

تبنى المسؤولية الاجتماعية كمدخل لتحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية

دراسة تحليلية لأراء عينة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- بسكرة-

The adoption of social responsibility as an input to improve the competitiveness of economic institutions.

An analytical study of the points view sample employees of the Bank Agriculture and Rural Development BADR Biskra

تاريخ استلام المقال: 2018/03/13

تاريخ قبول المقال: 2018/09/19 تاريخ نشر المقال: 2018/09/30

• سهام موفق، جامعة محمد خيضر - بسكرة- ، تسيير المنظمات ،

mouffok.sihem@yahoo.com

• أحمد ضيف، جامعة زيان عاشور - الجلفة-، تسيير، dif.ahmed@gmail.com

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على اثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- بسكرة- بأبعادها الأربعة (الجودة، المرونة، السمعة، الإبداع)، ولتحقيق هذا الهدف تم توزيع استمارة على عينة عشوائية بلغ حجمها 60 موظف استرد منها الباحثان 55 استمارة، بنسبة استرداد بلغت 91.66%.

وبعد تحليل البيانات توصل الباحثان إلى إثبات وجود اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR-، كما تم التقدم بالعديد من التوصيات ، التي من شأنها أن تساهم في توجيه أنظار مسؤولي المؤسسات المختلفة للدور الذي يمثله تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الميزة التنافسية، الجودة، المرونة،

السمعة، الإبداع.

Astract :

L'étude vise à déterminer l'impact de la responsabilité sociale sur l'avantage concurrentiel de la Banque de l'agriculture et du développement rural -BADR- Biskrh- selon les quatre dimensions (qualité, flexibilité, réputation, créativité), et pour atteindre cet objectif a été questionnaire distribué à une taille d'échantillon aléatoire était de 60 employés, a été récupéré 55 Formulaire Dont 91,66%.

Après avoir analysé les données ont atteint les chercheurs de prouver l'existence de l'effet est statistiquement significatif pour l'adoption de la responsabilité sociale dans la compétitivité de la Banque de l'agriculture et le développement pour améliorer Rivih-BADR -, a également progressé dans la plupart des recommandations qui contribueront à attirer l'attention des fonctionnaires des différentes institutions du rôle que représente l'adoption des concepts de responsabilité Amélioration sociale de la compétitivité de l'entreprise.

Mots clés: responsabilité sociale, avantage compétitif, qualité, flexibilité, réputation, créativité.

مقدمة:

ساهمت التحولات الاقتصادية في زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات، إذ أضحت هذه الأخيرة تتنافس فيما بينها على الأسواق والزبائن، ومن هذا المنطلق أصبحت التنافسية الوسيلة الأساسية لكي تجد المؤسسة مكانتها في السوق، وبالتالي أصبح بناء قدرة تنافسية من خلال تنمية المزايا النسبية وتحويلها إلى مزايا تنافسية هو سبيل المؤسسة للبقاء والنجاح في إطار إرضاء أصحاب المصالح.

ومما لا شك فيه أن المؤسسات بغض النظر عن نشاطها أو أهدافها بحاجة إلى دعائم يمثل المجتمع أهمها، بوصفه الجهة المستهدفة في نهاية المطاف، إلا أنه كان شبه غائب لفترة طويلة نتج عنها ظهور الكثير من الجمعيات والحركات هدفها الرئيس حماية المجتمع بمكوناته الشخصية والبيئية لتشكل ورقة ضغط تصحح مسار عمل المؤسسات تجاه

المجتمعات من جهة، وزيادة وعي المجتمعات نحو أهمية مشاركة المؤسسات في بنائها على كافة الأصعدة .

وعليه يمكن القول أن التحولات الاقتصادية التي عرفتها بيئة الأعمال أدت إلى تسامي مستوى التفكير بمجالات لم تكن معهودة سابقا، الأمر انعكس على تقييم أداء المؤسسات وفق مجالات ينبغي على المؤسسات الانتباه لها، ومنها المجال الاجتماعي الذي أصبح يمارس دور الجسر للوصول إلى ما تصبوا إليه المؤسسة من أهداف، كما أصبح في ظل هذه الظروف تقييم المؤسسات لا يعتمد على ربحيتها فقط، ولم تعد تلك المؤسسات تعتمد في بناء سمعتها على مركزها المالي فقط، بل ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم، وكان من أبرز هذه المفاهيم " مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات " و البنوك الجزائرية كغيرها من المؤسسات الاقتصادية لاشك أنها مطالبة هي الأخرى بمراعاة الجوانب الاجتماعية عند القيام بنشاطاتها المختلفة وعند تعاملها مع مختلف أصحاب المصالح.

وفي هذا السياق جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الإشكالية التالية: ما مدى

مساهمة تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية البنوك الجزائرية؟

✓ **فرضيات الدراسة:**

✓ **الفرضية الرئيسية:** انطلقت الدراسة من فرضية رئيسة مفادها:

◀ يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية بنك الفلاحة والتنمية الريفية- بسكرة-.

✓ **الفرضيات الفرعية:** انبثقت عن الفرضية الرئيسية للدراسة أربع فرضيات فرعية كما يلي:

✓ يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة-.

✓ يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين مرونة بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR**- بسكرة-.

- ✓ يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين إبداع بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- بسكرة-.
- ✓ يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين سمعة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- بسكرة-.
- ✓ **أهمية الدراسة:** تتبع أهمية الدراسة من الاعتبارات التالية:
- ◀ أهمية المتغيرات المبحوثة كظواهر إدارية لها تأثير كبير على أداء المؤسسة وتعظيم قدرتها على مواجهة التحديات التي تواجهها؛
 - ◀ استقراء الملامح الأساسية لقيم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة، وانعكاس ذلك على ميزتها التنافسية، من خلال معرفة تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية للبنك محل الدراسة؛
 - ◀ الخروج بجملة من الاستنتاجات التي تساهم في تعزيز السلوكيات الاجتماعية، بما يسهم في تطوير عمل المؤسسة وتحقيق أهدافها على المدى القريب والبعيد.
- ✓ **أهداف الدراسة:** في ضوء مشكلة الدراسة تحدد الأهداف المتوخاة من معالجتها فيما يلي:
- تشخيص واقع تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة محل الدراسة؛
 - تشخيص مستوى التنافسية بأبعادها المختلفة بالمؤسسة محل الدراسة؛
 - تشخيص وتحديد العلاقة والأثر بين تبني المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة.
- ✓ **منهجية الدراسة:**
- بهدف معالجة موضوع الدراسة، استخدمنا المنهج الوصفي، بالنسبة للجزء النظري نظرا لأهمية الدراسة وطبيعة الموضوع وللإحاطة بأهم جوانبها، أما بالنسبة للجزء التطبيقي استخدمنا فيه منهج دراسة الحالة حيث تمت معالجته باستخدام استبيان تم استنباط أسئلته حسب ما جاء في الجزء النظري للدراسة وبالاستعانة بدراسات سابقة، وقد تم الاعتماد في التحليل على برنامج SPSS الإصدار 20.

