



## مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: مدى التزام المصادر التجارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية في محافظة اللاذقية

اسم الكاتب: د. سامر قاسم

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/4786>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/19 00:46 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على [info@political-encyclopedia.org](mailto:info@political-encyclopedia.org)

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع <https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية - ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.



## مدى التزام المصادر التجارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية في محافظة اللاذقية

الدكتور سامر قاسم\*

(تاریخ الإیداع 27 / 12 / 2015. قُبِل للنشر في 29 / 2 / 2016)

### □ ملخص □

يهدف البحث إلى دراسة مدى التزام المصادر التجارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية (القانونية، الاقتصادية، الأخلاقية، الإنسانية). اعتمد البحث المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع العاملين في المصادر التجارية العامة والخاصة في محافظة اللاذقية، وبالبالغ عددهم تقريرياً (671) عاملاً. تم تحديد حجم العينة بالاعتماد على قانون العينة الإحصائية، حيث بلغت (244) عاملاً تم توزيعها باستخدام التوزيع المتقارب بين المصادر العامة والخاصة. وزعت الاستبيانات على العاملين وأعيد منها (230) استبيان بنسبة استجابة بلغت (94.26%). وباستخدام الأساليب الإحصائية توصل البحث إلى النتائج الآتية:

\* تلتزم المصادر التجارية في محافظة اللاذقية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية: القانونية، الاقتصادية، الأخلاقية، بدرجة عالية، وبأهمية نسبية بلغت (71.88%) للبعد الأخلاقي، و(77.68%) للبعد الاقتصادي، و(74.04%) للبعد الأخلاقي.

\* تلتزم المصادر التجارية في محافظة اللاذقية ببعد المسؤولية الإنسانية بدرجة متوسطة، وبأهمية نسبية بلغت .(57.92%)

\* لا تختلف المصادر التجارية العامة والخاصة في درجة التزامها بأبعاد المسؤولية الاجتماعية: القانونية، والاقتصادية، والأخلاقية، والإنسانية.

**الكلمات المفتاحية:** المسؤولية الاجتماعية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الإنسانية، المصادر التجارية.

\* أستاذ مساعد. قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية. سورية.

## Over the commercial banks' commitment to the dimensions of social responsibility A field study in Lattakia

Dr. Samer Kassem\*

(Received 27 / 12 / 2015. Accepted 29 / 2 / 2016)

### □ ABSTRACT □

The research aims at studying the extent of commercial banks' commitment to the dimensions of social responsibility (legal, economic, moral, humanitarian). The research adopted a descriptive approach, Also the research community included all workers in the public and private commercial banks in the governorate of Latakia, and of approximately (671) workers. The sample size was determined based on the statistical sample law, which has reached (244) workers and it has been distributed using the proportional distribution between public and private banks. The questionnaires were distributed to the employees, and (230) questionnaire were returned with a response rate (94.26%). Using statistical methods the results were as the following:

\*Commercial banks in the governorate of Latakia are highly committed to dimensions of social responsibility, legal, economic, moral. The relative importance of the moral dimension is(71.88%), (77.68%) for the economic dimension, and (74.04%) for the moral dimension.

\*Commercial banks in Latakia governate is moderately committed to the humanitarian dimension of responsibility with the relative importance of (57.92%).

\*Public and private commercial banks do not differ in the degree of commitment to the dimensions of social responsibility: legal, economic, moral, and humanitarian.

**Keywords:** social responsibility, legal responsibility, economic responsibility, moral responsibility, humanitarian responsibility, the commercial banks.

---

\* Associate Professor- Department of Business Administration- Faculty of Economics- Tishreen University- Lattakia-Syria.

## مقدمة:

مع التطور العلمي والتكنولوجي وانتقال المجتمعات إلى عصر المعرفة ازدادت أهمية الأعمال في المجتمع بشكل كبير، وأصبح دورها فاعلاً على مختلف المستويات، وأخذت الأمم والشعوب تتبارى بمختبراتها ومكتشفيتها ومدى قوتها منظمات الأعمال فيها، وهذا الأمر يتطلب وضع فلسفة وآليات عمل منظمات الأعمال ضمن إطار أخلاقي واجتماعي رابط لمكونات المجتمع ويمثلها في المنافسة العالمية.

وفي السنوات الأخيرة زاد الاهتمام بالحقول العلمية التي ترتبط بالأعمال وعلاقتها بالمجتمع وتبنيها لمسؤوليات اجتماعية وأخلاقية، وكثُرت البحوث والمساقات التي تدرس في الجامعات تحت مسميات مختلفة وتحت مظلة هذا الموضوع الحيوي، وقد وردت مؤشرات أهمية الأداء الاجتماعي منذ أوائل العشرينيات من القرن العشرين، حينما أوضح (Sheldon) على أن مسؤولية كل منظمة تتعدد 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 والتخلّي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد (عجيلة؛ شنيني، 2012، ص6). من هنا أصبحت المسؤولية الاجتماعية من أهم الواجبات الواقعه على عائق المنظمات، وهي التزامها المستمر في تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع، من خلال توفير الخدمات المتعددة (ما يتعلّق بالنواحي الصحية والبيئية)، ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، وتطوير المجتمع المحلي، والمشاركة في إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية.

لذلك وانطلاقاً من أهمية المسؤولية الاجتماعية في الوقت الحاضر كونها من القضايا الهامة والضرورية التي تسعى منظمات الأعمال لممارستها عبر أعمالها جمِيعاً نظراً للتطور الكبير في فهم وإدراك مدى تأثيرها في تحقيق أهدافها واستمرارها في أداء أعمالها وت تقديم خدماتها لجمهور المتعاملين معها، ولما كانت المصارف التجارية واحدة من المنظمات القائمة في السوق يقوم الباحث بدراسة مدى التزام هذه المصارف بأبعاد المسؤولية الاجتماعية (القانونية، والاقتصادية، والأخلاقية، والإنسانية).

## مشكلة البحث:

إن المصارف الناجحة هي التي تركز في أعمالها المصرفية، وكذلك تسعى في توجهاتها نحو المسؤولية الاجتماعية من حيث المشاركة والمساهمة في تقديم الخدمات المختلفة، كالخدمات الصحية والتعليمية للطبقة الفقيرة في المجتمع، والمحافظة على البيئة والمساهمة في الأعمال الإنسانية. لذلك وانطلاقاً من الدور الهام للمصارف كواحدة من المنظمات الرائدة في السوق، ومن خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عدد من فروع المصارف العامة والخاصة في محافظة اللاذقية، والمقابلات التي أجراها مع بعض العاملين المسؤولين في هذه المصارف لاحظ أن إدارات هذه المصارف لا تولي الاهتمام الكافي بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وخصوصاً بعد الإنساني منها، لذلك جاءت هذه الدراسة للبحث في مدى التزام المصارف بأبعاد المسؤولية الاجتماعية لما له من أهمية في تحسين وتطوير أداء هذه المصارف. ويمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل الآتي: ما مدى التزام المصارف التجارية في محافظة اللاذقية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية: القانونية والاقتصادية والأخلاقية والإنسانية؟ وهل تختلف درجة الالتزام حسب نوع المصرف (عام، خاص)؟

## أهمية البحث وأهدافه:

تتمثل أهمية البحث في الجوانب الآتية:

