



جامعة قاصدي مرباح _ ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي الطور الثاني

الميدان: علوم اقتصادية وعلوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: تسويق خدمات

من إعداد الطالبة: سامية بن تريح

بعنوان:

واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الخدمية

دراسة حالة مجموعة من وكالات السياحة والأسفار بورقلة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2015/05/25.

أمام اللجنة المكونة من السادة:

- أ/ ميادة قويدري(أستاذ مساعد أ. جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا
أ/ فطيمة كاهي(أستاذ مساعد أ. جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا
أ/ فتيحة علاي (أستاذ مساعد أ. جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2015/2014



جامعة قاصدي مرباح _ ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية وعلوم التسيير وعلوم تجارية
الشعبة: علوم تجارية
التخصص: تسويق خدمات
من إعداد الطالبة: سامية بن تريح

بعنوان:

واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الخدمية دراسة حالة مجموعة من وكالات السياحة والأسفار بورقلة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2015/05/25.

أمام اللجنة المكونة من السادة:

- أ/ ميادة قويدري(أستاذ مساعد أ. جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا
أ/ فطيمة كاهي(أستاذ مساعد أ. جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا
أ/ فتيحة علالي(أستاذ مساعد أ. جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2015/2014

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من كانت شمعة حياتي، والتي تمننت لي النجاح وغمرتني بدعواتها أمي الغالية رحمها الله وأسكنها فسيح جناته، إلى أعز الناس والدي الكريم حفظه الله ورحمته. إلى كل أفراد العائلة إلى الأهل و الأقارب وإلى كل الأصدقاء كل باسمه وإلى كل من ساهم في إنجاز هذا البحث ولو بكلمة تشجيع أهدي لهم ثمرة بحثي هذا. إلى كل زميلاتي في المشوار الدراسي، إلى كل من وسعتهم ذاكرتي و لو تسعهم مذكرتي.

سامية



شكر وعرفان

بعد الحمد والشكر لله عز وجل الذي أمانني على إتمام هذا العمل، أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والامتنان لأستاذة الهشرفة " **كاهي فطيمة** " على دعمها العلمي وتوجيهاتها القيمة وعلى طريقة إشرافها التي تترك مجالاً لإبراز الشخصية العلمية للطالب، فجزاها الله عنا خير الجزاء.

كما أتقدم بالشكر والامتنان لأساتذتي الكرام لما منحوه لنا من رصيدهم الفكري الواسع.

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى السيد مدير مديرية السياحة والصناعة التقليدية بورقلة بالعيد عبد الله على قبوله لإجراء التبرص، وأيضاً إلى السيدين محبوبي العايش و بالمعبدي بوبكر على المساعدة التي قدموها لنا.

ونشكر كذلك جميع عمال وكالات السياحة والأسفار بورقلة محل الدراسة.

سامية

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في مجموعة من وكالات السياحة والأسفار بولاية ورقلة، حيث تم استخدام المنهج الوصفي لملائمته لأغراض الدراسة، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 40 استمارة وزعت على مديري الوظائف الرئيسية بالوكالات وتم استرجاع 33 استمارة قابلة للتحليل. حيث استعين بعدد من الاختبارات الإحصائية لإثبات صحة فرضيات البحث باستخدام البرنامج الإحصائي Spss. ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها: أن مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية لديهم إدراك بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، كذلك أن مديري الوظائف الرئيسية في وكالات السياحة والأسفار بورقلة يولون اهتماما بالبعد القانوني يليها البعد الأخلاقي ثم البعد الخيري ثم البعد الاقتصادي وهذا حسب النتائج المتوصل إليها من إجابات أفراد العينة، كما أثبتت الدراسة الميدانية أن المؤسسات الخدمية محل الدراسة تتبنى كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية، وكالة سياحة، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، بعد اقتصادي، بعد أخلاقي، بعد قانوني، بعد خيري.

Summary:

This study aims to identify the reality of social responsibility in a group of travel agencies and travel Ouargla state, where it was used descriptive approach to suitability for the purposes of the study, and the study was conducted on a sample of 40 form and distributed to the main functions of directors of the agencies have been retrieved 33 form are subject to analysis. Where hired a number of statistical tests to validate the research hypotheses using Spss statistical program. The study found a range of results, including:

The main functions in the service enterprise managers have to recognize the concept of social responsibility, as well as to the main functions in travel agencies and travel managers Ouargla are paying attention to the legal dimension, followed by the ethical dimension and charitable dimension and the economic dimension and this according to the results obtained from the answers respondents, as demonstrated by the field study that service institutions under study adopts all dimensions of social responsibility.

Key words: social responsibility, tourism agency, the dimensions of social responsibility, after economic, ethical dimension, after legal, after a charity.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
III	الإهداء
IV	الشكر
V	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
ب	المقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: عرض الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية
10	المبحث الثاني: مدخل للدراسات السابقة
14	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: المسؤولية الاجتماعية لوكالات السياحة والأسفار بورقلة	
16	تمهيد
17	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
21	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
39	خلاصة الفصل الثاني
40	الخاتمة
43	المراجع
46	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
6	مجالات المسؤولية الاجتماعية	1-1
18	مصادر أسئلة الاستبيان	1-2
19	نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	2-2
21	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية	3-2
24	ترميز مقياس ليكرت الثلاثي	4-2
24	معايير تحديد الاتجاهات	5-2
25	اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الاقتصادي	6-2
26	اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد القانوني	7-2
27	اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الأخلاقي	8-2
28	اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الخيري	9-2
29	مدى إدراك عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة	10-2
30	أهمية كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية	11-2
31	فرق المتوسطات لإجابات العينة تعزى لمتغير الجنس	12-2
32	نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير السن	13-2
32	نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير المؤهل العلمي	14-2
33	نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير الخبرة	15-2
34	نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير الوظيفة	16-2

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل البياني	رقم الشكل
7	استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية	1-1
17	النموذج النظري للدراسة	1-2
22	نسبة الذكور والإناث في إجابات العينة	2-2
22	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	3-2
23	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	4-2
23	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	5-2
24	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	6-2

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
46	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان	01
47	الاستبيان	02

المقدمة

I. مدخل:

شهدت المؤسسات تطورات سريعة وجذرية في بيئة تتسم بالديناميكية حيث لم يعد المجتمع ينظر إلى المؤسسات نظرة تقليدية، ولم يعد تقييم تلك المؤسسات يعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط. بل بدأت نظرة المجتمع تأخذ أبعاداً جديدة نظراً لبروز مفاهيم حديثة ساعدت على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم، ولعل أبرز هذه المفاهيم المسؤولية الاجتماعية. حيث تعد المسؤولية الاجتماعية من الموضوعات التي نالت اهتماماً كبيراً في الدول المتقدمة منذ فترة طويلة، وأدخلته ضمن خططها وقامت بحملات توعية واسعة من أجل حث المؤسسات على تبني هذه المسؤولية والإنفاق على هذا الجانب ومساعدة الحكومات في حل مشكلات المجتمع.

II. إشكالية الدراسة:

ظهرت مفاهيم عديدة كانت موضع نقاش وجدل لدى العديد من المفكرين والكتاب حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وحتى الآن لم يتم التوصل إلى اتفاق محدد بهذا الشأن، فكانت هناك حجج مؤيدة لهذه المسؤولية وحجج أخرى معارضة لها، وبالرغم من غموض هذا المفهوم وعدم الدراية الكافية به من جانب كل من الأفراد والمؤسسات والمجتمع ككل حول المسؤولية الاجتماعية وأبعادها، فقد اتسع نطاق المسؤولية الاجتماعية حالياً وأصبحت المؤسسات وخاصة الخدمية تسعى وراء خلق أو إيجاد نوع من التوازن بين تحقيق الربح ومراعاة اهتمامات المجتمع. ومن هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى تبني المؤسسات الخدمية للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية؟.

ويمكن تقسيم الإشكالية الرئيسية محل الدراسة إلى جملة من الإشكاليات الفرعية التالية:

1. ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟، وما هي أبعادها؟
2. هل يدرك مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟
3. ما أهمية كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية؟
4. ماهو واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية محل الدراسة؟
5. هل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الديمغرافية؟.

III. فرضيات الدراسة:

تمثل الفرضية الرئيسية للدراسة في أنه: "تتبني المؤسسات الخدمية محل الدراسة المسؤولية الاجتماعية.

يمكن تقسيم الفرضية الرئيسية إلى جملة من الفرضيات الفرعية وذلك كما يلي:

- 1 - **الفرضية الأولى:** المسؤولية الاجتماعية هي جملة من الالتزامات والواجبات المتعلقة بتحقيق أهداف المؤسسة وتحقيق سعادة ورهاية المجتمع والوفاء بالالتزامات اتجاه أصحاب المصالح بصفة عامة . وتمثل أبعادها في البعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري¹.

¹ وهذا حسب التصنيف الذي اعتمده carroll في أبحاثه عن المسؤولية الاجتماعية سنة 1979.

- 2 -الفرضية الثانية: يدرك مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- 3 -الفرضية الثالثة: مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد الاقتصادي، ثم القانوني، ثم الأخلاقي، ثم البعد الخيري.
- 4 -الفرضية الرابعة: يبين الواقع بشكل عام أن المؤسسات الخدمية محل الدراسة تتبنى كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- 5 -الفرضية الخامسة: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية إجابات العينة محل الدراسة تعزى للمتغيرات الجغرافية.

IV. أسباب اختيار الموضوع: تتمثل أهم الأسباب التي كانت وراء اختيارنا لهذا الموضوع

- طبيعة التخصص الذي أدرس فيه وهو التسويق الخدمي؛
- الرغبة الذاتية في معالجة ودراسة مواضيع المسؤولية الاجتماعية.

V. أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- إبراز مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتوضيح أبعادها ومجالاتها؛
- التعرف على مدى تبني المؤسسات الخدمية محل الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية؛
- التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية محل الدراسة؛
- ربط الموضوع بالواقع الميداني.

VI. أهمية الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى توضيح أهم المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، كذلك التعرف على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة . هذا بالإضافة إلى محاولة توضيح مدى إدراك عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛ ومحاولة توضيح الأهمية التي يوليها مدراء الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة للأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

VII. حدود الدراسة:

- بهدف ضبط إطار الدراسة من أجل توضيح المسار المقترح للتحليل واختبار الفرضيات، قمنا بانحاز هذا البحث ضمن الحدود والأبعاد التالية:
- البعد النظري: تركزت دراستنا على الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية (الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والخيري) وهذا حسب التصنيف الذي اعتمده الباحث Carroll Archie B في أبحاثه عن المسؤولية الاجتماعية سنة 1979. فالدراسة محل البحث، تبحث واقع تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية من وجهة مديري الوظائف الرئيسية.
- البعد الزمني: تم تحديد فترة الدراسة التطبيقية انطلاقاً من 01 أبريل إلى 20 أبريل 2015.

– الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة التطبيقية في مجموعة من وكالات السياحة والأسفار بولاية ورقلة وهي وكالة فيزا ترفل، وكالة السعف الذهبي، وكالة رشاش تور، وكالة سياحة وأسفار الجزائر، مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

VIII. منهج البحث والأدوات المستخدمة:

من أجل الوصول إلى أهداف البحث وللإجابة عن الإشكاليات السابق طرحها سيتم الاعتماد على منهجين، المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن الإشكالية المطروحة وهذا يخص الجانب النظري، ومنهج دراسة الحالة لربط الجانب النظري بالواقع الميداني في القسم التطبيقي. أما أدوات جمع البيانات تمثلت في الاستبيان والمقابلة لضمان حسن جمع المعلومات، واختبار فرضيات الدراسة وتحليل ومعالجة معطيات الاستبيان قمنا بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي Spss 20.

IX. مرجعية الدراسة:

بغية الإلمام بجوانب البحث والإجابة عن إشكاليته استعنا بمجموعة من الدراسات والبحوث المتوفرة سواء كانت كتب أو مذكرات أو ملتقيات علمية، كما اعتمدنا على الاستثمارات التي وجهت إلى أفراد عينة الدراسة بغرض الاستقصاء في الجانب التطبيقي.

X. صعوبات الدراسة:

واجهتنا جملة من الصعوبات أثناء إعدادنا لهذه الدراسة أهمها:

– صعوبة إيجاد دراسات سابقة تعالج متغير واحد مثل دراستي؛

– تباعد المسافة بين مختلف الوكالات السياحية محل الدراسة في الولاية.

XI. هيكل الدراسة:

قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى قسمين؛ فصل نظري وآخر تطبيقي؛ يبدأ بمقدمة وينتهي بخاتمة:

الفصل الأول الموسوم بالإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين؛ تناولنا في المبحث الأول المعنون بعرض الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية أهم المفاهيم ذات العلاقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية (المفهوم والأهمية، المبادئ والمجالات، مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية، الاستراتيجيات والمواصفة القياسية iso 26000، معيقات وعوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية). أما المبحث الثاني المعنون بالدراسات السابقة تناولنا فيه بعض الدراسات السابقة التي استطعنا الحصول عليها سواء كانت العربية منها أو الأجنبية.

