

أهمية المسؤولية الاجتماعية في إرساء دعائم المقاوالتية من أجل استدامة القطاع السياحي
-دراسة حالة مجموعة من الوكالات السياحية بولاية سطيف-

**The importance of social responsibility in establishing the
foundations of entrepreneurship for the sustainability of the
tourism sector -Case study of a group of tourism agencies in the
province of Setif-**

د.جرموني أسماء

¹ جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، asma.djarmouni@gmail.com

تاريخ التسليم: 2020/01/03 تاريخ المراجعة: 2020/03/04 تاريخ القبول: 2020/03/25

Abstract

الملخص

This study aimed to try to shed light on the importance and reality of social responsibility in establishing the pillars of entrepreneurship and the extent of its contribution to achieving the sustainability of the tourism sector in the state of Sétif, by conducting a field survey on a sample of thirty (30) tourist agencies in the state using the form, and by conducting a Chi-square test With the help of the SPSS V22 program, the study concluded that social responsibility in its four dimensions (society, environment, employees, and consumers) is of great importance to entrepreneurship, where the environmental dimension comes as a primary importance of 30.80, then followed by the Worth 19.60 hopeful, consumers worth 14.33, while society came after the last place with 13.20.

Key words: social responsibility, contracting, tourism sector, sustainability.

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على أهمية وواقع المسؤولية الاجتماعية في إرساء دعائم المقاوالتية ومدى مساهمتها في تحقيق استدامة القطاع السياحي في ولاية سطيف، وذلك من خلال القيام بمسح ميداني على عينة مكونة من ثلاثين (30) وكالة سياحية بالولاية باستخدام الاستمارة، وإجراء اختبار ²كا² بالاستعانة ببرنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية في نسخته 22 (SPSS V22) توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الأربعة (المجتمع، البيئة، العاملين، المستهلكين) أهمية كبيرة على المقاوالتية، حيث يأتي البعد البيئي كأهمية أولى بقيمة 30.80، ثم تلاه العاملون بقيمة 19.60، والمستهلكين بقيمة 14.33، في حين جاء بعد المجتمع في المرتبة الأخيرة بقيمة 13.20.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المقاوالتية، القطاع السياحي، الاستدامة.

1. مقدمة:

إن التطور الكبير الذي يشهده العالم اليوم في شتى مجالات الحياة الاقتصادية والمؤسسية، غير طريقة التفكير الكلاسيكية في كيفية زيادة الأرباح وكسب ميزة تنافسية من التركيز على الأرباح فقط، إلى تبني مفاهيم جديدة متمثلة في المسؤولية الاجتماعية التي أصبحت تقيّم على أساسها المؤسسات في مدى نجاحها واستدامتها.

وقد أصبحت هذه المسؤولية الاجتماعية للشركات السياحية بصفة عامة والمقولة بصفة خاصة تلعب دورا أساسيا في تقليل حجم المشاكل الاجتماعية والبيئية التي تتجم عنها، كما أن لها دورا كبيرا في نجاحها وبقائها لفترات طويلة وخاصة في ظل زيادة حدة المنافسة، لذا أصبح إلزاما على المقاولات أن تضاعف جهودها وأن تسعى نحو بناء علاقات استراتيجية أكثر عمقا مع الأطراف المستفيدة من عملاء وعاملين ومستثمرين ومنظمات حكومية وغير حكومية ومجتمع محلي، ذلك أن تقييم أداء المؤسسات أصبح يتعدى الأداء الاقتصادي والمالي إلى بيان مقدار ما ساهمت به تلك المقاولات في نطاق الاهتمام بالنشاط الاجتماعي حتى تصبح المقولة مسؤولة اجتماعيا.

من خلال ما سبق يمكن إدراج إشكالية الدراسة في السؤال الجوهرى التالي:

ما مدى مساهمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في إرساء مبادئ المقاولاتية من أجل استدامة

القطاع السياحي في ولاية سطيف؟

للإجابة على هذه الإشكالية يمكن صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

تساهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية في إرساء مبادئ المقاولاتية بدرجة كبيرة في القطاع السياحي.

ويندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

والمقاولاتية السياحية عند مستوى دلالة $\alpha (0.05)$ ؛

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

والمقاولاتية السياحية عند مستوى دلالة $\alpha (0.05)$ ؛

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين والمقاولات السياحية عند مستوى دلالة $\alpha (0.05)$ ؛

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين والمقاولات السياحية عند مستوى دلالة $\alpha (0.05)$.

أهمية الدراسة: تتجلى أهمية الدراسة في تبيان واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكيفية تبنيها من أجل ديمومتها واستمرارها، خاصة في ظل المنافسة التي تشهدها البيئة المتغيرة، وقد تم تسليط الضوء على المقاولات في المجال السياحي باعتبارها المحرك الرئيسي لهذا القطاع ودفع عجلة تنميته، كما يكتسي البحث أهميته ليس فقط بمحدودية البحوث في هذا المجال وإنما من خلال الدراسة الميدانية الاستقرائية لابرز مدى أهمية تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية من أجل استدامة المقاولات السياحية.

منهج البحث: يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي من أجل وصف متغيرات الدراسة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وعناصرها وكذا المقاولاتية، إضافة إلى تحليل نتائج الدراسة باستخدام مقياس ليكارت الخماسي حول مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية في المقاولات السياحية وذلك باستطلاع الآراء ل 30 عينة عبر استبيان للدراسة.

2. مفاهيم حول المقاولاتية

أصبحت المقاولاتية سمة أساسية من سمات الاقتصاديات المعاصرة، حيث أن التطور التكنولوجي وتقدم الاتصالات وازدياد المعرفة وانتقال الاقتصاد إلى اقتصاد رقمي مترابط، ساهم في ازدياد دور الأفكار الإبداعية وتطلب إشراك الجميع بتنوعهم الثقافي والحضاري لغرض تحقيق النجاح والتقدم على مختلف المستويات.

