايز على مستوى عوامل نموذج الدراسة.

2- اختبار النموذج الداخلي (النموذج البنائي)

أ- تقييم النموذج البنائي ومعالجة مشكل الارتباط الخطي بين مكونات النموذج (العوامل):

يتم خلال هذه المرحلة اختبار وجود الارتباط الخطي من عدمه بين العوامل التي يتكون منها النموذج، تم استخدام معامل التضخيم للتباين (VIF: variance inflation factor) الذي يمثل مقدار الزيادة في خطأ القياس الناتج عن وجود ارتباط خطي بين المتغيرات (العوامل)، ويتم حساب معامل التضخيم من خلال العلاقة التالية: "VIF=1/Tolerance" حيث يتم الحكم بعدم وجود ارتباط خطي إذا لم تتجاوز "VIF" القيمة 5.

جدول رقم 08: اختبار "VIF" للارتباط الخطي

| الابتكار inov | |
|---------------|------------------------------|
| 2,381 | المسؤولية الأخلاقية eth.res |
| 2,242 | المسؤولية الإنسانية hum.res |
| 1,291 | المسؤولية الاقتصادية eco.Res |
| 1,188 | المسؤولية القانونية Leg.res |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج "SmartPLS 03" يتبين من الجدول رقم 08 بأن جميع معاملات التضخيم لم تتجاوز القيمة القصوى 5، حيث بلغت أعلى قيمة لها 2,381، وبهذا يمكن الحكم بعدم وجود ارتباط خطي بين عوامل النموذج.

ب- تقييم دلالة وأهمية علاقات النموذج البنائي:

يتم خلال هذه المرحلة اختبار معنوية المسارات المفترضة للنموذج البنائي، ويتم تقدير معاملات المسار عن طريق معادلة الانحدار المتعدد، حيث يستخدم الانحدار المتعدد للحصول على معاملات الانحدار المعيارية والتي تمثل معاملات المسار المعيارية. يبين الجدول رقم 29 قيم معاملات المسار لمختلف مسارات النموذج البنائي أو ما يصطلح عليه بالأثر المباشر للمتغير، حيث يجب أن تتراوح قيم المعاملات بين -1 و +1 كما يمكن التمييز بين ثلاث مستويات لها، يتمثل المستوى الأول في المسارات التي تفوق قيمتها 0.4، وهي مسارات جيدة.

جدول رقم 09: اختبار معنوية معاملات المسار باستخدام الـ "Bootstrapping"

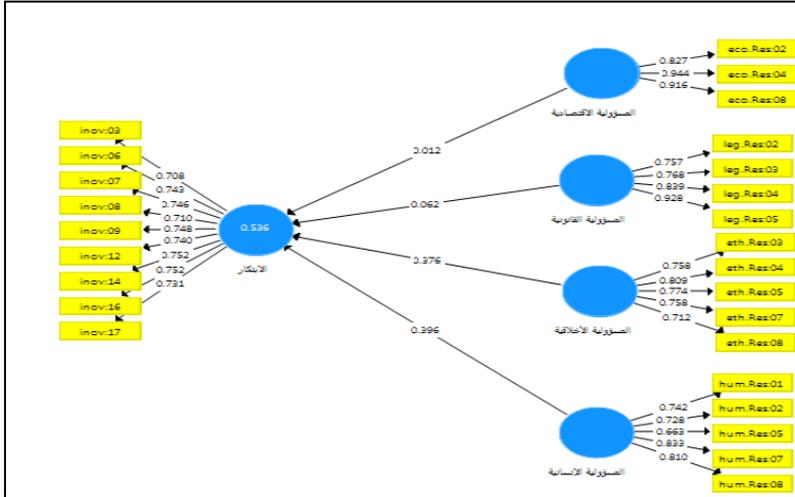
أبعاد المسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على الابتكار في مؤسسة كوندور إلكترونيكس برج بوعربريج -الجزائر

