



The Effect of Social Responsibility on the Reputation of the Organization
An Analytical Study of a Sample of International Private Schools in Baghdad*

Saadoon Mohsin Salman⁽¹⁾, Abd Alrahman Mohammad⁽²⁾

University of Baghdad – College of Administration and Economics^{(1),(2)}

(1) saadoon@coadec.uobaghdad.edu.iq (2) smsmomar49@yahoo.com

Key words:

Social Responsibility – Organizational Reputation Ministry of Education – International Private Schools.

ARTICLE INFO

Article history:

Received | 09 Nov. 2025

Accepted | 23 Nov. 2025

Available online | 01 Jun. 2026

© 2026 THE AUTHOR(S). THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE DISTRIBUTED UNDER THE TERMS OF THE CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION LICENSE (CC BY 4.0).

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



*Corresponding author:

Saadoon Mohsin Salman

Abstract:

The study aims to examine the impact of social responsibility on organizational reputation within the education sector. The research was conducted on a group of international private schools in Baghdad, comprising four such institutions. The topic was selected in light of the high level of competition characterizing the international private education sector, which necessitates identifying the fundamental dimensions that support organizational reputation and strengthen competitive positioning. The research problem emerged from the central question regarding the extent to which social responsibility influences organizational reputation. The study adopts a business management model based on two variables: the independent variable—social responsibility, and the dependent variable—organizational reputation. The significance of the study lies in its ability to draw the attention of decision-makers in the examined schools to the importance of integrating social responsibility into the provision of educational services as a means of enhancing organizational reputation. Aligned with the study's research questions, hypotheses were formulated to test both the correlation and the effect between social responsibility and organizational reputation in the selected international private schools. A questionnaire served as the primary instrument for data collection and analysis from the targeted respondents. A pilot study was conducted on a randomly selected sample of 100 individuals to verify the validity of the model and the suitability of the measurement tool for the education sector. Multiple statistical methods were employed in the analysis, including the arithmetic mean, standard deviation, coefficient of variation, Pearson correlation coefficient, and simple and multiple linear regression. Data analysis was performed using the SPSS statistical software (V.27). Among the key findings is that adherence to social responsibility enhances stakeholders' trust and strengthens the school's relationship with both the educational and broader community environments. The results also confirmed that adopting social responsibility activities contributes to safeguarding the school's reputation during times of crisis. The study concludes with several recommendations, most notably the adoption of a periodic system for evaluating social performance to measure the extent of social responsibility implementation and its impact on reputation, as well as the need to raise awareness among teaching and administrative staff regarding the importance of social responsibility and its role in improving the school's reputation and elevating its standing.

*The research is extracted from a master's thesis of the second researcher.

تأثير المسؤولية الاجتماعية في سمعة المنظمة

بحث تحليلي لعينة من المدارس الاهلية الدولية في بغداد*

عبدالرحمن محمد عباس

جامعة بغداد - كلية الإدارة والاقتصاد

smsmomar49@yahoo.com

ا.م.د. سعدون محسن سلمان

جامعة بغداد - كلية الإدارة والاقتصاد

saadoon@coadec.uobaghdad.edu.iq

المستخلص

تهدف الدراسة لبيان تأثير المسؤولية الاجتماعية في سمعة المنظمة في قطاع التعليم، وقد أجريت الدراسة على مجموعة من المدارس الاهلية الدولية في بغداد، والمتمثلة في (4) مدارس اهلية دولية، اذ تم اختيار الموضوع بسبب التنافسية العالية في قطاع التعليم الاهلي الدولي وهذا يتطلب تحديد المحاور الأساسية الداعمة لسمعتها وموقعها التنافسي، وانطلقت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس وهو ما مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية في سمعة المنظمة، اذ تتبنى الدراسة احد نماذج إدارة الاعمال المستند إلى متغيرين، مستقلة المسؤولية الاجتماعية ومتغير واحد تابع سمعة المنظمة، وبرزت اهمية الدراسة في جذب انظار أصحاب القرار في المدارس المدراسة الى ضرورة التركيز والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية عند تقديم خدمات التعليم من اجل تعزيز سمعة المنظمة، وفي ضوء تساؤلات الدراسة تم الاستناد إلى اختبار فرضيات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية و سمعة المنظمة في المدارس الاهلية الدولية المدراسة، كذلك التأثير لكل من المسؤولية الاجتماعية في سمعة المنظمة، وتم الاعتماد على الإستبانة لوصفها الأداة الرئيسة لجمع بيانات الدراسة من الفئة المستهدفة وتحليلها، واجريت دراسة أولية على عينة مكونة من (100) شخص تم اختيارهم عشوائياً للتحقق من فاعلية النموذج والمقياس لقطاع التعليم، وتم استخدام عدد من الوسائل الاحصائية لمعالجة البيانات منها الوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، ومعامل الارتباط بيرسون، والانحدار الخطي البسيط والمتعدد، وتم تحليل البيانات عن طريق البرنامج الاحصائي (SPSS.V.27)، ومن أهم النتائج التي توصلت لها أن التزام المدرسة بمسؤوليتها الاجتماعية يعزز ثقة أصحاب المصلحة ويقوي علاقتها بالبيئة التعليمية والمجتمعية، أكدت النتائج أن تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية يساعد في حماية سمعة المدرسة من الأزمات، توصلت الدراسة الى مجموعة من التوصيات كان ابرزها اعتماد نظام دوري لتقويم الأداء الاجتماعي يقيس مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على السمعة، توعية الكوادر التعليمية والإدارية بأهمية المسؤولية الاجتماعية وأثرها في تحسين سمعة المدرسة ورفع مكانتها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية - سمعة المنظمة، وزارة التربية، المدارس الاهلية الدولية.

المقدمة:

تعدّ المسؤولية الاجتماعية أحد المفاهيم المعاصرة التي أصبحت تحظى باهتمام واسع في مختلف القطاعات، إذ تمثل اليوم أحد المرتكزات الأساسية في بناء سمعة المنظمات وتعزيز موقعها التنافسي. فالمنظمات التي تُظهر التزاماً حقيقياً تجاه المجتمع والبيئة وأخلاقيات العمل تكتسب ثقة جمهورها وتحقق صورة ذهنية إيجابية تسهم في استدامة نجاحها. ومن هنا تبرز أهمية دراسة

* البحث مستل من رسالة ماجستير للباحث الثاني.

العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المنظمة في السياق العراقي، ولا سيما في قطاع التعليم الأهلي الدولي الذي يشهد تنافساً متنامياً في تقديم خدمات ذات جودة عالية. وقد تم اختيار موضوع الدراسة الموسوم "المسؤولية الاجتماعية ودورها في سمعة المنظمة: دراسة تحليلية لعينة من المدارس الأهلية الدولية في بغداد" لما له من أهمية علمية وتطبيقية في الكشف عن مدى إسهام الممارسات الاجتماعية للمؤسسات التعليمية في تعزيز سمعتها المؤسسية. كما أن اختيار المدارس الأهلية الدولية في بغداد جاء لما تمثله من نموذج حديث في بيئة التعليم العراقية يجمع بين الأبعاد الأكاديمية والتربوية والاقتصادية والاجتماعية، مما يجعلها ميداناً ملائماً لدراسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في واقع عملي معاصر.

وأن السؤال المحوري للدراسة هو:

“ما دور المسؤولية الاجتماعية في بناء سمعة المنظمة؟ فيعود إلى الحاجة إلى معرفة ما إذا كانت الممارسات الاجتماعية والأخلاقية والاقتصادية والقانونية التي تتبناها هذه المدارس تسهم فعلاً في ترسيخ سمعة قوية ومستدامة، أم أنها مجرد نشاطات شكلية لا تحقق تأثيراً ملموساً لدى أصحاب المصلحة.