- 1- الأهمية الكبيرة التي بلغتها المسؤولية الاجتماعية في مجال الإدارة، والتي من خلالها يستطيع أصحاب القرار التأثير في تحقيق الأهداف بشكل كبير، فقد أصبح موضوع المسؤولية الاجتماعية من الموضوعات ذات الاهتمام الملحوظ على مستوى منظمات الأعمال العربية والأجنبية.
- 2- أهمية القطاع التجاري المصرفي كونه من أهم القطاعات الاقتصادية في الاقتصاد الوطني باعتباره يتعامل مع الجوانب المالية، والتي قد تكون محفزة للممارسات الأخلاقية إذا أساءت المصارف استعمالها، والذي يمكن أن يؤثر في دورها الحيوي بما تساهم به في عملية النمو الاقتصادي من خلال تمويل الاستثمار وتقديم الخدمات المصرفية على اختلاف أنواعها لشرائح المجتمع.
- 3- قد تسهم نتائج هذه الدراسة في لفت نظر أصحاب القرار في المصارف السورية عموماً، والتجارية بشكل خاص في إدراك أهمية الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية بدرجة كبيرة، لما له من تأثير في تحسين وتطوير عمل هذه المصارف. كما يهدف البحث إلى دراسة مدى التزام المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية (القانونية، والاقتصادية، والأخلاقية، والإنسانية)، ودراسة الاختلاف بين هذه المصارف حسب نوعها (عامة وخاصة) في درجة الالتزام بهذه الأبعاد.

## فرضيات البحث:

- ينطلق البحث من الفرضية الآتية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متطلبات إجابات أفراد العينة بمدى التزام المصارف التجارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص). ويقع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:
- 1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متطلبات إجابات أفراد العينة بمدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية القانونية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).
  - 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متطلبات إجابات أفراد العينة بمدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الاقتصادية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).
  - 3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متطلبات إجابات أفراد العينة بمدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الأخلاقية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).
  - 4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متطلبات إجابات أفراد العينة بمدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الإنسانية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

## منهجية البحث:

وتتناول الباحث فيها:

- 1- **الجانب النظري:** اعتمد الباحث المنهج الوصفي لوضع الإطار النظري للبحث بالاعتماد على الكتب والدوريات والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بالبحث.
- 2- **الجانب الميداني:** وفيه اعتمد الباحث على استبانة لجمع البيانات الأولية عن مفردات عينة البحث، ومن ثم تحديد درجة الالتزام واختبار فرضيات البحث باستخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1- الإحصاءات الوصفية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري للعينة، الأهمية النسبية.

2- اختبار (t) لعينة واحدة (اختبار الوسط الحسابي One-Sample t. test).

3- اختبار (t) للفرق بين متوسطي عينتين مستقلتين وغير متساويتين بالحجم.

4- اختبار ليفين لتحديد التجانس بين العينين في حال تطبيق اختبار (t) ستودنت.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت:

طول الفئة = درجة الاستجابة العليا - درجة الاستجابة الدنيا / عدد فئات الاستجابة

$$\text{طول الفئة} = \frac{5}{1} - 5 = 0.8$$

وبناءً عليه تم اعتماد التبؤيب المغلق، وتم تحديد المجالات الآتية:

المجال	درجة الالتزام	الأهمية النسبية
1.8 - 1	ضعيفة جداً	% (36-20)
2.60 - 1.81	ضعيفة	% (52-36.2)
3.40 - 2.61	متوسطة	% (68-52.2)
4.20 - 3.41	عالية	% (84-68.2)
5 - 4.21	عالية جداً	% (100-84.2)

#### أداة البحث:

لتحقيق أغراض البحث وبعد الاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية التي تتعلق بموضوع هذه البحث، قام الباحث بتصميم أداة البحث (الاستبانة). وقد اشتملت الأداة على أربعة محاور، تضمنت هذه المحاور أبعاد المسؤولية الاجتماعية: المسؤولية القانونية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الإنسانية. وتم توزيع الدرجات على بنود الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخمسي، وذلك بإعطاء الدرجة / 5 / للإجابة بدرجة عالية جداً، والدرجة / 4 / للإجابة بدرجة عالية، والدرجة / 3 / للإجابة بدرجة متوسطة، والدرجة / 2 / للإجابة بدرجة منخفضة، والدرجة / 1 / للإجابة بدرجة منخفضة جداً، كذلك تم استخدام حزمة البرامج SPSS.20 للتحليل الإحصائي. كما تم إخضاع هذه الاستبانة لاختبار الموثوقية من الناحية العلمية والإحصائية للتأكد من مدى صلاحيتها، حيث تم عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظتهم، وقد أجريت التعديلات الازمة، كما تم اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، حيث بلغ معامل الثبات الكلي (0.857)، وبلغ معامل الثبات للبعد الأول (0.833)، وللبعد الثاني (0.829)، وللبعد الثالث (0.865)، وللبعد الرابع (0.844)، مما يدل على صلاحية أداة الدراسة وتمتعها بخاصيتها الصدق والثبات.

#### مجتمع البحث وعينته:

يشمل مجتمع البحث جميع العاملين الإداريين في فروع المصارف التجارية العامة والخاصة في محافظة اللاذقية، ويبلغ عددهم بـ (671) عاملًا، منهم (423) عاملًا في فروع المصرف التجاري السوري، و(248) عاملًا في المصارف التجارية الخاصة، وقد تم تحديد حجم العينة من العاملين بالاعتماد على العلاقة الآتية:

$$n \geq \frac{N \cdot Z^2 \cdot R(1-R)}{N \cdot d^2 + Z^2 \cdot R(1-R)}$$

$$n \geq \frac{671 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5(1-0.5)}{671 \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.5(1-0.5)}$$

$$n \geq \frac{644.428}{2.6379} \approx 244$$

حيث:

$N$  : حجم مجتمع الدراسة.

$n$  : حجم عينة الدراسة.

$Z$  : القيمة المعيارية عند مستوى دلالة 0.05، وتساوي 1.96

$d$  : مقدار الدقة، وهو الحد الأعلى للخطأ المسموح به عند تقدير المؤشرات.

$R$  : نسبة الخاصية في المجتمع وتساوي 0.5

اعتماداً على التوزيع المناسب تم توزيع العاملين بين المصارف العامة والخاصة وفق الآتي:

$$1 - \text{حجم العينة اللازم سحبه من المصارف العامة: } n_1 = \frac{423}{671} \times 244 = 154$$

$$2 - \text{حجم العينة اللازم سحبه من المصارف الخاصة: } n_2 = \frac{248}{671} \times 244 = 90$$

بناءً على ذلك تم توزيع الاستثمارات على العاملين وفق التوزيع السابق، حيث أعيد منها (230) استماراة كاملة وصالحة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (94.26%), وتوزعت الاستثمارات الموزعة بين (149) استماراة في المصارف العامة، و(81) استماراة في المصارف الخاصة.

### الدراسات السابقة:

هدفت دراسة الحمي وجعبل (2008) إلى التعرف على مدى إدراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية اليمنية لمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية، حيث تم استقصاء (54) مديرًا من الإدارات العليا والوسطى لتلك المنظمات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن (91%) من أفراد العينة يرون أن منظماتهم تقدم منتجات آمنة وصحية للمستهلكين، وأن (87%) من أفراد العينة يرون أن منظماتهم تقدم منتجات ذات نوعية جيدة، وأن (85%) من أفراد العينة يؤكدون التزام منظماتهم بمعايير أخلاقيات التسويق وحقوق المستهلك، وأن (83%) من أفراد العينة يرون أن منظماتهم تشارك في المهرجانات المحلية التي تستهدف المصلحة الوطنية، كما وتوشر كافة النتائج أن لدى أغلب أفراد العينة شعوراً إيجابياً نحو منظماتهم وإيماناً كاملاً بأن منظماتهم تقوم بتنفيذ العديد من الأنشطة والممارسات الإيجابية بما من شأنه تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه كافة أصحاب المصالح من عاملين ومستهلكين ومجتمع.