1.2 مفهوم المقاولاتية: يعد مفهوم المقاولاتية من المفاهيم الأكثر غموضاً، نظراً لأنه يخضع لظروف متغيرة وطبقاً لمجالات عملها، فمحاولة منح المقاولاتية مفهوماً قانونياً محدد باءت بالفشل لما كان الهدف من ورائها إعطاء المقاولاتية مفهوماً جامعاً وشاملاً تدخل فيه جميع أشكال المقاولاتية، ويمكن تعريفها على أنها "نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار وتنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية من أجل استغلال موارد وحالات معينة، فهو مسار يعمل على خلق

شيء ما مختلف والحصول على قيمته بتخصيص الوقت والعمل الضروري مع تحمل الأخطار المالية والنفسية والاجتماعية والحصول على نتائج في شكل رضا مالي وشخصي" (قوجيل، 2016، ص15)، كما أن هناك من يعرف المقاولاتية على أنها "نشاط ديناميكي يسعى إلى خلق وإنشاء وتوسيع أفكار جديدة عن طريق تحديد نقاط الضعف وإيجاد حلول لها، واستغلال نقاط القوة وذلك بمزج المخاطرة والإبداع ضمن مؤسسة جديدة قائمة" (Ramdani, and all , 2020, P.12)، أو هي عبارة عن عملية خلق وإيجاد شيء جديد ذي قيمة مع اعتبار المخاطر والعوائد المصاحبة لهذه العملية من المقاولين أنفسهم، وبهذا فهي القدرة على تقييم الفرص وتطوير خطة المشروع المناسبة ثم تحديد الموارد اللازمة أو المطلوبة لبناء وإدارة المشروع، أي أن هذه الأنشطة والإجراءات تتولد لتكون منظمة ريادية أو مشروع ريادي. (مبارك، 2009، ص129). كما تعد المقاولاتية على أنها "عملية إيجاد منظمة إقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الأرباح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد (الشميمري، المبيريك، 2019، ص24)

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن المقاولاتية هي ذلك النشاط الذي ينصب على إنشاء مشروع جديد و متميز يقدم قيمة مضافة، مع تحمل المخاطر والعوائد المصاحبة لها.

2.2. تعريف المقاول: لا يمكن التكلم عن المقاولاتية دون التطرق إلى مفهوم المقاول، فهو يعد المحرك الرئيسي للمؤسسة، ويعرف على أنه " فرد أو مجموعة من الأفراد نجحوا في تحديد الفرص، من خلال الحصول على الموارد الأساسية وخلق قيمة مضافة." (Janssen,2016 , p.32.) أما المنظور المعاصر للمقاول فهو " عون إجتماعي (فردى أو مؤسساتي) ملتزم، يمكن أن يكتسب خصائصه الاجتماعية أو المهنية، يقوم بأعمال ويجمع الوسائل الضرورية من أجل تنمية المقاولاتية بإنشاء مؤسسة أو دعم التنمية وترقية الظروف المشجعة لبروز الثقافة المقاولاتية" (قوجيل، 2016، ص47).

إن المقاولين في العملية المقاولاتية تختلف الدوافع لديهم، وتتباين المكافآت المرضية لهم، أي أن المقاولين ليس صنفا واحدا، وهناك خمسة مجموعات منهم تصنف كما يلي: (العامري، الغالبي، 2007، ص168).

- **المثاليون:** وهم الذين يحبون العمل الجديد المبدع أو يشعرون أن له معنى و متعة شخصية، وقد بينت بعض الدراسات أن نسبتهم تشكل 24%؛
- **الباحثون عن الأمثلية:** ويرى هؤلاء أن امتلاك عمل معين هو الغاية الأساسية حيث يتحقق لهم الرضا الكامل بهذا التملك والاستقلالية، وتشكل نسبتهم 21%؛

- **المثابرون:** يعمل هؤلاء بجد ومثابرة لساعات طويلة ويسعون إلى زيادة حجم الأعمال والكسب المزيد من الأرباح، وفي الغالب فإن المردود المالي بالإضافة إلى الموقع الاجتماعي يولد لهم مزيد من الرضا، وتشكل نسبتهم 20%؛
- **الشطار:** وهم ذوي طاقات هائلة وهمة عالية، يهتمون بمختلف التفاصيل مهما كانت صغيرة أو عليها محددات وعوائق، وفي العادة هؤلاء طموحون ويصعب إرضائهم، وتصل نسبتهم إلى 20%؛
- **المؤازرون:** وهذه المجموعة تركز على إيجاد موازنة بين عملهم الخاص وحياتهم الشخصية، لذا فهدفهم ليس نمو الأعمال لتصبح الكبيرة لأن ذلك قد يؤثر على حياتهم، وتشكل نسبتهم 15%.

3.2. أهم صور المقاولنية: إن المقاولنية لا تتمثل فقط في قيام شخص معين بإنشاء مؤسسة جديدة، بل هناك عدة أشكال يمكن أن نطلق عليها لفظ المقاولنية وهي: (Janssen, 2016, p.32).

- **مفهوم فرص العمل:** وهنا تطلق لفظ المقاولنية على كل تطور ناتج عن اكتشاف فرص لإنشاء سلع وخدمات مستقبلية؛
- **مفهوم إنشاء المنظمة:** ونقصد بالمقاولنية في هذه النقطة بالعمليات التي تقود إلى ظهور منظمة جديدة، أي النشاطات التي يقوم من خلالها المقاول بتعبئة واستغلال الموارد (مادية، معلوماتية، بشرية،..)؛
- **مفهوم خلق القيمة:** وهو المتعلق بالمزيج فرد/ خلق القيمة، أي أن يكون الفرد في نفس الوقت عاملاً لخلق القيمة، بحيث يقوم بتحديد الطرق والأهداف ومجال وكيفية خلق القيمة؛
- **مفهوم الابتكار:** تعتبر المقاولنية الحلقة المفقودة بين الفكرة وتسييرها، فهي تسمح بالتمييز بين المقاول والمسير ويرجع الابتكار إلى قدرة المقاولين على اقتراح أفكار جديدة.