| مستوى المعنوية | قيمة T | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | معاملات المسار | |
|-------------------|-----------|----------------------|--------------------|-------------------|------------------------------------|
| 0,001 | 3,194 | 0,259 | 0,776 | 0,827 | eco.Res:02 <- المسؤولية الاقتصادية |
| 0,000 | 5,302 | 0,178 | 0,883 | 0,944 | eco.Res:04 <- المسؤولية الاقتصادية |
| 0,000 | 4,733 | 0,194 | 0,855 | 0,916 | eco.Res:08 <- المسؤولية الاقتصادية |
| 0,000 | 10,920 | 0,069 | 0,763 | 0,758 | eth.Res:03 <- المسؤولية الأخلاقية |
| 0,000 | 18,860 | 0,043 | 0,808 | 0,809 | eth.Res:04 <- المسؤولية الأخلاقية |
| 0,000 | 10,850 | 0,071 | 0,772 | 0,774 | eth.Res:05 <- المسؤولية الأخلاقية |
| 0,000 | 12,517 | 0,061 | 0,757 | 0,758 | eth.Res:07 <- المسؤولية الأخلاقية |
| 0,000 | 10,506 | 0,068 | 0,713 | 0,712 | eth.Res:08 <- المسؤولية الأخلاقية |
| 0,000 | 10,022 | 0,074 | 0,741 | 0,742 | hum.Res:01 <- المسؤولية الإنسانية |
| 0,000 | 8,351 | 0,087 | 0,723 | 0,728 | hum.Res:02 <- المسؤولية الإنسانية |
| 0,000 | 7,201 | 0,092 | 0,666 | 0,663 | hum.Res:05 <- المسؤولية الإنسانية |
| 0,000 | 10,856 | 0,077 | 0,826 | 0,833 | hum.Res:07 <- المسؤولية الإنسانية |
| 0,000 | 11,809 | 0,069 | 0,807 | 0,810 | hum.Res:08 <- المسؤولية الإنسانية |
| 0,000 | 7,484 | 0,095 | 0,713 | 0,708 | inov:03 <- الابتكار |
| 0,000 | 8,603 | 0,086 | 0,744 | 0,743 | inov:06 <- الابتكار |
| 0,000 | 11,067 | 0,067 | 0,742 | 0,746 | inov:07 <- الابتكار |
| 0,000 | 7,825 | 0,091 | 0,704 | 0,710 | inov:08 <- الابتكار |
| 0,000 | 9,224 | 0,081 | 0,741 | 0,748 | inov:09 <- الابتكار |
| 0,000 | 10,985 | 0,067 | 0,733 | 0,740 | inov:12 <- الابتكار |
| 0,000 | 10,465 | 0,072 | 0,746 | 0,752 | inov:14 <- الابتكار |
| 0,000 | 10,097 | 0,074 | 0,745 | 0,752 | inov:16 <- الابتكار |
| 0,000 | 11,310 | 0,065 | 0,735 | 0,731 | inov:17 <- الابتكار |
| 0,014 | 2,473 | 0,306 | 0,688 | 0,757 | leg.Res:02 <- المسؤولية القانونية |
| 0,013 | 2,481 | 0,310 | 0,704 | 0,768 | leg.Res:03 <- المسؤولية القانونية |
| 0,001 | 3,352 | 0,250 | 0,730 | 0,839 | leg.Res:04 <- المسؤولية القانونية |
| 0,000 | 3,521 | 0,264 | 0,778 | 0,928 | leg.Res:05 <- المسؤولية القانونية |

المصدر: مخرجات برنامج "Smart PLS"

يتبين من الجدول رقم 09 وعند مستوى معنوية 95% بأن كل قيم المسارات ذات دلالة معنوية تبعد قياس الأثر المباشر لمختلف عوامل النموذج أين تم قياس العلاقات المباشرة بناء على تقدير مساراتها؛

شكل رقم 02: مسارات النموذج البنائي بعد حذف المسارات غير الدالة معنويا



المصدر: مخرجات برنامج "Smart PLS"

- حساب معامل التحديد " R^2 ":

يتم خلال هذه المرحلة حساب قيم معامل التحديد الأثر الكلي للعوامل الخارجة على العوامل الداخلة (المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة).