✓ الدراسات السابقة:

➤ دراسة جميلة العمري بعنوان: إسهامات تبني المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة ميدانية لبعض شركات التأمين بالجزائر-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير بجامعة ورقلة 2016/2015.

- هدفت الدراسة إلى الكشف عن إسهامات المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لبعض شركات التأمين في الجزائر، ومن أجل التحقق من ذلك تم الاستعانة باستبانة شملت 53 فقرة، لجمع المعلومات الأولية من عينة الدراسة، والتي تكونت من 200 فرد يمثلون فئة الموظفين في خامسة شركات للتأمين؛ وبعد تحليل البيانات و اختبار فرضيات توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية ما بين التركيز على المسؤولية الاجتماعية اتجاه (العملاء، العاملين، أخلاقيات الأعمال، المحاسبة والإفصاح عن الأداء الاجتماعي) في تحقيق الميزة التنافسية، وقد تم تقديم بعض الاقتراحات أهمها: يجب على الشركة بناء علاقات وطيدة مع الفئات المتعاملين معها، من خلال مضاعفة اهتمام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية ومحاولة إدراجها ضمن أهدافها الإستراتيجية والحوار مع جميع الأطراف ذات المصلحة؛ مما يعكس قدرة الشركات المبحوثة على مواجهة التغيرات البيئية المتسارعة والمؤدية إلى التحفيز على الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية.

➤ دراسة محمد فلاق وسميرة حدو أحلام، المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الأعمال بين الممارسات التسويقية والضرورة الإستراتيجية دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مقال منشور بمجلة أبحاث اقتصادية وإدارية بجامعة بسكرة، المجلد 10 / العدد 02 أبريل 2018.

- هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وإلى مدى اعتبار هذه الأخيرة موضة تسويقية أو ضرورة إستراتيجية. حيث تكونت عينة الدراسة من (72) مفردة في (15) مؤسسة اقتصادية جزائرية، ومن خلال المنهج الوصفي التحليلي استعرضت هذه الدراسة

مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وأهميتها الإستراتيجية، كما تعرضت إلى واقع الممارسات الاجتماعية من منظور مديري ومالكي المؤسسات الاقتصادية المبحوثة، وتوصل الباحثين إلى غياب الإستراتيجية أو العمليات المنهجية في تحديد أبرز المسائل الاجتماعية الواجب التركيز عليها وإعطائها الأولوية من طرف المؤسسات الاقتصادية المبحوثة، لذا خلصنا إلى ضرورة إدماج المؤسسات الاقتصادية المسؤولية الاجتماعية في رسالتها ورؤيتها، واعتبارها من مسؤوليات الإدارة التنفيذية وتحت إشرافها، ضمن خطط وسياسات مجلس الإدارة.

➤ تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها:

- حاولت الدراسة الاقتصار على الأدبيات التي تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال بعدها الاقتصادي، حيث نلاحظ أن اغلب الدراسات تعاني من التداخل المفاهيمي بسبب الاعتماد على مقاربات متنوعة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

- تختلف هذه الدراسة عن غيرها في أنها تحاول الوصول إلى نموذج للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والنتافسية الاقتصادية للمؤسسات المصرفية، وذلك بالإسقاط على أحد أهم البنوك الجزائرية (بنك الفلاحة والتنمية الريفية).

✓ **حدود الدراسة:** تتجلى حدود الدراسة في العناصر التالية:

➤ **الحدود البشرية:** وتتمثل في عينة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية- بسكرة- يبلغ حجم مفرداتها 60 موظف وموظفة.

➤ **الحدود الموضوعية:** اقتصرت الدراسة على دراسة العلاقة بين المتغيرين التاليين: المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية للمؤسسة.

➤ **الحدود المكانية:** أنجزت الدراسة الميدانية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية- **BADR**- بسكرة.

➤ **الحدود الزمنية:** أنجزت الدراسة الميدانية لهذا البحث خلال الموسم الجامعي

.2017/2016

أولاً: الإطار النظري للدراسة.**1/ المسؤولية الاجتماعية:**

1-1 مفهوم المسؤولية الاجتماعية: لم تحظى المسؤولية الاجتماعية كمفهوم بتعريف محدد لكونها تعد متغيراً حيوياً أو ديناميكياً يتغير باستمرار لكي يتواءم وطبيعة المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ومن هنا نؤكد عدم وجود تعريف ثابت يحدد هذا المفهوم، وفي هذا الإطار نورد بعض من التعاريف التي شملتها.

تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها " استجابة المؤسسات إلى ما هو أبعد من المتطلبات الاقتصادية والتقنية والقانونية، فعلى الرغم من أهمية المنافع الاقتصادية التي تنشدها المؤسسات، إلا أن عليها تحقيق منافع اجتماعية أيضاً"¹

كما تعرف أيضاً بأنها "التزام قطاع الأعمال بمتابعة السياسات واتخاذ القرارات والأعمال التي تفيد المجتمع"²

كما ينظر إليها على أنها " تلك الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية التي تقدمها إدارة المؤسسة للعاملين بها وللعلاء لها ولأفراد المجتمع، وذلك في إطار قيم وأخلاق وقوانين هذا المجتمع"³

من خلال ما سبق من تعاريف يمكن القول بان المسؤولية الاجتماعية تشمل حماية مصالح المساهمين وحقوق المستهلكين والمحافظة على البيئة ومواردها الطبيعية، والاهتمام برأس المال البشري والمساهمة في جهود التنمية، فضلا عن المشاركة في العمل

¹ - صباح محمد موسى، اثر المسؤولية الاجتماعية على المكونات الاستراتيجية للمصارف في الأردن، مجلة القادسية

للعلوم الإدارية والاقتصادية، الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 13، العدد2، العراق، 2011، ص 174.

² - سالم حامد حمدي، واقع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه العاملين، دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية، نينوى، مجلة تنمية الراقدين، العدد 112، المجلد 35، 2013، ص 239.

³ - مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، المواصفات القياسية ISO2600 ، (

المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2015)، ص ص 23، 33.

الاجتماعي⁴ ، وبالتالي فهي تمثل مفهوم تقوم بمقتضاه المؤسسة بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تعاملها مع أصحاب المصالح على نحو طوعي⁵.

1-2 أهمية المسؤولية الاجتماعية: يمكن للمؤسسات التي تأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية تحقيق العديد من المزايا من أبرزها:⁶

- ✓ تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال؛
- ✓ من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف؛
- ✓ تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع؛ بالإضافة إلى المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني المسؤولية الاجتماعية؛

1-3 أبعاد المسؤولية الاجتماعية: تتعدد أنماط المسؤولية الاجتماعية باختلاف الدراسات والأبحاث، منهم من يصنفها في أربعة أبعاد ومنهم من يزيد على ذلك، ولذلك سنكتفي بذكر الأنماط التي تم اعتمادها في دراستنا وهي كالتالي:

- ✓ **النمط الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية:** وتعني التزام المؤسسة بان تكون منتجة وان تحقق أقصى ربحية ممكنة للمالكين وحملة الأسهم، وان تحقق موقف تنافسي قوي، وان تنجز عملياتها بكفاءة عالية، ومن ناحية أخرى أن توفر فرص عمل وأجور للأفراد العاملين، وان تسهم في التقدم التقني، وفي خلق السلع والخدمات التي تساهم في تطور المجتمع⁷.