3. مفهوم المسؤولية الاجتماعية: إن مختلف المؤسسات تجد نفسها وباستمرار تعمل في بيئة حركية واسعة تتربط فيها العلاقات وتتشعب المصالح مع عناصر وأطراف عديدة، مهما اختلف الحجم والدور أو اتسع أو قل المطلوب نظراً لحساسية الجوانب الاجتماعية وانعكاسها المباشر على المؤسسات، فيكفي أن تتدهور المؤسسة بسرعة وتفقد ثقتها من خلال خطأ يرتكب من العاملين أو

الإدارة اتجاه أطراف المجتمع، لذا تحرص الإدارات الفعالة وتعني بشكل كبير في قراراتها خوفاً من حصول هذا الأمر.

1.3. تعريف المسؤولية الاجتماعية: على الرغم من أن المسؤولية الاجتماعية أصبحت جزءاً من إستراتيجية المنظمات الحديثة، إلا أن الفكر الإداري لم يقدم مفهوم محدد وواضح لهذه المسؤولية يتسم بالقبول والعمومية، ذلك أن هذا المفهوم ما زال يحيط به الكثير من الغموض وعدم وضوح الرؤية، ويمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "التزام منظمات الأعمال بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، بما يتضمن التعامل مع العاملين والمجتمع المحلي من أجل تحسين جودة الحياة لهم" (Khanaka, 2014, p.120)، أو هي "مسؤولية المؤسسة اتجاه تحقيق أهداف جميع أصحاب المصالح، المرتبطين بها من عاملين وزبائن ومساهمين ووسائل إعلام ومنظمات المجتمع المدني والبيئة" (عبد الله، 2016، ص 412)، في حين عرفت الأمم المتحدة على أنها "تضمن المؤسسة لاعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وتفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي، والتي تؤدي إلى نجاح استدامة الأعمال" (Sroka, Szanto, 2018, p116)، إلا أن هناك من تناول تعريف المسؤولية الاجتماعية من خلال التفرقة بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة الاجتماعية وذلك وفقاً لمجموعة من الأبعاد، تركز فيها الأولى على اعتبارات أخلاقية وتعتمد على النهايات من الأهداف بشكل التزامات بعيدة المدى، أما الثانية أن المسؤولية الاجتماعية فهي عبارة عن الرد العلمي بوسائل مختلفة على ما يجري من تغيرات وأحداث اجتماعية على المدى المتوسط والقريب. (الصيرفي، 2007، ص 15-16)

وما يمكن استنتاجه من خلال التعاريف السابقة هو أن المسؤولية الاجتماعية للمقاولات تعني بأن ألا تكتفي المقاول باستغلال الموارد المتاحة لها بما تخدم مصالحها الاقتصادية، بل إن مسؤوليتها يجب أن تمتد إلى مواجهة المتطلبات الاجتماعية أيضاً.

2.3 أهمية المسؤولية الاجتماعية: للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة بالنسبة للمقاول والمجتمع والدولة على حد سواء أهمها: (منصور، 2019، ص 131، 132).

- **بالنسبة للمقاول:** تكسب المسؤولية الاجتماعية المؤسسة صورة جيدة وترسيخ المظهر الإيجابي خصوصاً لدى الزبائن والعاملين وأفراد المجتمع بصفة عامة؛ باعتبار أن المسؤولية الاجتماعية مبادرات طوعية تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة؛
- **بالنسبة للمجتمع:** وذلك من خلال زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد، إضافة لاستقرار الاجتماعي وتحسين نوعية الحياة؛

- بالنسبة للدولة: وذلك من خلال تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية، وهو ما يمكن من تحمل المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل المسؤولية الاجتماعية.
- 3.3. مجالات المسؤولية الاجتماعية: صنف الباحثون أربع مجالات يجب على المؤسسات التقيد بها من أجل استدامتها ونموها، وهي: (عبد الله، 2016، ص ص 414-415)
 - المسؤولية الاقتصادية: تتحقق هذه المسؤولية عن طريق تقديم خدمات مطلوبة للمجتمع بتكاليف معقولة وجودة مقبولة، تحقق بذلك عوائد وأرباح تعود على كل من أصحاب رأس المال والعاملين؛
 - المسؤولية القانونية: تندرج تحت الالتزامات القانونية والتشريعات التي تصدرها الدولة، والتي يجب على كل مؤسسة الالتزام والتقيد بها؛
 - المسؤولية الأخلاقية: تعد هذه المسؤولية من الأبعاد غير الملزمة لكنها ضرورية للإسهام في تنمية المجتمع، وتتمثل بصفة عامة في الجوانب القيمية والأخلاقية لسوكات الأفراد؛
 - المسؤولية الخيرية: يشمل هذا النوع من المسؤولية كل ما تساهم به المؤسسة من سلوكيات مقبولة بشكل لا يتعارض مع قيم وأخلاقيات أصحاب المصالح المرتبطة بها؛
 - المسؤولية الانسانية: تعد هذه المسؤولية مكملة للمسؤولية الخيرية، وتتمثل في الأنشطة التطوعية والخيرية التي تساعد في تحسين صورة المؤسسة في المجتمع.
- 4.3. أبعاد المسؤولية الاجتماعية : تشمل المسؤولية الاجتماعية أربع أبعاد متكاملة ومتراصة فيما بينها تتمثل فيما يلي: (فلاق، 2016، ص ص 56-62)
 - المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه العملاء: تحضى هذه الشريحة بأهمية كبيرة لذا تسعى المؤسسة لكسبه وجذب ثقته ورضاه من خلال توفير منتجات ذات جودة عالية وبأسعار تنافسية، إضافة إلى الصدق والشفافية في تعاملاتها وإعلاناتها؛
 - المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه العاملين : والتي تتمثل بالاهتمام بالموارد البشري باعتباره استثمار حقيقي يساهم بصورة فعالة في تحقيق أهداف المؤسسة، تلتزم فيه بتوفير الخدمات اللازمة لتحسين جودة حياة العاملين وذلك من خلال المساهمة في التدريب والتعليم والتكوين والرواتب والأجور، والأمن الوظيفي، والسلامة الصناعية والصحية للعاملين؛
 - المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه المجتمع: ويتمثل هذا النوع من المسؤولية في الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي، مثل المساهمة في تحسين الرفاه الاجتماعي بشكل عام مثل الرعاية الصحية والحد من الأمراض، وإعانات التعليم، والاهتمام بفئة الاحتياجات الخاصة وتوظيفهم، ذلك

