

The Islamic University–Gaza  
Research and Postgraduate Affairs  
Faculty of Commerce  
Master of Business & Administration



الجامعة الإسلامية - غزة  
شئون البحث العلمي والدراسات العليا  
كلية التجارة  
ماجستير إدارة الأعمال

دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية - دراسة  
تطبيقية على شركة الاتصالات الفلسطينية.

## The Role of technological innovation to achieve the social responsibility - practical study on the Palestinian Telecommunications Company (Paltel)

إعدادُ الباحِثةِ

كوثر فضل يوسف موسى

إشرافُ

الدكتور

يوسف عبد عطية بحر

قُدمَ هَذَا البَحْثُ اسْتِكْمَالاً لِمَتَطَلِبَاتِ الحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ المَاجِسْتِيرِ  
فِي إِدَارَةِ الأَعْمَالِ بِكُلِّيَةِ التِجَارَةِ فِي الأَجَامِعَةِ الإِسْلَامِيَةِ بِغَزَّةِ.

يوليو/2016م - شوال/1437هـ

## إقرار

أنا الموقع أثناء مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية - دراسة  
تطبيقية على شركة الاتصالات الفلسطينية.

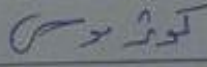
**The Role of technological innovation to achieve the  
social responsibility - practical study on the  
Palestinian Telecommunications Company (Paltel)**

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد،  
وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لئيل درجة أو لقب علمي أو يحظى لدى أي  
مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

### Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	كوثر فضل يوسف موسى	اسم الطالب:
Signature:		التوقيع:
Date:	2016/7/18	التاريخ:



بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية - غزة  
The Islamic University - Gaza

هاتف داخلي 1150

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا

الرقم ج.م.ع/35 .....  
التاريخ 2016/07/18

### نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحثة/ كوثر فضل يوسف موسى لثبيل درجة الماجستير في كلية التجارة/ قسم إدارة الأعمال وموضوعها:

دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية - دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات الفلسطينية  
The Role of Technological Innovation to Achieve the Social Responsibility -  
Practical Study on the Palestinian Telecommunications Company (Paltel)

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الاثنين 13 شوال 1437 هـ، الموافق 2016/07/18م الساعة الواحدة ظهراً بمبنى اللحيان، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

د. يوسف عبد عطية بحر	مشرفاً و رئيساً
أ.د. يوسف حسين عاشور	مناقشاً داخلياً
د. وفيق حلمي الأغا	مناقشاً خارجياً

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحثة درجة الماجستير في كلية التجارة/قسم إدارة الأعمال.

واللجنة إذ تمنحها هذه الدرجة فإتيها توصيها بتقوى الله ونزوم طاعته وأن تسخر علمها في خدمة دينها ووطنها

والله ولي التوفيق،،،

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبدالرؤوف علي المناعمة

## ملخص الرسالة باللغة العربية

هدفت هذه الرسالة إلى التعرف على دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر موظفين الشركة .  
وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تم تصميم استبانة الدراسة كوسيلة لجمع البيانات اللازمة، تم توزيعها على عينة الدراسة على أساس طبقي حيث تم توزيع (200) استبانة على العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية وقد تم استرداد 178 استبانة بنسبة 89% ، وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات

### وأظهرت الدراسة أن:

- شركة الاتصالات الفلسطينية تهتم بالإبداع التكنولوجي وبالبحث والتطوير فهي تستخدم وسائل تكنولوجيا جديدة في تطوير خدماتها ويعتبر الإبداع التكنولوجي جزء أساسي من إستراتيجية الشركة
- كشفت الدراسة وجود مستوى عالي لتبني شركة الاتصالات لأنشطة المسؤولية الاجتماعية فتساهم الشركة في حل المشاكل الاجتماعية بالمجتمع المحلي وتسعي للحصول على رضا زبائنهم من خلال تطوير خدماتها بشكل مستمر.
- الأنشطة الخاصة بالاهتمام بالبيئة أتت بالمرتبة الأخيرة من حيث اهتمام الشركة بها.

### ومن أهم توصيات الدراسة:

- توصي الباحثة شركة الاتصالات بإيلاء الاهتمام بعملية الإبداع وبشكل مستمر ومتجدد، من خلال إنشاء قسم مختص باحتضان أفكار المبدعين والمحافظة عليهم
- ضرورة تكثيف الاهتمام بالبيئة والاهتمام بالتنمية المستدامة.
- القيام بتوفير برامج تدريبية تشجع الموظفين على الابتكار والإبداع والتعرف على كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا.

كلمات مفتاحية: إبداع ، إبداع التكنولوجي ، المسؤولية الاجتماعية، شركة الاتصالات الفلسطينية، غزة.

## **Abstract**

This study aims at recognizing the role of technological innovation in the achievement of social responsibility in the Palestinian telecommunications company from the company's employees' perspective.

The researcher used the descriptive analytical approach to conduct this study. A questionnaire was designed as a research tool to collect data. This questionnaire was distributed on a stratified sample that consisted from 200 workers at the Palestinian telecommunications company. 178 questionnaires were recollected with a percentage of 89%. The data was analyzed by using Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

### **The most important findings of the study:**

- Palestine Telecommunications Company is interested in technological innovation, research and development. The company uses new technological tools in developing its services. Technological innovation is deemed an essential part of the company's strategy.
- The study also shows that the company has a high-level of commitment to embrace the activities of social responsibility. Therefore, the Company contributes to solving social problems of the local community and seeks customer satisfaction through the development of its services continuously.
- Special attention to environment activities came in the last place in terms of company's interests.

### **The most important recommendations of the study**

- The study recommends the Palestinian telecommunications company to have interest in the process of innovation continuously through the establishment of a specialized department to embrace creative ideas and maintain them.
- There is a need for the Palestinian telecommunications company to pay much attention to environment and sustainable development.
- Offering training programs that encourage employees to innovation, creativity and every what is new in the world of technology

**Keywords:** Creativity, technological innovation, social responsibility, the Palestinian Telecommunications Company, Gaza

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَأَنْزَلَ اللَّهُ عَلَيْكَ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ

تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا﴾

[النساء: 113]

## إهداء

إلى من كان رضاها أعلى ما املك....أبي وأمي.

إلى المشاعل التي أنارت دروب حياتي....أخواني أخواتي.

إلى الشموع التي تحترق لتضيء للآخرين....أصدقائي وزملائي.

إلى كل من علمني حرفا...

إلى كل من ساعدني وساهم في إتمام هذا العمل المتواضع...

لهم جميعا أهدي هذا العمل...

## شكرٌ وتقديرٌ

الحمد لله حمداً كثيراً ، الحمد لله الذي علم بالقلم ، علم الإنسان ما لم يعلم... الحمد لله الذي انعم علي بفضلته وجزيل عطائه وأعانني على إتمام هذا العمل الذي أرجو من الحي القيوم ان يجعله ذا فائدة .

إنه ليسعني بعد إتمام هذه الدراسة أن أتوجه قبل كل شيء بالشكر إلى الله سبحانه وتعالى أن منحني القدرة على الجهد والمثابرة في إنجازها ، فإن كان ثمة هفوة من تقصير فحسبي أن الكمال لله تعالى وحده،

كما أتقدم بفائق شكري وتقديري لأستاذي ومشرفي الذي لم يسجل اسمه في غلافه الرسالة فقط ، وإنما في كل حرفٍ منها الدكتور الفاضل/يوسف بحر على جهوده الرائعة ، وتعاونه الطيب طوال فترة أعدادي لهذه الرسالة ، فلم يبخل علي بعلمٍ أو توجيهٍ أو توضيحًا أو اهتمامٍ أو وقت.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى كل من الأستاذ الدكتور يوسف عاشور والدكتور وفيق الأغا لتفضلهما بقبول مناقشة هذه الرسالة وعلى ما قدماه من توجيهات قيمة لإتمام هذه الرسالة.

ولا أنسى ان أتقدم بجزيل شكري وعرفاني الى والدي الحبيبين الذين ساندوني لإتمام هذه الدراسة والشكر موصول لإخوتي وأصدقائي وزملائي وكل من ساندني.

كما أقدم أعلى باقات الشكر والامتنان والعرفان بالجميل إلى العاملين في شركة الاتصالات الفلسطينية الذين اقتطعوا من وقتهم لتعبئة استبانة الدراسة.

وأخيراً أتقدم بالشكر إلى كل من ذكرت ومن لم أذكر ، كل من كانت لهم لمسات خاصة وبصمات خفية بين طي هذه الدراسة سواءً كان ذلك كلمة أو توجيهًا أو دعوة في ظهر الغيب . وألتمس العذر إن كان قد خانني التعبير فلم أعط كل ذي حق حقه.

## والله المستعان

الباحثة/كوثر موسى



## فهرس المحتويات

ت	اقرار	.....
ت	ملخص الرسالة باللغة العربية	.....
ت	Abstract	.....
ج	صفحة اقتباس (الآية القرآنية)	.....
ح	إهداء	.....
خ	شكر وتقدير	.....
د	فهرس المحتويات	.....
ص	فهرس الجداول	.....
ط	فهرس الأشكال	.....
2	الفصل الأول	.....
2	الإطار العام للدراسة	.....
2	المقدمة	.....
3	مشكلة الدراسة	.....
3	أهمية الدراسة	.....
4	أهداف الدراسة	.....
4	سبب اختيار هذه الدراسة	.....
5	فرضيات الدراسة	.....
5	متغيرات الدراسة	.....
6	التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة	.....
8	الفصل الثاني	.....
8	الإطار النظري	.....
9	المبحث الأول	.....
9	الإبداع التكنولوجي	.....
9	المقدمة	.....
9	مفهوم الإبداع	.....
9	مفهوم الإبداع من الناحية اللغوية	.....

10.....	مفهوم الإبداع من الناحية الاصطلاحية
11.....	خصائص الإبداع
12.....	أنواع الإبداع
14.....	الإبداع التكنولوجي
14.....	مفهوم الإبداع التكنولوجي
16.....	خصائص الإبداع التكنولوجي
17.....	أنواع الإبداع التكنولوجي
18.....	دوافع الإبداع التكنولوجي
19.....	أهداف الإبداع التكنولوجي
20.....	مصادر الإبداع التكنولوجي
20.....	معايير قياس الإبداع التكنولوجي
21.....	استراتيجيات الإبداع التكنولوجي
22.....	الإستراتيجية الهجومية أو إستراتيجية قائد السوق
22.....	الإستراتيجية الدفاعية
22.....	الإستراتيجية الموجهة للتطبيقات (الإستراتيجية الفرصية)
22.....	استراتيجية الإنتاج الكفاء
22.....	المزيج الاستراتيجي
23.....	العوائق التي تواجه الإبداع التكنولوجي
23.....	عوائق على المستوى الاقتصادي
23.....	عوائق على المستوى الاجتماعي
24.....	عوائق على المستوى التقني
24.....	تأثير الإبداع التكنولوجي على المجتمع
25.....	المبحث الثاني
25.....	المسؤولية الاجتماعية

25.....	المقدمة
25.....	نشأة وتطور المسؤولية الاجتماعية
26.....	مرحلة الثورة الصناعية والإدارة العلمية
26.....	مرحلة ظهور خطوط الإنتاج وتجارب هورثون
26.....	مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير والنظرية الكثرية
27.....	مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات
27.....	تعريف المسؤولية الاجتماعية
29.....	أبعاد المسؤولية الاجتماعية
29.....	المسؤولية الاقتصادية
29.....	المسؤولية القانونية
29.....	المسؤولية الأخلاقية
30.....	المسؤولية الخيرية (Philanthropy Responsibility)
31.....	أهمية المسؤولية الاجتماعية
31.....	مبادئ المسؤولية الاجتماعية
32.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح
33.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه أهم أصحاب المصلحة في منظمات الأعمال
33.....	المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين بالمنظمة
34.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء
34.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة
34.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي
34.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين
35.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين
35.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة
35.....	المسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط

- 35.....المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسون
- 35.....المسؤولية الاجتماعية تجاه الأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة
- 36.....الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات
- 36.....العامل المكاني
- 36.....العامل الزمني
- 36.....أنشطة المسؤولية الاجتماعية
- 37.....الأنشطة الخاصة بتتمية الموارد البيئية
- 37.....الأنشطة الخاصة بتتمية الموارد البشرية
- 37.....الأنشطة الخاصة بخدمة المجتمع
- 37.....الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالمنتجات والخدمات
- 37.....معايير قياس المسؤولية الاجتماعية
- 38.....علاقة المسؤولية الاجتماعية بالإبداع
- 39.....الإبداع المسئول
- 40.....المبحث الثالث
- 40.....شركة الاتصالات الفلسطينية
- 40.....نشأة شركة الاتصالات
- 41.....رؤية شركة الاتصالات
- 41.....القيم التي تتبناها شركة الاتصالات
- 42.....إستراتيجية شركة الاتصالات
- 43.....التحديات التي تواجه شركة الاتصالات
- 43.....الحلول من وجهة نظر شركة الاتصالات
- 43.....المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات
- 44.....القطاعات المستفيدة من المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات
- 44.....أولاً: قطاع التعليم

44.....	ثانياً: قطاع التكنولوجيا .....
44.....	ثالثاً: قطاع الريادة للشباب .....
45.....	رابعاً: الثقافة والفنون .....
45.....	خامساً: التنمية المجتمعية .....
45.....	سادساً: تمكين المرأة .....
45.....	سابعاً: التوعية والتطوير الإنساني .....
47.....	الفصل الثالث .....
47.....	الدراسات السابقة .....
47.....	مقدمة .....
47.....	أولاً: الدراسات المحلية .....
52.....	ثانياً: الدراسات العربية .....
58.....	ثالثاً: الدراسات الأجنبية .....
63.....	التعقيب على الدراسات السابقة .....
66.....	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة .....
66.....	أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة .....
69.....	الفصل الرابع .....
69.....	الطريقة والإجراءات .....
69.....	المقدمة .....
69.....	منهج الدراسة .....
69.....	مصادر المعلومات .....
70.....	مجتمع الدراسة .....
70.....	عينة الدراسة .....
70.....	أداة الدراسة .....
72.....	صدق الاستبيان .....

78.....	ثبات الإستبانة Reliability
79.....	الأساليب الإحصائية المستخدمة
82.....	الفصل الخامس
82.....	تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها
82.....	المقدمة
82.....	اختبار التوزيع الطبيعي
83.....	الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية
85.....	تحليل فقرات الاستبانة
100.....	اختبار فرضيات الدراسة
113.....	الفصل السادس
113.....	النتائج والتوصيات
113.....	المقدمة
113.....	النتائج
115.....	التوصيات
115.....	توصيات المحور الأول "الإبداع التكنولوجي"
116.....	توصيات المحور الثاني "المسئولية الاجتماعية"
117.....	بحوث ودراسات مستقبلية مقترحة
119.....	المصادر والمراجع
119.....	أولا: المراجع العربية
126.....	ثانيا: المراجع الأجنبية
130.....	الملاحق
130.....	ملحق (1): أسماء المحكمين
131.....	ملحق (2) : الاستبانة

## فهرس الجداول

- 70..... جدول (4.1): مجتمع الدراسة
- 70..... جدول (4.2): عينة الدراسة
- 71..... جدول (4.3): درجات مقياس ليكرت الخماسي
- 73..... جدول (4.4): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الإبداع التكنولوجي " والدرجة الكلية للمجال
- 74..... جدول (4.5): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالبيئة " والدرجة الكلية للمجال
- 75..... جدول (4.6): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي " والدرجة الكلية للمجال
- 76..... جدول (4.7): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية " والدرجة الكلية للمجال
- 77..... جدول (4.8): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالارتقاء الخدمات " والدرجة الكلية للمجال
- 78..... جدول (4.9): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الإستبانة والدرجة الكلية للإستبانة
- 78..... جدول (4.10): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة
- 82..... جدول (5.1): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي
- 83..... جدول (5.2): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس
- 83..... جدول (5.3): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي
- 84..... جدول (5.4): توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل
- 84..... جدول (5.5): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة
- 86..... جدول (5.6): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الإبداع التكنولوجي "
- 89..... جدول (5.7): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالبيئة "
- 92..... جدول (5.8): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي "
- 94..... جدول (5.9): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية "

- جدول (5.10): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات " ..... 96
- جدول (5.11): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لجميع فقرات المسؤولية الاجتماعية ..... 99
- جدول (5.12): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية ..... 101
- جدول (5.13): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البيئية في شركة الاتصالات الفلسطينية ..... 102
- جدول (5.14): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي في شركة الاتصالات الفلسطينية ..... 103
- جدول (5.15): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية ..... 104
- جدول (5.16): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد الخاصة بالارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية ..... 105
- جدول (5.17): تحليل الانحدار الخطي البسيط ..... 106
- جدول (5.18): نتائج اختبار " T لعينتين مستقلتين " – الجنس ..... 107
- جدول (5.19): نتائج اختبار " التباين الأحادي " – المؤهل العلمي ..... 108
- جدول (5.20): نتائج اختبار " التباين الأحادي " – مكان العمل ..... 109
- جدول (5.21): نتائج اختبار " التباين الأحادي " – سنوات الخبرة ..... 110



## فهرس الأشكال

- شكل (1.1): مخطط يوضح العلاقة بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة ..... 6
- شكل (2.1): مخطط يوضح مراحل عملية الإبداع ..... 11
- شكل (2.2): الإبداع التكنولوجي ..... 16
- شكل (2.3): أبعاد المسؤولية الاجتماعية ..... 30
- شكل (2.4): مخطط يوضح أصحاب المصالح ..... 33

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

## الفصل الأول الإطار العام للدراسة

### المقدمة:

يشهد العالم اليوم تغيرات وتطورات مستمرة مما أثر على طريقة أداء المؤسسات لعملها وأثرت هذه التغيرات في زيادة التحديات التي تواجهها منظمات الأعمال ولعل أهم هذه التحديات تتبلور في منافسة تزداد حدتها وتتعدد مصادرها، فهناك منافسة أنشأتها تكتلات وتحالفات المؤسسات الكبيرة، وتنامي عمليات المؤسسات العالمية ومتعددة الجنسيات، ومنافسة تتزايد حدتها مع تزايد عدد وتأثير التكتلات الإقليمية بين العديد من الدول. كل ذلك أدى إلى اهتمامات عديدة ومتجددة للمؤسسات، ركزت في الأساس على كل ما له علاقة بالتنافس والبيئة التنافسية، وهو البحث عن الإبداع والتكنولوجيا لتوفير الميزة التنافسية المناسبة لمواجهة هذه التحديات لتحقيق أحسن أداء (هجيرة، 2005م).

يعتبر الإبداع صمام الأمان لاستمرار المؤسسة التي تحرص على تحقيق قفزات كمية و نوعية في مختلف مجالات العمل ويعرف الإبداع التكنولوجي بأنه "كل جديد أو كل تحسين صغير أو كبير في المنتجات وأساليب الإنتاج الذي يحصل بمجهود فردي أو جماعي والذي يثبت نجاحه من الناحية الفنية أو التكنولوجية، وكذلك فعاليته من الناحية الاقتصادية تحسين الإنتاجية وتخفيض التكاليف" (قريشي، 2008م)، إلى جانب هذه التطورات ظهرت تحديات جديدة تتمثل في الدور الاجتماعي الذي يجب على المؤسسة تبنيه حيث لم يعد تقييم المؤسسات الخاصة يعتمد على ربحيتها فحسب، ولم تعد تلك المؤسسات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط بل أن مسؤوليتها تمتد إلى مواجهة المتطلبات الاجتماعية أيضا وإرضاء جميع الأطراف ذات المصلحة. ويقصد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية بان المنظمة لا يجب ان يقتصر اهتمامها على استغلال الموارد المتاحة لها اقتصاديا ولكن مسؤوليتها تمتد أيضا على توفير المتطلبات والمسؤوليات الاجتماعية (ياسين، 2008م).

وعلى هذا الأساس فلا بد للمنظمة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع عن طريق تحسين الظروف البيئية والحد من الآثار السلبية لها عن طريق تقليص التلوث. هذا الأمر يمكن أن يتحقق بواسطة نشاط الإبداع التكنولوجي الذي يعمل على استغلال التطورات التكنولوجية الحديثة من أجل تقديم منتجات أو عمليات جديدة أو التحسين فيهما تكون قادرة على إشباع حاجات ورغبات العملاء وتحقيق أهداف المؤسسة الإستراتيجية من جهة، وفي نفس الوقت تكون متلائمة مع الأبعاد الاجتماعية والبيئية، ما يمثل تحدي كبير بالنسبة لإدارة المؤسسة.

## مشكلة الدراسة:

اتسعت المنافسة في القرن الحالي, كل ذلك دفع الشركات والمؤسسات إلى اعتماد ميزات تنافسية جديدة تمتاز فيها عن غيرها متمثلة بالجودة وقلة التكلفة وسرعة التسليم ولكن كل تلك المميزات لم تعد كافية في القرن الحالي بسبب التطور التكنولوجي الكبير والثورة المعلوماتية لذلك كانت هناك الحاجة إلى إنتاج منتجات جديدة أو تحسين منتجات موجودة، فالإبداع التكنولوجي يعتبر اليوم عاملاً حاسماً في قدرة منشآت الأعمال على مواكبة البيئة التنافسية التي تعمل بها ، وأصبح إستراتيجية تتبناها المؤسسات وتسعى إلى استثمارها والاستفادة منها.

أمام التحديات التي تفرضها التنمية المستدامة والمسئولية الاجتماعية المتمثلة في إشباع متطلبات أصحاب المصالح المختلفين وخصوصاً البيئة وما يلحق بها من أضرار نتيجة الإبداع التكنولوجي كتلوث مثلاً لا بد أن تقوم شركة الاتصالات بالموازنة بين الإبداع التكنولوجي والمتطلبات البيئية وإرضاء أصحاب المصالح الأخرى ومن هنا جاءت هذه الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي وهو :

"ما هو دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسئولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة".

وينبثق عنه الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما هو مستوى الإبداع التكنولوجي في شركة الاتصالات الفلسطينية بقطاع غزة؟
- 2- هل تهتم شركة الاتصالات الفلسطينية بقطاع غزة بتبني مفهوم المسئولية الاجتماعية؟
- 3- هل هناك دور للإبداع التكنولوجي في تحقيق المسئولية الاجتماعية؟

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة لمفهوم الإبداع التكنولوجي حيث أن بقاء وتزايد قدرة المنظمات على التنافس يعتمد على مقدار ما تحققه من إبداع تكنولوجي وأيضاً تتبع أهمية الدراسة من حيث أنها الدراسة الوحيدة في فلسطين (حسب علم الباحثة) التي ستقوم بالربط بين الإبداع التكنولوجي وبين المسئولية الاجتماعية لشركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة.

## ثانياً: الأهمية العملية:

تظهر الأهمية العملية أو التطبيقية لهذه الدراسة في النتائج المرجوة، التي قد تساهم في استفادة شركة الاتصالات الفلسطينية منها والمساهمة في تحديد بعض الموضوعات التي يفضل البحث فيها لما لها من أهمية لقطاع الاتصالات في فلسطين وفتح مجال البحث للمهتمين بمثل هذه المواضيع لمناقشة جوانبه المتعددة والمتداخلة ، كما أن هذه الدراسة قد تساعد الإدارة في التنبؤ بالآثار المترتبة على أنشطة الإبداع التكنولوجي على المسؤولية الاجتماعية للشركة وبالتالي المساعدة في وضع استراتيجيات للإبداع التكنولوجي أكثر ملائمة من ناحية تطبيقها في شركة الاتصالات الفلسطينية.

## أهداف الدراسة:

بناء على ما سبق فإن الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو التعرف على دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة.

## وذلك من خلال تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التعرف على مدى اهتمام شركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة بتتمية الإبداع التكنولوجي.
- 2- التعرف على مدى اهتمام شركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة بتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- 3- تحديد دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة.
- 4- تحديد بعض التوصيات والاقتراحات التي تساعد في زيادة الإبداع التكنولوجي لشركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة وزيادة اهتمامها في تحقيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

## سبب اختيار هذه الدراسة:

هناك عدة أسباب ومبررات دعت الباحثة إلى اختيار هذه الدراسة ومنها:

- 1- أهمية الإبداع التكنولوجي على اقتصاد شركة الاتصالات الفلسطينية بشكل عام وعلى دوره في تبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

2- المساعدة في توفير المعلومات التي تساهم في مساعدة شركة الاتصالات الفلسطينية في مواجهة التحديات والمتطلبات التي يفرضها أصحاب المصالح المختلفين (البيئة - المجتمع وغيرهم).

3- قلة البحوث والدراسات في مثل هذه المواضيع ذات الصلة المباشرة بالإبداع التكنولوجي.

### فرضيات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات السابقة تنبثق فرضيات الدراسة وهي على النحو الآتي:

**الفرضية الرئيسية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

ويشتق منها الفرضيات الفرعية الآتية:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البيئية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي في شركة الاتصالات الفلسطينية.

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية.

**الفرضية الرئيسية الثانية:** يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  للإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

**الفرضية الرئيسية الثالثة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين متوسطات آراء المبحوثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى العوامل الشخصية (الجنس، المؤهل العلمي، مكان العمل، سنوات الخبرة).

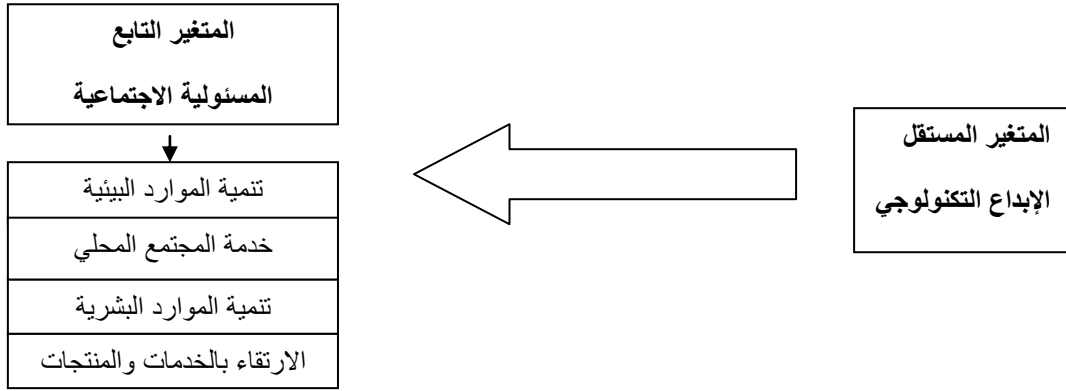
**متغيرات الدراسة:**

**المتغيرات المستقلة:** وتضمن الإبداع التكنولوجي

**المتغير التابع:** المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة ويمكن قياسها من خلال: (الأنشطة الخاصة بتنمية الموارد البيئية، الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي، الأنشطة الخاصة بالاهتمام بالموارد البشرية، الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات والمنتجات)

**المتغيرات الضابطة:** الجنس، العمر المنصب الوظيفي، الخبرة.

شكل (1.1): مخطط يوضح العلاقة بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة



(المصدر: جرد بواسطة الباحثة بالاعتماد على أدبيات سابقة)

**التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:**

**أولاً: الإبداع**

الإبداع هو توليد وظهور فكرة أو منتج أو خدمة أو عمليات أو مخرجات أو سياسات، أو أدوات، أو أجهزة جديدة يمكن تبنيها من قبل العاملين في المنظمة بدعم من الإدارة العليا بحيث يترتب عليها إحداث نوع من التغيير في بيئة المنظمة (Best,1997).

**ثانياً: الإبداع التكنولوجي**

هو اكتشاف وتطوير المنتجات (السلع أو الخدمات أو العمليات)، فاكتشاف وتطوير المنتجات الجديدة تعتبر المدخل لتطوير المعرفة الجديدة وترجمتها إلى تطبيقات تجارية (William,2007,p.228).

### ثالثاً: إبداع المنتج :

هو تغيير في الخصائص المادية للمنتجات بحيث نحصل على منتجات جديدة أو تحسين أداء المنتجات الموجودة حالياً (الغالي والعامري، 2012م، ص185).

### رابعاً: إبداع العملية:

يعرف بأنه تطوير عمليات جديدة في إنتاج المنتجات أو تحسين العمليات الحالية (Troh, 2012,p.35).

### خامساً: المسؤولية الاجتماعية:

هي الالتزام نحو الجمهور العام والمجموعات ذات الاهتمامات المميزة بعمل المنظمة كالعاملين والمساهمين، والموردين، والموزعين وغيرهم بما يحقق توقعاتهم من وجود المنظمة، وهذا المفهوم للمسؤولية الاجتماعية لا يلغي أهداف المنظمة في تحقيق الأرباح (الخالدي، 2010م، ص77).

### سادساً: شركة الاتصالات الفلسطينية:

شركة الاتصالات الفلسطينية هي شركة مساهمة عامة أنشئت في العام 1997 من أجل تقديم خدمات الاتصالات المختلفة ومواكبة التطورات التكنولوجية لتوفير كل ما هو جديد في تكنولوجيا الاتصالات للمشاركين (موقع الاتصالات الفلسطينية، د.ت).



# الفصل الثاني

## الإطار النظري

## المبحث الأول الإبداع التكنولوجي

### المقدمة:

يعد الإبداع ظاهرة قديمة، فمنذ بدء الخليقة والإنسان يبذل ويخترع وكذلك الجماعة والمنظمة والمجتمع، وقد دخل هذا الموضوع محورا للتناول الفلسفي، إلا أن الاهتمام العلمي المنظم لم يبدأ به إلا أوائل الخمسينات من القرن العشرين (فاضل، 2007م، ص46).

يعتبر الإبداع من الأمور الهامة بالنسبة لجميع المنظمات التي تواجه بيئة تنافسية متغيرة. وقد أصبح تشجيع الإبداع والحث عليه في مقدمة الأهداف التي تسعى العديد من المنظمات إلى تحقيقها، وقد ازدادت أهمية الإبداع في ظل ازدياد حدة المنافسة بين المنظمات وخاصة المنافسة الدولية والتي زادت من حاجة المنظمة إلى الإبداع تجنباً لخطر التقهقر والزوال (نجم، 2003م).

### مفهوم الإبداع:

يشير مصطلح الإبداع إلى التجديد إذ يعتمد بشكل أساسي على المبادرة والمبادرة. إن المؤسسات دائماً بحاجة لتطوير مخرجاتها وأساليب عملها لتحسين نتائجها والتغلب على المنافسين وتحقيق التميز ولقد أشار Leavitt (1995) عن الإدارة في الثمانينات إلى أن أكبر المؤسسات لن تستطيع البقاء في السوق ما لم تدخل تعديلات أساسية في أساليب الإنتاج أو الجوانب التنظيمية وهذه لتغيرات هي بحقيقة الأمر إبداع، إن مصطلح "الإبداع" يعد من بين أكثر المصطلحات شيوعاً في الوقت الراهن في أدبيات الإدارة (هيجان، 1999م، ص8).

ويعتبر تعريف الإبداع من التعريفات المعقدة، فقد تعددت التعاريف لاختلاف الجوانب والمدخل التي يهتم بها العلماء، فالإبداع نفسه يمتاز بالتعقيد وأي محاولة للوصول إلى تعريف محدد للإبداع يتعارض مع فكرة الإبداع نفسه (الهويدي، 2007م).

### مفهوم الإبداع من الناحية اللغوية:

والإبداع هو إيجاد الشيء بصورة مخترعة على غير مثال سابق وخير مثال على ذلك إبداعه سبحانه وتعالى للسموات والأرض والإبداع في اللغة من الفعل أبداع بمعنى أحدثه وأنشأه، وقد عرف معجم ويبستر (2006م) الإبداع في اللغة: بأنه مصطلح يشير إلى القدرة على الإيجاد وفي لسان العرب بأن الإبداع من بدع أي أنشأه وبدأه أولاً وفي المعجم الوسيط من بدعه بدعا أي أنشأه على غير مثال (دبيك، 2015م، ص8)، فالإبداع لغة: هو استحداث أو ابتكار شيء جديد، فهو نقيض التقليد والمحاكاة واجترار المؤلف (الطيب، 1988م، ص10).

## مفهوم الإبداع من الناحية الاصطلاحية:

اختلف الكتاب والباحثين في تحديد المعنى الاصطلاحي للإبداع بسبب اختلاف آرائهم ووجهات نظرهم واختلاف الجوانب والمداخل التي يهتمون بها والأهداف التي يريدون تحقيقها. فقد عرفه الشيخ (2000م، ص86) بأنه "أسلوب عقلائي ومنطقي نحو فكر جديد له أدواته وتقنياته في ظهور أفكار جديدة".

كما عرفه جلدة وعبوي (2006م، ص23) بأنه الإتيان بفكرة أو مجموعة جديدة غير مألوفة عند الغير، تشكل تحسینًا وتطويرًا على النمط الموجود.

