



Journal of Economics and Administrative Sciences (JEAS)



Available online at <http://jeasiq.uobaghdad.edu.iq>

المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز جودة الخدمات : دراسة تحليلية لآراء عينتنا من العاملين في مديرية توزيع كهرباء نينوى / المركز

م.م. بشار غانم حسين
جامعة الموصل / كلية الإدارة
والاقتصاد / قسم ادارة الاعمال
blsem_2000@yahoo.com

Received: 8/10/2019

Accepted :18/11/2019

Published :June / 2020

هذا العمل مرخص تحت اتفاقية المشاع الابداعي نسب المُصنّف - غير تجاري - الترخيص العمومي الدولي 4.0

[Attribution-NonCommercial 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



مستخلص البحث

يهدف البحث الحالي الى تشخيص دور المسؤولية الاجتماعية كونها من العوامل المساعدة في تعزيز جودة الخدمات , حيث سعى البحث الحالي لبيان علاقات الارتباط والاثر للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها المتمثلة بـ (البعد الاقتصادي, القانوني, الاخلاقي, والانساني) على قطاع الخدمات المتعلق بمجال الكهرباء في محافظة نينوى لأهميته وعلاقته المباشرة مع المواطن بالأخص بعد انتهاء العمليات العسكرية ودمار قطاع الكهرباء بنسبة كبيرة في مدينة الموصل , وتم اختيار مديرية توزيع كهرباء نينوى / المركز كمجتمع للبحث , واختيار عينة البحث من (الاداريين والعاملين) في المنظمة المبحوثة وتوزيع (40) استمارة اعدت لهذا الغرض لبيان رأي عينة البحث حول متغيرات البحث (المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات) , وتم الاعتماد على البرنامج الاحصائي (SPSS) للوصول الى النتائج, والتي ايدت مشكلة وفرضيات البحث بنسب مقبولة كما توصل الي البحث الى مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات والتي اكدت على تبني المنظمة المبحوثة لمتغيري البحث .

المصطلحات الرئيسية للبحث: المسؤولية الاجتماعية , جودة الخدمات .

المبحث الأول / منهجية البحث

1 . مشكلة البحث

اعتمد البحث على مشكلة اساسية تركز على علاقة المسؤولية الاجتماعية بجودة الخدمات المقدمة من قبل مديرية توزيع كهرباء نينوى / المركز , حيث مرت محافظة نينوى بوضع استثنائي بالأخص بعد انتهاء المعارك ودمار المدينة شبه الكامل وفي جميع القطاعات , ومن ابرز المؤسسات والتي كان لها دور استثنائي وفعال في ارجاع الطاقة الكهربائية الى المدينة هي مديرية توزيع كهرباء نينوى / المركز , مما كان لها أثر كبير على المدينة وعودة الحياة اليها , وجاء البحث الحالي لبيان دور المسؤولية الاجتماعية التي كان لها أثر كبير على سلوكيات الادارة والعاملين في المديرية من اجل تعزيز الخدمات المقدمة بجودة وسرعة ومهارة عالية , عليه تنطلق مشكلة البحث من سؤال رئيس مفاده هل للمسؤولية الاجتماعية دور في تعزيز جودة الخدمات المقدمة من مديرية توزيع كهرباء نينوى / المركز , بالاعتماد على ابعاد المسؤولية الاجتماعية المتمثلة (البعد الاقتصادي , والقانوني , والأخلاقي , والانساني) وعلاقتها مع جودة الخدمات المتمثلة بأبعادها (الملموسة , الاعتمادية , الاستجابة , الضمان , التعاطف) . من هذا المنطلق يمكن تشخيص مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

1. ما مستوى اهتمام الافراد العاملين في مديرية توزيع كهرباء نينوى بالمسؤولية الاجتماعية؟
2. ما درجة توافر عناصر جودة الخدمات من وجهة نظر المبحوثين ؟
3. هل يمكن للمنظمة المبحوثة أن تأخذ بمفهوم المسؤولية الاجتماعية منهجاً وتطبيقاً في مسيرة عملها اليومية والاستراتيجية سواء أكان ذلك داخل المنظمة أو خارجها مع أطراف المجتمع بالأخص فيما يتعلق بجودة الخدمات المقدمة ؟
4. ما امكانية توظيف المسؤولية الاجتماعية لتعزيز جودة الخدمات المقدمة في المنظمة المبحوثة ؟

2 . أهمية البحث

تبرز أهمية البحث من محاولته ربط متغيرات المسؤولية الاجتماعية بجودة الخدمات التي تقدمها مديرية توزيع كهرباء نينوى/ المركز , ويمكن اجمال أهمية البحث بالنواحي الآتية :