وتكمن الأهمية التطبيقية للدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجه في تطوير سياسات واستراتيجيات المدارس الأهلية الدولية في العراق بما يعزز ثقة المجتمع بها ويزيد من تنافسيتها في سوق التعليم. كما يمكن أن تسهم نتائجه في توجيه صانعي القرار في وزارة التربية والتعليم العالي نحو إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن معايير تقييم الأداء المؤسسي للمدارس الأهلية.

وتهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية، من أبرزها: تحديد طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المنظمة، وهل هي علاقة ارتباط أم تأثير سببي والتعرف على الأبعاد الأكثر تأثيراً للمسؤولية الاجتماعية في بناء السمعة المؤسسية وقياس مدى تأثير مبادرات المسؤولية الاجتماعية المختلفة على سمعة المدارس لدى أصحاب المصلحة واقتراح نموذج عمل يساعد المؤسسات التعليمية على دمج المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجياتها الإدارية لتحقيق سمعة مستدامة.

أما مجتمع الدراسة فيتكون من المدارس الأهلية الدولية العاملة في مدينة بغداد، وقد تم اختيار عينة متمثلة بأربع مدارس دولية بصورة قصدية تمثل مختلف المستويات التعليمية، معتمداً على شمولها في قطاع التعليم الأهلي الدولي وامتلاكها برامج واضحة في خدمة المجتمع. واعتمدت الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي لكونه الأنسب لدراسة العلاقات بين المتغيرات وتحليل الظواهر التنظيمية والاجتماعية، إذ تم جمع البيانات من خلال استبانة ميدانية وزعت على عينة من العاملين والإداريين في المدارس المدروسة، وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة عبر برنامج (SPSS).

أما حدود الدراسة فقد شملت الحدود المكانية المتمثلة بمدينة بغداد، والزمانية التي تغطي العام الدراسي (2024-2025)، والموضوعية المتمثلة بمتغيري البحث الأساسيين وهما المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (الاقتصادية، القانونية، الأخلاقية، والخيرية) وسمعة المنظمة بأبعادها (الإبداع، جودة الخدمة، الشفافية، وجذب الموظفين الموهوبين).

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة الدراسة

تتمثل بضعف المسؤولية الاجتماعية والتي انعكست سلبياً في تكوين سمعة منظمة قوية لدى المجتمع ويلاحظ ضعف اهتمام كثير من المنظمات نحو مسؤوليتها الاجتماعية خاصة اتجاه المجتمع والبيئة وتعد مشكلة سمعة المنظمة أكثر تأثيراً على أداء المنظمة وانعكاس ذلك على سمعتها لذلك تتبلور مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي :

ما مدى تأثير ابعاد المسؤولية الاجتماعية (الاقتصادية،القانونية، الاخلاقية،الخيرية) على سمعة المدارس الاهلية في بغداد؟

ثانياً: اهمية الدراسة

تتجلى أهمية هذا الدراسة في ابراز دور المسؤولية الاجتماعية في بناء السمعة الإيجابية للمنظمة اذ يسهم هذا البحث في تحقيق ما يأتي:

1. تسهم هذه الدراسة في اثراء الادبيات العلمية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وسمعة المنظمات، وتقديم رؤى جديدة حول العلاقة بينهما.
2. قد تسفر الدراسة عن تطوير مفاهيم جديدة أو نماذج تحليلية مبتكرة في مجال المسؤولية الاجتماعية وسمعة المنظمات

ثالثاً: اهداف الدراسة

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تحديد طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المنظمة هل هي علاقة سببية ارتباطية ام علاقة تأثير متبادل.
2. التعرف على ابعاد المسؤولية الاجتماعية الأكثر تأثيراً في بناء سمعة منظمة ؟

رابعاً: منهج الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة التي تمت صياغتها وفرضياتها تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يجمع بين وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة بشأنها. إذ يُعنى المنهج الوصفي بعرض البيانات والمعلومات المتاحة بوصفها ممثلة للظواهر أو المشكلات الإدارية وأسبابها، بينما يتجه المنهج التحليلي إلى معالجة تلك البيانات للكشف عن علاقات الارتباط والتأثير ومدى الانسجام بين متغيرات الدراسة.

خامساً: مجال ومجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من المدارس الدولية الاهلية في بغداد وقد تم ترشيحها من قبل وزارة التربية/التعليم العام والاهلي والاجنبي لتمثل عينة الدراسة.

ت	المدارس	موقعها	العينة
1	مدرسة قدموس الدولية	بغداد/المنصور	25
2	المدرسة الانكليزية الدولية	بغداد/السيدية	25
3	المدرسة العالمية المتحدة	بغداد/الدورة	25
4	مدرسة الجالية الدولية	بغداد/زبونة	25

سادساً: وصف عينة الدراسة

سيتم في هذه الفقرة وصف المعلومات الشخصية للعينة الدراسة:

الوصف	التقسيم او الفئة	العدد
الجنس	ذكر	38
	انثى	61
	المجموع	99
المنصب الوظيفي	مدير	8
	معاون	11
	استاذ	46
	موظف	34

99	المجموع	التحصیل الدراسي
1	اعدادية	
2	دبلوم	
0	دبلوم عالي	
86	بكالوريوس	
9	ماجستير	
1	دكتوراه	
99	المجموع	

سابعاً: اساليب جمع البيانات

تم الاعتماد على نوعين من الجوانب:

أ: الجانب النظري:

ممثلة في الكتب والمراجع والمجلات والدوريات والأترنت بالإضافة الى المحفوظات والمنشورات الخاصة بموضوع الدراسة.

ب: الجانب العملي:

قد تم تجميع البيانات بواسطة الاستبانة والتي تتضمن (40) سؤال باعتبارها الاداة الرئيسة لجميع المعلومات وجرى معالجتها وتحليل البيانات بواسطة مجموعة من الاساليب الاحصائية منها: (التكرارات والنسب المئوية، الاوساط الحسابية والانحراف المعياري، معامل الارتباط، معامل الانحدار). اعتمدت الدراسة على استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتحليل البيانات المتعلقة بالاستبانة ووفقاً للأوزان من (0) كأقل وزن الى (4) اعلى وزن.

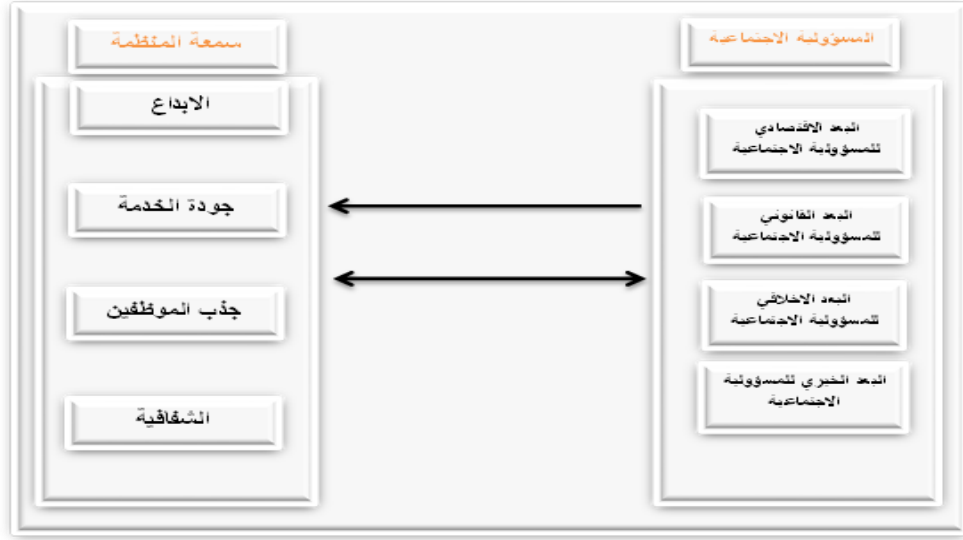
ثامناً: فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسة الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير سمعة المنظمة
الفرضية الرئيسة الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير المسؤولية الاجتماعية في متغير سمعة المنظمة.