وعرفه بلوط (2005م، ص358) بأنه "المقدرة أو البراعة الفردية أو الجماعية في إنشاء أفكار جديدة أو مفاهيم جديدة، أو اكتشاف سبل جديدة بهدف تطوير أفكار جاهزة ومفيدة".

كما أشار الصرن (2000م، ص28) إلى أن الإبداع عبارة عن "أفكار تتصف بأنها جديدة ومتصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع أو إعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة"، وعرفه الشرييني وصادق (2002م، ص103) بأنه "عملية تشير إلى مجموعة من السمات والقدرات والعوامل، التي تظهر في سلوك الشخص المبدع بدرجة عالية".

ويحيط بمفهوم الإبداع الغموض لأنه يتطرق إلى جوانب كثيرة ويشمل نتاج جميع العاملين في المنظمة المتنوعين في تفكيرهم ومعارفهم ويرى عيسى (1999م) ان مصطلح الإبداع يتطرق إلى ثلاثة أمور هي:

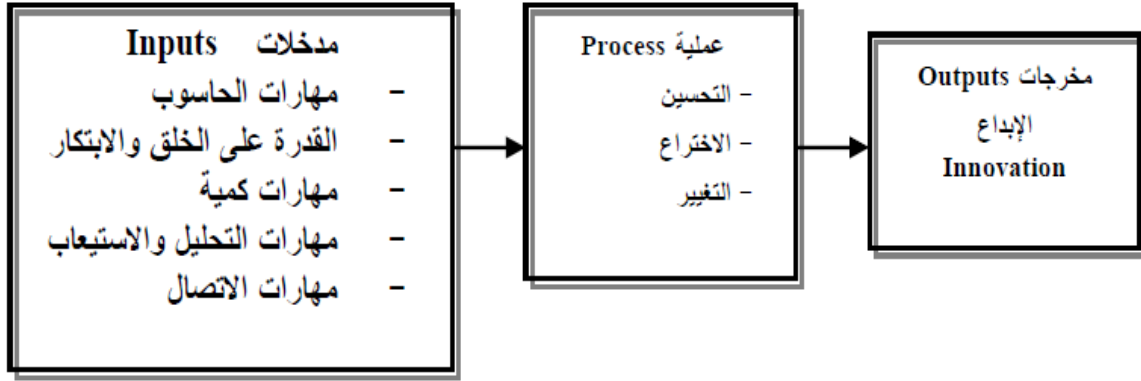
- 1- أن الإبداع فعل تغيير وأدواته الخيال والتصور والمعرفة بأنواعها.
- 2- الإبداع عمل واع وجهد دؤوب لا يأتي دون عناء.
- 3- الإبداع ابتكار تستنبط فيه الحقائق غير المعروفة من حقائق معروفة في الأصل.

وقد صنف جبر (2010) تعريف الإبداع الى خمس محاور هي كالتالي:

- 1- النظر للإبداع على انه عملية.
- 2- التركيز على الإبداع الإداري وحل المشكلات.
- 3- التركيز على سمات المبدعين الشخصية.
- 4- التركيز على الإمكانيات والاستعدادات الكامنة للإبداع.
- 5- التركيز على مراحل عملية الإبداع وهي: الإعداد، الاختمار، الإشراف، التعبير.

مما سبق يتضح أن الإبداع هو توليد وظهور فكرة أو منتج أو خدمة أو عمليات أو مخرجات أو سياسات، أو أدوات، أو أجهزة جديدة يمكن تبنيها من قبل العاملين في المنظمة بدعم من الإدارة العليا بحيث يترتب عليها إحداث نوع من التغيير في بيئة المنظمة. ويعتبر الإبداع مخرجات لعمليات التغيير والاختراع والتحسين والتي تكون مدخلاتها الأساسية القدرة على الخلق والابتكار فضلا عن المهارات الكمية ومهارات الحاسوب ومهارات أخرى تم توضيحها بالشكل (2.1) (العامري، 2005م).

شكل (2.1): مخطط يوضح مراحل عملية الإبداع



المصدر: العامري، صالح، العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي: دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 21، لعدد الثاني 2005

### خصائص الإبداع:

تتصف العملية الإبداعية بمجموعة من الصفات والخصائص تتمثل في:

- 1- الإبداع يعني التمايز وهو الإتيان بما هو مختلف عن الآخرين من المنافسين المباشرين والغير مباشرين حتى ينشئ شريحة سوقية يكون هو الجهة المتقدمة في إيفاء احتياجاتها.
- 2- الإبداع يعني الجديد وهو الإتيان بالجديد كلياً أو جزئياً في مقابل الحالة القائمة وأيضاً يمثل مصدر للتجدد للمحافظة على وضع المنظمة في المجتمع الموجودة به.
- 3- الإبداع هو أن تكون المتحرك الأول بحيث تكون صاحب الأفكار الجديدة (الأصل) ويكون الآخرين هم المقلدين، أي أن يكون صاحب الإبداع أسرع من المنافسين في التوصل لكل ما هو جديد (خالدي، 2014م).

- 4- الإبداع ظاهرة فردية وجماعية فهو ليس حكراً على الأفراد حيث يمكن أن يتم تنفيذه عن طريق المؤسسات.
- 5- التفكير في الإبداع هو تفكير شامل لجميع جوانب المشكلة ويضع حدة حلول ومقترحات للتغلب على المشكلة.
- 6- يرتبط الإبداع بالعوامل الموروثة ويمكن تطويره.
- 7- تستوجب فعالية الإبداع أن يكون موجهاً لإشباع احتياجات أو رغبات معينة.
- 8- الإبداع يبدأ دائماً بالتحليل للفرص وبالتفكير في استغلال هذه الفرص وتحويلها إلى إمكانات إبداعية (العجلة، 2009م).

### أنواع الإبداع:

للإبداع تصنيفات ومستويات متعددة تختلف باختلاف وجهات نظر الكتاب والباحثين فقد قام (تايلور) بتقسيم الإبداع إلى مستويات مختلفة هي: (الزهري، 2002م، ص58)

- أ- الإبداع التعبيري (Expressive Creativity): وتكون فيه الأصالة والكفاءة على قدر قليل من الأهمية.
- ب- الإبداع الإنتاجي (Productive Creativity): وهو الذي يرتبط بتطوير آلة أو منتج أو خدمة.
- ت- الإبداع الاختراعي (Inventive Creativity): ويتعلق بتقديم أساليب جديدة.
- ث- الإبداع الابتكاري (Innovative Creativity): يشير إلى التطوير المستمر للأفكار وينجم عنه اكتساب مهارات جديدة.
- ج- إبداع الانبثاق (Emergence Creativity): هو نادر الحدوث لما يقتضي من وضع أفكار وافتراضات جديدة كل الجدة.

وقد قام staw بتصنيف الإبداع إلى ثلاث محاور وهي: (جبر، 2010م)

- أ- الإبداع على مستوى الأفراد: وهو الذي يقوم به الأفراد بطرح فكرة تسهم في حل مشكلة ما أو في زيادة الإنتاجية وتطوير عمل المؤسسة وهو يعتمد على الصفات التي يمتاز بها الأفراد وعلى دوافعهم.

ب- **الإبداع على مستوى الجماعات:** وهو الإبداع التي تقوم به الجماعات مع بعض ويعتمد على اتحاد الجهود المبذولة من الأفراد ومشاركة الجميع وعملهم بروح الفريق بحيث يتم تبني الفكرة للفريق وتنفيذها.

ت- **الإبداع على مستوى المنظمات:** فقد عرف بأنه المخرجات الناتجة عما يحدث بين الخطة الإستراتيجية والبناء التنظيمي من جهة وبين الثقافة والمناخ التنظيمي من جهة أخرى.

وقد تم تقسيم الإبداع بحسب طبيعة تأثيره الى نوعين هما:

#### أ- الإبداع الجذري:

وهو عبارة عن إنتاج منتجات بشكل سلع خدمات جديدة او تكنولوجيا مطورة من قبل المنظمة لتحل محل سلع وخدمات وتكنولوجيا موجودة في القطاع الذي تعمل فيه المنظمة (جويده و الجزائروي، 2002م، ص187) ، وقد أطلق عليه بعض الباحثين بالإبداع الكلي أو الرئيسي (الملا، 2009م، ص45).

وقد أشار الكبيسي (2002م، ص98) بعد قيامه بالأبحاث إلى أن الإبداع لا يعد جذريا ما لم يحقق بعض او كل الشروط الآتية: -

- إشباع حاجات جديدة.
- إشباع حاجة قائمة للمشتريين ولكن بفاعلية (5) مرات عما اعتاد عليه هؤلاء.
- تخفيض تكاليف الإنتاج بنسبة لا تقل عن 30 % عن المنافسين.
- تحقيق أرقام مبيعات تفوق المتوقع مرتين على الأقل.

#### ب- الإبداع التدريجي (المتزايد):

هو سلعة أو خدمة تكنولوجياية محسنة عما هو موجود ولكن متكرر وبتزايد باستمرار، ويستند على أساس استمرارية التحسين وتوسيع التطبيقات الخاصة بالإبداعات الجذرية (العامري والغالبي، 2007م، ص410) ، وقد أطلق عليه بعض الباحثين بالإبداع الجزئي أو الثانوي (الملا، 2009م، ص45).

وقد صنف كاظم (2008م) نقلا عن Antong و Hodge الإبداع إلى ثلاثة تصنيفات

هي:

أ- **الإبداع التكنولوجي**: يتعلق باستخدام أو ابتكار أداة أو تقنية أو وسيلة أو نظام إنتاجي أو عملية جديدة.

ب- **الإبداع الإداري**: يشير إلى التغييرات في هيكل المؤسسة أو أنشطتها.

ت- **الإبداع المساعد**: يشمل الخدمات أو المنتجات المقدمة من المؤسسة والتي تذهب إلى ما وراء الوظائف التقليدية.

### **الإبداع التكنولوجي:**

تم التعريف بالمقصود بمصطلح الإبداع سابقا أما مصطلح التكنولوجيا فهو تعريب لكلمة Technology وهي كلمة يونانية تتكون من مقطعين Techno التي تعني الفن ، و Logos التي تعني علما. وعليه فإن التكنولوجيا تربط ذهن الإنسان وإبداعه الفكري أو خياله العلمي بالتطبيق المادي وكل ذلك يكون من خلال معالجة هادفة لإحداث تحولات في كل من الأسلوب والوسيلة معا (معروف ، 2006م، ص24) .

ويعرف الجاسم (2005م، ص50) التكنولوجيا بأنها " التطبيق المنظم للمعرفة ، والعلوم الأخرى المنظمة ، في مجال معين أو التطبيق العلمي التي تتعلق بالعلوم الطبيعية بهدف الحصول على نتائج علمية محددة ، بمعنى أن التكنولوجيا الجانب التطبيقي للمعرفة والنظريات العلمية لتحقيق أهداف محددة "، ويعرفها Daft بأنها "الأدوات و الأساليب والإجراءات والمعرفة المستخدمة لخلق منتج أو خدمة (Daft,2001,p.199) .

ويعرفها الطائي بأنها " بأنها الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها وتطويرها لخدمة الإنسان ورفاهيته. " (الطائي ، 2006م، ص9).

وبمفهوم أشمل تجمع التكنولوجيا بين الجوانب المادية وغير المادية لتتضمن معارف ومعدات وأدوات وتقنيات وطرائق ومهارات وقواعد لتحويل المواد إلى منتجات أو خدمات، لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، الحقيقية والمتوقعة (اللامي ، 2007م، ص28).

بعد ما تطرقنا لتعريف الإبداع والتكنولوجيا، سوف نتطرق الآن إلى تعريف الإبداع التكنولوجي بحيث أن هناك عدة تعاريف حاولت توضيح معنى الإبداع التكنولوجي.

### **مفهوم الإبداع التكنولوجي:**

استعمل مصطلح الإبداع التكنولوجي بالمعنى الحديث لأول مرة من طرف الاقتصادي Josef Schumpeter سنة 1939، بقوله إن الإبداع التكنولوجي هو التغيير المنشأ أو

الضروري، وقد ورد هذا التعريف في القاموس الإنكليزي لأكسفورد ( OED:L'Oxford English Dictionary)، وعرف الإبداع التكنولوجي في قاموس Petit Robert طبعة سنة 1992 بأنه " إدخال شيء معد من شيء جديد، وغير معروف".

ولا ينبغي أن يذهب بنا التفكير إلى أن الإبداع التكنولوجي يكون فقط في اختراع جهاز جديد أو شيء جديد، بل إن الإبداع التكنولوجي قد يكون بفكرة إدارية أو بطريقة أداء أعمال مألوفة بطريقة غير مألوفة (الهوري، 2010م). فقد عرف Jones الإبداع التكنولوجي بأنه العملية التي يمكن للشركة من خلالها أن تستخدم مواردها لتقديم منتجات أو استخدام عمليات جديدة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن" (الطويل، 2009م، ص7). ويشير العامري (2005م، ص148) إلى أن الإبداع التكنولوجي ما هو إلا نوع من التحديث والأصالة في المنتج، وبعبارة أخرى فإن الإبداع التكنولوجي وفق وجهة النظر هذه هو "تطوير أو تحسين لمنتج موجود أو إطلاق منتج جديد للسوق".

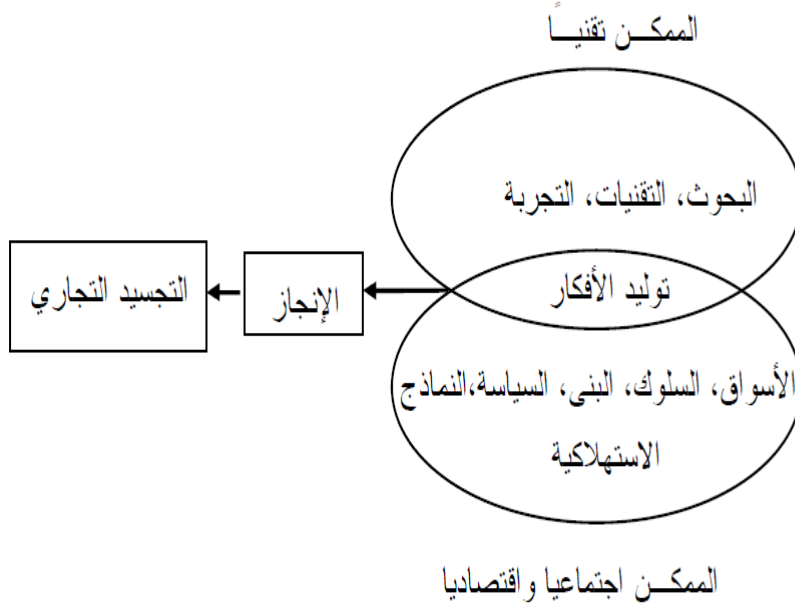
و يعرف كل من Bon and Mustafa (2013, p.521) الإبداع التكنولوجي بأنه " تبني تكنولوجيا جديدة يتم دمجها في العمليات أو المنتجات، كما يتيح الإبداع التكنولوجي النجاح على المدى الطويل في السوق من خلال تحقيق مزايا تنافسية عالية". أما Kim Kumar and Kumar (2012, p.5) فيروا أن الإبداع التكنولوجي هو "تبني تكنولوجيا جديدة يتم دمجها في الخدمات أو العمليات المصرفية". وعرفه Robbins بأنه "التغيرات التكنولوجية المتعلقة بالأجهزة والمعدات والأساليب والأتمتة والحاسوب" (دبيك، 2015م، ص21).

ويشير Ju and Fu (2012,p.2) إلى أن الإبداع التكنولوجي هو "تكنولوجيا التصميم، والتصنيع، والأنشطة التجارية المتعلقة بأول تطبيق تجاري من المنتجات والعمليات الجديدة".

ويتضح أن الإبداع التكنولوجي يتجسد من خلال قرار تقديم المؤسسة لمنتج أو عملية إنتاجية جديدة للسوق (التجسيد التجاري)، فالإبداع التكنولوجي بذلك يصبح ذلك الالتقاء بين ما هو ممكن اجتماعيا، اقتصاديا وتقنيا (بن قطاف، 2007م، ص29) ، والشكل (2.2) يوضح هذه العلاقة:



## شكل (2.2): الإبداع التكنولوجي



المصدر: بن قطاف أحمد، أهمية حاضرات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبدعة في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006/2007، ص / 29 الجزائر.

ومن خلال التعاريف السابقة ترى الباحثة أنه يمكن تعريف الإبداع التكنولوجي بأنه "تطبيق لمعارف علمية وتكنولوجية وبأنه عملية متواصلة تتطلب التنسيق والتنظيم لنجاحها وهو يتعلق بالمنتج وأساليب الإنتاج ويكون الهدف منه تحسين المنتجات والخدمات المقدمة من المؤسسة".

### خصائص الإبداع التكنولوجي:

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج خواص الإبداع التكنولوجي الأساسية وهي:

- 1- أن الإبداع التكنولوجي هو تطبيق معارف تكنولوجية جديدة يعترف بها في السوق.
- 2- أن يكون مرتبطا بالإنتاج والإنتاجية، بحيث أن كل إبداع لا يؤدي إلى تحسين في عملية الصنع أو استخدام عناصر الإنتاج ولا في توفر منتجات جديدة أو تحسين المتواجدة لا يعتبر إبداعا تكنولوجيا بالمعنى الصحيح.
- 3- الإبداع التكنولوجي الناجح هو إبداع يحظى بالقبول بالسوق حيث أن الإبداع التكنولوجي عامل أساسي في المنافسة وبالتالي في نشاط السوق وديناميكيته.

4- أن الجهود الإبداعية المبذولة دون الوصول إلى التحكم أو تقليل التكاليف ليست إبداعات تكنولوجية، والنقطة الأساسية هنا هي أن الإبداع التكنولوجي يحمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية وسعر البيع، فالأسلوب الفني الذي لا يخفض من تكلفة الإنتاج لا يستطيع أن يضمن ازدهار المؤسسة (رحماني، 2009م).

ويري الغالبي والعامري (2005م) بأن هناك علاقة بين الإبداع التكنولوجي والصفات التنظيمية بالمؤسسة وهي (الخبرة التي تتمتع بها المؤسسة في مجال العمل، حجم المؤسسة في بيئتها ومدى المنافسة في القطاع التي تعمل به المؤسسة، ووجود قسم للبحث والتطوير، وعدد المنتجات البديلة) حيث أن درجة الإبداع التكنولوجي تتأثر تأثير إيجابي أو سلبي بكل صفة من هذه الصفات.

### أنواع الإبداع التكنولوجي:

وبناء على التعاريف السابقة يتضح ان الإبداع التكنولوجي ينقسم إلى نوعين هما:

1. إبداع المنتج (الخدمة): هو الإبداع الذي يهدف إلى التغيير الخصائص والمكونات المادية والأدائية للسلعة أو الخدمة وذلك بتحسينه أو تطويره أو بإنتاج بديل (خدمة أو منتج جديد بالكامل)

وحيث يضم هذا الإبداع نوعان:

أ- تقديم منتج (خدمة) جديد: أي تقديم منتج (خدمة) جديد لم يتم تسويقه وبيعه في السوق من قبل.

ب- تحسين منتج (خدمة) حالي: أي تغيير بعض خصائص المنتج (الخدمة) الحالي لزيادة بقائه وتحسين أدائه (منصور و الخفاجي، 2010م).

2. إبداع العملية: ويعرفه Satish, K.P. and Srinivasan. R بأنه الحادثة في

العمليات الجديدة والقدرة على تطوير عمليات جديدة

وحيث يضم هذا الإبداع نوعان:

أ- تصميم عملية إنتاجية: بطريقة تؤدي إلى تحسين نوعية الإنتاج وكميته.

ب- تحسين عملية إنتاجية حالية: تتمثل في إحداث تغييرات تختلف في درجة

شموليتها في عمليات الإنتاج ( Satish, K.P. & Srinivasan. R, )

(2009).

## دوافع الإبداع التكنولوجي:

إن للجوء المنظمات إلى الإبداع التكنولوجي وتحملها للمخاطر الناتجة عن ذلك أسباب عدة وهي: (العامري، 2005م)

- 1- المنافسة الحادة في السوق إن البيئة التي تعمل فيها المنشآت على اختلاف أنواعها هي بيئة ديناميكية متحركة ولا يكاد يمر يوم دون أن تكون هناك تغيرات، وعليه أصبح لزاماً على المنشآت اللجوء إلى الإبداع وتحمل مخاطره من أجل الحفاظ على الحصة السوقية.
- 2- الاكتشافات العلمية - التكنولوجية بشكل عام والتي أدت إلى التطبيق الفوري تقريباً لنتائج الأبحاث والاكتشافات التي تتعلق بالإنتاج والتصميم وتحسين الجودة فلقد أصبحت الفترة المنصرمة بين التوصل إلى النتائج أو الاكتشافات وتجسيدها في شكل منتجات مادية قصيرة جداً وهذا شجع على تطوير الأبحاث والإكثار من التعاقدات مع مراكز البحث والجامعات بل وإقامة المختبرات الخاصة بالشركات نفسها وتطويرها.
- 3- إمكانية الإنتاج بحجوم كبيرة، وهذا يعني كميات كبيرة من الأرباح وانخفاض أكبر بالتكاليف نتيجة لتقسيم التكاليف الثابتة على عدد أكبر من الوحدات ومن ثم إمكانية البيع بأسعار منافسة ومن ثم المنافسة بشكل أفضل.
- 4- أزمة الطاقة إن هذا العامل كان له فضل كبير على تطوير الكثير من المنتجات وتقديم عدد هائل من المنتجات الكهربائية والميكانيكية التي تساعد على الاقتصاد باستهلاك الطاقة، ويؤكد الباحثين دور هذا العامل في الفترة التي سجلت عدداً هائلاً من الاختراعات والتغييرات في وظائف المنتجات المختلفة وهي عقد السبعينيات حيث حصلت الأزمة الأولى للطاقة في عام 1973 وقد أثبت الحال أن الأزمات في كثير من الدول كانت سبباً في الإبداع حيث تزداد الحاجة للبحث عن حلول للمشاكل المترتبة على تلك الأزمات.
- 5- التسهيلات والمساعدات الحكومية التي تُقدم لدعم عمليات الإبداع التكنولوجي سواء كانت في شكل مساعدات فنية أو مالية، حيث لا يكاد يخلو بلد من بعض المنظمات التي ترعى المنشآت المبدعة خصوصاً الصغيرة منه.
- 6- تكنولوجيا المعلومات إن التطور الهائل في هذا النوع من الوسائل قد أدى إلى الكثير من الإضافات، منها ما هو بشكل سلع وخدمات كتلك التي تقدمها الإنترنت أو في

شكل تصميم سهل وسريع لمئات بل آلاف المنتجات كما هو الحال في إنتاج بطاقات المناسبات والتهناني، كمثال بسيط وغيرها من المنتجات المشابهة.

7- تحقيق المرونة من خلال زيادة تنوع الخدمات وتقديم خدمات بدورة حياة إنتاجية قصيرة.

### أهداف الإبداع التكنولوجي

يفترض دائما أن كل إبداع تكنولوجي لابد أن يسفر بطريقة تلقائية عن تأثير مرغوب فيه (عائد اقتصادي) سواء من وجهة نظر المبدع أو من تبنى الإبداع أو المجتمع ككل، وهذا الخط الفكري يقوم على الروابط التالية: (عامر، 2001م)

1- تسفر التأثيرات المادية لجميع الإبداعات التكنولوجية إما عن (منتجات جديدة) الأمر الذي يعني مزيدا من الأرباح، وكفاءات أعلى في الإنتاج أو (عمليات إنتاجية جديدة) الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الإنتاجية.

2- إن الارتفاع في الإنتاجية يعني الانخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج.

3- إن الانخفاض في تكلفة الوحدة من الناتج يسفر عن ارتفاع الأرباح ونمو المؤسسات، الأمر الذي يشكل الدوافع الرئيسية من أجل جهود أخرى لإنتاج المزيد من الإبداعات التكنولوجية.

4- إن الارتفاع في الإنتاجية يعني زيادة الناتج الكلي بنفس القدر من الموارد، الأمر الذي يعني الحفاظ على الموارد في المجتمع.

5- إن المزيد من الإبداعات التكنولوجية والانتشار السريع لها يعتبر أهدافا اجتماعية مرغوب فيها، وهذا يعني أن هناك تطابق بين أهداف المؤسسة وبين أهداف المجتمع ككل.

6- بما أن نتائج الإبداعات التكنولوجية قد تحققت بالكامل يصبح هناك تطابق بين الأهداف المرجوة والنتائج الفعلية.

وتتفق معظم المؤسسات على هذه الأهداف النهائية التي تسعى لتحقيقها من أجل تحسين الأداء الاقتصادي لها في شكل زيادة في الإيرادات أو تخفيض في التكاليف.

## مصادر الإبداع التكنولوجي:

يعتبر دور الإبداع التكنولوجي دوراً أساسياً في استمرارية ونجاح أي مؤسسة تعمل في بيئة تمتاز بدرجة تنافس عالية، ولذلك يعتبر الحصول على أفكار جديدة وفعالة من أهم مصادر الإبداع التكنولوجي ويمكن الحصول على هذه الأفكار من خلال: (نصيرة وهوارية، 2010م)

- 1- تقارير واقتراحات قسم التسويق بالمؤسسة
- 2- تقارير واقتراحات دائرة الإنتاج
- 3- تقارير واقتراحات دائرة الإعلانات
- 4- رغبات المستهلكين وطلباتهم
- 5- مراكز البحث العلمي
- 6- آراء المستشارين ومتطلبات المسؤولية الاجتماعية اللازم تحقيقها من قبل المؤسسة حتى تستمر بعملها داخل بيئتها التي تمتاز بالتنافس.

ومن المصادر الأخرى للإبداع التكنولوجي: (Abereijo & Adeniyi, 2009)

اقتناء تكنولوجيات متطورة وحديثة أولاً بأول، التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث، ممارسة نشاطات مرتبطة بزيادة المعارف لدى العاملين بالمؤسسة وإطلاعهم أولاً بأول على كل ما هو جديد في مجال عملهم، الأحداث غير المتوقعة التي تواجهها المؤسسات فكثيراً هي المؤسسات التي ابتكرت منتجات جديدة بطريقة المصادفة، بل إن بعضها ضاعف أرباحه.

### معايير قياس الإبداع التكنولوجي:

يعتبر الإبداع التكنولوجي عنصر مهم لمحافظة على استمرارية المؤسسة ونجاحها ولذلك هناك عدة معايير ومحددات يتم استخدامها لقياس الإبداع التكنولوجي ولأي درجة تعتبر المؤسسة مبدعة تكنولوجياً ومن أهمها:

#### 1. نفقات البحث والتطوير:

ويعتبر أهم محدد و تستعمل بشكل واسع قيمة البحث والتطوير كقياس للاستثمارات في الإبداع، فالولايات المتحدة الأمريكية تخصص ما يقارب 1.96% من إجمالي الناتج القومي الصافي للبحث بينما تخصص اليابان 2.01% فأغلب الأبحاث تقوم بها المؤسسات وخاصة الكبيرة التي يكون تعداد موظفيها أكثر من 1000 موظف بهدف زيادة ربحيتها والمحافظة على بقائها، فعند مقارنة الأبحاث التي تجريها المؤسسات مع التي تجريه الدول

نلاحظ أنها تستحوذ على 80% من الأبحاث أما القطاعات الأكثر استثمار في البحث والتطوير فهي قطاع الطيران، الفضاء، الكمبيوتر، الصيدلة، الاتصالات والسيارات. والانتقاد الوحيد لمنهجية هذا المقياس كونه قياس خارجي للإبداع، وليس تعداد أو قيمة للإبداعات الحقيقية الناتجة (Alvarez, 2001).

## 2. عدد براءات الاختراع:

إن الحصول على اختراعات جديدة يعتبر نتيجة من نتائج البحث والتطوير التي يتم إجرائها بالمؤسسة ويعتبر عدد براءات الاختراع التي تحصل عليها المؤسسة مصدر مهم للحصول على معلومات عن الإبداع ولكن من جهة أخرى ممكن أن تعطي معلومات براءات الاختراع معلومات غير صحيحة عن درجة الإبداع لعدة أسباب مختلفة مثلا أن تكون براءات الاختراع التي تم الحصول عليها ليست على مستوى عالي من الإبداع التكنولوجي أو أن تقوم المؤسسة باللعب بالمعلومات بهدف تضليل منافسيها وهذا يسمى (تشويش براءات الاختراع) (Schilling, 2013).

## 3. تعداد الإبداعات التكنولوجية:

ويقصد بها عمل قائمة لمختلف المؤسسات تحتوي على إبداعاتها التكنولوجية وهذا المصدر من المعلومات غير متوفر في كثير من الدول، ومن المفترض أن يعتبر هذا المصدر أفضل المصادر للحصول عن المعلومات عن الإبداعات التكنولوجية ولكن يؤخذ على هذا التعداد الطابع الذي يتميز به فيجب قي البداية أن يحددوا ماذا يمثل إبداع تكنولوجي وما لا يمثل، وعادة ما يفصلون بين الإبداعات التكنولوجية المهمة وغير المهمة (Schilling, 2013)

## استراتيجيات الإبداع التكنولوجي:

اختلاف الظروف والعوامل المحيطة بالمؤسسة واختلاف الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف لدى كل مؤسسة كل ذلك يجعل لكل مؤسسة خصوصيتها التي تحتاج الى إستراتيجية معينة لتتبعها في عملية الإبداع التكنولوجي وأيضا ممكن أن تقوم المؤسسة بالدمج بين أكثر من إستراتيجية مع بعض بما يتلاءم مع احتياجات المؤسسة ومن أهم استراتيجيات الإبداع التكنولوجي التي يمكن تبنيها:

## 1- الإستراتيجية الهجومية أو إستراتيجية قائد السوق:

تسعي المؤسسات التي تتبع هذه الإستراتيجية إلى أن تكون المؤسسة الرائدة في مجال عملها وأن تكون المهيمنة على السوق من خلال إتباع إجراءات معينة، ويحتاج اتباع هذه الإستراتيجية إلى إمكانيات عالية لدى المؤسسة في مجال البحث والتطوير كما تتطلب توفر إمكانيات مادية واستعداد للمخاطرة (كدسة، 2011م).

## 2- الإستراتيجية الدفاعية:

وتسمى أيضا بإستراتيجية إتباع القائد وتعتبر هذه الإستراتيجية بديلا عن الإستراتيجية الهجومية فلأن الإستراتيجية الهجومية خطيرة ومكلفة فإن المؤسسات تفضل تبني وضعية دفاعية تمكنها من تجنب المخاطرة الناتجة عن الإبداع التكنولوجي (نجم، 2003م)، هذه الإستراتيجية تتطلب إمكانيات قليلة للبحث ولكنها تحتاج إلى قدرات هندسية وتطويرية تكون جاهز للاستجابة وللحاق بالمؤسسات التي تحقق نجاحا في مجال التطوير (كدسة، 2011م).

## 3- الإستراتيجية الموجهة للتطبيقات (الإستراتيجية الفرصية):

هذه الإستراتيجية تحتاج إلى جهود كبيرة في مرحلة الإنتاج وجهود قليلة في مرحلة البحث والتطوير وهذه الإستراتيجية تطبق على مجال واسع في المؤسسات الصغيرة أو المتوسطة ومن خلال هذه الإستراتيجية يتم البحث عن فئة معينة في السوق وتقوم المؤسسة بإنتاج منتج معين وتحاول البحث عن فرصة سوقية لتصريف منتجها من خلال مراقبة الزبائن في السوق المستهدف (علي، 2006م).

## 4- إستراتيجية الإنتاج الكفاء:

تقوم هذه الإستراتيجية على تخفيض التكاليف باستمرار وتعتمد في المنافسة على السعر والتجهيز الفعال وهذه الإستراتيجية تتبعها المؤسسات الصغيرة، وتحتاج هذه الإستراتيجية الي جهد في البحث والتطوير لتقليل تكاليف الإنتاج وبالتالي تخفيض أسعار المؤسسة (كدسة، 2011م).

## 5- المزيج الاستراتيجي:

كل مؤسسة تمتاز بخصوصيتها ولذلك لا توجد إستراتيجية مثلي يمكن تطبيقها على جميع المؤسسات وإنما يمكن لكل مؤسسة أن تحدد الإستراتيجية الملائمة لها بناء على

ظروفها الداخلية والخارجية وإمكانياتها وطبيعة عملها والسوق الذي تستهدفه وهذا يتطلب تحليل عميق للبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة لتحديد الإستراتيجية المناسبة لها لتتباها ومن خلال تحديد الإستراتيجية التي تتبناها المؤسسة يمكن تحليل سلوكها التنبؤ باتجاهاتها المستقبلية ولذلك يمكن اعتبار الإبداع التكنولوجي كبعد استراتيجي مهم للتنبؤ بالمستقبل (الغني، 2013م).