أن غالبية هذه الأنشطة تتسم بالاختيارية والطوعية من قبل المؤسسة، وهو ما يعزز استمراريتها وتمييزها وتعاونها مع المجتمع من أجل في تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية المتبادلة؛

• **المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه المحافظة على البيئة:** وهنا يقع على عاتق المؤسسة جزء كبير من المسؤولية في هذا المجال يشمل الرقابة على التلوث نتيجة عمليات الإنتاج ومنع حدوثه وانتشاره، وكذا المحافظة على الموارد الطبيعية والتقليل من الهدر أو التلوث.

4. المقاولاتية والتوجه نحو المسؤولية الاجتماعية في الوكالات السياحية بولاية سطيف

تتضمن الدراسة الميدانية إجراءات الدراسة، إضافة إلى اختبار الفرضيات المتعلقة بمدى مساهمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في إرساء مبادئ المقاولاتية بالوكالات السياحية بولاية سطيف.

1.4: إجراءات الدراسة: نتناول في هذا العنصر منهج الدراسة، مجتمع الدراسة وعينتها، متغيرات الدراسة والأدوات المستخدمة في قياس هذه المتغيرات.

1.1.4 منهج الدراسة: قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة واختبار الفرضيات، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي إذ يعتبر من أنسب المناهج البحثية لتقرير الحقائق وفهم مكونات الدراسة بنوع من الدقة والتفصيل، وقد استندت الدراسة إلى أسلوبين: الأول نظري وقمنا فيه بمراجعة عدد من المصادر الأولية والثانوية من كتب ومقالات ورسائل جامعية والأسلوب الثاني ميداني حيث تم تصميم استبيان وزعت على فئات عينة الدراسة.

2.1.4 مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من الوكالات السياحية بولاية سطيف، وقد تم اختيار 30 منها كعينة الدراسة قمنا بتوزيع الاستمارات عليها.

3.1.4 المعالجة الإحصائية: قمنا بعد جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة بتحليلها باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v22)، حيث تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة هذه الدراسة، وهي كالاتي:

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbch alpha) لحساب درجة ثبات أداة الدراسة؛
- المتوسطات والانحرافات من أجل تحليل نتائج الدراسة؛
- اختبار χ^2 (كا²) عند مستوى معنوية (0.05) لاختبار مدى التزام المقاولات عينة الدراسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية لاختبار الفرضيات.

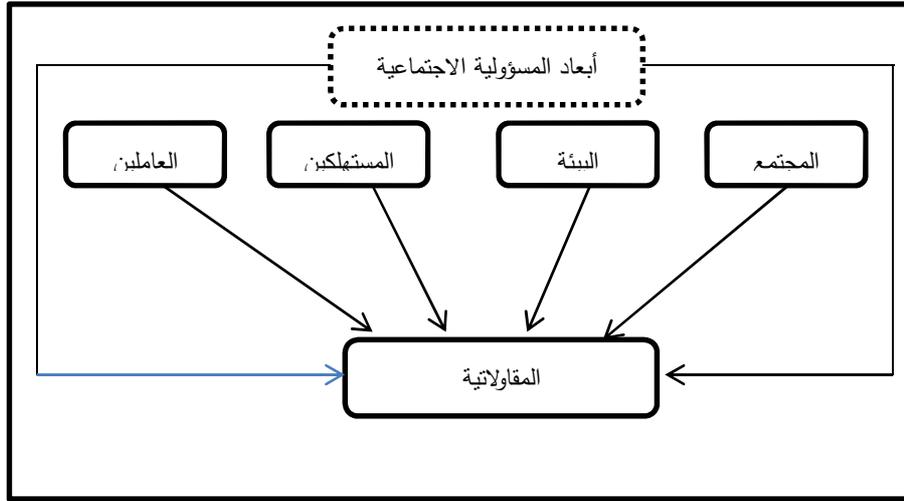
4.1.4 أدوات الدراسة: إن أنسب وسيلة لجمع المعلومات الميدانية لتدعيم الجانب النظري هي الاستبيان، حيث تم إعداد استبيان لجمع المعلومات المتعلقة بمتغير المقولة موجهة للفئات المحددة

في مجتمع وعينة الدراسة وقد بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 30 تم استرجاع 30 منها، وبعد فحصها تم قبولها كاملة.

