

أثر المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية

"دراسة ميدانية بوادي حضرموت"

د. أبوبكر حداد بلفقيه*، إيمان سعيد خميس، خديجة صالح بداره، رويدا صالح بن عبدون، رملة على ديان وفطوم أنور باجري*

الملخص

تسعى هذه الدراسة إلى بيان أثر المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بوادي حضرموت، من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات محل الدراسة في وادي حضرموت، وقد اتبع الباحثون أسلوب الحصر الشامل لمحدودية حجم المجتمع، وسهولة الوصول إليه، والذي يبلغ (86) فرداً؛ إذ تمثلت وحدة المعاينة في أعضاء اللجان المجتمعية بالمديريات محل الدراسة. وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية بين متغيري الدراسة، ووجود تأثير معنوي للمسؤولية الاجتماعية (كاملة) في الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بوادي حضرموت في المديريات محل الدراسة، وبشكل تفصيلي كان لبعدي المسؤولية الاجتماعية (المجتمع والمستفيدون) تأثير في الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية، في حين لم يكن لبعد (البيئة) تأثير معنوي على الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية، وكل ذلك عند مستوى معنوية 0.05، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق معنوية بين آراء عينة الدراسة حول متغيري الدراسة، تعود إلى خاصيتي النوع أو المديرية لمفردات عينة الدراسة. وأوصت الدراسة الجمعيات الخيرية بإنشاء إدارة مختصة بالعلاقات العامة لخلق علاقات أكثر عمقاً وتنوع نشاطات الجمعية وعدم الاقتصار على أنشطة الإغاثة فقط، وتوجيه نشاطات الجمعيات الخيرية نحو مبادرات أكثر استدامة، تلبي حاجات جوهرية لدى المجتمع.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الصورة الذهنية، الجمعيات الخيرية، وادي حضرموت.

* قسم إدارة الأعمال - كلية العلوم الإدارية - جامعة سيئون - حضرموت. اليمن.

The Impact of Social Responsibility on the Mental Image of Charitable Associations: A Field Study in Wadi Hadhramaut

Dr. Abobaker Balfaqeh¹, Iman Khamis¹, Khadija Badara¹, Rawida Bin Abdoun¹, Ramla Dayan¹ and Fatoum Bajri¹

Abstract

This study aims to demonstrate the impact of social responsibility on the mental image of charitable associations in Wadi Hadhramaut, from the perspective of community committees in the targeted districts in Wadi Hadhramaut. The researchers adopted the comprehensive enumeration method due to the limited size of the population and the ease of access. The sample consisted of 86 individuals represented by members of the community committees in the districts under study. The results showed a significant correlation between the study variables, and a significant impact of overall social responsibility on the mental image of charitable associations in Wadi Hadhramaut in the districts under study. Specifically, the social responsibility dimensions related to community and beneficiaries had a significant impact on the mental image of charitable organizations, while the environment dimension did not show a statistically significant impact. All findings were significance at the level of 0.05. Additionally, the results showed the absence of significant differences in the respondents' opinions regarding the study variables that could be attributed to gender or district. The study recommended that charitable associations establish a department specialized in public relations to foster deeper relationships; diversify their activities beyond relief work, and direct their efforts towards more sustainable initiatives that address essential community needs.

Key terms: social responsibility, mental image, charitable associations, Wadi Hadhramaut.

*Department of Business Administration - College of Administrative Sciences - University of Seiyun-Hadhramaut - Yemen.

المقدمة:

تعد الصورة الذهنية للمنظمة من بين العناصر التي تحظى بأهمية بالغة للمنظمات؛ إذ تمثل هدفاً رئيساً تطمح إلى تحقيقه كل المنظمات العامة والخاصة، نظراً لما تحققه من دور هام في تكوين الآراء والانطباعات حول المنظمة وخدماتها (1).

ومع بداية القرن الواحد والعشرين والعالم يشهد موجة من التطورات المتسارعة التي طالت مختلف المنظمات في كافة جوانب الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، حيث كانت المنظمات في الماضي القديم تهدف فقط إلى تحقيق الأرباح ومصلحتها الذاتية، ولم تكن تولي أهمية إلى تحقيق حاجات ومصالح المجتمع، ولكن بظهور الجمعيات الخيرية ودورها في التنمية داخل المجتمع برز مصطلح المسؤولية الاجتماعية في أعمال تلك الجمعيات وألزمها على تحقيق التوازن بين إشباع حاجات ورغبات المستفيدين من جهة، وتعريف المجتمع بمبادراتها وأنشطتها من جهة ثانية، وذلك لتحسين صورتها الذهنية من جهة ثالثة (14).

فالمسؤولية الاجتماعية من أهم القضايا التي تساعد في تحقيق استدامة المنظمة لآثارها الإيجابية في الأداء المالي والتسويقي (35)، فلم يعد نجاح الجمعيات الخيرية يعتمد على ما يقدم لها من تبرعات وإعانات من المتطوعين فحسب، بل أصبح للمسؤولية الاجتماعية دور وأثر كبير في بناء سمعة جيدة وتكوين صورة حسنة وإيجابية لدى أفراد المجتمع؛ فتكوين صورة ذهنية طيبة هدف تسعى إليه معظم الجمعيات الخيرية، وذلك نظراً للقيمة الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية، وخلق تقبل إيجابي معين للأفراد تجاه تلك الجمعيات، حيث أنها أصبحت أكثر وعياً من أي وقت مضى بأن صورتها هي العامل الحاسم في بقائها واستمرارها، كما أنها تدرك أن تعزيز صورتها في المجتمع يتحكم فيه جملة من الإجراءات والتي يجب الالتزام بها؛ لإقناع أكبر قدر ممكن من المستفيدين والتأثير في عواطفهم وكسب ثقتهم تجاه تلك الجمعيات، على غرار التأكيد على جودة الخدمات والمساعدات والتوجه برغبات المستفيدين، إلى جانب مراعاة مبادئ المسؤولية الاجتماعية في ممارساتها الإدارية (11).

وترتبط الجمعيات الخيرية أساساً بالجوانب التنموية المجتمعية والإنسانية، فمن الطبيعي أن تؤمن بأفكار تنعكس إيجاباً على الصالح العام، من دون تقيدتها بأي اعتبارات تجارية ولا توجه لفئة من المجتمع دون أخرى، فبدأ الاتجاه نحو تطوير مبادئ المسؤولية الاجتماعية لاستخدامها في حملات التنمية والمجتمع لنشر الوعي التنموي والخيري والارتقاء به، والسعي وراء القضاء على الفجوات القائمة بينها وبين المستفيدين، بل وأصبح الربط بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية في الجمعيات ضرورة في ظل شدة المنافسة، حيث تحرص هذه الجمعيات اليوم أكثر من أي وقت مضى على صورتها في أذهان جميع الأطراف المستفيدة منها، لأن لكل جمعية خيرية صورة ذهنية في أذهان جميع المستفيدين منها شئت ذلك أم لم تشأ، وسواء خططت لذلك أو لم تخطط (19).

كما أن الجمعيات المسؤولة اجتماعياً تستفيد من تعزيز صورتها الذهنية لدى المستفيدين؛ إذ تعزز من قدرتها على جذب رأس المال والمتطوعين الدائمين، وتجد مجالاً واسعاً في أوساط المجتمعات المحلية أو الدولية (16).
لذلك فالبحث الحالي يبحث عن أثر العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية في الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات لما لهذه العلاقة من أهمية عالية تفيد القائمين على تلك الجمعيات في تحسين نشاطاتها، وأعمالها، وضمان بقائها واستمرارها بشكل مقبول.

أولاً: الخلفية النظرية والدراسات السابقة:

1) المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibility):

1-1) مفهوم المسؤولية الاجتماعية: تُعرّف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أنها دمج القضايا الاجتماعية والبيئية ضمن أنشطة المنظمة على أساس طوعي وليس إلزامي (32)، وهي التزام أخلاقي تتحلى به منظمات الأعمال تجاه أطراف المصلحة بما فيهم المستهلكين والمجتمعات المحلية، والبيئة، وغيرهم، مما يؤدي إلى تحقيق النجاح للمنظمات (23)، في حين تُعد أيضاً أنها نشاطات المنظمة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر أعمالها التي تقوم بها في المجتمع، لتصبح منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة (28).

ويعرف الباحثون المسؤولية الاجتماعية على أنها "الالتزام للمنظمات بالقضايا المجتمعية والبيئية في أنشطتها".