ويعتبر R^2 معيارها م لتقييم النموذج الهيكلي بطريقة المربعات الصغرى

الجزئية ويوفر أيضاً معامل التحديد (Hair et al., 2011; Hair et al., 2012; Henseler et al., 2009).

وتمتد لقيمة R^2 نسبة التباين في المتغير التابع الذي يمكن تفسيره بتغير متغير واحد وأكثر (Elliott &

Woodward, 2007; Hair et al., 2010; Hair et al., 2006

علا رغم أن المستوى المقبول للقيمة R^2 يعتمد على سياق البحث (Hair et al., 2010) فإن، Falk

(1992) and Miller يقترحان قيمة 0.10 كحد أدنى مقبول لـ R^2 .

في الوقت نفسه، يشير Chin (1998) إلى أنه يمكن التعبير عن التقييم التالي لـ R^2 كما يلي:

▪ $R^2 > 0.67$ هي قيمة كبيرة

▪ $0.330.67 > R^2 >$ هي قيمة متوسطة

▪ $R^2=0.19$ هي قيمة ضعيفة

▪ $R^2 < 0.19$ مرفوضة

يبين الجدول رقم 10 قيم معامل التحديد.

جدول رقم 10: معامل التحديد " R^2 "

| معامل التحديد المعدل | معامل التحديد | الابتكار |
|----------------------|---------------|----------|
| 0,499 | 0,536 | |

المصدر: مخرجات برنامج "Smart PLS"

يتبين من الجدول رقم 31 أن قيمة " R^2 " بلغت 0,536 وهي محصورة بين 0.33 و 0.67 وهي تعتبر قيمة متوسطة حيث أن المتغيرات المستقلة ممثلة في المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الإنسانية و المسؤولية القانونية قاموا بتفسير 53.6% من المتغير التابع الابتكار.

--حساب حجم الأثر " f^2 ":

ويشير حجما للأثر للتأثير النسبي لمتغير خفي خارجي معين علنا لمتغير الكامن داخلية عن طريق تغييراته

في R^2 (Chin, 1998).

ويحسب علنا أنها الزيادة في

R^2 للمتغير الكامن الذي ترتبط به المسار، بالنسبة إلى النسبة المتغير الكامن من التباين غير المفسر (Chin, 1998). يمكن التعبير عن حجم التأثير باستخدام الصيغة التالية (Cohen, 1988; Selya, Rose, Dierker, Hedeker, Mermelstein, 2012; Wilson, Callaghan, Ringle, & Henseler, 2007):

$$f^2 = \frac{R^2_{included} - R^2_{excluded}}{1 - R^2_{included}}$$

حيث أن:

- $f^2 > 0.35$ يعتبر حجم التأثير كبير
- $0.35 > f^2 > 0.15$ يعتبر حجم التأثير متوسط
- $0.15 > f^2 > 0.02$ يعتبر حجم التأثير صغير

▪ $f^2 < 0.02$ لا وجود للتأثير

يبين الجدول رقم 11 نتائج الاختبار.

جدول رقم 11 : حجم الأثر "f²"

| الابتكار | الابتكار |
|----------|----------------------|
| 0,128 | المسؤولية الأخلاقية |
| 000,0 | المسؤولية الاقتصادية |
| 0,151 | المسؤولية الإنسانية |
| 0,007 | المسؤولية القانونية |

المصدر: مخرجات برنامج "Smart PLS"

بناء على نتائج الجدول رقم 11 وبعتماد تصنيف "Cohen" للحكم على حجم الأثر، ومن خلال نتائج الاختبار نلاحظ عدم وجود تأثير بالنسبة للمتغيرين المستقلين المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية القانونية على المتغير التابع الابتكار حيث بلغت قيمة حجم الأثر "f²" 0.000 و 0.007 على التوالي وهي أقل من 0.02، كما نسجل تأثير ضعيف بالنسبة لمتغير المسؤولية الأخلاقية على المتغير التابع الابتكار إذ بلغت قيمة حجم الأثر "f²" 0.128 وهي محصورة بين 0.02 و 0.15 فيما كان حجم التأثير متوسطا بالنسبة لمتغير المسؤولية القانونية على المتغير المستقل الابتكار إذ بلغت حجم الأثر "f²" 0.151 وهي محصورة بين 0.15 و 0.35.

