

دور المسؤولية الاجتماعية في تفعيل وتطوير جودة الخدمات: دراسة ميدانية مؤسسة موبيليس

The role of social responsibility in activating and developing the quality of services

- Field study Mobilis Corporation -

محمد شتوح*

مخبر سياسة التنمية الريفية في السهوب، جامعة الجلفة - الجزائر

med.chettouh@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/05/10

تاريخ القبول للنشر: 2022/04/30

تاريخ الاستلام: 2022/03/30

ملخص:

أصبح بقاء المؤسسات واستمرارها من خلال شدة المنافسة، وكذلك نجاحها لا يتأتى إلا باستخدام مواردها المادية والبشرية، ويتناول هذا البحث دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وقياس أثرها في متطلبات جودة الخدمات من خلال الأبعاد (الأمان، الاستجابة، الاعتمادية، الجوانب المادية الملموسة، والتعاطف).

أظهرت الدراسة عدة نتائج من أهمها، وجود علاقة احصائية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية وأبعاد تفعيل متطلبات جودة الخدمات للمؤسسة، وأن المؤسسة تمتلك مستوى مرتفع لجودة الخدمات. كما أوضحت الدراسة بأن هناك تفاوت في دور تطبيق المسؤولية الاجتماعية في تفعيل متطلبات جودة الخدمات للمؤسسة، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تساهم بشكل أكبر من المكونين الآخرين في الاستجابة وكذلك القدرة على الاعتمادية من أجل تطوير وتحقيق جودة الخدمات للمؤسسة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الاستجابة، الاعتمادية، الأمان، جودة الخدمات.

تصنيف JEL: M15 ؛ M14

Abstract:

The organization's existence and its success could be achieved unless through the intensity of competition, as well as, can be achieved only through the use of their booth material and human resources. This research examines the relationship between social responsibility and measuring their impact on service quality requirements through dimensions (security, response, reliability, concrete material aspects, empathy).

The study showed several results, the most important is a statistical relationship between the application of social responsibility and the dimensions of activating the requirements of the quality of services for the organization; and the organization has a high level of quality of services. The study also showed that there is a disparity in the role of applying social responsibility in activating the requirements of the quality of services of the organization, since social responsibility contributes more than the other two components to the response as well as the ability to be reliable in order to develop and achieve the quality of services of the organization.

Keywords: social responsibility; response; reliability; security; quality of services.

Jel Classification Codes: M15 ; M14.

* المؤلف المراسل.

كان في السابق الهدف الرئيسي لأي منظمة هو تعظيم الربح، ولكن تغيرت النظرة في مجال إدارة الاعمال فأصبح هدفها هو البقاء والاستمرارية في ظل المنافسة الشديدة ، لأن الزمن الذي تعيشه تغير وما كان مقبولا بالأمس البعيد أصبح من المنوعات اليوم، فالكل متفق على أنه من حق هذه المنظمات أن ترفع من أرباحها، ولكن في الوقت نفسه يجب أن تنتبه جيدا على أثر أفعالها على المجتمع الذي تنشط فيه، وأكثر يجب أن تضع رفاهية ومصلحة المجتمع ضمن أهدافها الأساسية، وهذا ما أصبح يعرف" المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، فالمسؤولية الاجتماعية حقيقة نظرية وميدانية اثبتتها تنظير طويل استسقى اصوله من واقع تشابك الادوار الاقتصادية والثقافية والادارية والاجتماعية للمنظمة، اذ فرضت مقارنة المسؤولية الاجتماعية للمنظمة نفسها في محيط العلاقات والتسيير الاداري والاقتصادي للمنظمات، فأصبح يفاضل بينها ليس فقط على أساس السعر كما كان عليه في السابق وإنما يختار المنتجات ذات الجودة العالية.

وكون الخدمات أوجه نشاط غير ملموسة فإنها تعتمد على الطاقات البشرية بشكل أكبر من السلع الصناعية، حيث تتميز الخدمات بأنها غير ملموسة وغير منفصلة وغير قابلة للتخزين ومتباينة وغير متجانسة، ويأتي دور الإدارة التي تحرص على تقديم خدمات ذات جودة عالية، وهذا ما أوجب أن تكون هناك إدارة مسؤولة تقوم بمتابعة التغيرات الداخلية والخارجية وإجراء الدراسات اللازمة ومنه التغير المناسب من أجل التحسين المستمر في خدماتها والحصول على الجودة.

1.1 إشكالية البحث:

أصبحت آلية المسؤولية الاجتماعية من أهم النظم الفعالة لتحقيق جودة الخدمات التي تم ابتكارها في ظل ثورة تكنولوجيا نظم المعلومات والاتصالات لخصوصيتها وأهميتها في توفير المعلومات المفيدة باعتبارها تمثل موردا استراتيجيا التي تزايد الاهتمام بتطويرها وتنميتها ، لاسيما وان جودة الخدمات أصبحت تلعب دورا مهما وفعالا في عملية النهوض والتنمية الاقتصادية، وانطلاقا مما سبق، نحاول في هذه الدراسة صياغة مشكلة الدراسة من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي:

إلى أي مدى يمكن أن تساهم المسؤولية الاجتماعية في تفعيل وتطوير متطلبات جودة الخدمات؟

2.1 أسئلة البحث: من خلال هذه الاشكالية الرئيسية يمكن تجزئتها إلى أسئلة فرعية:

- ❖ ما طبيعة المسؤولية الاجتماعية؟ وما هي أبعاد المسؤولية الاجتماعية؟.
- ❖ ماذا نعني بجودة الخدمات؟ وما هي أهم مقاييس جودة الخدمات؟.
- ❖ ما هو دور وأهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لمتطلبات جودة الخدمات؟.

3.1 فرضيات البحث:

- ❖ الفرضية الرئيسية الأولى : تتحقق متطلبات جودة الخدمات بتوفير تطبيق المسؤولية الاجتماعية وإعطاء دور مميز واهتمام من قبل الإدارات العليا.
- ❖ الفرضية الرئيسية الثانية : توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات، وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:
- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات.
- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات.
- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين البعد الانساني للمسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات.
- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات.

❖ الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد علاقة تأثير ذو دلالة معنوية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات

جودة الخدمات، وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في تحسين الامان؛
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاستجابة؛
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في القدرة على الاعتمادية؛
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في تسهيل الجوانب المادية الملموسة؛
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في العناية من جانب التعاطف.

4.1. أهداف البحث

❖ التركيز على مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية وأبرز أبعادها؛

❖ الاهتمام على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومتطلبات تحقيق جودة الخدمات بأبعادها في المؤسسة محل الدراسة؛

❖ التعرف على الأبعاد الأكثر توافقا مع المسؤولية الاجتماعية.