### العوائق التي تواجه الإبداع التكنولوجي:

رغم النشاطات التي تقوم بها المؤسسة لتنمية الإبداع التكنولوجي فيها فإنها تواجه عقوبات ومصاعب تحد من إبداعها التكنولوجي، ويمكن تقسيم هذه العوائق ضمن ثلاث فئات رئيسية:

#### • عوائق على المستوى الاقتصادي:

نقص الميزانية المخصصة لنشاط الإبداع وقلة الموارد المالية يعتبر من أهم الصعوبات التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات الخاصة والعامة أو الحكومية وغيرها، فنتيجة لضعف الموارد المالية تقل المخصصات المالية المخصصة لعملية البحث والتطوير والذي تعتبر من أهم عمليات الإبداع التكنولوجي وأيضاً التكاليف العالية للتجهيزات المستعملة لعملية الإنتاج تحد من الإبداع التكنولوجي في المؤسسة ويعتبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية والمالية التي تمثلها إدخال إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق، أو المخاطرة في الفرع الاقتصادي من أهم العوائق التي تقف في وجه الإبداع التكنولوجي (الهوري، 2010م).

ومن ضمن العوائق الاقتصادية التي يواجهها الإبداع التكنولوجي الظروف الاقتصادية العامة التي يمر بها القطاع الذي تعمل فيه المنشأة والمردود المنخفض المتوقع من الإبداع وعدم اكتراث المستهلكين للمنتجات الجديدة (Schermerhorn, 1997).

#### • عوائق على المستوى الاجتماعي:

اختلاف المستويات الإدارية في المؤسسة (المساهمين، مجلس الإدارة، العمال، نقابة العمال) والاتصال السيئ بينهم وقلة الوقت المخصص لمشاريع الإبداع التكنولوجي يعتبر من أبرز العوائق التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي حيث لا تتضافر جهودهم في اتجاه واحد يساعد في عملية الإبداع فكل فرد يوجه جهده تجاه الشيء الذي يمثل مصلحته وأيضاً صعوبة تقبل المستخدمين لفكرة جديدة لعملية الإنتاج لأنهم يرون أنها تمثل تهديد على وظائفهم في المؤسسة، لذلك يجب توعيتهم بضرورة الإبداع التكنولوجي لضمان مستقبل المؤسسة ولهم أيضاً،



ويمثل مستوى الاستعداد لدى إدارات المؤسسة للقيام بهذه المهمة واحتضانها عامل حاسم لنجاح الإبداع التكنولوجي في المؤسسة (الهوري، 2010م).

#### • عوائق على المستوى التقني:

يمثل اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا جديدة مخاطرة كبرى سواء من الناحية المالية أو التقنية حيث تواجه المؤسسة صعوبة بالغة بالحصول على المعلومات الخاصة بالتكنولوجيا الجديدة وتعتبر هذه المخاطر أحد عوائق التي تقف في تنمية وزيادة الإبداع التكنولوجي وأيضا نقص المعلومات المتاحة عن التطور التكنولوجي في القطاع الذي تعمل فيه المنشأة، وبالإضافة لذلك فإن هذه التقنيات الجديدة تحتاج الي أيدي عاملة مؤهلة ولديها الخبرة التي تساعد في تركيب التجهيزات الجديدة المستخدمة في عملية الإنتاج ،ويمكن أيضا اعتبار صعوبة الحصول على براءات الاختراع، وكذلك تكلفتها الباهظة و عدم تحفيز العاملين بشكل كافٍ ورفع مهاراتهم الفنية و قلة الدعم المقدم من الإدارة العليا لمشاريع الإبداع والمبدعين كل هذه العوامل تعد من محددات عملية الإبداع التكنولوجي (الغني، 2013م).

#### تأثير الإبداع التكنولوجي على المجتمع (Schilling, 2009)

يعتبر الإبداع التكنولوجي مهم للمجتمع فهو يزيد المعرفة ويوفر خيارات أخرى أكثر فاعلية وفائدة للمنظمة ويعتبر الإبداع التكنولوجي من أسباب زيادة مستوى دخل الفرد (GDP) وزيادة مستوى المعيشة للمجتمع يزيد من مجموعة السلع والخدمات المتاحة للمجتمع، وأيضا يزيد من كفاءة تقديم هذه الخدمات. ومن الأمثلة على ذلك مثلا عن طريق الإبداع التكنولوجي يتم إنتاج أدوية جديدة وتحسين المنتجات الموجود بالسوق. وتأثير الإبداع التكنولوجي ليس دائما ايجابيا على المجتمع فبعض الأحيان تنتج آثار سلبية بسبب الإبداع التكنولوجي مثل تلوث البيئة بالمخلفات الطبية وغيرها وأيضا يمكن اعتبار الإبداع التكنولوجي سبب في فقد التنوع في الثقافة والعادات.

ويمكن تلخيص ما سبق بان الإبداع التكنولوجي ينقسم إلى نوعين إبداع العملية ،إبداع الخدمة وعلى شركة الاتصالات الاهتمام بكلا النوعين لكي تضمن موقع تنافسي متميز، وأيضا على شركة الاتصالات أن تأخذ بعين الاعتبار ايجابيات وسلبيات الإبداع التكنولوجي و أن تراعي التوازن بين الإبداع التكنولوجي وبين مصلحة البيئة والمجتمع الذي تعمل به.

## المبحث الثاني المسئولية الاجتماعية

### المقدمة:

بعد تزايد المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في دول العالم، والتي نتجت عن أعمال الشركات ونظرتها إلى تحقيق مصالحها الذاتية على حساب البيئة والمجتمع التي تعمل به، ظهرت ضغوطات كبيرة على هذه الشركات في سبيل مواجهة التزاماتها ومسئولياتها وتصحيح الممارسات غير المسؤولة الصادرة عنها، من هنا ظهر مفهوم المسئولية الاجتماعية، وأصبحت منظمات الأعمال تغير من نظرتها للمجتمع والبيئة، في محاولة منها لتحسين صورتها من جهة وللعب دور فعال وإيجابي في المجتمع من جهة أخرى (McWilliams, Siegel, & Wright, 2006)، ويرى الخبراء بأن المسئولية الاجتماعية للشركات تمثل حصة المواطنين في أرباح تلك الشركات وجزء من سد الدين للمجتمعات التي تقام بها تلك الشركات وشكل من أشكال رد الجميل كون أن المستهلكين هم من أسهموا في أرباح هذه الشركات (الرحاحلة، 2011م).

### نشأة وتطور المسئولية الاجتماعية

ظهر مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات بشكل واضح في منتصف التسعينات من القرن العشرين ومن ذلك الوقت وهي في تطور وزيادة في الانتشار ويرجح أغلب الباحثين بأن السبب وراء انتشار مفهوم المسئولية الاجتماعية هي العولمة، الخصخصة، تلاشي دور الدولة وازدياد المنظمات المهتمة بحماية البيئة (الشرع، 2002م).

في سنة 1999م تم الاقتراح الأولي للميثاق العالمي للمسئولية الاجتماعية و البيئية من قبل الأمين العام للأمم المتحدة آنذاك السيد كوفي عنان، في خطابه أمام المنتدى الاقتصادي العالمي، في حين انبثق الميثاق النهائي في مقر الأمم المتحدة بنيويورك سنة 2000، و هو عبارة عن مبادرة مواطنة طوعية متعلقة بالمؤسسات يعرض تسهيلا و تعهدا من خلال عدة آليات (سياسات الحوار، المعرفة، شبكات محلية ومشاريع الشراكة) و يعتمد هذا الميثاق على المسئولية الاجتماعية و البيئية العامة بما في ذلك شفافية المؤسسات و القوى العاملة، و المجتمع المدني للبدء و المشاركة في الأداء الجوهري المتعلق بمتابعة المبادئ المستند عليها في الميثاق و تتعلق هذه المبادئ ب: حقوق الإنسان، ظروف العمل، البيئة ومحاربة الفساد (السحيباني، 2009م، ص6)، والمتتبع لمراحل المسئولية الاجتماعية يرى أنها موجودة من

القدم وقد مرت بمراحل مختلفة حتى وصلت ألي المفهوم التي عليه الآن وقد تم دمج هذه المراحل الزمنية في أربعة مراحل أساسية وهي: (دادن و رشيد، 2013م)

### 1- مرحلة الثورة الصناعية والإدارة العلمية:

تمثل الثورة الصناعية حدثا بارزا في تاريخ الإنسانية حيث بدأ استخدام المخترعات العلمية في المؤسسات، وكانت المؤسسات تركز هدفها على تحسين الأداء الاقتصادي لبيئة العمل لتحقيق الأرباح وتعظيمها ولم تكن تأخذ بالحسبان تأثير أعمالها على البيئة المحيطة بها أو على العاملين حيث كان يتم تشغيل النساء والأطفال لساعات عمل طويلة بأجر قليل ولم يكن هناك وعي بيئي أو اهتمام بالبيئة وتوفير المساحات الخضراء ولكن ممكن القول بأن إدارة المؤسسات وعت جانب بسيط من جوانب المسؤولية الاجتماعية وهو تحسين أجور للعاملين فيها مع بذلهم لجهد كبير بأداء العمل.

### 2- مرحلة ظهور خطوط الإنتاج وتجارب هورثون:

تزايد استغلال العاملين وكثرة الإصابات بالعمل وزيادة الوفيات الناتجة من الأطفال والنساء العاملين بالمؤسسات كل ذلك أدى بالمدراء إلي التفكير بتحسين ظروف العمل بالبيئة التي يعمل بها العاملون ، وقد تزامن هذا مع ابتكار هنري فورد لخطوط الإنتاج، والذي ترتب عليه إنتاج كميات كبيرة من السيارات ما أدى إلى زيادة الغازات المنبعثة ونسب التلوث في الهواء، كما أن مصانع هورثون حاولت دراسة تأثير الاهتمام بالعاملين والإنتاج، ما أدى إلى تحسين ظروف عملهم، وهنا بدأ الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في المنظمات وخاصة في تحسين ظروف العمل بغرض زيادة الربح للمنظمات.

### 3- مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير والنظرية الكثرية:

اهتمام المؤسسات بمصلحتها على حساب بعض الجهات فقد كان هدفها الأساسي زيادة تسويق منتجاتها بغض النظر عن ميول ورغبات المستهلكين فقد نتج عن ذلك الكساد العالمي الكبير الذي أدى إلى انهيار العديد من الشركات وتسريح الآلاف من العمال من عملهم وقد نتج عن ذلك دعوات مهمة لتدخل الدولة لحماية مصالح العاملين، ومع ظهور نظرية كينز التي دعت بوجود تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الاقتصادي، أدى إلى بناء أرضية لتأصيل أفكار وتحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية من خلال تعزيز دور النقابات، وتعالق الأصوات بالمطالبة بتحسين ظروف العمل، وسن قوانين جديدة، وتحديد الحد الأدنى للأجور، وقد ظهر

هذا جليا بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي، وهنا بدأت المسؤولية الاجتماعية تأخذ مكانة هامة في إستراتيجية المؤسسة.

#### 4- مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات:

امتازت هذه المرحلة بزيادة قوة النقابات ودورها في التأثير على قرار المؤسسة وزيادة توعية الناس بالمخاطر البيئية وأهمية المحافظة على البيئة كما تميزت هذه الفترة كذلك بزيادة القضايا المرفوعة أمام المحاكم لأسباب تتعلق بجوانب مهمة من الانتهاكات البيئية المختلفة، ما أدى هذه المؤسسات إلى زيادة الاهتمام بالجوانب الاجتماعية، البيئية، والأخلاقية وذلك من خلال تبيينها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وقد قامت بعض الشركات بإدراج الشفافية في إطار المسؤولية الاجتماعية لمحاربة هذه الظاهرة.

#### تعريف المسؤولية الاجتماعية:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية واضح في القرن العشرين حيث كان هدف المنشأة الأول هو تعظيم ربحها بكافة الطرق. ولكن مع النقد المستمر لمفهوم تعظيم أرباح الشركات ظهرت بعض الشركات التي تبنت دورا ايجابيا تجاه البيئة التي تعمل فيها ، فالمسؤولية الاجتماعية تعني بأن يكون البعد الاجتماعي والأخلاقي إلى جانب البعد الاقتصادي وتحقيق نمو في الأرباح والعوائد هو المحدد لسلوك قطاع الأعمال من خلال التزامه الدائم بمتطلبات التنمية المجتمعية وتحسين نوعية ومستوى وظروف الحياة لأفراد المجتمع (Drucker, 1977) ان مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفاده أن كل مؤسسة اجتماعية إنما تمارس أنشطتها الاجتماعية من خلال عقد اجتماعي سواء كان هذا التعاقد صراحة أم ضمنا (Brendan, 2004, p.6).

وقد ذكر العديد من الباحثين تعاريف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية من جوانب متنوعة.

فقد عرفها الغالبي والعامري (2010م، ص43) بأنها الالتزام المستمر لمؤسسات الأعمال بالتصرف الأخلاقي والمساهمة في حل القضايا الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين وعائلاتهم والمجتمع ككل. وعرفها البنك الدولي بأنها التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي لتحسين مستوى المعيشة بأسلوب يخدم الاقتصاد والتنمية في آن واحد، كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية وقوة دفع ذاتية من داخل صناع القرار في المؤسسة (Aupperle, Carroll, & Hatfield, 1985).

وقد عرفها الخالدي (2010م، ص77) بأنها الالتزام نحو الجمهور العام والمجموعات ذات الاهتمامات المميزة بعمل المنظمة كالعاملين، المساهمين، الموردين، والموزعين وغيرهم بما يحقق توقعاتهم من وجود المنظمة، وهذا المفهوم للمسئولية الاجتماعية لا يبغي أهداف المنظمة في تحقيق الأرباح. كما عرفت المسئولية الاجتماعية بأنها التزام على المنشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل: محاربة الفقر، تحسين الخدمة، مكافحة التلوث، خلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها (عوض، 2014م، ص10).

وعند تحليل التعاريف أعلاه يتضح لنا أن جميع التعاريف اتفقت على ان المسئولية الاجتماعية هي:

1- الالتزام الذاتي والفعلي.

2- الاهتمام بالآخرين.

3- الانتماء للجماعة ولقيمها وتقاليدها.

4- المشاركة في حل مشكلات الجماعة.

وتري الباحثة بأنه يمكن تعريف المسئولية الاجتماعية أنها "الأنشطة والبرامج التي يتم من خلالها الاهتمام بجوانب التنمية المجتمعية وبالجوانب الأخلاقية إلى جانب اهتمامها بالربحية التجارية، وهي التزام تجاه العاملين وتجاه العملاء، والمستهلكين، والمجتمع ككل، وهذا يتعدى العمل الخيري التطوعي، بحيث نصل إلى علاقة يستفيد منها المانح والمتلقي".

ومن وجهة نظر المنظمات هناك على الأقل ثلاث مستويات للمسئولية الاجتماعية

(Stahl and Grigsby ,1997):

1- الامتثال للقانون حيث يقوم المديرين بالالتزام بالمتطلبات الاجتماعية بأدنى درجاتها.

2- كسلاح استراتيجي يستخدمه المديرين لخدمة المصالح الذاتية والتفوق على المنافسين.

3- أعظم مستوى حيث يراعي المدراء مصالح المجتمع بنفس الدرجة التي يراعي فيها مصالح المنظمة أي يأخذون مواقف أبعد مما يفرضها القانون.

وقد تحدث زويلف عن أربعة عناصر مهمة لمفهوم المسئولية الاجتماعية كما يلي:

(زويلف، 2003م، ص149)

1- المحافظة على نظافة البيئة سواء بالمساهمة بتنظيفها أو من خلال تقليل الملوثات التي تضرها الى البيئة.

2- الإسهام في توفير أجواء وظروف تساهم في تغيير الظروف السيئة التي يعاني منها الأفراد بالمناطق الأقل حظا في المجتمع.

3- إتباع أساليب تتسم بالعدل في اختيار الموظفين العاملين بها من خلال مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص بين الأفراد بحيث يتم اختيار الشخص المناسب التي تتناسب مؤهلاته مع الوظيفة.

4- الإسهام في معالجة المشاكل الاجتماعية الأخرى التي ربما تكون المؤسسة ساهمت في حدوثها وتلحق ضررا بأفراد المجتمع.

### أبعاد المسؤولية الاجتماعية

من خلال التعريفات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية والأبحاث التي قام الباحثين من خلالها بتعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام تجاه المجتمع وأصحاب المصالح والعاملين بالمؤسسة فشمولية هذه التعاريف جعلت الباحث carroll (2006) إلى تحديد أن المسؤولية الاجتماعية تضم أربع مسؤوليات متكاملة ومترابطة هي:

1- **المسؤولية الاقتصادية (Economic Responsibility):** وتضمن هذه المسؤولية الأعمال والمسؤوليات التي يجب أن تقوم بها المؤسسة حيث يكون هدفها توفير السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع بتكلفة معقولة ونوعية جيدة ومع مراعاة أن تحقق المؤسسة الأرباح لكي تقوم بتعويض أصحاب المصالح وفي إطار هذه المسؤولية ممكن الإشارة إلى تعظيم الربح .

2- **المسؤولية القانونية (Legal Responsibility):** وهذه المسؤولية تحددتها القوانين التي تفرضها الدولة بحيث لو قامت المؤسسة باختراقها تتعرض للمساءلة القانونية وفي إطار هذه المسؤولية إتاحة فرص عمل للجميع مع عدم التفرقة بسبب الجنس واللون والحفاظ على البيئة وإتباع القوانين البيئية.

3- **المسؤولية الأخلاقية (Ethical Responsibility):** هي أن تراعي المؤسسة الجانب الأخلاقي والسلوكي في معاملاتها وتراعي التقاليد بالبلد التي تقوم بالعمل به، وفي الواقع فان هذه الجوانب لم تكتب في قوانين ملزمة ولكن احترامها يؤدي إلى تسهيل عمل المنظمة وعملها بشكل صحيح وعادل.

4- المسؤولية الخيرية (Philanthropy Responsibility): وهي عبارة عن أنشطة تنفذها المؤسسة بشكل مبادرات طوعية وتكون غير ملزمة لها وتحاول أن تشمل جميع فئات المجتمع مثل تمكين المرأة وعمل مشاريع صغيرة وكفالة الأيتام وغيرها من المبادرات ولا تهدف المؤسسة إلي زيادة الأرباح من خلال تنفيذ هذه الأنشطة.

وقد وضع carroll (2006,p.37) هذه العناصر في شكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر واعتماد كل عنصر على العنصر الآخر كما هو موضح بالشكل (2.3).

شكل (2.3): أبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر: Carroll, 2006,p37

فالمسؤولية الاجتماعية حسب كارول (CARROLL) هي حاصل مجموع الأنواع الأربعة للمسؤولية، والتي يمكن كتابتها بالصيغة الآتية:

المسؤولية الاجتماعية للشركات = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الخيرية

و تجدر الإشارة إلى أن وجهات نظر الفئات ذات المصلحة الأساسية حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وفق هذه المكونات الأربعة تتباين من ناحية الأهمية التي تعكس مصلحتها فمثلا يركز المساهمين بالدرجة الأولى على البعد الاقتصادي في حين يركز الزبائن

على البعد الأخلاقي أما الموظفين فما يهمهم هو البعد القانوني أما المجتمع المدني فيعطي أهمية كبرى للبعد الخيري من المسؤولية (الغالبى والعامرى، 2010م، ص84).

**أهمية المسؤولية الاجتماعية:** (الزبود و الخشمان، 2011م).

إن اهتمام المؤسسات في مجتمعها وبيئتها الداخلية والخارجية التي تعمل بها كل ذلك كان سبب في زيادة ربح هذه المؤسسات على المدى الطويل وتكمن أهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمات التي تطبقها في أنها تستطيع تحقيق ما يلي:

- ❖ تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وتعزيز مكانتها واحترامها من قبل المجتمع.
- ❖ اعتماد درجة نمو الأعمال على مستوى مسؤوليتها الاجتماعية.
- ❖ تساهم في تحقيق الفوائد للمؤسسة والمجتمع والعاملين كلا على حد سواء.
- ❖ تحسين نوعية الحياة عندما تقوم المؤسسات بتتبع المسؤولية الاجتماعية في تعاملاتها فتساعد في تطور المجتمع وتحسين البيئة .

ومن هنا نلاحظ أن المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات أصبحت ضرورة اقتصادية إلى جانب كونها ضرورة إنسانية تملئها المسؤولية الأدبية لأي كيان يعيش في بلد من البلاد، ويوجد بالمجتمعات مشاكل كبيرة تحتاج إلى مشاركة الشركات فيها والتفاعل مع الدولة مثل مشكلة البطالة والمشكلات البيئية مثل التلوث ومشكلة الأمية وغيرها من المشاكل التي تحتاج إلى مشاركة الدولة في حلها والتقليل من أثارها السلبية على المجتمع الذي تعمل فيه، لو عملت الشركات مثلاً على دعم مشروعات علمية، أو تنظيم برامج تدريبية في التثقيف البيئي أو المعلوماتية يقوم عليها مشروع مدعوم علمياً وفكرياً وتربوياً وإدارياً، وطرح الإعلام لها إما عن طريق الإعلام بروافده المختلفة وإما عن طريق المؤسسات التعليمية والثقافية الحكومية، بحيث يغطي عائد هذه البرامج تكلفتها الفعلية ويزيد هامشاً في الربح، ليكون تشجيعاً للشركة على مواصلة مسؤوليتها الاجتماعية، إلى جانب المردود الاقتصادي الكبير المتمثل في الدعاية لهذه الشركات .

### **مبادئ المسؤولية الاجتماعية:**

تم تحديد عدة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل: (عوض، 2014م، ص14)

1- مسؤولية الشركة كجزء فاعل في تنمية المجتمع.

2- الشفافية في الأعمال التي تقوم بها الشركة.



- 3- التزام الشركة بالمبادئ الأخلاقية أمام مجتمعاتها وأمام العاملين لديها.
- 4- الالتزام بالقوانين والأنظمة والمستحقات الحكومية بشفافية ومصداقية.
- 5- احترام طلبات ورغبات أصحاب المصالح من المساهمين.
- 6- احترام حقوق الإنسان.
- 7- احترام العلاقات الدولية والسلوكيات المتعارف عليها دولياً.

### المسئولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح:

تقوم المؤسسات الاقتصادية بالدور الاجتماعي المنوط بها، كما تتحمل مسؤوليتها اتجاه العديد من أصحاب المصالح، وقد استخدم مصطلح "أصحاب المصالح" في عام 1963م في اجتماع عقد في معهد ستانفورد للأبحاث في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث عرف "أصحاب المصلحة" بأنهم مجموعات تقوم بتدعيم المؤسسة، حيث أنه دونها لا تكون موجودة، أصحاب المصالح سواء كانوا مجموعات أو أفراد تؤثر وتتأثر بالقرارات والسياسات التي تتبناها المنظمة (براهيمي وياسين، 2014م).

ينقسم أصحاب المصالح إلى قسمين هما: أصحاب مصالح أساسيين وأصحاب مصالح ثانويين، أصحاب المصالح الأساسيين هم الذين لهم رأسمال مستثمر في المنظمة مثل مالكي المنظمة الموردين، المستهلكين، بينما أصحاب المصالح الثانويين هم جميع الأفراد الذين تؤثر المنظمة عليهم وتتأثر بهم مثل الحكومة، وسائل الإعلام المنافسين، المجتمع كل فرد من أصحاب المصالح له اهتمام وتوقعات مختلفة من المنظمة ولذلك يكون هدف المنظمة الأساسي هو إيجاد توازن وتحقيق رضا جميع أطراف أصحاب المصالح وتعظيم المنفعة لكل منهم (Veersalu, 2011). وقد قام Freeman بتقديم قائمة بأصحاب المصلحة وهم: المساهمون، المؤسسات المالية، جماعات الضغط، الزبائن، الأحزاب السياسية، نقابات العمال، العاملون، المجتمع المحلي، المنافسون، الموردون، الحكومة، البيئة الطبيعية (Freeman, 1984, p.25) كما هم موضحين بالشكل (2.4).

شكل (2.4): مخطط يوضح أصحاب المصالح



المصدر: (Freeman, 1984, p. 25)

### المسؤولية الاجتماعية تجاه أهم أصحاب المصلحة في منظمات الأعمال:

يجب أن تلتزم منظمات الأعمال بممارسة عدد من المسؤوليات الاجتماعية تجاه كل أصحاب المصلحة، خصوصا الذين تربطهم بها مصالح مباشرة ويؤثرون ويتأثرون بنشاطاتها، فيما يلي نذكر بعض الأبعاد التي يجب أن تشملها الممارسات المسؤولة لمنظمات الأعمال: (مقدم، 2011م، ص7)

#### 1- المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين بالمنظمة:

تشمل هذه الفئة جميع الأشخاص العاملين بالمؤسسة من مختلف مستويات الهيكل التنظيمي بالمؤسسة وتتمثل مسؤولية المؤسسة تجاههم ليس فقط في توفير الأجور العادلة ولكن أيضا من توفير ظروف عمل ملائمة ومريحة من خلال توفير نظام التأمينات الاجتماعية، نظام الرعاية الصحية، توفير الأمن الصناعي، توفير برامج تدريبية، المساعدة في تأمين سكن للعاملين وغيرها (خضور، 2011م) ، وذلك يساهم بأن يشعر العامل بالمسؤولية ليس فقط عن

الأعمال التي يؤديها بل يشعر بالمسؤولية كذلك عن الأعمال خارج حدود وظيفته بحيث تعمل المنظمة كلها بشكل أفضل (جودة، 2012م، ص 57).

## 2- المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء:

تعتبر هذه الفئة من أصحاب المصالح مهمة جدا للمؤسسة فوجود وكيان المؤسسة يعتمد على مدى استهلاك وإقبال العملاء على السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة ورغبتهم بها ولذلك فمن واجب المؤسسة تجاه هذه الفئة عدم الغش أو تقديم منتجات مؤذية صحيا (خضور، 2011م)، وأيضا يجب أن تقوم المؤسسة بعمل استطلاع لأراء العملاء والبحث باستمرار للاستعلام عن احتياجات وتوقعات جديدة للعملاء ويؤدي ذلك ان تكون المنظمات مبدعة من حيث تطوير وإدخال منتجات أو خدمات جديدة لتلبية احتياجات وتوقعات العملاء (Hong Igel and lasirihogthong, 2006, p.130).

## 3- المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:

حماية البيئة من الأضرار الناتجة عن نشاط المنظمة، المساهمة في حملات حماية البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، تبني سياسة بيئية رشيدة (الحوري وآخرون، 2009م، ص 5).

## 4- المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي:

يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة لمنظمات الأعمال شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة، والتي تشمل: المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور و الحدائق، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، دعم بعض الأنشطة مثل الأندية الرياضية و الترفيهية، احترام العادات و التقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة، الدعم المتواصل للمراكز الصحية و العلمية، رعاية الأعمال الخيرية (الحوري وآخرون، 2009م، ص 5).

## 5- المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين:

يعتبر المساهمون من الفئة الرئيسية من أصحاب المصالح حيث يقومون بالمغامرة بأموالهم مقابل فوائد يجنونها وتتجلى مسؤولية المؤسسة تجاههم من خلال تعظيم قيمة السهم وتحقيق أقصى ربح ممكن، حماية أصول المنظمة، الحق في الحصول على المعلومات الكافية

عن أداء المنظمة، التعامل العادل مع المساهمين من دون أي تمييز، إشراك المساهمين في القرارات الهامة للمنظمة (الحوري وآخرون، 2009م، ص5).

#### 6- المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردون:

ينظر إلى العلاقة ما بين الموردين ومنظمات الأعمال على إنها علاقة مصالح متبادلة، لذلك يتوقع الموردون أن تحترم منظمات الأعمال تطلعاتهم ومطالبهم المشروعة التي يمكن تلخيصها بالاستمرار في التوريد وخاصة لبعض أنواع المواد الأولية اللازمة للعمليات الإنتاجية، وأسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة لمنظمات الأعمال بالإضافة إلى تسديد الالتزامات، والصدق في التعامل، وتدريب الموردين على مختلف طرق تطوير العمل (الغالبى والعامري، 2005م، ص88).

#### 7- المسؤولية الاجتماعية تجاه الحكومة:

على المؤسسات أن تقوم بالالتزام بالتوجيهات والتشريعات والقوانين الحكومية وتسديد الرسوم والضرائب وعدم التهرب منها، الإسهام في البحث والتطوير الإسهام في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية (عطار، 2009م).

#### 8- المسؤولية الاجتماعية تجاه جماعات الضغط:

التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك احترام دور النقابات العمالية. التعامل الصادق مع الصحافة (ضيافي، 2010م).

#### 9- المسؤولية الاجتماعية تجاه المنافسون:

أن تكون المنافسة عادلة ونزيهة، تقديم معلومات صادقة، عدم استقطاب العاملين بوسائل وطرق غير نزيهة (ضيافي، 2010م).

#### 10- المسؤولية الاجتماعية تجاه الأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة:

عدم التعصب ونشر روح التسامح نحو الأقليات، المساواة في التوظيف والعدالة في الوصول للمناصب العليا، تجهيزات المعوقين، دعم الجمعيات التي تساعد المعوقين على الاندماج في المجتمع، احترام فوائين وخصوصية المرأة، فرص ترقية عادلة، الاهتمام بكبار السن والمتقاعدين، الحفاظ على الطفولة واحترام حقوق الطفل (الغالبى والعامري، 2005م، ص90).

## الإطار العام للمسئولية الاجتماعية للشركات:

يعد تحديد الأنشطة في مختلف مجالات المسؤولية الاجتماعية الواجب القيام بها من قبل الشركات ضمن إطار عام ضروري لكي تتم عملية تقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات (بدوي وعثمان، 2000م، ص474) ، ولكن هناك صعوبة في تحديد الإطار العام ويرجع السبب إلى عدة عوامل منها:

### 1- العامل المكاني

إن أنشطة المسؤولية الاجتماعية تختلف من مجتمع إلى آخر حسب الثقافة السائدة في المجتمع فالقيم الدينية والمفاهيم السياسية السائدة في كل مجتمع تفرض علي الشركات سلوكيات وأنشطة معينة لتقوم بأدائها وهذه القيم والمفاهيم أيضا تحدد أنشطة الشركات المقبولة والمرفوضة اجتماعيا فمثلا أن مشاكل التفرقة العنصرية بسبب اللون والجنس تجد صداها في المجتمعات الأمريكية والأوروبية ويتوقع أفراد تلك المجتمعات من الشركات أن يكون لها دور في حل هذه المشاكل أو التخفيف من حدتها ومن جانب آخر فإن هذه المشاكل في المجتمعات العربية كالمجتمع الفلسطيني والأردني تكاد تكون معدومة (حنان، 2003م، ص255).

### 2- العامل الرماني

إن أنشطة المسؤولية الاجتماعية ذات طبيعة متحركة (غير مباشرة) تختلف من زمن لآخر تبعا لتغير الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية (بدوي، 2007م، ص79)، فأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي قد تصلح لمجتمع ما في زمن ما قد لا تصلح لنفس المجتمع في زمن آخر فمثلا ظاهرة تعاطي الشباب المخدرات لم يكن لها وجود سابقا ولم يكون مطلوب من الشركات أي أنشطة متعلقة بها ولكن في الزمن الحالي أصبحت آفة منتشرة وأصبحت الشركات مطالبة بان تساهم في إيجاد حلول للتخلص وتقليص انتشار هذه الظاهرة (الفضل وآخرون، 2002م، ص170).

### أنشطة المسؤولية الاجتماعية

وبالرغم من صعوبة تحديد إطار العام للمسئولية الاجتماعية ولكن يوجد شبه إجماع بين الباحثين على وجود أربعة أنشطة اجتماعية أساسية يمكن أن تمارس من خلالهن الشركة مسؤوليتها الاجتماعية، وكل نشاط رئيسي يحتوي على عدد من الأنشطة الفرعية تحتوي علي عدد كبير من المتغيرات الاجتماعية للشركات (عمر وآخرون، 2014م، ص243).

وهذه الأنشطة الأربعة يمكن توضيحها كالتالي:

### 1- الأنشطة الخاصة بتنمية الموارد البيئية: (خامرة، 2007م)

تعد هذه المجموعة من أهم المجموعات نظرا إلى توسع استغلال الموارد الطبيعية والتقدم التكنولوجي وما نتج عنه من تلوث وزيادة المشاكل البيئية المختلفة، وكما يؤثر على نوعية الحياة، وتتضمن هذه المجموعة المظاهر البيئية للنشاط الإنتاجي بحيث تتم الرقابة على التلوث أثناء التنفيذ، والحد من الآثار السلبية الناجمة عن ممارسة الشركة لنشاطاتها التي تؤثر على البيئة بهدف المحافظة على سلامة البيئة والمحافظة على مواردها الطبيعية.

### 2- الأنشطة الخاصة بتنمية الموارد البشرية : (Rahahleh & Sharairi,2008)

يتضمن هذه الأنشطة تأثير أنشطة الشركة على العاملين فيها كالموارد البشرية التي تسهم في تحقيق أهداف هذه الشركة وبالتالي فهي تشمل الأنشطة التي تعمل على تحسين وضع وظروف الموظفين بشكل عام، كإجراءات التعيين والتدريب والرواتب والحوافز والتأمين الصحي والإجازات مدفوعة الأجر ونظام التأمين والمعاشات وإتباع تحقيق سياسات الرضا الوظيفي.