- حساب معامل الملاءمة التنبؤية "Q²":

يتم حساب معامل الملائمة (Q²) باستخدام تقنية "البليندفولدينغ" (blindfolding procedure). ويقاس هذا المعامل قدرة النموذج على التنبؤ أي قدرة المتغيرات المستقلة على التنبؤ بالمتغيرات التابعة وحسب (Fornell & Cha, 1994) إذا كانت قيمة (Q²) < 0 فهذا يدل على القدرة التنبؤية لنموذج الدراسة بينما إذا كانت قيمة (Q²) > 0 فهذا يدل على افتقاد النموذج للقدرة التنبؤية. وهو الأمر الذي أكده أيضا Tenenhaus (1998)

يبين الجدول رقم 12 قيم المعامل لكل وحدة تنبؤية.

جدول رقم 12: معامل الملائمة التنبؤية "Q²"

| Q ² (=1-SSE/SSO) | SSE | SSO | |
|-----------------------------|---------|---------|----------------------|
| 0,249 | 371,819 | 495,000 | الابتكار |
| | 275,000 | 275,000 | المسؤولية الأخلاقية |
| | 275,000 | 275,000 | المسؤولية الإنسانية |
| | 165,000 | 165,000 | المسؤولية الاقتصادية |
| | 220,000 | 220,000 | المسؤولية القانونية |

المصدر: مخرجات برنامج "Smart PLS"

يتبين لنا من الجدول رقم 12 بأن قيمة معامل الملائمة التنبؤية تختلف عن الصفر؛ حيث بلغت 0.249 وهذا ما يدل على القدرة التنبؤية لنموذج الدراسة.

حساب معامل جودة النموذج GoF

وهو معيار عام يعمل على قياس مدى إمكانية الاعتماد على نموذج الدراسة سواء النموذج الخارجي (القياسي) أو النموذج الداخلي (الهيكلي) وذلك التركيز على الأداء العام للنموذج. (Chin, 2010; Henseler & Sarstedt, 2013)

$$GoF = \sqrt{(R^2 \times AVE)}$$

ويتم حسابه من خلال العلاقة التالية:

وقد قدم كل من Wetzels, Odekerken-Schröder, and Van Oppen

(2009) مجموعة من القيم للحكم على مدى صلاحية النموذج وهي كما يلي:

- GoF < 0.1 النموذج غير صالح
- 0.1 < GoF < 0.25 النموذج ذو جودة ضئيلة
- 0.25 < GoF < 0.36 النموذج ذو جودة متوسطة
- GoF > 0.36 النموذج ذو جودة عالية

$$GoF = \sqrt{0.536 \times 0.637}$$

$$GoF = \sqrt{0.341}$$

$$GoF = 0.583$$

وبما GoF > 0.36 فالنموذج ذو جودة عالية.

3- مناقشة النتائج واختبار الفرضيات

من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج بعد دراسة النموذج الخارجي (نموذج القياس)، ودراسة النموذج الداخلي (البنائي) من خلال جملة من المعاملات والمؤشرات سنقوم في هذا العنصر بمناقشة نتائج الدراسة الميدانية (الشكل رقم 24) أين يتم اختبار فرضيات البحث والأسس النظرية التي قامت عليها في ظل نتائج الدراسة الحالية .