5.1. أهمية البحث: تتجلى الدراسة أهميتها من خلال مجال أكثر دقة، مدى توافقه مع تطبيق المسؤولية الاجتماعية من جهة تحديد منهجية الدراسات النظرية، ومن جهة تحقيق الأهداف التي تُوشر على مدى توافق تطبيق المسؤولية الاجتماعية في أبعاد جودة الخدمات، ومن ثم تقديم التوصيات.

6.1. منهجية البحث: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع المعلومات حول موضوع الدراسة للخروج بنتائج عن الإشكالية العلمية المدروسة في الجانب النظري، تم الاعتماد منهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي، على مؤسسة مؤسسة موبيليس وتحليل النتائج باستخدام برنامج الاحصائي الرياضي (SPSS).

2. المسؤولية الاجتماعية:

إن مسؤولية المنظمات قد تطورت تاريخيا تحت تأثير الضغوطات الاجتماعية والبيئية والاصلاحات التشريعية التي فرضت ترابطا وثيقا بين الممارسات المسؤولة اجتماعيا وبيئيا امام بقاء واستمرارية المنظمة مما جعل المسؤولية الاجتماعية حقيقة نظرية وميدانية.

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تعددت التعاريف للمسؤولية الاجتماعية وسنستعرض أهمها:

تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي و المجتمع بشكل عام (هادف إلى تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف) (Summit, 2002, p. 05).

أما من الناحية الاصطلاحية تعرف بأنها المعيار الاجتماعي الذي يقرر أن الأسرة أو الجماعة الاجتماعية الأكبر منها تعتبر مسؤولة عن سلوك أعضائها ولا بد من وضع هذه الجماعة في الاعتبار إذا ارتكب العضو أو مجموعة من الأعضاء أي سلوك انحرافي (غيث، 2006، صفحة 63).

وتعرف أيضا المسؤولية الاجتماعية " بمجموعة القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع التي تمثل في نهاية الأمر جزءا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها كجزء من إستراتيجيتها (البكري، 2001 ، صفحة 27).

ويشير Bernan إلى أن الوصول إلى تشخيص متكامل للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة في حقيقة الأمر ليس بالعملية السهلة، بل إنها معقدة جدا يرجع هذا في الأساس إلى أمرين الأول يتمثل في وجود عدد كبير من أصحاب المصالح الذين تتعدد أهدافهم وتباين بل وتناقض أحيانا، والثاني وجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع من هذه المؤسسات و مدى تصوره حول إمكانيات ما تقدمه مؤسساتهم للمجتمع (الغالي و العامري، 2015 ، الصفحات 48-49).

وعرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها: "تعهد الشركة على الإسهام بالتنمية الاقتصادية المستدامة، والتعامل مع العاملين وممثليها والمجتمع المحلي بشكل طوعي، من أجل تحسين جودة الحياة بأسلوب يعود بالفائدة على الشركة والتنمية (Anto & Astuti, 2008, p. 19) .

كما عرفت على أنها قيام المنظمات بوضع البرامج والأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق أهداف اجتماعية تتكامل مع الأهداف الاقتصادية (نجم، 2006، صفحة 201).

وعرفت كذلك أنها التزام متخذي القرارات بالقيام بنشاطات من شأنها حماية وتحسين المجتمع بشكل عام بالإضافة إلى تنمية وحماية مصالحهم الشخصية (محمد، 2007 ، صفحة 91).

وعرفها المجلس العالمي للأعمال من اجل التنمية المستدامة على انها: "الالتزام مؤسسات الاعمال المتواصل للسلوك الاخلاقي وللمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة واسرها فضلا عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة " (جعدي و العربي، 2003، صفحة 02).

وطرح Holms وجهة نظر أخرى بشأن المسؤولية الاجتماعية واعتبرها التزاما على المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل به وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ، ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان المواصلات وغيرها (الغالي و العامري، 2015 ، صفحة 49).

وبالنسبة للتعريف السابقة فقد شملت كل الجوانب الأساسية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية من حيث أنها التزام وواجب المؤسسة بهدف خدمة الاقتصاد والتنمية معا عن طريق الاهتمام بالأطراف الداخلية للمؤسسة كالعاملين والأطراف الخارجية كأفراد المجتمع والبيئة معا في تحقيق الأهداف ، ولكن لم يتم تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال هذه المسؤولية في جوهرها أدبية ومعنوية، أي أن المسؤولية الاجتماعية غامضة المفهوم ولا يوجد تعريف بشكل محدد ودقيق .

2.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

توجد أربع أبعاد للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر الباحثين وهي كما يلي (وهيبة، 2014 ، الصفحات 79-80):

1.2.2 البعد الاقتصادي:

حيث تمارس منظمة الأعمال أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفعالية ، وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع وخدمات بنوعية راقية، وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الانتاج المختلفة ، بتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية. بأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين (مخلوفي و سفيان، صفحة 07).

2.2.2 البعد القانوني:

حيث يندرج في هذا الإطار الالتزام الطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع، سواء كان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها، يشمل مجموعة متنوعة من الجوانب المتعلقة بتأثير عمليات المؤسسة على الافراد داخل وخارج المنظمة، مثل علاقات العمل السليمة (دحماني، 2016، صفحة 04).

3.2.2 البعد الاخلاقي:

التي تراعي من خلاله منظمة الأعمال الجانب الأخلاقي في كل قراراتها ومسارها في الصناعة التي تعمل فيها، تجنباً لأي ضرر قد يلحق المجتمع، مجموع سلوكيات ونشاطات ليست بالضرورة موحدة في إطار قانوني ولكن كأعضاء في المجتمع ننتظر من المؤسسة القيام بها.

4.2.2 البعد الانساني:

الذي يشمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف إلى الربح، كما قد تتبنى المنظمة قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها، وهي المنافع المزاي التي يرغب المجتمع الحصول عليها من المؤسسة كالدعم المقدم لمشاريع المجتمع المحلي والأنشطة الخيرية، وهذا البعد يساهم في تعزيز صورة المؤسسة في ذهن المواطن (الحمدي، 2003، الصفحات 37-38).