وهدفت دراسة التركستاني (2008) إلى التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى قطاع إدارة الأعمال في الشركات السعودية بمختلف أنشطتها الصناعية والتجارية والخدمية، واختبار مدى ممارسة تلك الشركات لنشاط المسؤولية الاجتماعية. بلغ حجم العينة (376) شركة ممتازة وأولى، وبعد توزيع الاستبيان تم الحصول على استجابة (352) من هذه الشركات، ومن أهم النتائج أن هناك ارتباطاً بين قدرات الشركة المالية ومدى القيام بالمسؤولية الاجتماعية بحيث كلما

تمتعت الشركة بمركز مالي كبير كلما أدى ذلك إلى قيامها بمسؤوليتها الاجتماعية، كما توصلت الدراسة إلى أنّ هناك قبولاً لدى الإدارة العليا في الشركات المحلية بأهمية نشاط المسؤولية الاجتماعية وضرورة الاهتمام بهذا النشاط، حيث يؤكد ذلك قيام الدراسة باختبار (39) نشطاً مختلفاً من الأنشطة التي تحقق المسؤولية الاجتماعية، حيث أظهرت الدراسة أنّ (8) أنشطة رئيسية تمارسها الشركات المحلية لتحقيق المسؤولية الاجتماعية وتعتبرها من الأنشطة الهامة، وهي: المساهمة في الحفاظ على البيئة، المساهمة في توعية المجتمع، المساهمة في نشر التعليم، حماية المجتمع من الغش التجاري، المساهمة في المشاريع الخيرية، المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والثقافية، المساهمة في القضاء على البطالة، وأخيراً تدريب العاملين من أفراد المجتمع.

وهدفت دراسة Tashman and Rivera (2010) لفحص العلاقة بين ممارسات الأداء الاجتماعي المتعلقة بالشركات ومدى مشاركة قطاع الأعمال في المسؤولية الاجتماعية بين عام 1996 وعام 2006، تكونت عينة الدراسة من (500) من الشركات الأعضاء خلال الفترة المدروسة، ومن نتائج الدراسة أنّ المسؤولية الاجتماعية للشركات مرتبطة ارتباطاً إيجابياً بزيادة حجم الأداء الاجتماعي في عدة جوانب: العلاقات الاجتماعية، الحاكمة المؤسسية، التنوّع، وحقوق الإنسان. وأشارت النتائج أنّ العضوية في المسؤولية الاجتماعية لم ترتبط بالمستويات المنخفضة للأداء الاجتماعي في أية من الجوانب الآتية: العلاقات الاجتماعية، الحاكمة المؤسسية، التنوّع، علاقات الموظفين، وحقوق الإنسان والمنتج. ومن ناحية أخرى أصبحت الشركات تميز أعضائها في المسؤولية الاجتماعية من خلال شهادة الأداء الاجتماعي المتميز التي تمنح للأعضاء ذوي الأداء المرتفع.

وهدفت دراسة Smith and Grosbois (2010) إلى خلق إطار من مبادرات وأهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال صناعة الطيران، وتقييم التبني العام لأهداف وممارسات المسؤولية الاجتماعية بين قادة الصناعة على أساس الأنشطة والممارسات الحالية. تم جمع البيانات من التقارير السنوية البيئية لشركات الطيران الدولية الرئيسية وتقارير المسؤولية الاجتماعية والمنشورة على الانترنت. أظهرت النتائج وجود تركيز قوي وملحوظ لشركات الطيران على الأبعاد البيئية للمسؤولية القانونية كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية أكثر من الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية، ومن النتائج أيضاً أنّ المبادرات والأهداف المطبقة بوساطة شركات الطيران لتقليل التأثيرات البيئية لهذه الصناعة نظمت إلى (7) مواضيع رئيسية: الإشعاعات، النفايات، الطاقة، الماء، التوسيع الحيوي، الضوضاء وغيرها.

وهدفت دراسة موسى (2011) إلى معرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية على المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف العاملة في الأردن، حيث تناولت المسؤولية الاجتماعية: المسؤولية القانونية، والمسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيرية والإنسانية. تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الإدارة العليا للإدارات الرئيسة للمصارف في الأردن والبالغ عددها (23) مصرفًا، وبلغ عدد أولئك العاملين (455) عاملاً، واختار الباحث عينة عشوائية بسيطة مكونة من (138) عاملاً بواقع ستة عاملين من كل مصرف، تم استخدام الاستبيان كأدلة للدراسة، وزوّدت على العاملين وأعيد منها (115) استبياناً صالحة للتحليل. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أنّ هناك تأثير إيجابي لأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في مكونات البعد الاستراتيجي للمصارف في الأردن، كما أشارت الدراسة إلى تحمل البنوك للمسؤولية الاجتماعية بجميع أشكالها القانونية والاقتصادية والأخلاقية والإنسانية بدرجات متفاوتة يجعلها تلعب دوراً كبيراً في التأثير إيجاباً في المكونات ذات البعد الاستراتيجي في البنوك مما ينعكس إيجاباً على أهداف تلك المصارف وسمعتها وتطورها.

وهدفت دراسة الخشروم وعبيدو والجاموس (2012) إلى قياس مدى تبني الشركات الصناعية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة (الأخلاقية والقانونية والبيئية والخيرية والاقتصادية)، وذلك بالتطبيق على الشركات الصناعية العاملة في حلب، ولهذا الهدف تم تصميم استقصاء وزعت على (120) شركة في حلب تم اختيارها بطريقة العينة الميسرة، واستردت (104) استماراة بنسبة استجابة (88%) تقريباً، وكان من أهم نتائج الدراسة أن هناك تبايناً بين الشركات في ممارساتها لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة، وذلك بحسب طبيعة عملها، وكذلك بحسب عمر الشركة، إلا أنه ليس هناك تباين واضح بين الشركات الصناعية في ممارساتها لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة ، وذلك بحسب درجة تصنيفها، وتبيّن أيضاً أنه لا توجد تباينات بين الشركات المدروسة وبين الشركات الرائدة والمتميزة في ممارساتها للمسؤوليات الاجتماعية.

من خلال استطلاع الدراسات السابقة، يمكن القول أن الدراسة الحالية تتميز بأنها تناولت مدى التزام المصارف التجارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية (القانونية، والاقتصادية، والألاقبية، والإنسانية)، ومدى الاختلاف بين المصارف التجارية حسب نوعها في درجة الالتزام بهذه الأبعاد، الأمر الذي يمكن أن يسهم في تحسين أداء هذه المصارف بما ينعكس إيجاباً في دعم عجلة الاقتصاد الوطني.