تم اختبار فرضيات التأثير المباشر لعلاقة المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) بالمتغير التابع (الابتكار) وفقاً لسلوب PLS-SEM على أساس معاملات المسارات وتسمى أيضاً هذه المعاملات بالتأثيرات المباشرة Direct Effects التي تمثل العلاقات المفترضة بين المتغير وتكون قيمها المعيارية تتراوح بين (+1 و -1) ذات دلالة إحصائية، ويمكن تحديد معنوية هذه المعاملات من خلال الخطأ المعياري والذي يتم الحصول عليه من خلال عملية تسمى Bootstrapping والتي يؤديها برنامج SmartPLS ومن خلالها يتم حساب قيمة t والتي يجب أن تكون قيمتها أكبر من 1.96 عند مستوى معنوية قدره 5 % وقيمة معامل المسار أكبر من 0.2 حسب (Chin,1998). والجدول رقم 13 يكشف عن معنوية العلاقات بين متغيرات الدراسة.

جدول رقم 13: اختبار فرضيات الدراسة

| الفرضيات | معاملات المسار | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة T | مستوى المعنوية | القرار |
|-----------------------------------|----------------|---------|-------------------|--------|----------------|-----------|
| المسؤولية الاقتصادية - < الابتكار | 0,012 | 0,034 | 0,141 | 0,086 | 0,931 | مرفوضة |
| المسؤولية القانونية - < الابتكار | 0,062 | 0,076 | 0,119 | 0,518 | 0,604 | مرفوضة |
| المسؤولية الأخلاقية - < الابتكار | 0,376 | 0,359 | 0,166 | 2,263 | 0,024 | * مقبولة |
| المسؤولية الإنسانية - < الابتكار | 0,396 | 0,414 | 0,142 | 2,792 | 0,005 | ** مقبولة |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج "SmartPLS 03"

أ- بالنسبة للفرضية الفرعية الأولى:

" هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الاقتصادية على الابتكار في المؤسسة" ، حيث بلغت قيمة T (0,086) وهي قيمة أقل من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ 1.96. وبلغت قيمة معامل المسار $0,012$ وهي أيضاً أقل من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ 0.2 .

ب- بالنسبة للفرضية الفرعية الثانية:

" هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية القانونية على الابتكار في المؤسسة".
فقد بلغت قيمة (T-values) 0,518 وهي قيمة أقل من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ1.96 وبلغت قيمة معامل المسار path coefficient 0,062 وهي أيضا أعلى من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ 0.2 .

ج- بالنسبة للفرضية الفرعية الثالثة:

" هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الأخلاقية على الابتكار في المؤسسة " إذ بلغت قيمة (T-values) 2,263 وهي قيمة أعلى من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ1.96 وبلغت قيمة معامل المسار path coefficient 0,376 وهي أيضا أعلى من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ 0.2 .

د- بالنسبة للفرضية الرئيسية الرابعة:

" هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الإنسانية على الابتكار في المؤسسة ".
جاءت نتائج الاختبار بالنسبة لهذه الفرضية كما يلي: بالنسبة لقيمة (T-values) فقد بلغت 2,792 وهي قيمة أعلى من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ1.96 وبلغت قيمة معامل المسار path coefficient 0,396 وهي أيضا أعلى من المقياس المحدد من طرف (Chin,1998) والمقدر بـ 0.2 .

وعليه فقد تم رفض الفرضيتين الفرعيتين الأولى والثانية بالنظر لعدم تسجيل أي أثر ذو دلالة معنوية لكل من المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية القانونية على الابتكار والذي مرده في اعتقاد الباحث حداثة ممارسات المسؤولية الاجتماعية لأفراد المؤسسة.
وبالمقابل فقد تم قبول وإثبات هذين الفرضيتين مما يؤكد أهمية الاهتمام بالمتعتقدات والمعايير الأخلاقية والقيم الإنسانية لما لها من انعكاس إيجابي على الابتكار وخلق روح الإبداع الذي يقود رفع الأداء والتميز التنافسي للمؤسسة. وهو ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية بوجود تأثير للمسؤولية الاجتماعية على الابتكار بالمؤسسة.