تاسعاً: حدود الدراسة

- 1 الحدود المكانية: وزارة التربية / المدارس الاهلية الدولية في بغداد .
- 2 الحدود الزمانية: اقتصرت مدة البحث على المدة الممتدة بين (2025/3/11-2025/10/22).

عاشراً: المخطط الفرضي للدراسة



الشكل رقم (1) المخطط الفرضي

المصدر: اعداد الباحث.

المحور الثاني: الإطار النظري

أولاً: المسؤولية الاجتماعية

مفهوم المسؤولية الاجتماعية: يعرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم المنظمات بمقتضاها بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي. ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها المنظمات للقيام بمسئوليتها تجاه المجتمع. (الأسرج, 2011: 5) حيث تشير جمعية الإداريين الأمريكيين على أنها استجابة إدارة المؤسسات الاقتصادية إلى التغيير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بإنجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية (زباني, بوغليظة, 2019: 267)، ويعرفها الكتاب الأخضر الذي أصدره الاتحاد الأوروبي بأنها "سلوك تقوم على أساسه الشركات بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل تطوعي. (مقدم, 2019: 31)

2- نظريات المسؤولية الاجتماعية:

أ- النظرية النيوكلاسيكية: هي نظرية رافضة لفكرة المسؤولية الاجتماعية أساسها "لا شيء سوى أعلى الأرباح للمالكين، ورائد هذه النظرية هو الاقتصادي الأمريكي ميلتون فريدمان (Milton Fridman) الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد والذي يشير إلى أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية يكون من خلال القرارات الموجهة لتحسين المردودية والربحية لفائدة المساهمين وأن مبدأ تعظيم قيمة المساهم هو الهدف الاجتماعي المناسب للمؤسسات لأنه يعادل تعظيم الثروة الاجتماعية للمؤسسة (بلعربي, بلعور, 2020, 329).

ب- نظرية الوكالة: اظهرت نظرية الوكالة بفضل إسهام الباحثين "Jensen MICHAEL" و "WILLIAM Meckling" اللذان يعتبران المؤسسات سوق حرة وعقد العمل وما هو إلا عقد تجاري والوكالة معناه أن شخصا يسند مصالحه لشخص آخر كما هو الحال بالنسبة للمؤسسة عند

قيام المساهمين بإسناد مهام الإدارة إلى المديرين وتفسر هذه النظرية العلاقة بين المسيرين والمساهمين في إطار حوكمة المؤسسات كما يمكن أن تشمل هذه النظرية على مجموع أصحاب المصالح المتعاملين مع المؤسسة حيث تستند على المسيرين باعتبارهم وكلاء تربطهم علاقات تعاقدية مع فئات عديدة من الجهات الفاعلة: المساهمين، الدائنين، الزبائن، المستهلكين، الموردين، المجتمعات المحلية والمنظمات غير الحكومية... وحسب هذه النظرية فإن أصحاب المصالح لهم قدرة التأثير على القرارات الاستراتيجية للمسيرين (ضيافي، 2010:17).

ج- نظرية أصحاب المصالح: قد كان الاتجاه السائد في ظل الثورة الصناعية هو تعظيم الأرباح (المصلحة الفردية تشكل مصلحة المجتمع وتطور هذا المفهوم فيما بعد ليصبح مصلحة المؤسسة هي مصلحة المجتمع)، حيث يبرر كل شيء لصالح الأعمال على حساب مصالح الأطراف الأخرى. لقد بدأت الدعوة للحد من هذه الظاهرة والاهتمام بالعامل البشري في البداية ثم بدا اتجاه جديد يتسم بالتأكيد على مصالح الأطراف الأخرى ذات الصلة بالمؤسسة فبدأت بالعاملين و من ثم الزبائن، الموردين، الموزعين، المنافسين وصولاً إلى المجتمع ككل حيث أن المؤسسة التي تعمل بمسؤولية تجاه المجتمع فهي بذلك تطبق أخلاقيات العمل (غلاي، 2015:141).

د- نظرية الشرعية: نظرية الشرعية أوضحت الدراسة أن نظرية الشرعية تمثل إطار مفاهيمي قائم على وجود علاقات اجتماعية وقابلة للتبادل بين المنظمة والمجتمع ويهدف الشرح سبب مشاركة المنظمات في عمليات إفصاح اجتماعية وبيئية معينة وكيف تفعل ذلك وتأثير هذا الإفصاح على الجمهور والمجتمع وتقوم على فكرتين

- هي أن المنظمات تحتاج لإفصاح الشرعية على أنشطتها من أجل الموافقة
- الحصول على الشرعية يكون له فوائد مهمة للمنظمات وليس هذا فحسب بل يشمل العواقب المحتملة إذا فشلت المنظمة في ذلك لذا فالإفصاح عن المسؤولية (حجازي، وآخرون، 2024:371).

هـ. نظرية المؤسسة: هي نظام اجتماعي شامل ومفتوح في محيط مؤثر غير ثابت، يعتمد على قرارات مفيدة بهذا المحيط مما ينشط وجوده تلقائياً ويسمح بتحقيق أهدافه الاستراتيجية ان نظرية المؤسسة تعكس نموذج النظام الطبيعي الهادف الى البقاء على قيد الحياة وتحقيق التنمية المستدامة، عبر تطوير فهم مشترك واهداف نحو السلوك الصحيح، والاداء (سعيداني، علام، 2022:75).

3- أهمية المسؤولية الاجتماعية:

- أ. حسن إدارة المخاطر الناتجة عن نشاطها الاقتصادي وتتمثل هذه المخاطر في الالتزام البيئي احترام قوانين العمل تطبيق المواصفات القياسية (بونكانو، بدري، 2021:307).
- ب. تقوم بإيجاد ظروف بيئية ملائمة لنمو واستمرار المنظمات وتحقيق ارباح للمنظمات على الامد البعيد(ناصر، 2021:17).
- ت. يمكن للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات أن تحقق فوائد طويلة الأمد لجميع أصحاب المصلحة من خلال التركيز على استراتيجيات وأساليب مفيدة أخلاقياً واجتماعياً وبيئياً واقتصادياً وثقافياً (Belas et al ,2024:220).

4- ابعاد المسؤولية الاجتماعية:

ويمكن تحديد ابعاد المسؤولية الاجتماعية بحسب ما ذكر في الدراسات:

أ. البعد الاقتصادي: يمكن اعتبار المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع وضمن استمرارية نشاطها واستدامة العائد والارباح والاحتفاظ بمركز تنافسي قوي والالتزام بممارسات أخلاقية داخل المؤسسات مثل منع الرشوة والفساد وحماية حقوق المستهلك (نافع، عبدالمجيد، 2025:842).

ب. البعد القانوني: إن المجتمع لم يكتف بفرض العقوبات على المنظمات لكي تعمل وفقاً لدوافع الربح بل إنه في الوقت نفسه يتوقع من المنظمات أن تمتثل للقوانين واللوائح التي أقرتها الحكومات

الفيدرالية والولائية والمحلية باعتبارها القواعد الأساسية التي يتعين على المنظمات أن تعمل في ظلها وكجزء من الوفاء بالعقد (Carroll, 1991:41).