2-1) أبعاد المسؤولية الاجتماعية: تمارس منظمات الأعمال عدداً من المسؤوليات الاجتماعية، التي تنحصر ضمن عدد من التصنيفات، يأتي أبرزها في الأبعاد الآتية:

1-2-1) المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع: يُعد المجتمع بالنسبة لمنظمات الأعمال شريحة مهمة، إذ تتطلع إلى متانة العلاقة معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه، من خلال تحقيق المزيد من الرفاهية له، التي تشمل: الإسهام في دعم البنية التحتية، وإنشاء الجسور والحدائق، والإسهام في الحد من مشكلة البطالة، ودعم بعض الأنشطة مثل، الأندية الترفيهية، واحترام العادات والتقاليد، وغيرها، كما يجب على منظمات الأعمال أن تعمل على تحسين الرفاه الاجتماعي بشكل عام، من خلال الإسهام في الأنشطة الخيرية والرياضية والثقافية والفنية، التي تسهم في رفع ذوق المجتمع، وعدم خرق مبادئ وحقوق الانسان. (4).

2-2-1) المسؤولية الاجتماعية تجاه المستفيدين: تُعد هذه الشريحة من المجتمع ذات أهمية كبيرة والسبب المباشر لوجود الجمعيات الخيرية، وهم أفراد أو جماعات يتلقون مساعدات، وخدمات بكل صدق وأمانة، فضلاً عن تقديم إرشادات واضحة عن تلك المساعدات والخدمات، وكذلك الالتزام الأخلاقي بعدم خرق قواعد العمل من سرية وتنفيذ الوعود تجاههم. (13).

1-2-3) المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة: يُعدُّ هذا العنصر من أهم عناصر المسؤولية الاجتماعية؛ بسبب توسع

استغلال الموارد الطبيعية، والتقدم التقني، وما نتج عنها من زيادة المخلفات الصناعية وتوسع استخدام الأسمدة الكيميائية والمبيدات الزراعية، مما أدى إلى مشاكل بيئة كبيرة على جميع المستويات (3).

1-3) أهمية المسؤولية الاجتماعية: لم يعد يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أنها مجرد نفقات فقط،

بل استراتيجية تنبع من رؤية الإدارة العليا وقيمها؛ لتمييز المنظمة عن غيرها، كما أصبحت الدافع الخفي للحصول على التميز، مقابل بذل قصارى الجهد لتقديم أفضل أداء لأطراف المصلحة (30)، ولتطبيق

المسؤولية الاجتماعية أهمية وفوائد كبيرة، يمكن تلخيصها في ثلاث مجموعات أساسية، هي: (4).

1-3-1) المسؤولية الاجتماعية للمنظمة: ويمكن حصر أهميتها في:

- تحسين صورة المنظمة في المجتمع، وترسيخ المظهر الإيجابي لها.
- الاستجابة لتوقعات الأطراف ذوي العلاقة بالمنظمة، فالمنظمة في علاقة مع الأطراف المختلفة الذين ينتظرون منها تحسين أداؤها وتحسين علاقتها بهم.
- تحسين مناخ العمل داخل المنظمة.
- بعث روح التعاون والترابط بين المنظمة ومختلف الأطراف ذات المصلحة.

1-3-2) المسؤولية الاجتماعية للمجتمع: ويمكن حصر أهميتها في:

- زيادة التكافل الاجتماعي.
- زيادة الاستقرار الاجتماعي لتعزيز العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص.
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج بين المؤسسات ومختلف الأطراف ذات المصالح.
- تحسين التنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي.

1-3-3) أهمية المسؤولية الاجتماعية للدولة: ويمكن حصر أهميتها في:

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة منها، (الصحية، الثقافية، الاجتماعية).
- تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المنظمات بأهمية الإسهام في تحمل التكاليف الاجتماعية.
- المشاركة في التطور والقضاء على البطالة.

1-4) أهداف المسؤولية الاجتماعية:

- من خلال تبني المنظمة للمسؤولية الاجتماعية فإنها تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والغايات تمكنها من تدعيم مكانتها في المجتمع، ومن أبرز هذه الأهداف: (كاوي، 2021).
- تحسين مستوى الحياة المعيشية لأفراد المجتمع.

- التحسين المستمر للخدمات المقدمة.
- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع.
- تنمية مهارات الأفراد.
- الحد والتقليل من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الفرد فيما يخص السلامة، والصحة في العمل.
- مساندة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية.
- تحسين الصورة العامة لها.
- الاستفادة من السمعة الحسنة لها بوصفها ميزة تنافسية.
- اكتساب ثقة الجمهور ورضاه؛ مما يسهم في تحقيق أهدافها.

(2) الصورة الذهنية (Mental Image):

1-2) مفهوم الصورة الذهنية: تُعرف الصورة الذهنية بأنها: "محصلة الأفكار والمعتقدات والانطباعات لدى الجمهور عن المنظمة" (35)، وهي "الصورة العقلانية التي تتكون في أذهان الناس عن المنظمات" (6)، وتعرف أيضًا أنها "مجموعة من الإدراكات والانطباعات التي يكونها ويخزنها الأفراد عن شيء ما، ويتم استحضارها نتيجة للتعرض لمجموعة من المؤثرات، وقد تكون عقلية صادقة أو كاذبة وتختلف من فرد إلى آخر" (24).

2-2) أبعاد الصورة الذهنية: إن الصورة الذهنية انطباع وتصور يتشكل على مستوى الذهن، ويستند ذلك الانطباع إلى أبعاد متعددة تشكل سياق ذلك الانطباع، ويمكن توضيح هذه الأبعاد في الآتي:

1-2-2) الثقة: هي توقع وإدراك العملاء والجمهور بأن المنظمة قادرة على أداء وظائفها بكفاءة، وتستطيع تلبية رغباتهم وتحقيق الأمان في التعامل عن جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة (2).

2-2-2) السمعة: هي عبارة عن أصول غير ملموسة تتكون من مجموعة أحكام جماعية ثابتة نسبيًا، ولفترات طويلة الأجل من عملاء المنظمة، متعلقة بنتائج سلسلة زمنية حققت مخرجات ذات قيمة لعملاء المنظمة (8).

3-2-2) المنفعة: هي مجموعة من الممارسات التي تقدمها المنظمة من خلال تلبية احتياجات وتوقعات العملاء، تستهدف السعي لتوفير قدر من القبول لها، والتفوق على المنافسين، مثل تقديم خدمات ذات جودة عالية ينتج عنها رضا العملاء (10).

4-2-2) التقرب من العميل: وهي الجهود التي تبذلها منظمات الأعمال المختلفة لكسب رضا العملاء والجمهور، من خلال تقديم سلع إنتاجية أو تأدية خدمات مهمة، حسب المعايير المناسبة لمتطلباتهم واحتياجاتهم، وتحول من دون الاستحواذ عليهم من قبل المنظمات المنافسة الأخرى، وذلك عن طريق بيع المنتجات بأسعار معقولة (28).

3-2) أهمية الصورة الذهنية: للصورة الذهنية أهمية كبيرة فهي من أهم العوامل التي تساعد على تحقيق النجاح، مما يدفع المنظمات إلى الإنفاق أكثر لتعزيز صورتها الذهنية، وفيما يلي توضيح لذلك على المستوى الداخلي والخارجي للمنظمة (27).

1-3-2) على المستوى الداخلي: ويمكن حصر أهميتها داخل المنظمة في:

- ارتفاع الروح المعنوية للعاملين، مما يزيد إنتاجيتهم.
- زيادة رضا العاملين، وتزايد فخرهم بالمنظمة.
- جذب رؤوس الأموال وزيادة عدد المساهمين.
- جذب الموردين والموزعين، فضلا عن سهولة التعامل مع الهيئات التنفيذية والتشريعية في الدولة.

2-3-2) على المستوى الخارجي: ويمكن حصر أهميتها خارج المنظمة في:

- زيادة ثقة الجمهور فيما تقدمه المنظمة من منتجات.
- تقليل احتمالات اتخاذ الجمهور لمواقف عدائية، خلال الأزمات التي تتعرض لها المنظمة.
- زيادة تعرض الجماهير لخطابات المنظمة وزيادة إمكانيات تفاعل الجمهور مع هذا الخطاب.
- زيادة إمكانية المشاركة الجماهيرية في أنشطة المنظمة.

4-2) أهداف المسؤولية الاجتماعية: تعمل الصورة الذهنية الإيجابية للمنظمة على تحقيق مقاصد متعددة، منها: (30)

- تدعيم علاقة المنظمة مع جماهيرها الداخلية والخارجية.
- إقناع السلطات والجماهير بأهمية الدور الاجتماعي للمنظمة.
- دعم الجهود التسويقية للمنظمة.
- اجتذاب أفضل العناصر للعمل في المنظمة.
- تنمية التريث لدى الجماهير في الحكم على المنظمة في أوقات الأزمات، حتى يتسنى شرح رأي وموقف المنظمة.