الفصل الثاني والموسوم المسؤولية الاجتماعية لوكالات السياحة والأسفار بورقلة حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين؛ الأول خصص للإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية؛ في حين أن الثاني قد خصص لعرض ومناقشة نتائج اختبار الفرضيات.

الفصل الأول

تمهيد:

لقد أثار موضوع المسؤولية الاجتماعية جدلاً كبيراً في الأوساط العلمية والأكاديمية فيما يخص تحديد مفهوم دقيق لها، بحيث أن مناقشة موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وطبيعة البيئة التي تعمل فيها هذه الأخيرة كانت من بين أسباب ظهور مفاهيم عديدة، والتي سنورد بعضها منها حسب آراء المفكرين والكتاب في هذا الفصل، بحيث سنتطرق في مدخل هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: عرض الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية.

المبحث الثاني: عرض الدراسات السابقة.

المبحث الأول: عرض الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية

بالرغم من مرور سنوات على مفهوم المسؤولية الاجتماعية وما تم التطرق له في الأدبيات من طرف الكتاب، إلا أنه لا يزال غامضاً لدى المؤسسات ومنظمات الأعمال، لذلك سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى تعريف المسؤولية الاجتماعية وأهميتها ومبادئها، بالإضافة إلى مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها.

المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية

الفرع الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية وأهميتها

أولاً: تعريف المسؤولية الاجتماعية

تعددت تعريفات المسؤولية الاجتماعية لدى المفكرين والكتاب، بحيث لم يتم التوصل إلى اتفاق محدد بهذا الشأن، وفيما يلي نورد بعضاً من هذه التعريفات:

1. المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة من القرارات والأفعال تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق وتقوية القيم السائدة في المجتمع، والتي تمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارات المنظمات والتي تسعى إلى تحقيقها كجزء من استراتيجياتها.
2. كما تعرف بأنها "مثابة عقد اجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع، لما تقوم به المنظمة من عمليات تجاه المجتمع".¹
3. وعرفها المجلس الدولي للتنمية المستدامة (2007م) بأنها "الالتزام لمنظمات الأعمال للمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة بما يتضمن التعامل مع العاملين والمجتمع المحلي من أجل تحسين جودة الحياة لهم".²
4. وقد عرف (Boone & Kurtz 1992) المسؤولية الاجتماعية بأنها الفلسفة التسويقية المعبر عنها بسياسات الإجراءات والأفعال والتي تحقق بمحملها رفاهية المجتمع كهدف أساس.³
5. وفي تعريف آخر للمسؤولية الاجتماعية هي مجموعة الالتزامات الطوعية (الاستجابة الاجتماعية) أو غير الطوعية (المفروضة بالقانون) التي تنسجم مع قواعد ومتطلبات البيئة والأطراف المؤثرة فيها.⁴

ومن التعاريف المذكورة سابقاً عن المسؤولية الاجتماعية نستنتج أن هذه المسؤولية ماهي إلا التزام من طرف المنظمة تجاه مجتمعها الذي تعمل فيه.

¹ - نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2006، ص: 82.

² - ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2009، ص 24.

³ - عايد عبد الله العيصي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص 10.

⁴ - علاء فرحان طالب وآخرون، فلسفة التسويق الأخضر، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2010، ص 37.

⁵ - نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006، ص 201.

ثانيا : أهمية المسؤولية الاجتماعية

يمكن الإشارة إلى أهمية المسؤولية الاجتماعية بالآتي¹ :

- زيادة التكافل الاجتماعي بين شرائح المجتمع وإيجاد شعور بالانتماء من قبل الأفراد والفئات المختلفة؛
- تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر مستوى من العدالة الاجتماعية؛
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع؛
- تساهم في تعزيز صورة المنظمة بالمجتمع، وبالتالي مردودات إيجابية لها وللعاملين فيها؛
- تحسين التنمية السياسية انطلاقا من زيادة مستوى التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمنظمات.

الفرع الثاني: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تنتقل المسؤولية الاجتماعية للمنظمات من جملة من المبادئ حسب منظمة الأمم المتحدة (ONU) وهي² :

➤ الالتزام بتنفيذ إصدارات شهادات الجودة المختلفة مثل الإيزو 14000؛

➤ تحديد وتنفيذ مدونات قواعد السلوك؛

➤ الالتزام باتخاذ قرارات تأخذ بالاعتبار المسؤولية الاجتماعية؛

➤ تصميم أنشطة المنظمات بما يتفق مع الحالة الاقتصادية والوضع الثقافي للمجتمع؛

➤ القيام بالمبادرات الخيرية التطوعية؛

➤ تنفيذ الاستراتيجيات التي تحقق الربح للمجتمع والمنظمة معا.

الفرع الثالث: مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها

أولا: مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية

تستند المسؤولية الاجتماعية على مناهج متعددة يمكن أن نجملها كالآتي:

- 1 - المنهج الأول : يقوم هذا المنهج على أساس بلورة ثلاث توجهات أساسية للمسؤولية الاجتماعية تعبر عنها ثلاثة أنماط متمثلة في³ : النمط التقليدي للمسؤولية الاجتماعية والتي تقوم على مبادئ الاقتصاد الحر والقوى المتحركة فيه، وبالتالي فإن الالتزامات الأخرى الإضافية ترجع إلى تقدير المنظمة وإدارتها بما لا يؤثر على أهدافها الاقتصادية والمتمثلة في الربح، أما النمط الثاني المتمثل في النمط الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية والذي يستند إلى النقد الموجه للنمط الاقتصادي، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية هنا ما هي إلا التزام المنظمة بالعمل وفق مصالح وطلبات المجتمع وأن تعطي لهذه أسبقية حتى على أهداف المنظمة الخاصة، أما النمط الثالث وهو نمط الكلفة الاجتماعية الذي يعتبر نمطا أكثر تطورا عن طبيعة العقد

¹ - طاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، ط1، 2007، ص 526.

² - Yvan pesqueux, Yvan Biefnot, **L'ethique des affaires ; Management par les valeurs et responsabilité sociale**, Edition d'organisation, Paris, P : 162.

³ - طاهر محسن الغالي، صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل (الأعمال والمجتمع)، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، الأردن، ط2، 2008، ص- 62-63.

الاجتماعي الذي أضاف مسؤوليات وأعباء جديدة مفروضة على المنظمات وبالتالي فإن ما تتحمله هذه الأخيرة من مسؤولية اجتماعية يمكن أن تحسب كغيرها من الكلف في ضوء بدائل متعددة القرار.

2- **المنهج الثاني:** ضمن هذا المنهج طورت ثلاثة أنماط للمسؤولية الاجتماعية وهي النمط الكلاسيكي التقليدي بحيث لا يتعد

كثيراً عن فكرة النمط الاقتصادي والتي تتمحور حول هدف تعظيم الربح، بالإضافة إلى نظرة الإدارة للعاملين تنطلق من فكرة أن العمل سلعة تباع وتشترى في ضوء العرض والطلب عليها، أما النمط الثاني والمعروف بالنمط الإداري فحاول تقليص الفجوة بين المنفعة الذاتية للمنظمة والمنفعة العامة للمجتمع من خلال العلاقة مع المستهلكين والتي تقوم على أساس الموازنة في المصالح بنفس العلاقة مع مجهزي المواد الأولية للمنظمة، أما النمط الثالث والذي يعرف بالنمط البيئي الذي جاء كرد فعل للتطور الذي عرفته المنظمات وتغير بيئة عملها ما فرض على هذه الأخيرة توسيع مسؤوليتها الاجتماعية لتشمل فئات وأطراف متعددة، خاصة المحافظة على البيئة وتحقيق نوعية حياة أفضل للعاملين والمجتمع ككل¹.

3- **المنهج الثالث:** والذي أطره الباحث (Carroll) الذي يرى أن المسؤولية الاجتماعية تضم أربعة أبعاد محددة وهي²:

- البعد الاقتصادي: يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي الذي يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية يجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرّة والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي دون إلحاق الضرر بالمجتمع والبيئة؛
- البعد القانوني: ويقوم هذا البعد على حماية المؤسسات للقوانين المتعلقة بحماية البيئة، السلامة المهنية، العدالة وقوانين حماية المستهلك... إلخ؛
- البعد الأخلاقي: يستند إلى مبادئ ومعايير أخلاقية وكذلك إلى أعراف وقيم اجتماعية التي يجب أن تلتزم بها المؤسسة ومراعاة مبادئ حقوق الإنسان واحترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع وغيرها؛
- البعد الخيري: ويرتبط بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد.

4- **المنهج الرابع:** الذي يقوم على تحديد ثلاثة أنماط لتبني المسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمات³:

- النمط الأول: المسؤولية الاقتصادية حيث يجب على منظمات الأعمال أن تركز على هدف تعظيم الربح وأن المساهمات الاجتماعية ما هي إلا نواتج عرضية ومشتقة؛
- النمط الثاني: المسؤولية الاجتماعية، وهو نقيض النمط الأول، وفي إطاره المنظمات تأخذ بعين الاعتبار المجتمع ومتطلباته عند اتخاذ قراراتها مراعية آثار هذه القرارات في كل جوانب المجتمع؛
- النمط الثالث: المتوازن، وفي إطار هذا النمط فإن إدارة المنظمات تمثل مصالح جهات عديدة يفترض أن توازن إدارة المنشأة بين مصالحها مجتمعة.

¹ - عبد الغفور دادن، حفصي رشيد، المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012، ص 409.

² - طاهر محسن الغالي، صالح مهدي العامري، مرجع سبق ذكره، ص: 65.

³ - المرجع نفسه، ص-ص: 65-66.

5 - المنهج الخامس: منهج المسؤولية الاجتماعية الشاملة

- تجسد هنا المسؤولية الاجتماعية والأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال بثلاثة أبعاد مهمة وهي¹:
- البعد الخير الشامل: والذي يتضمن تبرعات إنسانية والتي تقع في إطار إستراتيجية خيرية تتبعها المنظمة على الأمد البعيد دعماً لقضية مهمة من قضايا المجتمع؛
 - بعد المسؤولية الشاملة: ويشتمل على جميع المبادرات الاجتماعية مثل تشغيل العاملين من الأقليات والعمل على تحسين البيئة وتقليل التلوث وغيرها من الأمور التي تعكس مسؤولية عالية اتجاه المجتمع؛
 - بعد السياسة الشاملة: ويشمل هذا البعد موقف المنظمة الذي تتبناه اتجاه القضايا السياسية والاجتماعية المثارة بقوة في المجتمع.

ثانياً: مجالات المسؤولية الاجتماعية: تغطي المسؤولية الاجتماعية أطرافاً مختلفة في المنظمة نوضحهم في الجدول التالي:

جدول رقم (1-1): مجالات المسؤولية الاجتماعية

العنصر	بعض ما يجب أن تدركه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	حماية أصول المنشأة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمنشأة، تعظيم قيمة السهم والمنشأة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم وترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين ونقلهم، ظروف عمل مناسبة.
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة وبنوعية جيدة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها.
المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة ونزيهة.
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية والصدق في التعامل.
المجتمع	خلق فرص عمل، احترام العادات والتقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصدق في التعامل، المساهمة في حالة الكوارث.
البيئة	التشجير وقيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء والهواء والتربة، الاستخدام الأمثل للموارد وخصوصاً غير المتجددة منها.
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل والتدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية، تسديد الالتزامات الضريبية.
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها.

المصدر: يوسفات علي، بودي عبد الصمد، مدى تبني عناصر المسؤولية الاجتماعية في شركة سونلغاز (ولاية أدرار) من وجهة نظر

المستخدمين، الملتقى العلمي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، جامعة بشار، ص-ص: 5-6.

¹ - طاهر محسن الغالي، صالح مهدي العامري، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 66-67.