ج. البعد الخيري: يقع قمة الهرم في المسؤولية الاجتماعية والذي قد لا يمثل أحد متطلبات العمل في المؤسسة إلا أنه في حقيقته يمثل الرفاهية والشهرة والمكانة التي تحتلها المؤسسة، عبر ما تقوم به من فعاليات وأنشطة تدعمها بالأبعاد الثلاثة المكونة لقاعدة الهرم في تحقيق المسؤولية الاجتماعية أي أنها ترتبط بتطوير نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس ونقل وغيرها من جوانب أخرى أي أن تكون المؤسسة صالحة (عزي بطاش, 2016:26).

د. البعد الأخلاقي: بالرغم من وجود المسائل الأخلاقية في المجتمع والأعمال منذ عدة قرون لكن ابتداء من عام 1980م بدأ مجال أخلاقيات الأعمال يظهر بشكل مختلف وذلك بسبب تزايد المشاكل الأخلاقية التي بدأت تظهر في وسائل الإعلام، وعلى منظمات الأعمال والمنظمات الحكومية ان تكون مبنية على أسس أخلاقية رفيعة اذ عليها ان تلتزم بالأعمال الصحيحة وإن تراعي من جانب آخر بعدم ايداء الآخرين باحترامها للأعراف والقيم السائدة في المجتمع وتحقيق التكافؤ في ايجاد الفرص في التعيين والترقية بين الافراد (خنفر, 2022:31).

ثانياً: سمعة المنظمة:

1. مفهوم سمعة المنظمة:

لقد عرف (Schnietzand and Epstein) سمعة المنظمة بأنها تركيبة من العوامل التي تحقق الاستجابة للزامات اما (Ettenson & Knowle) فقد بين أن سمعة المنظمة في مفهوم يركز على الاحترام والمصادقية التي تتواجد ضمن علاقات المنظمة مع جميع الأطراف (مهدي شمرا, 2017:279). بينما يرى غراهام داولينغ أن سمعة المنظمة هي " مجموعة القيم التي تعود للمنظمة (مثل الأصالة والموثوقية، صدقها ونزاهتها ومسئوليتها) التي يستشعرها المرء عن المؤسسة من خلال الصورة التي يحملها عنها" (بوترعة, 2019:240). ومن ناحية اخرى عرفها (الكريم, 2020:66) سمعة المنظمة على انها مفهوم شامل يبدأ من الانطباع الذهني ليصف ويوضح توقعات أصحاب المصالح من المنظمة ومنتجاتها وممارسات ادائها، وهي من الموارد الثمينة والنادرة وغير القابلة للتقليد والنسخ وتحرص المنظمات على مراعاتها وتنميتها والحفاظ عليها لدورها الفعال في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمنظمة.

2. النظريات المفسرة لمفاهيم سمعة المنظمة:

أ. نظرية المؤسسة (جمال الدين, 2024:63)

اهتمت هذه النظرية بفهم العناصر التي تدعم الأداء التنظيمي الناجح والمستدام. وانتقل التركيز خلال هذه الفترة من تحليل العناصر داخل الحدود التنظيمية نظام (مغلق) إلى تحليل التفاعل بين المنظمة وبيئتها (نظام مفتوح)، حيث قدمت النظرية المؤسسية إسهامات لفهم التأثير المتبادل بين المنظمات وبيئاتها وتعد النظرية المؤسسية من النظريات المفسرة لسمعة المنظمة، حيث تستخدم لتحديد العوامل داخل السياق المؤسسي والتي تؤدي إلى بناء السمعة.

ب. نظرية الإشارات الاستراتيجية (حمدي, 2025:240):

تركز نظرية الإشارات الاستراتيجية على الصور التي ترسلها المنظمة والانطباعات اللاحقة لأصحاب المصلحة، وغالباً ما يتم تطبيق نظرية الإشارات في مرحلة العمل، وتتضمن النظرية بناء السمعة والحفاظ عليها والدفاع عنها بناء على صورة المنظمة المتوقعة. وتقوم رؤية هذه النظرية على اعتبار أن سمعة المنظمة هي القدرة المحتملة والمتوقعة للمنظمات على تقديم نتائج قيمة لأصحاب المصلحة، وبالتالي فهي تستخدم دراسة تأثير الأداء الاجتماعي للمنظمات على السمعة، ولا تقوم النظرية بفحص الإشارات الاستراتيجية التي ترسلها المؤسسة فحسب بل تدرس أيضاً تفسيرات أصحاب المصلحة لهذه الإشارات.

ج. نظرية القيمة القائمة على الموارد (عبدالعال, 2024: 41)

يتم تطبيق نظرية القيمة القائمة على الموارد في مرحلة ما بعد الإجراء، فهي تدرس كيف تعتبر السمعة مورداً قيماً ونادراً يؤدي إلى ميزة تنافسية مستدامة، وفي ضوء هذه النظرية؛ تعد السمعة مورداً غير ملموس ونادراً يؤدي بدوره إلى ميزة تنافسية مستدامة.

3. أهمية سمعة المنظمة:

أ. توفر السمعة معيار فريده ينظر من خلاله الجمهور إلى المنظمة.
ب. تعزيز قوة المنظمة في مجال جذب شركاء الأعمال والمستثمرين الجدد.
ج. أنها مورد نادر بين المنافسين الحقيقيين أو المحتملين.
يمكن أن تسهم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كأداة لبناء السمعة للمنظمة وقد عرف الباحثون العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمات واداء المسؤولية الاجتماعية لإظهار قيمة المسؤولية الاجتماعية للمنظمات التي توفر مكاسب اضافية عن طريق زيادة سمعة المنظمة لتحويلها إلى صورة مؤسسية مؤمنة. فإن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات هي بمثابة بوليصه تأمين ضد الأحداث السلبية التي قد تتعرض لها المنظمة كما أن الأنشطة الاجتماعية الاستباقية تحقق السمعة الطيبة وتحافظ عليها (Shrivastava, 2000: 54)

وذكر أيضاً المنظمات التي تحقق أداءً جيداً فيما يتصل بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات قادرة على بناء سمعتها في حين أن المنظمات التي تحقق أداءً ضعيفاً قد تلحق الضرر بقيمة العلامة التجارية والشركة عندما تتعرض للخطر وتستند السمعة أو قيمة العلامة التجارية إلى قيم مثل ((الثقة والمصداقية والموثوقية والجودة والاتساق)) وحتى بالنسبة للمنظمات التي لا تتمتع بتغطية مباشرة لقطاع التجزئة من خلال العلامات التجارية فإن سمعتها في معالجة قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات كشريك في سلسلة التوريد - سواء كانت جيدة أو سيئة - قد تكون بالغة الأهمية تجارياً. (Hohnen, Potts, 2007: 11)، ويمكن لاستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات مثل تنفيذ برامج التبرع في مكان العمل وبناء الشراكات مع المنظمات غير الربحية أن تفيد عمك أيضاً من خلال تعزيز سمعتك وجذب أفضل المواهب وتعزيز ولاء الزبائن والموظفين.