#### الإطار النظري للبحث:

##### أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أولت المجتمعات وخاصة الدول المتقدمة الاهتمام بالكثير من القضايا الاجتماعية والأخلاقية، وذلك بسبب المشكلات والأعمال غير النافعة بل والضارة التي أحذتها بعض منظمات الأعمال. وقد ازداد اهتمام منظمات الأعمال بالإتفاق على الأنشطة الاجتماعية المختلفة بل ازداد النقد الموجه إليها بشأن تركيز اهتمامها بتعظيم أرباحها وعدم مراعاة المجتمع والبيئة التي تعمل فيها (العامري؛ الغاليبي، 2008، ص 48). وقد بدأ المفهوم بالظهور عندما قامت بعض المنظمات بتحسين ظروف العمل الداخلية وتحسين حياة العاملين وزيادة أجورهم وتوفير الرعاية الطبية لعوائلهم وغيرها من الممارسات (إدريس، 2005، ص 178). إلا أن هذا المفهوم أصبح اليوم أكثر اتساعاً ويركز على جانب تحسين نوعية الحياة بشكل عام وتوفير الاستقرار الاجتماعي وزيادة التكافل الاجتماعي والعناية بشرائح المجتمع كافة دون تمييز (المغربي، 2006، ص 558).

لقد أكد العديد من الباحثين على أهمية الاستثمار في المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية مثل الأعمال الخيرة، بحيث أصبحت تعد إستراتيجية كونها تجلب منافع كثيرة للمنظمة كزيادة المبيعات أو تعزيز الصورة الذهنية (Margolis and Walsh, 2003, p269)

وتؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في بيئات مختلفة على أهمية المسؤولية الاجتماعية، ومن هذه الدراسات دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2006 حيث أظهرت أن ما مقداره 2.3 تريليون دولار من أصل 24 تريليون دولار كانت قد استثمرت في الشركات التي أظهرت نسبة عالية ضمن مقياس المسؤولية الاجتماعية (Heslin and Ochoa, 2008, p131)

تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: التزام المنظمة بالعمل بالطرق التي تخدم مصالحها ومصالح أصحاب المصالح الخارجيين (إدريس، 2005، ص 189). أما هيل وجونز (2001) فيقولان: أن المسؤولية الاجتماعية هي الشعور بالالتزام من جانب المنظمات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء صنع القرار الاستراتيجي. ويضيف (Jones, 2001,

(p153) أن المسؤولية الاجتماعية هي المسؤولية الأخلاقية للمنظمة لمجموعة أصحاب المصالح التي تتأثر بشكل مباشر أو غير مباشر بأعمال المنظمة. أما (Pride et. Al. 2005, p42) فيعتبرون أن المسؤولية الاجتماعية هي الإقرار بأن نشاطات الأعمال لها تأثير مباشر في المجتمع، واعتبار ذلك التأثير في اتخاذ قرارات الأعمال. ويشير (Jone & Hill, 2002, p160) إلى أن المسؤولية الاجتماعية هي واجب المديرين بالالتزام باتخاذ القرارات التي تشجع رفاهية وخير أصحاب المصالح بشكل إجمالي.

انطلاقاً من ذلك ونظراً لازدياد أهمية المسؤولية الاجتماعية فقد ظهر العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية نذكر أهم هذه التعريفات: تعريف منظمة المقاييس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية بأنها: "مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المناسب مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين (ISO26000, 2007).

### ثانياً: أهمية المسؤولية الاجتماعية:

إن المكاسب التي تجنيها منظمات الأعمال من برامج المسؤولية الاجتماعية هي ذاتها تعتبر الحجج المؤيدة لممارسة المسؤولية الاجتماعية، وتمثل في الآتي (البكري، 2001، ص52):

- 1- تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين وتطوير صورة المنظمة أمام المجتمع.
- 2- تمثل المسؤولية الاجتماعية الحالة الأفضل للمستثمرين، وذلك عن طريق رفع قيمة الأسهم في الأمد الطويل، لما تحظى به منظمة الأعمال من ثقة لدى المجتمع، وما تقوم به للحد من المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها مستقبلاً.
- 3- القوانين والتشريعات لا يمكنها أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة بالمجتمع، ولكن بوجود المسؤولية الاجتماعية في الأعمال فإنها ستتمثل قانوناً اجتماعياً.
- 4- إن لم تقم منظمات الأعمال بمهامها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية ومساعدة المجتمع في معالجة وحل القضايا التي يعاني منها، فإنها يمكن أن تقعد الكثير من قوتها التأثيرية في المجتمع.
- 5- الوقاية من المشكلة أفضل من علاجها، الأمر الذي يتطلب من المنظمات العمل على تجنب المشاكل ومعالجتها قبل أن تتفاقم ويفصعب علاجها.

وهناك وجهات متعارضة حول تبني المنظمة لمزيد من الدور الاجتماعي، ولكن هناك اتفاق عام يكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمنظمة في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها والاهتمام بمجتمعها الداخلي المتمثل بالمورد البشري. وفي هذا الصدد يشير (شيد وأخرون، 2009، ص10) إلى أن أغلب الخبراء والمحترفين يشيرون إلى أن المورد البشري يلعب دوراً حاكماً ومميزاً في تحقيق النجاح للمنظمات على اختلاف أنواعها بالمقارنة مع غيره من الموارد التنظيمية. وهذا يؤكد وجوب الاهتمام بالموارد البشرية سواء على مستوى المنظمة أو المجتمع.

### ثالثاً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تحتفل وجهات نظر الكتاب والباحثين في محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية، فوضعوا لها مسميات متباينة، ولكن تحدد في أربعة أبعاد تتمثل في الآتي (إلياس؛ زهراء، 2012، ص3):

- 1- المسؤولية القانونية: أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.
- 2- المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للأخرين.

**3- المسؤولية الأخلاقية:** بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمنع عن إيذاء الآخرين.

**4- المسؤولية الإنسانية:** أي أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحقيق نوعية الحياة.

انطلاقاً من ذلك يجب على المنظمات أن تعمل على تحقيق أهداف اجتماعية بموازاة أهدافها الاقتصادية، وهذا يتم عن طريق ممارسة المسؤولية الاجتماعية والتي أصبحت أمراً حتمياً في المنظمات المعاصرة بشكل يساهم إلى حد كبير في حصولها على الميزة التنافسية التي أصبحت عنصر موازنة بين أهداف المنظمات، فعند حصول توازن بين الأهداف الاجتماعية بموازاة الأهداف الاقتصادية ستتحقق الميزة التنافسية.

#### **رابعاً: عناصر المسؤولية الاجتماعية:**

ت تكون المسؤولية الاجتماعية من عناصر مترابطة ينمي كل منها الآخر ويدعمه ويقويه ويتكمّل معه، وهذه العناصر هي (برقاوي، 2009، ص 11-12):

**1- الاهتمام:** ويتضمن الارتباط العاطفي بالجامعة وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها.

**2- الفهم:** ويتضمن فهم الفرد للجامعة والقوى النفسية المؤثرة في أعضائها، وفهمه لد الواقع السلوك الذي تنتجه خدمة لأهدافها، وأيضاً، استيعابه للأسباب التي جعلته يتبنّى مواقفها. إنّ الفهم الصحيح يدعم مشاركة الفرد في القيام بمسؤولياته وهو أيضاً يشترط الالتزام بأخلاقيات المجتمع ومسايرة المعايير والاهتمامات الاجتماعية ومقاومة الضغوط وتسيق الجهد الشخصي التعاوني، كما يشمل التقارب الفكري وتحديد النقاط التي يجب اعتمادها للوصول إلى الغاية التي تخدم المصلحة العامة؛ فالتعاطي العقلاني يجعل الأفراد يواجهون الأزمات مواجهة مسؤولة، وحين يكون استعدادهم لتحمل المسؤولية الاجتماعية معتمدًا على القوى الذاتية (العقل والعاطفة والتكمال النفسي) يعطي ثماره الجيدة. والفهم يعني إدراك الفرد للظروف المحيطة بالجامعة، ماضيها وحاضرها وقيمها واتجاهاتها، والأدوار المختلفة فيها. كما يقتضي تقدير المصلحة العامة.