ويمكن حصر الأبعاد في بعدين هما البعد الخارجي والبعد الداخلي:

❖ **البعد الخارجي:** أنه يمكن اعتبار الأبعاد الخارجية في إطار قياسات مختلفة وفق اعتبار طبيعة المنظمة ونشاطها، وكيف يمكن أن تؤثر هذه المكونات على كل فئة من المستفيدين في البيئة، وهذه المكونات هي (الغالب والعامري، 2008، صفحة 81):

❖ البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الخيري؛

❖ **البعد الداخلي:** أن عناصر المسؤولية الاجتماعية تتكون من ثلاث متغيرات وهي (سيد، 1986، الصفحات 44-47):
(الاهتمام، الفهم، المشاركة)

3.2 معايير قياس المسؤولية الاجتماعية:

هناك جملة من المعايير التي تساعد في قياس المسؤولية الاجتماعية: (عبدالقادر ومقدم، صفحة 10)

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

❖ مدى الالتزام تجاه حماية البيئة.

❖ مدى الاندماج في المجتمع والمساهمة في التنمية المجتمعية.

❖ مدى الاستثمار في البحث والتطوير.

❖ مدى احترام حقوق الإنسان ومراعاة القواعد الأخلاقية (عدم التورط في الرشوة والفساد).

كما أن هناك معايير دولية لقياس المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كالأيزو ISO 26000 الذي يشمل حقوق الإنسان، الحقوق العمالية وممارسات العمل، حماية البيئة، حقوق المستهلك، التنمية والمشاركة المجتمعية يمكن القول أن الدور الاجتماعي للمنظمات في تزايد مستمر بفضل تنامي الوعي لدى العملاء ولدى كل الفاعلين في المجتمع، ولا مفر إلا أن تأخذ هذه المنظمات هذه الظاهرة بعين الاعتبار وتحاول أن تجد لها مكانة في المجتمع قبل أن تجد لها مكانة في مجال الأعمال.

3.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

أن وجهات النظر التي اختلفت حول تبني المسؤولية الاجتماعية من عدم تبنيها بالنسبة للمؤسسة الاجتماعية عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات والتي تنعكس إيجابا على كل من المنظمة والمجتمع بشكل عام.

1.3.2 بالنسبة للمؤسسة:

- ❖ المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي مع المجتمع وغيرها (الغالي و العامري، 2015 ، صفحة 52)؛
- ❖ زيادة الفوائد الاستثمارية والأرباح؛
- ❖ استقطاب العمالة المميزة و الاحتفاظ بها، زيادة إنتاجية العاملين وكسب رضاهم وتحقيق ولائهم؛
- ❖ تشكيل صورة ذهنية إيجابية عامة لدى أكبر عدد ممكن من العملاء و ضمان ولائهم للمؤسسة؛
- ❖ تحسين علاقات المؤسسة مع عناصر البيئة الخارجية (ناصر و علي، 2013 ، صفحة 24) .

2.3.2 بالنسبة للمجتمع:

- ❖ وتمثل الأهمية في ما يلي (ناصر و علي، 2013 ، صفحة 25):
- ❖ تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة لسيطرة مفاهيم العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص وانتشار ثقافة تنظيمية رائدة
- ❖ على قاعدة المسؤولية الاجتماعية.
- ❖ تحسين نوعية الحياة في المجتمع ، كالمساعدة في حل مشاكل البطالة والفقر، وتحسين الخدمات الصحية والتعليمية،
- ❖ وزيادة المداخيل والتعويضات للعاملين وعليه تحسين مستوى المعيشة.
- ❖ تحقيق التفاعل والترابط الإيجابي بين المؤسسة ومؤسسات المجتمع الأهلي .

3. جودة الخدمات:

الخدمات هي أوجه نشاط غير ملموسة وبالتالي تعتمد على الطاقات البشرية بشكل أكبر من السلع الصناعية وهنا يأتي دور الإدارة التي تحرص على تقديم خدمات ذات جودة عالية، وذلك بخلق المناخ المناسب الذي يمكنها من ممارسة دورها في خدمة الزبائن بكل كفاءة واقتدار.

1.3 مفهوم جودة الخدمة:

هناك العديد من التعريفات بالنسبة لجودة الخدمات وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات الزبائن عند البحث عن جودة الخدمات المطلوبة، وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة.

تعرف جودة الخدمة: "بالتفوق على توقعات الزبون أي يقصد بجودة الخدمة في هذا التعريف بأن المؤسسة تتفوق في خدماتها التي تؤديها فعليا على مستوى التوقعات التي يتحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات (ويليامز، 1999 ، صفحة 03)." وتعرف أيضا جودة الخدمة على أنها: "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت متوقعة أو مدركة، أي التي يتوقعها الزبائن أو يدركونها في الواقع الفعلي ، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه، حيث يعتبر في نفس الوقت من الأولويات الرئيسية التي تزيد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها (الدرادكة و آخرون، 2001 ، صفحة 143)." .

وتعرف أيضا: "أنها ذلك الفرق الذي يفصل الزبون عن الخدمة، والجودة التي يحس بها بعد استعماله للخدمة أو بعد تقديمها له (Taker & Michel, 1992, p. 45) وتعني أيضا "مقابلة حاجات ومتطلبات الزبائن، وتسليمهم مستوى مناسباً من الخدمة بناء على توقعاتهم التي تدل على رغبتهم وأمانهم الناتجة عن التجربة السابقة مع المؤسسة ومزيجها التسويقي

والاتصالات الشخصية وهي بمثابة حكم ذاتي للزبون وتنتج عن المقارنة بين توقعاته للخدمة مع إدراكه للخدمة الفعلية المقدمة إليه" (Dale & Bunney, 1999, p. 79)

كما تعني أيضا جودة الخدمة " التركيز على مقابلة الاحتياجات والمتطلبات، وتوضيح كيفية تسليمها بشكل جيد بناء على توقعات الزبائن، أي أن جودة الخدمة المدركة هي الاتجاه الذي يحدد وجهة نظر الزبون تجاه ما قدم له، ووجهة النظر هذه ناتجة عن مقارنة توقعات الزبائن مع إدراكهم الأداء الفعلي للخدمة" (Lewis, Orledge, & Mitchell, 1994, p. 25).

وتعني بها أنها ركزت في مفهومها لجودة الخدمة حول حقيقة أنها حكم أو تقدير شخصي يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة، ويعني ذلك أن أي تعريف للجودة يجب أن يكون من منظور العميل (فتحي، 2006 ، صفحة 39).

وتعرف جودة الخدمة أيضا على أنها: "تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وصوره تفوق قدرة المنافسين الآخرين (حمود، 2002 ، صفحة 215).

ومن التعاريف السابقة يمكن القول أن جودة الخدمة هي ذلك التفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة حيث يرى الزبون بأن جودة الخدمة مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة.

2.3 أهمية جودة الخدمة

تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي (الدرادكة وآخرون، 2001 ، صفحة 151):

- ❖ نمو مجال الخدمة: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات، فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدمانية مازالت في نمو متزايد ومستمر.
- ❖ ازدياد المنافسة: إن تزايد عدد المؤسسات سوف يؤدي إلى وجود منافسة شديدة بينها لذلك فإن الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.
- ❖ المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المؤسسات في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها، لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل جذب زبائن جدد فقط، ولكن يجب لذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.
- ❖ فهم الزبون: إن الزبائن يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للزبون .