⁴ -Huybrechts benjamin et al ; « Les interactions entre l'économie sociale et la responsabilité sociale des entreprises : illustration à travers du filière du commerce équitable » ; Gestion, 2006, vol : 31, p : 65.

⁵ - علاء عبد السلام يحي وآخرون، إسهام أصحاب المصالح في تعزيز المسؤولية الاجتماعية، دراسة حالة في شركة الحكماء لصناعة الأدوية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 35، العدد 93، العراق، 2012، ص 23.

⁶ - نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، ص 196.

⁷ - أسيل حمدي عثمان، بشرى هاشم محمد، تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء وإدارة سمعة المنظمات، دراسة استطلاعية تحليلية لأراء عينة من العاملين في مصرفي الراقدين والرشيدي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 102، 2015، ص

✓ **النمط البيئي للمسؤولية الاجتماعية:** إذ أن مسؤولية المؤسسة في هذا النمط المحافظة على البيئة وتحقيق نوعية حياة أفضل للعاملين والمجتمع ككل، كذلك فإن ما هو نافع وضروري للمجتمع يجب أن يحظى بعناية خاصة من قبل إدارة المؤسسة⁸.

✓ **النمط الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية:** وفقا لهذا النمط فإن المؤسسات الاقتصادية وحدات اجتماعية بدرجة كبيرة همها وهدفها وغايتها الأولى المجتمع ومتطلباته، وهذا أمر يتسم بدرجة عالية من الصعوبة لموازنة الأداء الاقتصادي والتزامات الاتجاه الاجتماعي على الصعيدين الداخلي والخارجي، خاصة مع تزايد مطالب المجتمعات المعاصرة⁹.

2/ الميزة التنافسية:

1-2 مفهوم الميزة التنافسية: حظي مفهوم الميزة التنافسية باهتمام العديد من الباحثين في مجال الإدارة الإستراتيجية، مما نتج عنه وجود العديد من الاختلافات في تعريفها ، وفيما يلي أهم ما ورد من تعاريف للميزة التنافسية:

ينصرف مفهوم الميزة التنافسية إلى أنها: " الميزات الجديدة التي تحصل عليها المؤسسة بما يجعلها في مركز متقدم باستمرار بالعلاقة مع منافسيها"¹⁰.

إلى جانب ذلك تعرف الميزة التنافسية على أنها: "قدرة وقابلية المؤسسة على الأداء بأسلوب واحد أو عدة أساليب، بحيث لا يمكن للمنافسين مجاراتها أو تقليدها في الحاضر أو المستقبل"¹¹.

⁸ - عبد الغفور دادان، حفصي رشيد، المنظمة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية، الملتقى الدولي حول سلوك المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية يومي 20-21 نوفمبر - جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، ص 14.

⁹ - بودي عبد القادر، بن سفيان زهرة، المسؤولية الاجتماعية للمقاول ومؤسساته الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الدولي الثالث: حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14/15/2012، ص 9.

¹⁰ - سناء عبد الرحيم سعيد ، عبد الرضا ناصر الباوي، الدور الإستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأسمدة الجنوبية)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد 83 ، 2010، ص 215.

¹¹ - Kotler.P. Marketing management, Prentice. Hall. New Delhi,1997. P: 53.

إلى جانب ذلك ينظر إلى الميزة التنافسية على أنها "القدرة على التقدم على الآخرين بالسعر والإنتاج وحجم السوق المستهدف والتمايز بالموارد"¹².

من خلال ما سبق ذكره من تعاريف يمكن القول بأن الميزة التنافسية هي: "استغلال المؤسسة لنقاط قوتها في أداء الأنشطة الخاصة بها، حيث تخلق قيمة لا يستطيع المنافسون الآخرون تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم"¹³.

2-2 أهمية الميزة التنافسية: يمكن إيجاز أهمية الميزة التنافسية في النقاط التالية¹⁴:

✓ تمثل معياراً مهماً للحكم على المؤسسات الناجحة، حيث تمتاز المؤسسات الناجحة بقدراتها على إيجاد نماذج جديدة متفردة من الصعب تقليدها ومحاكاتها باستمرار، طالما أن النماذج القديمة لها قد أصبحت معروفة ومتاحة بشكل أوسع، وأن المنافسين على علم كامل بها؛

✓ تعتبر الميزة التنافسية عاملاً مهماً و أساسياً لعمل المؤسسات على اختلاف أحجامها وطبيعة نشاطها، لأنها تعتبر المرتكز الذي تصاغ حوله الإستراتيجية التنافسية، وتتفاعل سائر العوامل أو المتغيرات لدعم هذه الميزة؛

✓ تعتبر الميزة التنافسية مؤشراً إيجابياً للحكم على توجه المؤسسة لاحتلال موقع قوي ومميز في السوق، من خلال حصولها على حصة سوقية أكبر من منافسيها، إلى جانب حصولها على زبائن أكثر رضاً وولاءً قياساً بالمنافسين، وأكثر حجماً من المبيعات والأرباح؛

3-2 أبعاد التنافس: إن المقصود بأبعاد التنافس هي الخصائص التي تختارها المؤسسة وترتكز عليها عند تقديم المنتجات وتلبية الطلب في السوق، لتتمكن عن طريق واحد أو أكثر

¹² - بلال خلف السكرانية، *إستراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الإتصالات في الأردن (2004-2005)*، أطروحة دكتوراه فلسفة (غير منشورة)، في إدارة الأعمال، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2005، ص 73.

¹³ - أحمد حميد كريم، *تأثير الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية، بحث تحليلي لعينة من المصارف التجارية العراقية*، مجلة الإدارة والإقتصاد، العراق، العدد 2012، 91، ص 225.

¹⁴ - أكرم محسن على الربيعي، *المعلومات الإستراتيجية والإبداع المنظمي وأثرهما في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي*، أطروحة دكتوراه فلسفة (غير منشورة) في الإقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، 2011، ص ص 73-74.