**3- المشاركة:** المشاركة مسؤولية وهي الأرضية الأساسية لحياة اجتماعية مشرقة مستقرة، وتنظر المشاركة قدر الفرد وقدرتها على القيام بواجباته وتحمل مسؤولياته بضمير هي وروحية صافية، وإرادة ثابتة، والمقصود هنا مشاركة الفرد في أعمالٍ تساعد في تحقيق الهدف الاجتماعي حين يكون مؤهلاً اجتماعياً لذلك. وتلعب الثقافة دوراً في مجال المشاركة الاجتماعية، فالثقافة هي همزة الوصل بين الفرد والواقع الاجتماعي، فمنها نتعلم أصول العلاقات الإنسانية ونستدلّ على سبل التعايش الإنساني والاجتماعي السليم.

#### **خامساً: أسباب اتجاه منظمات الأعمال إلى تبني المسؤولية الاجتماعية:**

هناك العديد من الأسباب التي تدفع منظمات الأعمال باختلافها على تبني برامج مختلفة تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية ومن هذه الأسباب ما يلي (شريفى؛ حاجى، 2012، ص 5):

**1- الصعوبات التسويقية** التي تعاني منها المنظمات في ظل التغيرات الهائلة في عالم الاقتصاد.

**2- ازدياد حدة المنافسة في الأسواق الدولية.**

**3- الضغوط** التي تواجهها المنظمات من منظمات المجتمع المدني ومجموعات الضغط المتعددة مثل جمعيات حماية البيئة ومكافحة التدخين والغض التجاري الأمر الذي فرض على هذه المنظمات الاهتمام بتحسين صورتها الذهنية

من خلال تقديمها لبرامج وأنشطة يستفيد منها قطاع محدد من المجتمع من القضايا الاجتماعية والإنسانية ومنها محاربة الأمية ومكافحة البطالة وزيادة الوعي الثقافي ومكافحة الفقر ونحو ذلك.

#### **سادساً: المزايا المحققة من تطبيق المسؤولية الاجتماعية:**

تكلف المسؤولية الاجتماعية المنظمة مصاريف كبيرة ولكنها في الوقت نفسه تحقق لها العديد من المزايا والتي تفوق في أغلب الأحيان ما تحملته من تكاليف، ومن هذه المزايا ما يلي (المغربي؛ ياسمين، 2008، ص5):

- 1- تحسين سمعة المنظمات والتي تُبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين المنظمات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تعامل به هذه المنظمات، ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئية واهتمامها بالاستثمار البشري. ويسهم التزام المنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها.
  - 2- تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك، ومنها مؤشر داو جونز للاستدامة. والذي أطلق عام 1999 ويعنى بترتيب المنظمات العالمية وفقاً لدرجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية وللاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
  - 3- استقطاب أكفاء العناصر البشرية حيث يمثل التزام المنظمات بمسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل به عنصر جذب أمام العناصر البشرية المتميزة خاصة بالنسبة للمنظمات عابرة القارات أو كبرى المنظمات المحلية التي تعمل في مجالات متخصصة وتستخدم تكنولوجيا حديثة.
  - 4- بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها المنظمات أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي.
  - 5- حسن إدارة المخاطر الاجتماعية التي تترتب على قيام المنظمات بنشاطها الاقتصادي، خاصة في إطار العولمة. وتمثل هذه المخاطر في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية، والتي تمثل تحدياً للمنظمات، خاصة الصغيرة والمتوسطة منها.
  - 6- رفع قدرة الشركات على التعلم والابتكار.
- أما المزايا التي يتحققها المجتمع من وراء تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية فتتمثل في القدرة على الحصول على الخدمات التي يحتاجها في مختلف الجوانب الضرورية مثل الخدمات التعليمية أو الصحية أو الثقافية أو الاقتصادية في المجتمع (شريف؛ حاجي، 2012، ص6).

#### **النتائج والمناقشة:**

بناءً على نتائج تقييم الاستبانة، نبين فيما يلي مدى التزام فروع المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية، كذلك تم إجراء اختبار الوسط الحسابي لكل بند حسب كل بعد والمتوسط العام لإجمالي بنود البعد وفق الآتي:

**أولاً: مدى التزام المصارف التجارية وبعد المسؤولية القانونية:**

الجدول (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام المصارف التجارية وبعد المسؤولية القانونية

Test Value = 3				الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بعد المسؤولية القانونية
القرار	احتمال	درجة	مؤشر				

		الدلالة	الحرية	الاختبار	$t$			
DAL	.000	229	4.284	64.43	0.786	3.222	1. يساهم المصرف في الحفاظ على البيئة من خلال القوانين والأنظمة التي يطبقها.	
DAL	.000	229	14.373	71.596	0.612	3.580	2. يلتزم المصرف بتحمل الأضرار التي قد يتعرض لها العاملون أثناء العمل.	
DAL	.000	229	19.550	77.654	0.685	3.883	3. يؤكد المصرف التزام العاملين بتعليمات وإجراءات الصحة والسلامة والبيئة الآمنة المطبقة في المصرف.	
DAL	.000	229	17.034	75.504	0.690	3.775	4. يلتزم المصرف بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية.	
DAL	.000	229	14.091	70.228	0.550	3.511	5. يلتزم المصرف بتحمل المسؤولية الاجتماعية المناطة به.	
DAL	.000	229	13.559	71.88	0.665	3.594	المتوسط العام	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول رقم (1) أنَّ قيم المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على بنود بعد المسؤولية القانونية ترتفع عن متوسط مقاييس ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وتقع ضمن المجال (4.20-3.41) بالنسبة للبنود (2، 3، 4، 5)، وتقابل درجة الالتزام عالية، وضمن المجال (3.40-2.61) بالنسبة للبند رقم (1)، وتقابل درجة الالتزام متوسطة. وحصل البند رقم (3) والمتضمن تأكيد إدارة المصرف على التزام العاملين بتعليمات وإجراءات الصحة والسلامة والبيئة الآمنة المطبقة في المصرف على أعلى نسبة (77.654)، بينما حصل البند رقم (1) والمتضمن مساقمة المصرف في الحفاظ على البيئة من خلال القوانين والأنظمة التي يطبقها على أدنى نسبة (64.43%). وبلغ المتوسط العام لجمالي بنود البعد (3.594)، وهو يرتفع عن متوسط مقاييس ليكرت وبفارق معنوي، ويقابل درجة الالتزام عالية، وهذا يدل على أنَّ المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية تلتزم بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية بدرجة عالية ضمن حدود الأهمية النسبية (71.88%).