3.3 مؤشرات تقييم جودة الخدمة (مقاييس جودة الخدمات)

- ❖ أهم المؤشرات التي يعتمد عليها في تفسير (قياس) جودة الخدمة ما يلي (الضمور، 2005، الصفحات 443-446):
- ❖ الاعتمادية: وهي القدرة على تقديم خدمة تكون ما وعدت به المؤسسة أي أن تكون بشكل يمكن الاعتماد عليها ، ويكون بدرجة عالية من الدقة، فالزبون يتوقع أن تقدم له خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت والأداء، كما تم وعده من قبل، بالإضافة على اعتماده على مقدم الخدمة في الأداء.
- ❖ مدى إمكانية الحصول على الخدمة: وتتعلق بمدى قدرة ومحاولة المؤسسة تقديم الخدمة في الوقت الذي يريده الزبون وكذلك توفرها في المكان الذي يرغبه .
- ❖ الأمان: وهو يعبر عن درجة الشعور بالأمان في الخدمة المقدمة ومن يقدمها كمثل درجة الأمان المترتبة عن استئجار شقة أو غرفة في فندق.

- ❖ المصدقية: وتتمثل في درجة الثقة التي يضعها الزبون بمقدم الخدمة أي الالتزام بالوعود التي يقدمها مثل ثقة المريض في الجراح بأنه لن يلحق به أضرار عند إجراء العملية .
- ❖ درجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبائن (العاطفة): ويشير هذا المؤشر إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على فهم حاجات الزبون وتحديدها وتزويده بالرعاية والعناية
- ❖ الاستجابة: وتعلق بقدرة مقدم الخدمة على الاستعداد لتقديم الخدمة للزبون بشكل دائم وقدرته على تقديم الخدمة في الوقت الذي يحتاج إليها الزبون.
- ❖ الكفاءة والجدارة: وتعلق بمقدمي الخدمة من حيث مهاراتهم وقدراتهم على التحليل والاستنتاج والمعرفة التي تمكنهم من أداء مهمتهم بشكل جيد. (لعويسات، 2005، صفحة 24)
- ❖ الملموسية: ويشير إلى التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية مثل المعدات ومظهر مقدمي الخدمة وأدوات ووسائل الاتصال معهم .
- ❖ الاتصال: وتعلق بمدى قدرة مقدم الخدمة على شرح خصائص الخدمة للزبون، والدور الذي يجب أن يلعبه الزبون للحصول على الخدمة المطلوبة كأن يطلب من المريض إتباع مجموعة من الإجراءات لتعليمات قبل إجراء العملية الجراحية.

وفي دراسة لاحقة تم دمج هذه المؤشرات في خمسة أبعاد رئيسية للجودة وهي (daudin & cherges, 1996, p. 09)

(الجوانب المادية الملموسة ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الضمان والتعاطف)

الاعتمادية: وتعني القدرة على إنجاز الخدمة بشكل صحيح ودقيق من أول مرة.

الاستجابة: وتعني الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المطلوبة بشكل فوري.

الجوانب المادية الملموسة: ويعني التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للموظفين.

الأمان: وهو توفير الأمن الجسدي والمادي، وبث الثقة في نفوس العملاء عند التعامل.

التعاطف: ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل.

4. منهجية الدراسة التطبيقية

1.4. مؤسسة موبيليس

1.1.4. تعريف بمؤسسة موبيليس

فرع من مجمع إتصالات الجزائر وأول متعامل للهاتف النقال بالجزائر، موبيليس أقرت استقلاليتها كمتعامل منذ

أوت 2003، موبيليس أرادت التمتع كمتعامل أكثر قربا من شركائها وزبائنها، وما زاد ذلك قوة شعارها " أينما كنتم."

هذا الشعار يعد تعهدا بالإصغاء الدائم، ودليلا على إلتزامها بمساهمتها في التقدم الإقتصادي، بالإضافة إلى إحترام التنوع

الثقافي، أداءها لدورها مساهمتها في حماية البيئة وهذا بالرجوع إلى قيمها الأربعة:

الشفافية، الوفاء، الحيوية والإبداع.

إضافة إلى كل خدمات التعبئة الإلكترونية " أرسلني ، راسيمو، رصيدي ، بطاقة التعبئة الخاصة بالمكالمات

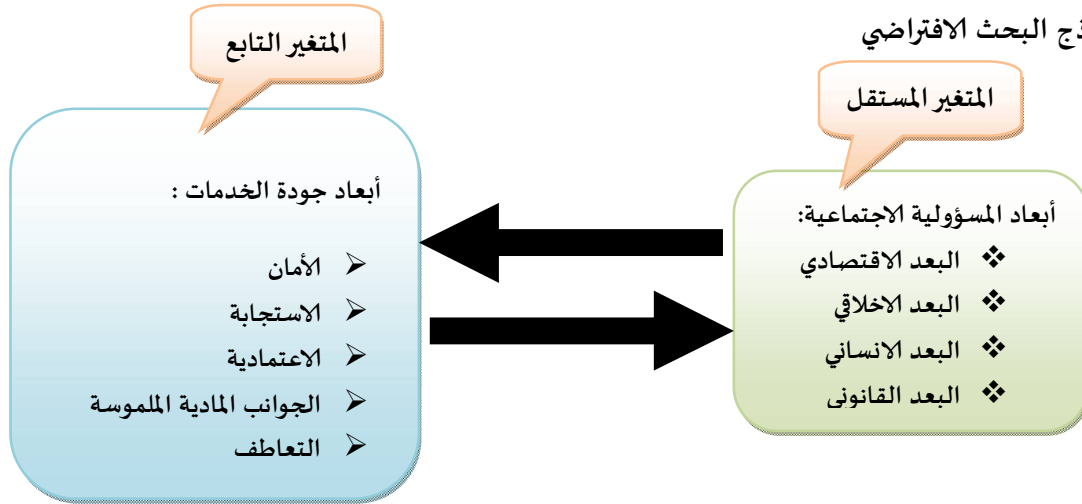
الدولية لمشركي الدفع المسبق، وأرضية خدمات ناجعة وذات جودة عالية.

2.1.4. أهداف المؤسسة

تسعى موبيليس، منذ نشأتها، إلى تحديد أهداف أساسية منها:

- ❖ تقديم أحسن الخدمات؛
- ❖ التكفل الجيد بالمشركين لضمان وفائهم؛
- ❖ الإبداع؛
- ❖ تقديم الجديد بما يتماشى والتطورات التكنولوجية وهذا مامكها تحقيق أرقام أعمال مهمة وتوصلها، في وقت قصير، إلى ضم 20 مليون مشترك.