من تلك الخصائص أن تحقق ميزة تنافسية عن المنافسين، ويمكن أن تتميز عندما تتفرد ببعده أو أكثر من أبعاد التنافس:

◀ **الجودة:** تتجلى أهمية الجودة من خلال النجاحات التي حققتها المؤسسات اليابانية التي طبقت هذه الفلسفة، حيث تعتبر الجودة هي الأسبقية التنافسية الثانية، بحيث تسعى المؤسسات إلى إنتاج منتجات ذات جودة عالية، لا يمكن للمؤسسات المنافسة مجاراتها وذلك على اعتبار أن مفهوم الجودة يعني: "درجة ملائمة خصائص تصميم المنتج أو الخدمة للوظيفة أو الاستخدام وكذلك تطابق المنتج أو الخدمة لمواصفات تصميمه، حيث يرغب الزبون بقيمة أكبر عما يخطط لإنفاقه، تتعكس بالبحث عن أفضل نوعية إلى جانب السعر وتتفوق أهمية النوعية في تحديد هذا القرار قياساً بالسعر وتؤثر الجودة إيجابياً في ربحية المؤسسة، كما قسمت الجودة إلى ثلاث أبعاد:

- ✓ **التصميم:** تعريف المؤسسة للزبائن بخواص المنتج وفقاً لحاجاتهم؛
- ✓ **المطابقة:** المطابقة مع التصميم دون عيوب؛
- ✓ **الخدمة:** التوافق مع توقعات الزبائن ورغباتهم.¹⁵

ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن الجودة تعني "مقابلة أو التفوق على توقعات الزبائن"¹⁶.

◀ **المرونة:** أصبحت المرونة البعد التنافسي الحاسم في أسواق اليوم، بعد أن ازدادت رغبات الزبون في التغيير والتنوع، وكذلك وسائل إشباعها، وتعرف المرونة على أنها: "القدرة على الاستجابة أو التكيف مع المواقف الجديدة"¹⁷، كما تعرف على أنها: "القدرة على إجراء التغييرات في الموقع السوقي التي تعتمد على الإبداعات في التصميم والإحجام"¹⁸.

¹⁵ - ماجد جودة جاسم، استراتيجيات سلسلة التجهيز وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة في مصنع نسيج

الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، المجلد 12، العدد 2، 2010، ص49.

¹⁶ -Daniels,J,D Radebaugh,L,H,&Sullivan,D,P, **International business environment and operation**,Prentice-Hall,U.S.A,2009,P:703

¹⁷ -Noori ,H &Radford ,R, **Production and operation management** ,Mc Graw Hill,U.S.A,1995,P:52.

¹⁸ - أحمد حميد كريم، مرجع سابق، ص 226.

◀ **السمعة:** تمثل السمعة احد الموجودات غير الملموسة التي تحرص المؤسسات على بنائها والمحافظة عليها لأهميتها في بقاء المؤسسة واستمرارها في ظروف الأزمات، والسمعة الجيدة تمكن المؤسسة من استقطاب أفضل الكفاءات الوظيفية وجذب المستثمرين ومن ثم الوصول إلى الاستدامة التي تجعلها قادرة على تحقيق المنافع لمختلف أصحاب المصلحة المتعاملين معها سواء كانوا زبائن أو عاملين أو مجهزين وغيرهم¹⁹.

◀ **الإبداع:** من أهم ما يميز إقتصاديات اليوم، أنها إقتصاديات مبنية على المعرفة لذلك بات اليوم الإبداع من أهم ركائز بناء المزايا التنافسية وذلك على اعتبار أنه يمثل "عملية فكرية منفردة، تجمع بين المعرفة المتألقة والعمل الخلاق، في شتى مجالات الحياة، تتعامل مع الواقع وتسعى نحو الأفضل"، هذا إلى جانب أن الإبداع يمثل المبادرة التي يبديها الفرد على الخروج من التسلسل العادي أو التقليدي في التفكير ، لذلك يعتبر الإبداع بمثابة عملية القفز أو التحول من القديم إلى الحديث²⁰.

ثانياً: الجانب التطبيقي للدراسة:

1- الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة:

1-1 **عينة الدراسة:** تم استخدام طريقة العينة العشوائية في اختيار عينة الدراسة البالغ حجم مفرداتها 60 مفردة ، حيث تم توزيع استمارة البحث على عدد من موظفي وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية بسكرة عبر العديد من الزيارات الميدانية ، ولقد تم استرجاع 55 استمارة، بنسبة استرداد 91.66%، وبعد فحص الاستثمارات لم يستبعد أي منها نظراً لتتحقق الشروط المطلوبة للإجابة على الاستمارة.

¹⁹- صالح عبد الرضا رشيد، صباح حسين الزيايدي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة، دراسة تحليلية لأراء القباطات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 16، العدد1، ص 17.

²⁰- العلباوي ماهر عبد السادة، السعد مسلم علاوي، العوامل المؤثرة في تنمية الإبداع في المنشآت الصناعية، مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية، العراق، العدد 11، 2001، ص220.

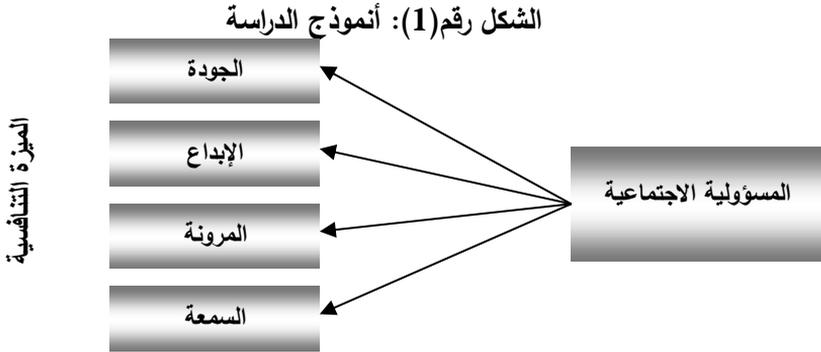
1- 2 أسلوب الدراسة: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة، لجأ الباحثان إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستمارة كأداة رئيسية للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض تضمنت 33 عبارة، 15 عبارة خصصت للمحور الأول للدراسة " المسؤولية الاجتماعية" بأبعادها المختلفة، فيما خصصت 18 عبارة للمحور الثاني " الميزة التنافسية" ناهيك عن البيانات الشخصية والوظيفية المتعلقة بخصائص مفردات الدراسة.

1-3 متغيرات الدراسة : تتكون الدراسة الحالية من المتغيرات التالية :

✓ المتغيرات المستقلة : المسؤولية الاجتماعية .

✓ المتغير التابع : الميزة التنافسية بأبعادها الأربعة (الإبداع، المرونة، السمعة، الجودة).

ويمكن تمثيل نموذج الدراسة من خلال الشكل الموالي:



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة.

1-4 ثبات أداة الدراسة: استخدم الباحثان ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة، وكانت

النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) : نتائج معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة.

الرقم	البيعد	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ	الصدق
	الميزة التنافسية	18	,908	0.952
1	الجودة	5	,845	0.919
2	المرونة	5	,747	0.864

0.938	,881	4	السمعة	3
0.938	,881	4	الإبداع	4
0.971	,943	15	المسؤولية الاجتماعية	
0.977	,955	33	جميع محاور الاستمارة.	

الصدق = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS

.v :22

تدل مؤشرات ألفا كرونباخ أعلاه على تمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال وبمقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة ، حيث تعد جميع هذه القيم مناسبة وكافية لأغراض مثل هذه الدراسة وتشير إلى قيم ثبات مناسبة.