### 3- الأنشطة الخاصة بخدمة المجتمع : (Gray et. al, 1995)

يتضمن هذا المجال الأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق منافع للمجتمع المحلي بشكل خاص والمجتمع ككل بشكل عام من هذه الأنشطة: تقديم الرعاية الصحية للمرضى وكبار السن، توفير فرص تدريب للطلاب الجامعات، توفير فرص عمل، دعم الجمعيات الخيرية وغيرها من الأنشطة الأخرى، وتتصف هذه المجموعة بأنها ذات التزام تطوعي وهذا يعزز من استمرارية الشركة ونجاحها

### 4- الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالمنتجات والخدمات: (عمر وآخرون، 2014م، ص244)

يتضمن نطاق هذه المجموعة الأنشطة المرتبطة بالعلاقات مع الزبائن من حيث تحقيق رضاهم عن المنتج أو الخدمة، وتتضمن هذه الأنشطة المظاهر النوعية للمنتجات مثل صلاحيتها للاستخدام وتقديم المنافع المرجوة منها، وكذلك أثرها على تلوث البيئة، إضافة إلى تحقيقها لرضا المستهلك. كما أن هناك أنشطة أخرى متعلقة بالصدق في الإعلان عن المنتج أو الخدمة، ووضوح طريقة الاستخدام، وانخفاض المخاطر المرتبطة بهم .

### معايير قياس المسؤولية الاجتماعية: (خضور، 2011م، ص8)

هناك جملة من المعايير التي تساعد في قياس المسؤولية الاجتماعية وهي:

- مدى الالتزام بأخلاقيات العمل وظروف وشروط العمل وبالواجبات تجاه العاملين.

- مدى الالتزام تجاه حماية البيئة.
- مدى الاندماج في المجتمع والمساهمة في التنمية المجتمعية
- مدى الاستثمار في البحث والتطوير.
- مدى احترام حقوق الإنسان ومراعاة القواعد الأخلاقية (عدم التورط في الرشوة والفساد).

كما أن هناك معايير دولية لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات كالأيزو ISO26000 الذي يشمل المجالات التالية: حقوق الإنسان، الحقوق العمالية وممارسات العمل، حماية البيئة، حقوق المستهلك، التنمية والمشاركة المجتمعية..

**علاقة المسؤولية الاجتماعية بالإبداع:**

من الصعب ربط مبادرات المسؤولية الاجتماعية بالإبداع لأن الإبداع يكون بشكل عرضي وغير مخطط له يعتبر الإبداع أساسي لتلبية احتياجات المجتمع المحلي ويعتبر فرصة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلاله ومن جهة ثانية يجب ان لا يكون ذلك على حساب ربحية المؤسسة وكسب الزبائن (Asongu, 2007) ، ويقول Asongu ان مفتاح النجاح لأي إبداع في الشركة من وجهة نظر المسؤولية الاجتماعية هو التواصل مع السلطات البلدية والمحلية والصحافة والجمهور الذي يستفيد من منتجات وخدمات الشركة الشركات التي لديها سياسات التنمية المستدامة تميل إلى أن تكون مبدعة تكنولوجيا كما انها تسعى الى استخدام أساليب إنتاج جديدة ومبتكرة للحد من التلوث وزيادة الكفاءة الإنتاجية (Asongu, 2007).

دعت الأبحاث أن تكون مشاريع وإبداعات الأعمال مرنة لكي تواجه بفعالية المتطلبات المتغيرة ببيئة الأعمال وقد وجد Borger and Kruglian skas (2006م) أن هناك علاقة قوية بين تبني المؤسسة لإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية ضمن إستراتيجيتها العامة وبين قيام الشركة بالإبداع الفعال بيئيا.

العديد من الإبداعات التكنولوجية البيئية تقوم بخلق نماذج تجارية جديدة تقوم بتلبية احتياجات السكان بطريقة أكثر فعالية وكفاءة بشكل مستدام (Phills et.al,2008) ،على الشركات أن تستخدم الإبداع الذكي والمسئول لتحقيق الربحية وبقاء الشركة على قيد الحياة من جهة وتحقيق الاحتياجات البيئية والمجتمعية من جهة أخرى (Manning, 2004, p.9) .

## الإبداع المسئول:

تحتاج الشركات إلى أن تقوم بعملية الإبداع التكنولوجي من جهة لزيادة كفاءة استخدام الطاقة وتقليل استهلاك المواد ومن جهة أخرى يجب أن تأخذ بعين الاعتبار الآثار المترتبة عن استخدام هذا الإبداع على البيئة وانبعاث ثاني أكسيد الكربون الذي يسبب التلوث وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات سوف تكون من ضمن محددات الإبداع لكي تستطيع الشركة ان توازن بين مسؤوليتها الاجتماعية وإبداعها وذلك من خلال استخدام الإبداع الذكي (Bansal,2002).

فالإبداع المسئول هو عملية شفافة وتفاعلية تتم بين المبدعين وأصحاب المصالح (الفاعلين المجتمعيين) عن طريق تبادل المعرفة ويصبح هناك تجاوب بين الطرفين لتعزيز الإبداع التكنولوجي و لتحقيق أهداف أخلاقية واستدامة القبول الاجتماعي بما يسمح بترسيخ الرغبة بالإبداع وتسويق المنتجات (Owen, 2014).

ويمكن تصنيف أنواع الإبداع التكنولوجي المسئول إلى عدة أصناف:

### 1-الإبداع المسئول في عملية الإنتاج: (داودي ورحال،2008م، ص12)

ويتعلق بطريقة إنتاج جديدة أو تحسين طريقة قديمة مع مراعاة الأمور البيئية والاجتماعية مثل الإبداعات التي تتبنى عمليات الإنتاج الخضراء ويتم فيها مراعاة البيئة وتقليل التلوث وتقليل استخدام مصادر الطاقة وخصوصا المصادر الغير متجددة وذلك باستخدام تكنولوجيا نظيفة.

### 2-الإبداع المسئول في المنتج (الخدمة): (البكري،2007م، ص175)

وهو تقديم سلعة (منتج أو خدمة) جديدة أو تحسين في خصائص وصفات منتج قديم مع الأخذ بعين الاعتبار الاعتبارات الاجتماعية والبيئية مثل تقديم منتجات جديدة صديقة للبيئة أو تقديم منتجات خصوصا لأجل فئات خاصة بالمجتمع مثل أصحاب الإعاقة ويتوجب على الشركات أن تراعي الخصائص الأصلية للمنتجات الخضراء لأن الزبائن يميلون بشراء المنتجات الخضراء عندما تمتلك نفس الخصائص للمنتج الأصلي مع تميزها بميزة المحافظة على البيئة



## المبحث الثالث شركة الاتصالات الفلسطينية

### نشأة شركة الاتصالات (موقع الاتصالات الفلسطينية، د.ت)

انطلقت الاتصالات الفلسطينية كشركة مساهمة عامة في العام 1997 من أجل تقديم خدمات الاتصالات المختلفة ومواكبة التطورات التكنولوجية لتوفير كل ما هو جديد في تكنولوجيا الاتصالات للمشاركين. ولكونها رائدة قطاع الاتصالات في فلسطين، فقد عمدت الاتصالات الفلسطينية إلى استقدام وتوظيف أحدث التكنولوجيات لتوفير أفضل الخدمات وأحدثها ومواكبة التطورات العالمية في قطاع الاتصالات. تلعب مجموعة الاتصالات الفلسطينية دوراً محورياً في عجلة الاقتصاد الفلسطيني، إذ تساهم المجموعة بحوالي 5% من الناتج المحلي الإجمالي، كما تعتبر مجموعة الاتصالات المنشأة الأولى في فلسطين من حيث القدرة التوظيفية ضمن مؤسسات القطاع الخاص الفلسطيني، كما يمثل سهم بالتل حوالي % 33.16 من القيمة السوقية الإجمالية لبورصة فلسطين وذلك بحسب بيانات السوق كما في نهاية عام 2013. وتتمتع المجموعة باستقرار مالي يمكنها من الاستثمار بشكل مستمر في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وذلك نتيجة للنمو في العائدات منذ انطلاقتها التجارية.

### وتتضمن مجموعة الاتصالات الفلسطينية الشركات التالية:

- 1- شركة الاتصالات الفلسطينية (بالتل) التي تقدم خدمات الخط الثابت وخدمات النفاذ للإنترنت وغيرها من الخدمات المضافة.
- 2- شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) أول مشغل للهواتف الخلوية في فلسطين.
- 3- شركة حضارة للاستثمار التكنولوجي (حضارة) أكبر مزود لخدمات الإنترنت في فلسطين.
- 4- شركة ريتش لخدمات الاتصالات (ريتش) أول مركز اتصال متخصص في فلسطين.
- 5- شركة بالميديا للخدمات الإعلامية متعددة الوسائط (بالميديا) الذراع الإعلامي لمجموعة الاتصالات الفلسطينية.
- 6- شركة حلول لتقنية المعلومات (حلول) ذراع المجموعة في مجال تقنية المعلومات وحلول الأعمال.

ولم تقتصر استثمارات المجموعة على السوق المحلية فحسب، بل عملت المجموعة بحكمة على الاستثمار في الأسواق الخارجية، حيث تمتلك مجموعة الاتصالات الفلسطينية 25% من أسهم شركة فيتل القابضة المسجلة في مركز دبي المالي العالمي Dubai International Financial Centre، وهو من أهم المراكز المالية شأنًا في المنطقة ويعتبر تسجيل شركة فيتل القابضة في هذا المركز أمراً مهماً للشركة ويساعدها على تنفيذ استراتيجياتها وتحقيق النمو المتوقع ضمن خطط العمل الخاصة بها .

### رؤية شركة الاتصالات:

تتطلع الاتصالات الفلسطينية بأن تبقى الخيار الأول لمشتريها في خدمات الاتصالات وذلك عبر التزامها بالقيم والمبادئ واتباع المعايير العليا في الممارسات الإدارية والعناية بالزبائن، وتوفير أفضل خدمات الاتصالات في فلسطين، حتى تحافظ على موقعها كمجموعة اتصالات رائدة في المنطقة.

### القيم التي تتبناها شركة الاتصالات:

- 1- أخلاقيات ومبادئ الاتصالات: ملتزمون بأخلاقيات العمل والأصول المهنية، ونستمدّ مبادئنا من أخلاق المجتمع الفلسطيني، لتشكل بذلك أساساً لعملها ومنازلةً لتوجهاتها المستقبلية.
- 2- الشفافية والاستدامة نتبع معايير الشفافية والمحاسبة والحوكمة في كافة أعمالها ومشاريعها بهدف تنفيذ رؤيتها وإستراتيجيتها وفق أعلى المعايير وحرصاً على ضمان الاستدامة في خدماتها وتوجهاتها المجتمعية.
- 3- النزاهة والأمانة تحافظ على تعزيز الثقة بينها وبين مساهميها وشركائها، وذلك من خلال العمل بنزاهة وأمانة، وبما يحافظ على تدعيم خطتها والسير بخطى واثقة نحو النمو للحفاظ على حقوق المساهمين إلى جانب حقوق الموظفين والمشاركين على حد سواء.
- 4- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والوطنية ملتزمون بمسؤوليتهم الاجتماعية لتحقيق التنمية المستدامة وبمسؤوليتهم الوطنية نحو بناء مستقبل تكنولوجي مزدهر من خلال تعزيز قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في فلسطين.

5- تعزيز القدرات الداخلية تنمي القدرات المهنية لكافة موظفين مجموعتها لِيُسهِمُوا في عملية البناء خدمةً لمشتركيها ولمساهميها ولمجتمعها، وذلك عبر استثمارها في الطاقات الشبابية.

6- الجودة والتميز في خدماتها تسعى دائماً إلى التعلم مستفيدين من خبراتها ومن الخبرات العالمية حتى تقدم خدمات ذات جودة عالية وتبتكر الحلول الرائدة المبنية على نظرة شاملة وقراءة للمستقبل التكنولوجي مع القدرة على التكيف المستمر مع الواقع الفلسطيني.

7- الشراكة نحو بناء المستقبل التكنولوجي تطمح للعمل بشراكة مع كل مواطن فلسطيني ومؤسسة فلسطينية من أجل بناء المستقبل التكنولوجي في فلسطين.

8- رضا المشتركين تتفهم احتياجات مشتركيها وتبذل قصارى جهدها للحفاظ على ثقتهم بها من خلال التركيز على جودة خدماتها وبذل المزيد من الجهد لتحقيق التميز في تلبية رغباتهم والاستجابة لاحتياجاتهم التقنية والاقتصادية.

### إستراتيجية شركة الاتصالات:

تعمل الاتصالات الفلسطينية على توسيع انتشارها في السوق الفلسطيني وتتنوع خدماتها وتقديمها على شكل حزم متكاملة للمستهلك الفلسطيني سعياً لإرضائه والحفاظ عليه، واتبعت الاتصالات في سبيل ذلك سياسة التخصص من خلال إنشاء شركات مستقلة تعنى كل منها بجانب من جوانب العمل لتحقيق الأهداف الإستراتيجية المنسجمة مع رؤية مجموعة الاتصالات والمتمثلة بما يلي :

1- توفير أحدث نظم وخدمات تكنولوجيا الاتصالات وأنظمة المعلومات وتراسل المعطيات والخدمات المضافة لتلبية كافة احتياجات الزبائن في كافة التجمعات الفلسطينية.

2- تحقيق عوائد استثمار مجدية للمساهمين والمحافظة على استثماراتهم والعمل على تحقيق توقعاتهم وطموحاتهم وتأمين الاتصال والتواصل معهم بشكل مستمر .

3- تقديم أوسع رزمة من الخدمات لأكبر قاعدة من المشتركين في كافة المناطق الفلسطينية .

4- المساهمة في بناء لبنات المجتمع الفلسطيني من خلال دعم أكبر قدر ممكن من المبادرات والأنشطة الاجتماعية والتربوية والتعليمية والصحية والاقتصادية وتطوير البنية

التحتية، لخلق علاقة تواصل متميزة بين شركات المجموعة والمجتمع الفلسطيني بما يساهم في تحقيق طموحات المجتمع وتعزيز قدراته.

### **التحديات التي تواجه شركة الاتصالات:**

- 1- الحصول على الترددات الإضافية اللازمة للتوسع في تقديم الخدمات والحفاظ على جودتها.
- 2- حصول شركة جوال على تكنولوجيا الجيل الثالث (G3) والرابع (G4) لتتمكن جوال من تقديم أحدث الخدمات وصد المنافسة غير الشرعية من قبل الشركات الإسرائيلية.
- 3- الإعاقات الإسرائيلية المتكررة لإدخال المعدات والأجهزة إلى فلسطين وخصوصاً إلى قطاع غزة

### **الحلول من وجهة نظر شركة الاتصالات:**

- 1- خلق حلول إبداعية لتعويض النقص في الترددات من خلال استقطاب الكفاءات الشابة من فلسطين لتقوم بتطوير الحلول المحلية في ظل الإعاقات الإسرائيلية.
- 2- تطوير خدمات القيمة المضافة للتفوق على المنافس غير الشرعي في إسرائيل تعزيز البنية التحتية للشبكة للحفاظ على مستوى الخدمات الحالية وتطويرها.

### **المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات:**

عملت مجموعة الاتصالات الفلسطينية على تنفيذ البرامج التي تتناسب مع احتياجات المجتمع الفلسطيني سواء على الصعيد التنموي أو على الصعيد الإنساني، وحققت المجموعة ذلك من خلال مشاريع وبرامج تعمل على تمكين قطاعات مهمة وأساسية تستهدف الفئات المهمشة من المجتمع وتدعمها فنياً ومالياً، ومن أجل ضمان التنفيذ الأمثل للبرامج، فقد عملت مجموعة الاتصالات الفلسطينية على آليات مختلفة للوصول إلى الفئات المستهدفة كل حسب حاجته، فخصصت المجموعة آليات لدعم البرامج التنموية من خلال مؤسسة مجموعة الاتصالات الفلسطينية للتنمية وأخرى لدعم برامج التدخل الطارئ والإغاثي والمشاريع الصغيرة من خلال صندوق المسؤولية الاجتماعية في المجموعة.

## القطاعات المستفيدة من المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات:

### أولاً: قطاع التعليم

- 1- قامت المجموعة ومن خلال البرنامج السنوي لمنح مجموعة الاتصالات الفلسطينية الدراسية بتقديم 400 منحة في العام 2013 ليلبغ عدد المستفيدين من المنح 2474 طالبة وطالب بشكل تراكمي منذ بداية برنامج المنح وقد بلغت نسبة المستفيدين من أبناء غزة % 31 من مجموع المنح .
- 2- تقوم المجموعة بدعم برنامج "إيفاد" الذي يقدم منح دراسية لأساتذة جامعيين لنيل درجة الدكتوراه من جامعات دولية عريقة ذات أولوية للجامعات الفلسطينية في تخصصات مختلفة
- 3- قامت المجموعة من خلال برنامج "أبجد نت" بتعزيز التكنولوجيا في تطوير المسيرة التعليمية وذلك من خلال ربط 1000 مدرسة بشبكة الإنترنت مجاناً لمدة سنة.
- 4- تطوير 18 كتاباً إلكترونياً من كتب المنهاج الفلسطيني.

### ثانياً: قطاع التكنولوجيا

- 1- قامت مجموعة الاتصالات الفلسطينية بتمويل مشروع (IPV6) بالشراكة مع الجامعة الإسلامية في قطاع غزة وذلك لتدريب المختصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات على تقنية (IPV6) الحديثة.
- 2- قامت المجموعة بإنشاء وتطوير 18 مختبراً خاصاً بالمكفوفين والذي سيمكن مئات الطلاب المكفوفين من الاستفادة من الدورات التدريبية والتعليمية لتسهيل إدماجهم بالمجتمع واستفادتهم من خدمات الإنترنت.
- 3- قدمت المجموعة 550 جهاز حاسوب لمؤسسات المجتمع المحلي في جميع محافظات الوطن، وخدمة انترنت لمدة عام مجاناً.

### ثالثاً: قطاع الريادة للشباب

- 1- قامت مجموعة الاتصالات بتدريب 70 شابة وشاب من الرياديين تدريباً مكثفاً في كيفية عرض أعمالهم الريادية وتطويرها وإدارتها بطرق علمية حديثة.
- 2- قدمت دورات متعددة تستهدف النساء في مجال التكنولوجيا لتحسين مهارات العمل وزيادة مدخول المشاريع المختلفة للنساء المستفيدات.

#### رابعاً: الثقافة والفنون

قامت المجموعة ولأول مره بإطلاق منحة مجموعة الاتصالات للثقافة والفنون حيث استقادت 16 مؤسسة من المنحة.

#### خامساً: التنمية المجتمعية

توفير دخل دائم للعوائل التي تعاني الفقر من خلال تقديم مشاريع صغيرة.

#### سادساً: تمكين المرأة

قامت المجموعة بتوفير الدعم لعشرات المبادرات المجتمعية التي تساعد على تمكين النساء اقتصادياً وتوفر فرص العمل المناسبة لهن بالتزامن والتوازي مع توفير التدريب والتأهيل اللازم لتأسيس وتشغيل مشاريع مدرة للدخل وقابلة للاستمرار والتطور.

#### سابعاً: التوعية والتطوير الإنساني

قامت المجموعة بإطلاق سلسلة من حملات وبرامج التوعية والتطوير الإنساني كنتيجة للدراسات التي أعدتها المجموعة حول واقع المجتمع الفلسطيني وحاجاته ومتطلبات تنميته.

# الفصل الثالث

## الدراسات السابقة

## الفصل الثالث الدراسات السابقة

### مقدمة:

اهتمت العديد من الدراسات بموضوع الإبداع وأنواعه وتناولته من زوايا مختلفة منها ما يتعلق بالسلوك الإبداعي والقدرات الإبداعية ومنها ما يركز على معوقات الإبداع والعوامل المؤثرة عليه وأيضاً هناك دراسات اهتمت بموضوع المسؤولية الاجتماعية وتم تناولها من جوانب متعددة. وسوف يتم في هذا الفصل استعراض البحوث والدراسات ذات الصلة بأبعاد الدراسة، إيماناً مني بأهمية أن يبدأ الباحث من حيث انتهى إليه الآخرون. وسيتم تقديم ملخص عن كل دراسة يشمل أهداف الدراسة ونتائجها وتوصياتها وسيتم التطرق بالبداية الى الدراسات المحلية ثم العربية وأخيراً الأجنبية وسيتم ترتيبها وفق التسلسل الزمني من الأحدث للأقدم وبالنهاية سوف تقوم الباحثة بالتعقيب على الدراسات.

### أولاً: الدراسات المحلية: -

#### 1- دراسة (دبيك، 2015م) بعنوان "دور الجامعة الإسلامية بغزة في اكتشاف الموظفين ذوي الإبداع في مجال تكنولوجيا المعلومات وسبل الاستفادة منهم"

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور الجامعة الإسلامية في اكتشاف الموظفين ذوي الإبداع في مجال تكنولوجيا المعلومات وسبل الاستفادة منهم، من خلال فحص مدى توافر هذه المهارات الإبداعية لدي الموظفين وسبل الاستفادة من هذه المهارات الموجودة من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطي بالجامعة الإسلامية.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد تم توزيع 214 استبانة على أفراد الإدارة العليا والوسطي بالجامعة الإسلامية من الأكاديميين والإداريين وقد تم استرداد (180) استبانة أي ما نسبته 84% وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن هناك بعض الغموض لدي العاملين في الإدارة العليا والوسطي في موضوع الإبداع في مجال تكنولوجيا المعلومات حيث تتوفر لهم المبادئ الأساسية ولكن الممارسة الفعلية ليست ظاهرة، ويوجد اهتمام من قبل الإدارة العليا بالجامعة بتعيين أصحاب المهارات الإبداعية وكذلك بوضع الخطط والاستراتيجيات التي تقدر قيم العاملين.



وقد أوصت الدراسة بالاهتمام بجذب ذوي المهارات الإبداعية من المنافسين وتوفير أفضل السبل لاحتضانهم ووضع برنامج متكامل لإدارة المهارات الإبداعية مع التركيز على مجال تكنولوجيا المعلومات وتشجيع وتحفيز ذوي المهارات الإبداعية عن طريق الرواتب والتعويضات وتخصيص وحدة لإدارة المهارات الإبداعية.

## 2- دراسة (الزيناتي، 2014م) بعنوان "دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية دراسة حالة مجمع الشفاء الطبي"

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى ممارسة أصحاب المواقع الإشرافية لأخلاقيات المهنة في مجمع الشفاء والوقوف على المعوقات التي تحول دون ممارسة أصحاب المواقع الإشرافية لأخلاقيات المهنة، استكشاف العلاقة بين ممارسة أخلاقيات المهنة وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحكومية بقطاع غزة.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم إعداد وتوزيع استبانة هدفت إلى اختبار الفرضيات، وتكون مجتمع الدراسة من أصحاب المواقع الإشرافية رئيس شعبة، رئيس قسم، مشرف تمريض، نائب مدير دائرة، مدير دائرة، مدير عام في مجمع الشفاء الطبي بقطاع غزة، حيث تم توزيع عدد (180) استبانة على عينة الدراسة، وتم استرداد (152) استبانة أي ما نسبته 84.44%.

وقد توصلت الدراسة إلى أن البعد الأخلاقي والديني هم الأكثر أهمية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وثم يليهم البعد الاجتماعي والوطني وتوصلت الدراسة أيضاً إلى وجود علاقة موجبة بين ممارسة أخلاقيات المهنة بأبعادها وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في مجمع الشفاء الطبي بقطاع غزة.

وأوصت الدراسة بتطبيق ميثاق أخلاقيات العمل الصحي الفلسطيني ليكون داعماً للقوانين الخاصة بالعمل الصحي في فلسطين، إنشاء وحدة متخصصة في المستشفيات لربط المؤسسات الصحية بالمجتمع المحلي تختص بالمسؤولية الاجتماعية، تفعيل دور المسؤولين في المجال الصحي في المجتمع من خلال أخذ آرائهم وتوصياتهم بما يخص المجتمع المحلي، إنشاء لجان دعم ومساندة مكونة من المجتمع المحلي للقطاع الصحي يكون دورها توعية أفراد المجتمع المحلي وعمل أيام صحية تطوعية للعمل على تكامل المسؤولية الاجتماعية.

3- دراسة (مهدي، جابر، 2011م) بعنوان "دور الجامعات في تعزيز مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لدى طلبتها-دراسة ميدانية مقارنة بين جامعتي حلوان، وجامعة الأزهر - غزة"

هدفت الدراسة إلى دراسة دور الجامعات في تعزيز مفاهيم المسؤولية الاجتماعية (الحقوق والواجبات- الضمير الجمعي والفردى - الهوية- المنظومة القيمية - الإدراك الاجتماعي) لدى طلابها وتحديد مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ومدى وعي الطلاب بهذه المفاهيم ووضع رؤية لتفعيل دور الجامعات لتعزيز مفاهيم المسؤولية الاجتماعية.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد تم توزيع (549) استبانة على طلاب جامعة حلوان و(445) استبانة على طلاب جامعة الأزهر بغزة وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها استجابة الشباب المصري والفلسطيني لبعد المسؤولية المجتمعية، أن هناك ميلا واضحا للوعي بالقضايا المجتمعية لدى الشباب الفلسطيني أكثر من الشباب المصري.

وقد أوصت الدراسة إعطاء دفعات متتالية من الاهتمام بنظام العلاقات والتواصل بين مكونات المجتمع، والاستمرار في إزالة مكونات الشعور بالإقصاء، أو التهميش، أو تدني المشاركة الفعالة، والتأكيد على مختلف الشروط والروافد التي تقضي إلى إرساء مفاهيم المسؤولية الاجتماعية بكل مستوياتها، أن يكون المناخ الجامعي إيجابياً يسمح بدرجة من التفاعل الاجتماعي؛ وذلك من خلال تأكيد الثقة بين الأكاديميين والمسؤولين، وبين الطلاب على المستوى التنفيذي.

4- دراسة (زيدان وآخرون، 2011م) بعنوان "دور الإبداع التسويقي والتكنولوجيا في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك العاملة في محافظات غزة من وجهة نظر العملاء"

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة دور الإبداع التسويقي والتكنولوجيا في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك العاملة في محافظات غزة، وتقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات المناسبة التي تساعد إدارات البنوك على تحسين وتطوير خدماتها المصرفية من أجل تدعيم المركز التنافسي لها.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم توزيع (400) استبانة على عملاء هذه البنوك بطريقة عشوائية وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن البنوك تتبع الإبداع التسويقي بصورة جيدة مما يعمل على تحقيق ميزة تنافسية للبنك ولكن هناك بعض القصور التي بينها نتائج التحليل والتي كان منها أن البنك لا يوفر خدمة الانترنت مباشرة للعميل بشكل مجاني لدى فتح حساب نت أكاونت، وأن البنك لا يهتم بالتغذية الراجعة من العملاء.

وقد أوصت الدراسة أن تستمر هذه البنوك في متابعة آخر المستجدات في عالم التكنولوجيا والاتصالات والنظم المصرفية والحرص على تطبيقها وتحديثها وتعزيزها، أن على البنوك أن تعزز من استخدام الإبداع التسويقي لديها والعمل على علاج نواحي القصور التي بينها نتائج التحليل، وأن تستمر هذه البنوك بعمل بحوث دورية لمساعدتها على تطوير قدراتها والتعرف على آراء العملاء ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم وكيفية تطوير هذه الخدمات بما يتناسب مع احتياجاتهم.

#### 5- دراسة (نزال وآخرون، 2011م) بعنوان "أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء -حالة دراسية لشركة جوال"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء (حالة دراسية لشركة جوال).

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة وأجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (100) عميل من عملاء شركة الاتصالات الفلسطينية وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج منها توجد العديد من الجوانب الايجابية في تعامل الشركة مع عملائها وأبناء المجتمع الفلسطيني ودورها الفاعل في دعم الأنشطة الثقافية وغيرها حيث وتبين أيضا العديد من المواقف السلبية مثلا مسؤولية الشركة تجاه البيئة حيث كانت النظرة إلى هاذ الجانب بصوره سلبيه لمسؤولية الشركة.

وقد أوصت الدراسة بضرورة اهتمام الشركة بمسئوليتها الاجتماعية حيث تم تقديم العديد من التوصيات التي تساعد على تخطي بعض الأمور التي قد يكون هناك قصور فيه.

#### 6- دراسة (اللولو، 2009م) بعنوان "مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة-دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والوقوف على مدى اهتمام تلك الشركات بمجالات المسؤولية الاجتماعية والإفصاح المحاسبي عنها، ودراسة مدى توفر مقومات تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لديها.

وقد استخدمت الدراسة التطبيقية استبانته وزعت على مجتمع الدراسة المكون من الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية وعددها 37 شركة، وبواقع استبانته واحدة لكل شركة، وكذلك القيام بمسح التقارير المالية السنوية للشركات نفسها لمعرفة مدى الإفصاح واختبار T-test عن الأداء الاجتماعي، وتم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي واختبارات ANOVA واختبار شففيه .

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن إدارة الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية تدرك مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع، إلا أنهم لا يعيرون مجالاتها المختلفة نفس الاهتمام، فالمستهلكون يحظون بالأولوية ثم الموارد البشرية يليها البيئة وأخيراً المجتمع المحلي، يتوفر لدى الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية مقومات تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

وأوصت الدراسة ضرورة قيام الشركات بتطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بكافة جوانبها، واستخدامها كنظام معلومات اجتماعي يخدم كافة الأطراف ذات العلاقة ابتداء من الشركة نفسها وانتهاء بالمستثمر والمواطن، يجب أن يكون للحكومة موقف وممارسات ايجابية اتجاه الشركات المساهمة التي تتحمل المسؤولية الاجتماعية، من خلال تشريعات أو إجراءات تسمح بإعفائها من الضرائب أو غيرها من التسهيلات مقابل مساهمتها الاجتماعية، وأن يكون لهذه التشريعات قدرة على المسائلة والرقابة على أداء الشركات الاجتماعي،. يجب تنشيط دور المنظمات والجمعيات المهنية الوطنية والدولية اتجاه توعية الشركات بمفهوم وأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

#### 7- دراسة (مشرف، 2009م) بعنوان " التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية

##### وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى التفكير الأخلاقي ومستوى المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، والكشف عن العلاقة بينهما.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي وقد تم توزيع 600 استبانة على طلاب وطلبة الجامعة الإسلامية وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن طلبة الجامعة الإسلامية بغزة لديهم مستوى مرتفع من المسؤولية الاجتماعية. وأيضاً وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة بين مستوى التفكير الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة.

وأوصت الدراسة ضرورة اهتمام الجامعات بالنواحي الأخلاقية والاجتماعية للطلبة من خلال إغناء المقررات الدراسية الجامعية، وتطوير طرق التدريس، وإقامة الندوات والأنشطة الهادفة، تفعيل دور الجامعة في خدمة المجتمع عن طريق المشاركة الطلابية في تقديم خدمات للمجتمع (العمل التعاوني).

#### 8- دراسة (العجلة، 2009م) بعنوان "الإبداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام" دراسة تطبيقية على وزارات قطاع غزة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع الإبداع الإداري وعلاقته بأداء المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وقد تم تصميم استبانة الدراسة كوسيلة لجمع البيانات حيث تم توزيع (305) استبانة على المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة، وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها المديرين بوزارات قطاع غزة يمتلكون جميع القدرات المميزة للشخصية المبدعة، عملية تقييم الأداء بوزارات قطاع غزة لا تتم بشكل صحيح وفعال بما يخدم الموظف والوزارة معاً.

وقد أوصت الدراسة بإنشاء إدارة حاضنة للإبداع أو إنشاء ما يسمى (بنك الأفكار)، وضع استراتيجية مبنية على معايير دقيقة للكشف عن المبدعين والموهوبين، تفعيل نظام الحوافز على أسس ومعايير مهنية تتضمن التميز والإبداع في الأداء ومكافأة المبدعين.

ثانياً: الدراسات العربية:

#### 1- دراسة (الشعار وإبراهيم، 2015م) بعنوان "تطبيقات إدارة الجودة الشاملة وأثرها في الإبداع التكنولوجي - دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في الأردن"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تطبيقات إدارة الجودة الشاملة وأثرها على الإبداع التكنولوجي في المصارف العاملة في الأردن.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد تم تطبيق الدراسة على 13 مصرفاً في الأردن وتم توزيع (15) استبانة لكل مصرف وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن مستوى تطبيقات إدارة الجودة الشاملة من حيث الأهمية النسبية كان مرتفعاً، كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثراً ذا دلالة إحصائية لتطبيقات إدارة الجودة الشاملة على الإبداع التكنولوجي.