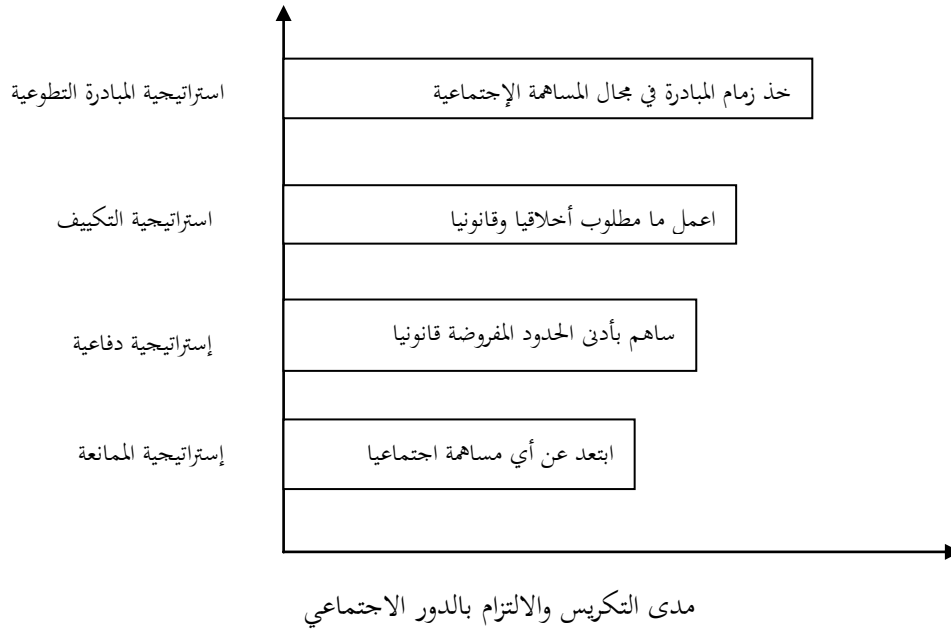
المطلب الثاني: استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية ومواصفة القياسية الدولية إيزو 26000

الفرع الأول: استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية

يمكن الإشارة إلى الاستراتيجيات الخاصة بتعامل منظمات الأعمال مع الدور الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية بالآتي:

- 1- إستراتيجية الممانعة أو عدم التبنى: وتعرض هذه الإستراتيجية اهتماما بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال دون تبني أي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب أن تتركز على تعظيم الربح¹.
 - 2- الإستراتيجية الدفاعية: وتعني القيام بدور اجتماعي محدود جدا بما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة فقط، وهو لحماية المنظمة من الانتقادات وبالحد الأدنى، ويقع هذا الدور ضمن المتطلبات الخاصة بالمنافسة وضغوط الناشطين في مجال البيئة².
 - 3- إستراتيجية التكيف: تبادر المنظمة إلى تبني دور اجتماعي يتجاوز المتطلبات القانونية المفروضة وفي إطار منظور أخلاقي مسؤول³.
 - 4- إستراتيجية المبادرة التطوعية: بموجب هذه الإستراتيجية تتبنى منظمة الأعمال دور اجتماعي واسع جدا، حيث تأخذ مصالح المبح وتطلعاته في جميع قراراتها⁴.
- والشكل الموالي يوضح استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية:

الشكل (1-1): استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية



المصدر: نوال ضيائي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة

أبوبكر بلقايد تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2009-2010، ص:34.

¹ - رفيقة سنيقرة، أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر، غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2012-2013، ص:3.

² - المرجع نفسه، ص:4.

³ - طاهر محسن منصور الغالي، إدارة وإستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر عمان، الاردن، ط1، 2009، ص: 97.

⁴ - المرجع نفسه، ص:97.

الفرع الثاني: المواصفة القياسية الدولية ايزو 26000

أولاً: تعريف مواصفة الايزو 26000

يمكن تعريف مواصفة الايزو 26000 بأنها " مواصفة عالمية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والمواضيع والقضايا المرتبطة بها، كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن المنظمات من إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن إطار الاستراتيجيات والآليات والممارسات والعمليات بها". وهي مواصفة اختيارية ولا يعمل بها لأغراض الترخيص والمطابقة أو التشريع بل إرشادية تمثل دليلاً للمنظمات حول كيفية تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية¹.

ثانياً: المبادئ الأساسية ضمن ايزو 26000

المبادئ السبعة الأساسية والتي تعتبر كجذور المسؤولية الاجتماعية هي²:

- المسؤولية؛
- الشفافية؛
- السلوك الأخلاقي؛
- احترام الجهات ذات الصلة؛
- احترام القواعد والقوانين؛
- احترام قواعد السلوك الإنساني؛
- احترام حقوق الإنسان.

المطلب الثالث: معيقات وعوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية

الفرع الأول: معيقات المسؤولية الاجتماعية

هناك بعض المعوقات التي تحول دون ممارسة المؤسسات لأداء دورها الاجتماعي وهي³:

1 - المعوقات الإدارية: منها

- عدم احتواء بعض الشركات على إدارة العلاقات العامة؛
- نقص الخبرة لدى الذين يشغلون إدارات وأقسام الشركات فيما يتعلق بالأمور الاجتماعية والأخلاقية؛
- ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الإدارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة، وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية.

¹ - مجذوب بحوسي، مديحة بخوش، دور مواصفة الايزو 26000 في التعريف بمعايير المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، ص: 8.

² - موقع الانترنت ar.wikipedia.org/wiki/04.03.2015 11:15

³ - أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، ص-ص: 9-10.

2- المعوقات القانونية: وتتلخص في

- الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة؛
- عدم وجود صيانة سياسية اجتماعية أخلاقية؛
- عدم وضع دستور اجتماعي أخلاقي في منظمات الأعمال.

3- المعوقات المالية: نذكر منها

- هدف بعض الشركات هو تعظيم الأرباح فقط؛
- نقص الموارد المالية التي تحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية؛
- صعوبة الجمع بين العمل المريح وعمل الشركة المتجاوبة اجتماعياً.

الفرع الثاني: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية

يرتبط نجاح المؤسسة في تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، بالعديد من العوامل المرتبطة بالرؤية والتنظيم وهي كالتالي¹:

- ضرورة الإيمان بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع؛
- قيام المؤسسة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تبناه؛
- قيام المؤسسة بتخصيص مسؤول متفرغ لهذا النشاط وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة؛
- الاهتمام بجعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها مستقبلاً وتعمل على تغطية مصروفاتها ذاتياً؛
- حسن إدارة الجوانب الاجتماعية التي تبرز أثناء قيام المؤسسات بنشاطها الاقتصادي، وتمثل هذه الجوانب في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية والتي تمثل تحدياً للمؤسسات.

¹ - رباح عرابية، وهيبه بن داودية، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية - عرض تجارب بعض الشركات العالمية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، ص: 6. (بتصرف).

المبحث الثاني: مدخل للدراسات السابقة

يشمل هذا المبحث على بعض الدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ودراسة الفرق بينها وبين الدراسة الحالية، وهذا ما يتم توضيحه كآتي:

المطلب الأول: الدراسات العربية

نتطرق فيما يلي ومن خلال هذا المطلب إلى بعض الدراسات العربية التي درست موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

الفرع الأول: دراسة رفيقة سنيقرة، أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، غير منشورة، جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2012-2013. تمثلت مشكلة الدراسة في كيف يؤثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية كمتغيرات مستقلة وأداء المورد البشري في هذه المؤسسات كمتغير تابع. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في حدود طاقاتها، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية كمتغيرات مستقلة وأداء المورد البشري في هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمتغير تابع.

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في استخدام الاستبيان في معالجة البيانات والمنهج الوصفي، وتختلف هذه الدراسة مع دراستنا في تركيزها على مدى تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (انتاجية وخدمية) بينما دراستنا تناولت مدى تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية فقط، وتختلف كذلك في النتائج بحيث المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية في حدود طاقاتها، بينما في دراستنا المؤسسات الخدمية محل الدراسة تبني كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

الفرع الثاني: دراسة وصفي نزال وآخرون، أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء، مذكرة ليسانس نابلس-فلسطين 2011: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء، حيث استخدم الباحثون المنهج الوصفي ملائمة لأغراض الدراسة التي أجريت على عينة قوامها 100 عميل من شركة الاتصال الفلسطينية، كما قام الباحثون باستخدام برنامج (spss) لإجراء المعالجة الإحصائية المناسبة، كما هدفت إلى التعرف على المستوى الذي وصلت إليه الشركة في بناء المسؤولية الاجتماعية و التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية، بالإضافة إلى قياس درجة تأثير المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية. ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه لا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ في تقديرات أفراد العينة لأثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركات جوال تعزى لمتغيرات (الجنس، مكان السكن، المستوى التعليمي، مكان العمل)، بالإضافة إلى أنه تبين من خلال التحليل للإستبانة العديد من نقاط القوة والضعف التي تمتلكها الشركة.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث حجم العينة والهدف، بحيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية، أما دراستنا تهدف إلى التعرف على واقع تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وتشابه الدراستين في استخدام المنهج الوصفي و برنامج (spss) لإجراء المعالجة الإحصائية كما أن الدراستين كانتا في مؤسسات خدمية. **الفرع الثالث: دراسة أحمد سامي عدلي إبراهيم القاضي، المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية (مجالاتها- تأثيرها على الأداء)،** مذكرة ماجستير، غير منشورة، في الإدارة والسلوك التنظيمي، كلية التجارة، جامعة أسيوط، مصر، 2010: بحيث هدفت الدراسة إلى تقديم معالم نظرية للبنوك قيد البحث عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية و الوقوف على مدى اهتمام العاملين في هذه البنوك بمجالات المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى تحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية لتلك البنوك باعتبارها شركات مساهمة مصرية وبيان ذلك على أداؤها... الخ. وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان للحصول على المعلومات. ومن بين النتائج المتوصل إليها أن هدف تعظيم الربح لم يصبح هو المحرك الرئيسي للالتزام المنظمة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى أن صغار العاملين والعاملين الجدد بالبنوك لديهم ضعف في الثقافة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وعلى ذلك يجب أن تتضمن الدورات التدريبية التي يأخذها العاملين في بداية السلم الوظيفي لهم دورات عن المسؤولية الاجتماعية، كذلك أن بعض البنوك لديها خطط واستراتيجيات واضحة لممارسة المسؤولية الاجتماعية والبعض الآخر من البنوك لا يتوفر لديها ذلك.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في المتغيرات فقد تناولت المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء في البنوك، أما دراستنا فتناولت واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الخدمية كما تختلفان من حيث حجم العينة، وتشابه الدراستين في الاعتماد على المنهج الوصفي والاستبيان للحصول على المعلومات.

الفرع الرابع: دراسة نوال ضيافي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبوبكر بلقايد تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2009-2010. في هذه الدراسة تم طرح الإشكالية المتمثلة في كيف يمكن للمؤسسة أن تكون مسؤولة اجتماعيا عن مواردها البشرية، والهدف من هذه الدراسة تأصيل المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية وتوعية المؤسسات بأهمية تبنيها بالإضافة إلى عرض عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال والتعرف على واقع تبني المسؤولية الاجتماعية من طرف المؤسسات الجزائرية الخاصة. وقد تم الاعتماد على منهجين الأول منهج وصفي تحليلي والثاني دراسة حالة، وتم توزيع الاستبيان على عينة مكونة من 20 عاملا. ومن بين النتائج المتوصل إليها أن هناك تعاريف عديدة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة قد تختلف في التعبير لكنها تتقارب غي المضمون، وتبني المؤسسات لمسؤوليتها الاجتماعية تحقق فوائد عديدة للمجتمع وللمؤسسة، بالإضافة إلى الاهتمام الواسع الذي توليه المؤسسات الجزائرية الخاصة للمسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها، كذلك تبين تعاريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة لم يمنع المؤسسات الجزائرية من تحديد ممارستها اتجاه مختلف الأطراف المستفيدة وخاصة اتجاه مواردها البشرية.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث الهدف وحجم العينة التي كانت 20 مفردة بينما دراستنا كانت 40 مفردة، وتناولت هذه الدراسة متغير الموارد البشرية على خلاف دراستنا الذي كان متغير واحد وهو المسؤولية الاجتماعية، كما تختلف

الدراستين في طريقة معالجة البيانات والتي كانت في هذه الدراسة باستخدام التكرارات والنسب أما دراستنا فكانت باستخدام برنامج (spss). وتتشابه الدراستين في استخدام المنهج الوصفي والاستبيان للحصول على معلومات.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

أما فيما يلي ومن خلال هذا المطلب سوف نبين بعض الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

الفرع الأول: دراسة كل من: Xavier fonti Aulet and Luis Garay Tamajon، المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال سياحة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الأدلة من أوروبا وأمريكا اللاتينية، السياحة وجهات نظر الإدارة، ص 7، ص 38-46، (2013).