وطرح كل من (Hamish Pringle & Marjorie Thompson) في كتابهما "روح العلامة التجارية" يقدم كل من حججاً قوية تؤكد أن ربط منظمة الاعمال أو علامة تجارية ما بعمل خيري أو قضية اجتماعية مناسبة يمكن أن يقدم مساهمة عظيمة الروح العلامة التجارية". وخلصا إلى أن المستهلكين يتجاوزون المسائل العملية المتعلقة بالأداء الوظيفي للمنتج أو مزايا المنتج العقلانية والجوانب العاطفية والسيكولوجية لشخصية العلامة التجارية وصورتها الذهنية ليتجهون صوب قمة هرم (ماسلو) للاحتياجات ويسعون وراء تحقيق الذات. (فلاق, 2016: 63).

4. ابعاد سمعة المنظمة:

أ. الإبداع:

يمثل الإبداع أداة أساسية لنمو المنظمات المعاصرة وبقائها وقدرتها على التكيف مع الظروف البيئية ان الإبداع هو خروج عن التفكير والمعرفة التقليدية مما قد ينتج عنه اكتشاف أفكار أو نظريات أو اختراعات أو أساليب عمل جديدة ومتطورة ومقبولة ومناسبة لظروف وإمكانيات المنظمة وبما يساعدها على التكيف والتفاعل مع كافة المتغيرات وتحسين إنتاجيتها وتطوير مستوى أدائها وأداء العاملين فيها. (الفتلاوي, 2023: 233).

ب. جودة الخدمة:

تتضمن أبعاد جودة الخدمة خمسة عناصر لتحديد جودتها، وهي: " الملموسية، والاستجابة، والموثوقية، والضمان، والتعاطف". وقد أقر بأهمية جودة الخدمة كعامل من عوامل تنافسية المنظمات ومن المؤكد أن جودة الخدمة المرصية أو توقعات العملاء ستؤثر على تقييمهم للمنظمة قام باحثون في مختلف القطاعات بدراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن وطور العديد منهم

Indradewa, (2019:51) هيكلهم الخاص ومقاييسهم الجودة خدمات الأعمال بين المنظمات (Hadi,

ج. جذب العاملين الموهوبين:

لا يمكن إغفال أهمية جذب القوى العاملة الموهوبة والاحتفاظ بها يتألف من جذب المواهب من التوظيف والاختيار وبناء هوية صاحب العمل وقيمة الموظف واختيار صاحب العمل ينبغي على إدارات الموارد البشرية أيضاً مراعاة ساعات العمل المرنة كاستراتيجية لجذب المواهب الرئيسية. تتضمن هوية صاحب العمل مجموعة من الأنشطة التي تساعد المنظمة على جذب الموظفين الموهوبين فهي تجعل المنظمة أكثر جاذبية للباحثين عن عمل وبالتالي تقلل من جهود المنظمة في تطوير مواهبها تعتبر جاذبية المنظمة عاملاً يُعطي المنظمة ميزة تنافسية).

(Rop,Kwasira,2015:2455

د. الشفافية:

الشفافية لا تعني الاختفاء بل تعني أن تكون أكثر وضوحاً. فهناك ثلاثة أنواع من الشفافية "تعمل معاً ولكنها متميزة تحليلياً" الشفافية المعلوماتية، والتشاركية، والمساءلة. وتحتاج جهود الشفافية التي تبذلها المنظمات إلى هذه الصفات الثلاث لبناء الثقة واستعادتها مع أصحاب المصلحة. لذلك، تُعرف الشفافية بأنها امتلاك هذه العناصر الثلاثة المهمة: معلومات صادقة وموضوعية ومفيدة؛ ومشاركة أصحاب المصلحة في تحديد المعلومات التي يحتاجونها؛ وتقارير موضوعية ومتوازنة عن أنشطة المؤسسة وسياساتها تحمل المؤسسة المسؤولية. (Rawlin,2008:73).

المبحث الثالث: الجانب العملي

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يعد التعليم من الدلالات الهامة لتطور المجتمعات ورفقيها والارتقاء بثقافتها إلى الأعلى، وقد بات الاهتمام بالتعليم أحد مزايا هذا العصر بعد فهم المجتمعات والشعوب لضرورته وأهميته، وما يعكسه من نتائج سواء كانت إيجابية أو سلبية على تطور الشعوب، وأصبحت الدول تقوم بتخصيص نسبة كبيرة من ميزانياتها لهذا الشأن إلى جانب الاهتمام بالمعلم أو من له صلة بالتعليم من كافة النواحي باعتباره مربياً للأجيال الآتية وراعياً لهذه العملية التي تبني مستقبل الدول وتُعنى بالمباني المدرسية وتؤسسها بشكل يتناسب مع متطلبات العصر الراهن مع تأمين احتياجات الراحة ومتطلباتها كافة لكل من المدرس والتلميذ، ثم الوصول إلى العدد الكافي من المدارس الذي يحقق النسبة المطلوبة.

وإن التعليم في مراحل كافة يسير بخطى سريعة ومتطورة في بلدان العالم المتطورة، ما عدا بعض البلدان الفقيرة والمتخلفة ومن بينها العراق رغم أنه بلد غني وغير متخلف فهو بلد العلم والحضارات على مر التاريخ، وهذا أمر محير ولكن له دوافعه، ويعد التعليم الأهلي منبع المنظومة التعليمية في العراق، فقد كان التعليم الأهلي هو الرائد للتعليم قبل إنشاء التعليم الحكومي، وقد كان الناهض بموجبات التعليم مدة طويلة من الزمن، حتى ساد الفكر الاشتراكي في الدولة وباتت الدولة هي الراعية والمتدخلة في مجالات الحياة كافة بما فيها القطاع التعليمي، طيلة فترة سبعينات وثمانينات وتسعينات القرن الماضي، وتوقف التعليم الأهلي خلال هذه الفترة، إلا أنه عاد إلى الحياة مجدداً بعد العام 2003، حيث سمحت منظومة الدستور والقانون الجديدة في العراق بالتوجه نحو التعليم الأهلي وعلى نطاق واسع، وفي هذا الدراسة سنسعى إلى الكشف عن نشأة تطور التعليم الأهلي في العراق (العارضي, 2025:319).

يهدف هذا النظام إلى ما يأتي:

1 - تطوير قطاع التربية والتعليم ، ورفده بالمستجدات التربوية والتعليمية والتقنية وتعزيز التعاون بين المؤسسات الأهلية والرسمية في جميع مراحل التعليم وأنواعه.

- 2 - الاستفادة من قدرات القطاع الخاص في تطوير التعليم في جمهورية العراق ونقل الخبرات الأجنبية في هذا المجال.
- 3 - تشجيع المبادرات في مجال البحوث التربوية والاستفادة منها ، وتطوير المناهج وطرائق التعليم ، وتدريب المعلمين والمدرسين وتطوير ادارة المؤسسات التعليمية.
- 4 - تأمين فرص عمل جديدة للعاملين في مجال التربية والتعليم من معلمين ومدرسين واداريين وغيرهم.

- 5 - تأمين فرص تعليم نوعي متطور ومتنوع لمختلف شرائح المجتمع بما ينسجم مع حاجات التنمية
- 6 - ربط المغتربين في الخارج بوطنهم من خلال فتح مؤسسات تعليمية اهلية مناسبة لهم داخل العراق وخارجه .

- 7 - تأمين فرص التعليم المناسبة لذوي الاحتياجات الخاصة.
- 8- تشجيع المشاركة الشعبية ورأس المال الوطني والأجنبي في الاستثمار في مجال التعليم بمختلف أنواعه ومستوياته في إطار تنظيمي جديد يجعله أكثر فاعلية .