1-5 اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة :

تم استخدام كلا من معامل الالتواء Skewness ومعامل التقلطح Kurtosis لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه ، حيث ترى بعض الدراسات الإحصائية أن «معامل الالتواء Skewness يجب أن يكون محصور بين 1 و-1، ومعامل التقلطح Kurtosis يجب أن يكون محصور بين 3 و-3»²¹، إضافة إلى ذلك إلى أن احد الشروط الهامة التي تعتمد عليها اغلب الاختبارات المعلمية أن تكون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ونتائج الاختبارين موضحة في الجدول الموالي.

الجدول رقم (02): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة.

الرقم	البعــــــــــــد	معامل الالتواء Skewness	معامل التقلطح kurtosis
	الميزة التنافسية	-2,100	2,547
1	الجودة	-1,870	1,551
2	المرونة	-2,739	5,871
3	السمعة	-1,611	,965
4	الإبداع	-1,775	1,527
	المسؤولية الاجتماعية	-2,063	2,515

²¹ -Cao.Q and Dowlatshahi.S, "The impact of alignment between virtual enterprise and information technology on business performance in an agile manufacturing environment", *Journal of Operations Management*, No : 23, 2005, P : 542.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج **SPSS**

22: v.

حسب الجدول أعلاه، فإن كل متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا ما يسمح بمتابعة تحليل نموذج الدراسة باستخدام أدوات التحليل المناسبة للاختبارات المعلمية.

2- تحليل نتائج الدراسة :

1-2 الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة :

الجدول رقم (03) : وصف عينة الدراسة.

النسبة %	العدد	المتغير	
21.82	12	أقل من 30 سنة	السن
52.73	29	من 30-40 سنة	
16.36	9	من 41-50 سنة	
9.09	5	أكثر من 50 سنة	
100	55	المجموع	
36.36	20	أنثى	الجنس
63.64	35	ذكر	
100	55	المجموع	
14.54	8	تقني سامي	الشهادات المتحصل عليها
30.90	17	ليسانس	
20	11	ماجستير	
12.74	7	مهندس	
21.82	12	ماجستير	
100	55	المجموع	
18.18	10	أقل من 5 سنوات	الأقدمية
40	22	من 5-9 سنوات	
21.82	12	من 10-14 سنة	
12.73	7	من 15-19 سنة	
7.27	4	20 سنة وأكثر	
100	55	المجموع	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج **SPSS V 22**.

يوضح الجدول أعلاه وصف تفصيلي لأفراد عينة الدراسة من حيث السن، الجنس، الشهادات المتحصل عليها، الأقدمية، وهي معلومات تقدم تصور دقيق يساهم في تفسير نتائج الدراسة.

2-2 نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة:

الجدول رقم (04): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات مفردات الدراسة على عبارات محور " المسؤولية الاجتماعية".

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	التعليق
1	يلقى البنك تقديراً من قبل المجتمع.	2,763	,637	1	مرتفع
2	يسعى البنك إلى بناء علاقات ايجابية مع مؤسسات المجتمع المختلفة	2,672	,721	3	مرتفع
3	يساهم البنك في دعم البنى التحتية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان وغيرها.	2,563	,764	5	مرتفع
4	يساهم البنك في التقليل من مشكلة البطالة	2,581	,737	4	مرتفع
5	تتوافق رسالة وأهداف البنك مع أهداف وقيم المجتمع	2,690	,716	2	مرتفع
	البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية	2,709	,685	1	مرتفع
6	يتفاعل البنك إيجاباً مع حملات البيئة والطبيعة	2,781	,629	2	مرتفع
7	هناك استعداد من البنك للحوار وتبادل الآراء مع المسؤولين عن البيئة والمهتمين بها	2,618	,781	3	مرتفع
8	يلتزم البنك بالتشريعات البيئية	2,818	,547	1	مرتفع
9	يساهم البنك في إقامة الحدائق الخضراء وناقورات المياه	2,563	,833	4	مرتفع
10	يساهم البنك في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي	2,454	,834	5	متوسط
	البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية	2,654	,750	2	مرتفع
11	يحرص البنك على تحقيق الربح بطرق مشروعة	2,600	,735	1	مرتفع
12	يسعى البنك للحصول على الميزة التنافسية باستخدام أساليب مشروعة	2,509	,836	3	مرتفع
13	يساهم البنك في توفير مصادر الحياة الكريمة للمجتمع المحلي	2,436	,897	5	مرتفع

مرتفع	2	,835	2,527	يهدف البنك للوصول إلى مستوى عال من الكفاءة العملية	14
مرتفع	4	,836	2,490	يساهم البنك في دعم بناء الاقتصاد الوطني	15
مرتفع	3	,764	2,563	البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية	
مرتفع	/	,685	2,709	نتيجة المحور الأول.	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج SPSS

v: 22

1/ المسؤولية الاجتماعية: أبدى موظفي بنك -BADR-، آرائهم حول محور "المسؤولية الاجتماعية"، الذي خصصت لقياسه 15 عبارة، كما هو موضح في الجدول أعلاه، عبر عنها بدلالة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، إذ تراوحت قيم المتوسط الحسابي لهذا المحور بين (2,436-2,818)، فيما تراوحت قيم انحرافه المعياري بين (0,547-0,897)، فيما سجل الوسط الحسابي العام لمجموع عبارات المحور ككل قيمة (2,709)، بانحراف معياري قدره (0,685)، وهذا ما يشير إلى أنّ البنك يتبنى قيم المسؤولية الاجتماعية بنسبة مرتفعة، أما على مستوى عبارات هذا البعد، فقد حققت العبارات رقم (11)(8)(1) "يلقى البنك تقديراً من قبل المجتمع"، "يلتزم البنك بالتشريعات البيئية"، "يرص البنك على تحقيق الربح بطرق مشروعة" أعلى متوسطات حسابية بلغت على الترتيب: 2,763، 2,818، 2,600، بانحرافات معيارية بلغت على الترتيب: 0,637، 0,547، 0,735، في حين حققت العبارات (3)، (10)، (13) "يساهم البنك في دعم البنى التحتية للمجتمع من مدارس وطرق ومستشفيات وبرامج إسكان وغيرها"، "يساهم البنك في حل بعض المشاكل المتعلقة بالتلوث البيئي"، "يساهم البنك في توفير مصادر الحياة الكريمة للمجتمع المحلي" أدنى متوسطات حسابية بلغت على الترتيب: 2,563، 2,454، 2,436، بانحرافات معيارية بلغت على الترتيب: 0,764، 0,834، 0,897.

الجدول رقم (05): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات

مفردات الدراسة على عبارات محور

"الميزة التنافسية".