3) الجمعيات الخيرية: (Charities)

اتخذ العمل الخيري مرور الزمن أشكالاً متعددة؛ ومن هذه الأشكال إنشاء الجمعيات الخيرية، وقولبتها في طابع مؤسساتي؛ إذ لاقت رواجاً كبيراً في مختلف أرجاء العالم، وخاصة العالم الإسلامي، وقد استطاعت هذه الجمعيات تطوير أعمالها لتشمل المجالات المجتمعية كافة.

3-1) **مفهوم الجمعية الخيرية:** تُعرف الجمعية الخيرية بأنها: جماعة ذات تنظيم له صفة الاستمرار والشرعية لمدة معينة، في ظل القانون السائد في البلد، تضم متطوعين من الفئات العمرية كافة، ومن شرائح المجتمع جميعاً، مؤمنين بقضايا إنسانية وبمسؤوليتهم نحو المجتمع، وتسعى لتقديم خدمات إنسانية أو اجتماعية سواء كان ذلك عن طريق المعونة المادية أو المعنوية، وهي لا تهدف لتحقيق الربح، وتمارس أنشطة مختلفة ومتعددة، وتوفر مواردها عن طريق عطاءات المتبرعين والمحسنين وأهل الخير (9).

3-2) **الجمعيات الخيرية في وادي حضرموت:** تمثل الجمعيات الخيرية في وادي حضرموت جهوداً أهلية تقوم بدافع ذاتي، واعتبارات دينية، واجتماعية، وإنسانية، وتعمل على مد يد العون للفئات المحتاجة بالإسهام في التنمية الاجتماعية جنباً إلى جنب مع الحكومة، ويحظى وادي حضرموت بالعديد من الجمعيات الخيرية في تقديم خدماتها للمجتمع؛ إذ تقوم بأداء رسالتها والإسهام بفعالية في تحسين ظروف المحتاجين، وتحقيق التنمية الشاملة ومحاولة توفير سبل الحياة الكريمة لهم.

وتتوزع هذه الجمعيات في وادي حضرموت على 6 ست مديريات، بإجمالي (62) جمعية خيرية¹. والجدول الآتي رقم (1) يوضح توزيع تلك الجمعيات الخيرية المسجلة بمكتب وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل بوادي حضرموت للعامين 2021-2022م، بحسب المديريات على النحو الآتي:

جدول رقم (1) عدد الجمعيات في مديريات وادي حضرموت

المديرية	سيئون	تريم والسوم	ش. بام	القطن	الحورة ووادي العين	ساح	الإجمالي
عدد الجمعيات	24	20	5	5	3	5	62

المصدر: مكتب الشؤون الاجتماعية والعمل بوادي وصحراء حضرموت

3-3) **اللدجان المجتمعية:** هي لجان يتم تشكيلها من قبل السلطة المحلية بكل مديرية من الشخصيات ذات الحضور الاجتماعي في مديرياتهم؛ ليهتموا بتطوير وتنفيذ مشاريع التنمية المحلية، التي تقوم بها الجمعيات الخيرية، إلى جانب حل النزاعات والمشاكل المحلية وتوعية أفراد المجتمع بالقضايا الاجتماعية والبيئية والصحية وغيرها.

ثانياً: مشكلة وتساؤلات الدراسة:

أشارت الدراسة الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي بعنوان (Survey voice of The leade) التي أجريت في أواخر عام 2020 إلى أن الصورة الذهنية للمنظمات الخيرية تعد من أهم معايير نجاحها، وتشير نتائج الدراسة إلى أن الصورة الذهنية والسمعة الجيدة تزيد من قدرة المنظمات الخيرية على مواصلة تحقيق عوائد الخدمات والأداء الجيد

¹ وفقاً ومكتب الشؤون الاجتماعية والعمل بوادي وصحراء حضرموت.

(9)، فلكل جمعية خيرية صورة ذهنية في أذهان جميع المستفيدين منها شاعت ذلك أو لم تشأ، وسواءً خططت له أو لم تخطط (19).

وتعد المسؤولية الاجتماعية في الوقت الحاضر من أهم القضايا التي تسعى الجمعيات الخيرية لممارستها، نظراً للتطور الكبير في إدراك مدى تأثيرها في تحقيق أهدافها واستمرارها في أداء أعمالها (15)، كما أن الجمعيات المسؤولة اجتماعياً تستثمر تعزيز صورتها الذهنية لدى المستفيدين، في تعزيز قدرتها على جذب رأس المال والمتطوعين الدائمين، وتجد مجالاً واسعاً في أوساط المجتمعات المحلية أو الدولية (16)، فهذه الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية تُشكل المسؤولية الاجتماعية أحد أهم أسبابها (15).

وانطلاقاً من ذلك، وعملاً بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للباحثين تجاه مجتمعاتهم، تلمس الباحثون الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في مجتمعهم المحلي، ومدى تطبيق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في نشاطات تلك الجمعيات، إسهاماً منهم في تطوير ذلك القطاع التنموي الحيوي في ظل الظروف الراهنة، فقاموا بالآتي:

1) **الدراسة الاستطلاعية:** قام الباحثون بدراسة استطلاعية، من خلال إجراء مقابلات شخصية مع (10) أفراد، بوصفها عينة ميسرة من أعضاء اللجان المجتمعية في بعض المديریات محل البحث، وذلك لاستطلاع آرائهم حول متغيرات الدراسة، وفي ضوء تحليل بيانات تلك الدراسة الاستطلاعية اتضح الآتي:

- **الصورة الذهنية للجمعيات:** من حيث الثقة والاطمئنان وسلاسة التعامل، والشفافية والعدالة، فقد أوضحت النتائج أنها صورة غير مرضية وغير إيجابية تماماً حسب تقدير العينة الاستطلاعية، إذ جاءت بتقدير أقل من المتوسط، مما يشير إلى أن لدى معظمهم صورة غير إيجابية عن الجمعيات محل الدراسة.
- **المسؤولية الاجتماعية للجمعيات:** من حيث تفهم احتياجات المجتمع التنموية، والاهتمام بالبيئة، وتكافؤ فرص المساعدات والإغاثات، كان تقدير العينة الاستطلاعية لذلك أقل من المتوسط، مما يشير إلى أن معظمهم يرون عدم اهتمام الجمعيات الخيرية محل الدراسة بتطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية في نشاطاتها وأعمالها.

وفي ضوء نتائج تلك الدراسة الاستطلاعية تساءل الباحثون عن: **نوع وقوة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في وادي حضرموت؟**

2) **تحديد الفجوة البحثية:** للإجابة عن تساؤل الدراسة الاستطلاعية (أعلاه) لجأ الباحثون إلى الاطلاع على الأدبيات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث، فقد وجدوا دراسات تمت في مجتمعات عربية أخرى، وفي منظمات وقطاعات مختلفة (مثل دراسات: 11؛ 15؛ 16؛ 19؛ 26)، إلا أنهم لم يعثروا على أي دراسة تبحث الصورة الذهنية وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية في الجمعيات الخيرية باليمن، وهو الأمر الذي يحتاج إلى البحث والتحليل العلمي، لخصوصية

الظرف الحالي الذي تمر به اليمن، والأثر الحيوي الذي ما برح ينمو للجمعيات الخيرية في اليمن، لمواجهة تلك الظروف الراهنة.

وفي ضوء نتائج الدراسة الاستطلاعية ولسد الفجوة البحثية في الدراسات المحلية، فإن مشكلة هذا البحث تتمحور في التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بوادي حضرموت، من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات؟

(3) تطوير تساؤلات الدراسة: يتفرع عن التساؤل الرئيس أعلاه التساؤلات الآتية:

- ما مستوى توافر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في أعمال الجمعيات الخيرية في المديريات محل البحث؟
- ما الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في المديريات محل البحث؟
- ما أثر المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع بالصورة الذهنية في الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات؟
- ما أثر المسؤولية الاجتماعية تجاه المستفيدين بالصورة الذهنية في الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت، من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات؟
- ما أثر المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة بالصورة الذهنية في الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت، من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات؟
- هل يسهم الاهتمام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في المديريات محل البحث؟
- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة البحث حول علاقة المسؤولية الاجتماعية بالصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في المديريات محل البحث، تُعزى إلى متغيرات (النوع، المديرية).

ثالثاً: أهمية الدراسة: تتلخص أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

- (1) الإسهام في سد الفجوة البحثية المحلية المتمثلة في عدم معرفة نوع وقوة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية.
- (2) تحديد أثر المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية.
- (3) تقديم إطار علمي لمديري الجمعيات في المديريات محل الدراسة يبين لهم مفهوم وعناصر المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية، ويوضح كيف تعزز جمعياتهم صورتها الذهنية لدى المستفيدين من خلال الاهتمام بتطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية في أعمالها.