وقد أوصت الدراسة بعدد من التوصيات من أبرزها ضرورة تعزيز تبني الإدارات العليا بالمصارف برامج تطبيق إدارة الجودة الشاملة، إيلاء الاهتمام بعملية الإبداع التكنولوجي وبشكل مستمر ومتجدد، وألا يكتفي بتحقيقه مرة واحدة أو بوقت معين، تشجيع تقديم الأفكار الإبداعية والاهتمام بها من خلال توفير البيئة المناسبة لتشجيع عملية الإبداع داخل المصارف.

## 2- دراسة (القيوتي، 2014م) بعنوان "دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة شركة زين للاتصالات بالأردن"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تبني شركة زين للاتصالات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في شركتها والتعرف على مدى اهتمام شركة زين للاتصالات لتحقيق الميزة التنافسية وتعرف مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة (الاهتمام بالعاملين، والتركيز على العملاء، وحل المشكلات الاجتماعية، والاهتمام بالبيئة والمنافسة الشريفة، المساهمة في الخط التنموية) في تحقيق الميزة التنافسية في شركة زين للاتصالات.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لجمع البيانات وتم توزيع (175) استبياناً تم توزيعها على المديرين والعاملين في الشركة وتم الاعتماد على أساليب الإحصاء الوصفي في وصف متغيرات الدراسة وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود دور إيجابياً للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة زين للاتصالات الخلوية، كما توصلت الدراسة إلى أثر لكل من (التركيز على العملاء، وحل المشكلات الاجتماعية، والاهتمام بالبيئة والمنافسة الشريفة، المساهمة في الخط التنموية، والاهتمام بالعاملين) في تحقيق الميزة التنافسية في شركة زين للاتصالات.

وقد أوصت الدراسة بضرورة إعداد برامج تدريبية للعاملين في الشركة المبحوثة لتعريفهم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للشركة ودعت الدراسة الي زيادة اهتمام الشركة في المجتمع المحلي الذي تعمل فيه من خلال توفير فرص العمل ودعم الأنشطة الاجتماعية في المجتمع، ودعت الدراسة أيضا الي ضرورة تعاون جميع الشركات العاملة في نفس المجال لعمل خطة وطنية شاملة وواضحة تساهم في تعزيز مسؤولياتها الاجتماعية تجاه البيئة والمجتمع الذي تمارس أعمالها فيه.

### 3- دراسة (عوض، 2014م) بعنوان "أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية-دراسة حالة على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية"

هدفت هذه الدراسة الي بيان أسباب عجز الشركات المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية عن القيام بمسئوليتها الاجتماعية لأسباب متعددة منها ضعف التشريعات وضعف الثقافة الخاصة بالقضايا الاجتماعية والبيئية.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد تم توزيع (100 استبانة) على أقسام المحاسبة ب 10 شركات وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وزيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية من أسباب عجز الشركات الصناعية الأردنية عن القيام بمسئوليتها الاجتماعية، وان العوائد المتوقعة من الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية أقل من تكاليف عدم القيام بها.

وقد أوصت الدراسة بضرورة تفعيل المؤسسات الإعلامية والأهلية والمجتمعية على العمل كقوى ضاغطة على الشركات الصناعية للقيام بمسئوليتها الاجتماعية والي ضرورة تفعيل التشريعات الحكومية من خلال تقديم حوافز وتسهيلات من تخفيض الضرائب والرسوم وقد أوصت الدراسة أيضا بضرورة نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

### 4- دراسة (سعود، 2013م) بعنوان " دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة عينة من مؤسسات ولاية ورقلة"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حقيقة الإبداع التكنولوجي في بيئة عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تحديد علاقة الارتباط والتأثير بين أنواع الإبداع التكنولوجي وأبعاد الميزة التنافسية.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم توزيع (45) استبيان على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الإنتاجية المعنية وقد تم استعادة (40) استبيان أي بمعدل استجابة 88.89% وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها عدم إيجاد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وبين المحافظة على الميزة التنافسية، كما أظهرت هذه النتائج كذلك عدم اهتمام مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإبداع التكنولوجي.

وقد أوصت الدراسة بضرورة توعية أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأهمية الإبداع التكنولوجي ودوره في اكتساب وتنمية المزايا التنافسية؛ التشجيع المتواصل على الإبداع التكنولوجي وتوفير الظروف المناسبة التي تتيح إنشاء مزايا تنافسية صعبة التقليد ومستمرة للمؤسسات بصفة عامة؛ ضرورة نشر ثقافة الإبداع داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإشراك كل الأفراد فيها.

##### 5- دراسة (الزيود، 2013م) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة بالأردن".

هدفت هذه الدراسة إلى بيان مدى التزام البنوك العاملة في الأردن بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع الخارجي والداخلي للعاملين فيها، حيث تم تحليل قيمة المساهمات النقدية للمجالات الاجتماعية كقيمة مطلقة، وكذلك نسبة من صافي الأرباح ومدى انتشار فروع البنك خارج العاصمة للمساهمة في التنمية وخدمة العملاء

قد تم تطبيق فرضيات الدراسة على 15 بنكا للفترة ما بين 2008 إلى 2014، عن طريق مراجعة التقارير السنوية التي تنشرها البنوك العاملة في الأردن.

وقد توصلت الدراسة الي أن البنوك تتحمل مسؤوليتها فيما يتعلق بالمجتمع المحلي وهو من ضمن سياستها وخططها وذلك من اجل تحقيق التنمية المستدامة، أما فيما يتعلق بالبعد الداخلي فتبين ان هنالك تقصيرا فيما يتعلق بالمبالغ المنفقة على العاملين بالإضافة إلى عدم الاهتمام بتدريب وتطوير العاملين.



وقد أوصت الدراسة بضرورة زيادة الوعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وتوفير حوافز أكثر للبنوك التي تتبنى هذا المفهوم وان يكون هناك معايير واضحة ومحددة لتقديم الدعم للمستفيدين، وتوفير حوافز أكبر للبنوك التي تتبنى برامج للمسؤولية الاجتماعية، قيام البنوك بإنشاء دوائر متخصصة تعنى بموضوع المسؤولية الاجتماعية وأوصت أيضا بضرورة اعتبار الموظفين إحدى الفئات المستهدفة بسياسات البنوك في مجال المسؤولية الاجتماعية من خلال منح اجور ورواتب عادلة ومنافسة وتوفير فرص التدريب وغيرها.

#### 6- دراسة (العناتي، 2009م) بعنوان "محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصال الأردنية"

هدفت هذه الدراسة إلى قياس الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية من هواتف أرضية ثابتة وهواتف خلوية متنقلة في تنمية مجتمعها المحلي بدءا من الحد من مضار التلوث الإشعاعي وكذلك مساهمة هذه الشركات في توفير فرص عمل مما يساهم في الحد من البطالة إضافة لدعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المقابلات الشخصية وعلى تقارير المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن شركات الاتصالات الأردنية تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية بدرجة متوسطة وأن هناك تباين واضح بين أداء شركات الاتصالات في تنمية مجتمعها المحلي إلا أن شركات الاتصالات الأردنية لا تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق فرص عمل.

وقد أوصت الدراسة بضرورة توعية إدارات شركات الاتصالات الأردنية بدورها في تحمل مسؤوليتها الاجتماعية في المجتمع التي تعمل فيه بشكل خاص وفي الأردن بشكل عام عن طريق توجيه بعض استثماراتها نحو مشاريع ذات صبغة اجتماعية تساهم في توفير فرص العمل مما يساهم في الحد من البطالة.

#### 7- دراسة (العامري، 2005م) بعنوان "العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي - الشركات الصناعية الأردنية"

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم الإبداع التكنولوجي وما يتعلق به من مفاهيم نظرية وتحديد أثر بعض العوامل التنظيمية في الإبداع التكنولوجي مثل دعم الإدارة العليا والتحفيز وغيرها.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي قام الباحث بتوزيع استبانة على عينة من الشركات الصناعية الأردنية، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها إن نشاط الإبداع التكنولوجي هو عنصر من عناصر المنافسة الأساسية في عالم اليوم، لأن الاقتصاد العالمي هو اقتصاد معرفة، حيث لم تعد عناصر المنافسة التقليدية مثل الجودة والإنتاجية العالية كافية لاختراق الأسواق أو الاحتفاظ بالحصة السوقية، وإن هناك علاقة قوية بين وجود قسم للبحث والتطوير وبين الإبداع التكنولوجي، وهذا شيء مهم يثبت أن الاستثمار في عمليات البحث والتطوير يمكن أن يحقق ميزات مهمة للشركات الصناعية الأردنية.

وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالإبداع التكنولوجي ورصد أموال كافية مع دعم لأقسام البحث والتطوير، وتوفير برامج تدريبية للعاملين وتحفيزهم وصرف المكافآت للأشخاص المبدعين منهم.

#### 8- دراسة (الغالب، العامري، 2001م) بعنوان "المسئولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات -دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية العاملة بالأردن"

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف إذا ما كان هناك علاقة ايجابية بين الدور الاجتماعي للمنظمة وطبيعة نظام المعلومات فيها مركزا على جانب الشفافية لهذا النظام، وإذا ما تحقق وجود هذه العلاقة أو عدم وجودها فإن إدارات المصارف الأردنية مطالبة بأن تعي هذه الحقائق وتتعامل في ضوءها مع مختلف الأطراف بما ينعكس ايجابيا على أداء المصارف.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد تم اختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث عددها (7) مصارف يعتقد أنها أكبر المصارف والأقدم في الأردن، وقد اختيرت مجموعة من الفروع البالغ عددها (63) فرعا تمثل نسبة (41.7%) من العدد الكلي لفروع هذه المصارف، وقد تم جمع البيانات والمعلومات من هذه الفروع عن طريق توزيع الاستبانة والمقابلات مع مدراء الفروع التي شملتها الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها وجود علاقة ضعيفة بين نظام المسؤولية الاجتماعية المعتمد وشفافية نظام المعلومات في المصرف، وتوصلت الدراسة أيضا إلى ضرورة وأهمية إدراك دور المسؤولية الاجتماعية في تطور المنظمات ووعيا بدورها الجدد في ظل نظام اقتصادي منفتح عالميا.

وقد أوصت هذه الدراسة ضرورة زيادة وعي إدارات المصارف والمنشآت الاخرى بأهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الازدهار الاقتصادي وكذلك أوصت الدراسة بتدريس مادة المسؤولية الاجتماعية والأخلاق الإدارية كمقررات مستقلة في الجامعات والمعاهد.

### ثالثا: الدراسات الأجنبية:

#### 1- دراسة (XU & Yang 2010) بعنوان "Indigenous Characteristics of Chinese Corporate Social Responsibility Conceptual paradigm (الخصائص المميزة لنموذج المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصينية)

هدفت الدراسة إلى تحديد المفاهيم الأساسية الموجودة لدى الصينيين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى الالتزام بمضامين المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصينية وأيضا السعي لزيادة معرفة الصينيين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، تكونت عينة الدراسة من 630 مديرا تنفيذيا يعملون في الشركات الصينية بعدة قطاعات ومالكي أعمال خاصة في 12 بلدية في الصين.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها انه تم تحديد مضامين المسؤولية الاجتماعية وهي تسعة أبعاد من ضمنها ستة أبعاد تشترك مع المسؤولية الاجتماعية في الغرب ، وهذه الأبعاد المشتركة هي المتعلقة بالالتزام تجاه العملاء، الالتزام تجاه العاملين، الالتزام تجاه أصحاب المصلحة، الالتزام تجاه البيئة وجماعات الضغط ونقابات العمال وأيضا بأن هناك غموض لدى المسؤولين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأيضا توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية في الصين تختلف عن الموجودة في الغرب فهي مرتبطة بالثقافة والعادات الاجتماعية الصينية.

وقد أوصت الدراسة بضرورة توعية الإدارة العليا بأهمية تبني المسؤولية الاجتماعية لجميع أصحاب المصالح وأوصت الدراسة بضرورة تحديد المضامين الأساسية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن تتبناها الشركات الصينية.

## 2- دراسة (Michael & Nawaz, 2008) بعنوان

### "Knowledge fusion for technological innovation in organizations".

#### (دمج المعرفة للإبداع التكنولوجي بالمؤسسات)

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم إطار تكاملي لعرض وتوجيه الإدارة لدمج واتحاد المعرفة المختلفة لخلق معرفة جديدة وإبداع تكنولوجي وأيضاً هدفت إلى اقتراح طريقة لتنفيذ المعرفة والإبداع التكنولوجي بأسلوب فعال.

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة وتم جمع البيانات من خلال توزيع استبانة على الموظفين والمدراء العاملين في شركات تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها كلما زادت عملية الاستثمار في اكتشاف الإبداع في المنظمة كلما زادت فرصة اكتشاف الموظفين المبدعين، وان تبادل الخبرات التكنولوجية بين الأقسام العلمية والتخصصات المختلفة زاد بشكل كبير وهذا أدى إلى اكتساب مهارات وقدرات جديدة لدى الموظفين وأيضاً توصلت إلى أن التحليل الهرمي هو الأسلوب الأمثل لتطبيق إطار عام لاتخاذ القرارات الإدارية.

وقد أوصت الدراسة بزيادة عملية تبادل الخبرات التكنولوجية بين الأقسام العلمية المختلفة لاكتساب مهارات، القيام بدراسات مكملية لعملية اتحاد ودمج المعارف والإبداع التكنولوجي في المنظمات وقد أوصت الدراسة بضرورة التركيز على أساليب تحويل المعرفة من معرفة ضمنية إلى معرفة تطبيقية بأشكال مختلفة تساهم في زيادة الإبداع التكنولوجي وتطور المؤسسات وأيضاً أوصت بضرورة القيام بدراسة على مجالات اقتصادية أخرى.

## 3- دراسة (Bird, Hall, Momentè, & Reggiani, 2007) بعنوان

### "What Corporate Social Responsibility Activities are valued by the Market?"

#### (ما هي القيمة السوقية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات)

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة الفعلية بين نقاط القوة الإيجابية ونقاط الضعف لنشاطات المسؤولية الاجتماعية في الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية وهدفت إلى تحديد

ما هي أنواع أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تنفذ بالشركات وتحديد وصف لهذه الأنشطة وما هي الآثار المترتبة على تنفيذها.

تكونت عينة الدراسة من الشركات المسجلة في السوق المالي الأمريكي للأعوام 1991-2003 وقد تم الحصول على المعلومات المستخدمة في هذه الدراسة من شركة KLD للبحوث والتحليل وقد تم استخدام تصنيفات لتصنيف أنشطة المسؤولية الاجتماعية في الشركات التي أنشطة لها نقاط قوة أو ضعف على الشركات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن معظم الشركات تتبنى الحد الأدنى من متطلبات المسؤولية الاجتماعية في مجال حماية البيئة والتنوع بينما كان تبنيها لأنشطة المسؤولية الاجتماعية في مجال الموارد البشرية وعلاقتها مع موظفيها بدرجة أعلى، وأيضا ان تبني المديرين لكافة توجهات أصحاب المصالح سيؤدي إلى إعاقة تحقيق هدفهم وان توجهات أصحاب المصالح تتغير بمرور الوقت وهذا يؤثر بالنتيجة النهائية على العملاء وعلى علاقات الموظفين وبالتالي الإخفاق في تحديد الأهداف الشمولية للمسؤولية الاجتماعية.

وقد أوصت الدراسة إلى ضرورة الاستمرار بتطوير أهداف المؤسسة وأنشطة المسؤولية الاجتماعية فيها ومحاولة تقليل نقاط الضعف الموجودة في نشاطات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة وزيادة تبني الشركات لأنشطة المسؤولية الاجتماعية خصوصا في مجال حماية البيئة.

4- دراسة (Amaeshi, Adi, Ogbechie, & Amao, 2006) بعنوان:

#### "Corporate Social Responsibility in Nigeria: western mimicry or indigenous influences?"

(المسؤولية الاجتماعية في نيجيريا: التقليد الغربي أو النموذج الأصلي)

هدفت هذه الدراسة إلى تحري معني وممارسة المسؤولية الاجتماعية في نيجيريا وملاحظة هل تتبنى الشركات الوطنية بنيجيريا لمفهوم المسؤولية الاجتماعية الخاص بها خلال ممارسة عملها او تقوم بتقليد النموذج الغربي

اشتملت عينة الدراسة على 700 شركة من الشركات الوطنية العاملة في مختلف المجالات بنيجيريا ، وقد اعتمدت الدراسة على مرحلتين المرحلة الأولى تعتمد على الرأي العام النيجيري للمدراء الأصليين في القطاع الخاص في شركات النفط والغاز والاتصالات والتمويل قد تم جمع البيانات من هذه العينة خلال إجراء 41 مقابلة مهيكلة (وجها لوجه والهاتف ورسائل

البريد الإلكتروني) ،أما المرحلة الثانية للدراسة فقد تم التركيز فيها على قطاع الخدمات وخصوصا على البنوك لأنه 90% من البنوك مملوكة وتدار من قبل المدراء الأصليين واستند هذا الجزء من الرسالة على تقارير المسؤولية الاجتماعية المنتشرة على شبكة الانترنت.

وقد توصلت إلى أن الشركات الوطنية تدرك مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتمارسها كنوع من العمل الخيري والإنساني وان أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات النيجيرية تعتبر جزء لا يتجزأ من أنشطتها الأساسية.

وقد أوصت الدراسة بالقيام بمزيد من البحوث والدراسات لدراسة كيف تؤثر الأنشطة على المسؤولية الاجتماعية في الشركات النيجيرية وأيضا قامت الدراسة بتقديم بعض الرؤى للشركات متعددة الجنسيات العاملة في نيجيريا.

#### 5- دراسة (Jafar, 2006) بعنوان

#### "Cultivating technological innovations in Middle Eastern countries"

#### "تثقيف الإبداع التكنولوجي في دول الشرق الأوسط"

هدفت هذه الدراسة لعرض نتائج بحث عملية الإبداع التكنولوجي مع المميزات الصناعية في الدول النامية بما يتضمن إيران، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم توزيع "100" استبانة على العاملين في المؤسسات والوزارات العامة الإيرانية وتم عمل مقابلات مقننة مع 26 شركة صناعية في إيران وأيضا تم الحصول على المعلومات من خلال الوثائق الخاصة بالشركة ذات علاقة بموضوع الإبداع التكنولوجي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها دعم الإدارة العليا من أهم العناصر اللازمة لاكتشاف الإبداع، وزيادة الاستثمار في عملية البحث والتطوير في الشركة لتحسين الإبداع التكنولوجي وتوصلت الدراسة أيضا الى أهمية التدريب الذي توفره المؤسسات للعاملين فيها ودوره الفعال في المساهمة في زيادة الإبداع التكنولوجي، والآثار الايجابية الناتجة عند توفير كادر ثابت في المؤسسات.

وقد أوصت الدراسة بإضافة التخطيط الاستراتيجي كمتغير مستقل في الدراسات المستقبلية لدوره المهم في عملية اكتشاف الإبداع، وتم الخروج بتوصيات شاملة لعملية الإبداع في بلدان الشرق الأوسط بما فيها إيران وزيادة دور حصة القطاع الخاص الصناعي في المشاركة في أنشطة الدولة لما له من دور يساهم في زيادة الإبداع التكنولوجي في الدولة.

## 6- دراسة ( Todtling, Kaufmann, 2002 ) بعنوان

### "How Effective is Innovation Support for SME"

(مدى فاعلية الدعم المقدم إلى الشركات الصغيرة لتحقيق الإبداع التكنولوجي)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى فاعلية الدعم المقدم إلى الشركات الصغيرة لتحقيق الإبداع التكنولوجي وقد أجريت هذه الدراسة في الإقليم الشمالي من النمسا.

قد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم توزيع (250) استبانة على 140 شركة صغيرة ومتوسطة الحجم وتتميز بان عدد العاملين في مجال البحث والتطوير فيها يصل إلى 15.6% من إجمالي عدد العاملين.

وقد توصلت الدراسة إلى إن أهم العوامل التي تشكل قيودا على الإبداع التكنولوجي هي المخاطرة العالية ونقص المخصصات المالية ويتم عن ذلك عدم تخصيص وقت كافي لمشروع الإبداع التكنولوجي، وارتفاع أسعار التكنولوجيا المقدمة وعدم توفرها في بعض المجالات.

وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالإبداع التكنولوجي وملاحظة كل جديد في مجال التكنولوجيا وتوفير المخصصات المالية اللازمة للبحث والتطوير.

## 7- دراسة ( McAdam, Stevenson, & Armstrong, 2000 ) بعنوان

### "Innovative change management in SMES: beyond continuous improvement"

(إدارة التغيير المبدعة في المؤسسات الصغيرة: ما وراء التحسين)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين فلسفة التحسين المستمر والإبداع التكنولوجي في المنشآت متوسطة وصغيرة الحجم.

وقد أجريت هذه الدراسة في أيرلندا على عينة مكون من 15 شركة صغيرة ومتوسطة الحجم في شمال وجنوب أيرلندا بحيث لا يتجاوز عدد الموظفين 100 موظف وتم مراعاة أن تكون الشركات عينة البحث ذو نمو عال وإبداع تكنولوجي متميز وقد تم استخدام نموذج Centrim لقياس الإبداع وهو متألف من 6 محاور رئيسية وكل محور يحتوي على 3 محاور فرعية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن بعض الشركات تعتمد سياسة التحسين والابتكار المستمر والبعض الآخر لا يتبعها وان الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم التي تتبع سياسة الإبداع والتحسين المستمر توفر أساس متين لبناء ثقافة الإبداع التكنولوجي في مجال الأعمال وقد وجدت بهذه الشركات جميع مكونات التي تساعد على تشجيع الإبداع التكنولوجي. وقد أوصت الدراسة بضرورة تشجيع سياسة الإبداع والتحسين المستمر في الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم وبناء ثقافة الإبداع لدى الأفراد العاملين في هذه الشركات.

#### 8- دراسة (Johannessen, et.al,2000) بعنوان

### "Strategic use of information technology for increased innovation and performance"

#### (استراتيجية استخدام تكنولوجيا المعلومات لزيادة مستوى الإبداع والأداء)

هدفت هذه الدراسة إلى اكتشاف العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والإبداع التكنولوجي بأنواعه المختلفة والأداء.

وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي وقد تم توزيع "200" استبانة على لشركات الأعمال التكنولوجية صغيرة الحجم في النرويج وتم استخدام برنامج SPSS بالتحليل الإحصائي.

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها أن لتكنولوجيا المعلومات علاقة قوية بالإبداع التكنولوجي وكذلك مع الأداء، ولكن الأثر يتباين من مؤشر أداء إلى آخر، وان تأثير لنوع تكنولوجيا قد يكون ايجابي على مؤشر أداء وسليبي على مؤشر آخر، وان استخدام تكنولوجيا المعلومات يكون مرتبط ارتباط وثيق بعمليات التنشئة الاجتماعية التي تؤثر بدورها على تنفيذ الابتكارات والإبداعات الناجحة.

وقد أوصت الدراسة بضرورة تطوير إستراتيجية لاستخدام التكنولوجيا بالمؤسسة بالتناسب مع الإستراتيجية العامة للمؤسسة وتساهم في تطوير الإبداع التكنولوجي.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أن هذه الدراسات قد تعددت واختلفت باختلاف الأهداف التي سعت إلى تحقيقها، واختلاف القطاعات التي تناولتها، واختلاف البيئات التي تمت فيها، والمتغيرات التي تناولتها، والمنهجيات التي اتبعتها، وهنا تستعرض الباحثة أهم أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.



## أوجه الاتفاق

أولاً: بالنسبة لبيئة الدراسة:

تشابهت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في تناولها لبيئة الاتصالات مثل دراسة (نزال وآخرون، 2011م)، (القيوني، 2014م)، (العناتي، 2009م).

ثانياً: بالنسبة للمتغيرات:

إن عدداً من هذه الدراسات قد استهدفت التعرف على أحد الجوانب الهامة المتعلقة بالإبداع التكنولوجي سعياً إلى فهم عميق حول العناصر المكونة لهذا المفهوم، أو العوامل المؤثرة فيه، أو المعوقات التي تحد من وجوده مما ساهم في فهم طبيعته ومضمونه ومن هذه الدراسات دراسة (ديك، 2015م)، دراسة (زيدان وآخرون، 2011م)، دراسة (العجلة، 2009م) دراسة (الشعار و إبراهيم، 2015م)، دراسة (سعود، 2013م)، دراسة (العامري، 2005م)، دراسة (Michael & Nawaz, 2008)، دراسة (Jafar, 2006)، دراسة (Kaufmann, 2002)، (Todtling).

وقد تناولت الدراسات الأخرى مفهوم المسؤولية الاجتماعية من جميع جوانبه المختلفة بكثرة من هذه الدراسات دراسة (الزيناتى، 2014م)، دراسة (مهدي، جابر، 2011م)، دراسة (نزال وآخرون، 2011م)، دراسة (اللولو، 2009م)، دراسة (مشرف، 2009م)، دراسة (القيوتي، 2014م)، دراسة (عوض، 2014م)، دراسة (الزيود، 2013م)، دراسة (العناتي، 2009م)، دراسة (الغالبى والعامري، 2001م)، دراسة (XU & Yang 2010)، دراسة (Lantos, 2001) دراسة (Amaeshi, Adi, Ogbechie, & Amao, 2006)، دراسة (Bird, Hall, ) (Momentè, & Reggiani, 2007).

وقد تشابهت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في أن معظمها تطرق لدراسة المتغيرات الديموغرافية للمبجوثين وأثرها على كل من الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية.

بالنسبة لمنهج الدراسة وأداتها:

اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في استخدامها المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كمنهج وأداة مناسبين لمثل هذا النوع من الدراسات وقد تشابهت أيضاً عدد من الدراسات باستخدام المقياس ليكرت الخماسي.

## أوجه الاختلاف

### بالنسبة لبيئة الدراسة:

تنوعت بيانات الدراسات السابقة واختلفت مع بيئة الدراسة الحالية بشكل عام فقد تناولت الدراسات بيئة البنوك والقطاع المصرفي والمالي مثل دراسة (زيدان وآخرون، 2011م)، دراسة (اللولو، 2009م)، دراسة (الشعارو إبراهيم، 2015م)، دراسة (عوض، 2014م)، دراسة (الزيود، 2013) ، الوزارات والمؤسسات الصحية والتعليمية ومؤسسات القطاع العام مثل دراسة (دبيك، 2015م) ، دراسة (الزيناتى، 2014م)، دراسة (مهدي، جابر، 2011م)، دراسة (مشرف، 2009م)، دراسة (العجلة، 2009م)، دراسة (سعود، 2013م)، دراسة (الغالبى والعامري، 2001م) دراسة (Lantos ، 2001) ، دراسة (XU & Yang 2010) ، دراسة (Jafar, 2006) ، دراسة (Michael & Nawaz, 2008) .

في حين تناولت دراسات أخرى المصانع والشركات مثل دراسة (العامري، 2005م)، دراسة (Bird, Hall, Momentè, & Reggiani, 2002) ، دراسة ( Todtling, Kaufmann, 2002) ، دراسة (Amaeshi, Adi, Ogbechie, & Amao, 2006) .

### بالنسبة لمتغيرات الدراسة

ركزت بعض الدراسات السابقة على مفهوم الإبداع بشكل عام ودراسة أثره على متغيرات مختلفة مثل دراسة (زيدان وآخرون، 2011م) ودراسة (سعود، 2013م) التي تناولتا اثر الإبداع على الميزة التنافسية ، ودراسة (العامري، 2005م) التي تناولت العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي، ودراسة (Michael & Nawaz, 2008) التي تناولت دور المعرفة في تنمية الإبداع التكنولوجي، أما دراسة (Todtling & Kaufmann, 2002) فقد درست فعالية الدعم المقدم للشركات الصغيرة في تحقيق الإبداع التكنولوجي، وقد تناولت دراسة (دبيك، 2015م) سبل اكتشاف الموظفين ذوي الإبداع في مجال التكنولوجي، بينما تناولت دراسة (العجلة، 2009م) مفهوم الإبداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي، أما دراسة (الشعار و إبراهيم، 2015م) فقد تناولت إدارة الجودة وعلاقتها بالإبداع التكنولوجي.

وقد تناولت أغلب الدراسات لمتغير المسؤولية الاجتماعية ودراسة علاقته مع متغيرات أخرى مثل علاقة أخلاقيات المهنة بالمسؤولية الاجتماعية دراسة (الزيناتى، 2014م) ، دور الجامعات في تعزيز المسؤولية الاجتماعية دراسة (مهدي و جابر، 2011م)، ودراسة (نزال

وآخرون،2011م) أما دراسة (القيوتي، 2014م) فقد تناولت دور المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية ، ودراسات أخرى ركزت على متغير المسؤولية الاجتماعية مع متغيرات أخرى مثل دراسة (اللولو،2009م)، دراسة (مشرف،2009م)،دراسة (عوض،2014م) دراسة (الزيود ،2013م)، دراسة (العناتي،2009م) ، دراسة (الغالبى والعامري،2001م) ، دراسة (Amaeshi, Adi, Ogbechie, & Amao, 2006) ، دراسة (Lantos, 2001) .

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

كان للدراسات السابقة فائدة كبيرة في تكوين تصور شامل لموضوع الدراسة الأمر الذي ساهم في:

- 1- صياغة مشكلات وفروض الدراسة.
- 2- إثراء الجزء النظري من الدراسة
- 3- بناء أداة الدراسة الحالية (الاستبانة)
- 4- تفسير نتائج الدراسة الحالية
- 5- التزود ببعض المراجع وخاصة الأجنبية منها
- 6- التأكد من أن هذه الدراسة لا تمثل تكرارا لأي من الدراسات السابقة.

### أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

- 1- تعتبر هذه الدراسة -حسب علم الباحثة - أول دراسة تتطرق لموضوع الإبداع التكنولوجي في الجامعات الفلسطينية.
- 2- أن هذه الدراسة تتميز عن غيرها بموضوعها الذي يربط بين (الإبداع التكنولوجي والمسؤولية الاجتماعية) وأهميته الكبرى على المجتمع وكما أنها تجري في وقت أصبحت التكنولوجيا فيه تتطور بشكل سريع مما يزيد من الضغط على الشركات لمواكبة هذه التطورات.
- 3- معظم الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الإبداع ركزت على مفهوم الإبداع ومعيقاته وطرق تنميته وأيضا ركزت على أنواع الإبداع مثل الإبداع الإداري والوظيفي وقليل من الدراسات قامت بتناول موضوع الإبداع التكنولوجي بالتفصيل في حين تستهدف الدراسة

الإبداع التكنولوجي من عدة جوانب وكيفية تأثيره على قيام الشركات بمسئوليتها الاجتماعية في المجتمع التي تعيش فيه.

4- تم تنفيذ الدراسة على بيئة اقتصادية لها أثر كبير بالاقتصاد الفلسطيني وهي شركة الاتصالات الفلسطينية ويمكن تطبيق هذه الدراسة على الشركات الأخرى مع مراعاة ثقافة وخصوصية كل مجال عمل لهذه الشركات.

# الفصل الرابع الطريقة والإجراءات

## الفصل الرابع الطريقة والإجراءات

### المقدمة:

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها محورا رئيسا يتم من خلاله انجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وعن طريقها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء أدبيات الدراسة المتعلقة بموضوع الدراسة، وبالتالي تحقق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

وبناء على ذلك تناول هذا الفصل وصفا للمنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطريقة إعدادها وكيفية بنائها وتطويرها، ومدى صدقها وثباتها، وينتهي الفصل بالمعالجات الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات واستخلاص النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

### منهج الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول من خلاله وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل بياناتها، والعلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها.

ويعرف الحمداني (2006، ص100م) المنهج الوصفي التحليلي بأنه "المنهج الذي يسعى لوصف الظواهر أو الأحداث المعاصرة، أو الرهنة فهو أحد أشكال التحليل والتفسير المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة، ويقدم بيانات عن خصائص معينة في الواقع، وتتطلب معرفة المشاركين في الدراسة والظواهر التي ندرسها والأوقات التي نستعملها لجمع البيانات".

### مصادر المعلومات

وقد استخدمت الباحثة مصدرين أساسيين للمعلومات:

1. المصادر الثانوية: حيث اتجهت الباحثة في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

2. المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأت الباحثة إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض.

### مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة يعرف بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبناء على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من جميع المديرين والعاملين الدائمين في مختلف الإدارات في شركة الاتصالات الفلسطينية في قطاع غزة، والبالغ عددهم (301) موظف في مختف الدوائر بالشركة موضحين بجدول رقم (4.1).