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	التعليق
16	يسعى البنك للتحسين المستمر لتقديم الخدمات وفقا لرغبة الزبون	2,618	,781	3	مرتفع
17	يهتم البنك بمراقبة البنوك المنافسة لتقديم خدمات ذات جودة مميزة	2,509	,857	5	مرتفع
18	يسعى البنك لتمييز خدماته بخصائص يفضلها الزبائن	2,781	,629	1	مرتفع
19	يسعى البنك إلى جعل مواصفات خدماته في السوق مطابقة للمواصفات الدولية	2,581	,809	4	مرتفع
20	يصغي البنك باهتمام إلى زبائنه والمتعاملين معه للتعرف على آرائهم بشأن جودة خدماته.	2,636	,778	2	مرتفع
	الجودة	2,672	,746	2	مرتفع
21	يقدم البنك الدعم المادي والمعنوي لمواجهة حاجات وتطلعات الزبائن الحاليين والمستقبليين	2,600	,807	5	مرتفع
22	تمنح إدارة البنك العاملين الحرية الكاملة في انجاز مهامهم الوظيفية	2,763	,607	1	مرتفع
23	يعمل البنك على تطوير أداء العاملين وتحسين مهاراتهم استجابة لمتطلبات السوق المتجددة	2,636	,754	4	مرتفع
24	تتميز العلاقات بين البنك ومعامله بالكفاءة والفاعلية بهدف تلبية طلباتهم	2,745	,672	3	مرتفع
25	يهتم بالبنك بمعرفة خصائص السوق لإعداد الاستراتيجيات المناسبة لمواجهة الأوضاع الحالية والمستقبلية للسوق	2,745	,644	2	مرتفع
	المرونة	2,800	,590	1	مرتفع
26	يمتلك البنك سمعة طيبة مقارنة بباقي البنوك	2,545	,812	3	مرتفع
27	تعكس سمعة البنك الفوائد المترتبة عن الخدمات التي يقدمها	2,654	,750	2	مرتفع
28	سمعة البنك رسخت اسمه والخدمات التي يقدمها	2,672	,746	1	مرتفع
29	تعبر سمعة البنك عن سمات وصفات تتطابق من سمات وصفات الخدمة التي ابحاث عنها.	2,472	,878	4	مرتفع
	السمعة	2,627	,715	4	مرتفع

مرتفع	4	,833	2,563	تبنى البنك للمسؤولية الاجتماعية يحقق له ميزة في تقديم الخدمات بأسلوب جديد أو التطوير في عملية تقديم الخدمات	30
مرتفع	3	,760	2,600	يساهم نظام المعلومات المعمول به في البنك في تحقيق الميزة التنافسية الخاصة بالإبداع من خلال توسيع أفاق التطور والتجديد في الخدمات البنكية	31
مرتفع	2	,729	2,636	استخدام البنك تطبيقات الحاسوب والبرامج الحديثة يساعده على ابتكار طرق وأساليب جديدة تختلف عن البنوك المنافسة	32
مرتفع	1	,746	2,672	امتلاك البنك لكفاءات عالية يعطيه قدرة أكبر على الاستجابة السريعة للفرص والتهديدات البيئية	33
مرتفع	3	,687	2,663	الإبداع	
مرتفع	/	,692	2,718	نتيجة المحور الثاني.	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج SPSS

22: v.

2/ الميزة التنافسية: أبدى موظفي البنك، أرائهم حول محور "الميزة التنافسية"، الذي خصصت لقياسه 18 عبارة، وزعت على أربعة أبعاد هي كالأتي: (الجودة ، المرونة، السمعة، الإبداع)، حيث سجل الوسط الحسابي العام لمجموع عبارات المحور ككل قيمة (2,718)، بانحراف معياري قدره (0,692)، وهذا ما يشير إلى أنّ البنك يتمتع بميزة تنافسية مرتفعة ، وفيما يلي نتائج كل بعد على حدى حسب الأهمية النسبية المعطاة له من قبل موظفي البنك.

1-2 المرونة: جاء هذا البعد بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل الموظفين، إذ سجل وسط حسابي قدره (2,800)، وانحراف معياري قدره (0,590)، ووفقاً لمقياس الدراسة، فإنّ هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما تعتبر هذه النتيجة مؤشراً على أنّ تمتع البنك بمرونة عالية في تقديم خدماته، كما نلاحظ من متوسط الإجابات أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعباراته بين (2,600-2,763)، أما الانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد، فقد تراوحت بين (0,607 - 0,807).

2-2 الجودة: جاء هذا البعد بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل الموظفين ، إذ سجل وسط حسابي قدره (2,672)، وانحراف معياري قدره (0,746)، ووفقاً لمقياس الدراسة، فإنّ هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما تشير هذه النتيجة إلى تمتع جودة خدمات بجودة مرتفعة ، كما نلاحظ من متوسط الإجابات أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعبارته بين (2,509 - 2,781)، أما الانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد فقد تراوحت بين (0,629 - 0,857).

3-2 الإبداع: جاء هذا البعد بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل الموظفين، إذ سجل وسط حسابي قدره (2,663)، وانحراف معياري قدره (0,687)، ووفقاً لمقياس الدراسة، فإنّ هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما تعتبر هذه النتيجة مؤشراً على تمتع البنك بالإبداع في تقديم خدماته، كما نلاحظ من متوسط الإجابات أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعباراته بين (2,563 - 2,672)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد بين (0,729 - 0,833) .

4-2 السمعة: جاء هذا البعد بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل الموظفين، إذ سجل وسط حسابي قدره (2,627)، وانحراف معياري قدره (0,715)، ووفقاً لمقياس الدراسة، فإنّ هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما تعتبر هذه النتيجة مؤشراً على تمتع البنك بسمعة طيبة لدى العملاء ، كما نلاحظ من متوسط الإجابات أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعباراته بين (2,472 - 2,672)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد بين (0,746 - 0,878).

3- نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

بعد استخدام الاختبارات الملائمة لاختبار فرضيات الدراسة توصلنا للنتائج الموضحة في الجداول أدناه.

3- 1 التأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية:

الجدول (06): نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية

الرئيسية.

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى دلالة	قيمة F المحسوبة	R ²	(R)
---------	----------------	--------------	----------------	-------------	-----------------	----------------	-----

,722	,521	57,698	,000	13,490	1	13,490	الاتحدار
				,234	53	12,392	الخطأ المتبقي
				/	54	25,882	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج SPSS

22: v.

من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.000 وهي أقل من $\alpha=0.05$ ، مما يعني أن النموذج له أهمية إحصائية.