5.1.4 صدق وثبات أداة الدراسة:

• نموذج الدراسة: تتطلب المعالجة المنهجية لمشكلة الدراسة تصميم نموذج افتراضي كما هو موضح في الشكل رقم 03 والذي يشير إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية بوصفها متغيرا مستقلا والمقالاتية بوصفها متغيرا تابعا، ويفترض النموذج وجود اتجاه واحد من العلاقات التنازلية بين متغيرات النموذج.

الشكل رقم 01: نموذج الدراسة



• ثبات أداة الدراسة: يدل هذا المقياس على مدى ثبات الأداة المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة، ويكون مقبولا إذا كانت قيمة ألفا كرونباخ (Cronbach alpha) مساوية أو أكبر من 60%، وبالإطلاع على نتائج الاختبار الاحصائي والمقدرة ب 70.4% أن البيانات مناسبة لقياس المتغيرات، وأن الاستبانة تتصف بالاتساق الداخلي، وهو ما يعزز استخدامها في الدراسة، وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 02: معمل الثبات الكلي (ألفا كرونباخ)

معامل الثبات	الكلي
عدد العبارات	25

0.704	ألفا كرونباخ
-------	--------------

المصدر: نتائج التحليل SPSS V20

2.4. تحليل ووصف العينة:

تم توزيع استمارة الاستبانة على عينة الدراسة، وقد تم تحليل الخصائص الديمغرافية للعينة من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لخصائصهم الديمغرافية

الخصائص الديمغرافية	الإجابات	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	26	86.66
	أنثى	04	13.33
الفئة العمرية	29-20	07	23.33
	39-30	13	43.33
	49-40	10	33.33
	أكثر من 50	00	00
الدرجة العلمية	ثانوي	05	16.66
	ليسانس	14	46.66
	تقني	05	16.66
	مستويات أخرى	08	26.66
سنوات الخبرة	أقل من 05 سنوات	09	30.00
	من 5-10 سنوات	14	46.66
	من 10-15 سنة	05	16.66
	أكثر من 15 سنة	03	10.00

المصدر: نتائج التحليل SPSS V22.

يتضح من خلال الجدول أن:

- أفراد العينة التي شملتهم الدراسة أغلبهم ذكور بنسبة 86.66% مقابل 13.33% للإناث، وهذا ما يفسر اتجاه أغلب الشباب الذكور إلى هذا النوع من العمل ألا وهو الوكالات السياحية، وذلك راجع إلى صعوبة هذه المشاريع واحتياجها إلى رأس مال ومعاملات خارجية، وهو مالا تميل له أغلبية الإناث؛
- تتراوح أعمار أغلبية أفراد العينة بين 30 سنة و39 سنة بنسبة 43.33%، في حين قدرت نسبة الشباب التي تتراوح أعمارهم بين 20 سنة و29 سنة بـ 23.33%، وترتفع هذه النسبة لتصل إلى

33.33% لمن تتراوح أعمارهم بين 40 سنة و49 سنة، لتتعدم لمن هم أكثر من 50 سنة ، أي أن اتجاه هذا العمل يكون لفئة الشباب أكبر لما له من عمل ورحلات وبذل جهد في العمل؛

- فيما يخص الدرجة العلمية يلاحظ من الجدول أن أفراد العينة التي شملتهم الدراسة مستواهم العلمي مرتفع إلى حد ما، يقدر ب 46.66% من حاملي شهادة ليسانس وهي شريحة المهنيين الأكثر تواجدا في الواقع العملي بالجزائر لأن التحصيل العلمي يكسب المفردات قيما وأخلاقا تسهم إلى حد كبير في تكوين اتجاهات إيجابية أو سلبية نحو موضوع معين؛
- يشير الجدول إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة يحوزون على أقدمية معينة بين 05 سنوات إلى 10 سنوات بنسبة تقدر ب 46.66%، بينما بلغت نسبة أصحاب الأقدمية المهنية التي أقل من 05 سنوات نسبة 30%، أما من هم بين 10 سنوات و15 سنة فقدت نسبتهم ب 16.66%، والتي أكثر من 15 سنة فقد بلغت نسبتها 10%، وتعد هذه النسب ذات دلالة جيدة ومفيدة لتحليل نتائج الدراسة، حيث يفترض أن يكون لدى أفراد العينة الإمام الجيد بالموضوع بحكم خبرتهم وأقدميتهم، وهذا يدل على أن النتائج المتحصل عليها من إجاباتهم نابعة من تجربة وخبرة جيدة تمكنهم من إبداء آرائهم بموضوعية ومهنية في الدراسة.

5. تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

سيتم في هذا المحور تحليل نتائج الدراسة الميدانية باستخدام التكرارات والمتوسطات، إضافة إلى اختبار كا² لتحديد الفروقات بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية والمقاولاتية.

1.5 البعد الأول: المسؤولية الاجتماعية للمقاول السياحية تجاه المجتمع

الجدول رقم 04: تحليل نتائج إجابات المبحوثين حول البعد الأول (المجتمع)

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار					رقم العبارة
			معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
أوافق بشدة	0.509	4.50	00	00	00	14	16	1. عدم الانحياز للتأثير العنصري أو التمييز بين طوائف المجتمع
			00	00	00	46.66%	53.33%	
أوافق بشدة	0.640	4.27	00	00	05	16	09	2. تقديم تبرعات لصالح الجماعات الخيرية والمراكز الثقافية

			00	00	16.66%	53.33%	30%		
أوافق بشدة	0.430	4.23	00	00	03	21	06	3. تبذل المؤسسة جهدها للقضاء على البطالة والفقر عن طريق توفير فرص عمل متكافئة بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة	
			00	00	10%	70%	20%		
أوافق بشدة	0.479	4.33	00	00	00	21	09	4. المساهمة في تنمية المجتمع وتطويره	
			00	00	00	70%	30%		
أوافق بشدة	0.583	4.27	00	00	03	18	09	5. تعزيز الاحترام المتبادل للمعتقدات الأخلاقية والدينية والفلسفية	
			00	00	10%	60%	30%		
أوافق بشدة	0.285	4.32	إجمالي المحور						
القرار : دال			مستوى الدلالة=0.02		درجة الحرية=05		قيمة كا ² =13.20	اختبار كا ²	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V20