2.4 نموذج البحث الافتراضي



3.4 وسائل جمع البيانات

ارتكز البحث في جمع البيانات كآلاتي:

- ❖ الجانب النظري : اعتمد للحصول على البيانات والمعلومات على المتوفر والمتاحة من المصادر العربية والأجنبية التي تناولت الموضوع.
- ❖ الجانب العملي : في إطار الجانب العملي اعتمدت الأساليب الآتية:
 - المقابلة الشخصية
 - استمارة الاستبيان:

4.4 الأدوات الإحصائية المستخدمة

جرى استخدام عدد من الأدوات الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات، حيث تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS (version 22 ، لتحليل بيانات الاستبانة، الحصول على مخرجات لجميع أسئلة الاستبانة ، لمعرفة مدى موافقة عينة الدراسة على أسئلة الاستبانة المختلفة.

5.4 عرض النتائج واختبار الفرضيات

1.5.4 تحليل مستوى أهمية المتغيرات الرئيسة للدراسة

يوضح الجدول رقم (1) ترتيب المتغير المستقل والمتغير التابع وفقا لمعطيات نتائج إجابات أفراد العينة بخصوص المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات، وجاء بالمرتبة الأولى المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) بأعلى وسطا حسابيا بلغ (3.789) وانحراف معياري (0.465) ، وجاء بالمرتبة الثانية المتغير التابع جودة الخدمات بوسط حسابي بلغ (3.698) واقل انحراف معياري (0.390)

الجدول رقم (1) ترتيب أهمية مستوى (المتغير المستقل والمتغير التابع)

المتغيرات الرئيسية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الأهمية
المسؤولية الاجتماعية	3.789	0.465	1
جودة الخدمات	3.698	0.390	2

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

2.5.4 تحليل مستوى أهمية المتغيرات الفرعية للدراسة

حددت المتغير المستقل أربعة متغيرات فرعية تشكل مجموعها مقياسا لتحديد مستوى أهمية المسؤولية الاجتماعية وحددت أيضا خمسة متغيرات فرعية للمتغير جودة الخدمات.

ونوضح الأهمية النسبية للمتغيرات الفرعية للدراسة بحسب ورودها في إجابات المبحوثين، إذ تم التحليل الإحصائي الإجمالي وعلى مستوى المتغيرات الفرعية وليس على مستوى الفقرات الواردة في الاستبانة.

❖ تحليل متغيرات المسؤولية الاجتماعية في تحقيق متطلبات جودة الخدمات

إن المتغير (المسؤولية الاجتماعية) يتكون من أربعة متغيرات وهي (البعد الاقتصادي - البعد الأخلاقي - البعد الانساني - البعد القانوني) وجاء ترتيب الأهمية لمتغيرات بالاعتماد على الوسط الحسابي والانحراف المعياري ، إذ يوضح الجدول رقم (1) وسطا حسابيا علما يبلغ (4.514) وهذا يدل على أهمية كبيرة لهذه المتغيرات بالنسبة لعينة الدراسة من خلال الاهتمام بتطبيقات المسؤولية الاجتماعية ودعمها وصولا لتحقيق متطلبات جودة الخدمات، وكان الانحراف المعياري (0.434).

وكما مبين في الجدول رقم (2) أن المتغير الفرعي (البعد الاقتصادي) جاء بالمرتبة الأولى مقارنة مع باقي متغيرات المتغير المستقل، إذ حقق أعلى وسطا حسابيا بلغ (4.823) وهذا يؤكد أهمية البعد الاقتصادي في المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) ويشار إلى أن دعم جودة الخدمات يتطلب الكفاءة والفعالية، واهتملما عاليا سيما وإنما من أهم المتغيرات لتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية، في حين جاء المتغير البعد الانساني بالمرتبة الثانية بوسط حسابي (4.441) وهذا يشير إلى أهمية المسؤولية الاجتماعية في بعدها الانساني وتأكيد الادارات العليا على تلك الأهمية، أما المتغير البعد الأخلاقي جاء بالمرتبة الثالثة بوسط حسابي (4.402)، وأخيرا جاء المتغير البعد القانوني بأدنى الأوساط الحسابية بين متغيرات المسؤولية الاجتماعية بوسط حسابي (4.361) وهذه النتيجة تؤكد أن العينة المبحوثة لا تجد أهمية من المسؤولية الاجتماعية في معرفة القوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع ، وعدم انسجام آراء العينة.

الجدول رقم (2) : ترتيب المتغيرات الفرعية للمتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية

المتغيرات	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	ترتيب المتغيرات	المسؤولية الاجتماعية
البعد الاقتصادي	0.482	4.823	1	
البعد الأخلاقي	0.412	4.402	3	
البعد القانوني	0.390	4.361	4	
البعد الانساني	0.453	4.441	2	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

❖ تحليل متغيرات متطلبات جودة الخدمات

إن المتغير جودة الخدمات يتكون من خلال خمسة متغيرات وهي (الأمان، الاستجابة، الاعتمادية، الجوانب المادية الملموسة، التعاطف)، والجدول رقم (3) يوضح ترتيب أهمية تلك المتغيرات، ويبين أن متغير الاعتمادية ومقارنة مع باقي المتغيرات الفرعية جاء بأعلى وسطا حسابي (3.922) وانحراف معياري (0.929) والذي يدل على انسجام إجابات العينة وإدراكهم لأهمية هذا المتغير ونجاح المسؤولية الاجتماعية بالاعتمادية بانجاز الخدمة في أجمل صورة وبشكل يمكن الاعتماد عليها.

ويكون بدرجة عالية من الدقة أي القدرة على تقديم خدمة تكون ما وعدت به المؤسسة، وجاء في المرتبة الثانية المتغير الاستجابة بوسط حسابي (3.586) وانحراف معياري (0.800) مما يؤكد على وجود الاستعداد لتقديم الخدمة تحسين جودته ومحاولة تقديم خدمات بشكل دائم وقدرته على تقديم الخدمة في الوقت من خلال تطبيق المسؤولية الاجتماعية، وجاء في المرتبة الثالثة المتغير الجوانب المادية الملموسة بوسط حسابي (3.489) وانحراف معياري (0.729) مما سهل لدى المؤسسة الخدمة مثل المعدات ومظهر مقدمي الخدمة وأدوات ووسائل الاتصال، إذ أنها تؤدي بتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تسهيلات المادية للمؤسسة، جاء في المرتبة الرابعة المتغير الأمان بوسط حسابي (3.482) وانحراف معياري (0.625) ويؤشر عدم انسجام العينة، إذ يرون أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية يدعم جودة الخدمات في الأمان مما يسهم في حماية المؤسسة من المخاطر مالية أو تشغيلية أو مخاطر تهديد من قبل المنافسين، وجاء في المرتبة الخامسة والاختيرة التعاطف حسابي (3.454) وانحراف معياري (0.565) مما يؤشر إلى عدم قدرة مقدم الخدمة في فهم الحاجيات والعناية بها وهذا حسب آراء العينة.