3-2 نتيج اختبار الفرضية الرئيسية:

تنص الفرضية الرئيسية على أنه "يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- بسكرة-".
لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم(07): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لبنك -BADR-

الميزة التنافسية						المسؤولية الاجتماعية
Sig	R ²	(R)	Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	
,000	,521	,722	1	7,596	,722	

الارتباط دال إحصائيا

عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج SPSS

22: v

تشير النتائج الواردة في الجدول أعلاه، إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) بين المتغير المستقل المتمثل في المسؤولية الاجتماعية، والمتغير التابع بشكله الإجمالي المتمثل في الميزة التنافسية لبنك -BADR- بسكرة-، حيث بلغت T المحسوبة (7,596)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة وإيجابية العلاقة بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0,722)، كما يتضح

من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0,521)، أنّ تبني المسؤولية الاجتماعية يفسر ما نسبته (52.10%) من التباين في الميزة التنافسية لبنك -BADR- بسكرة-، وهي قوة تفسيرية مرتفعة، وعليه فإنّ تبني المسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين 52.10% من الميزة التنافسية لبنك **BADR**، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

3-2 نتائج اختبار الفرضيات الفرعية:

3-2-1 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- بسكرة-".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (08): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر تبني المسؤولية الاجتماعية

في تحسين جودة خدمات بنك **BADR**

الجودة						المسؤولية الاجتماعية
Sig	R ²	(R)	Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	
0.000	,368	,607	1	5,558	,607	

الارتباط دال

إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج **SPSS**

22: V.

عند بحث أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين جودة الخدمة كأحد أبعاد الميزة التنافسية، تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين جودة خدمات بنك **BADR**، حيث بلغت قيمة **T** المحسوبة (5,558)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (**R**) إلى قوة وإيجابية العلاقة بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0,607)، كما توضح قيمة

معامل التحديد (R^2) البالغة (0.368)، أنّ تبني المسؤولية الاجتماعية يفسر ما نسبته (36.8%) من التباين في جودة خدمات بنك BADR ، وهي قوة تفسيرية مقبولة، وبالتالي فإنّ تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين (36.6%) من جودة خدمات بنك BADR ، أما النسبة المتبقية، فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

3-2-2 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

تنص الفرضية الفرعية الثانية على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين مرونة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - BADR - بسكرة-".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط ، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (09): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر تطبيق تبني المسؤولية

الاجتماعية في تحسين مرونة بنك BADR

المرونة						المسؤولية الاجتماعية
Sig	R ²	(R)	Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	
0.000	,807	,898	1	16,841	,898	

الارتباط دال

إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج SPSS

v: 22

عند بحث أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين المرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية، تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين مرونة بنك-BADR- ، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (16,841)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة وإيجابية العلاقة بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0,898)، كما توضح قيمة معامل التحديد (R^2)

البالغة (0,807)، أن تبني المسؤولية الاجتماعية يفسر ما نسبته (80.7%) من التباين في مرونة بنك-BADR-، وهي قوة تفسيرية مرتفعة، وبالتالي فإن تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين (80.7%) من مرونة بنك-BADR-، أما النسبة المتبقية، فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

3-3 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

تنص الفرضية الفرعية الثالثة: على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين إبداع بنك الفلاحة والتنمية الريفية-BADR- بسكرة-".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (10): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين إبداع بنك-BADR-

الإبداع						
Sig	R ²	(R)	Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	المسؤولية الاجتماعية
0.000	,587	,766	1	9,828	,766	

الارتباط دال

إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج

SPSS V :22.

عند بحث أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين الإبداع كأحد أبعاد الميزة التنافسية، تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين إبداع بنك-BADR-، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (9,828)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة وإيجابية العلاقة بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0,766)، كما توضح قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0,587)، أن تبني المسؤولية الاجتماعية يفسر ما نسبته (58.7%) من

التباين في إبداع بنك **BADR** ، وهي قوة تفسيرية مرتفعة، وبالتالي فإنّ تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين (58.7%) من إبداع بنك **BADR** ، أما النسبة المتبقية ، فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

3-4 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

تنص الفرضية الفرعية الرابعة: على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين سمعة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - **BADR** - بسكرة-".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط ، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر تبني المسؤولية الاجتماعية

في تحسين سمعة بنك - **BADR** -

السمعة						المسؤولية الاجتماعية
Sig	R ²	(R)	Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	
0.000	0,532	0,729	1	8,118	0,729	

الارتباط دال

إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج

.SPSS V :22

عند بحث أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين السمعة كأحد أبعاد الميزة التنافسية، تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين سمعة بنك **-BADR-** ، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (8,118)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة وإيجابية العلاقة بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0,729)، كما توضح قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0,532)، أنّ تبني المسؤولية الاجتماعية يفسر ما نسبته (53.2%) من التباين في سمعة بنك **BADR** ، وهي قوة تفسيرية مرتفعة، وبالتالي فإنّ تبني مفاهيم المسؤولية

الاجتماعية يساهم في تحسين (53.2%) من سمعة بنك **BADR**، أما النسبة المتبقية ، فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

4- تفسير نتائج الدراسة:

- ✓ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لإجابات مفردات الدراسة تبني بنك **BADR**- بسكرة- لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية بنسبة كبيرة، ويرجع ذلك في اعتقادنا إلى إدراك بنك الفلاحة والتنمية الريفية للدور الذي يضطلع به تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق البنك لأهدافه الاقتصادية ودوره في الحفاظ على علاقة البنك بمختلف أصحاب المصالح؛
- ✓ كما أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لإجابات مفردات الدراسة، تمتع البنك محل الدراسة بدرجة عالية من الميزة التنافسية سواء على المستوى الكمي أو على مستوى الأبعاد الأربعة (الجودة، المرونة، الإبداع، السمعة)، ونغزو ذلك إلى أن الميزة التنافسية تعد اليوم ودون ادني شك ودون أي وقت مضى أولوية ضرورية بالنسبة للمؤسسات بغض النظر عن طبيعة نشاطها، وبالتالي فإن أي مؤسسة وحفاظا على موقعها في السوق لا بد وان تكون ميزة تنافسية تميزها عن غيرها من المؤسسة التي تنشط في نفس مجال النشاط؛
- ✓ كما أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ارتفاع مستوى الميزة التنافسية التي يتمتع بها البنك، ونفسر هذه النتيجة بالتأثير الإيجابي الذي يحدثه تبني المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الثلاث (الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية) على الميزة التنافسية؛
- ✓ في حين نفسر وجود اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية بنك **BADR** بشكلها الإجمالي، إلى أن المسؤولية الاجتماعية تشكل الإطار المرجعي لتحسين الميزة التنافسية، وذلك من خلال تركيزها على الأبعاد الثلاث (الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية)، هذه الأخيرة تسمح بتحسين تنافسية البنك محل الدراسة؛

✓ في حين نفسر وجود تأثير معنوي لتبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية على الأبعاد الأربعة للميزة التنافسية على نحو مستقل، بأن مختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي، البعد البيئي) تعمل على تحسين الأبعاد الأربعة للميزة التنافسية والتي تشمل: الإبداع، الجودة، المرونة، السمعة للبنك محل الدراسة.

✓ كما تعكس علاقة الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية و الميزة التنافسية للمؤسسة، أن المقياس المعتمد يتميز القوة والتماسك بين متغيراته و وكذا قدرته على اختبار وقياس ما صمم من اجله، كما تؤكد هذه النتيجة أن اعتماد هذا المقياس من قبل المؤسسة محل الدراسة، بالإضافة إلى المؤسسات التي تعمل في نفس المجال، من شأنه الارتقاء بميزتها التنافسية.