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط العام للإجابات قدر ب 4.32 وهو ضمن المجال "أوافق بشدة" وانحراف معياري 0.285 وهي قيمة جيدة تعكس تجانس الإجابات، أي أن للمقابل مسؤولية اجتماعية كبيرة اتجاه المجتمع، حيث نجد أن العبارة " عدم الانحياز للتأثير العنصري أو التمييز بين طوائف المجتمع " تحتل المرتبة الأولى في الترتيب بمتوسط حسابي مقدر ب4.50 وانحراف معيار ب0.509 وهو ما يفسر وجود اجماع في إجابات أفراد العينة في هذه العبارة، وهي ضمن المجال "أوافق بشدة"، وذلك ما تؤكد قيمة كا² المقدرة ب 13.20 وهي دالة عند درجة حرية 05 وبمستوى دلالة قدره (0.02)، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع والمقاولاتية السياحية ، ذلك أن هذا الأخير هو الشريحة الأهم الذي يتطلب من أي مؤسسة مضاعفة حجمها اتجاهه والتركيز عليه من أجل كسب ثقته وبالتالي ولائه ومن ثم ربحيتها، من خلال احترام العادات والتقاليد وخصوصية مختلف الطوائف وقوانينهم وممارساتهم وعاداتهم.

وعليه يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع تساهم في استدامة المقاولاتية السياحية.

2.5 البعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية للمقاول السياحية تجاه البيئة:

الجدول رقم 05: تحليل نتائج إجابات المحوئين حول البعد الثاني(البيئة)

رقم العبارة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
-------------	---------	-----------------	-------------------	---------

			معارض بشدة	معار ض	محايد	موافق	موافق بشدة	
أوافق	0.556	3.97	00	00	04	22	04	1.تعد حماية البيئة المحلية وصيانة الموارد من أهم مرتكزات قيم وثقافة المؤسسة
			00	00	13.33 %	73.33 %	%13.33	
أوافق بشدة	0.407	4.20	00	00	00	23	07	2.تحتزم المؤسسة قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي
			00	00	00	76.66 %	%23.33	
أوافق	0.556	4.03	00	00	04	21	05	3. تساهم المؤسسة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على البيئة
			00	00	13.33 %	70%	%16.66	
أوافق بشدة	0.504	4.43	00	00	00	17	13	4.احترام التراث الطبيعي والتنوع البيولوجي داخل المناطق السياحية
			00	00	00	56.66 %	%43.33	
أوافق	0.699	3.83	00	00	11	16	03	5.تعزيز المعاملات والسلوكيات الايجابية اتجاه البيئة مثل التسويق الأخضر
			00	00	36.66 %	53.33 %	%10	
أوافق	0.343	4.09	إجمالي المحور					

اختبار كا ²	قيمة كا ² =30.80	درجة الحرية=077	مستوى الدلالة=0.00	القرار : دال
------------------------	-----------------------------	-----------------	--------------------	--------------

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V20
من خلال الجدول يتبين أن الاتجاه العام للإجابات في المجال "موافق" بمتوسط حسابي يقدر ب4.09، وإنحراف معياري 0.343، أي أن هناك إجماع وتجانس لإجابات أفراد العينة لمسؤوليتهم اتجاه البيئة، حيث نجد أن العبارة الثانية " احترام التراث الطبيعي والتنوع البيولوجي داخل المناطق

السياحية " تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.43 وانحراف معياري 0.504 محدد في المجال "أوافق بشدة" ، وهو ما يؤكد قيمة كا² المقدرة ب 30.80 وهي دالة عند درجة حرية 07 وبمستوى دلالة قدره (0.00)، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقاولاتية والمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، ذلك لأنها جزء من المجتمع من جهة ونتيجة للقوانين والتحفيزات التي تتيحها الدولة حتمت على هذه المؤسسات الاهتمام بمحيطها وبيئتها مما يكسبها ثقة للمستهلكين، إضافة إلى أن الاهتمام المتوازن بين النشاطات السياحية وحماية مناطق الجذب السياحي والتراث الطبيعي يساهم في تطوير وتنمية البيئة.

وعليه يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة تساهم في استدامة المقاولات السياحية.

3.5 البعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية للمقاول السياحية تجاه السائحين (المستهلكين): فيما يلي التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لاجابات المبحوثين حول المسؤولية الاجتماعية للمقاول السياحية تجاه المستهلكين.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار					رقم العبارة
			معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
أوافق بشدة	0.430	4.23	00	00	00	07	23	1 الصدق في التعاملات مع السائحين بأساليب واضحة ودرجة عالية من الجودة والكفاءة
			00	00	00	23.3%	67.7%	
أوافق بشدة	0.535	4.30	00	00	01	10	19	2. الاستماع للشكاوى والاقتراحات والاستجابة لها في الوقت المناسب
			00	00	3.33 %	33.33 %	63.3%	
أوافق بشدة	0.535	4.30	00	00	01	10	19	3. تتميز إعلانات المؤسسة بالصدق التام عند الترويج لخدماتها
			00	00	3.33 %	33.33 %	63.3%	
أوافق بشدة	0.407	4.20	00	00	00	06	24	4. احترام السائحين عند زيارتهم وتحمل مسؤوليتهم

			حتى مغادرتهم					
			00	00	00	20%	80%	
أوافق بشدة	0.568	4.43	00	00	01	14	15	5. احترام العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية للسائحين
			00	00	3.33	46.7%	50%	
أوافق بشدة	0.300	4.29	إجمالي المحور					