وتهدف هذه الدراسة لفهم دوافع وأسباب ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات الصغيرة والمتوسطة السياح تقي وعلاقتها مع خصائص الأعمال الأخرى التي تشمل كل من الملكية، التصنيف والحجم والعمر، والعلماء أو شهادات، وارتباطها بالأداء المالي بشكل خاص. وأجريت الدراسة في كاتالونيا وفي المناطق المحمية الأوروبية وفي شيلي، وقد تم الاعتماد على الاستبيان في تحليل أسباب وحواجز ممارسات المسؤولية الاجتماعية، حيث تم توجيه الاستبيان لأصحاب ومديري شركات السياحة. وكان حجم العينة المستخدمة في كاتالونيا 394 مفردة، وفي أوروبا 910 مفردة في حين كان حجم العينة في الشيلي 465 مفردة. ومن بين النتائج المتوصل إليها أن متغير دعم تنمية المجتمع المحلي والمحافظة على التراث واحترام الثقافات المحلية كانت درجته عالية جدا في كاتالونيا 65%، أما فيما يخص تعزيز المساواة بين الجنسين فقد حصلت على نسبة موافقة تقدر ب 50% في البلدان الثلاث، إنشاء مرافق خاصة للمعوقين تراوحت نسبتها بين 27% إلى 40%. أما فيما يخص الترويج للمنتجات المحلية فتراوحت نسبته بين 60% إلى 80% في البلدان الثلاث، هذا بالإضافة إلى اختيار الكفاءات في التوظيف والتعامل مع موردين يساهمون في التنمية المحلية.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث حجم العينة ومن حيث الهدف الذي كان حول فهم دوافع وأسباب ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات الصغيرة والمتوسطة السياح تقي وارتباطها بالأداء المالي على خلاف دراستنا التي تهدف إلى معرفة مدى تبنى أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وتتشابه الدراستين في الاعتماد على الاستبيان لجمع المعلومات.

الفرع الثاني: دراسة كل من: علي كازي وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للشركات منظور دولة نامية، حالة اختبار بنغلاديش، وقائع الاستراتيجية ونيوزيلندا مؤتمر أكاديمية جديدة للتسويق، (ص ص: 2789-2795)، 2007.

وتهدف هذه الدراسة مراجعة الأدبيات والمفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية، وتطبيق الإطار النظري عليها من أجل تقديم دراسة حالة للقضايا الرئيسية التي تؤثر على ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في بنغلاديش. وقد تم اختيار عينة صغيرة مكونة من 17 شركة متعددة الجنسيات والشركات الكبيرة العاملة في السوق المحلي في بنغلاديش تستخدم في مواقعها الإلكترونية كلمات مثل المسؤولية الاجتماعية للشركات، والمساءلة الاجتماعية للشركات، الأعمال الخيرية، العطاء للشركات في بنغلاديش. ومن أهم النتائج المتوصل إليها أن الربح والامتثال لأنظمة القانونية هما السببان الرئيسيان

لتبني برامج المسؤولية الاجتماعية؛ كذلك الجزء الأكبر من برامج المسؤولية الاجتماعية تم تنفيذه من قبل الشركات المتعددة الجنسيات، ومن بين 17 شركة عينة الدراسة وجد 09 شركات تبنت المسؤولية الاجتماعية لأسباب أخلاقية وشركة واحدة تنفذها لأسباب قانونية.

تختلف دراستنا الحالية عن هذه الدراسة في حجم العينة التي كانت 40 مفردة موزعة على مجموعة من وكالات السياحة والأسفار على خلاف هذه الدراسة التي كانت في 17 شركة متعددة الجنسيات.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم عرض الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية، بحيث تطرقنا لمفاهيم مختلفة وعديدة حسب آراء المفكرين والكتاب وبعد فهم التعاريف خلصنا إلى محاولة التوصل إلى وضع تعريف عام للمسؤولية الاجتماعية، كما تطرقنا إلى أهمية هذه المسؤولية ومبادئها بالإضافة إلى مناهج دراستها ومجالاتها، هذا بالإضافة إلى استراتيجياتها والمواصفة القياسية ايزو 26000 التي تهتم بالمواضيع والقضايا المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وكذلك معيقات وعوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية. وكل هذا من خلال المبحث الأول.

في حين تناولنا في المبحث الثاني من هذا الفصل بعض الدراسات السابقة سواء كانت عربية أو أجنبية، مع تحديد أوجه التشابه والاختلاف والإشارة إلى أهم ما توصلت إليه هذه الدراسات، كل هذا لتسهيل حل إشكالية الدراسة والتي سيتم التطرق إليها في الفصل الثاني من خلال دراسة حالة لمجموعة من وكالات السياحة والأسفار بورقلة.

الفصل الثاني

تمهيد:

من أجل التحقق من أهداف الدراسة، من خلال ما تم التطرق إليه في الجانب النظري لموضوع المسؤولية الاجتماعية، قمنا بدراسة ميدانية لمجموعة من وكالات السياحة والأسفار بورقلة لتطبيق منهج وأهداف الدراسة، وهذا باستخدام بعض الأساليب الإحصائية الوصفية التي أفرزها الاستبيان، من خلال تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة، واستخدمت لهذا الغرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بغية الوصول إلى نتائج وتوصيات تفيد البحث. لذا قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ما يلي:

- ✓ المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة؛
- ✓ المبحث الثاني: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

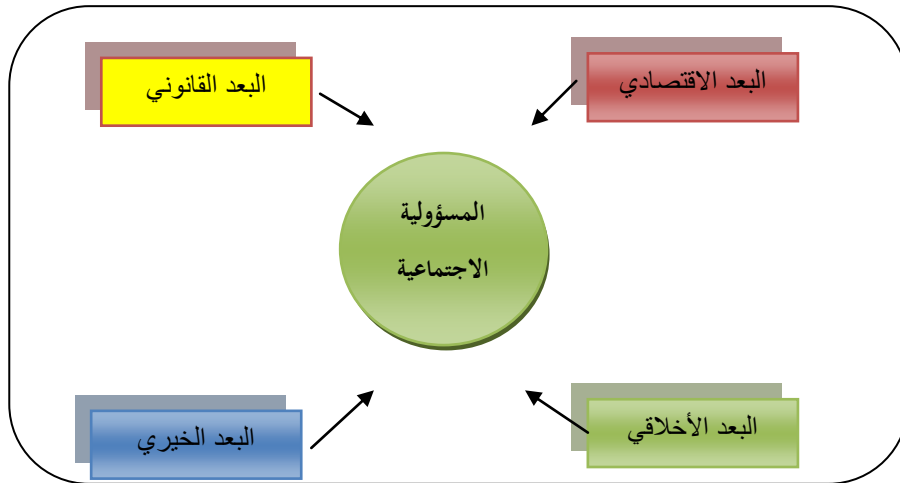
المطلب الأول: طريقة الدراسة الميدانية

الفرع الأول: مجتمع الدراسة واختيار العينة

يشمل مجتمع الدراسة جميع وكالات السياحة والأسفار بمنطقة ورقلة (فيزاترافل، السعف الذهبي، رشاش تور، سياحة وأسفار الجزائر، مديرية السياحة والصناعة التقليدية)، وقد تم اختيار عينة بطريقة عشوائية حيث تم توزيع 40 استمارة وتم استرجاع 33 استمارة قابلة للتحليل والمعالجة.

الفرع الثاني: متغيرات الدراسة

تتمثل متغيرات الدراسة في متغير واحد ويتمثل في المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بأبعادها الأربعة كما حددها **Carroll** في **Archie B** أبحاثه؛ وهي البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي والبعد الخيري. والشكل الموالي يمثل النموذج النظري للدراسة: الشكل رقم (2-1): النموذج النظري للدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة.

الفرع الثالث: تلخيص معطيات الدراسة

من أجل تلخيص البيانات والمعطيات المجمعة بالاعتماد على مقياس ليكرت الثلاثي تم الاعتماد على حساب التكرارات النسبية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية.

المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية

الفرع الأول: أداة الدراسة

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الثلاثي. ولقياس المتغيرات موضوع البحث اعتمدنا على المقياس الذي طوره الباحث Carroll Archie B بالإضافة إلى بعض الفقرات التي اعتمدنا فيها على بوبكر محمد الحسن سنة 2013-2014 ، والجدول الموالي يوضح مصادر أسئلة الاستبيان:

الجدول رقم (2-1): يوضح مصادر أسئلة الاستبيان

المصدر	البعد
	البعد الاقتصادي
بوبكر محمد الحسن، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة، دراسة حالة لمؤسسة نفضال وحدة باتنة، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014. ص 76.	السؤال 6 و 7
	البعد القانوني
محمد الخشروم وآخرون، تبي المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية العاملة في مدينة حلب، دراسة ميدانية لعينة من المدراء، مجلة تنمية الرافدين العدد 108 مجلد 34 لسنة 2012، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص 121.	السؤال 13
بوبكر محمد الحسن، ص 77.	السؤال 14 و 15
	البعد الأخلاقي
بوبكر محمد الحسن ، ص 78.	الأسئلة 21 و 22 و 16
	البعد الخيري
بوبكر محمد الحسن ، ص 79.	الأسئلة 26 و 28 و 29
أسئلة مأخوذة من مختلف الدراسات السابقة المطع عليها	الجزء الثاني المتضمن الخصائص الديمغرافية للعينة (الجنس، السن، المؤهل العلمي، الخبرة، الوظيفة)

المصدر: من إعداد الطالبة

فيما يتعلق بتصميم استمارة الاستبيان فقد تم تقسيمها إلى جزئين كما يلي:

✓ **الجزء الأول:** يتعلق هذا الجزء بالمسؤولية الاجتماعية من خلال 30 عبارة تعكس أبعاد المسؤولية الاجتماعية وهي

كالآتي:

- العبارات من 1 إلى 7 تشير إلى البعد الاقتصادي؛
- العبارات من 8 إلى 15 تشير إلى البعد القانوني؛
- العبارات من 16 إلى 22 تشير إلى البعد الأخلاقي؛
- العبارات من 23 إلى 30 تشير إلى البعد الخيري.

✓ الجزء الثاني: خاص بالمتغيرات الديمغرافية.

حيث تم توزيع استبيان على العينة وقد قدر عدد الاستبيانات الموزعة حوالي 40 استبيان في حين انه تم استرداد 33 استبيان، صالح للتحليل والمعالجة. وبالتالي فإن نسبة الاستجابة تقدر بحوالي 82,5% (الاستبيانات المقبولة لإجراء الدراسة والتحليل).

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة

تم التحقق من وضوح العبارات من خلال عملية تحكيم الاستبيان من طرف اساتذة ذوي الاختصاص في جامعة قاصدي مرباح ورقلة وعددهم سبعة وذلك قصد الحصول على تقييم للاستبيان من قبلهم وبغية الاستفادة من آرائهم (انظر الملحق رقم 1)، حيث وبعد إجراء التعديلات المطلوبة وبعد الاخذ بآرائهم وملاحظاتهم ، ظهر الاستبيان في شكله النهائي (انظر الملحق رقم 2). ومن أجل التحقق من ثبات الاستبيان الذي يعني استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة، ومن أجل التحقق من الصدق والذي نقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه؛ فقد تم اختبار درجة ثبات وصدق المقياس من خلال استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ وقد كانت النتائج في الجدول التالي كما يلي:

جدول رقم (2-2): يوضح نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المسؤولية الاجتماعية

الأبعاد	معامل الثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق
الاقتصادي	0,71	0,84
القانوني	0,87	0,93
الأخلاقي	0,82	0,90
الخيرى	0,92	0,96
المسؤولية الاجتماعية	0,94	0,97

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ للبعد الاقتصادي هي 0,71 وهي قيمة جيدة وتدل على ثبات عبارات محور البعد الاقتصادي، كما تتمتع بدرجة صدق عالية بلغت 0,84؛
وبالنسبة لقيمة ألفا كرونباخ للبعد القانوني هي 0,87 وهي قيمة جيدة وتدل على ثبات عبارات محور البعد القانوني، كما تتمتع بدرجة صدق عالية بلغت 0,93؛
وبالنسبة لقيمة ألفا كرونباخ للبعد الأخلاقي هي 0,82 وهي قيمة جيدة وتدل على ثبات عبارات محور البعد الأخلاقي، كما تتمتع بدرجة صدق عالية بلغت 0,90؛
وبالنسبة لقيمة ألفا كرونباخ للبعد الخيري هي 0,92 وهي قيمة جيدة وتدل على ثبات عبارات محور البعد الخيري، كما تتمتع بدرجة صدق عالية بلغت 0,96؛

كما يتضح من الجدول أن معامل الثبات الإجمالي بلغ 0,94 وهو معامل ثبات جيد، وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة.

الفرع الثالث: الأدوات والبرامج الإحصائية المستخدمة في الدراسة

من أجل معالجة وتحليل معطيات الاستبيان تم الاعتماد على بعض الأدوات الإحصائية تمثلت في Microsoft Excel وبرنامج الإحصائي Spss 20، واعتماد الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع فرضيات الدراسة ومتغيراتها كالتالي:

1. معامل الثبات والصدق ألفا كرونباخ لقياس ثبات وصدق الاداة؛
2. التكرارات النسبية والنسب المئوية لمعرفة توزيع افراد العينة حسب متغير الخصائص الديموغرافية؛
3. المتوسطات الحسابية المرجحة والانحراف المعياري لكل محور (بعد) وفقراته بهدف الكشف عن اتجاه آراء العينة حول متغيرات الدراسة؛
4. اختبار التوزيع الطبيعي: بما ان الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة قد تجاوزت 30 مفردة فإنه يمكن القول ان البيانات تتبع التوزيع الطبيعي؛ وبالتالي بإمكاننا إجراء الاختبارات المعلمية المناسبة؛
5. اختبار one sample t-test من أجل اختبار مدى إدراك عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية؛
6. اختبار فرق المتوسط بين (ت) Independent samples t-test لمعرفة الفروقات في اجابات العينة التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية ذات الاختيارات الثنائية (الجنس مثلا)؛
7. اختبار تحليل التباين One Way Anova لمعرفة الفروقات في إجابات العينة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

يتضمن هذا المبحث عرض ومناقشة مختلف النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية .

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

الفرع الأول: عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية للعينة

توزيع الخصائص الديمغرافية للعينة كما هو موضح في الجدول رقم (2-3) الموالي:

جدول رقم (2-3): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية

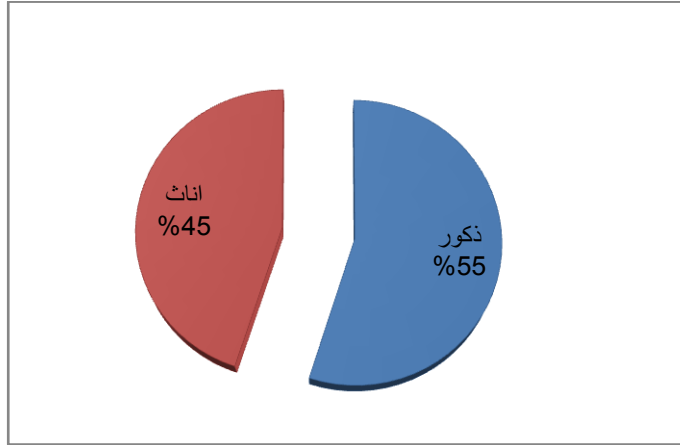
الرقم	المتغير	الفترة	القيم	
			التكرار	النسبة %
01	الجنس		18	55 %
			15	45 %
02	السن	من 20 إلى 30 سنة	19	58 %
			10	30 %
			2	6 %
			2	6 %
03	المؤهل العلمي	أقل من ثانوي	2	6 %
			8	24 %
			23	70 %
04	الخبرة	أقل من 5 سنوات	23	70 %
			5	15 %
			5	15 %
05	الوظيفة		2	6 %
			3	9 %
			4	12 %
			6	18 %
			18	55 %

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

1 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

يظهر من الجدول رقم (2-3) أن نسبة الذكور من أفراد العينة كانت (55%) في حين بلغت نسبة الإناث (45%) من مجموع العينة، بحيث لا يوجد تفاوت كبير بين الجنسين، والشكل رقم (2-2) الموالي يوضح نسبة الذكور والإناث في إجابات العينة.

الشكل رقم (2-2): يوضح نسبة الذكور والإناث في إجابات العينة

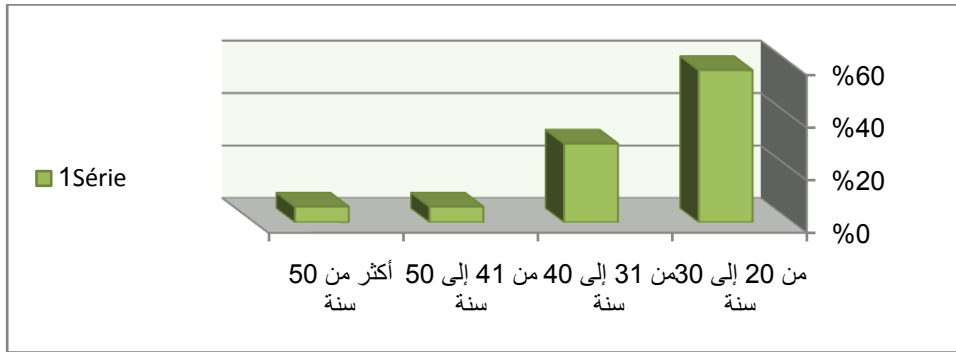


المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

2 توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

أما فيما يتعلق بمتغير السن فقد تحصّلت الفئة العمرية (من 20 إلى 30 سنة) على نسبة (58%) تليها بعد ذلك الفئة العمرية (من 31 إلى 40 سنة) بنسبة (30%)، تليها كذلك الفئة العمرية (من 41 إلى 50 سنة) بنسبة (6%) وأما الفئة العمرية الرابعة (أكثر من 50 سنة) بلغت نسبتها (6%)، هذا التفاوت في السن يعود إلى أن الوكالات السياحية محل الدراسة تعتمد على فئة الشباب في تسير أعمالها وأنشطتها، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2-3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

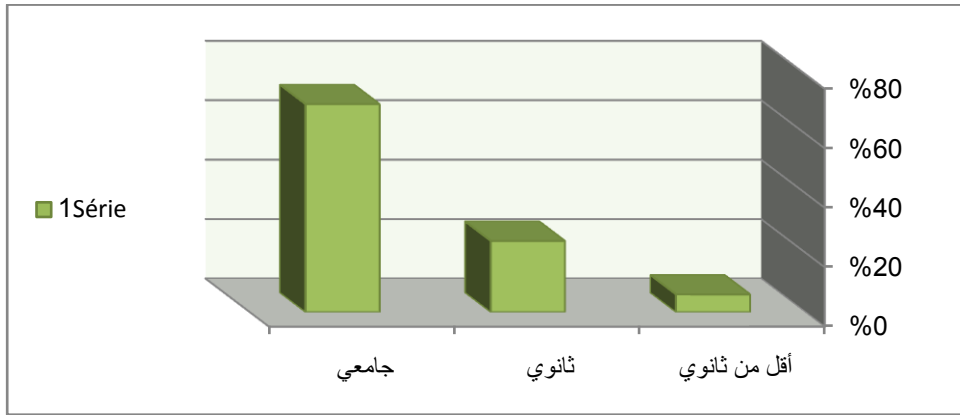


المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

3 توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

وبالنسبة لمتغير المؤهل العلمي لأفراد عينة الدراسة فقد وجد أن ما نسبته 6% من الحاصلين على مستوى أقل من ثانوي، وما نسبته 24% من الحاصلين على مستوى ثانوي، وما نسبته 70% من الأفراد الحاصلين على مستوى جامعي وهي أعلى نسبة، وهذا مؤشر بالغ الأهمية في المستوى العالي لأفراد العينة المتواجدة في الوكالات السياحية بمنطقة ورقلة؛ والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2-4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

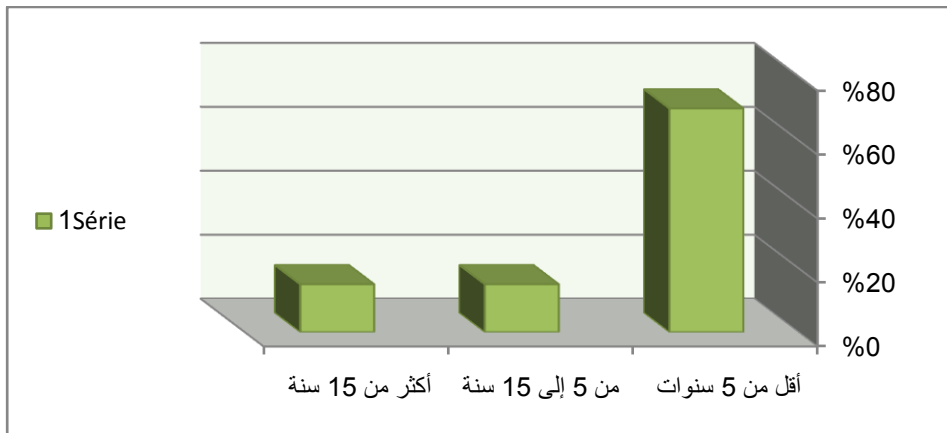


المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

4- توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة

وفيما يخص متغير الخبرة تحصلت فئة (أقل من 5 سنوات) على أعلى نسبة بواقع (70 %) يلي ذلك فئة (من 5 إلى 15 سنة) بنسبة (15 %)، كما قد تحصلت فئة (أكثر من 15 سنة) على نسبة (15 %). وهي نتيجة منطقية لنمو الوكالات وتوظيف الكفاءات الشابة. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2-5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة

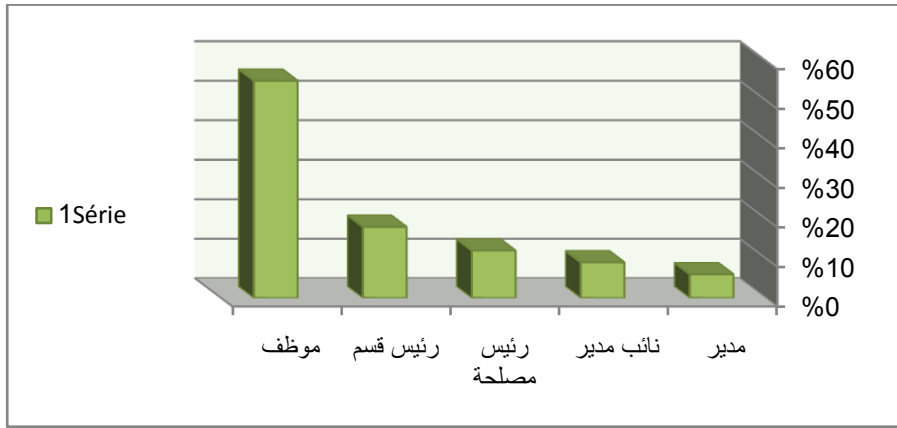


المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان.

5- توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة

أما بالنسبة لمتغير الوظيفة وجد أن ما نسبته (6 %) في مستوى مدير من إجمالي إجابات أفراد العينة، تليها نسبة (9 %) في مستوى نائب مدير، تليها كذلك ما نسبته (12 %) في مستوى رئيس مصلحة وما نسبته (18 %) في مستوى رئيس قسم، أما فيما يخص مستوى موظف فقد بلغت نسبتها (55 %) وهي أعلى نسبة من إجابات أفراد عينة الدراسة. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2-6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

الفرع الثاني: عرض نتائج اختبار الفرضيات

أولاً: تحديد اتجاه آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة

بغرض تحديد اتجاه آراء العينة على مقياس ليكرت الثلاثي (غير موافق، محايد، موافق) فإننا نعطيها قيمة كما يلي:

جدول رقم (2-4) ترميز مقياس ليكرت الثلاثي

البيانات	غير موافق	محايد	موافق
الترميز	1	2	3

المصدر: من إعداد الطالبة

ويتم بعد ذلك حساب المتوسط المرجح ثم نحدد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح كما في الجدول التالي:

جدول رقم (2-5): معايير تحديد الاتجاهات

الاتجاه	غير موافق	محايد	موافق
المتوسط المرجح	من 1 إلى 1,66	من 1,67 إلى 2,34	من 2,34 إلى 3

المصدر: من إعداد الطالبة

ويلاحظ أن طول الفترة المستخدمة هنا هي $3/2$ أي حوالي 0,66، وقد حسب طول الفترة على أساس أن الأرقام الثلاث

1.2.3 قد حصرت فيما بينها مسافتين.

1) اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الاقتصادي

جدول رقم (2-6): اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الاقتصادي

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	موافق	محايد	غير موافق	
			العدد	العدد	العدد	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
محايد	0,94	2,27	20	2	11	1- أداء الوكالة متناسب مع تعظيم الربح
			61 %	6 %	33 %	
محايد	0,85	2,18	15	9	9	2- تلتزم الوكالة بتحقيق الربح قدر الإمكان
			46 %	27 %	27 %	
موافق	0,75	2,55	23	5	5	3- تحافظ الوكالة على الوضع التنافسي القوي
			70 %	15 %	15 %	
موافق	0,61	2,61	22	9	2	4- تحافظ الوكالة على مستوى عال من الكفاءة
			67 %	27 %	6 %	
محايد	0,85	2,18	15	9	9	5- يتم الحكم على الوكالة بأنها ناجحة إذا كانت تحقق أرباح باستمرار
			46 %	27 %	27 %	
موافق	0,66	2,61	23	7	3	6- تلتزم الوكالة بالسعي إلى زيادة فوائدها الاقتصادية مع احترام منافسيها
			70 %	21 %	9 %	
محايد	0,87	2,15	15	8	10	7- تلتزم الوكالة بالعمل على تحقيق أقصى الأرباح
			46 %	24 %	30 %	
موافق	0,48	2,36	اجمالي البعد الاقتصادي			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

يظهر من هذا الجدول رقم (2-6) أن المتوسط العام لفقرات هذا البعد بلغ (2,36) وانحراف معياري (0,48)، وقد احتلت العبارة رقم 4 و العبارة رقم 6 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,61) وانحراف معياري (0,61) و(0,66) على التوالي، في حين جاءت العبارة رقم 7 في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (2,15) وانحراف معياري (0,87). كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لأغلب فقرات هذا البعد جاءت بلتجاه محايد مما يؤشر على عدم وجود اهتمام كبير بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية.

2) اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد القانوني

جدول رقم (2-7): اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد القانوني

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	موافق	محايد	غير موافق	
			العدد	العدد	العدد	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0,52	2,73	25	7	1	8- أداء الوكالة يتناسب مع التشريعات الحكومية والقانونية
			76 %	21 %	3 %	
موافق	0,69	2,67	26	3	4	9- تؤدي الوكالة مهامها وفقا للوائح والقوانين الدولية والاتحادية
			79 %	9 %	12 %	
موافق	0,52	2,73	25	7	1	10- تكون الوكالة مثل مواطن يلتزم بالقوانين
			76 %	21 %	3 %	
موافق	0,71	2,58	23	6	4	11- يتم الحكم على أن الوكالة بأنها ناجحة إذا كانت تلتزم بالقوانين
			70 %	18 %	12 %	
موافق	0,67	2,52	20	10	3	12- تقدم الوكالة خدمات تلي متطلبات الحد الأدنى من القوانين على الأقل
			61 %	30 %	9 %	
موافق	0,60	2,64	23	8	2	13- تأخذ الوكالة بالاعتبار اللوائح والتشريعات الخاصة بحماية المستهلك
			70 %	24 %	6 %	
موافق	0,59	2,67	24	7	2	14- تحترم الوكالة القوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية والأمراض والحوادث الناتجة عن العمل
			73 %	21 %	6 %	
موافق	0,48	2,79	27	5	1	15- تعمل الوكالة على التصريح لدى مصالح الضمان الاجتماعي وتقديم الإعانات عند الوفاة أو العجز
			82 %	15 %	3 %	
موافق	0,43	2,66	إجمالي البعد القانوني			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

يظهر من هذا الجدول رقم (2-7) أن المتوسط العام لفقرات هذا البعد بلغ (2,66) وانحراف معياري (0,43)، وقد احتلت العبارة رقم 15 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,79) وانحراف معياري (0,48) ، في حين جاءت العبارة رقم 12 في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (2,52) وانحراف معياري (0,67) . كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لكل فقرات هذا البعد جاءت باتجاه موافق مما يدل على أن البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية له اهتمام كبير من طرف إجابات أفراد عينة الدراسة في الوكالات السياحية.

3) اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الأخلاقي

جدول رقم (2-8): يوضح اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الأخلاقي

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرحح	موافق	محايد	غير موافق	
			العدد	العدد	العدد	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0,66	2,58	22	8	3	16- أداء الوكالة متناسب مع أعراف وتقاليد المجتمع والقواعد الأخلاقية
			67%	24%	9%	
موافق	0,50	2,76	26	6	1	17- تعترف وتحترم الوكالة المبادئ الأخلاقية السائدة في المجتمع
			79%	18%	3%	
موافق	0,66	2,58	22	8	3	18- منع وتجنب المبادئ الأخلاقية التي تُعرض أهداف الوكالة للخطر
			67%	24%	9%	
موافق	0,57	2,61	21	11	1	19- الوكالة كمواطن صالح يقوم بما هو متوقع منه أخلاقيا
			64%	33%	3%	
موافق	0,71	2,48	20	9	4	20- ندرك أن نزاهة الوكالة والسلوك الأخلاقي يتجاوز مجرد الامتثال للقوانين واللوائح
			61%	27%	12%	
موافق	0,71	2,45	19	10	4	21- تمتلك الوكالة نظاما صارما لمحاربة الفساد الإداري بشتى أنواعه
			58%	30%	12%	
موافق	0,75	2,58	24	4	5	22- تسعى الوكالة لمراعاة حقوق الإنسان واحترام عادات وتقاليد المجتمع
			73%	12%	15%	
موافق	0,45	2,57	إجمالي البعد الأخلاقي			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

نلاحظ من خلال هذا الجدول رقم (2-8) أن المتوسط العام لفقرات هذا البعد بلغ (2,57) وانحراف معياري (0,45)، وقد احتلت العبارة رقم 17 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,76) وانحراف معياري (0,50)، في حين جاءت العبارة رقم 21 في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (2,45) وانحراف معياري (0,71). ويظهر كذلك من خلال الجدول أن كل عبارات هذا البعد جاءت باتجاه موافق مما يدل على وجود اهتمام كبير من طرف الوكالات فيما يخص البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية.

4 اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الخيري

جدول رقم (2-9): يوضح اتجاهات أفراد العينة فيما يخص البعد الخيري

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	موافق	محايد	غير موافق	
			العدد	العدد	العدد	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0,66	2,45	18	12	3	23- أداء الوكالة يتناسب مع الأعمال الخيرية والتوقعات الخيرية للمجتمع
			% 55	% 36	% 9	
محايد	0,74	2,33	16	12	5	24- تعمل الوكالة على تقديم المساعدة ورعاية الأعمال الفنية والثقافية والرياضية
			% 49	% 36	% 15	
موافق	0,75	2,55	23	5	5	25- يشارك المدير والموظفين في الوكالة في الأنشطة التطوعية والخيرية داخل المجتمع
			% 70	% 15	% 15	
محايد	0,64	2,33	14	16	3	26- تقدم الوكالة المساعدات والتبرعات للمؤسسات التعليمية ودور رعاية الطفولة والمعوقين
			% 42	% 49	% 9	
موافق	0,66	2,42	17	13	3	27- تقدم الوكالة التطوعات و المساعدات للمشاريع التي تعزز المجتمع وتحسن نوعية الحياة
			% 52	% 39	% 9	
موافق	0,71	2,52	21	8	4	28- تقدم الوكالة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة
			% 64	% 24	% 12	
موفق	0,71	2,55	22	7	4	29- تساهم الوكالة بتخفيف عبء المعيشة للعاملين من خلال تقديم المعونات
			% 67	% 21	% 12	
موافق	0,62	2,45	17	14	2	30- تدعم الوكالة أنشطة مكافحة المخدرات وتقديم معونات لجمعيات معالجة المدمنين
			% 52	% 42	% 6	
موافق	0,55	2,45	إجمالي البعد الخيري			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

نلاحظ من الجدول رقم (2-9) أن المتوسط العام المرجح لفقرات هذا البعد بلغ (2,45) وانحراف معياري (0,55)، وقد احتلت العبارة رقم 25 و العبارة رقم 29 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,55) وانحراف معياري (0,75) و(0,71) على التوالي، في حين جاءت العبارة رقم 24 ورقم 26 في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (2,33) وانحراف معياري بلغ (0,74) و(0,65) على التوالي. كما يظهر من خلال هذا الجدول أن أغلب فقرات هذا البعد جاءت بلتجاه موافق مما يحل على وجود اهتمام كبير من طرف الوكالات بالبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية من خلال المشاركة في الأنشطة التطوعية داخل المجتمع وتقديم المعونة للعاملين.

ثانيا: نتائج اختبار الفرضيات

6 -الفرضية الأولى : المسؤولية الاجتماعية هي جملة من الالتزامات والواجبات المتعلقة بتحقيق أهداف المؤسسة وتحقيق سعادة ورفاهية المجتمع والوفاء بالالتزامات اتجاه أصحاب المصالح بصفة عامة. وتمثل أبعادها في البعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري.

من خلال المسح الأدبي والدراسات السابقة ومن خلال الجانب النظري قمنا باختبار الفرضية الأولى.

7 -الفرضية الثانية: يدرك مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

تم اختبار هذه الفرضية من خلال استخدام اختبار one sample t- test؛ حيث ومن خلال الجدول (2-10) الموالي نجد: الجدول رقم(2-10):مدى إدراك عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

البعد	المتوسط	الانحراف المعياري	T	مستوى المعنوية
الاقتصادي	2,36	0,48	4,32	0,00
القانوني	2,66	0,43	8,78	0,00
الأخلاقي	2,58	0,45	7,28	0,00
الخيري	2,45	0,55	4,75	0,00
الاجمالي	2,51	0,41	7,26	0,00

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

نجد بأن قيمة T كانت دالة عند مستوى معنوية 0,05 فأقل لجميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية (اقتصادي، قانوني، أخلاقي، خيري). ويشير هذا إلى توفر إدراك لأفراد العينة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية الأربعة؛ وأن مستوى الإدراك لديهم مرتفع بحيث أن جميع المتوسطات كانت أكبر من 2.

3 -الفرضية الثالثة: مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد الاقتصادي، ثم القانوني، ثم الأخلاقي، ثم البعد الخيري.

تم اختبار هذه الفرضية من خلال الاعتماد على المتوسطات الحسابية المرجحة والترتيب بناء على قيمة المتوسط المرجح والجدول رقم(2-11) الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-11): أهمية كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	البعد
4	0,48	2,36	الاقتصادي
1	0,43	2,66	القانوني
2	0,45	2,58	الأخلاقي
3	0,55	2,45	الخيري

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-11) نجد أن مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد القانوني بمتوسط حسابي (2,66) وانحراف معياري (0,43) يليها البعد الأخلاقي بمتوسط حسابي (2,58) وانحراف معياري (0,45)، ثم البعد الخيري بمتوسط حسابي (2,45) وانحراف معياري (0,55) ثم البعد الاقتصادي بمتوسط حسابي (2,36) وانحراف معياري (0,48).

4 -الفرضية الرابعة: يبين الواقع بشكل عام أن المؤسسات الخدمية محل الدراسة تتبنى كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية. تم اختبار هذه الفرضية من خلال الاعتماد على المتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية والنسب المئوية من أجل تحديد واقع تبني كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية حيث:

أ - **البعد الاقتصادي:** نجد أن آراء أفراد العينة تتجه نحو الموافقة بخصوص توفر البعد الاقتصادي حيث تم تقييم هذا البعد بمتوسط حسابي يقدر ب 2,36 وانحراف معياري 0,48؛ وعلى أساس هذا البعد كانت إجابات عينة الدراسة فيما يخص الفقرة الأولى نسبة موافقة 61% بينما الفقرة الثانية كانت نسبة الموافقة 70%، وفيما يخص الفقرة السادسة كانت نسبة الموافقة 70%.

ب **البعد القانوني:** نجد أن آراء أفراد العينة تتجه نحو الموافقة بخصوص توفر البعد القانوني؛ حيث تم تقييم هذا البعد بمتوسط حسابي يقدر ب 2,66 وانحراف معياري 0,43 وفيما يخص هذا البعد كانت إجابات عينة الدراسة فيما يخص الفقرة رقم (15) نسبة موافقة 82% والفقرة رقم (9) نسبة موافقة 79%، وفيما يخص الفقرتين (8) و(10) فكانت نسبة الموافقة 76%.

ج -**البعد الأخلاقي:** نجد أن آراء أفراد العينة تتجه نحو الموافقة بخصوص توفر البعد الأخلاقي؛ حيث تم تقييمه بمتوسط حسابي بلغ 2,58 وانحراف معياري 0,45 وفيما يخص هذا البعد كانت إجابات عينة الدراسة فيما يخص الفقرة رقم (17) نسبة موافقة 79% والفقرة رقم (22) نسبة موافقة 73%، وفيما يخص الفقرتين (16) و(18) فكانت نسبة الموافقة 67%.

د -**البعد الخيري:** نجد أن آراء أفراد العينة تتجه نحو الموافقة بخصوص توفر البعد الخيري؛ حيث تم تقييمه بمتوسط حسابي بلغ 2,45 وانحراف معياري 0,55 وفيما يخص هذا البعد كانت إجابات عينة الدراسة فيما يخص الفقرة رقم (25) نسبة موافقة 70% وفيما يخص الفقرة رقم (29) فكانت نسبة الموافقة 67%، أما الفقرة رقم (28) كانت نسبة الموافقة 64%.

5 الفرضية الخامسة: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة تعزى للمتغيرات الديمغرافية.

وقد تم تقسيم هذه الفرضية كما يلي:

أ. توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين (ت) **Independent Simple T – test** لمعرفة فيما إذا كان توجد فروقات في إجابات العينة تعزى للمتغيرات الديموغرافية للجنس ، و الجدول رقم (2-12) الموالي يوضح ذلك. من خلال ما يوضحه الجدول رقم (2-12) أدناه نلاحظ أن قيم المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,818)؛ وهي قيمة أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة، وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات العينة تعزى لمتغير الجنس ؛ بمعنى أنه لا توجد اختلافات في إجابات العينة تعزى لمتغير الجنس.

ونفس الملاحظة فيما يخص البعد الاقتصادي حيث نجد أن مستوى المعنوية يساوي (0,156)؛ البعد القانوني نجد أن مستوى المعنوية (0,077)؛ أما البعد الأخلاقي (0,576)؛ البعد الخيري (0,809)؛ وهي جميعها قيم أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس بين إجابات الذكور والإناث حول الأبعاد (الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري).