الجدول رقم (3): ترتيب المتغيرات الفرعية للمتغير التابع جودة الخدمات

ترتيب المتغيرات	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	جودة الخدمات
4	0.625	3.482	الأمان
2	0.800	3.586	الاستجابة
1	0.929	3.922	الاعتمادية
3	0.729	3.489	الجوانب المادية الملموسة
5	0.565	3.454	التعاطف

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

3.5.4 اختبار علاقات التأثير بين المتغيرات الرئيسية للدراسة باستخدام تحليل الانحدار

H_1 : يوجد علاقة تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها على جودة الخدمات

الجدول رقم (5): اختبار علاقة التأثير بين المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) والتغير التابع (جودة الخدمات)

Sig مستوى الدلالة	F المحسوبة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	أثر للمسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات
0.01	57.586	0.749	0.865	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (5) أن قيمة (F) المقدره بـ 57.586 أكبر من قيمتها الجدولية المقدره بـ 2.32 عند مستوى دلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات أما قيمة معامل التحديد (R^2) والذي يفسر نسبة التغير الاجمالي في المتغير التابع والمقدره بـ 0.749 أذ يتضح أن المسؤولية الاجتماعية قادرة على تفسير ما نسبته 74.9% من التغيرات التي تطرأ على جودة الخدمات ، أما النسبة المتبقية المقدره بـ 25.1% تعني اسهام متغيرات أخرى غير داخله في نموذج الدراسة، وتلك النتائج تشير إلى أهمية العلاقة بين المتغيرات المدروسة في التمدوج مع ضرورة التأكيد على تفعيل دور المتغير (المسؤولية الاجتماعية) نحو دعم وتحقيق جودة الخدمات .

وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

❖ يوجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية في تحسين الامان

الجدول رقم (6) : اختبار علاقة التأثير بين المتغير المسؤولية الاجتماعية والمتغير تحسين الامان

مستوى الدلالة Sig	F المحسوبة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	أثر للمسؤولية الاجتماعية على تحسين الأمان
0.01	24.82	0.693	0.832	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (6) أن قيمة (F) المقدره بـ 24.82 أكبر من قيمتها الجدولية المقدره بـ 1.02 عند مستوى دلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين الأمان أما قيمة معامل التحديد (R^2) والذي يفسر نسبة التغير الاجمالي في المتغير الفرعي والمقدره بـ 0.693 أذ يتضح أن المسؤولية الاجتماعية قادرة على تفسير ما نسبته 69.3% من التغيرات التي تطرأ على تحسين الأمان ، أما النسبة المتبقية المقدره بـ 30.7% تعني اسهام متغيرات أخرى غير داخله في نموذج الدراسة ، وتلك النتائج تشير إلى أهمية العلاقة بين المتغيرات المدروسة في النموذج مع ضرورة التأكيد على تفعيل دور المتغير (المسؤولية الاجتماعية) نحو تحسين الأمان.

❖ يوجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاستجابة

الجدول رقم (7) : اختبار علاقة التأثير بين المتغير المسؤولية الاجتماعية والمتغير تحقيق الاستجابة

مستوى الدلالة Sig	F المحسوبة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	أثر للمسؤولية الاجتماعية على تحقيق الاستجابة
0.01	67.731	0.715	0.846	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (7) أن قيمة (F) المقدره بـ 67.731 أكبر من قيمتها الجدولية المقدره بـ 2.1 عند مستوى دلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الاستجابة أما قيمة معامل التحديد (R^2) والذي يفسر نسبة التغير الاجمالي في المتغير الفرعي والمقدره بـ 0.715 أذ يتضح أن المسؤولية الاجتماعية قادرة على تفسير ما نسبته 71.5% من التغيرات التي تطرأ على تحقيق الاستجابة، أما النسبة المتبقية المقدره بـ 28.5% تعني اسهام متغيرات أخرى غير داخله في نموذج الدراسة، وتلك النتائج تشير إلى أهمية العلاقة بين المتغيرات المدروسة في النموذج مع ضرورة التأكيد على تفعيل دور المتغير (المسؤولية الاجتماعية) نحو تحقيق الاستجابة.

❖ يوجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية في القدرة على الاعتمادية

الجدول رقم (8) : اختبار علاقة التأثير بين المتغير المسؤولية الاجتماعية والمتغير القدرة على الاعتمادية

مستوى الدلالة Sig	F المحسوبة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	أثر للمسؤولية الاجتماعية في القدرة على الاعتمادية
0.01	28.890	0.698	0.835	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (8) أن قيمة (F) المقدره بـ 28.890 أكبر من قيمتها الجدولية المقدره بـ 2.19 عند مستوى دلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية والقدرة على الاعتمادية أما قيمة معامل التحديد (R^2) والذي يفسر نسبة التغير الاجمالي في المتغير الفرعي والمقدره بـ 0.698 أذ يتضح أن المسؤولية الاجتماعية قادرة على تفسير ما نسبته 69.8% من التغيرات التي تطرأ في القدرة على الاعتمادية، أما النسبة المتبقية المقدره

بـ 30.2 % تعني اسهام متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة، وتلك النتائج تشير إلى أهمية العلاقة بين المتغيرات المدروسة في النموذج مع ضرورة التأكيد على تفعيل دور المتغير (المسؤولية الاجتماعية) نحو تفعيل القدرة على الاعتمادية.

❖ يوجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية في تسهيل الجوانب المادية الملموسة

الجدول رقم (9): اختبار علاقة التأثير بين المتغير المسؤولية الاجتماعية والمتغير تسهيل الجوانب المادية الملموسة

Sig مستوى الدلالة	F المحسوبة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	أثر للمسؤولية الاجتماعية في تسهيل الجوانب المادية الملموسة
0.01	64.408	0.763	0.873	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (8) أن قيمة (F) المقدره بـ 64.408 اكبر من قيمتها الجدولية المقدره بـ 3.11 عند مستوى دلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وتسهيل الجوانب المادية الملموسة أما قيمة معامل التحديد (R^2) والذي يفسر نسبة التغير الاجمالي في المتغير الفرعي والمقدره بـ 0.763 أذ يتضح أن المسؤولية الاجتماعية قادرة على تفسير ما نسبته 76.3 % من التغيرات التي تطرأ في تسهيل الجوانب المادية الملموسة، أما النسبة المتبقية المقدره بـ 23.7 % تعني اسهام متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة، وتلك النتائج تشير إلى أهمية العلاقة بين المتغيرات المدروسة في النموذج مع ضرورة التأكيد على تفعيل دور المتغير (المسؤولية الاجتماعية) نحو اسهامها في تسهيل الجوانب المادية الملموسة.