الجدول رقم 06: تحليل نتائج إجابات المبحوثين حول البعد الثالث (المستهلكين)

اختبار كا ²	قيمة كا ² =14.33	درجة الحرية=06	مستوى الدلالة=0.02	القرار: دال
------------------------	-----------------------------	----------------	--------------------	-------------

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V20

نلاحظ من الجدول أن اتجاه إجابات أفراد العينة تتجه نحو المجال "أوافق بشدة" بمتوسط حسابي 4.29 وانحراف معياري 0.300، أي أن هناك إجماع في إجابات أفراد العينة، وتحتمل العبارة "احترام العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية للسائحين" المرتبة الأولى في الترتيب بمتوسط حسابي 4.43 وانحراف معياري 0.568، وهو ما يؤكد قيمة كا² المقدرة ب 14.33 هي دالة عند درجة حرية 06 وبمستوى دلالة قدره (0.02)، وهذا ما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقاولاتية السياحية والمسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين، ذلك أن المقاولاتية تهدف بالدرجة الأولى لإرضاء السياح بتوفير أحسن الخدمات من خلال عروض البيع وجودة الخدمات بأقل الأسعار، وكذا تنظيم آليات التعاون مع الأجهزة الأمنية وحماية السائحين وحقوقهم، في أحسن الظروف إضافة إلى احترام خصوصية كل الطوائف وممارساتهم وعاداتهم، وثقافتهم.

وعليه يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين تساهم في استدامة المقاولاتية السياحية.

4.5 البعد الرابع: المسؤولية الاجتماعية للمقاولاتية السياحية تجاه العاملين: التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لإجابات المبحوثين حول المسؤولية الاجتماعية للمقاولاتية تجاه العاملين

الجدول رقم 07: تحليل نتائج إجابات المبحوثين حول البعد الرابع (العاملين)

رقم العبارة	التكرار					الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاتجاه
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
1. تهدف إدارة المؤسسة إلى توفير ظروف آمنة ومريحة للعاملين فيها	10	19	01	00	00	0.521	4.27	أوافق بشدة

			00	00	3.33%	63.33%	33.33%	
أوافق	0.305	4.10	00	00	00	26	04	2. تعمل إدارة المؤسسة على إقامة دورات تدريبية للعاملين
			00	00	00	86.66%	13.33%	
أوافق	0.461	4.17	00	00	02	21	07	3. أن يحصل العاملين على أجور مماثلة لأجور مؤسسات أخرى
			00	00	6.66%	70%	23.33%	
أوافق بشدة	0.430	4.23	00	00	01	23	06	4. تلتزم المؤسسة بتنفيذ الاتفاقيات التي تيرمها مع عملائها وبالوقت المناسب
			00	00	3.33%	76.66%	20%	
أوافق بشدة	00.43	4.23	00	00	00	25	05	5. توفير رعاية صحية وطبية وحماية من المخاطر والأمراض الناتجة عن العمل
			00	00	00	83.33%	16.66%	
أوافق بشدة	0.277	4.20	إجمالي المحور					
القرار : دال		مستوى الدلالة=0.00		درجة الحرية=05		قيمة كا ² =19.60		اختبار كا ²

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V20

يتضح من الجدول أن المتوسط العام للاجابات قدر ب 4.20 وهو ضمن المجال "أوافق بشدة" وانحراف معياري 0.277 وهي قيمة جيدة تعكس تجانس الإجابات، أي أن للمقاول مسؤولية اجتماعية اتجاه العاملين، حيث نجد أن العبارة " تهدف إدارة المؤسسة إلى توفير ظروف آمنة ومريحة للعاملين فيها " تحتل المرتبة الأولى في الترتيب بمتوسط حسابي مقدر ب4.27 وانحراف معيار ب 0.521 وهو ما يفسر وجود اجماع في إجابات أفراد العينة في هذه العبارة، وهي ضمن المجال "أوافق بشدة"، وهو ما يؤكد قيمة كا² المقدر ب 19.60 وهي دالة عند درجة حرية 05

وبمستوى دلالة قدره (0.00)، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقاولاتية والمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين، ذلك لدورهم الفعال في تحسين صورة المؤسسة من جهة وتسيير نشاط المؤسسة وكسبها لزيائنها وربحياتها وكذا ديمومتها من جهة أخرى، لذا لا بد لها من الاهتمام به والتركيز عليه من أجل جلب أكبر فرص الربح من خلال رفع الروح المعنوية وتحفيزهم، وتوفير ظروف آمنة ومريحة لهم.

وعليه يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين تساهم في استدامة المقولة السياحية.

6. خاتمة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المجتمع، البيئة، المستهلكين، العاملين) على إرساء مبادئ المقاولاتية في القطاع السياحي، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- في ظل التغيرات الحديثة التي تعرفها البيئة المحيطة بالمؤسسة تبرز أهمية المسؤولية الاجتماعية كأداة فعالة لاستدامة المقاولات وبقائها واستمراريتها، من خلال الاهتمام بمختلف أبعادها؛
- أظهرت نتائج الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية بأبعادها تساهم بشكل كبير في المتغير التابع وهو المقاولاتية، وقد ثبت ذلك من خلال نتائج تحليل كاس² والتي قدرت ب 30.80 للبيئة و 19.60 للعاملين و 14.33 للمستهلكين و 13.20 للمجتمع؛
- من خلال الدراسة الميدانية توضح أن المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة كانت لها الأثر الأكبر في المقولة السياحية بمتوسط حسابي 1.914 لتليها كل من العاملين والمستهلكين والمجتمع؛
- تساهم المسؤولية الاجتماعية في حماية كل من المجتمع والبيئة وكذا خدمة السياح وتوفير وملائمة بيئة العمال مما يزيد من فرص نجاح المقاولات واستدامتها؛
- من أهم أسباب استدامة القطاع السياحي بمؤسساته والتي أغلبها مقاولات هو تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث تمركز بعد البيئة في المركز الأول ذلك أن البيئة هي بوابة الجذب السياحي، وتحقيق أكبر فرص للربح.