الجدول رقم (2-12): فرق المتوسطات لإجابات العينة تعزى لمتغير الجنس

مستوى المعنوية sig	قيمة T	المتوسط		المجال
		إناث	ذكور	
0,156	-1,45	2,50	2,25	البعد الاقتصادي
0,077	1,83	2,52	2,78	البعد القانوني
0,876	0,16	2,56	2,58	البعد الأخلاقي
0,809	0,24	2,43	2,47	البعد الخيري
0,818	0,23	2,49	2,53	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

ب. توجد فروق بين إجابات العينة تعزى لمتغير السن

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين **One Way AnOva** لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة والتي تعزى للمتغير الديموغرافي السن والجدول رقم (2-13) الموالي يبين ذلك:

الجدول رقم (2-13): يوضح نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير السن

Sig	F	المتوسط				الأبعاد
		أكثر من 50 سنة	من 41 إلى 50 سنة	من 31 إلى 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة	
0,390	1,04	2,21	2,93	2,30	2,35	البعد الاقتصادي
0,191	1,69	2,87	3,00	2,81	2,53	البعد القانوني
0,257	1,42	2,86	3,00	2,66	2,46	البعد الأخلاقي
0,294	1,29	2,56	3,00	2,57	2,32	البعد الخيري
0,232	1,51	2,36	2,98	2,59	2,41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-13)؛ نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,232) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير السن ؛ ومن جهة أخرى نجد أن مستوى المعنوية المتعلقة بالبعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري تساوي (0,390 ؛ 0,191 ؛ 0,257 ؛ 0,294) على التوالي وهي أيضا جميعها قيم أكبر من مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة حول الأبعاد الاقتصادية، القانوني، الأخلاقي والخيري تعزى لمتغير السن.

ج -توجد فروق بين إجابات العينة تعزى لمتغير المؤهل العلمي

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين One Way AnOva لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة والتي تعزى للمتغير الديموغرافي المؤهل العلمي. والجدول رقم (2-14) الموالي يبين ذلك:

الجدول رقم (2-14): يوضح نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير المؤهل العلمي

Sig	F	المتوسط			المجال
		جامعي	ثانوي	أقل من ثانوي	
0,123	2,25	2,25	2,57	2,78	البعد الاقتصادي
0,631	0,47	2,61	2,78	2,75	البعد القانوني
0,912	0,093	2,55	2,62	2,64	البعد الأخلاقي
0,794	0,232	2,41	2,48	2,87	البعد الخيري
0,525	0,658	2,46	2,62	2,72	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-14)؛ نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,525) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير المؤهل العلمي ؛ ومن جهة أخرى نجد أن مستوى المعنوية المتعلقة بالبعد الاقتصادي،

القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري تساوي (0,123 ؛ 0,631 ؛ 0,912 ؛ 0,794) على التوالي وهي أيضا جميعها قيم أكبر من مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة حول الأبعاد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والخيري تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

د -توجد فروق بين إجابات العينة تعزى لمتغير الخبرة

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين One Way AnOva لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة والتي تعزى للمتغير الديموغرافي الخبرة والجدول رقم (2-15) الموالي يبين ذلك:

الجدول رقم (2-15): يوضح نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير الخبرة

Sig	F	المتوسط			المجال
		أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 15 سنة	أكثر من 15 سنة	
0,803	0,22	2,33	2,40	2,48	البعد الاقتصادي
0,157	1,97	2,58	2,97	2,75	البعد القانوني
0,438	0,85	2,51	2,77	2,68	البعد الأخلاقي
0,397	0,95	2,36	2,65	2,65	البعد الخيري
0,332	1,146	2,45	2,71	2,65	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-15)؛ نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,332) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير الخبرة؛

ومن جهة أخرى نجد أن مستوى المعنوية المتعلقة بالبعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري تساوي (0,803 ؛ 0,157 ؛ 0,438 ؛ 0,397) على التوالي وهي أيضا جميعها قيم أكبر من مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة حول الأبعاد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والخيري تعزى لمتغير الخبرة.

هـ -توجد فروق بين إجابات العينة تعزى لمتغير الوظيفة

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين One Way AnOva لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة والتي تعزى للمتغير الديموغرافي الوظيفة والجدول رقم (2-16) الموالي يبين ذلك:

الجدول رقم (2-16): يوضح نتيجة تحليل التباين بين إجابات العينة تعزى لمتغير الوظيفة

Sig	F	المتوسط				المجال	
		موظف	رئيس قسم	رئيس مصلحة	نائب مدير		مدير
0,227	1,509	2,26	2,43	2,54	2,86	2,00	البعد الاقتصادي
0,299	1,285	2,52	2,77	2,90	2,96	2,69	البعد القانوني
0,219	1,534	2,42	2,64	2,96	2,80	2,57	البعد الأخلاقي
0,664	0,603	2,35	2,45	2,81	2,58	2,37	البعد الخيري
0,258	1,406	2,39	2,58	2,81	2,80	2,42	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-16) نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,258) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير الوظيفة؛ ومن جهة أخرى نجد أن مستوى المعنوية المتعلقة بالبعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري تساوي (0,227 ؛ 0,299 ؛ 0,219 ؛ 0,664) على التوالي وهي أيضا جميعها قيم أكبر من مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة حول الأبعاد الاقتصادية، القانوني، الأخلاقي والخيري تعزى لمتغير الوظيفة.

المطلب الثاني: مناقشة النتائج واختبار الفرضيات

الفرع الأول: تحديد اتجاه آراء العينة حول متغيرات الدراسة :

تم اختبار اتجاهات آراء العينة فيما يخص كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية وكانت النتائج كما يلي:

1- اتجاهات آراء العينة فيما يخص البعد الاقتصادي

يظهر من الجدول رقم (2-6) أن المتوسطات الحسابية لأغلب فقرات هذا البعد جاءت باتجاه محايد، إلا أن الاتجاه العام للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية كان باتجاه موافق الأمر الذي يشير إلى أن وكالات السياحة والأسفار محل الدراسة بورقلة تتبنى جوانب من المسؤولية الاقتصادية كما أنها لا تهتم كثيرا بتعظيم الأرباح.

2- اتجاهات آراء العينة فيما يخص البعد القانوني

يظهر من الجدول رقم (2-7) أن المتوسطات الحسابية لكل فقرات هذا البعد جاءت باتجاه موافق مما يدل على أن البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية له اهتمام كبير من طرف الوكالات السياحية محل الدراسة، أن الوكالات السياحية بورقلة محل الدراسة تنشط في إطار جملة من اللوائح والقوانين والأنظمة.

3- اتجاهات آراء العينة فيما يخص البعد الأخلاقي

ويظهر كذلك من خلال الجدول رقم (2-8) أن كل عبارات هذا البعد جاءت باتجاه موافق مما يدل على وجود اهتمام كبير من طرف الوكالات بالقيم والمبادئ الأخلاقية. وبالتالي يمكن القول أن وكالات السياحة والأسفار محل الدراسة أداءها متناسب مع أعراف وتقاليد المجتمع وتحترم المبادئ الأخلاقية للمجتمع الذي تنشط فيه.

4- اتجاهات آراء العينة فيما يخص البعد الخيري

يظهر من خلال الجدول رقم (2-9) أن أغلب فقرات هذا البعد جاءت بلتجاه موافق مما يدل على وجود اهتمام كبير من طرف وكالات السياحة والأسفار محل الدراسة بالبعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية من خلال المشاركة في الأنشطة التطوعية داخل المجتمع وتقديم المعونة للعاملين.

الفرع الثاني: تحليل نتائج اختبار الفرضيات: سوف يتم القيام باختبار صحة الفرضيات كما يلي

الفرضية الفرعية الأولى: المسؤولية الاجتماعية هي جملة من الالتزامات والواجبات المتعلقة بتحقيق أهداف المؤسسة وتحقيق سعادة ورفاهية المجتمع والوفاء بالالتزامات اتجاه أصحاب المصالح بصفة عامة . وتمثل أبعادها في البعد الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والبعد الخيري. أثبت نتائج المسح الأدبي والدراسات السابقة صحة هذه الفرضية .

الفرضية الفرعية الثانية: يدرك مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

نجد بأن قيمة T كانت دالة عند مستوى معنوية 0,05 فأقل لجميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية (اقتصادي، قانوني، أخلاقي، خيري). ويشير هذا إلى توفر إدراك عند أفراد العينة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية الأربعة؛ وبالتالي نقبل **الفرضية القائلة** يدرك مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية محل الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الفرعية الثالثة: مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد الاقتصادي، ثم القانوني، ثم الأخلاقي، ثم البعد الخيري.

حسب النتائج المتوصل إليها في الجدول رقم (2-11) وجدنا أن مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد القانوني بمتوسط حسابي (2,66) وانحراف معياري بلغ (0,43)، يليها البعد الأخلاقي بمتوسط حسابي (2,58) وانحراف معياري بلغ (0,45) ثم البعد الخيري بمتوسط حسابي (2,45) وانحراف معياري بلغ (0,55)، ثم البعد الاقتصادي بمتوسط حسابي (2,36) وانحراف معياري بلغ (0,48). وبالتالي **نرفض الفرضية القائلة** مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد الاقتصادي، ثم القانوني، ثم الأخلاقي، ثم البعد الخيري. ونقبل **الفرضية القائلة** مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد القانوني ثم البعد الأخلاقي ثم البعد الخيري ثم البعد الاقتصادي.

الفرضية الفرعية الرابعة: يبين الواقع بشكل عام أن المؤسسات الخدمية محل الدراسة تتبنى كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

ومن خلال حساب المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية لكل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية أثبتت الدراسة الميدانية أن المؤسسات الخدمية محل الدراسة تتبنى كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي **نقبل صحة الفرضية القائلة:** يبين الواقع بشكل عام أن المؤسسات الخدمية محل الدراسة تتبنى كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الفرعية الخامسة: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية حول مدى تبني المؤسسات الخدمية محل الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية تبعاً للمتغيرات الديمغرافية.

أ - توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (2-12) نلاحظ أن قيم المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,818)؛ وهي قيمة أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة، وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات العينة تعزى لمتغير الجنس؛ بمعنى أنه لا توجد اختلافات في إجابات العينة تعزى لمتغير الجنس. ومنه نرفض الفرضية القائلة بوجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديمغرافي الجنس.

ب توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن

من خلال الجدول رقم (2-13)؛ نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,232) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير السن. ومنه نرفض الفرضية القائلة بوجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديمغرافي السن.

ت توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي

من خلال الجدول رقم (2-14)؛ نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,525) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير المؤهل العلمي. ومنه نرفض الفرضية القائلة بوجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديمغرافي المؤهل العلمي.

ث توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الخبرة

من خلال الجدول رقم (2-15)، نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,332) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس، أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير الخبرة. ومنه نرفض الفرضية القائلة بوجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديمغرافي الخبرة.

ج توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الوظيفة

من خلال الجدول رقم (2-16)، نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0,258) وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 مما يدل على وجود تجانس أي أنه لا توجد فروقات أو اختلافات في إجابات العينة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغير الوظيفة. ومنه نرفض الفرضية القائلة بوجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديمغرافي الجنس.

وبالتالي وحسب النتائج المتوصل إليها نرفض الفرضية القائلة توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية حول مدى تبني المؤسسات الخدمية محل الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية تبعاً للمتغيرات الديمغرافية.

ونقبل الفرضية التالية: لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية حول مدى تبني المؤسسات الخدمية محل الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية تبعاً للمتغيرات الديمغرافية.

خلاصة الفصل:

قمنا في هذا الفصل باستخدام برنامج Spss20 لتحليل البيانات ومعالجتها من خلال الدراسة الميدانية التي كانت على مستوى وكالات السياحة والأسفار بولاية ورقلة، وهذا بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية بهدف معرفة واقع هذه الأخيرة في المؤسسات الخدمية محل الدراسة، ومعرفة مدى صحة فرضيات الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن وكالات السياحة والأسفار محل الدراسة بورقلة تتبنى المسؤولية الاجتماعية بأبعادها (الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي والخيري).

الأختان

الخاتمة:

لقد حاولنا من خلال دراستنا لهذا الموضوع معرفة واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات محل الدراسة، والمتمثلة في مجموعة من وكالات السياحة والأسفار بورقلة، وذلك من خلال التوصل إلى الإجابة عن إشكالية البحث والمتمثلة في: ما مدى تبني المؤسسات الخدمية للمسؤولية من وجهة نظر مديري الوظائف الرئيسية؟ وبالموازاة مع اختبار صحة الفرضية الرئيسية التالية: تتبنى المؤسسات الخدمية محل الدراسة المسؤولية الاجتماعية .