جدول (4.1): مجتمع الدراسة

العدد الكلي	أخرى	أنظمة المعلومات	موظفي الحسابات	الدائرة التجارية	الدائرة الفنية	الدائرة
301	5	6	61	68	160	عدد الموظفين

المصدر: شركة الاتصالات الفلسطينية- إقليم غزة (2015)  
عينة الدراسة:

قامت الباحثة باستخدام طريقة العينة العشوائية الطبقية حسب الدائرة، حيث تم توزيع 200 استبانة على مجتمع الدراسة، وقد تم استرداد 178 استبانة بنسبة 89%، وتم توضيح عدد الاستبيانات الموزعة على كل دائرة بالجدول (4.2).

جدول (4.2): عينة الدراسة

العدد الكلي	أخرى	أنظمة المعلومات	موظفي الحسابات	الدائرة التجارية	الدائرة الفنية	الدائرة
200	5	6	40	44	115	عدد الموظفين

### أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة حول " دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية - دراسة ميدانية على شركة الاتصالات الفلسطينية".

تتكون استبانة الدراسة من ثلاث أقسام رئيسية:

القسم الأول: وهو عبارة عن البيانات الشخصية عن المستجيبين (الجنس، المؤهل العلمي، مكان العمل، سنوات الخبرة).

القسم الثاني: وهو عبارة عن الإبداع التكنولوجي، ويتكون من (18) فقرة.  
القسم الثالث: وهو عبارة عن المسؤولية الاجتماعية، ويتكون من 4 مجالات موزع على  
37 فقرة:

- أ- المجال الأول: الأنشطة الخاصة بالبيئة، ويتكون من (10) فقرات.
  - ب- المجال الثاني: الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي، ويتكون من (9) فقرات.
  - ت- المجال الثالث: الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية، ويتكون من (8) فقرات.
  - ث- المجال الرابع: الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات، ويتكون من (10) فقرات.
- وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان  
جدول رقم (4.3) يوضح ذلك:

جدول (4.3): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة	غير موافق بشدة	غير موافق	غير متأكد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5	

### خطوات بناء الاستبانة:

قامت الباحثة بإعداد أداة الدراسة لمعرفة "دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية  
الاجتماعية- دراسة ميدانية على شركة الاتصالات الفلسطينية " .

واتبعت الباحثة الخطوات التالية لبناء الاستبانة :-

- 1- الإطلاع على الأدب الإداري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة،  
والاستفادة منها في بناء الاستبانة وصياغة فقراتها.
- 2- استشارت الباحثة عدداً من أساتذة الجامعات والمشرفين في تحديد مجالات  
الاستبانة وفقراتها.
- 3- تحديد المجالات الرئيسة التي شملتها الاستبانة.
- 4- تحديد الفقرات التي تقع تحت كل مجال.
- 5- تم تصميم الاستبانة في صورتها الأولية.
- 6- تم مراجعة وتنقيح الاستبانة من قبل المشرف.



7- تم عرض الاستبانة على (10) من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة فلسطين، وجامعة القدس المفتوحة والملحق رقم (1) يبين أسماء أعضاء لجنة التحكيم.

8- في ضوء آراء المحكمين تم تعديل بعض فقرات الاستبانة من حيث الحذف أو الإضافة والتعديل، لتستقر الاستبانة في صورتها النهائية على (55) فقرة، ملحق (2).

### صدق الاستبيان:

صدق الاستبانة يعني "أن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه" (الجرجاوي، 2010م، ص105)، كما يقصد بالصدق "شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" (عبيدات وآخرون، 2001م، ص179)، وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

#### 1- صدق المحكمين "الصدق الظاهري":

يقصد بصدق المحكمين "هو أن يختار الباحث عددًا من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة" (الجرجاوي، 2010م، ص107) حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (10) متخصصين في إدارة الأعمال ومناهج البحث العلمي والإحصاء وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد استجابت الباحثة لآراء المحكمين وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية - انظر الملحق رقم (2).

#### 2- صدق المقياس:

أولاً: الاتساق الداخلي Internal Validity: يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه، وقد تم ذلك على العينة الاستطلاعية المكونة من 40 مفردة.

- الاتساق الداخلي لمجال "الابداع التكنولوجي"

✓ الاتساق الداخلي لمجال " الإبداع التكنولوجي " والدرجة الكلية للمجال

جدول (4.4): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الإبداع التكنولوجي " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل ارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1.	تلجأ الشركة إلى استخدام وسائل تكنولوجيا جديدة في تطوير خدماتها	.341	*0.014
2.	تتعاون الشركة مع خبراء خارجيين من أجل تقديم خدمات جديدة مميزة	.508	*0.000
3.	تعاون الشركة مع جهات أكاديمية مختلفة في تطوير الإبداع التكنولوجي فيها	.390	*0.006
4.	تخصص الشركة ميزانية مناسبة للبحث العلمي والتطوير من أجل تقديم خدمات جديدة ومميزة	.640	*0.000
5.	توفر الشركة الأموال اللازمة في الوقت المناسب سبب رئيس في التوصل إلى إبداعات تكنولوجية	.712	*0.000
6.	يتم التنسيق بين أقسام الإنتاج، البحث والتطوير في الشركة من أجل تحسين خدماتها	.333	*0.018
7.	تعتمد الشركة على التكنولوجيا المتاحة لديها من أجل تحسين عمليات إنتاجها	.314	*0.024
8.	تقوم الشركة بتطوير خطوط الإنتاج من أجل الحصول على خدمات جديدة	.671	*0.000
9.	زيادة عدد العاملين بأقسام البحث والتطوير يساهم في زيادة عملية الإبداع	.701	*0.000
10.	توفر المعلومات اللازمة لإنجاز مشاريع البحث و التطوير بالكمية و الوقت و النوع المناسب يؤدي إلى تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة	.586	*0.000
11.	وجود رقابة مسبقة و تغذية راجعة للمعلومات يساهم في تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة.	.477	*0.001
12.	يعتبر الإبداع التكنولوجي جزء أساسي من إستراتيجية الشركة	.680	*0.000
13.	يساهم دعم الإدارة العليا لمشاريع البحث و التطوير في نجاحها و تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة	.610	*0.000
14.	نظام الحوافز المعمول به بالشركة يشجع على الإبداع التكنولوجي	.577	*0.000
15.	الأزمات لها دور كبير في حث العاملين على الإبداع التكنولوجي.	.531	*0.000
16.	تهتم الشركة بالجوانب البيئية أثناء قيامها بنشاط البحث والتطوير	.493	*0.001
17.	تسعى الشركة لتحسين نوعية خدماتها بغية إشباع حاجات الزبائن	.659	*0.000
18.	وجود المنافسين له دور كبير في حث الشركة على الإبداع التكنولوجي	.498	*0.001

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

يوضح جدول (4.4) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الإبداع التكنولوجي والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

- الاتساق الداخلي لـ " المسؤولية الاجتماعية "   
 ✓ الاتساق الداخلي لمجال " الأنشطة الخاصة بالبيئة " والدرجة الكلية للمجال.

جدول (4.5): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالبيئة" والدرجة الكلية

للمجال

م	القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل ارتباط بيرسون	الفقرة
1.	*0.000	.734	تسهم الشركة بالحد من التلوث البيئي بمكوناته ( المياه ؛ الهواء ؛ التربة)
2.	*0.000	.673	تسعى الشركة للاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وخصوصاً غير المتجددة
3.	*0.000	.542	تسعى الشركة إلى ترشيد استهلاك الطاقة
4.	*0.000	.547	تستفيد الشركة من تطوير الموارد المتاحة وصيانتها
5.	*0.000	.630	تحرص تسعى الشرك علي التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عملها
6.	*0.000	.762	تستخدم الشركة وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها
7.	*0.000	.732	تحترم الشركة وتقدر الدور الاجتماعي والأنشطة التي تقوم بها جماعات حماية البيئة
8.	*0.000	.711	تسعى الشركة لاستبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد اقل تلويثاً للبيئة
9.	*0.000	.738	تأخذ الشركة بعين الاعتبار الجوانب البيئية أثناء قيامها بنشاط البحث وتطوير خدماتها
10.	*0.000	.729	تسعى الشركة الى توعية المجتمع بالمواضيع المتعلقة بسلامة البيئة

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

يوضح جدول (4.5) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الأنشطة الخاصة بالبيئة" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

✓ الاتساق الداخلي لمجال "الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي" والدرجة الكلية للمجال.

جدول (4.6): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل لارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	تبني الشركة علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة	.589	*0.000
2.	ترعى الشركة نشاطات وأحداث محلية منتظمة	.564	*0.000
3.	تتبادل الشركة المعرفة والخبرات مع المؤسسات المحلية والدولية	.704	*0.000
4.	تساهم الشركة في حل المشاكل الاجتماعية المتعلقة بالبطالة من خلال توظيف الخريجين	.553	*0.000
5.	تلتزم الشركة بتسديد كافة الالتزامات الضريبية والرسوم المقررة وعدم التهرب منها	.466	*0.001
6.	تقوم الشركة بدعم المؤسسات الصحية	.562	*0.000
7.	تحتزم الشركة رأي النقابات العمالية وأدوارها المهنية	.623	*0.000
8.	تلتزم الشركة بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة عن الحكومة	.463	*0.002
9.	تلاقي الشركة تقديرا من قبل المجتمع المحلي	.535	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 < \alpha$ .

يوضح جدول (4.6) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

✓ الاتساق الداخلي لمجال " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية " والدرجة الكلية للمجال.

جدول (4.7): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1.	تمتلك الشركة مناخ جيد للعمل يضمن صحة وسلامة موظفيها من خلال توفير خدمات كالنقل والطعام والعلاج...الخ	.352	*0.014
2.	تعوض الشركة العمال بدل عن إصابات العمل	.802	*0.000
3.	تعمل الشركة على تكريم وتحفيز الأفراد العاملين المتفوقين والمبدعين في العمل.	.582	*0.000
4.	تعمل الشركة على رفع الروح المعنوية للعاملين وبث روح التعاون والدافعية	.506	*0.001
5.	تعتمد الشركة سياسة إدارية تسمح للعاملين من المشاركة في عمليات صنع القرار.	.528	*0.000
6.	تقوم الشركة بوضع إجراءات معينة للحد من الاستخدام الشخصي لموارد ها المختلفة.	.743	*0.000
7.	تلتزم الشركة بتطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة على جميع العاملين للمحافظة على حقوقهم	.524	*0.000
8.	تنفذ الشركة برامج توعوية للعاملين فيها	.696	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

يوضح جدول (4.7) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

✓ الاتساق الداخلي لمجال " الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات " والدرجة الكلية للمجال

جدول (4.8): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1.	تعطي الشركة معلومات صادقة عن جودة خدماتها للزبائن	.423	*0.004
2.	تتبع الشركة سياسة تسعيرية تستقطب وتحافظ على الزبائن وبناء جسور الثقة والولاء	.713	*0.000
3.	تقدم الشركة لزيائنها الإرشادات حول استخدام خدماتها	.727	*0.000
4.	تعمل الشركة جاهدة على إبراز السمعة والصورة المتميزة في مجال عملها	.694	*0.000
5.	توضح الشركة المخاطر التي من المحتمل أن تسببها خدماتها	.517	*0.000
6.	تعمل الشركة على توفير جميع الخدمات الحديثة و المتطورة لتواكب التطور التكنولوجي العالمي	.679	*0.000
7.	توفر الشركة الخدمة الهاتفية لجميع المواطنين في أي مكان و بأسرع وقت ممكن.	.585	*0.000
8.	توفر الشركة خدمة صيانة الأعطال بشكل يلبي احتياجات الزبائن	.698	*0.000
9.	تتميز إعلانات الشركة بالوضوح والجاذبية	.795	*0.000
10.	تتواصل الشركة مع زبائنها للاطلاع علي آرائهم وملاحظاتهم عن خدماتها التي تقدمها	.743	*0.000

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$  .

يوضح جدول (4.8) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية  $0.05 \leq \alpha$  وبذلك يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

#### ثانيا: الصدق البنائي Structure Validity:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة، وقد تم ذلك على العينة الاستطلاعية المكونة من 40 مفردة.

جدول (4.9): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	المجال
*0.000	.804	الإبداع التكنولوجي.
*0.000	.845	الأنشطة الخاصة بالبيئة.
*0.000	.875	الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي.
*0.000	.608	الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية.
*0.000	.805	الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات.
*0.000	.954	المسئولية الاجتماعية.

\* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

يبين جدول (4.9) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقه لما وضعت لقياسه.

#### ثبات الاستبانة Reliability:

يقصد بثبات الاستبانة هو أن يعطي الاستبيان نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية، ويقصد به أيضاً إلى أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها، أو ما هي درجة اتساقه وانسجامه واستمراريته عند تكرار استخدام في أوقات مختلفة (الجرجاوي، 2010م، ص 97)، وقد تم ذلك على العينة الاستطلاعية المكونة من 40 مفردة.

وقد تحققت الباحثة من ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ

Cronbach's Alpha Coefficient، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (4.9).

جدول (4.10): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	الصدق الذاتي*
الإبداع التكنولوجي.	18	0.853	0.924
الأنشطة الخاصة بالبيئة.	10	0.872	0.934
الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي.	9	0.731	0.855
الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية.	8	0.710	0.843
الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات.	10	0.855	0.925

الصدق الذاتي*	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المجال
0.960	0.921	37	المسئولية الاجتماعية.
0.962	0.925	55	جميع مجالات الاستبانة

\*الصدق الذاتي = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ

واضح من النتائج الموضحة في جدول (4.10) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل مجال حيث تتراوح بين (0.921،0.710) بينما بلغت لجميع فقرات الاستبانة (0.925). وكذلك قيمة الصدق الذاتي مرتفعة لكل مجال حيث تتراوح بين (0.960،0.843) بينما بلغت لجميع فقرات الاستبانة (0.962) وهذا يعنى أن الثبات مرتفع ودال احصائيا.

وبذلك تكون الإستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (2) ، وتكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

- 1- النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages): لوصف عينة الدراسة.
- 2- المتوسط الحسابي والمتوسط الحسابي النسبي والانحراف المعياري.
- 3- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) ، لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- 4- اختبار كولمجوروف-سمرنوف (Kolmogorov-Smirnov Test(K-S) : لمعرفة ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه.
- 5- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين. وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة، والعلاقة بين المتغيرات.



- 6 اختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم زادت أو قلت عن ذلك. ولقد تم استخدامه للتأكد من دلالة المتوسط لكل فقرة من فقرات الاستبانة.
- 7 نموذج تحليل الانحدار المتدرج الخطي (Linear Stepwise Regression- Model).
- 8 اختبار T في حالة عينتين (Independent Samples T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
- 9 اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) (One Way Analysis of Variance) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات.

## الفصل الخامس

تحليل البيانات واختبار فرضيات

الدراسة ومناقشتها

## الفصل الخامس تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

### المقدمة:

يتضمن هذا الفصل عرضاً لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة والتي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، والوقوف على المعلومات الشخصية التي اشتملت على (الجنس، المؤهل العلمي، مكان العمل، سنوات الخبرة) ، لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة، إذ تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة التي تم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

### اختبار التوزيع الطبيعي Normality Distribution Test:

تم استخدام اختبار كولموجوروف-سمرنوف (K-S) Kolmogorov-Smirnov Test (K-S) لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (5.1).

جدول (5.1): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

المجال	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)
الإبداع التكنولوجي.	0.556	0.917
الأنشطة الخاصة بالبيئة.	0.850	0.465
الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي.	1.206	0.109
الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية.	1.458	0.056
الأنشطة الخاصة بالارتقاء الخدمات.	0.937	0.344
المسؤولية الاجتماعية.	0.735	0.652
جميع مجالات الاستبانة معا	0.731	0.660

واضح من النتائج الموضحة في جدول (5.1) أن القيمة الاحتمالية (Sig.) لجميع مجالات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي، حيث تم استخدام الاختبارات المعلمية للإجابة على فرضيات الدراسة.

## الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية:

وفيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

### 1. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

جدول (5.2): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	145	81.5
أنثى	33	18.5
<b>المجموع</b>	<b>178</b>	<b>100.0</b>

يتضح من جدول (5.2) أن ما نسبته 81.5% من عينة الدراسة ذكور، بينما 18.5% إناث. هذا يدل على أن عنصر الذكور يفوق عنصر الإناث بين العاملين في شركة الاتصالات في محافظات غزة وذلك يرجع الى طبيعة عمل شركة الاتصالات وطبيعة المجتمع الفلسطيني ومستوى القوى العاملة من النساء في غزة.

### 2. توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

جدول (5.3): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية %
ثانوية عامة فأقل	24	13.5
دبلوم متوسط	55	30.9
بكالوريوس	90	50.6
ماجستير	9	5.1
دكتوراه	-	-
<b>المجموع</b>	<b>178</b>	<b>100.0</b>

يتضح من جدول (5.3) أن ما نسبته 13.5% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي ثانوية عامة فأقل، 30.9% مؤهلهم العلمي دبلوم متوسط، 50.6% مؤهلهم العلمي بكالوريوس، بينما 5.1% مؤهلهم العلمي ماجستير. وتعزو الباحثة هذه النتيجة الي أن نسبة استجابة المبحوثين لتعبئة الاستبانة كانت مرتفعة ممن يحملون درجة الدبلوم والبكالوريوس وكانت منخفضة ممن يحملون الماجستير وممن مؤهلهم العلمي اقل من الثانوية العاملة وكانت استجابة المبحوثين

حملة الدكتوراه منعدمة والنسب السابقة تعكس ارتفاع المستوى التعليمي لمفردات عينة الدراسة مما يعني أن اتصافهم بالقدرة على الإبداع سيتأثر إلى حد ما بخلفيتهم العلمية لان العلم يكسب مفردات العينة قيم وخبرات تسهم إلى حد كبير في تكوين قدراتهم الإبداعية . وأيضاً هذا يدل على أن الشركة تعمل على استقطاب حديثي التخرج، مما يؤكد مساهمة الشركة بجانب المؤسسات الأخرى في التخفيف من العاطلين عن العمل ويعتبر هذا جزء من مسؤوليتها الاجتماعية ، ووجود نسبة ملحوظة من العاملين في شركة الاتصالات يحملون شهادة الماجستير دليل على حب التطوير والإبداع وتشجيعه .

### 3. توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل

جدول (5.4): توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل

النسبة المئوية %	العدد	مكان العمل
57.9	103	الدائرة الفنية
16.3	29	الدائرة التجارية
20.2	36	الحسابات
2.8	5	قسم أنظمة المعلومات
2.8	5	أخرى
100.0	178	المجموع

يتضح من جدول (5.4) أن ما نسبته 57.9% من عينة الدراسة يعملون في الدائرة الفنية، 16.3% يعملون في الدائرة التجارية، 20.2% يعملون في الحسابات، بينما 2.8% يعملون في قسم أنظمة المعلومات وأماكن أخرى. ومن الملاحظ أن نصف عينة الدراسة تقريباً هم ممن يعملون في الدائرة الفنية وذلك يتناسب مع طبيعة عمل شركة الاتصالات بسبب حاجتها إلى فنيين في كافة دوائرها في قطاع غزة للقيام بالأعمال الفنية من تركيب الهواتف، وتصليح خلل الهواتف، ومد الخطوط الجديدة مما يتطلب عدد كبير من الفنيين في الميدان.

### 4. توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة.

جدول (5.5): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

النسبة المئوية %	العدد	سنوات الخبرة
21.3	38	أقل من 5 سنوات
25.3	45	5 - أقل من 10 سنوات

النسبة المئوية %	العدد	سنوات الخبرة
18.0	32	10 - أقل من 15 سنة
35.4	63	15 سنة فأكثر
100.0	178	المجموع

يتضح من جدول (5.5) أن ما نسبته 21.3% من عينة الدراسة سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات، 25.3% تتراوح سنوات خبرتهم من 5- أقل من 10 سنوات، 18.0% تتراوح سنوات خبرتهم من 10- أقل من 15 سنة، بينما 35.4% سنوات خبرتهم 15 سنة فأكثر. من الملاحظ أن أكبر عدد من العاملين لديهم سنوات خبرة 15 سنة فأكثر وذلك يعزو إلي أن معظم العاملين بالشركة حتى هذه اللحظة هم من أول الأفراد الذين عملوا بشركة الاتصالات منذ تأسيسها عام 1997 وهذه يشير إلى توفر درجة من الرضا الوظيفي وشعور الموظفين بالأمان الوظيفي مع الشركة وهذا يعني أن أغلبية المبحوثين لديهم سنوات خبرة طويلة في مجال أعمالهم ويمكن أن يكون لديهم القدرة على معرفة اهتمام الشركة بالإبداع التكنولوجي ومدى التزام الشركة بمسئوليتها الاجتماعية.

### تحليل فقرات الاستبانة

لتحليل فقرات الاستبانة تم استخدام المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لعينة واحدة لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم لا. فإذا كانت  $Sig > 0.05$  (Sig أكبر من 0.05) فإن متوسط آراء الأفراد حول الظاهرة موضع الدراسة لا يختلف جوهرياً عن موافق بدرجة متوسطة وهي 3، أما إذا كانت  $Sig < 0.05$  (Sig أقل من 0.05) فإن متوسط آراء الأفراد يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة، وفي هذه الحالة يمكن تحديد ما إذا كان متوسط الإجابة يزيد أو ينقص بصورة جوهريّة عن درجة الموافقة المتوسطة. وذلك من خلال قيمة الاختبار فإذا كانت قيمة الاختبار موجبة فمعناه أن المتوسط الحسابي للإجابة يزيد عن درجة الموافقة المتوسطة والعكس صحيح.

#### 1. تحليل فقرات مجال " الإبداع التكنولوجي "

تم استخدام المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لمعرفة ما إذا كانت درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (5.6).

جدول (5.6): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الإبداع

" التكنولوجي "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبي	المتوسط الحسابي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig)	الترتيب
1.	تأجأ الشركة إلى استخدام وسائل تكنولوجيا جديدة في تطوير خدماتها	4.44	0.51	88.88	37.81	*0.000	1	
2.	تتعاون الشركة مع خبراء خارجيين من اجل تقديم خدمات جديدة مميزة	4.19	0.58	83.82	27.41	*0.000	9	
3.	تعاون الشركة مع جهات أكاديمية مختلفة في تطوير الإبداع التكنولوجي فيها	4.16	0.57	83.15	27.07	*0.000	12	
4.	تخصص الشركة ميزانية مناسبة للبحث العلمي والتطوير من اجل تقديم خدمات جديدة ومميزة	4.12	0.65	82.49	23.18	*0.000	15	
5.	توفر الشركة الأموال اللازمة في الوقت المناسب سبب رئيس في التوصل إلى إبداعات تكنولوجية	4.10	0.70	81.92	20.70	*0.000	16	
6.	يتم التنسيق بين أقسام الإنتاج، البحث والتطوير في الشركة من اجل تحسين خدماتها	4.21	0.57	84.16	28.32	*0.000	7	
7.	تعتمد الشركة على التكنولوجيا المتاحة لديها من اجل تحسين عمليات إنتاجها	4.22	0.60	84.41	26.84	*0.000	5	
8.	تقوم الشركة بتطوير خطوط الإنتاج من اجل الحصول على خدمات جديدة	4.21	0.65	84.27	24.73	*0.000	6	
9.	زيادة عدد العاملين بأقسام البحث والتطوير يساهم في زيادة عملية الإبداع	4.01	0.76	80.11	17.46	*0.000	18	
10.	توفر المعلومات اللازمة لإنجاز مشاريع البحث و التطوير بالكمية و الوقت و النوع المناسب يؤدي إلى تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة	4.10	0.65	81.92	22.28	*0.000	16	

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبي المتوسط الحسابي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
11	وجود رقابة مسبقة و تغذية راجعة للمعلومات يسهم في تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة.	4.18	0.66	83.62	23.87	*0.000	10
12	يعتبر الإبداع التكنولوجي جزء أساسي من إستراتيجية الشركة.	4.24	0.58	84.72	28.30	*0.000	4
13	يسهم دعم الإدارة العليا لمشاريع البحث و التطوير في نجاحها و تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة.	4.21	0.60	84.16	26.95	*0.000	7
14	نظام الحوافز المعمول به بالشركة يشجع على الإبداع التكنولوجي.	4.15	0.67	83.05	22.90	*0.000	13
15	الأزمات لها دور كبير في حث العاملين على الإبداع التكنولوجي.	4.13	0.63	82.58	23.95	*0.000	14
16	تهتم الشركة بالجوانب البيئية أثناء قيامها بنشاط البحث و التطوير.	4.26	0.67	85.17	24.96	*0.000	2
17	تسعى الشركة لتحسين نوعية خدماتها بغية إشباع حاجات الزبائن.	4.26	0.64	85.17	26.30	*0.000	2
18	وجود المنافسين له دور كبير في حث الشركة على الإبداع التكنولوجي.	4.18	0.80	83.60	19.59	*0.000	11
	<b>جميع فقرات المجال معاً</b>	<b>4.19</b>	<b>0.36</b>	<b>83.73</b>	<b>43.81</b>	<b>*0.000</b>	

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

### من جدول (5.6) يمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للفقرة الأولى " تلجأ الشركة إلى استخدام وسائل تكنولوجيا جديدة في تطوير خدماتها" يساوي 4.44 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي 88.88%، قيمة الاختبار 37.81 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.



المتوسط الحسابي للفقرة التاسعة " زيادة عدد العاملين بأقسام البحث والتطوير يساهم في زيادة عملية الإبداع "يساوي 4.01 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 80.11%، قيمة الاختبار 17.46، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي 4.19، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 83.73%، قيمة الاختبار 43.81، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال " الإبداع التكنولوجي " دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويظهر من خلال الجدول السابق ان نسبة تبني الابداع التكنولوجي عالية من قبل شركة الاتصالات وأن هناك اهتمام ومختصين عملهم البحث والتطوير وتعزو الباحثة ذلك لأنه في ظل تنامي ثورة المعلومات والمعرفة أصبح الاهتمام بالبحث و التطوير مسألة أساسية وحيوية سواء من قبل المؤسسات أو من قبل الحكومات لأن البحث والتطوير تحول إلى مسألة بقاء للمؤسسة في السوق أو عدمه، فمن خلاله تستطيع المؤسسة تقديم المزيد من المنتجات الجديدة أو تحسين منتجات موجودة أساساً و كذلك إدخال تعديلات جوهرية على العمليات الإنتاجية، وبسبب طبيعة عمل الشركة والتطور التكنولوجي السريع الذي يحصل في مختلف مجالات الحياة خصوصاً في مجال الاتصالات وجب على شركة الاتصالات الاهتمام بالإبداع التكنولوجي بفرعية ابداع المنتج وابداع العملية وتشجيع الموظفين علي البحث والتطوير وتطوير قدراتهم الابداعية.

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (الشعار و إبراهيم، 2015م) حيث تم وجود نسبة تبني مرتفعة للإبداع التكنولوجي ووجود قسم مختص بالبحث والتطوير في المصارف الأردنية، ودراسة (العامري، 2005م) من حيث اهتمام الشركات الصناعية بالإبداع التكنولوجي وتشجيع الموظفين على الإبداع وتوفير حوافز للأفراد المبدعين، ودراسة (Michael & Nawaz, 2008) من حيث تبني شركات تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة للإبداع التكنولوجي في جميع اقسامها ومكافأة الموظفين المبدعين ، ويرجع هذا التشابه بسبب تطبيق الدراسات على

القطاع الخاص وتعامل الدراسات مع مجتمع دراسة يحتاج إلى استخدام التكنولوجيا بشكل مستمر ومحدث.

واختلف هذه الدراسة مع دراسة (العجلة، 2009م) من حيث وجود اهتمام للإبداع بشكل عام في الوزارات والقطاع الحكومي في قطاع غزة ودعت الدراسة إلى إنشاء حاضنة للإبداع وذلك لاختلاف مجتمع الدراسة حيث تم تطبيقها على القطاع الحكومي.

## 2. تحليل فقرات " المسؤولية الاجتماعية ":

### 2.1 تحليل فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالبيئة "

تم استخدام المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لمعرفة ما إذا

كانت درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (5.7)

جدول (5.7): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالبيئة "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
1.	تسهم الشركة بالحد من التلوث البيئي بمكوناته (المياه ؛ الهواء ؛ التربة).	4.12	0.78	82.37	19.13	*0.000	4
2.	تسعى الشركة للاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وخصوصاً غير المتجددة.	4.08	0.67	81.58	21.44	*0.000	5
3.	تسعى الشركة إلى ترشيد استهلاك الطاقة.	4.15	0.65	82.94	23.50	*0.000	2
4.	تستفيد الشركة من تطوير الموارد المتاحة وصيانتها.	4.17	0.62	83.39	25.23	*0.000	1
5.	تحرص تسعى الشرك علي التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عملها.	3.94	0.75	78.75	16.59	*0.000	9
6.	تستخدم الشركة وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها.	3.84	0.77	76.74	14.55	*0.000	10

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
7.	تحتزم الشركة وتقدر الدور الاجتماعي والأنشطة التي تقوم بها جماعات حماية البيئة.	4.03	0.69	80.56	19.81	*0.000	8
8.	تسعى الشركة لاستبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد اقل تلويثاً للبيئة.	4.06	0.68	81.24	20.77	*0.000	7
9.	تأخذ الشركة بعين الاعتبار الجوانب البيئية أثناء قيامها بنشاط البحث وتطوير خدماتها .	4.08	0.63	81.57	22.74	*0.000	6
10.	تسعى الشركة الى توعية المجتمع بالمواضيع المتعلقة بسلامة البيئة.	4.12	0.62	82.39	24.09	*0.000	3
	جميع فقرات المجال معاً	4.06	0.45	81.12	31.06	*0.000	

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

### من جدول (5.7) يمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة " تستفيد الشركة من تطوير الموارد المتاحة وصيانتها " يساوي 4.17 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي 83.39%، قيمة الاختبار 25.23، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

المتوسط الحسابي للفقرة السادسة " تستخدم الشركة وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها " يساوي 3.84 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 76.74%، قيمة الاختبار 14.55، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي 4.06، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 81.12%، قيمة الاختبار 31.06، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال " الأنشطة الخاصة بالبيئة " دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويظهر من خلال الجدول السابق ان نسبة اهتمام شركة الاتصالات بالأنشطة الخاصة بالبيئة عالية وتعزو الباحثة ذلك الى التحديات التي تواجهها شركة الاتصالات والقوانين البيئية المفروضة عليها والاتجاه العالمي الحالي الى قياس مدى نجاح الشركات ليس فقط عن طريق زيادة الأرباح ولكن أيضا عن طريق مساهمتها في الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها وقياس مدى اهتمامها بالتنمية المستدامة والمحافظة على الموارد البيئية للأجيال القادمة.

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (الشعار و إبراهيم، 2015م) من حيث الاهتمام بالتنمية المستدامة والجودة الشاملة ويرجع سبب التشابه إلى وجود تشابه عام في مجتمع الدراسة من حيث تطبيقها على القطاع الخاص، دراسة (القريوتي، 2014م) من حيث اهتمامها بالبيئة والمحافظة عليها والاهتمام بالتنمية المستدامة وذلك التشابه بسبب تطبيق الدراسة على شركة زين للاتصالات، ودراسة (العناتي، 2009م) من حيث الاهتمام بالبيئة والبحث عن وسائل لتقليل التلوث البيئي وذلك لتشابه مجتمع الدراسة حيث تم تطبيقها على شركات الاتصالات بالأردن. واتفقت مع دراسة (نزال وآخرون، 2011م) من حيث وقوع الأنشطة الخاصة بالاهتمام بالبيئة بالمرتبة الأخيرة ويرجع هذا التشابه إلى تشابه مجتمع وعينة الدراسة.

واختلفت مع دراسة (عوض، 2014م) من حيث عدم وجود اهتمام بالبيئة وعدم الاخذ بعين الاعتبار المحافظة على البيئة وحمايتها بسبب ضعف القوانين والتشريعات البيئية وبسبب الاختلاف في مجتمع وعينة الدراسة .

## 2.2 تحليل فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي "

تم استخدام المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لمعرفة ما إذا كانت درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (5.8).