الخاتمة:

وفي الختام يمكن القول إن التغيرات السريعة والتحديات الكبيرة التي تعيشها بيئة الأعمال المعاصرة، وزيادة حدة الصراع والمنافسة، دفعت منظمات الأعمال إلى أن تتصرف وتدير أعمالها بنمط مسئول أخلاقيا واجتماعيا وبيئيا، وان تعمل على صياغة وتنفيذ استراتيجيات تهدف من ورائها إلى تبني ممارسات اجتماعية تستطيع من خلالها تحسين سمعتها وتعزيز مشروعية وجودها لدى مختلف أصحاب المصالح المتعاملين معها، وعليه يمكن القول بان تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية يفرض على المؤسسة أن لا يقتصر دورها على خدمة مصالحها الذاتية ومصالح مجموعات ترتبط مباشرة بها كالمالكين والمساهمين فقط، بل يجب أن يتوسع ليشمل الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية، والأخلاقية، وذلك وفق اعتبارات تطور من قدرتها التنافسية.

وعليه يمكن القول بأنه لم يعد كافيا في ظل ما تعرفه بيئة الأعمال من اشتداد للمنافسة، أن تكتسب المؤسسة الميزة التنافسية، بل أصبح لزاما عليها السعي إلى تطويرها وتقويتها وذلك بانتهاج المسؤولية الاجتماعية كمنهج لذلك.

التوصيات: بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإننا نقدم بالتوصيات التالية لمسئولي المؤسسة محل الدراسة:

- ✓ ايلاء المسؤولية الاجتماعية الاهتمام الكافي من قبل إدارات المؤسسات، باعتبارها جزء حقيقي من رؤى المؤسسة ورسالتها المعتمدة، وأن لا يكون ذلك شعارا ترويجيا ترفعه للخروج من طائلة المحاسبة والنقد من أطراف المجتمع المختلفة؛
- ✓ ضرورة نشر الوعي الاجتماعي بين العاملين وتعزيزه، بما يضمن المساهمة الفاعلة في تقديم الخدمات للمجتمع بمسؤولية؛
- ✓ إشاعة روح وثقافة المسؤولية الاجتماعية في مسار عمل مسئولية المؤسسات، وان يكون ذلك جزءا من وظائفهم وأثناء تعاملاتهم اليومية، بما ينعكس إيجابا على أداء العاملين وتفاعل المؤسسة مع المجتمع بمختلف شرائحه ومنظماته.
- ✓ ضرورة نشر ثقافة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في أوساط العاملين بالمؤسسات الاقتصادية، والتركيز على إبراز دورها في تعزيز تنافسية المؤسسة؛
- ✓ ضرورة التركيز على ممارسة المسؤولية الاجتماعية كممارسة إلزامية تتعدى الإيفاء بالالتزامات الإدارية والقانونية فقط.
- ✓ ضرورة تضمين استراتيجيات المؤسسة أهدافا اجتماعية غير ربحية، تساهم في تعزيز تنافسية المؤسسة؛
- ✓ إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية ، خاصة فيما يتعلق باستخدامها على مستوى المؤسسات المالية ، باعتبارها مؤسسات تلعب دور مهم جدا في تقديم الخدمات للمواطنين، كما أنها تلعب دورا حيويا في دعم الاقتصاد الوطني والمجتمع ككل، وهذا ما يتطلب التأكيد على تبني مفاهيم المسؤولية الاجتماعية باعتبارها مدخلا يراعي الجوانب الاجتماعية، الاقتصادية والبيئية عند تعامله مع مختلف الأطراف.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. أحمد حميد كريم، تأثير الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية، بحث تحليلي لعينة من المصارف التجارية العراقية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد 91، 2012.
2. أسيل حمدي عثمان، بشرى هاشم محمد، تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء وإدارة سمعة المنظمات، دراسة استطلاعية تحليلية لأراء عينة من العاملين في مصرفي الرافدين والرشيدي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 102، 2015.
3. أكرم محسن على الربيعي، المعلومات الإستراتيجية والإبداع المنظمي وأثرهما في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، أطروحة دكتوراه فلسفة (غير منشورة) في الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، 2011.
4. بلال خلف السكارنة، إستراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الاتصالات في الأردن (2005)، أطروحة دكتوراه فلسفة (غير منشورة)، في إدارة الأعمال، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2005.
5. بودي عبد القادر، بن سفيان زهرة، المسؤولية الاجتماعية للمقاول ومؤسسته الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الدولي الثالث: حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14/15/2012.
6. سالم حامد حمدي، واقع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه العاملين، دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية، نينوي، مجلة تنمية الرافدين، العدد 112، المجلد 35، 2013.
7. سناء عبد الرحيم سعيد ، عبد الرضا ناصر الباوي، الدور الإستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأسمدة الجنوبية)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد 83 ، 2010.
8. صالح عبد الرضا رشيد، صباح حسين الزيايدي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة، دراسة تحليلية لأراء القباطات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 16، العدد 1.
9. صباح محمد موسى، اثر المسؤولية الاجتماعية على المكونات الإستراتيجية للمصارف في الأردن، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 13، العدد 2، العراق، 2011.

10. عبد الغفور دادان، حفصي رشيد، المنظمة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية، الملتقى الدولي حول سلوك المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية يومي 20-21 نوفمبر - جامعة ورقلة.
11. علاء عبد السلام يحي وآخرون، إسهام أصحاب المصالح في تعزيز المسؤولية الاجتماعية، دراسة حالة في شركة الحكماء لصناعة الأدوية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 35، العدد 93، العراق، 2012.
12. العليوي مزهر عبد السادة، السعد مسلم علاوي، العوامل المؤثرة في تنمية الإبداع في المنشآت الصناعية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العراق، العدد 11، 2001.
13. ماجد جودة جاسم، إستراتيجيات سلسلة التجهيز وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة في مصنع نسيج الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، المجلد 12، العدد 2، 2010.
14. مدحت محمد أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، الموصفات القياسية ISO2600 ، (المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2015.
15. نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الكويت، 2013.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

1. Cao.Q and Dowlatshahi.S, "The impact of alignment between virtual enterprise and information technology on business performance in an agile manufacturing environment", *Journal of Operations Management*, No : 23, 2005 .
2. Daniels,J,D Radebaugh,L,H,&Sullivan,D,P, International business environment and operation,Prentice-Hall,U.S.A,2009.
3. Huybrechts benjamin et al ; « Les interactions entre l'économie sociale et la responsabilité sociale des entreprises : illustration à travers du filière du commerce équitable » ; *Gestion* ,2006, vol :31.
4. Kotler.P. Marketing management, Prentice. Hall. New Delhi,1997.
5. Noori ,H &Radford ,R, Production and operation management ,Mc Graw Hill,U.S.A,1995.