التوصيات: من خلال نتائج الدراسة يمكن إدراج التوصيات التالية:

- ضرورة تجسيد مبادئ المسؤولية الاجتماعية ضمن المقاولات السياحية؛
- ضرورة تدريس مقاييس خاصة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للتخصصات الخاصة بالسياحة، وتدريب الطلاب عليها؛
- زيادة الوعي والثقافة المنظمية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمقولة السياحية.

7. قائمة المراجع:

1. الشميمري، أحمد بن عبد الرحمن، المبيريك، وفاء بنت ناصر. (2019)، *ريادة الأعمال، الرياض: العبيكان للنشر.*
2. الصيرفي، محمد. (2007). *المسؤولية الاجتماعية للإدارة، مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر.*
3. العامري صالح مهدي محسن، الغالبي طاهر محسن منصور (2007)، *الإدارة والأعمال، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.*
4. عبد الله، أنيس أحمد. (2016). *إدارة التسويق وفق منظور الزبون، عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع.*
5. فلاق، محمد. (2016). *المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.*
6. قوجيل، محمد. (2016). *دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة ورقلة.*
7. مبارك، مجدي عوض. (2009). *الريادة في الأعمال، الأردن: عالم الكتب الحديث.*
8. منصور، عبد القادر منصور. (2019). *المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، منير بن دريدي، مداخلة منشورة ضمن الكتاب الجماعي، المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، برلين: المركز الديمقراطي العربي.*
9. Janssen, Frank. (2016). *Entreprendre, 2^{ème} édition, revue et augmentée, Paris: De Boeck.*
10. Khanaka S.S. (2014). *Business Ethics and Corporate Social Responsibility, New Delhi: S.Chand publishing.*
11. Ramadani, Veland, Hisrich, Robert, (2020) *Organization Mind Of Entrepreneurships, Paris: Edition Springer nature Swiserland.*
12. Sroka, Wlodzimierz, Szanto Richard, (January 2018) *Corporate Social Responsibility and Business Etics in Controversial Sectors: Analysis Of Research Results, Journal of Entrepreneurship, management and innovation.*

7. الملاحق:

الاستبيان:

المحور الأول: معلومات عامة حول المقاول

الجنس ذكر أنثى

الفئة العمرية 29-20 39-30 49-40 أكثر من 50

الدرجة العلمية ثانوي بسانس لي دكتوراه أخرى

سنوات الخدمة أقل من 5 سنوات 10- 15- من 15

المحور الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

البعد الأول: المسؤولية الاجتماعية للمقاول تجاه المجتمع

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
عدم الانحياز للتأثير العنصري أو التمييز بين طوائف المجتمع					
تقديم تبرعات لصالح الجماعات الخيرية والمراكز الثقافية					
تبذل المؤسسة جهودها للقضاء على البطالة والفقر عن طريق توفير فرص عمل متكافئة بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة					
المساهمة في تنمية المجتمع وتطويره					
تعزيز الاحترام المتبادل للمعتقدات الأخلاقية والدينية والفلسفية					

البعد الثاني: المسؤولية الاجتماعية للمقاول تجاه البيئة

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
تعد حماية البيئة المحلية وصيانة الموارد من أهم مرتكزات قيم وثقافة المؤسسة					
تحتزم المؤسسة قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي					
تساهم المؤسسة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على البيئة					
احترام التراث الطبيعي والتنوع البيولوجي داخل					

					المناطق السياحية
					تعزيز المعاملات والسلوكيات الايجابية اتجاه البيئة مثل التسويق الأخضر

البعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية للمقاول تجاه السياحيين (المستهلكين)

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
					الصدق في التعاملات مع السائحين بأساليب واضحة ودرجة عالية من الجودة والكفاءة
					الاستماع للشكاوى والاقتراحات والاستجابة لها في الوقت المناسب
					تتميز إعلانات المؤسسة بالصدق التام عند الترويج لخدماتها
					احترام السائحين عند زيارتهم وتحمل مسؤوليتهم حتى مغادرتهم
					احترام العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية للسائحين

البعد الرابع: المسؤولية الاجتماعية للمقاول تجاه العاملين

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
					تهدف إدارة المؤسسة إلى توفير ظروف آمنة ومريحة للعاملين فيها
					تعمل إدارة المؤسسة على إقامة دورات تدريبية للعاملين
					أن يحصل العاملون على أجور مماثلة لأجور مؤسسات أخرى
					تلتزم المؤسسة بتنفيذ الاتفاقيات التي تبرمها مع عملائها وبالوقت المناسب
					توفير رعاية صحية وطبية وحماية من المخاطر والأمراض الناتجة عن العمل

المحور الثالث: المقاولاتية

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
					لدي القدرة على اكتشاف فرص للعمل وأفكار وأساليب جديدة.
					لدي الرغبة في تحقيق النجاح اعتمادا على ما تم اكتسابه من معارف ومؤهلات علمية ومتفائل رغم عوائق المحيط.
					أبادر بتوفير أحسن الظروف وإتاحة الفرص

					لمن يعملون معي.
					أنا دائما على استعداد لتقديم تضحيات لأجل النجاح وإيجاد حلول جديدة ومبتكرة للمشاكل التي تواجهني.
					أعمل على بناء علاقات جيدة مع الزملاء في العمل والزبائن لتطوير الخدمات المقدمة.