❖ يوجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية في العناية من جانب التعاطف

الجدول رقم (10): اختبار علاقة التأثير بين المتغير المسؤولية الاجتماعية والمتغير جانب التعاطف

Sig مستوى الدلالة	F المحسوبة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	أثر للمسؤولية الاجتماعية في العناية من جانب التعاطف
0.01	26.855	0.695	0.834	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (9) أن قيمة (F) المقدره بـ 26.855 اكبر من قيمتها الجدولية المقدره بـ 1.61 عند مستوى دلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية والعناية من جانب التعاطف أما قيمة معامل التحديد (R^2) والذي يفسر نسبة التغير الاجمالي في المتغير الفرعي والمقدره بـ 0.695 أذ يتضح أن المسؤولية الاجتماعية قادرة على تفسير ما نسبته 69.5 % من التغيرات التي تطرأ في العناية من جانب التعاطف، أما النسبة المتبقية المقدره بـ 30.5 % تعني اسهام متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة، وتلك النتائج تشير إلى أهمية العلاقة بين المتغيرات المدروسة في النموذج مع ضرورة التأكيد على تفعيل دور المتغير (المسؤولية الاجتماعية) نحو اسهامها في العناية من جانب التعاطف.

يتضح من خلال نتائج تحليل علاقات التأثير بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية والمتغيرات الفرعية للمتغير الرئيسي تحقيق متطلبات جودة الخدمات الآتي:

اولا: إذ توضح نتائج التقدير معنوية الاختبارات الإحصائية والقياسية وهذا مؤشر على قبول الفرضية الرئيسة الثالثة أي توجد علاقة تأثير ذو دلالة معنوية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات، أي كلما زاد التوجه من قبل المؤسسة نحو توفير واستخدام تطبيق المسؤولية الاجتماعية سيؤدي إلى إتاحة فرصة أكبر لتوفير متطلبات جودة خدماتهم.

ثانيا : أظهرت نتائج تقدير العلاقات بين كل متغير والآخر كانت جميعها طردية ، وهذا يعني أنه يزداد كل منهما بزيادة الآخر مما يدل على عدم وجود أي علاقة عكسية بين المتغيرات.

ثالثا : تؤكد النتائج على وجود علاقة تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) والمتغيرات الفرعية للمتغير التابع (متطلبات جودة الخدمات) وهذا يشير الى قبول الفرضية الرئيسية الثالثة والتي مفادها (توجد علاقة تأثير ذو دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات) والفرضيات الفرعية لها:

- ❖ يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية المسؤولية الاجتماعية في تحسين الامان.
- ❖ يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاستجابة.
- ❖ يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية المسؤولية الاجتماعية في القدرة على الاعتمادية.
- ❖ يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لنظام المسؤولية الاجتماعية في تسهيل الجوانب المادية للمموسة.
- ❖ يوجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للمسؤولية الاجتماعية في العناية من جانب التعاطف.

5. خاتمة:

المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة الديناميكية والواقعية وتتصف بالتطور المستمر وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

1.5 النتائج:

- جاءت هذه الدراسة لتحديد أثر المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات بمؤسسة محل الدراسة، حيث توصلت إلى نتائج لا يوجد اتفاق حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة إلا أنه يمكن اعتبارها كما يلي :
- ✓ مدى مساهمة منظمات الأعمال في الكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وتحسين الخدمات الصحية وغيره؛.
 - ✓ تتبنى المنظمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في حدود طاقاتها فيختلف تبنيها لهاته الاخيرة باختلاف القطاع الذي تنشط فيه؛
 - ✓ "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل التزامات بعيدة الأمد تفي المؤسسة بما يعزز صورتها في المجتمع؛
 - ✓ المسؤولية الاجتماعية التزام المؤسسة بأن تضع نصب عينها خلال عملية صنع القرارات الأثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين تحقيق الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة على هذه القرارات؛
 - ✓ يمكن أن نتبنى المسؤولية الاجتماعية من خلال مبادرات والتزامات المنظمة والتي لها تأثير إيجابي على المجتمع أو بعض الفئات في إطار أربعة مستويات اقتصادية، قانونية، أخلاقية وخيرة.
 - ✓ أصبحت المسؤولية الاجتماعية تشكل ركيزة أساسية من الركائز الضرورية التي تقوم عليها الإستراتيجية الصناعية
 - ✓ لجعل المؤسسة الاقتصادية تستجيب للتحويلات التقنية الحديثة المترافقة والناجمة عن العولمة الاقتصادية؛
 - ✓ تمثل جودة الخدمة عنصرا هاما ومحوريا في تشكيل هوية المؤسسة الخدمية، ومهما كانت أهمية الخدمات التي تقدمها هاته الأخيرة، فإنه لا بد لها أن تقوم بالرفع من جودتها للتعبير عن ميزتها التنافسية، وبالتالي كسب زبائن جدد والمحافظة على الحاليين منهم والسعي لتحقيق رضاهم وكسب ولائهم؛