4) فتح مجالات أمام الباحثين لمزيد من الدراسة والتحليل للمتغيرات التي تناولتها الدراسة من خلال النتائج والتوصيات التي ستخرج بها.

رابعاً: أهداف الدراسة: بناء على ما تم تناوله في المشكلة وتساؤلاتها فإن البحث يسعى لتحقيق الأهداف الآتية:

- 1) معرفة مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت محل البحث من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات.
- 2) اكتشاف الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بوادي حضرموت محل البحث من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات.
- 3) معرفة درجة توافر أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، والمستفيدين، والبيئة) في الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت.
- 4) معرفة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية في الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت محل البحث من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات.
- 5) اكتشاف أثر المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بوادي حضرموت محل البحث من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات.
- 6) معرفة فروق استجابات عينة البحث حول علاقة المسؤولية الاجتماعية بالصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في المديريات محل البحث، تُعزى إلى متغيرات (النوع، والمديرية).
- 7) تزويد المهتمين بمجموعة من المعارف النظرية والميدانية حول العلاقة التي تربط بين المسؤولية الاجتماعية في الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت محل البحث وبين رسم صورتها الذهنية، وذلك من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات.

خامساً: العلاقة بين المتغيرات وبناء فروض الدراسة:

إذا طبقت الجمعيات الخيرية معايير المسؤولية الاجتماعية في أعمالها، ونفذتها بطريقة مرضية لجميع الأطراف، فستشكل الصورة الذهنية المثلى التي تتمناها لنفسها، ومن ثمّ ستتمو تلك الجمعيات في أذهان المستفيدين منها (12)، فالصورة الذهنية للجمعيات الخيرية تُشكل المسؤولية الاجتماعية أحد أهم أسبابها (15)، وقد أثبتت الدراسات السابقة وجود أثر للمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال في تعزيز بعض المتغيرات غير المادية مثل الرضا الوظيفي (20)، (31)، والالتزام والسمعة المدركة (25)، والهوية التنظيمية (29) وفي ذات السياق أثبتت الدراسات السابقة وجود علاقة ارتباط تأثيرية بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية لمنظمات الأعمال (21؛ 26؛ 25؛ 18، 5).

وبناء على ما سبق يمكن صياغة فروض هذه الدراسة على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسة الأولى: هناك أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية للجمعيات الخيرية بمديريات وادي حضرموت باليمن في الصورة الذهنية لتلك الجمعيات من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات محل البحث.

الفرضية الرئيسة الثانية: هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، المستفيدون، البيئة) على الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بمديريات وادي حضرموت باليمن.

الفرضية الرئيسة الثالثة: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة البحث حول أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في المديريات محل البحث، تُعزى إلى متغيري (النوع، المديرية).

سادساً: الطريقة البحثية:

(1) **منهج الدراسة:** تتبع هذه الدراسة المنهج الاستنباطي في البحث، الذي هو عملية استنتاجية تقوم على المسببات، من خلال الاستناد إلى النظريات والمفاهيم والدراسات السابقة لبناء الإطار النظري للدراسة، وتبرير وشرح العلاقات بين متغيرات وأبعاد الظاهرة، ثم التعميم المنطقي للحقائق.

(2) مجتمع وعينة الدراسة:

(1-2) **مجتمع الدراسة:** تم إجراء هذا البحث في وادي حضرموت، وقد تم تحديد المديريات الأكثر سكاناً في وادي حضرموت وهي مديريات (سيئون، وتريم، وشبام، والقطن)، وبناءً على ذلك فإن مجتمع هذا البحث يتألف من أعضاء اللجان المجتمعية في تلك المديريات، التي تعمل تحت إشراف السلطة المحلية، ويتراوح عدد كل لجنة من (15) إلى (25) عضواً ذكوراً وإناثاً، في كل مديرية، وقد بلغ حجم مجتمع البحث كاملاً (86) فرداً. واختار الباحثون هذا المجتمع لاحتمال توافر صفة الحيادية لديه، فهو غير محسوب على الجمعيات الخيرية حتى يحاييها، ولا هو محسوب على المستفيدين، حتى يححف جهود الجمعيات الخيرية، بل يُفترض في أعضاء اللجان المجتمعية أن يقفوا على مسافة متساوية من الطرفين (الجمعيات والمستفيدين). والجدول رقم (2) الآتي يعكس إحصائية بعدد أعضاء تلك اللجان نوردها على النحو الآتي:

الجدول رقم (2) إحصائية اللجان المجتمعية بمديريات وادي حضرموت محل البحث

م	المديرية	أعضاء اللجنة المجتمعية	النسبة من مجتمع البحث
1	سيئون	25	29 %
2	تريم	23	27 %
3	القطن	21	24 %
4	شبام	17	20 %

الإجمالي	86	100 %
----------	----	-------

المصدر: (بالتواصل المباشر مع مختص الشؤون الاجتماعي والعمل بوادي حضرموت في كل مديرية، 2024)

2-2 عينة الدراسة: نظراً لصغر حجم مجتمع البحث المتمثلة في اللجان المجتمعية بمديريات وادي حضرموت محل البحث، وسهولة حصره والوصول إليه، اعتمدت الحصر الشامل للمجتمع بوصفها عينة للبحث، وتمثلت وحدة المعاينة في أعضاء تلك اللجان.

3 أداة الدراسة: أعدت أداة البحث (الاستبيان) لجمع البيانات الميدانية للدراسة من مصادرها الأولية واعتمدت على الدراسات السابقة في موضوع البحث، فقد تألف الاستبيان من ثلاثة أجزاء: الجزء الأول بيانات شخصية عن المستجوبين، والجزء الثاني يتضمن (18) فقرة، تقيس المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) بأبعادها (المجتمع 7 فقرات)، و (المستفيدون 5 فقرات)، و (البيئة 6 فقرات)، واعتمدت على دراسة (5 ؛ 26)، وأخيراً الجزء الثالث في الاستبيان الذي تضمن (11) فقرة لقياس المتغير التابع (الصورة الذهنية)، واعتمدت على دراسة (22)، وقد تم القياس وفقاً لمقياس ليكرت الرباعي (دائماً/أحياناً/نادراً/لا يحدث)، الذي تتراوح درجاته (من 4 إلى 1) لقياس الوزن لكل عبارة في تلك المقاييس، وذلك تحبباً لتحيز الوسط في المقاييس الفردية.

4 توزيع الاستبيان: وزعت استبانة البحث إلكترونياً، عن طريق إنشاء رابط لها على الإنترنت وإرساله إلى مجتمع البحث كاملاً، عن طريق مسؤول اللجنة المجتمعية في المديريات محل البحث، الذي قام بنشر رابط الاستبانة في وسيلة التواصل الاجتماعي (تطبيق الواتس)، وذلك في مجموعة الواتس التي تضم كل أعضاء اللجنة في كل مديرية، وتم إعطاء مهلة أسبوعين لتعبئة الاستبيان، وبعدها تم إغلاق رابط الاستبيان بعد المدة المحددة، لينتج عن ذلك (59) استبانة تمثل عينة البحث الفعلية، التي شكّلت نسبة (69 %) من حجم المجتمع، وذلك يُعدُّ مقبولاً بحثياً وإحصائياً (33)، وقد كانت الاستبانات جميعها صالحة للتحليل الإحصائي.

5 ثبات أداة الدراسة: يشير الثبات Reliability إلى مدى الموثوقية في المقياس لتحقيق نفس النتائج عند إعادة استخدامه مرة أخرى، بعد مدة من الزمن، لنفس المستقصى منهم، وفي ظروف الاختبار الأول نفسها؛ ويمكن تقييم ذلك بطرق عدة، أهمها طريقة الاتساق الداخلي التي تركز على تجانس العناصر داخل المقياس الواحد، ويتم معرفة ذلك من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach alpha Coefficient وهو الأسلوب الأكثر شيوعاً لهذا الغرض، الذي يجب أن لا يقل معامل ألفا كرونباخ عن (0.70)، حتى يكون المقياس مقبولاً من حيث الاتساق والتجانس الداخلي بين عناصره، ومن ثمّ ثبات وموثوقية نتائجه (33)، والجدول الآتي: (3) يعكس نتيجة اختبار الثبات لأداة الدراسة.