جدول (5.8): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig)	الترتيب
1.	تبني الشركة علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة.	4.30	0.61	85.99	28.42	*0.000	2
2.	ترعى الشركة نشاطات وأحداث محلية منتظمة.	4.20	0.68	84.04	23.46	*0.000	4
3.	تتبادل الشركة المعرفة والخبرات مع المؤسسات المحلية والدولية.	4.19	0.64	83.82	25.00	*0.000	6
4.	تساهم الشركة في حل المشاكل الاجتماعية المتعلقة بالبطالة من خلال توظيف الخريجين.	4.16	0.73	83.15	21.01	*0.000	7
5.	تلتزم الشركة بتسديد كافة الالتزامات الضريبية والرسوم المقررة وعدم التهرب منها.	4.24	0.61	84.83	27.00	*0.000	3
6.	تقوم الشركة بدعم المؤسسات الصحية.	4.34	0.67	86.82	26.72	*0.000	1
7.	تحترم الشركة رأي النقابات العمالية وأدوارها المهنية.	4.12	0.72	82.40	20.55	*0.000	8
8.	تلتزم الشركة بالتشريعات والقوانين والتوجيهات الصادرة عن الحكومة.	4.19	0.63	83.86	25.13	*0.000	5
9.	تلاقي الشركة تقديراً من قبل المجتمع المحلي .	4.10	0.75	82.08	19.42	*0.000	9
	<b>جميع فقرات المجال معاً</b>	<b>4.21</b>	<b>0.45</b>	<b>84.11</b>	<b>36.10</b>	<b>*0.000</b>	

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

من جدول (5.8) يمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للفقرة السادسة "تقوم الشركة بدعم المؤسسات الصحية " يساوي 4.34 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي 86.82%، قيمة الاختبار 26.72، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة

$\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

المتوسط الحسابي للفقرة التاسعة " تلاقى الشركة تقديراً من قبل المجتمع المحلي " يساوي 4.10 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 82.08%، قيمة الاختبار 19.42، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي 4.21، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 84.11%، قيمة الاختبار 36.10، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال "الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي" دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويظهر من خلال الجدول السابق ان نسبة اهتمام شركة الاتصالات بالأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي عالية وذلك يشير الي أن الشركة تتحمل مسؤوليتها تجاه تطوير و تنمية المجتمع الفلسطيني وهي تعي وتدرك مدى الصعوبات التي تواجه هذا المجتمع جراء ممارسات الاحتلال وتعزو الباحثة ذلك الى معرفة الشركة لأهمية العلاقات الاجتماعية لنجاحها فالعلاقات الاجتماعية تبني علاقات تعاون مع الناس وعلاقات ترابط تساهم في زيادة نجاح الشركة واقبال الناس عليها وايضا تخطيط الشركة للمستقبل حيث انه بدأ يلاحظ في دول العالم خصوصاً المتقدمة منها تغير في ثقافة العمل الذي أصبح يبحث عن الجهة التي تقدم خدماتها للمجتمع لتكون خياره المفضل ليشتري منها سلعته وخدماته .

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (القيوتي، 2014م) من حيث الاهتمام بالخطط التنموية والمساهمة في حل المشكلات الاجتماعية المختلفة الموجودة بالمجتمع المحلي، ويرجع هذا التشابه بسبب تشابه مجتمع وعينة الدراسة ، وتشابهت مع دراسة ( XU & Yang, 2010) حيث وجدت الدراسة اهتمام للشركات الصناعية بالصين بالمجتمع المحلي وبتوظيف الشباب وتقليل نسبة البطالة، وذلك بسبب تطبيق الدراسة على القطاع الخاص .

وتشابهت مع دراسة (اللولو، 2009م) بدرجة قليلة حيث حصل الاهتمام بالمجتمع المحلي المرتبة الأخيرة من قبل الشركات المساهمة العامة.

واختلفت الدراسة مع دراسة (العناتي، 2009م) من حيث عدم اهتمام شركات الاتصالات الأردنية بالمجتمع المحلي عن طريق تقليل البطالة وتوفير فرص عمل ويرجع سبب هذا الاختلاف الى اختلاف الفترة الزمنية للدراسة واختلاف السياسات الموجودة داخل الشركات.

### 2.3 تحليل فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية "

تم استخدام المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لمعرفة ما إذا كانت درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (5.9).

جدول (5.9): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال "

الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (.Sig)	الترتيب
1.	تمتلك الشركة مناخ جيد للعمل يضمن صحة وسلامة موظفيها من خلال توفير خدمات كالنقل والطعام والعلاج... الخ	4.28	0.57	85.68	29.64	29.64	*0.000	1
2.	تعوض الشركة العمال بدل عن إصابات العمل.	4.17	0.55	83.43	28.12	28.12	*0.000	2
3.	تعمل الشركة على تكريم وتحفيز الأفراد العاملين المتفوقين والمبدعين في العمل.	4.10	0.65	82.05	22.46	22.46	*0.000	4
4.	تعمل الشركة على رفع الروح المعنوية للعاملين وبث روح التعاون والدافعية.	4.16	0.59	83.18	25.93	25.93	*0.000	3
5.	تعتمد الشركة سياسة إدارية تسمح للعاملين من المشاركة في عمليات صنع القرار.	4.01	0.60	80.11	22.11	22.11	*0.000	8
6.	تقوم الشركة بوضع إجراءات معينة للحد من الاستخدام الشخصي لمواردها المختلفة.	4.05	0.53	80.91	26.04	26.04	*0.000	7
7.	تلتزم الشركة بتطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة على جميع العاملين للمحافظة على حقوقهم.	4.06	0.62	81.25	22.56	22.56	*0.000	6
8.	تنفذ الشركة برامج توعوية للعاملين فيها.	4.09	0.59	81.85	24.22	24.22	*0.000	5

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
	جميع فقرات المجال معاً	4.11	0.39	82.28	37.60	*0.000	

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

### من جدول (5.9) يمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للفقرة الأولى " تمتلك الشركة مناخ جيد للعمل يضمن صحة وسلامة موظفيها من خلال توفير خدمات كالنقل والطعام والعلاج...الخ " يساوي 4.28 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي 85.68%، قيمة الاختبار 29.64 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

المتوسط الحسابي للفقرة الخامسة " تعتمد الشركة سياسة إدارية تسمح للعاملين من المشاركة في عمليات صنع القرار " يساوي 4.01 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 80.11%، قيمة الاختبار 22.11 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي 4.11، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 82.28%، قيمة الاختبار 37.60 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية " دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويظهر من خلال الجدول السابق ان نسبة اهتمام شركة الاتصالات بالأنشطة الخاصة بالموارد البشرية عالية وذلك يشير الي أن الشركة تتحمل مسؤوليتها تجاه موظفيها وتهتم بالأمان



الوظيفي لهم وتعزو الباحثة ذلك الى معرفة الشركة لأهمية شعور الموظفين فيها بالرضا الوظيفي مما سينعكس ايجابيا على العوائد المالية للشركة وزيادة ارباحها وايضا يساهم ذلك في استقطاب الموظفين ذو الكفاءة العالية الذين يتمتعون بالخبرة والقدرة على الابداع والتطوير مما سيعزز موقع الشركة التنافسي في المجتمع. وان شركة الاتصالات تؤمن بانه كلما توفرت اجواء ايجابية في بيئة العمل ذلك يساعد على زيادة إنتاجية العاملين فيها.

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع بعض الدراسات كدراسة (الشعار و إبراهيم، 2015م) من حيث الاهتمام بالعاملين وتحقيق أفضل نظام للحوافز والمكافآت وضمان أمان وظيفي لهم، ودراسة (اللولو، 2009م) فقد حصل الاهتمام بالموارد البشرية على المرتبة الثانية من أولويات المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المساهمة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية ويرجع هذا التشابه بسبب تشابه الثقافة الموجودة لدى مجتمع الدراسة، ودراسة ( Bird, Hall, Momentè, & Reggiani, 2007) من حيث اهتمامها بالموارد البشرية وعلاقتها مع موظفيها وذلك التشابه بسبب تطبيق الدراسة على القطاع الخاص

واختلفت الدراسة مع دراسة (الزيود، 2013م) حيث انه وجد تقصيرا من البنوك بالاهتمام بتدريب وتطوير العاملين فيها وعدم توفير ميزانية لتطوير الموارد البشرية الموجودة فيها ويرجع سبب الاختلاف إلى طبيعة عمل البنوك

#### 2.4 تحليل فقرات مجال " الأنشطة الخاصة بالارتقاء الخدمات "

تم استخدام المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لمعرفة ما إذا كانت درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (5.10).

جدول (5.10): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لكل فقرة من فقرات مجال "

الأنشطة الخاصة بالارتقاء الخدمات "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
1.	تعطي الشركة معلومات صادقة عن جودة خدماتها للزبائن.	4.25	0.60	84.91	27.51	*0.000	5

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتيب
2.	تتبع الشركة سياسة تسعيرية تستقطب وتحافظ على الزبائن وبناء جسور الثقة والولاء.	4.19	0.65	83.75	24.42	*0.000	8
3.	تقدم الشركة لزيائنها الإرشادات حول استخدام خدماتها.	4.18	0.61	83.66	25.77	*0.000	9
4.	تعمل الشركة جاهدة على إبراز السمعة والصورة المتميزة في مجال عملها.	4.25	0.65	84.91	25.54	*0.000	5
5.	توضح الشركة المخاطر التي من المحتمل أن تسببها خدماتها.	4.15	0.64	83.09	23.93	*0.000	10
6.	تعمل الشركة على توفير جميع الخدمات الحديثة و المتطورة لتواكب التطور التكنولوجي العالمي.	4.23	0.60	84.55	27.16	*0.000	7
7.	توفر الشركة الخدمة الهاتفية لجميع المواطنين في أي مكان و بأسرع وقت ممكن.	4.34	0.71	86.74	25.05	*0.000	3
8.	توفر الشركة خدمة صيانة الأعطال بشكل يلبي احتياجات الزبائن.	4.35	0.60	87.08	29.88	*0.000	1
9.	تتميز إعلانات الشركة بالوضوح والجاذبية.	4.34	0.63	86.89	28.37	*0.000	2
10.	تتواصل الشركة مع زبائنها للاطلاع علي آرائهم وملاحظاتهم عن خدماتها التي تقدمها.	4.30	0.69	86.07	25.30	*0.000	4
	جميع فقرات المجال معاً	4.26	0.43	85.17	39.19	*0.000	

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

### من جدول (5.10) يمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للفقرة الثامنة "توفر الشركة خدمة صيانة الأعطال بشكل يلبي احتياجات الزبائن" يساوي 4.35 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي 87.08%، قيمة الاختبار 29.88 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر

هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

المتوسط الحسابي للفقرة الخامسة " توضح الشركة المخاطر التي من المحتمل أن تسببها خدماتها " يساوي 4.15 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 83.09%، قيمة الاختبار 23.93 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي 4.26، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 85.17%، قيمة الاختبار 39.19 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال " الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات " دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

ويظهر من خلال الجدول السابق ان نسبة اهتمام شركة الاتصالات بالأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات عالية وتعزو الباحثة ذلك الى معرفة الشركة لأهمية الأنشطة المرتبطة بالزبائن حيث تحقيق رضاهم عن الخدمات التي تقدمها الشركة يزيد من انتمائهم للشركة، والتخلي بالصدق في تعاملها مع الزبائن يكسبها احترامهم ويعزز موقع الشركة التنافسي في المجتمع المحلي مما يزيد من ارباح الشركة .

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (القيوتي، 2014م) من حيث التشابه بمجتمع وعينة الدراسة والاهتمام بالخطط التنموية وتطوير الخدمات المقدمة للزبائن، ودراسة (اللولو، 2009م) من حيث الاهتمام بدرجة أولي بالمستهلكين وتحقيق رضاهم، وتشابهت مع دراسة (XU & Yang 2010) من حيث الاهتمام بالعملاء والالتزام بتطوير المنتجات والخدمات بشكل مستمر .

##### 5- تحليل جميع فقرات المسؤولية الاجتماعية

تم استخدام المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لمعرفة ما إذا كانت درجة الموافقة. النتائج موضحة في جدول (5.11).

جدول (5.11): المتوسط الحسابي والنسبي والانحراف المعياري واختبار T لجميع فقرات المسؤولية الاجتماعية

الترتيب	القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسط الحسابي النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند
4	*0.000	31.06	81.12	0.45	4.06	الأنشطة الخاصة بالبيئة.
2	*0.000	36.10	84.11	0.45	4.21	الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي
3	*0.000	37.60	82.28	0.39	4.11	الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية.
1	*0.000	39.19	85.17	0.43	4.26	الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات.
	<b>*0.000</b>	<b>45.13</b>	<b>83.22</b>	<b>0.34</b>	<b>4.16</b>	<b>المسؤولية الاجتماعية</b>

\* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

#### من جدول (5.11) تبين أن:

المتوسط الحسابي لجميع فقرات المسؤولية الاجتماعية يساوي 4.16 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي 83.22%، قيمة الاختبار 45.13 وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر الفقرات دالة إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ ، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات المسؤولية الاجتماعية بشكل عام .

وجاءت في المرتبة الأولى "الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات" بمتوسط حسابي 4.26 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 85.17% يليه "الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي" بمتوسط حسابي 4.21 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 84.11% أما بالمرتبة الثالثة فقد كانت من نصيب "الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية" بمتوسط حسابي 4.11 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 82.28% وبالمرتبة الرابعة والأخيرة "الأنشطة الخاصة بالبيئة" بمتوسط حسابي 4.06 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 81.12% .

وتعزو الباحثة ارتفاع الوزن النسبي للأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات وحلولها بالمركز الأول بسبب طبيعة الاتصالات وهدفها الأساسي وهو تعظيم الأرباح وإن استثمار شركة الاتصالات في هذه الأنشطة يعزز من سمعتها لدى المستهلك مما يعطي فكرة عن حرص

الشركة على تحسين خدماتها وإرضاء زبائنها وهذا هو فرصتها لتعزيز مكانتها السوقية لدى الزبون وذلك يؤدي إلى زيادة إقبال الزبائن على خدماتها وزيادة العائد المالي وإما وقوع الأنشطة الخاصة بالبيئة بالمرتبة الرابعة والأخيرة فإن الباحثة ترى أن من أسباب ذلك عدم صرامة القوانين البيئية الخاصة وعدم وجود رقابة فعالة من الدولة على أنشطة شركة الاتصالات وأيضا بسبب طبيعة عمل شركة الاتصالات التي تستخدم تكنولوجيا تسبب انعدام للغازات مما يسبب تلوث للبيئة وسياسة الحصار التي تفرضها السلطات الإسرائيلية على قطاع غزة ساهم ذلك في صعوبة توفر التكنولوجيا الصديقة للبيئة

### اختبار فرضيات الدراسة

1. الفرضية الرئيسة الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

يبين جدول (5.12) أن معامل الارتباط يساوي 0.633، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الشركة تحاول تطوير نفسها والعمل على زيادة مكانتها واحترامها بالمجتمع الفلسطيني من خلال المحافظة على البيئة التي تعمل فيها فمثلا تقوم الشركة باكتشاف حلول للتقليل من التلوث البيئي وكل ما يضر البيئة وأيضا اكتشاف أفضل الطرق الإدارية المستخدمة في نظام عمل الشركة لأنه ينتج عن ذلك رضا موظفين وتحقيق إنتاج أفضل وتقليل التكاليف وتوفير للوقت وكل ذلك يحتاج إلى أن تكون الشركة مبدعة تبحث عن أفضل الطرق باستخدام أحدث التكنولوجيا وبتوظيف الأفراد الذين لديهم القدرة على البحث والتطوير والإبداع التكنولوجي ولهذا تحاول الشركة الاهتمام بقسم البحث والتطوير فيها وتوفير ميزانية له لكي تصبح شركة مبدعة تكنولوجيا.

جدول (5.12): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية

في شركة الاتصالات الفلسطينية

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.633	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

ويشتق من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

**1.1 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البيئية في شركة الاتصالات الفلسطينية.**

يبين جدول (5.13) أن معامل الارتباط يساوي .488، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد البيئية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن أول خطوات الإبداع التكنولوجي هو البحث والتطوير وخلال هذه الخطوة يقوم المسؤولون عنها بالبحث عن خدمات جديدة وتطويرها واقتناص الفرص المتاحة في البيئة مع مراعاة ملاحظة تأثيرها على البيئة المحيطة بها هل يؤثر ايجابيا او سلبيا وذلك بسبب وجود ضوابط بيئية ولذلك فان الشركة تهتم بالأنشطة الخاصة بالموارد البيئية لأنها تعتبر رضا الزبائن عنها أحد دلائل نجاح المنتج او الخدمة.

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (العناتي، 2009م) في اهتمام الشركة بالأنشطة البيئية وأهمية ذلك لعلو مركز الشركة وذلك لتشابه مجتمع وعينة الدراسة ، وتشابهت مع دراسة (سعود، 2013م) من حيث الربط بين الإبداع التكنولوجي و الاهتمام بالبيئة المحيطة بالمؤسسات حتى تحافظ على موقعها التنافسي، وتشابهت هذه الدراسة بشكل طفيف مع دراسة (jafar, 2006) الذي أوصت بضرورة اهتمام الشركات بالأنشطة البيئية لان ذلك يساهم في زيادة الإبداع التكنولوجي وتشجيع الموظفين على الإبداع.

جدول (5.13): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البيئية في شركة الاتصالات الفلسطينية

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.488	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البيئية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

1.2 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي في شركة الاتصالات الفلسطينية.

يبين جدول (5.14) أن معامل الارتباط يساوي 0.539، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد الخاصة بالمجتمع المحلي في شركة الاتصالات الفلسطينية.

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الإبداع التكنولوجي الذي يكون الهدف الأساسي منه تحسين الأداء يجب أن يتناسب مع المجتمع المحلي حتى تلاقي خدمات الشركة القبول من زبائنها المحليين، فكلما كانت علاقة الشركة حسنة مع المجتمع المحلي واهتمت بالأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق منافع لجميع فئات المجتمع المحلي وكلما زادت استمراريته وزاد الطلب على خدماتها وهذا يحتاج إلى أن تكون الخدمات متجددة ومتطورة وتواكب التطورات ومن هنا وجد العلاقة بين الإبداع التكنولوجي والأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي.

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (الزويد، 2013م) من حيث الاهتمام بالمجتمع المحلي يزيد من تنافسية الشركة وقدرتها على التطوير والإبداع، ودراسة (العامري، 2005م) الذي شجعت على الاهتمام بالأنشطة الخيرية والتطوعية بالمجتمع المحلي لما لذلك من دور إيجابي على أداء الموظفين وإبداعهم وزيادة الإبداع لديهم، ويرجع ذلك التشابه الي تطبيق الدراسة علي القطاع الخاص الذي يتعامل باستمرار مع كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا ليحافظ على كيانه وموقعه التنافسي.

جدول (5.14): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي في شركة الاتصالات الفلسطينية

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.539	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي في شركة الاتصالات الفلسطينية.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

**1.3** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

يبين جدول (5.15) أن معامل الارتباط يساوي .450، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

ويمكننا القول من خلال النتائج السابقة توفر علاقة بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة في الموارد البشرية وتعزو الباحثة النتيجة إلى انه كلما اهتمت الشركة بالموارد البشرية وقامت بتوفير احتياجات موظفيها وتوفير أمان وظيفي لهم كلما زاد لديهم القدرة على الإبداع بشكل عام وعلى الإبداع التكنولوجي بشكل خاص .

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الشعار وإبراهيم، 2015م) التي تناولت العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة والإبداع التكنولوجي حيث تضمن محور ادارة الجودة كلا من التحسين المستمر وتمكين العاملين وإشراكهم في التخطيط الاستراتيجي وكل هذه تعتبر من ضمن عناصر الموارد البشرية التي تؤثر على الإبداع التكنولوجي، حيث أثبتت الدراسة أن تمكين العاملين وإشراكهم في التخطيط الاستراتيجي كان له دور فعال على زيادة الإبداع التكنولوجي وذلك بسبب شعور العاملين بالمسئولية والعدالة ويرجع تشابه النتائج أيضا بسبب وجود تشابه في القطاع التي تستهدفه الدراسة حيث تناولت الدراستين قطاع خاص ربحي.



وقد تشابهت الدراسة أيضا مع دراسة (العامري، 2005م) التي تناولت العوامل التنظيمية ودورها على الإبداع التكنولوجي فقد وجدت الدراسة علاقة ايجابية بين تحفيز الموظفين وتوفير نظام المكافآت والأمان الوظيفي ودعم الإدارة العليا لهم وبين قدرتهم على الإبداع التكنولوجي، ودراسة (Jafar, 2006) من حيث الربط بين التدريب المستمر للعاملين في المؤسسات ومساهمته في زيادة الإبداع التكنولوجي ويرجع هذا التشابه بسبب تطبيق الدراسة علي دول ذات ثقافة مشابهة للدراسة الحالية

جدول (5.15): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.450	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

1.4 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية.

يبين جدول (5.16) أن معامل الارتباط يساوي .521، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد الخاصة بالارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية.

ويمكننا القول من خلال النتائج السابقة توفر علاقة بين الإبداع التكنولوجي وبين الارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية وتعزو الباحثة ذلك الى وجود اهتمام بالبحث والتطوير في شركة الاتصالات وإيمان الشركة بأنه يجب التجديد والتحسين المستمر بالخدمات ولحدوث ذلك فإنه يتطلب تطور وإبداع تكنولوجي مستمر والاطلاع علي جميع ما يتم استحدثه من تكنولوجيا جديدة باستمرار.

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (القيوتي، 2014م) فيما يتعلق بأهمية التحسين وابتكار خدمات جديدة ومراعاة التطور التكنولوجي الذي يحدث باستمرار والحصول على كل جديد من التكنولوجيا على موقع الشركة التنافسي وعلى تعظيم أرباحها، ودراسة (الموسري، 2009) بدرجة كبيرة فيما يتعلق بعلاقة عوامل الإبداع التكنولوجي في الارتقاء في المنتجات والخدمات للشركة ويرجع ذلك التشابه بسبب تطبيق الدراسة على الشركات الخاصة ذات الهدف الربحي في المقام الأول وتشابه أهداف واستراتيجيات مجتمع الدراسة

جدول (5.16): معامل الارتباط بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية

القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
*0.000	.521	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الموارد الخاصة بالارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية.

\*الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

2. الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) للإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

تم استخدام الانحدار الخطي البسيط لإيجاد تأثير الإبداع التكنولوجي على تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية، وقد تبين ما يلي:

❖ وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية، حيث تبين أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

❖ معامل الارتباط = 0.633، ومعامل التحديد المُعدَّل = 0.397، وهذا يعني أن 39.7% من التغير في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية (المتغير التابع) تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية 60.3% قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية.

جدول (5.17): تحليل الانحدار الخطي البسيط

القيمة الاحتمالية Sig.	قيمة اختبار T	معاملات الانحدار	المتغير المستقل
0.000	7.055	1.644	المقدار الثابت
0.000	10.842	0.601	الإبداع التكنولوجي
معامل التحديد المُعَدَّل = 0.397		معامل الارتباط = 0.633	

تحقيق المسؤولية الاجتماعية =  $1.644 + 0.601 * \text{الإبداع التكنولوجي}$

وتعزو الباحثة ذلك إلى اهتمام الشركة بالإبداع التكنولوجي وقيامها بتشجيع الموظفين على البحث والتطوير مع الأخذ بعين الاعتبار تأثيرات خدماتها على البيئة ومحافظةها على التنمية المستدامة وأيضاً واهتمامها بالمجتمع المحلي ومساهمتها في حل مشكلات (صحية، اجتماعية،...) كل ذلك يزيد من دافعية موظفيها على الإبداع والمساهمة في المحافظة على بيئتهم ومجتمعهم الذين يعيشون فيه ومن هنا وجد أثر للإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

3. الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء المبحوثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى العوامل الشخصية (الجنس، المؤهل العلمي، مكان العمل، سنوات الخبرة).

تم استخدام اختبار "T لعينتين مستقلتين" لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية وهو اختبار معلمي يصلح لمقارنة متوسطي مجموعتين من البيانات. كذلك تم استخدام اختبار "التباين الأحادي" لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية وهذا الاختبار معلمي يصلح لمقارنة 3 متوسطات أو أكثر.

ويشتق من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

1.3 توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء المبحوثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى الجنس.

من النتائج الموضحة في جدول (5.18) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار "T لعينتين مستقلتين" أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لجميع المجالات والمجالات

مجتمعة معا وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معا تعزى إلى الجنس.

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن كلا من الذكور والإناث يعملون في نفس البيئة تقريبا ونفس القوانين تطبق عليهم مما يجعل نظرتهم غالبا الي أمور الشركة متقاربة

جدول (5.18): نتائج اختبار " T لعينتين مستقلتين " - الجنس

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات		المجال
		أنثى	ذكر	
0.684	-0.407	4.21	4.18	الإبداع التكنولوجي.
0.777	0.284	4.04	4.06	الأنشطة الخاصة بالبيئة.
0.228	-1.210	4.29	4.19	الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي.
0.096	-1.674	4.22	4.09	الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية.
0.764	-0.301	4.28	4.25	الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات.
0.400	-0.844	4.21	4.15	المسؤولية الاجتماعية.
0.456	-0.747	4.21	4.16	جميع المجالات معا

2.3 توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء المبحوثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى المؤهل العلمي.

من النتائج الموضحة في جدول (5.19) تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار " التباين الأحادي " أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لجميع المجالات والمجالات مجتمعة معا وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معا تعزى إلى المؤهل العلمي.

وتعزو الباحثة ذلك إلى وجود نفس الثقافة في المؤسسة وأن كل أقسام الشركة التي يحمل موظفيها مؤهلات علمية مختلفة تتعامل وتتفاعل مع بعضها فأدى ذلك إلي عدم وجود فوارق نتيجة المؤهل العلمي

جدول (5.19): نتائج اختبار " التباين الأحادي " - المؤهل العلمي

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات			المجال
		بكالوريوس فأعلى	دبلوم متوسط	ثانوية عامة فأقل	
0.145	1.950	4.22	4.19	4.06	الإبداع التكنولوجي.
0.530	0.637	4.09	4.02	4.00	الأنشطة الخاصة بالبيئة.
0.919	0.084	4.21	4.21	4.17	الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي.
0.596	0.519	4.13	4.12	4.04	الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية.
0.465	0.769	4.26	4.29	4.16	الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات.
0.634	0.457	4.17	4.16	4.10	المسئولية الاجتماعية.
0.357	1.035	4.19	4.17	4.08	جميع المجالات معا

3.3 توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء المبحوثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسئولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى مكان العمل.

من النتائج الموضحة في جدول (5.20) تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار " التباين الأحادي " أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لمجال "الإبداع التكنولوجي" وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذا المجال تعزى إلى مكان العمل. وتعرزو الباحثة ذلك إلى أن الإبداع التكنولوجي يكون متطلب في كل أقسام الشركة وتشكل الشركة لجان مشتركة لبحث وتطوير أفكار مبدعة تساهم في نجاح الشركة.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة، فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معا تعزى إلى مكان العمل وذلك لصالح الذين يعملون في دائرة الحسابات.

وتعرزو الباحثة ذلك إلى اختلاف عمل قسم الحسابات عن باقي أقسام الشركة واطلاعهم على جميع معاملات وأنشطة الشركة التي تقوم بممارستها أكثر من باقي الأقسام فقسم الحسابات

هو الذي يقدم الميزانية اللازمة لتنفيذ الشركة أنشطتها المخططة للمسئولية الاجتماعية وهو القسم المسئول عن مراجعة فواتير الشركة.

جدول (5.20): نتائج اختبار " التباين الأحادي " - مكان العمل

القيمة الاحتمالية (.Sig)	قيمة الاختبار	المتوسطات				المجال
		قسم أنظمة المعلومات، غير ذلك	الحسابات	الدائرة التجارية	الدائرة الفنية	
0.112	2.024	4.17	4.32	4.14	4.16	الإبداع التكنولوجي.
*0.002	5.083	4.05	4.30	4.05	3.97	الأنشطة الخاصة بالبيئة.
*0.001	5.594	4.33	4.44	4.21	4.11	الأنشطة الخاصة بالمجتمع
*0.003	4.870	4.34	4.27	4.13	4.03	الأنشطة الخاصة بالموارد
*0.038	2.874	4.36	4.43	4.22	4.20	الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات .
*0.000	6.963	4.27	4.36	4.15	4.08	المسئولية الاجتماعية.
*0.001	5.769	4.23	4.35	4.14	4.11	جميع المجالات معا

\* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $0.05 \leq \alpha$ .

4.3 توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء الباحثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسئولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى سنوات الخبرة.

من النتائج الموضحة في جدول (5.21) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " التباين الأحادي " أقل من مستوى الدلالة 0.05 للمجالين " الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية، الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات " وبذلك يمكن استنتاج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذين المجالين تعزى إلى سنوات الخبرة وذلك لصالح الذين سنوات خبرتهم تتراوح من 10 إلى أقل من 15 سنة.

وتعزو الباحثة ذلك إلى انه كلما زادت خبرة الشخص كلما نضج تفكيره وزادت قدرته على الإبداع وابتكار ما هو جديد وأصبح لديهم معرفة بان الاهتمام بمعنويات العاملين وتوفير المناخ الوظيفي المناسب هو من أهم أسباب تشجيع الموظفين على الإبداع التكنولوجي.

أما بالنسبة لباقي المجالات والمجالات مجتمعة، فقد تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات والمجالات مجتمعة معا تعزى إلى سنوات الخبرة.

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن سنوات الخبرة ليس شرط بمعرفة الموظفين بالإبداع التكنولوجي وأنشطة المسؤولية الاجتماعية فهناك أفراد لديهم خبرة مرتفعة يعملون بأقسام بالشركة لا تطلب إبداع تكنولوجي مرتفع وعدم اهتمامهم بالمسؤولية الاجتماعية للشركة.

جدول (5.21): نتائج اختبار "التباين الأحادي" - سنوات الخبرة

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسطات				المجال
		15 سنة فأكثر	من 10 إلى أقل من 15 سنة	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	أقل من 5 سنوات	
0.516	0.764	4.18	4.26	4.19	4.13	الإبداع التكنولوجي.
0.559	0.690	4.02	4.16	4.04	4.04	الأنشطة الخاصة بالبيئة.
0.186	1.620	4.17	4.32	4.13	4.26	الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي.
*0.045	2.744	4.04	4.26	4.06	4.17	الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية.
*0.026	3.152	4.25	4.46	4.17	4.21	الأنشطة الخاصة بالارتقاء والخدمات.
0.054	2.596	4.13	4.30	4.10	4.17	المسؤولية الاجتماعية.
0.128	1.923	4.14	4.29	4.13	4.16	جميع المجالات معا

\* الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

وبشكل عام ومن خلال عرض النتائج السابقة فيما يتعلق بالفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول محاور الدراسة، فإن الباحثة ترى بان التشابه في آراء المبحوثين حول معظم محاور الدراسة خاصة المتعلقة بالإبداع التكنولوجي والأنشطة البيئية وأنشطة المجتمع المحلي يعود إلى بيئة عمل شركة الاتصالات الفلسطينية والأساليب الإدارية المتبعة فيها في جميع الأقسام في محافظات القطاع، كما أن البيئة الخارجية التي يتأثر بها العاملين تخضع لنفس الظروف تقريبا، وتبذل شركة الاتصالات جهدا ملحوظا لتطوير تفكير موظفيها من خلال عقد

البرامج التدريبية وإيجاد تناسق وانسجام بالعمل وتوعية العاملين حول متطلبات وظائفهم كل ذلك أدى إلى وجود تقارب فيما يتعلق بكثير من مجالات الدراسة الحالية.



# الفصل السادس

## النتائج والتوصيات

## الفصل السادس النتائج والتوصيات

### المقدمة

بعد انتهاء الدراسة بشقيها النظري والعملية حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية سوف يتم تناول أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج وذلك من خلال تحليل البيانات، وإثبات الفرضيات.

وكذلك سوف يتم عرض أهم التوصيات التي تعبر عن وجهة نظر الباحثة أملا في أن تساهم في معالجة نقاط الضعف وتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة. كما سيتم عرض مجموعة مقترحات لدراسات مستقبلية مرتبطة بها لتكون انطلاقا للباحثين في نفس المجال.

### النتائج:

بعد الاطلاع على تحليل واختبار الفرضيات توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1. يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التكنولوجي وبين تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  حيث وجد ان شركة الاتصالات الفلسطينية تهتم بالإبداع التكنولوجي وبالبحث والتطوير فهي تستخدم وسائل تكنولوجيا جديدة في تطوير خدماتها و تراعي اثناء نشاط البحث والتطوير الذي تقوم به البيئة والمتغيرات التي تحتويها وتستخدم الشركة وسائل تكنولوجية حديثة لتطوير خدماتها وتحقيق رضا الزبائن عن أدائها
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البيئية في شركة الاتصالات الفلسطينية ،حيث حلت الأنشطة الخاصة بالبيئة بنسبة ( 81.12%) بالمرتبة الأخيرة من حيث اهتمام الشركة بها من رأي موظفين شركة الاتصالات فالشركة تستفيد من تطوير الموارد المتاحة وصيانتها وتسعى لترشيد استهلاك الطاقة في عملها ،وتقوم الشركة بإعطاء دورات وندوات توعية تساهم في تثقيف الزبائن بأهمية البيئة كيفية الحفاظ عليها.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي في شركة الاتصالات الفلسطينية ، حيث حصلت الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي على وزن نسبي ( 84.11%) وحلت بالمرتبة الثانية من حيث اهتمام شركة الاتصالات بها وذلك من خلال قيام الشركة بدعم

المؤسسات الصحية والثقافية وتحاول بناء علاقات ايجابية مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة وتقوم بدفع جميع استحقاقاتها للحكومة وعدم التهرب منها.