خاتمة:

لقد تمحور موضوع الدراسة حول معرفة انعكاسات المسؤولية الاجتماعية بأبعادها على الابتكار، حيث حظي هذا الموضوع بأهمية كبيرة من قبل المؤسسات، وقد تم التوصل إلى جملة من النتائج على الصعيدين النظري والميداني تمثلت في الآتي:

- كانت بدايات الاهتمام بقضايا الأداء الاجتماعي للمؤسسات في العشرينات من القرن الماضي؛
 - مع التحولات التي شهدتها بيئة الأعمال، والتي أفضت إلى زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات، حيث أصبح نجاحها مرتبط إلى حد كبير بما تقدمه من خدمات للمجتمع إلى جانب منافعها الاقتصادية؛
 - كنتيجة للتحولات التي شهدتها البيئة وما صاحبها من زيادة حدة المنافسة أصبحت الابتكارات عاملا حاسما للتفوق والتميز التنافسي؛
 - أظهرت نتائج الدراسة هناك تأثير ذو دلالة معنوية لكل من المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية الإنسانية على الابتكار في المؤسسة ميدان الدراسة؛
 - أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود تأثير ذو دلالة معنوية لكل من المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية القانونية على الابتكار في المؤسسة ميدان الدراسة؛
 - جاءت مؤشرات جودة المطابقة لاختبار الصدق البنائي إيجابية ومن هنا يمكن اعتماد هذا النموذج.
- في ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة نقدم التوصيات التالية:
- أهمية وضرورة نشر الوعي الاجتماعي في أساط العاملين والحرص على تكريسه بما يضمن تقديم خدمات اجتماعية بمسؤولية؛
 - إيلاء ممارسات المسؤولية الاجتماعية ببعديها الإنساني والأخلاقي اهتماما كبيرا لتتعدى الإيفاء بالالتزامات الاقتصادية والقانونية؛
 - الاهتمام بالعنصر البشري والاستثمار فيه فهو المورد الوحيد في المنظمة الذي يتمتع بميزة العقل والقدرة على التفكير ومن ثم الإبداع والتجديد والتطوير ، ومنه التميز والتفوق.
 - توفير بيئة عمل مشجعة على الإبداع والابتكار وداعمة لهما.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- (1) أوكيل محمد السعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- (2) بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009
- (3) بن يعقوب الطاهر، هباش فارس، دور الابتكار التسويقي في اكتساب ميزة تنافسية لمنتجات المصارف الإسلامية، الملتقى الدولي: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية والتقليدية والصناعة المالية الإسلامية، جامعة فرحات عباس-سطيف، 6، 5 ماي 2014.
- (4) بوعجاجة أميرة، عوائق تفعيل الإبداع و الابتكار في المؤسسات الصناعية، دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل . بسكرة . EN.I.CA Biskra، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة بسكرة، 2007/2008
- (5) طاهر محسن منصور الغالبي، صالح محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات ،دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية ،مجلة العلوم الإنسانية، العدد 13، عمان، الأردن، 2002
- (6) ملايكية عامر، ابتكار المنتجات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة حالة مؤسسة الدهن بسوق أهراس، مذكرة ماجستير في الإستراتيجية والتسويق، كلية العلوم الاقتصادية ولتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2006/2005.
- (7) نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003
- (8) نوال يونس محمد ويسمان عبد اللطيف، أثر الثقافة التنظيمية في تعزيز الإبداع الفكري، مجلة تنمية الرافيدين، العدد، 96، مجلد ، جامعة الموصل، العراق، 2009