تسري إحكام هذا النظام علي :

1: المؤسسات التعليمية الأهلية العراقية والأجنبية المؤسسة في العراق وتشمل رياض الأطفال والتعليم الابتدائي والتعليم الأساسي والتعليم الثانوي ومعاهد التعليم المساعدة والمهنية والتتقيفية ومدارس ذوي الاحتياجات الخاصة

2: المؤسسات التعليمية الأهلية المؤسسة خارج العراق من الجالية العراقية وتشمل رياض الأطفال والتعليم الابتدائي والتعليم الأساسي والتعليم الثانوي ومعاهد التعليم المساعدة والمهنية والتتقيفية ومدارس ذوي الاحتياجات الخاصة (الوقائع العراقية، 2014:16).

ثانياً: مقياس الدراسة وأدواته:

قام الباحث بتحديد المقاييس بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة، فاستعمل مقاييس معتمدة ومعدلة لتناسب بيئة الدراسة كما يلي:

أ. مقياس المسؤولية الاجتماعية اعتمد الباحث على مقياس الشلوي (2024) ويتكون من أربعة أبعاد:

(البعد الخيري، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي)

ب. مقياس سمعة المنظمة اعتمد الباحث على مقياس ماوسو (2018) ويتضمن أربعة أبعاد:

(الإبداع، جودة الخدمة، جذب الموظفين الموهوبين، الشفافية)

أظهرت نتائج التحليل أن معامل ألفا كرونباخ الكلي = 0.92، وهي قيمة مرتفعة تدل على قوة الثبات للمقياس.

• تراوحت معاملات الثبات الفرعية بين 0.72 إلى 0.86 حسب البعد.

• كما تم التحقق من الاتساق الداخلي لجميع الأبعاد، وكانت القيم أكبر من (0.3)، مما يدل على وجود اتساق داخلي جيد.

مصادر أدوات ومقاييس الدراسة

• الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة الشلوي (2024) ماوسو (2018)

• المراجع الأكاديمية والبحوث المنشورة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وسمعة المنظمة.

• الكتب والمجلات والدوريات والإنترنت والمحفوظات الخاصة بموضوع الدراسة .

ثالثاً: اختبار الفرضيات

ان معامل الارتباط من المقاييس التي تحدد قوة ونوع العلاقة بين متغيرين. حيث تمثل اشارة معامل الارتباط الى نوع العلاقة بين المتغيرين من حيث كونها طردية ام عكسية، كما ان قيمة معامل الارتباط تمثل قوة العلاقة بينهما. حيث كلما اقتربت قيمة معامل الارتباط من الواحد، سواء بالسالب ام بالموجب كلما دل ذلك على ان هناك ارتباط قوي بين المتغيرين. بالإضافة الى ذلك فان معامل

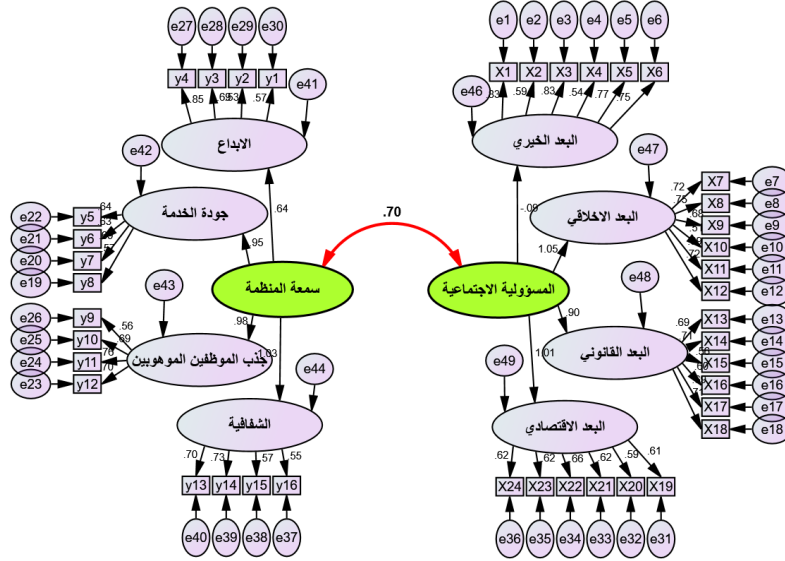
الارتباط ربما يكون معنوي او غير معنوي والذي يتم تحديد ذلك من خلال قيمة P، فاذا كانت قيمة P اقل من 0.05 فان ذلك يدل على ان معامل الارتباط ذات دلالة معنوية والعكس صحيح.
 الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير سمعة المنظمة يمكن توضيح نتائج اختبار الفرضية اعلاه من خلال الجدول (1) التالي:

الجدول (1) علاقة الارتباط بين متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير سمعة المنظمة

القرار	القيمة الاحتمالية P-value	95% Confidence Interval		قيمة الارتباط	المتغير الثاني	اتجاه العلاقة	المتغير الاول
		Upper	Lower				
رفض الفرضية	0.012	0.800	0.472	0.70	سمعة المنظمة	↔	المسؤولية الاجتماعية

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V.24

عن طريق قيمة معامل الارتباط يلاحظ ان المعامل له إشارة موجبة مما يدل على ان العلاقة طردية بين متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير سمعة المنظمة، كما ان قيمة معامل الارتباط تساوي (0.70)، كذلك فان حدود الثقة (95% Confidence Interval) كانتا متشابهتان في الاشارات عند مستوى معنوية (0.05) والتي كانت قيمة الحد الأدنى (Lower) والاعلى (Upper) (0.800, 0.472) على التوالي. كما ان قيمة (p=0.012) وهي اقل من (0.05) مما يدل على هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير سمعة المنظمة. والشكل (2) يوضح علاقة الارتباط بين متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير سمعة المنظمة:



الشكل (2) علاقة الارتباط بين متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير سمعة المنظمة

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V27

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير المسؤولية الاجتماعية في متغير سمعة المنظمة. تم اختبار الفرضية أعلاه والنتائج موضحة من خلال الجدول (2) التالي:

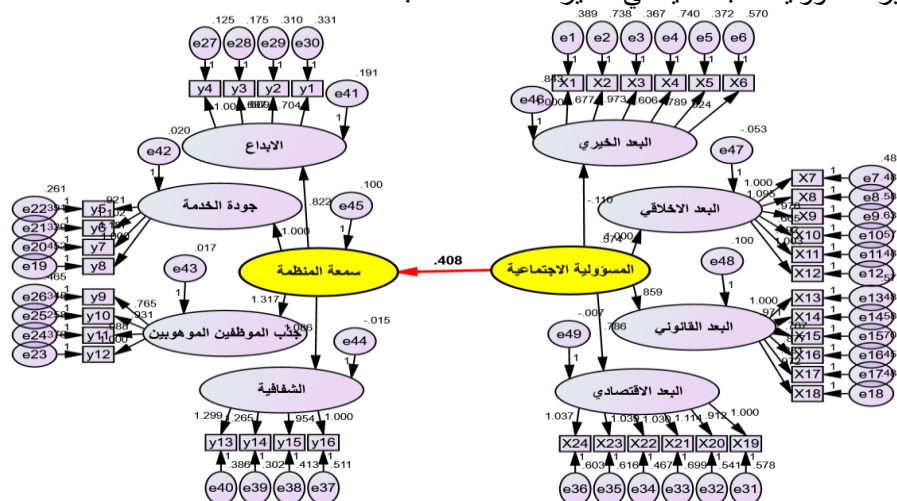
الجدول (2) نتائج علاقة التأثير لمتغير المسؤولية الاجتماعية في متغير سمعة المنظمة