### ثانياً: مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الاقتصادية:

الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية

ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الاقتصادية

القرار	Test Value = 3				الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بعد المسؤولية الاقتصادية
	احتمال الدلالة	درجة الحرية	مؤشر الاختبار	$t$				
DAL	.000	229	19.794	78.828	0.721	3.941	1. يحرص المصرف على تحقيق	

								الربح بأساليب مشروعة.
دال	.000	229	23.054	80.39	0.671	4.020		2. يهدف المصرف للوصول إلى مستوى عالٍ من الكفاءة العلمية.
دال	.000	229	19.023	77.46	0.696	3.873		3. يسعى المصرف للحصول على الميزة التافسية بأساليب مشروعة.
دال	.000	229	21.801	81.628	0.752	4.081		4. يساهم المصرف في دعم بناء الاقتصاد الوطني.
دال	.000	229	13.343	70.098	0.574	3.505		5. يساهم المصرف في توفير مصادر الحياة الكريمة للمجتمع المحلي.
دال	.000	229	19.635	77.68	0.683	3.884		المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول رقم (2) أنَّ قيم المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على بنود بعد المسؤولية الاقتصادية ترتفع عن متوسط مقياس ليكرت (3)، وبفرق معنوي، وقع ضمن المجال (3.41-4.20) بالنسبة لجميع البنود، وتقابلي درجة الالتزام عالية. وحصل البند رقم (4) والمتضمن مساهمة المصرف في دعم الاقتصاد الوطني على أعلى نسبة (%) 81.628، بينما حصل البند رقم (5) والمتضمن مساهمة المصرف في توفير مصادر الحياة الكريمة للمجتمع المحلي على أدنى نسبة (%) 70.098. ويبلغ المتوسط العام لإجمالي بنود البعد (3.884)، وهو يرتفع عن متوسط مقياس ليكرت وبفرق معنوي، وتقابلي درجة الالتزام عالية، وهذا يدل على أنَّ المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية تلتزم بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية بدرجة عالية ضمن حدود الأهمية النسبية (% 77.68).

### ثالثاً: مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الأخلاقية:

الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الأخلاقية

Test Value = 3					الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بعد المسؤولية الأخلاقية
القرار	احتمال الدالة	درجة الحرية	مؤشر الاختبار t					
دال	.000	229	19.214	78.698	0.738	3.935		1. يحترم المصرف عادات وتقالييد المجتمع الذي يعمل فيه.
دال	.000	229	19.967	78.306	0.695	3.915		2. ينجذب المصرف أعماله بأسلوب يتوافق مع القيم الأخلاقية للمجتمع.
دال	.000	229	-3.323	56.092	0.890	2.805		3. يوفر المصرف فرص وظيفية متكافئة وعادلة لجميع.

دال	.000	229	19.695	79.218	0.740	3.961	4. يقوم المصرف بالترويج لأعماله بشكل أخلاقي.
دال	.000	229	17.880	77.916	0.760	3.896	5. يؤكد المصرف السلوك الأخلاقي الذي ينطابق مع القوانين والأنظمة.
دال	.000	229	13.932	74.04	0.765	3.702	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

متوسط مقياس ليكرت (3)، وبفرق معنوي، ماعدا البند رقم (3) حيث ينخفض متوسطه عن (3)، وتقع ضمن المجال 3.41-4.20 بالنسبة للبنود (1، 2، 4، 5)، وتقابل درجة الالتزام عالية، أما البند رقم (3) فيقع متوسطه ضمن المجال (3.40-2.61)، ويقابل درجة الالتزام متوسطة. وحصل البند رقم (4) والمتضمن قيام المصرف بالترويج لأعماله بشكل أخلاقي على أعلى نسبة (79.218 %)، بينما حصل البند رقم (3) والمتضمن قيام المصرف بتوفير فرص متكافئة وعادلة للجميع على أدنى نسبة (56.092 %). وبلغ المتوسط العام لإجمالي بنود البعد (3.702)، وهو يرتفع عن متوسط مقياس ليكرت وبفرق معنوي، ويقابل درجة الالتزام عالية، وهذا يدل على أن المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية تلتزم بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية بدرجة عالية ضمن حدود الأهمية النسبية (74.04%).

#### رابعاً: مدى التزام المصارف التجارية بعد المسؤلية الإنسانية:

الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول مدى التزام المصارف التجارية بعد المسؤلية الإنسانية

Test Value = 3					الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بعد المسؤلية الإنسانية
القرار	احتمال الدلالة	درجة الحرية	مؤشر الاختبار t					
دال	.000	229	-5.271	53.81	0.889	2.691	1. يقوم المصرف منح هبات كأعمال خيرية لدعم المجتمع المحلي.	
دال	.005	229	-2.144	57.78	0.785	2.889	2. يساهم المصرف في دعم البنى التحتية للمجتمع بإنشاء المدارس والمستشفيات والطرق والمراكم العلمية.	
دال	.000	229	-3.585	56.09	0.825	2.805	3. يساهم المصرف في حل المشكلات والتخفيف من الأضرار التي تحل بالمجتمع.	
دال	.000	229	12.127	68.53	0.534	3.427	4. يشجع المصرف العاملين الدخول في النشاطات التطوعية في المجتمع المحلي.	
دال	.000	229	-5.085	54.38	0.838	2.719	5. يساهم المصرف في توفير فرص عمل لنوعي الاحتياجات الخاصة.	
دال	.001	229	-2.713	56.87	0.872	2.844	6. يخصص المصرف جزءاً من أرباحه	

							لدعم دور الأيتام والمسنين والمعوقين ودعم الأندية الرياضية وحماية البيئة.
المتوسط العام	.022 دال	229	-1.998	57.92	0.791	2.896	

المصدر: من إعداد الباحث بالأعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول رقم (4) أنَّ قيم المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على بنود بعد المسؤولية الأخلاقية تتحفظ عن متوسط مقياس ليكرت (3)، وبفارق معنوي، ماعدا البند رقم (4) حيث يرتفع متوسطه عن (3)، وتقع ضمن المجال (4.20-3.41) بالنسبة للبند (3)، وتقابل درجة الالتزام عالية، وضمن المجال (3.40-2.61)، بالنسبة للبنود (1، 2، 4، 5، 6)، ويقابل درجة الالتزام متوسطة. وحصل البند رقم (3) والمتضمن تشجيع المصرف العاملين الدخول في النشاطات التطوعية في المجتمع المحلي على أعلى نسبة (68.53%)، بينما حصل البند رقم (1) والمتضمن قيام المصرف بمنح هبات كأعمال خيرية لدعم المجتمع المحلي على أدنى نسبة (53.81%). ويبلغ المتوسط العام الإجمالي لبنود البعد (2.896)، وهو ينخفض عن متوسط مقياس ليكرت وبفارق معنوي، ويقابل درجة الالتزام متوسطة، وهذا يدل على أنَّ المصارف التجارية العاملة في محافظ اللاذقية تتلزم بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية بدرجة متوسطة ضمن حدود الأهمية النسبية (57.92%).