- (9) السيد نصرالدين، الابتكار وإدارته، المكتبة الأكاديمية، ط1، القاهرة، 2011.
- (10) عجيلة محمد وشنيبي عبد الرحيم، فعالية محاسبة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال - مفاهيم وأسس -، الملتقى الدولي الثالث للمسؤولية الاجتماعية ومنظمات الأعمال، جامعة بشار، الجزائر يومي: 14 و15 فيفري 2012.
- (11) عزاوي عمر وآخرون، دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الاجتماعي، الملتقى الدولي الثالث للمسؤولية الاجتماعية ومنظمات الأعمال، جامعة بشار، الجزائر يومي: 14 و15 فيفري 2012.
- (12) صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص: تقييم و استشراف، بيروت، 23-25 مارس 2009.
- (13) روابح عبد الباقي والعايد لزهرة، تشجيع الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تجربة الإتحاد الأوربي، ملتقى دولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة، 2011،
- (14) شريف غياظ، محمد بوقوم، حاضنات الأعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الإبداع والابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة-حالة الجزائر -مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية-مجلة علمية محكمة سداسية- العدد06، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة-الجزائر، 2009.
- (15) ترغيني صباح، دور التعلم ا لتنظيمي في دعم الابتكار في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة كوندور برج بوعريريج، أطروحة دكتوراه في علوم في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر . بسكرة-، الجزائر 2017/2018.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- 1) mabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal*, 39(5), A
- 2) maladoss, Martin Xavier & Manohar, Hansa Lysander, 2011, Communicating Corporate Social Responsibility – a Case of CSR Communication in Emerging Economies, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Published Online 25 December 2011 in Wiley Online Library, Ltd and ERP Environment. A
- 3) arroll, Archie B & Shabana, Kareem M, 2010, The Business Case for Corporate Social Responsibility: a Review of Concepts, Research and Practice, *International Journal of Management Reviews*, British Academy of Management. C
- 4) arroll, Archie B,1991, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, July-August. C
- 5) arroll, Arhie and Buchholtz, An K,(2006) "Business and Society: Ethics and Stakeholder Management, 6th ed. Thomson. C
- 6) Daniel Jiménez-Jiménez, Raquel Sauz-Valle, Innovation, Organizational learning and performance, Article in *Journal of Business Research*, University of Murcia, Spain, 2010,
- 7)
- 8) obrea, Razvan C&Burca, Aurora, 2010, Determinant Factors of the Organizations' Involvement in Social Responsibility Programs, *International Comparative Management*, Vol. 11, Issue. 5. D
- 9) rank T. Rothaermel (2015) "Strategic management" 2-edition, prentice – Hall, New Jersey, U.S.A F
- 10) *Florence duriex, Management de l'innovation, vaibertpress, paris, 2012*
- 11) oetsch, David L. & Davis, Stanley B., *Quality managementfor* G

- organizational excellence , introduction to total Quality , 6th edition . pearson prentice – Hall New Jersey.2010*
- 12) riseri, paul& Seppala, NiNa, *Business ethics and corporatesocial responsibility*, 1th edition, South-Western, Cengage learning EMEA, Singapore,2010 . G
- 13) oje Jo and Maretno A. Harjoto "The Causal Effect of Corporate Journal of Business Ethics Governance on Corporate Social Responsibility, 2012 H
- 14) *KuniyoshiUrab, John child, TadaoKagano, Innovation and Management, Walter de gryter, newyork, 1988*
- 15) Mark Rogers, The definition and measurement of information, wroking Paper N10/98, MelbouneniversityAuseralia, May 1998
- 16) itra, Rahul, “My Country’s Future”:A Culture-Centered Interrogation of Corporate Social Responsibility in India, J Bus Ethics, Springer Science + Business Media, DOI 10.1007/s10551-011-0985-8, 2012 M
- 17) *Olivier Dubigeon, Piloter un développement responsable, Pearson Education, 3ème édition, Paris, France,2009,*
- 18) Joel Broustail et Frederic Frery ,le management stratégique de l'innovation , Dalloz , Paris, 1993, P 07.
- 19) obbins ,Stephen, P. and Judge, Timothy, A. (2011) "Organizational Behavior", 14 ed ,Pearson Education, Inc., Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey. R
- 20) heelen, Thomas L. and Hanger J. David, (2014) "Strategic management and Business Policy: Achieving Sustainability",12th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey. W