4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية في شركة الاتصالات الفلسطينية، حصلت على نسبة (82.28%) من تبني شركة الاتصالات لها فتوفر الشركة مناخ مناسب للعمل يساهم في رفع الروح المعنوية للعاملين وتحفيزهم وتبني الشركة نظام حوافز جيد وتوفر تعويض عن إصابات العمل لموظفيها

5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الإبداع التكنولوجي وبين الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات في شركة الاتصالات الفلسطينية، وقد حصلت الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات على نسبة (85.17%) من تبني شركة الاتصالات لها وقد حلت بالمرتبة الأولى من حيث اهتمام شركة الاتصالات بها وذلك لان هدف الشركة الأساسي هو هدف ربحي وترغب بالمحافظة على موقعها التنافسي وذلك من خلال قيام الشركة بتوفير خدمة صيانة سريعة للزبائن وتهتم بالدعاية والإعلان وتوفير إعلانات جذابة تجذب الزبائن وتبقى الشركة على اتصال وتواصل مع زبائنهم لسماع اقتراحاتهم وشكواهم .

6. كشفت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين ممارسة الشركة للإبداع التكنولوجي وبين المسؤولية الاجتماعية بأنشطتها المختلفة (الأنشطة الخاصة بالاهتمام بالبيئة، الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي، الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية، الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات) بحيث أن ارتفاع درجة ممارسة الإبداع التكنولوجي يؤدي إلى ارتفاع المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات الفلسطينية

7. يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) للإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية حيث ان المتغير المستقل يؤثر على المتغير التابع .

8. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء الباحثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى متغير الجنس، المؤهل العلمي.

9. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول "الإبداع التكنولوجي" تعزى إلى مكان العمل ولكن توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء المبحوثين حول "دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية" تعزى إلى مكان العمل.

10. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول "الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية" و"الأنشطة الخاصة بالارتقاء الخدمات" تعزى إلى سنوات الخبرة وذلك لصالح الذين سنوات خبرتهم تتراوح من 10 إلى أقل من 15 سنة ولكن لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات آراء المبحوثين حول دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في شركة الاتصالات الفلسطينية تعزى إلى سنوات الخبرة.

#### التوصيات

على ضوء النتائج التي أظهرتها الدراسة توصي الباحثة بما يلي:  
❖ توصيات المحور الأول "الإبداع التكنولوجي"

1. توصي الباحثة شركة الاتصالات بتعزيز الاهتمام بعملية الإبداع وبشكل مستمر ومتجدد، من خلال إنشاء قسم مختص باحتضان الأفكار المبدعين والمحافظة عليهم .
2. تعزيز الاهتمام بقسم البحث والتطوير بالشركة بشكل مستمر من خلال توفير الموارد المالية والبشرية لتطوير وتحسين خدمات الاتصالات.
3. القيام بتوفير برامج تدريبية تشجع الموظفين على الابتكار والإبداع والتعرف على كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا.
4. ارسال موظفين الى الخارج بشكل مستمر للاطلاع على كل ما هو جديد في عالم وتكنولوجيا الاتصالات للمساهمة بكتابة مقترحات تساهم في نجاح وتقدم شركة الاتصالات
5. تشجيع كل الأفكار والاقتراحات مهما كان مصدرها في الشركة.
6. الاستفادة من السمعة الحسنة لشركة الاتصالات لاجتذاب الأشخاص المبدعين تكنولوجيا.

7. الاهتمام بتطوير قواعد البيانات بالشركة واستثمار المخزون المعرفي لأنه يساعد في تنمية حالة الإبداع التكنولوجي في الشركة.

#### ❖ توصيات المحور الثاني "المسئولية الاجتماعية"

1. توفير مختصين للتخلص من مخلفات الشركة ومعالجتها حتى تصبح آمنة على البيئة.

2. ضرورة تعزيز الاهتمام بالبيئة والاهتمام بالتنمية المستدامة.

3. بناء المنتزهات والحدائق الخضراء.

4. تعزيز التعاون مع الجهات الأكاديمية عبر برامج بحوث مشتركة.

5. العمل على تعزيز العلاقة بين المسؤولين والعاملين من خلال تكثيف اللقاءات والاجتماعات وفتح المجال للعاملين لإبداء وجهات نظرهم وآرائهم ومناقشتها بشفافية وموضوعية.

6. التنسيق مع الجهات المحلية والعربية والدولية لعقد برامج تدريبية هادفة لتطوير مهارات الموظفين بشكل عام والمبدعين منهم بشكل خاص.

7. العمل على تعزيز و تشجيع الموظفين من خلال تحفيزهم ومكافأتهم معنويا وماديا.

8. تعزيز علاقات التبادل الرسمية أو غير الرسمية للباحثين التابعين للمؤسسة وباقي الباحثين حتى من خارج المؤسسة فمثل هذه اللقاءات تساعد على تبادل المعلومات والأفكار.

9. العمل على تبسيط أنظمة وقواعد وإجراءات العمل.

10. تعزيز الوسائل الضرورية لمشاركة وتمكين العاملين من خلال إقامة لقاءات بشكل دوري وورش عمل دورية يكون هدفها مناقشة الأفكار التي يطرحها الموظفين سواء الأفكار الإبداعية التي تخص تطوير الخدمات او الأفكار التي لها علاقة بسير العمل في الشركة

11. تعزيز اهتمام الإدارة العليا بالأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات.

12. تنويع تشكيلة الخدمات بشكل اكبر أو إضافة تشكيلات جديدة كلما أمكن ذلك.

## بحوث ودراسات مستقبلية مقترحة:

توصي الباحثة بالقيام بدراسات ذات صلة بالدراسة الحالية مثل :

1. إجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة على قطاعات أخرى (قطاع المصارف، الشركات الصناعية،..) لان اختلاف القطاعات وما يحكمها من قوانين وأنظمة وتعليمات قد يؤثر على دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية.
2. دراسة دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق التنمية المستدامة
3. دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية .
4. اثر الإبداع التكنولوجي على الأداء المالي لشركة الاتصالات الفلسطينية.
5. دور البرامج التدريبية في تنمية الإبداع التكنولوجي.

## المصادر و المراجع

## المصادر والمراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- بدوي، محمد، وعثمان، الأميرة. (2000م). دراسات في قضايا محاسبية المعاصرة. ط1. الإسكندرية: منشأة المعارف.
- براهيمي، ياسين. (2014م). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين فعالية حوكمة المؤسسات: دراسة حالة مؤسسة ENPEC (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بكسر، الجزائر.
- البكري، تامر، والنوري، احمد. (2007م). التسويق الأخضر. ط1. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع .
- بلوط، حسن. (2005م). المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات. ط1. بيروت: دار النهضة العربية .
- بن قطاف، أحمد. (2007م). أهمية حاضنات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبدعة في الجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- جابر، محمود، ومهدي، ناصر. (2011م). دور الجامعات في تعزيز مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لدى طلبتها دراسة ميدانية مقارنة بين جامعتي حلوان وجامعة الأزهر-غزة (فلسطين). ورقة مقدمة إلى مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات، غزة: جامعة القدس المفتوحة.
- الjasم، جعفر. (2005م). تكنولوجيا المعلومات. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- جبر، عبد الرحمن. (2010م). الإبداع الإداري وأثره على الأداء: دراسة تطبيقية على مدري مدارس وكالة الغوث الدولية في قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- الجرجاوي، زياد. (2010م). القواعد المنهجية لبناء الاستبيان. ط2. فلسطين: مطبعة أبناء الجراح. جلد، سليم، وعبوي، زيد. (2006م). إدارة الإبداع والابتكار. ط1. عمان: دار كنوز المعرفة.
- جودة، محفوظ. (2012م). ادارة الجودة الشاملة. (ط6). الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.



جريدة، عدلي؛ والجزراوي، رامي؛ ويوسف، رغد. (2002م). الإبداع في ظل الظروف الاستثنائية. مجلة الجامعة المستنصرية للإدارة والاقتصاد، 1(38)، 135-163.

الحمداني، موفق. (2006م). مناهج البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

الحوري، فاتح؛ والزيادات، ممدوح؛ وعبابنه، هائل. (2009م، 27-29 أبريل). إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية- دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية. ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن: جامعة العلوم التطبيقية الخاصة.

خالدي، ريم. (2014م). دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للدهن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة العقيد، الجزائر. الخالدي، إبراهيم. (2010م). المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لمنظمات الأعمال المعاصرة. عمان: دار الأعلام للنشر والتوزيع.

خامرة، الطاهر. (2007م). المسؤولية البيئية والاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة مؤسسة سوناطراك (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.

خضور، رسلان. (2011م، 26 أبريل). المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال. ورقة مقدمة إلى ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون، دمشق.

داودي، الطيب، و رجال، سلاف. (2008م، 7-8 أبريل). الابتكار كبديل استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في قطاع المحروقات: عرض حالة مؤسسة سوناطراك. ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي للتنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للمواد المتاحة بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير الجزائر: جامعة سطيف .

دبيك، أيمن. (2015م). دور الجامعة الإسلامية في غزة في اكتشاف الموظفين ذوي الإبداع في مجال تكنولوجيا المعلومات وسبل الاستفادة منهم (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة .

الرحاحلة، عبد الرزاق سالم. (2011م). المسؤولية الاجتماعية للصحافة. عمان: دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع .

رحماني، أسماء. (2009م). دور براءة الاختراع في دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة مؤسسة AMPME C-IND (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد بوقره، الجزائر.

الزهري، رندة. (2002م). الإبداع الإداري في ظل البيروقراطية. مجلة عالم الفكر، 30(3)، 265-231.

زويلف، مهدي حسن. (2003م). العلاقات العامة: نظريات وأساليب. ط2. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

الزيود، عبد الناصر، والخشمان، تالا. (2011). واقع المسؤولية الاجتماعية لدى البنوك الإسلامية: دراسة حالة البنوك الإسلامية في الأردن. المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، 10(2)، 391-371.

سالم، محمد وآخرون. (2011م، ديسمبر). دور الإبداع التسويقي والتكنولوجيا في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك العاملة في محافظات غزة من وجهة نظر العملاء جامعة الأزهر بغزة. مجلة سلسلة العلوم الإنسانية، 13(2)، 138-107.

السحيباني، صالح. (2009م، 23-25 مارس). المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية. ورقة مقدمة الى المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص: تقييم و استشراف، بيروت.

السرور، نادية. (2002م). مقدمة في الإبداع. ط1. عمان: دار وائل للطباعة والنشر.

سعود، إسماعيل. (2013م). دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة عينة من مؤسسات ولاية ورقلة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.

الشربيني، زكريا، وصادق، يسرية. (2002). أطفال عند القمة: الموهبة، التفوق العلمي، الإبداع. ط1. القاهرة: دار الرشاد للنشر والتوزيع.

الشرع، مجيد. (2002م). المراجعة عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

الشيخ، رمضان. (2009م). الاستراتيجيات العملية لتعلم الإبداع والابتكار. ط1. القاهرة: بوك سيتي للنشر والتوزيع.

- الصرن، رعد.(2000م).إدارة الإبداع والابتكار الأسس التكنولوجية وطرائف التطبيق.ط1. دمشق :دار الرضا للنشر والتوزيع.
- ضيافي، نوال.(2010م). واقع تبني منظمات الأعمال لمفهوم المسؤولية الاجتماعية .ورقة مقدمة الي ملتقى الاقتصاد التضامني، الجزائر: جامعة تلمسان .
- الطويل، أكرم، وإسماعيل، رغيد.(2009م، 27-29 أبريل).العلاقة بين أنواع الإبداع التقني والمسؤولية الاجتماعية. ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية،الأردن : جامعة العلوم التطبيقية الخاصة.
- الطيب، حسن أبشر.(1998م).محاور لتنمية التجارب الإبداعية في استراتيجيات الإصلاح والتطوير الإداري. مجلة الإدارة العامة القاهرة،1 (59)، 12-13
- الطائي،آمال.(2006م). دور تقنية المعلومات والاتصالات في تحسين المنتج: دراسة استطلاعية مقارنة لعينة من شركات القطاع الصناعي المختلط(أطروحة دكتوراه غير منشورة). الجامعة المستنصرية، بغداد .
- عامر، سعيد.(2001م). الإدارة وتحديات التغيير.ورقة مقدمة إلى مؤتمر التغيير والإدارة على المكشوف، مصر: مركز وايد سيرفيس للاستشارات والتطوير الإداري.
- العامري،صالح مهدي، والغالبي، طاهر محسن.(2007م). الإدارة والأعمال.ط1. عمان :دار وائل للنشر والتوزيع.
- العامري ، صالح مهدي، والغالبي ،طاهر محسن.(2010م). المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال.ط3.عمان:دار وائل لنشر.
- العامري ،صالح مهدي، والغالبي ،طاهر محسن.(2012م). الإدارة والأعمال. ط4.عمان:دار وائل للنشر والتوزيع.
- العامري، صالح. (2005م). العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي- دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية،21(2)، 137-181.
- عبيدات، ذوقان ؛وعدس، عبد الرحمن؛ وعبد الحق، كايد.(2001م).البحث العلمي- مفهومه وأدواته وأساليبه.عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.

- العجلة، توفيق. (2009م). الإبداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام-دراسة تطبيقية على وزارات قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- عطار، نائلة حسين. (2009م، 1-3 فبراير). كيف تبدأ برنامج للمسؤولية الاجتماعية ، بحث مقدم إلى ملتقى الشراكة والمسؤولية بين القطاع العام والقطاع الخاص "مجتمعنا ... مسؤوليتنا " ،الرياض .
- علي، عبد الستار. (2006م). إدارة الانتاج والعمليات. ط1. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- عمر، بلال؛ والشعار، اسحق؛ و زلوم، نضال. (2014م). أثر الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات الصناعية المساهمة في الأردن. مجلة العلوم الإدارية، 41(2)، 240-258.
- العناتي، رضوان محمد. (2009م، 10-11 نوفمبر). محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصال الأردنية. بحث مقدم للمؤتمر السابع الدولي، الأردن: جامعة الزرقاء.
- عوض ،انس. (2014م). أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية:دراسة حالة علي الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- عيسى، محمد. (1999م). الإبداع والمبدع والنص الأدبي. مجلة جامعة البعث سوريا، 21(1)، 21-39.
- الغالبى، طاهر، والعامري، صالح . (2010م).المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات- دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية. بحوث وأوراق عمل المؤتمر العربي الثاني في الإدارة،عمان: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 215-233.
- الغني، بوزناق. (2013م). مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية: دراسة حالة مؤسسة كوندرا ببرج بوعريريج (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- فاضل، فلاح تايه. (2007م). العقل الاستراتيجي للقيادات الإدارية وأثره في إدارة الابداع: دراسة تطبيقية في عينة من كليات الجامعة المستنصرية (رسالة ماجستير غير منشورة).الجامعة المستنصرية، بغداد .

- الفضل، مؤيد؛ وعبد الناصر، نور؛ والدوغجي، علي. (2002م). *المشاكل المحاسبية المعاصرة*. عمان: دار المسير للنشر والتوزيع.
- كاظم، عبدالله. (2008م). أثر رأس المال الفكري في الإبداع التنظيمي. *مجلة القادسية للعلوم الإدارية و الاقتصادية*، 10(3)، 67-80.
- الكبيسي، صلاح الدين. (2002م). *ادارة المعرفة وأثرها في الإبداع التنظيمي-دراسة استطلاعية مقارنة لعينة من شركات القطاع الخاص المختلط (أطروحة دكتوراه غير منشورة)*. الجامعة المستنصرية، بغداد.
- كدسة، ناصر وآخرون. (2011م). *ادارة العمليات الإنتاجية كمدخل استراتيجي*. ط 2. السعودية: دار خوارزم العلمية للنشر والتوزيع.
- اللامي، غسان قاسم. (2007م). *إدارة التكنولوجيا: مفاهيم ومدخل، تقنيات، تطبيقات علمية*. ط 1. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- اللؤلؤ، محمد. (2009م). *مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية (رسالة ماجستير غير منشورة)*. الجامعة الإسلامية، غزة.
- مشرف، ميسون. (2009م). *التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة (رسالة ماجستير غير منشورة)*. الجامعة الإسلامية، غزة.
- الملا، حميد علي. (2009م). *العلاقة بين الإبداع والتغير التنظيميين وتأثيرها في فاعلية المنظمة: دراسة تطبيقية لأراء المديرين في شركتي المنصور وابن سينا العاميتين (رسالة ماجستير غير منشورة)*. جامعة المستنصرية، العراق.
- منصور، طاهر محسن، والخفاجي، نعمه. (2010م). *نظرية المنظمة: مدخل العمليات*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- موقع الاتصالات الفلسطينية. (د.ت). *عن الاتصالات*. تاريخ الاطلاع : 12 مارس 2016 ، الموقع [http://www.paltel.ps/ar/paltel/about\\_paltel](http://www.paltel.ps/ar/paltel/about_paltel)
- نجم، عبود. (2003م). *إدارة الابتكار: المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة*. ط 1. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

الهوري، بن الحسن.(2010م، 8-9نوفمبر).الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية و تحقيق التنمية المستدامة. مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي: الإبداع والتغيير في المنظمات الحديثة، الجزائر: جامعة البليدة،1-22.

هوشييار، معروف.(2006م). تحليل الاقتصاد التكنولوجي. ط 2. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

الهويدي، زيد.(2007م).الإبداع: ماهيته ، اكتشافه ، تنميته.ط2. الإمارات العربية المتحدة:دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.

هيجان، عبد الرحمن.(1999م). المدخل الإبداعي لحل المشكلات. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

ياسين ،محمد.(2008م). واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسئولية الاجتماعية:دراسة تطبيقية لأراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة ).جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا،الأردن .

## ثانيا: المراجع الأجنبية

- Abereijo, I., Adegbite, S., Ilori, M., Adeniyi, A., & Aderemi, H. (2009). Technological Innovation Sources and Institutional Supports for Manufacturing Small and Medium Enterprises in Nigeria. *Journal of Technology Management & Innovation*, 4(2),82-89. doi:10.4067/s0718-27242009000200007
- Alvarez, R. (2001). External sources of technological innovation in Chilean manufacturing industry. *Estudio de Economia*,28(1),53-68.
- Asongu, J. (2007). Innovation as an argument for corporate social responsibility. *Journal of Business and Public Policy*, 1(3), 1-21 .
- Bansal, P. (2002). The corporate challenges of sustainable development. *Academy of Management Executive*, 16(2), 122-131.
- Best, R. J. (1997).*Market – Based Management: Strategies for Growing Customer Value And Profitability*. U.S.A: Prentice – Hill, Inc.,.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (2014). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of management Journal*, 28(2), 446-463 .
- Bird, R., Hall, A. D., Momentè, F., & Reggiani, F. (2007). What corporate social responsibility activities are valued by the market?. *Journal of Business Ethics*, 76(2), 189-206 .
- Bon, A. T., & Mustafa, E. M. (2013). Impact of Total Quality Management on Innovation in Service Organizations: Literature Review and New Conceptual Framework. *Journal of Procedia Engineering*, 53, 516-529. doi: .1016/ j. Proeng .2013.02.067
- Borger, F.G., & Kruglianskas, I.( 2006). Corporate social responsibility and environmental and technological innovation performance: case studies of Brazilian companies. *International Journal of Technology Policy and Management*, 6 (4), 399-412.
- Brendan, O.D.(4-6 july,2004). *The emergence and future development of corporate social disclosure in Ireland: the perspective of nongovernment organization*. the Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference, Singapore.
- Carroll, A.B, & Buchholtz, A.K. (2006). *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*.(6th ed.). Mason: Thomson South-Western
- Daft, R. L. (2001).*Organization theory and design*.(5th ed.). New York :West pub.Com .
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal Acc Auditing Accountability J*, 8(2), 47-77. doi:10.1108/09513579510146996

- Hoang, D. T., Igel, B., & Laosirihongthong, T. (2006). The impact of total quality management on innovation. *International Journal Quality and Reliability Management*, 23(9), 1092 - 1117. doi:10.1108/02656710610704230
- Jafar, B. (2006). Cultivating technological innovations in Middle Eastern countries. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 13(4), 361-380. doi: 10.1108/13527600610713440.
- Johannessen, J., Olaisen, J., & Olsen, B. (1999). Strategic use of information technology for increased innovation and performance. *Information Management & Computer Security*, 7(1), 5-22. doi:10.1108/09685229910255133.
- Ju, L., & Fu, X. (2012). The development of scaling table about inner social capital in technology innovation team and the test of its reliability and validity. *Journal of Agricultural Science*, 4(5), 124 - 133.
- Kaufmann, A., & Tödting, F. (2002). How effective is innovation support for SMEs? An analysis of the region of Upper Austria. *Technovation*, 22(3), 147-159.
- Kim, D., Kumar, V. and Kumar, U. (2012). Relationship between quality management practices and innovation. *Journal of Operations Management*, 30(4), 295-315. doi:10.1016/j.jom.2012.02.003.
- Leavitt, H. J., & Whisler, T. L. (1995). Management in the 1980's: November. *Harvard business review*, 36(6), 41-48
- Manning, D.J. (2004). Benefits of environmental stewardship. *Review of Business journal*, 25(2), 9-10.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of management studies*, 43(1), 1-18.
- Michael, H., & Nawaz, S. (2008). Knowledge fusion for technological innovation in organizations. *Journal of Knowledge Management*, 12(2), 79-93. doi: 10.1108 /13673270810859532
- Owen, R. (2014). *Responsible Research and Innovation: Options for Research and Innovation Policy in the EU*. Paper presented at European Research and Innovation Area Board (ERIAB) Foreword Visions on the European Research Area (VERA) Europe .
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43 .
- Rahahleh, M. Y., & Sharairi, J. A. (2008). The Extent of Social Responsibility Accounting Application in the Qualified Industrial Zones in Jordan. *International Management Review*, 4(2), 5- 17.



- Satish, K.P., & Srinivasan, R. (2009). Investigation into the effect of total quality management on innovation performance of organizations: research framework and measures. *International Journal of Business Research*, 9(7), 132 - 137.
- Schilling, M. A. (2009). *Gestione dell 'innovazione*. (2nd ed.). USA: McGraw-Hill Companies
- Schilling, M. A. (2013). *Strategic Management of Technological Innovation*. (4th ed.). USA: McGraw-Hill Companies.
- Stahl, M. J., & Grigsby, D. W. (1997). *Strategic Management; Total Quality & Global competition*. Malden, MA: Blackwell.
- Stevenson, W. J., & Sum, C. C. (2007). *Operations management* .(8th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Troh, P. (2012). *Innovation management and new product development* .(5th ed.). New York (NY): Prentice Hall.
- Van der Wiele, T., Kok, P., McKenna, R., & Brown, A. (2001). A corporate social responsibility audit within a quality management framework. *Journal of Business Ethics*, 31(4), 285-297 .
- Veersalu, L., (2011). *The importance of corporate social responsibility in Estonia consumer's purchasing decisions* (Unpublished Master Thesis). Tallin University's, Estonia.
- Xu, S., & Yang, R. (2010). Indigenous characteristics of Chinese corporate social responsibility conceptual paradigm. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 321-333.

# قائمة الملاحق

## الملاحق

### ملحق ( 1 ) :أسماء المحكمين

مكان العمل	الاسم	ر . م
عضو هيئة تدريسية بقسم إدارة الأعمال بجامعة الأزهر - غزة.	أ.د.نهاية التلباني	1.
عضو هيئة تدريسية بقسم الإحصاء-بالجامعة الإسلامية غزة	د.نافذ بركات	2.
عضو هيئة تدريسية بقسم إدارة الأعمال بالجامعة الإسلامية - غزة.	د.سامي أبو الروس	3.
عضو هيئة تدريسية بقسم إدارة الأعمال بالجامعة الإسلامية - غزة.	د.خالد دهليز	4.
عضو هيئة تدريسية بقسم إدارة الأعمال بالجامعة الإسلامية - غزة.	د.أكرم سمور	5.
مدير كلية الشريعة بالجامعة الإسلامية-غزة.	د.أيمن أبو سويح	6.
عضو هيئة تدريسية بقسم إدارة الأعمال بجامعة الأزهر - غزة.	د.رفيق الأغا	7.
عضو هيئة تدريسية ا بقسم إدارة الأعمال بالجامعة الإسلامية - غزة	د.وسيم الهبيل	8.
عضو هيئة تدريسية بقسم إدارة الأعمال بجامعة القدس المفتوحة -فرع الشمال.	د.ماهر جودة	9.
عضو هيئة تدريسية بقسم إدارة الأعمال بجامعة فلسطين - فرع الشمال	د. نادر أبو شرخ	10.



الجامعة الإسلامية - غزة  
الدراسات العليا  
كلية التجارة- إدارة أعمال

ملحق (2) : الاستبانة

**استبانة بعنوان " دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق  
المسؤولية الاجتماعية : دراسة ميدانية على شركة  
الاتصالات الفلسطينية "**

**إعداد الطالبة : كوثر موسى**

**الرقم الجامعي : 220130484**

**إشراف الدكتور : يوسف بحر**

## استبانة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الأستاذة/ة الفاضل/ة.....المحترم

تجري الباحثة دراسة بعنوان "دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية  
:دراسة ميدانية شركة الاتصالات الفلسطينية" ، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على  
درجة الماجستير في إدارة الأعمال من الجامعة فنرجو من سيادتكم تعبئة فقرات الاستبانة وذلك  
بإبداء الرأي بكل دقة وموضوعية لكل عبارة من عبارات الاستبانة بما ترونه مناسباً علماً بأن  
المعلومات المأخوذة من طرفكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير,,,,,,

الباحثة

كوثر موسى

أولاً: البيانات الشخصية :

الجنس		ذكر	أنثى
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فأقل	دبلوم متوسط	بكالوريوس
	ماجستير	دكتوراه	
مكان العمل	الدائرة الفنية	الدائرة التجارية	الحسابات
	قسم أنظمة المعلومات	أخرى	
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات		5- 10 سنوات
	10- 15 سنة		15 سنة فأكثر

ثانياً: متغيرات الدراسة :

يرجى وضع إشارة ( / ) في الخانة التي تقابل المستوى الذي ينطبق على الشركة من وجهة نظرك

م	العبارات	موافق بشدة	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق بشدة
<b>المحور الأول: الإبداع التكنولوجي</b>						
1	تلجأ الشركة إلى استخدام وسائل تكنولوجيا جديدة في تطوير خدماتها					
2	تتعاون الشركة مع خبراء خارجيين من أجل تقديم خدمات جديدة مميزة					
3	تعاون الشركة مع جهات أكاديمية مختلفة في تطوير الإبداع التكنولوجي فيها					
4	تخصص الشركة ميزانية مناسبة للبحث العلمي والتطوير من أجل تقديم خدمات جديدة ومميزة					
5	توفر الشركة الأموال اللازمة في الوقت المناسب سبب رئيس في التوصل إلى إبداعات تكنولوجية					
6	يتم التنسيق بين أقسام الإنتاج، البحث والتطوير في الشركة من أجل تحسين خدماتها					
7	تعتمد الشركة على التكنولوجيا المتاحة لديها من أجل تحسين عمليات إنتاجها					
8	تقوم الشركة بتطوير خطوط الإنتاج من أجل الحصول على خدمات جديدة					
9	زيادة عدد العاملين بأقسام البحث والتطوير يساهم في زيادة عملية الإبداع					
10	توفر المعلومات اللازمة لإنجاز مشاريع البحث والتطوير بالكمية و الوقت و النوع المناسب يؤدي إلى تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة					
11	وجود رقابة مسبقة و تغذية راجعة للمعلومات يساهم في تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة.					
12	يعتبر الإبداع التكنولوجي جزء أساسي من إستراتيجية الشركة					
13	يساهم دعم الإدارة العليا لمشاريع البحث والتطوير في نجاحها و تحقيق إبداع تكنولوجي في الشركة					
14	نظام الحوافز المعمول به بالشركة يشجع على الإبداع التكنولوجي					
15	الأزمات لها دور كبير في حث العاملين على الإبداع التكنولوجي.					
16	تهتم الشركة بالجوانب البيئية أثناء قيامها بنشاط البحث والتطوير					
17	تسعى الشركة لتحسين نوعية خدماتها بغية إشباع حاجات الزبائن					

م	العبارات	موافق بشدة	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق بشدة
18	وجود المنافسين له دور كبير في حث الشركة على الإبداع التكنولوجي					
<b>المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية</b>						
<b>أولا: الأنشطة الخاصة بالبيئة:</b>						
1.	تسهم الشركة بالحد من التلوث البيئي بمكوناته ( المياه ؛ الهواء ؛ التربة)					
2.	تسعى الشركة للاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وخصوصاً غير المتجددة					
3.	تسعى الشركة إلى ترشيد استهلاك الطاقة					
4.	تستفيد الشركة من تطوير الموارد المتاحة وصيانتها					
5.	تحرص تسعى الشركة علي التشجير وزيادة المساحات الخضراء في بيئة عملها					
6.	تستخدم الشركة وسائل وطرق متعددة لمعالجة المنتجات الضارة بالبيئة المحيطة بها					
7.	تحترم الشركة وتقدر الدور الاجتماعي والأنشطة التي تقوم بها جماعات حماية البيئة					
8.	تسعى الشركة لاستبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد أقل تلويثاً للبيئة					
9.	تأخذ الشركة بعين الاعتبار الجوانب البيئية أثناء قيامها بنشاط البحث وتطوير خدماتها .					
10.	تسعى الشركة الى توعية المجتمع بالمواضيع المتعلقة بسلامة البيئة					
<b>ثانياً : الأنشطة الخاصة بالمجتمع المحلي:</b>						
11.	تبني الشركة علاقات إيجابية مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة					
12.	ترعى الشركة نشاطات وأحداث محلية منتظمة					
13.	تتبادل الشركة المعرفة والخبرات مع المؤسسات المحلية والدولية					
14.	تساهم الشركة في حل المشاكل الاجتماعية المتعلقة بالبطالة من خلال توظيف الخريجين					
15.	تلتزم الشركة بتسديد كافة الالتزامات الضريبية والرسوم المقررة وعدم التهرب منها					
16.	تقوم الشركة بدعم المؤسسات الصحية					
17.	تحترم الشركة رأي النقابات العمالية وأدوارها المهنية					
18.	تلتزم الشركة بالتشريعات والقوانين والتوجهات الصادرة عن الحكومة					
19.	تتلاقى الشركة تقديراً من قبل المجتمع المحلي					



م	العبارات	موافق بشدة	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق بشدة
<b>ثالثا: الأنشطة الخاصة بالموارد البشرية:</b>						
20.	تمتلك الشركة مناخ جيد للعمل يضمن صحة وسلامة موظفيها من خلال توفير خدمات كالنقل والطعام والعلاج... الخ					
21.	تعوض الشركة العمال بدل عن إصابات العمل					
22.	تعمل الشركة على تكريم وتحفيز الأفراد العاملين المتفوقين والمبدعين في العمل.					
23.	تعمل الشركة على رفع الروح المعنوية للعاملين وبث روح التعاون والدافعية					
24.	تعتمد الشركة سياسة إدارية تسمح للعاملين من المشاركة في عمليات صنع القرار.					
25.	تقوم الشركة بوضع إجراءات معينة للحد من الاستخدام الشخصي لموارد ها المختلفة.					
26.	تلتزم الشركة بتطبيق القوانين والتعليمات الخاصة بالعمل وتنفيذها بعدالة على جميع العاملين للمحافظة على حقوقهم					
27.	تنفذ الشركة برامج توعوية للعاملين فيها					
<b>رابعا: الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالخدمات:</b>						
28.	تعطي الشركة معلومات صادقة عن جودة خدماتها للزبائن					
29.	تتبع الشركة سياسة تسعيرية تستقطب وتحافظ على الزبائن وبناء جسور الثقة والولاء					
30.	تقدم الشركة لزيائنها الإرشادات حول استخدام خدماتها					
31.	تعمل الشركة جاهدة على إبراز السمعة والصورة المتميزة في مجال عملها					
32.	توضح الشركة المخاطر التي من المحتمل أن تسببها خدماتها					
33.	تعمل الشركة على توفير جميع الخدمات الحديثة و المتطورة لتواكب التطور التكنولوجي العالمي					
34.	توفر الشركة الخدمة الهاتفية لجميع المواطنين في أي مكان و بأسرع وقت ممكن.					
35.	توفر الشركة خدمة صيانة الأعطال بشكل يلبي احتياجات الزبائن					
36.	تتميز إعلانات الشركة بالوضوح والجاذبية					
37.	تتواصل الشركة مع زبائنها للاطلاع علي آرائهم وملاحظاتهم عن خدماتها التي تقدمها					

شكرا لحسن تعاونكم,,,,,,