القرار	القيمة الاحتمالية P-value	95% Confidence Interval		الخطأ المعياري لمعامل الانحدار Se.(β)	معامل الانحدار Estimate(β)	المتغير التابع	اتجاه التأثير	المتغير المستقل
		Upper	Lower					
رفض الفرضية	0.002	0.908	0.175	0.183	0.408	سمعة المنظمة	←	المسؤولية الاجتماعية

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V.24

من خلال الجدول (2) الذي يوضح قيمة المعلمة المقدرة والتي تعود الى متغير المسؤولية الاجتماعية والتي بلغت (0.408)، وهي تدل على ان هذه العلاقة هي علاقة طردية وذلك من خلال الإشارة الموجبة لهذه المعلمة المقدرة. كما ان الخطأ القياسي (S.E.) بلغ (0.183)، وان أثر متغير المسؤولية الاجتماعية في متغير سمعة المنظمة كان أثر معنوي ذو دلالة احصائية وذلك لان قيمة p (0.002) التي ظهرت اقل من (0.05) لهذه العلاقة، بالإضافة الى ان حدود الثقة (Confidence Interval 95%) ظهرت بإشارات متشابهة والتي تمثلت بالحد الأدنى والأعلى (0.908, 0.175) على التوالي. بذلك وحسب النتائج أعلاه يمكن التوصل الى قرار بقبول الفرضية البديلة القائلة بان هناك تأثير لمتغير المسؤولية الاجتماعية في متغير سمعة المنظمة. والشكل (3) يوضح علاقة تأثير

متغير المسؤولية الاجتماعية في متغير سمعة المنظمة:



الشكل (3) علاقة التأثير لمتغير المسؤولية الاجتماعية في متغير سمعة المنظمة

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V.24

رابعاً: قيم معاملات الانحدار المعيارية

تم في هذه الفقرة ايجاد قيم معاملات الانحدار المعيارية (SRW-التشبعات) وغير المعيارية بالإضافة الى القيم الاحتمالية (P-value) المرافقة لها، وكما موضح في الجدول (3):

جدول (3) قيم معاملات الانحدار المعيارية وغير المعيارية لنتائج التحليل العاملي التوكيدي

Parameter		Estimate	SRW	P-value
X1	<---	1.000	0.831	0.007
X2	<---	0.682	0.594	0.002
X3	<---	0.957	0.818	0.002
X4	<---	0.609	0.549	0.001
X5	<---	0.781	0.761	0.001
X6	<---	0.927	0.753	0.003
X7	<---	1.000	0.717	0.005
X8	<---	1.096	0.749	0.006
X9	<---	0.979	0.679	0.003
X10	<---	0.667	0.520	0.002
X11	<---	0.995	0.689	0.004
X12	<---	1.004	0.72	0.004
X13	<---	1.000	0.69	0.004
X14	<---	0.967	0.708	0.003
X15	<---	0.71	0.56	0.002
X16	<---	0.88	0.606	0.003
X17	<---	0.884	0.688	0.002
X18	<---	0.965	0.704	0.003
X19	<---	1.000	0.613	0.004
X20	<---	0.916	0.594	0.003
X21	<---	1.111	0.617	0.002
X22	<---	1.028	0.664	0.001
X23	<---	1.038	0.615	0.003
X24	<---	1.033	0.617	0.003
y1	<---	0.714	0.567	0.002
y2	<---	0.665	0.564	0.004
y3	<---	0.703	0.679	0.001
y4	<---	1.000	0.831	0.002
y5	<---	0.933	0.656	0.002
y6	<---	1.076	0.624	0.006
y7	<---	1.17	0.689	0.006
y8	<---	1.000	0.574	0.006
y9	<---	0.772	0.561	0.004
y10	<---	0.921	0.68	0.003
y11	<---	0.992	0.761	0.005
y12	<---	1.000	0.698	0.004
y13	<---	1.287	0.698	0.003
y14	<---	1.242	0.724	0.004
y15	<---	0.946	0.569	0.002
y16	<---	1.000	0.55	0.003

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد إلى مخرجات برنامج (AMOS V.24)

ومن خلال الجدول (3) والذي يتضمن قيم معاملات الانحدار القياسية (SRW)، يلاحظ ان هذه القيم كانت كبيرة وأكبر من 0.55، باستثناء القيمة المقابلة للمتغير (X10) والتي بلغت (0.520) حسب

حجم العينة من خلال الجدول (5). بذلك ومن خلال قيم (SRW) يلاحظ ان هناك ارتباطات عالية بين الأسئلة والمتغيرات الكامنة (الأبعاد)، كما يلاحظ من خلال القيم الاحتمالية ان جميع المتغيرات كانت معنوية. وبذلك ومن خلال الجدول (4) لقيم مؤشرات جودة المطابقة والجدول (3) لقيم معاملات الانحدار القياسية (SRW) أعلاه بذلك يمكن الاعتماد على النموذج في اختبار فرضيات البحث من خلال ان الأسئلة كانت تمثل ابعاد المتغيرات.

الجدول (4) مؤشرات جودة المطابقة الخاصة بالتحليل العاملي التوكيدي

المؤشرات	القيمة	النتيجة
CMIN/DF	0.57	مطابق
GFI	0.94	مطابق
AGFI	0.93	مطابق
PGFI	0.82	مطابق
NFI	0.93	مطابق
RFI	0.92	مطابق
RMR	0.071	مطابق

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد إلى مخرجات برنامج (AMOS V.24)

الجدول (5) قيم التشبعات اعتماداً على حجم العينة

ت	تشبع العامل Factor Loading	حجم العينة المطلوب لتحقيق المعنوية
1	0.30	350
2	0.35	250
3	0.40	200
4	0.45	150
5	0.50	120
6	0.55	100
7	0.60	85
8	0.65	70
9	0.70	60
10	0.75	50

الاستنتاجات:

يتناول هذا المبحث عرض لأبرز الاستنتاجات التي توصل اليها الباحث استناداً الى الجانب النظري وما افرزته نتائج التحليل الاحصائي الجانب العملي من خلال دراسة واقع المدارس الاهلية الدولية قيد البحث ويمكن اجمال هذه الاستنتاجات بالآتي: - ابرزت النتائج أن التزام المدرسة بمسؤوليتها الاجتماعية يعزز ثقة أصحاب المصلحة ويقوي علاقتها بالبيئة التعليمية والمجتمعية، بينت الدراسة أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية تسهم في خلق بيئة عمل إيجابية تدعم روح التعاون والانتماء بين العاملين، أكدت النتائج أن تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية يساعد في حماية سمعة المدرسة من الأزمات، ويعزز قدرتها على المنافسة والاستمرارية، أظهرت الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية تعد مورداً غير ملموس يمنح المنظمة ميزة تنافسية مستدامة في بيئة العمل، توصلت النتائج إلى أن الجمع بين الأبعاد الأخلاقية والقانونية والاقتصادية والخيرية يشكل الأساس المتكامل لبناء سمعة مؤسسية قوية.

التوصيات:

استناداً لنتائج الدراسة وبغية استكمال الجهد البحثي، وتعوّلاً لما طرحه الباحث من استنتاجات، واستكمالاً لقراءات تحليلية في جانبها العملي، فإن الباحث يحدوها بالأمل والرغبة بوضع

أفكار وصياغة توصيات، تساهم في طرح الحلول العملية لمشكلة الدراسة وبما تستلزمه الضرورة البحثية وما تركز عليه من الجوانب الفكرية والفلسفية والمعرفية، إذ صيغت هذه التوصيات بأسلوب البحث العلمي التي تتلاءم مع بيئة العينة المبحوثة إذ اختار الباحث تقديم بعض التوصيات لاستكمال هذا الدراسة وتمثل بالاتي: اعتماد نظام دوري لتقويم الأداء الاجتماعي يقيس مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على السمعة، إشراك الإدارة العليا في تخطيط وتنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية لضمان استمراريتها وفعاليتها، توعية الكوادر التعليمية والإدارية بأهمية المسؤولية الاجتماعية وأثرها في تحسين سمعة المدرسة ورفع مكانتها، تعزيز الشراكات مع مؤسسات المجتمع المدني لتبادل الخبرات وتطوير مشاريع مشتركة ذات أثر اجتماعي وتعليمي، تشجيع إجراء دراسات مستقبلية تتناول موضوع المسؤولية الاجتماعية في قطاعات تعليمية مختلفة لتوسيع المعرفة العلمية بهذا المجال.