#### نتائج اختبار الفرضيات:

لاختبار فرضيات الدراسة، تم تطبيق اختبار t. test للفرق بين متوسطي عينتين مستقلتين وغير متساويتين بالحجم، وفق الآتي:

**الفرضية الأولى:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة بمدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية القانونية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

جدول (5) نتائج اختبار T. test للفروق بين متوسطات الإجابات في مدى الالتزام ببعد المسؤولية القانونية

t-test for Equality of Means				Levene's Test			اتجاه الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المصرف
القرار	Sig.	درجة الحرية df	t	Sig.	F						
لا توجد فروق	0.617	228	0.501	0.313	1.024	عالية	0.619	3.550	149	عام	
						عالية	0.673	3.506	81	خاص	

المصدر: من إعداد الباحث بالأعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول (5) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العامة في المصارف العامة بلغت (3.550)، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة عالية) على مقياس ليكرت، كما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العاملين في المصارف الخاصة (3.506)، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة عالية) على مقياس ليكرت. وبلغت قيمة احتمال الدلالة P = 0.313 وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وهذا يدل على تساوي التباين بين المجموعتين (المصارف العامة والخاصة)، أي تجانسهما. ولمعرفة فيما إذا كان هناك فرقاً بين الإجابات حسب نوع المصرف نلاحظ أنَّ القيمة المحسوبة P = 0.501 وهي أصغر من القيمة الجدولية (1.96) المأخوذة من جداول توزيع Z، كما أنَّ احتمال الدلالة

أكبر من مستوى الدلالة ( $0.05$ )، وبناءً عليه نقبل الفرضية الأولى، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة في مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية القانونية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

**الفرضية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة في مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الاقتصادية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

جدول (6) نتائج اختبار  $T$ . test للفروق بين متوسطات الإجابات في مدى الالتزام ببعد المسؤولية الاقتصادية

t-test for Equality of Means				Levene's Test		اتجاه الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المصرف
القرار	Sig.	درجة الحرية df	t	Sig.	F					
لا توجد فروق	0.108	228	- 1.615	0.386	0.753	عالية	0.553	3.731	149	عام
						عالية	0.662	3.864	81	خاص

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول (6) أن قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العاملين في المصارف العامة بلغت ( $3.731$ )، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة عالية) على مقياس ليكرت، كما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العاملين في المصارف الخاصة ( $3.864$ )، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة عالية) على مقياس ليكرت. وبلغت قيمة احتمال الدلالة  $P = 0.386$  وهي أكبر من مستوى الدلالة ( $0.05$ )، وهذا يدل على تساوي التباين بين المجموعتين (المصارف العامة والخاصة)، أي تجانسهما. ولمعرفة فيما إذا كان هناك فرقاً بين الإجابات حسب نوع المصرف نلاحظ أن القيمة المحسوبة بالقيمة المطلقة  $t = 1.615$  وهي أصغر من القيمة الجدولية ( $1.96$ ) المأخوذة من جداول توزيع  $Z$ ، كما أن احتمال الدلالة  $P = 0.108$  أكبر من مستوى الدلالة ( $0.05$ )، وبناءً عليه نقبل الفرضية الثانية، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة في مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الاقتصادية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

**الفرضية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة في مدى التزام المصارف التجارية ببعد المسؤولية الأخلاقية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

جدول (7) نتائج اختبار  $T$ . test للفروق بين متوسطات الإجابات في مدى الالتزام ببعد المسؤولية الأخلاقية

t-test for Equality of Means				Levene's Test		اتجاه الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المصرف
القرار	Sig.	درجة الحرية df	t	Sig.	F					
لا توجد فروق	0.162	228	1.403	0.000	13.470	عالية	0.717	3.718	149	عام
						عالية	0.494	3.592	81	خاص

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول (7) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العاملين في المصارف العامة بلغت (3.718)، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة عالية) على مقياس ليكرت، كما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العاملين في المصارف الخاصة (3.592)، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة عالية) على مقياس ليكرت. وبلغت قيمة احتمال الدالة  $P = 0.000$  وهي أصغر من مستوى الدالة ( $0.05$ )، وهذا يدل على عدم تساوي التباين بين المجموعتين (المصارف العامة والخاصة)، أي عدم تجانسهما. ولمعرفة فيما إذا كان هناك فرقاً بين الإجابات حسب نوع المصرف نلاحظ أنَّ القيمة المحسوبة  $t = 1.403$  وهي أصغر من القيمة الجدولية ( $1.96$ ) المأخوذة من جداول توزيع  $Z$ ، كما أنَّ احتمال الدالة  $P = 0.162$  أكبر من مستوى الدالة ( $0.05$ )، وبناءً عليه نقبل الفرضية الثالثة، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متosteats إجابات أفراد العينة في مدى التزام المصارف التجارية وبعد المسؤولية الأخلاقية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).  
**الفرضية الرابعة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متosteats إجابات أفراد العينة في مدى التزام المصارف التجارية وبعد المسؤولية الإنسانية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

جدول (8) نتائج اختبار  $T$ . test للفروق بين متosteats الإجابات في مدى الالتزام وبعد المسؤولية الإنسانية

t-test for Equality of Means				Levene's Test		اتجاه الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المصرف
القرار	Sig.	درجة الحرارة df	t	Sig.	F					
لا توجد فروق	0.416	228	0.815	0.184	1.779	متوسطة	0.744	3.00	149	عام
						متوسطة	0.809	2.914	81	خاص

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول (8) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العاملين في المصارف العامة بلغت (3.00)، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة متوسطة) على مقياس ليكرت، كما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة العاملين في المصارف الخاصة (2.914)، وهي تقابل شدة الإجابة (درجة متوسطة) على مقياس ليكرت. وبلغت قيمة احتمال الدالة  $P = 0.184$  وهي أكبر من مستوى الدالة ( $0.05$ )، وهذا يدل على عدم تساوي التباين بين المجموعتين (المصارف العامة والخاصة)، أي تجانسهما. ولمعرفة فيما إذا كان هناك فرقاً بين الإجابات حسب نوع المصرف نلاحظ أنَّ القيمة المحسوبة  $t = 0.815$  وهي أصغر من القيمة الجدولية ( $1.96$ ) المأخوذة من جداول توزيع  $Z$ ، كما أنَّ احتمال الدالة  $P = 0.416$  أكبر من مستوى الدالة ( $0.05$ )، وبناءً عليه نقبل الفرضية الرابعة، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متosteats إجابات أفراد العينة في مدى التزام المصارف التجارية وبعد المسؤولية الإنسانية تبعاً لنوع المصرف (عام، خاص).

## الاستنتاجات والتوصيات:

### أ- الاستنتاجات:

- 1- تلتزم المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية بدرجة عالية ضمن حدود الأهمية النسبية (71.88 %)، ويظهر ذلك من خلال تأكيد إدارة المصرف على التزام العاملين بتعليمات وإجراءات الصحة والسلامة والبيئة الآمنة المطبقة في المصرف، والتزام المصرف بتحمل الأعمال التي تتوافق مع البيئة المحلية، والأضرار التي قد يتعرض لها العاملون أثناء العمل.
- 2- تلتزم المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية بدرجة عالية ضمن حدود الأهمية النسبية (77.68 %)، ويظهر ذلك من خلال دعم الاقتصاد الوطني، والوصول إلى مستوى عال من الكفاءة العلمية، وحرص المصرف على تحقيق الربح والميزة التنافسية بأساليب مشروعة.
- 3- تلتزم المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية بدرجة عالية ضمن حدود الأهمية النسبية (74.04 %)، ويظهر ذلك من خلال ترويج المصرف لأعماله بشكل أخلاقي، واحترامه عادات وتقاليد المجتمع، وإنجاز أعماله بأسلوب يتوافق مع قيم المجتمع.
- 4- تلتزم المصارف التجارية العاملة في محافظة اللاذقية بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية بدرجة متوسطة ضمن حدود الأهمية النسبية (57.92 %)، حيث أنها لا تهتم كثيراً ب تقديم الهبات الخيرية، ودعم البنى التحتية، وحل المشكلات والتخفيف من الأضرار التي تحل بالمجتمع.
- 5- لا تختلف المصارف التجارية العامة والخاصة في درجة التزامها بأبعاد المسؤولية الاجتماعية: القانونية، والاقتصادية، والأخلاقية، والإنسانية، حيث تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المصارف التجارية العامة والخاصة في درجة الالتزام بهذه الأبعاد.