جدول (3) ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة

م	الأبعاد	الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	النتيجة
المستقل	المجتمع	7	0.788	عالي
	المستفيدين	5	0.795	عالي
	البيئة	6	0.912	عالي جداً
المتغير المستقل كاملاً		18	0.913	عالي جداً
المتغير التابع كاملاً		11	0.874	عالي
الاستبيان كاملاً		29	0.940	عالي جداً

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

من الجدول (3) يتضح أن محاور أداة البحث (الاستبيان) متقاربة الثبات، وجميعها تتمتع بثبات عالٍ، سواءً لكل بعد بشكلٍ مستقل، أو لكل متغير، أو للاستبيان كاملاً؛ إذ إن الثبات المقبول ينبغي أن لا يقل عن 0.60% (33)، فالثبات الكلي للمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) بلغ (0.913)، وفي حين بلغ بالنسبة للمتغير التابع (الصورة الذهنية) (0.874)، وكذلك وصل معامل الثبات للاستبيان كاملاً (0.940)، وكل تلك المعاملات عالية التقدير، وتنطبق عليها المعايير المقبولة إحصائياً، ومن ثمّ يمكن الاعتماد على هذه الأداة (الاستبيان) في قياس متغيرات البحث، وتحقيق أهدافه.

سابعاً: تحليل البيانات والنتائج:

(1) خصائص عينة الدراسة: في الآتي: بيان بتوزيع مفردات العينة، وفقاً والنوع والمديرية.

جدول (4): توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً والنوع

الترتيب	النسبة المئوية	العدد	النوع (الجنس)
1	78 %	46	ذكور
2	22 %	13	إناث
	100 %	59	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

من خلال البيانات الواردة في الجدول (4) يتبيّن أن الذكور هم أكثر المستجوبين تكراراً وتوافراً بالعينة، وبنسبة وصلت إلى (78%) من حجم العينة، في حين كانت نسبة الإناث (22%) من حجم العينة، وهذه النسب واقعية؛ إذ إن نسبة الذكور في تلك اللجان المجتمعية محل البحث أكثر من نسبة العاملات، ومن ثمّ فالعينة هنا بالنسبة للنوع ممثلة لمجتمع البحث، ويعكس ذلك ضعف مستوى تمكين المرأة في اللجان المجتمعية، بسبب غلبة نسبة الذكور في المجتمع الحضرمي.

جدول (3): توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً والمديرية

الترتيب	النسبة المئوية	العدد	المديرية
1	32.2 %	19	سيئون
2	27.1 %	16	تريم
3	23.7 %	14	القطن
4	17 %	10	شبانم
	100 %	59	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

من خلال البيانات الواردة في الجدول (رقم) يتبين أن هناك تفاوت نسب المستجوبين من حيث المديرية محل البحث؛ إذ جاءت أعلى نسبة لمديرية سيئون بلغت (32.2%) من حجم العينة، ثم تلت نسب باقي المديرية على التوالي (تريم، والقطن، وشبانم)، وقد جاء ذلك منسجماً مع أعضاء كل لجنة كما هو وارد في الجدول رقم (3)، فاللجنة المجتمعية لمديرية سيئون عدد أعضائها الأكثر بين باقي لجان المديرية الأخرى محل البحث، ثم باقي المديرية على الترتيب أعلاه، ومن ثم فحجم العينة هنا بالنسبة للمديرية تمثل مجتمع البحث.

(2) التحليل الوصفي للبيانات: قام الباحثون بإجراء تحليل وصفي لمتغيرات الدراسة، لمعرفة آراء عينة الدراسة حول أبعاد ومتغيرات الدراسة، وذلك من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ويوضح ذلك الجدول رقم (5).

جدول (5): نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
0.536	2.71	المجتمع
0.588	2.95	المستفيدين
0.727	2.28	البيئة
0.527	2.65	المسؤولية الاجتماعية
0.561	2.63	الصورة الذهنية

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

ويتضح من الجدول رقم (5) ما يأتي:

1- بالنسبة للمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية للجمعيات الخيرية محل البحث) جاء في الترتيب الأول بعد المستفيدين، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.95) وهو تقدير متوسط الموافقة وفقاً والمقياس المرجح على درجات مقياس ليكرت الرباعي، وهو يشير إلى درجة توافر متوسطة، وذلك يعني أن أنشطة الجمعيات الخيرية محل البحث تعكس اهتماماً متوسطاً بالمستفيدين، فجودة الخدمات المقدمة لهم، والحرص على إقامة علاقات طيبة معهم، والالتزام بالوعود المبرمة لهم، وحماية معلوماتهم، جاء بتقدير متوسط من وجهة نظر عينة البحث، ويرجع

الباحثون ذلك إلى قلة الجمعيات الخيرية في المديرية محل البحث، وشحة الموارد مع كثرة المستفيدين، وقد بلغ الانحراف المعياري لبعد المستفيدين (0.588) وهو يشير إلى أن تشتت الآراء حول فقرات هذا البعد متوسطاً وليس عالياً، فهناك درجة متوسطة من تجانس فقرات هذا البعد حول الوسط الحسابي له.

2- في حين جاء بعد المجتمع في متغير المسؤولية الاجتماعية بمتوسط أقل قيمة من متوسط بعد المستفيدين، إلا أنه في نفس المستوى جاء بتقدير متوسط الموافقة، وفقاً والمقياس المرجح على درجات مقياس ليكرت الرباعي، وهو يشير إلى درجة توافر متوسطة، وذلك يعني أن أنشطة الجمعيات الخيرية محل البحث تعكس اهتماماً متوسطاً بالمجتمع، فتوفير عمل عادلة لأفراد المجتمع، والإسهام في مشاريع البنية التحتية للمجتمع، والقيام بنزولات ميدانية مستمرة لتحديد احتياجات المجتمع، كل ذلك جاء بتقدير متوسط من وجهة نظر عينة البحث، ويرجع الباحثون ذلك إلى أن الجمعيات تصب اهتمامها بالمستفيدين أولاً لتحسين ظروف معيشتهم الأساسية في ظل غلاء الأسعار الفاحش، الذي تشهده المنطقة هذا من زاوية، ومن زاوية أخرى أن إمكانيات الجمعيات محل البحث لا تمكنها من القيام بكل ذلك، وقد بلغ الانحراف المعياري لبعد المستفيدين (0.536) وهو يشير إلى أن تشتت الآراء حول فقرات هذا البعد متوسطاً وليس عالياً، فهناك درجة متوسطة من تجانس فقرات هذا البعد حول الوسط الحسابي له.

3- في حين جاء بعد البيئة في متغير المسؤولية الاجتماعية بتقدير منخفض الموافقة، وذلك يشير إلى أن درجة التوافر منخفضة، وفقاً والمقياس المرجح على درجات مقياس ليكرت الرباعي، وذلك يعني أن أنشطة الجمعيات الخيرية محل البحث تعكس اهتماماً منخفضاً بالبيئة، فحماية البيئة وتحسينها والحد من تلوثها، لا تهتم بتحقيقه تلك الجمعيات في أنشطتها إلا بدرجة منخفضة من وجهة نظر عينة البحث، وذلك لما ورد ذكره من أسباب أعلاه في بعدي المستفيدين والمجتمع، فالظروف الراهنة تفرض على الجمعيات تركيز اهتمامها على المستفيدين أولاً، وعلى البيئة وحمايتها ثانياً.

4- وبشكل عام نجد أن المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) كاملاً تم تقييمه بدرجة موافقة متوسطة (2.65)، وهذا يشير إلى درجة توافر متوسطة بمعنى أن أنشطة الجمعيات الخيرية محل البحث تتوفر فيها أبعاد ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية بدرجة متوسطة من وجهة نظر عينة البحث. في حين كان الانحراف المعياري للمتغير المستقل متوسط، بلغ (0.527)، مما يدل على انخفاض تشتت الآراء بخصوص فقرات المتغير، ومن ثمّ تجانسها حول وسطها الحسابي.

5- وكذلك المتغير التابع (الصورة الذهنية) عن الجمعيات الخيرية في المديرية محل البحث، تم تقييمه بدرجة توفر متوسطة الإيجابية، فالثقة في الجمعيات الخيرية والاطمئنان إلى شفافيتها ونزاهتها وعدالتها وسهولة التواصل معها، تم تقييمه بمستوى تقدير متوسط يعكس صورة متوسطة الإيجابية عن هذه الجمعيات، وذلك يعكس اهتمامها بتكوين صورة ذهنية إيجابية، عنها وفقاً لآراء عينة البحث؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي العام للمتغير التابع (2.63)، وفقاً والمقياس المرجح على درجات مقياس ليكرت الرباعي، في حين كان الانحراف المعياري للمتغير التابع متوسط؛ إذ بلغ (0.561)، مما يدل على انخفاض تشتت الآراء بخصوص فقرات هذا المتغير، ومن ثمّ تجانسها حول وسطها الحسابي.