وبعد استيفاء البحث توصلنا إلى نتائج اختبار الفرضيات والتوصيات التالية:

أولاً: النتائج المتعلقة بالجانب النظري

- لا يوجد اتفاق محدد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؛
- يمكن اعتبار المسؤولية الاجتماعية أنها جملة من الالتزامات والواجبات المتعلقة بتحقيق أهداف المؤسسة وتحقيق سعادة ورفاهية المجتمع والوفاء بالالتزامات اتجاه أصحاب المصالح بصفة عامة، وهذا من خلال التأكد من صحة الفرضية الأولى؛
- للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالنسبة للأفراد والمؤسسة والمجتمع ككل؛
- تعدد مناهج المسؤولية الاجتماعية؛
- للمسؤولية الاجتماعية عدة مبادئ وكانت من بينها الالتزام بتنفيذ إصدارات شهادات الجودة المختلفة مثل الإيزو 14000.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالجانب التطبيقي

- يدرك مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات الخدمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية وهذا من خلال نتائج التحليل؛
- حسب نتائج التحليل الإحصائي مديري الوظائف الرئيسية في المؤسسات محل الدراسة يعطون الأولوية للبعد القانوني يليها البعد الأخلاقي ثم البعد الخيري ثم البعد الاقتصادي؛
- أثبتت الدراسة الميدانية أن المؤسسات الخدمية محل الدراسة تتبنى كل أبعاد المسؤولية الاجتماعية؛
- توصلت الدراسة من خلال اختبار الفرضيات إلى أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية حول مدى تبني المؤسسات الخدمية محل الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية تبعاً للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، السن، المؤهل العلمي، الخبرة، الوظيفة)؛
- من خلال الدراسة الميدانية نستنتج أن البعد البارز في وكالات السياحة والأسفار بورقلة محل الدراسة هو البعد القانوني، أي أن أدائها متناسب مع التشريعات الحكومية والقانونية؛

ثالثا :التوصيات

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها توصلنا إلى التوصيات التالية:

- زيادة اهتمام المؤسسات الخدمية بخدمة المجتمع الذي تعمل فيه وخاصة دعم الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؛
- توفير فرص عمل والمساهمة في دعم الأنشطة الثقافية والصحية والرياضية؛
- توعية المؤسسات عن طريق عقد محاضرات وندوات؛
- إعداد برامج تدريبية للعمال لتعريفهم بإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية؛
- إلزام المؤسسات من خلال المزيد من الإجراءات والقوانين المحددة والواضحة على ممارسة المسؤولية الاجتماعية .

رابعا :آفاق الدراسة

- نظرا لضيق الوقت ورغم كل الجهود المبذولة في إطار هذه الدراسة،يبقى هذا الموضوع واسع ويحتاج إلى دراسات أخرى أعمق مستقبلا، نفتح المجال لها للباحثين المهتمين باقتراح المواضيع التالية:
- أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحقيق جودة الخدمة المصرفية.
 - أثر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في كسب رضا الزبون.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب باللغة العربية:

- 1 - البكري ثامر ياسر، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن، ط2 2009.
- 2 - العصيمي عايد عبد الله ، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان، ط1، 2015.
- 3 - الغالي طاهر محسن ، إدارة وإستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة ، دار وائل للنشر عمان، ط 1 2009.
- 4 - الغالي طاهر محسن منصور، إدريس وائل محمد صبحي ، الإدارة الإستراتيجية: منظور منهجي متكامل ، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، ط2007، 1.
- 5 - الغالي طاهر محسن ، العامري صالح مهدي ، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل(الأعمال والمجتمع) ، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، ط2، 2008.
- 6 - سويدان نظام موسى، شفيق ابراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد للنشر والتوزيع الأردن، ط2 2006.
- 7 - طالب علاء فرحان وآخرون، فلسفة التسويق الأخضر، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، ط2010، 1.
- 8 - نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان، ط2006، 1.

المذكرات العلمية:

- 1 - سنيقرة رفيقة، أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مذكرة ماستر، غير منشورة، جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2012-2013.
- 2 - ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة أوبوكر بلقايد تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2009-2010.

الملتقيات العلمية:

- 1 - بحوصي مجذوب، بخوش مديحة ، دور مواصفة الايزو 26000 في التعريف بمعايير المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- 2 - جماعي أم كلثوم، بن عبد العزيز سمير ، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
- 3 - دادن عبد الغفور ورشيد حفصي، المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية يومي 20 و 21 نوفمبر 2012.
- 4 - عرابة رابح، بن داودية وهيبة، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية - عرض تجارب بعض الشركات العالمية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
- 5 - يوسفات علي، بودي عبد الصمد، مدى تبني عناصر المسؤولية الاجتماعية في شركة سونلغاز(ولاية أدرار) من وجهة نظر المستخدمين ، الملتقى العلمي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، يومي 14-15 فيفري 2012، جامعة بشار.

المراجع الأجنبية:

- 1- Yvan pesqueux, Yvan Biefot, **L'ethique des affaires ; Management par les valeur et responsabilité sociale**, Edition d'organisation, Paris.

مواقع الانترنت:

ar.wikipedia.org/wiki/04.03.2015 11:15

قائمة الملاحق

الملحق رقم -1-

قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الأستاذ المحكم	الدرجة العلمية	مكان العمل	التخصص
حكيم بن جروة	أستاذ محاضر-ب-	جامعة ورقلة	تسويق
رشيد مناصرية	أستاذ محاضر-ب-	جامعة ورقلة	إدارة أعمال
عبد الحق بن تفات	أستاذ محاضر-ب-	جامعة ورقلة	تسويق
عبد الرؤوف حجاج	أستاذ محاضر-ب-	جامعة ورقلة	اقتصاد وتسيير المؤسسات
حليمة السعدية قريشي	أستاذة مساعد-أ-	جامعة ورقلة	تسويق
محمد قوجيل	أستاذ مساعد-أ-	جامعة ورقلة	تسيير المؤسسات
إلياس بدوي	أستاذ مساعد-أ-	جامعة ورقلة	محاسبة وجباية

الملحق رقم -2-

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص: تسويق خدمات

استبيان

في إطار التحضير لاستكمال مذكرة الماستر في العلوم التجارية تحت عنوان: " واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الخدمية، دراسة حالة مجموعة من وكالات السياحة والأسفار بورقلة " نقدم لكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة على الأسئلة الواردة فيه بكل موضوعية، علما أن إجابتكم لن تستخدم إلا لغرض البحث علمي. نشكركم مسبقا على تعاونكم لإنجاز هذه الدراسة.

من إعداد الطالبة بن تريح سامية

ملاحظة:

- ☞ اقرأ بعناية مجموعة الأسئلة، أرجو الإجابة بتأني.
- ☞ يرجى وضع علامة (X) في المكان المناسب للإجابة أو ملء الفراغ الموجود.

أولا: تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية

- هل ترى أنه من الضروري ومن الأهمية بمكان قيام الوكالة بما يلي:

بدائل الاجابة			الفقرات	
موافق	محايد	غير موافق		
البعد الاقتصادي				
			أداء الوكالة متناسب مع تعظيم الربح	1
			تلتزم الوكالة بتحقيق الربح قدر الإمكان	2
			تحافظ الوكالة على الوضع التنافسي القوي	3

			4	تحافظ الوكالة على مستوى عال من الكفاءة
			5	يتم الحكم على الوكالة بأنها ناجحة إذا كانت تحقق أرباح باستمرار
			6	تلتزم الوكالة بالسعي إلى زيادة فوائدها الاقتصادية مع احترام منافسيها
			7	تلتزم الوكالة بالعمل على تحقيق أقصى الأرباح
البعد القانوني				
			8	أداء الوكالة يتناسب مع التشريعات الحكومية والقانونية
			9	تؤدي الوكالة مهامها وفقا للوائح والقوانين الدولية والاتحادية
			10	الوكالة مثل مواطن يلتزم بالقوانين
			11	يتم الحكم على أن الوكالة بأنها ناجحة إذا كانت تلتزم بالقوانين
			12	تقدم الوكالة خدمات تلي متطلبات الحد الأدنى من القوانين على الأقل
			13	تأخذ الوكالة بالاعتبار اللوائح والتشريعات الخاصة بحماية المستهلك
			14	تحتزم الوكالة القوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية والأمراض والحوادث الناتجة عن العمل
			15	تعمل الوكالة على التصريح لدى مصالح الضمان الاجتماعي وتقديم الإعانات عند الوفاة أو العجز
البعد الأخلاقي				
			16	أداء الوكالة متناسب مع أعراف وتقاليد المجتمع والقواعد الأخلاقية
			17	تعترف وتحترم الوكالة المبادئ الأخلاقية السائدة في المجتمع
			18	منع وتجنب المبادئ الأخلاقية التي تُعرض أهداف الوكالة للخطر
			19	الوكالة كمواطن صالح يقوم بما هو متوقع منه أخلاقيا
			20	ندرك أن نزاهة الوكالة والسلوك الأخلاقي يتجاوز مجرد الامتثال للقوانين واللوائح
			21	تمتلك الوكالة نظاما صارما لمحاربة الفساد الإداري بشتى أنواعه
			22	تسعى الوكالة لمراعاة حقوق الإنسان واحترام عادات وتقاليد المجتمع
البعد الخيري				
			23	أداء الوكالة يتناسب مع الأعمال الخيرية والتوقعات الخيرية للمجتمع
			24	تعمل الوكالة على تقديم المساعدة ورعاية الأعمال الفنية والثقافية والرياضية
			25	يشارك المدير والموظفين في الوكالة في الأنشطة التطوعية والخيرية داخل المجتمع
			26	تقدم الوكالة المساعدات والتبرعات للمؤسسات التعليمية ودور رعاية الطفولة والمعوقين
			27	تقدم الوكالة تطوعات ومساعدات للمشاريع التي تعزز المجتمع وتحسن نوعية الحياة
			28	تقدم الوكالة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة
			29	تساهم الوكالة بتخفيف عبء المعيشة للعاملين من خلال تقديم المعونات
			30	تدعم الوكالة أنشطة مكافحة المخدرات وتقدم معونات لجمعيات معالجة المدمنين

ثانيا: المعلومات الشخصية:

الجنس	ذكر	أنثى

السن	من 20 إلى 30 سنة	من 31 إلى 40 سنة	من 41 إلى 50 سنة	أكثر من 50 سنة

المؤهل العلمي	أقل من ثانوي	ثانوي	جامعي

الخبرة	أقل من 5 سنوات	من 5 - 15 سنة	أكثر من 15 سنة

الوظيفة	مدير	نائب مدير	رئيس مصلحة	رئيس قسم	موظف

وشكرا لتعاونكم

الفهرس

الفهرس

III	الإهداء
IV	الشكر
V	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
ب	المقدمة
2	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية
3	تمهيد
3	المبحث الأول: عرض الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية
3	المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية
3	الفرع الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية وأهميتها
4	الفرع الثاني: مبادئ المسؤولية الاجتماعية
4	الفرع الثالث: مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها
7	المطلب الثاني: استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية والموافقة القياسية الدولية إيزو 26000
7	الفرع الأول: استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية
8	الفرع الثاني: الموافقة القياسية الدولية إيزو 26000
8	المطلب الثالث: معيقات وعوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية
8	الفرع الأول: معيقات المسؤولية الاجتماعية
9	الفرع الثاني: عوامل نجاح المسؤولية الاجتماعية
10	المبحث الثاني: مدخل للدراسات السابقة
10	المطلب الأول: الدراسات العربية
10	الفرع الأول: دراسة رفيقة سنيقرة
10	الفرع الثاني: دراسة وصفي نزال وآخرون
11	الفرع الثالث: دراسة أحمد سامي عدلي ابراهيم القاضي
11	الفرع الرابع: دراسة نوال ضيائي
12	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
12	الفرع الأول: دراسة كل من Xavier fonti Aulet and Luis Garay Tamajon
12	الفرع الثاني: : دراسة كل من علي كازي وآخرون
14	خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: المسؤولية الاجتماعية لوكالات السياحة والأسفار بورقلة

16	تمهيد
17	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
17	المطلب الأول: طريقة الدراسة الميدانية
17	الفرع الأول: مجتمع الدراسة واختيار العينة
17	الفرع الثاني: متغيرات الدراسة
17	الفرع الثالث: تلخيص معطيات الدراسة
18	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
18	الفرع الأول: أداة الدراسة
19	الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة
20	الفرع الثالث: الأدوات والبرامج الإحصائية المستخدمة في الدراسة
21	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
21	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
21	الفرع الأول: عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية للعينة
24	الفرع الثاني: عرض نتائج اختبار الفرضيات
34	المطلب الثاني: مناقشة النتائج واختبار الفرضيات
34	الفرع الأول: تحديد اتجاهات آراء العينة حول متغيرات الدراسة
35	الفرع الثاني: تحليل نتائج اختبار الفرضيات
38	خلاصة الفصل الثاني
40	الخاتمة
43	المراجع
46	الملاحق