### ب- التوصيات:

- 1- ضرورة تحمل المصارف التجارية مسؤوليتها الاجتماعية، حيث إن المسؤولية الاجتماعية تعكس مشاركة المصرف لأفراد المجتمع في المناسبات المختلفة، كذلك تساهم في تنمية وبناء المجتمع المحلي اقتصادياً وإنسانياً، وهذا يعمل على تحسين صورة المصرف أمام المتعاملين معه، وينعكس إيجاباً على جذب العملاء للتعامل مع المصرف.
- 2- ضرورة تحمل المصارف التجارية لمسؤوليتها القانونية من خلال زيادة التزامها بالقوانين البيئية، والالتزام بتوفير الظروف الصحية في العمل، وذلك من خلال تطبيق وتفعيل القوانين الداخلية المتعلقة بهذه الجوانب القانونية.
- 3- ضرورة قيام المصارف التجارية بتحمل مسؤوليتها الاقتصادية من خلال زيادة دعم الاقتصاد الوطني، وتحقيق الربحية والتنافسية بأساليب مشروعة.
- 4- ضرورة قيام المصارف التجارية بنشر أخلاقيات العمل وتحمل المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للعاملين، وذلك بالعمل على تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء، وتسخير جهود العاملين للبحث عن وسائل جذب العملاء.
- 5- ضرورة قيام المصارف التجارية تحمل مسؤولياتها الإنسانية، وذلك من خلال دعم البنى التحتية، ومساندة المجتمع المحلي في الأضرار التي قد تحل فيه، وذلك من خلال منح القروض طويلة الآجال وبأسعار فوائد مخفضة، وتخصيص جزء من الأرباح السنوية لدعم المشاريع والأعمال الخيرية.

## المراجع:

### أ- المراجع العربية:

- 1- إدريس، ثابت عبد الرحمن، إدارة الأعمال: نظريات ونماذج تطبيقية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر ، 2005.
- 2- إلياس، سليماني؛ زهاء، صادق، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في حماية المستهلك ، الملتقى الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، 2012.
- 3- البكري، ثامر ياسر، التسويق والمسؤولية الاجتماعية ، دار وائل للنشر ، عمان ،الأردن ، الطبعة الأولى ، 2001
- 4- التركستاني، حبيب الله، مدى تطبيق الإدارة في القطاع الخاص لنشاط المسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية استطلاعية على الشركات السعودية، جامعة الملك عبد العزيز ، جدة ، 2008.
- 5- الحمدي، فؤاد محمد؛ الجبعل، ماجد مبخوت، مدى إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها: دراسة تحليلية لأراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية ، كلية العلوم الإدارية، جامعة ذمار ، 2008.
- 6- الخشروم، محمد؛ عبيدو، أميرة؛ الجاموس، عبد الرحمن، تبني المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية العاملة في مدينة حلب: دراسة ميدانية لعينة من المدراء ، مجلة تنمية الرافدين ، المجلد 24 ، العدد 108 ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل ، 2012.
- 7- الغالبي، طاهر محسن منصور؛ العامري، صالح محسن حسن، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل: الأعمال والمجتمع ، دار وائل للنشر ، عمان ،الأردن ، 2008.
- 8- المغزيل، نهال؛ ياسمين، فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية ، ورقة عمل رقم 138 ، المركز المصري للدراسات الاقتصادية ، 2008.
- 9- المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح، الإدارة: الأصول العلمية والتوجهات المستقبلية ، المكتبة العصرية المنصورة، مصر ، 2006.
- 10- برقاوي، خالد بن يوسف، أراء الشباب الجامعي حول المسؤولية الاجتماعية: دراسة استطلاعية لأراء طلاب وطالبات جامعة أم القرى بمكة المكرمة ، الملتقى السنوي لمراكز الأحياء بمكة المكرمة، المملكة العربية السعودية ، 2009.
- 11- رشيد، صالح عبد الرضا؛ جلاب، إحسان دهش؛ راضي، جود محسن، تقييم أداء رؤساء الأقسام العلمية باستخدام مدخل التغذية العكسية: دراسة ميدانية في كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة القadiسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد 11 ، العدد الثاني ، 2009.
- 12- سويدان، نظام؛ حداد، شفيق، التسويق: مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ،الأردن ، 2006
- 13- شريفى، مسعودة؛ حاجى، كريمة، المسؤولية الاجتماعية والثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال المعاصرة: رحلة الآلاف ميل تبدأ بخطوة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة بشار ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية ، 2012
- 14- عجيلة، محمد؛ شنيني، عبد الرحيم، فعالية محاسبة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال مفاهيم وأسس ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة بشار ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية ، 2012

- 15- موسى، صباح محمد، أثر المسؤولية الاجتماعية على المكونات الاستراتيجية للمصارف في الأردن، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية- الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 13، العدد الثاني، 2011
- 16- هل، ش؛ جونز، ج، الإدارة الإستراتيجية ، ترجمة رفاعي محمد رفاعي، عبد المتعال محمد سيد أحمد، دار المريخ، الرياض، 2001

#### ب- المراجع الأجنبية:

- 17- Anselmsson, Johan and Johansson, Ulf, Corporate Social Responsibility and the Positioning of grocery brands "An exploratory study of retailer and manufacturer brands at point of purchase, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol.35, No.10, 2007.
- 18- Carrigan, M. and Attalla, A. "The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behavior?", Journal of Consumer Marketing, Vol. 18 No. 7, pp. 560-77, 2001.
- 19 - Eweje, G. and Bentley, T, CSR and staff retention in New Zealand companies: A literature review. Department of Management and International Business Research Working Paper series 2006, no.6, Auckland, NZ: Massey University.
- 20- Heslin, A. Peter. and Ochoa, D. Jenna, Understanding and developing strategic corporate social responsibility, Organizational Dynamics, Vol.37,No.2, 2008.
- 21- ISO 26000 Working Group on Social Responsibility, Working definition, Sydney, February 2007.
- 22- Jones G. R. (2001). *Organizational Theory*. USA: Prentice Hall. Hill C. W. L. & Jones G. R. (2002). *Strategic Management* New York: Houghton Mifflin.
- 23- Margolis, Joshua and Walsh, James "Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business," Administrative Science Quarterly, 48, 2003.
- 24- Pride W. M. Hughes R. J. & Kapoor J. R., Business. USA: Houghton Mifflin company, 2005.
- 25- Smith, A.C. & Grosbois, D, "The adoption of corporate social responsibility practices in the airline Industry "Department of Tourism and Environment‘ Brock University‘ Canada‘ Journal of Sustainable Tourism‘ Vol. 19, No. 1, 2010.
- 26-Tashman‘ peter & Rivera‘ Jorge, "Are Members of Business for Social Responsibility More Socially Responsible? ",The Policy Studies Journal, Vol. 38, No.3, 2010.