(3) اختبار فروض البحث:

(1-3) تحليل تأثير المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية:

تم حساب تأثير المتغير المستقل (كاملاً) في المتغير التابع، انطلاقاً من الفرض الرئيس الثاني للدراسة، الذي ينص على أن "هناك أثراً ذا دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية للجمعيات الخيرية بمديريات وادي حضرموت باليمن على الصورة الذهنية لتلك الجمعيات، من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات محل البحث"، ومن أجل قبول هذه الفرضية أو نفيها يتطلب الأمر معرفة العلاقة التأثيرية بين المتغير التابع (الصورة الذهنية) والمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية)، ولمعرفة ذلك استخدمت نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما هي في الجدول رقم (6)

الجدول (7) نتائج اختبار الانحدار لقياس أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط	معامل التحديد	F-Value	دلالة F	الانحدار الخطي البسيط		
						المعامل	الدلالة	النتيجة القرار
المسؤولية الاجتماعية	الصورة الذهنية	0.779	0.607	88.20	0.000	0.831	0.000	تأثير إيجابي قبول الفرض

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

كما هو ملاحظ من الجدول (7)، اعتبرت المسؤولية الاجتماعية بوصفها متغيراً تفسيرياً، يُفسر التغير الحاصل في الصورة الذهنية.

وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة ارتباط عالية بين متغيري نموذج الانحدار؛ إذ بلغ معامل بيرسون للارتباط (0.779)، وقد أثبتت قيمة (F) البالغة (88.20) أن نموذج الانحدار معنوي بين المتغيرين، بدلالة (0.000) وهي أصغر من مستوى المعنوية (0.01)، ومن ثمّ وجود تأثير معنوي للمتغير المستقل في المتغير التابع، وبالنظر إلى معامل التحديد البالغ (0.607)، فإن ذلك يعني أن المتغير المستقل يُفسّر ما قيمته 61 % (تقريباً) من التغير الحاصل في المتغير التابع، ف 61 % من التغير الحاصل في المتغير التابع (الصورة الذهنية) يعود إلى المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية)، والباقي يعود إلى عوامل أخرى.

وقد أظهرت النتائج أيضاً أن معامل الانحدار بلغ (0.831)، بدلالة معنوية (0.000) أصغر من مستوى المعنوية (0.01) ومن ثمّ فإن معامل الانحدار معنوي، ويعني ذلك أنه كلما تحسّنت تطبيق المسؤولية الاجتماعية في أنشطة الجمعيات الخيرية محل البحث بدرجة موافقة واحدة (وفقاً والمتوسطات المرجحة لمقياس ليكرت المعتمد في هذا البحث) كلما ساعد ذلك في تحسين صورتها الذهنية لدى الناس بمقدار (0.831)، وذلك من وجهة نظر عينة البحث، وتلك النتيجة تتفق مع دراسة كل من (18، 21، 25، 26)، فأنشطة الجمعيات الخيرية محل البحث التي تعكس اهتماماً بمفاهيم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية بشكل عام، تسهم في تكوين انطباع إيجابي عنها لدى الآخرين، لأنها تلامس ما يحتاجونه أو يتوقعونه.

وبناءً عليه فإننا نقبل الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على أن: "هناك أثراً ذا دلالة إحصائية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للجمعيات الخيرية بمديريات وادي حضرموت باليمن على الصورة الذهنية، لتلك الجمعيات من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات محل البحث"؛ إذ أثبتت النتائج وجود أثر.

2-3 تحليل تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية:

تم حساب تأثير أبعاد المتغير المستقل في المتغير التابع، انطلاقاً من الفرض الرئيس الثالث للدراسة، الذي ينص على أن "هناك أثراً ذا دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، المستفيدين، البيئة) على الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بمديريات وادي حضرموت باليمن، من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات محل البحث"، ومن أجل قبول هذه الفرضية أو نفيها يتطلب الأمر معرفة العلاقة التأثيرية بين المتغير التابع (الصورة الذهنية) وأبعاد المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية)، ولمعرفة ذلك استخدمت نموذج اختبار الانحدار المتعدد، وكانت النتائج كما هي في الجدول رقم (8)

الجدول (8) نتائج اختبار الانحدار لقياس أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية

أبعاد المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط	معامل التحديد	F-Value	دلالة F	الانحدار الخطي البسيط		
						المعامل	الدلالة	النتيجة القرار
المجتمع	الصورة الذهنية	0.813	0.662	35.86	0.000	0.355	0.002	قبول الفرض
المستفيدون						0.487	0.000	قبول الفرض
البيئة						0.058	0.473	رفض الفرض

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

كما هو ملاحظ من الجدول (8)، أَعَدَّتْ أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، والمستفيدين، والبيئة) متغيرات تفسيرية، تفسر التغير الحاصل في الصورة الذهنية.

وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة ارتباط عالية بين أبعاد نموذج الانحدار؛ إذ بلغ معامل بيرسون للارتباط (0.813)، وقد أثبتت قيمة (F) البالغة (35.86) أن نموذج الانحدار معنوي بين المتغيرين، بدلالة (0.000)، وهي أصغر من مستوى المعنوية (0.01)، ومن ثمَّ وجود تأثير معنوي للمتغير المستقل في المتغير التابع، وبالنظر إلى معامل التحديد البالغ (0.662)، فإن ذلك يعني أن أبعاد المتغير المستقل تُفسّر ما قيمته 66% من التغير الحاصل في المتغير التابع، ف 66% من التغير الحاصل في (الصورة الذهنية) يعود إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، المستفيدون، البيئة)، والباقي يعود إلى عوامل أخرى.

وقد أظهرت النتائج أيضاً معاملات الانحدار للأبعاد الثلاثة كما هي واضحة في الجدول (8) أعلاه، وبالنظر إلى مستوى الدلالة لكل معامل منها فإنه يتضح أن بعدي (المجتمع، والمستفيدين) معاملات تأثيرها ذات دلالة إحصائية؛ إذ بلغت معاملات انحدارهم (0.355) و (0.487) على التوالي، وبدلالة معنوية (0.002) و (0.000)، فهي أصغر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05)، ومن ثمّ كلما ارتفع اهتمام الجمعيات في المديریات محل البحث بالمجتمع، -من وجهة نظر عينة البحث- كلما تحسّنت صورتها الذهنية بمقدار (0.355)، وأيضاً كلما ارتفع اهتمامها بالمستفيدين -من وجهة نظر عينة البحث- كلما تحسّنت صورتها الذهنية بمقدار (0.487).

وقد أظهرت النتائج أن معامل تأثير بعد (البيئة) في الصورة الذهنية ليس له دلالة إحصائية؛ إذ كانت دلالة الإحصائية أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، ومن ثمّ فتأثيره غير دال إحصائياً، مما يدل على أن الصورة الذهنية عن الجمعيات محل البحث لدى عينة البحث أهما غير مهتمة بالمحافظة على البيئة، وذلك ما لا يتفق مع دراسة (26)، في حين يتفق مع دراسة (5)، ويعزو الباحثون ذلك إلى أن الجمعيات في المديریات محل البحث لديها اهتمامات أكثر إلحاحاً واحتياجاً في مجتمعاتها (مثل المأوى والمأكل والصحة والتعليم) ترى أنها أكثر أهمية من الاهتمام بالبيئة.

وبناءً على ما سبق فإننا نقبل الفرضية الرئيسة الثالثة جزئياً، التي تنص على أن: "هناك أثراً ذا دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، المستفيدين، البيئة) على الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بمديریات وادي حضرموت باليمن؛" إذ أثبتت النتائج وجود أثر لبعدي (المجتمع والمستفيدين) في تحسين الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية بالمديریات محل البحث.

3-3 الفروق المعنوية بين آراء العينة وفقاً للنوع والمديرية:

قام الباحثون بتحليل الفروق المعنوية بين آراء عينة البحث حول متغيري البحث، انطلاقاً من الفرض الرئيس الرابع وتفريعاته، الذي ينص على أن: "هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة البحث حول أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية في المديریات محل البحث، تُعزى إلى متغيرات (النوع، المديرية)، ولمعرفة إن كانت هناك فروقاً في متوسطات استجابات عينة البحث، تم إجراء اختبارات الفروق بين المتوسطات، فكانت النتيجة على النحو الآتي:

- اختبار (T) لمعرفة فروق الاستجابة حول أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية بين الذكور والإناث

جدول (9) نتائج اختبار (T) لمعرفة الفروق بين آراء عينة الدراسة وفقاً والنوع

النوع	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى المعنوية	الدلالة	النتيجة	القرار
ذكر	46	2.67	0.469	0.887	0.072	غير دال إحصائياً	لا توجد فروق	رفض الفرض
أنثى	13	2.53	0.657					

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

يتضح من بيانات الجدول (9) أعلاه أنَّ متوسطي استجابات الذكور والإناث على أداة البحث متقاربون جداً؛ إذ كان (2.67) للذكور، في حين بلغ (2.53) للإناث، وكذلك انحرافهما المعياري متقارب حيث كان (0.469) للذكور، في حين بلغ (0.657) للإناث، كما جاءت نتيجة اختبار (ت) لمعرفة الفرق بين المتوسطين (0.887) بمستوى معنوية (0.072) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.050)، ومن ثمَّ فالفرق بين المتوسطين غير جوهري وغير دالة إحصائياً، وبناءً عليه نرفض الفرضية الفرعية الأولى؛ إذ لا توجد فروق جوهريّة ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابة الذكور والإناث.