- ✓ تعد جودة الخدمات من الركائز الأساسية للاقتصاد وتحتل أهمية بالغة في البنية الاقتصادية لدورها الحيوي في تكوين القيمة المضافة وتوفير كثير من السلع والخدمات وجذب رؤوس الأموال:
من خلال نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة يمكن استنتاج الآتي:
 - ✓ علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات أظهر المتغير (المسؤولية الاجتماعية) على المستوى الإجمالي وعلى مستوى المتغيرات الفرعية أقوى علاقات ارتباط مع المتغير الفرعي تسهيل لجوانب المادية الملموسة مقارنة مع المتغيرات الفرعية الأخرى.
 - ✓ أظهرت النتائج إن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغير المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات، وهذا يشير إلى قبول الفرضية الرئيسية الثانية والتي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق متطلبات جودة الخدمات.
 - ✓ توجد علاقة تأثير ذو دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق جودة الخدمات (تحسين الامان - تحقيق الاستجابة - القدرة على لاعتمادية - تسهيل الجوانب المادية الملموسة - العناية من جانب التعاطف).
 - ✓ أظهرت نتائج تحليل علاقات الارتباط والتأثير إن العلاقات بين المتغيرات المدروسة كانت جميعها ايجابية يزيد كل منهما بزيادة الآخر مما يدل على عدم وجود أي علاقة سلبية بين المتغيرات.
 - ✓ إن نتائج التحليل الإحصائي جميعها تؤكد قبول الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة والتي مفادها (تتحقق متطلبات جودة الخدمات بتوفير المسؤولية الاجتماعية .
 - ✓ قلة المعرفة عن مفهوم (المسؤولية الاجتماعية) وأهميتها بالنسبة لجودة الخدمات نظرا لحدثة الموضوع وغياب الثقافة الاقتصادية والإدارية للكثير منهم ، إلا أنهم أدركوا أهمية الموضوع وابدوا استعدادهم لامتلاك التقنيات الحديثة ونظم المعلومات والاتصالات لتطبيق المسؤولية الاجتماعية كآلية لدعم جودة الخدمات.
- 2.5 التوصيات: لتفعيل تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في تحقيق متطلبات جودة الخدمات نوصى بما يلي:
- ✓ زيادة وعي المؤسسات ومسؤوليتها بأهمية تحملها للمسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال الندوات والمؤتمرات المشتركة معها؛
 - ✓ ضرورة العمل على إيجاد صيغ إلزامية لهذه المسؤولية من خلال معايير قياسها، ووضع الحوافز عند تحقيق مستويات مقبولة منها؛
 - ✓ إدماج المسؤولية الاجتماعية في رسالة ورؤية وفلسفة المؤسسات وثقافتها، وكذلك ضمن قواعد ومبادئها كما تعمل به المؤسسات العلمية الرائدة؛
 - ✓ لا بد من قوانين واجراءات التي تتكفل بتوفير الشفافية والإفصاح من قبل المنظمات المنفذة في مجال المسؤولية الاجتماعية؛
 - ✓ لا بد من توفير البنية التحتية اللازمة لأداء المنظمات للمسؤولية الاجتماعية وعلى وجه الخصوص الأنظمة وتوفير المعلومات على ضوء الاحتياجات الفعلية للمنظمات وللمجتمع؛
 - ✓ لا بد الاهتمام المنظمة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وانشاء وحدات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل المنظمة والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، وتبادل الخبرة والتجارب العملية فيما بينها لتطبيق أفضل الأساليب كفاءة في مجالات المسؤولية الاجتماعية؛

✓ الحرص على تحقيق وتحسين أداء جودة الخدمات وهذا من أجل تبني الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بصفتها كآلية لتدعيم القرارات والتنبؤ للمستقبل وأداة محفزة لزيادة القيمة والإبداع والابتكار من خلال مراقبة المعلومات المفيدة والتحكم فيها لمواجهة المخاطر والمنافسين في السوق.

6. قائمة المراجع:

1. الخالدي أيمن فتحي. (2006). قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين. فلسطين: مذكرة ماجستير بكلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة.
2. الضمور، ه. ح. (2005). تسويق الخدمات. عمان (الأردن): الطبعة الثانية.
3. الغالي، ط. م. & العامري، ص. م. (2008). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع. عمان (الأردن): ط 2، دار وائل للنشر والتوزيع.
4. بابا القادري، و. وهيب، مقدم. (بلا تاريخ). المسؤولية الاجتماعية ميزة إستراتيجية خالقة للقيمة. جامعة مستغانم.
5. ثامر ياسر البكري. (2001). التسويق والمسؤولية الاجتماعية. عمان (الأردن): دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
6. خضير كاظم حمود. (2002). إدارة الجودة والخدمة العملاء. عمان (الأردن): الطبعة الأولى، دار الميسر للنشر والتوزيع.
7. دحماني، ع. (2016). واقع المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة حالة مؤسسة الاسمنت ومشتقاته لولاية شلف. الملتقى الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة -الواقع الرهانات. جامعة شلف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، أيام 14-15 نوفمبر.
8. ريتشارد ل ولبيامز. (1999). أساسيات إدارة الجودة الشاملة. ترجمة ونشر مكتبة حرير، الطبعة الأولى.
9. سيد، ع. (1986). المسؤولية الاجتماعية والشخصية المسلمة. القاهرة.
10. شريفة جعدي، و عطية العربي. (2003). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل حوكمة الشركات. الملتقى العلمي الدولي حول: البات حوكمة المؤسسات ومتطلبات تحقيق التنمية المستدامة. جامعة ورقلة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
11. طاهر محسن منصور الغالي، و صالح مهدي محسن العامري. (2015). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. عمان (الأردن): ط 4، دار وائل للنشر والتوزيع.
12. فؤاد محمد حسين الحمدي. (2003). الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك (دراسة تحليلية لأراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية). جامعة المستنصرية: اطروحة دكتوراه.
13. مال الدين لعويسات. (2005). إدارة الجودة الشاملة. أبو ظبي: دار هومة.
14. مأمون الدرادكة، و وآخرون. (2001). إدارة الجودة الشاملة. عمان (الأردن): الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
15. محمد جودت ناصر، و الخضري علي. (2013). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل. دمشق: منشورات جامعة دمشق.
16. محمد عاطف غيث. (2006). قاموس علم الاجتماع. الأثرية الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
17. مخلوفي، ع. ا. & سفيان، ب. ع. (s.d). تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعدد الجنسيات. الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. جامعة بشار: كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير.
18. مغربي كامل محمد. (2007). أصالة المبادئ ووظائف المنشأة مع حداثة وتحديات القرن الحادي والعشرين. عمان، دار الفكر، ط 1.
19. مقدم وهيب. (2014). تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري. جامعة وهران: أطروحة دكتوراه في علوم التسيير غير منشورة.
20. نجم عبود نجم. (2006). أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال. عمان (الأردن): الوراق للنشر والتوزيع.
21. Anto, m., & Astuti, D. R. (2008). Persepst Stakeholder terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility. Kasus Pada bank Syariah Di Diy. SINERGI, Vol. 10, No. 1, Januori .
22. Dale, B., & Bunney, H. (1999). Total Quality Management Blueprint. Oxford: Blackwell Business.
23. daudin, J.-J., & charles, T. (1996). les qulits et le contrôle lqualite. paris : conomica.
24. Lewis, R., Orledge, J., & Mitchell, W. (1994). Service quality:students' assessment of banks and building societies. International Journal of Bank Marketing, Vol. 12 N°. 4.
25. Summit, U. a. (2002). on Sustainable Development,Corporate Social Responsibility. Vienna: Implications for Small andMedium Enterprises in Developing Countries.
26. Taker, G., & Michel, L. (1992). Marketing des services. edition de nord.