المصادر:

1. الأسرج، حسين عبد المطلب، (2011)، (المسؤولية الاجتماعية للشركات : التحديات والأفاق من أجل التنمية في الدول العربية)، الكويت.
2. أوسو، خيرى علي، بن ثامر، كلثوم، 2018، المسؤولية الاجتماعية لها في تحقيق أهداف المنظمة الفندقية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق سمعة المنظمة الفندقية، مجلة زانكو للعلوم الإنسانية 22(4):66-89.
3. بلعربي، محمد، بلعور، سليمان، (2020)، دور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية في تحقيق التنمية الاجتماعية في المجتمع-دراسة حالة مؤسسة النظم الناقلة للغاز بغرداية، الجزائر. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 13 (1)، 320-353.
4. بوترة، يسرى، علاوي، خالد، (2019)، سمعة المؤسسة: بين حتمية مراجعة الآليات التقليدية وضرورة تبني التحولات الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي المجلد (8)، العدد (02).
5. بونكانو، عبد الله، بدري، ابتسام، (2021)، دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة التحليل و الاستشراف الاقتصادي، 2(1)، 302-320.
6. جمال الدين، هناء محمد جلال، (2024)، السمعة التنظيمية والبراعة المؤسسية بجامعة المنوفية (دراسة ميدانية)، الإدارة التربوية، 41(41)، 13-186.
7. حجازي، هيام شعبان، موسى، جيهان عبد الهادي، غنيمي، سامي محمد أحمد، (2024). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات على كفاءة الاستثمار وخطر انهيار أسعار الأسهم-دراسة تطبيقية. مجلة بنها للعلوم الإنسانية، 3(2)، 365-389.
8. حمدي، إكرم عبده، (2025)، دور التدريب في تعزيز السمعة التنظيمية (دراسة ميدانية لموظفات وموظفين الحرم النبوي، الإصدار الثامن - العدد الواحد والثمانون).
9. خنفر، سعاد محمد، (2022)، تقييم مبادئ المسؤولية الاجتماعية على وفق المواصفة ISO26000- دراسة حالة في المركز الوطني للتطوير الإداري وتقنية المعلومات، رسالة الدبلوم العالي في التخطيط الاستراتيجي، جامعة بغداد كلية الإدارة والاقتصاد.
10. زياني، خولة، بوغليطة، إلهام، (2019). مساهمة في المسؤولية الاجتماعية عن ممارسات إدارة الموارد البشرية في الوظائف الاقتصادية "دراسة حالة مؤسسة فوسفات-سوميفوس-". مجلة الدراسات المالية والمحاسبة والإدارية، 6 (4)، 264-284.
11. سعيداني، عائدة، علام، عائشة، (2022). دور تطبيق مبادئ الحوكمة في تفعيل أبعاد المسؤولية الاجتماعية (Doctoral dissertation, university center of abdalhafid boussouf- (MILA).

12. الشلوي, خالد محمد فلاح, (2024), العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي: دراسة تطبيقية, المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية, 38(4), 1321-1359.
13. ضيافي نوال, (2010), المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية, اطروحة ماجستير, جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان.
14. العارضي, حيدر فيصل راضي, (2025), نشأة المدارس الأهلية في العراق وتطورها للمدة ٢٠٠٣-٢٠٢٥ (دراسة تحليلية). *Jurisprudence Faculty Journal/Magallaat* (Kulliyat Al-fiqh, 1(51).
15. عبدالعال, نجلاء عبد التواب عيسى, (2024), آليات مقترحة لتحسين السمعة التنظيمية للجامعات على ضوء نموذج التكامل بين الحوكمة وإدارة المخاطر والالتزام, (GRC) مجلة كلية التربية, 21 (120), 12-112.
16. عزي, هاجر, بطاش, مريم, (2016), "دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية للمؤسسة دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة المدية" اطروحة الماجستير جامعة يحيى فارس_المدية
17. غلاي, نسيم, (2015), الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للشركات دراسة حالة بعض مؤسسات تلمسان, اطروحة دكتوراه, جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان.
18. الفتلاوي, خضير عباس محسن, (2023). دور الفراسة الاستراتيجية في تحقيق سمعة المنظمة دراسة تطبيقية لأراء عينة من العاملين في مستشفى الكفيل التخصصي في محافظة كربلاء. مجلة الكلية الاسلامية الجامعة, 2(73), 219-254.
19. فلاق, محمد, (2016), المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال, دار البازوري للنشر العلمية والتوزيع, عمان
20. الكريم, سارة احمد, 2020, تأثير التراصف الاستراتيجي في سمعة المنظمة دراسة تحليلية لأراء عينة من المدراء العاملين في شركة SOMO رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة بغداد وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم الإدارة العامة.
21. مقدم, وهيب, (2019), أهمية المسؤولية الاجتماعية في تهذيب الممارسات الإدارية للشركات متعددة الجنسيات في ظل تحديات العولمة, مجلة الاقتصاد والبيئة, 2(1), 24-46.
22. مهدي, عبيد محمد, شمرا, منتظر كاظم, 2017, الالتزام التنظيمي وأثره في بناء سمعة المنظمة دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين في دائرة صحة كربلاء المقدسة. مجلة جامعة كربلاء العلمية المجلد الخامس عشر العدد الثاني.
23. ناصر, محمد باقر, (2021), تأثير التحسين المستمر في تحقيق المسؤولية الاجتماعية: دراسة تحليلية في وزارة النقل والمواصلات, مجلة الإدارة والاقتصاد, 46(130), 10-29.
24. نافع, وجية عبدالستار, عبدالمجيد, ايمان عماد الدين, (2025), تأثير المسؤولية الاجتماعية على نوايا الشراء للمستهلك دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية, المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية, المجلد السابع عشر, العدد الاول.
25. Archie B Carroll (1991) 'The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders' Article in *Business Horizons*
26. Belas, J., Dvorsky, J., Hlawiczka, R., Smrcka, L., & Khan, K. A. (2024). SMEs sustainability: The role of human resource management, corporate social responsibility and financial management. *Oeconomia Copernicana*, 15(1), 307-342.

- 27.** Hohnen, P, Potts, J, (2007), Corporate social responsibility an implementation guide for business. international institute for sustainable development, Canada.
- 28.** Indradewa, R ,Hadi, D. P, (2019). The service quality effect on corporate reputation, customers satisfaction, and loyalty. Journal of Multidisciplinary Academic, 3(3), 51-56.
- 29.** Rawlins, B. (2008). Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency. Journal of public relations research, 21(1), 71-99.
- 30.** Rop, L., & Kwasira, J. (2015). Influence of talent attraction on organizational performance in public University Campuses in County Government of Nakuru, Kenya. Int. J. Manag. Inf. Technol, 10(8), 2453-2460.
- 31.** Shrivastava, Leena, (2000)Corporate social responsibility, Jharkhand Rai University.