● اختبار (الأنوفا) (ON WAY ANOVA) لمعرفة فروق الاستجابة حول أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية بين المديريات

جدول (10) نتائج اختبار (ANOVA) لمعرفة الفروق بين آراء عينة الدراسة وفقاً والمديريات

المديرية	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى المعنوية	الدلالة	النتيجة	القرار
سيئون	19	2.71	0.461	0.720	0.545	غير دال إحصائياً	لا توجد فروق	رفض الفرض
تريم	16	2.59	0.507					
القطن	14	2.73	0.599					
شباب	10	2.46	0.511					

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

يتضح من بيانات الجدول (10) أعلاه أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أعضاء اللجان المجتمعية بمديريات وادي حضرموت محل البحث على أداة البحث، كانت متوسطات متقاربة جداً من بعضها، وكذلك الانحرافات المعيارية لها كانت متقاربة من بعضها أيضاً، كما جاءت نتيجة اختبار الأنوفا لمعرفة الفروق بين المتوسطات الأربعة (0.720) بمستوى معنوية (0.545) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.050)، ومن ثمَّ فالفرق بين المتوسطات غير جوهري وغير دالة إحصائياً، وبناءً عليه نرفض الفرضية الفرعية الثانية؛ إذ لا توجد فروق جوهريّة ذات دلالة إحصائية بين استجابات أعضاء اللجان المجتمعية في مديريات (سيئون، وتريم، والقطن، وشباب) حول أداة البحث.

ويعزو الباحثون عدم وجود فروق لاستجابات عينة البحث تُعزى إلى النوع أو المديرية إلى أن نشاط الجمعيات متجانس في كل المديريات، كما أن ظروف كل المجتمعات في المديريات محل البحث متشابهة ومتقاربة، علاوةً على أن تلك الجمعيات لا تفرق بين المستفيدين وفقاً والنوع.

ثامناً: سرد النتائج تبين بعد تحليل بيانات هذا البحث النتائج الآتي:

1. أن مستوى اهتمام الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت بأبعاد المسؤولية الاجتماعية في نشاطاتها مستوى متوسط من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات محل البحث.

2. أن مستوى اهتمام الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت بالبيئة في نشاطاتها، مستوى منخفض من وجهة نظر عينة البحث.
3. أن الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت تسعى سعيًا متوسطًا إلى بناء علاقات إيجابية مع مختلف مؤسسات المجتمع.
4. أن الجمعيات الخيرية في وادي حضرموت تقوم ببعض النزولات الميدانية لتفهم حاجات المجتمع.
5. أن دعم هذه الجمعيات لنشاطات العلم والمعرفة في مجتمعاتها، كان دعمًا متوسطًا من وجهة نظر عينة البحث.
6. أن تلك الجمعيات الخيرية لا تعمل على توفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع، ولا تعمل على توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة، إلا بدرجة منخفضة من وجهة نظر اللجان المجتمعية بالمديريات محل البحث.
7. أن إسهام تلك الجمعيات في إنجاز مشاريع أساسية للمجتمع (بنية تحتية)، كان إسهامًا منخفضًا.
8. أن مستوى حماية المعلومات عن المستفيدين لدى الجمعيات الخيرية متوسط.
9. أن مستوى التزام الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت بتنفيذ الوعود التي ترميها مع المستفيدين متوسط.
10. أن تلك الجمعيات الخيرية لا تسهم في المحافظة على نظافة البيئة إلا بدرجة منخفضة.
11. أن الصورة الذهنية عن الجمعيات بوادي حضرموت، كانت صورة متوسطة الإيجابية.
12. أن عنصر السهولة في الإجراءات الإدارية لدى الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت، متوافر بدرجة متوسطة.
13. أن الثقة والاطمئنان إلى معاملات الجمعيات الخيرية في وادي حضرموت كان متوسط المستوى، وذلك من وجهة نظر أعضاء اللجان المجتمعية في المديريات محل البحث.
14. وجود ارتباط إيجابي ذو دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، والمستفيدين، والبيئة) والمتغير التابع (الصورة الذهنية) للجمعيات الخيرية بوادي حضرموت.
15. وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) للمسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية عن الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت، وقد كان تأثيراً أعلى من المتوسط بلغ نسبة 61 %
16. وجود أثر لبعدي المسؤولية الاجتماعية (المجتمع، المستفيدون) في الصورة الذهنية عن الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت.
17. عدم وجود فروق دالة إحصائية في استجابة عينة البحث حول أثر المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية عن الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت تُعزى إلى مواصفات (النوع، والمديرية) لعينة البحث.

تاسعاً: الاستنتاجات:

من خلال نتائج البحث توصل الباحثون إلى الاستنتاجات الآتية، في واقع الجمعيات الخيرية بوادي حضرموت:

1. ضعف الوعي بأبعاد ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية.
2. ضعف الاهتمام بالجانب البيئي.
3. بعض مبادرات تلك الجمعيات لا تنبع من مصدر احتياج حقيقي للمجتمع، وذلك لغياب النزولات الميدانية

الفعالية.

4. أن معظم مبادرات تلك الجمعيات مبادرات إغاثية.
 5. غياب الشفافة والعدالة في نشاطات تلك الجمعيات، لغلبة معايير انتماءات معينة على عملها.
 6. ضعف توظيف التكنولوجيا في أعمال تلك الجمعيات.
 7. ضعف عنصر المتابعة والتقييم الإداري لنشاطات ومبادرات تلك الجمعيات.
 8. ينعكس اهتمام الجمعيات بالمسؤولية الاجتماعية بشكل كبير على تحسين صورتها الذهنية لدى المجتمع.
 9. وضع الجمعيات الخيرية في كل المديرية محل البحث بنفس المستوى سواءً من حيث المسؤولية الاجتماعية أو صورتها الذهنية.
 - 10- ضعف توجيه الجهات المختصة في الدولة لنشاطات الجمعيات الخيرية بالوادي.
- عاشراً: التوصيات:

- بناءً على نتائج واستنتاجات هذا البحث يوصي الباحثون إدارات الجمعيات الخيرية العاملة بوادي حضرموت بالآتي:
1. رفع الوعي لديهم بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، عن طريق الدورات المتخصصة في ذلك، حتى تحصل جمعياتهم على شهادة الرخصة الدولية للمسؤولية الاجتماعية.
 2. إنشاء إدارة مختصة بالعلاقات العامة لخلق علاقات أكثر مع مختلف مؤسسات المجتمع، للتكامل والتشبيك معها.
 3. إنشاء إدارة مختصة لدراسة مشاريع التنمية التخصصية والمهنية التي يحتاجها المجتمع.
 4. إنشاء إدارة مختصة بأمن وسلامة المعلومات، وتطوير الجانب التكنولوجي للجمعية.
 5. العمل على تطوير قاعدة بيانات الجمعية، لتشمل كل المناطق المستهدفة، وفئات المجتمع جميعاً.
 6. تنويع نشاطات الجمعية، وعدم الاقتصار على أنشطة الإغاثة فقط، بل الانتقال إلى أنشطة التنمية المستدامة، من خلال دعم وتعزيز العلم والمعرفة في المجتمع.
 7. عدم تنفيذ أي مبادرات أو نشاطات إلا بناءً على نتائج نزولات ميدانية حقيقية، لتحديد الاحتياجات أو التحقق منها.
 8. اعتماد النزول الميداني لتحديد الاحتياجات في المجتمع أو التحقق منها بوصفها خطوة أساسية سابقة لأي نشاط أو مبادرة.
 9. الإسهام مع الجهات المختصة في القطاعين العام والخاص في تنفيذ مشاريع بنية تحتية أساسية مثل، الماء والكهرباء والإسكان وغيرها.
 10. العمل على تأهيل أفراد المجتمع علمياً ومهنياً، بناءً على معايير منطقية يحتاجها المجتمع.
 11. توفير فرص عمل لأفراد المجتمع وفقاً لمعايير عادلة.
 12. الإسهام بنشاطات تعزز من سلامة البيئة ونظافتها والحد من تلوثها.
 13. توظيف أكثر للتكنولوجيا من أجل حماية معلومات الجمعية، ولتسهيل أعمالها والإجراءات الإدارية فيها.
 14. العمل على تزيين الوعود التي تترجمها الجمعية للمستفيدين، ومتابعتها.

كما يوصي الباحثون مكتب وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل بوادي حضرموت، بما يلي:

1. ألا يقتصر أثرهم على الرقابة ومنح التراخيص فقط.
2. العمل على توجيه نشاطات الجمعيات الخيرية بالوادي نحو مبادرات أكثر استدامة، تلبي حاجات جوهرية لدى المجتمع، وذلك من خلال تزويدهم بمقترحات حول ذلك، وتشجيعهم عليه.
3. عقد لقاءات دورية لمناقشة تقارير أنشطة الجمعيات ودورها في التنمية في وادي حضرموت.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

- 1) ألبرت، أماني، (2018): اتجاهات حديثة في دراسات الصورة الذهنية، الطبعة الأولى، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، مصر.
- 2) الجبوري، ميسر إبراهيم، (2014): المسؤولية الاجتماعية والالتزام بالجودة وانعكاساتها على القيم المنظمة، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.
- 3) الطائي، محمد عبد حسين (2016): المسؤولية الاجتماعية للشركات وأخلاقيات الأعمال، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 4) الغالي، طاهر محسن؛ والعامري، صالح مهدي (2020): المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، الطبعة التاسعة، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 5) المالح، دينا؛ عمار، نيمان، (2017): أثر المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية والولاء لدى عملاء بنك البركة في سورية، رسالة ماجستير غير منشورة.
- 6) صايل، حردان هادي، (2019): الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 7) عجوة، علي، (2014): العلاقات العامة والصورة الذهنية، الطبعة الثانية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 8) فلاق، محمد، (2021): المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 9) محمد، ثائر سعدون، (2022): إدارة الجمعيات الخيرية، الطبعة الأولى، دار الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 10) منصور، إيمان أحمد، (2020): الوجيز في الإدارة الناجحة، الطبعة الثانية، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- 11) التكنية، الطيب الأمين حامد، (2018): صناعة الصورة الذهنية وانعكاساتها على أنشطة المؤسسات الخيرية: الندوة العالمية للشباب الإسلامي نموذجاً، مجلة دراسات إعلامية، العدد (3)، كلية الإعلام، جامعة إفريقيا العالمية، السودان.
- 12) الجوهي، صقر مُجد عمر صالح، (2018): أثر المؤسسات التنموية والخيرية على التنمية الاقتصادية في اليمن: دراسة تطبيقية على محافظة حضرموت 2010-2016م، مجلة أبحاث البيئة والتنمية المستدامة، العدد (2)، المجلد (5)، الرابطة العربية للعلوم البيئية وجامعة الناصر، اليمن.
- 13) الرمحى، إيهاب مُجد عبد الله، (2020): المسؤولية الاجتماعية وأثرها على رضا المرضى: دراسة تطبيقية على المستفيدين من خدمات مستشفى الزرقاء الحكومي في الأردن، دراسة ماجستير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الزرقاء، الأردن.
- 14) السعدي، سيف بن ناصر بن سيف (2018): المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص ودورها في دعم الجمعيات الأهلية بسلطنة عمان: دراسة ميدانية لمؤسسات القطاع الخاص والجمعيات الأهلية الخيرية في محافظة مسقط، دراسة ماجستير منشورة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، مسقط، عمان.
- 15) السيد، عبد الله سعيد، (2021): العلاقة بين برامج المسؤولية الاجتماعية وبناء الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المصرية: دراسة ميدانية على الجمعيات الخيرية والأهلية المصرية في محافظة الإسكندرية، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، مصر.
- 16) الشول، ميس سمير حسن، (2019): الجمعيات الخيرية في محافظة الطفيلة: دراسة تقييمية، دراسة ماجستير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن.
- 17) مكتب وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل بوادي وصحراء حضرموت، (2019): واقع منظمات المجتمع المدني وتحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين فيها، بمحافظة حضرموت (الوادي والصحراء)، الطبعة العاشرة، سيئون، حضرموت، اليمن.
- 18) الطيب، المأمون السر كرار، (2020): دور المؤسسات والجمعيات الخيرية في المسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية مطبقة على العاملين في المؤسسات والجمعيات الخيرية بمدينة الرياض، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، العدد (2)، المجلد (5)، مركز النشر العلمي والتأليف والترجمة، جامعة الحدود الشمالية، المملكة العربية السعودية.
- 19) العدوي، جمال سليمان، (2023): دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات المانحة، دراسة ميدانية على عينة من المتعاملين الجمعيات الخيرية بمدينة الدمام، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود، الدمام، المملكة العربية السعودية.
- 20) الكسادي، بدر صالح، (2023): دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الرضا الوظيفي للعاملين: دراسة ميدانية على البنوك التجارية اليمنية، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة والاقتصاد، جامعة صنعاء، اليمن.

- (21) المخلافي، عبد العزيز مُجَّد، (2022): المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالصورة الذهنية: دراسة ميدانية في شركات الهاتف النقال بالجمهورية اليمنية، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (56)، جامعة الأندلس للعلوم والتقنية، اليمن.
- (22) بن الشيخ، هاجر، (2017): أثر الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس من وجهة نظر طلبة كلية العلوم الاقتصادية جامعة قاصدي مرباح ورقلة، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، الجزائر.
- (23) بن حمي، فاطمة؛ قومي، صفية، (2021): دور أخلاقيات الأعمال في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، دراسة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر.
- (24) سلوار، أبو القاسم يوسف، (2021): دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية لمنظمات الأعمال الخدمية: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات بولاية شمال كردفان، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، العدد(3)، المجلد (1)، مركز ابن العربي للثقافة والنشر، فلسطين.
- (25) عوض، مُجَّد علي صالح، (2020): أبعاد المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها في الصورة الذهنية والسمعة المدركة لدى طلاب الجامعات الأهلية في الجمهورية اليمنية: دراسة تحليلية لآراء عينة من طلاب الجامعات الأهلية في أمانة العاصمة، دراسة ماجستير منشورة، كلية العلوم الإدارية، جامعة ذمار، اليمن.
- (26) مديني، عثمان، (2022): إثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية دراسة حالة مصرف السلام الفرع الجهوي بورقلة، دراسة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مُجَّد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر.
- (27) معتوق، طارق أبو شغفة، (2020): أثر أخلاقيات العمل على الصورة الذهنية للمنظمة: دراسة ميدانية على الإدارة العامة لمصرف الصحاري - طرابلس، مجلة آفاق اقتصادية، العدد (11)، كلية الاقتصاد والتجارة، جامعة المرقب، ليبيا.
- (28) منيش، عبد الرزاق، (2018): المسؤولية الاجتماعية وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة لدى العاملين والزبائن: مؤسسة كوندور نموذجاً، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد (26)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مُجَّد خيضر بسكرة، الجزائر.
- (29) كاهي، فطيمة، (2021): دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في تحسين الصورة الذهنية: دراسة ميدانية لعينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس، مجلة مجاميع المعرفة، العدد (1)، المجلد (7)، المركز الجامعي، الجزائر.
- المراجع باللغة الإنجليزية

- 30) Choi, J., Park, Y., & Sohn, Y. W. (2021). Corporate social responsibility and job seekers' application intention: a mediated moderation model of calling and value congruence. *Career Development International*, 26(1), 65-82.
- 31) Fatima, T., & Elbanna, S. (2023). Corporate social responsibility (CSR) implementation: A review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 183(1), 105-121.
- 32) Nejadi, M., & Shafaei, A. (2023). Why do employees respond differently to corporate social responsibility? A study of substantive and symbolic corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- 33) Quezado, T. C. C., Cavalcante, W. Q. F., Fortes, N., & Ramos, R. F. (2022). Corporate Social Responsibility and Marketing: A Bibliometric and Visualization Analysis of the Literature between the Years 1994 and 2020. *Sustainability*, 14(3)
- 34) Saunders, M. N., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students* (5th Edition). London, United Kingdom: Pearson Education.
- 35) Vuong, T. K., & Bui, H. M. (2023). The role of corporate social responsibility activities in employees' perception of brand reputation and brand equity. *Case Studies in Chemical and Environmental Engineering*, 7, 100313.
- 36) Weiwei, T. (2007). " Impact of Corporate Image and Corporate Reputation on Customer Loyalty: A review. *Management Science and Engineering*, Vol. 1, No.2, pp. 57-62.