- أ. الناحية النظرية : يكتسب البحث أهميته النظرية لتناوله موضوع حيوي ومهم لنجاح المنظمات يتمثل بالمسؤولية الاجتماعية بوصفه واحد من أكثر الممارسات أهمية لتعزيز دور المنظمات , مما يشكل إضافة علمية متواضعة يمكن أن تساعد الباحثين في مجال الادارة وممارستها في التعرف على الدور الانساني الذي يمكن أن تلعبه المنظمات مما يساعد على تعزيز دور تلك المنظمات في تقديم خدمة ذات جودة عالية .
- ب. الناحية العملية : بيان دور المسؤولية الاجتماعية في المنظمة المبحوثة وهي مديرية توزيع كهرباء نينوى/ المركز , لاتخاذ الاجراءات اللازمة لتعزيز توافر ابعاد المسؤولية الاجتماعية واثرها في تحسين جودة الخدمات المقدمة الى المجتمع مما له اثر كبير على المستفيد والمنظمة بشكل خاص .

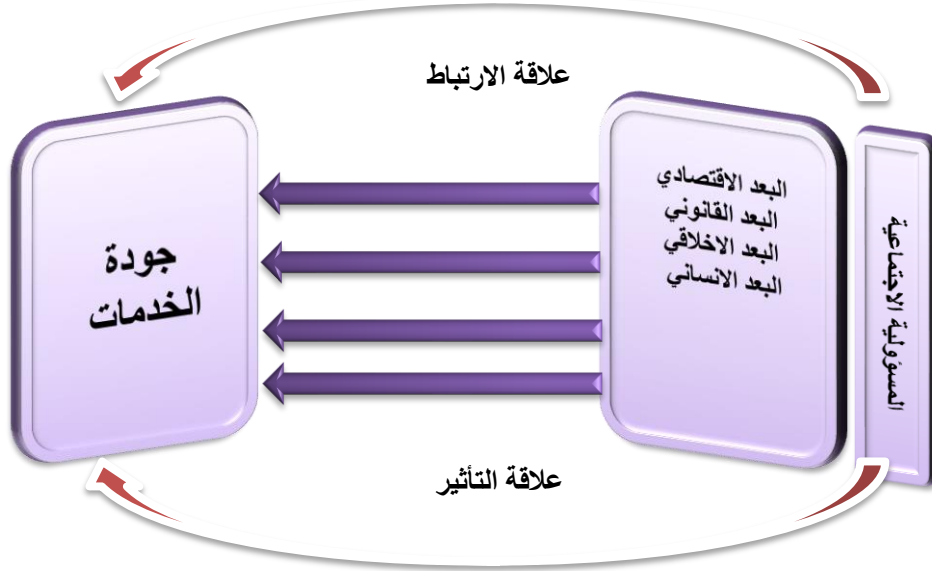
3 . أهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف الآتية :

- أ. تقديم أطار مفاهيمي عن المسؤولية الاجتماعية وأبعادها , فضلاً عن جودة الخدمات وطرائق قياسها على وفق المصادر العلمية التي توفرت لدى الباحث .
- ب. التعرف على مدى ادراك العاملين في المنظمة المبحوثة عينة البحث لممارسات المسؤولية الاجتماعية فضلاً على جودة الخدمات المدركة لتلك المنظمة .
- ت. فحص طبيعة الدور الذي يمكن ان تلعبه المسؤولية الاجتماعية في تعزيز جودة الخدمات المقدمة في المنظمة المبحوثة .
- ث. اختبار العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المقدمة .
- ج. التعرف على مدى تأثير ابعاد المسؤولية الاجتماعية في جودة الخدمات المقدمة .

4 . أنموذج البحث المقترح

يمثل أنموذج البحث المقترح تجسيدا لفكرة البحث وفرضياته وعلاقات الارتباط والأثر بين أبعاد متغيرات البحث تمهيداً لأختبار مدى صحة وقوة العلاقات , ويوضح الشكل (1) الأنموذج الافتراضي للبحث الحالي .



الشكل (1) أنموذج الدراسة المقترح

5 . فرضيات البحث

لكي يتمكن الباحث من الإجابة على أسئلة الدراسة وتحقيق أهداف الدراسة فقد تم تطوير عدد من الفرضيات وفق الآتي :

1. الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات .
2. يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية للبعد الاقتصادي في جودة الخدمات .
3. يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية للبعد القانوني في جودة الخدمات .
4. يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية للبعد الاخلاقي في جودة الخدمات .
5. يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية للبعد الانساني في جودة الخدمات .
6. الفرضية الرئيسية الثانية : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات .

6 . مجتمع البحث

تم اختيار مديرية توزيع كهرباء نينوى / المركز في الموصل لتمثل مجتمع البحث , ويمثل الملاك الإداري والفني من الموظفين والعاملين في المديرية عينة الدراسة , تم توزيع (40) استمارة استبانة لقياس ابعاد المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها في جودة الخدمات المقدمة .

7 . منهج البحث

استخدم المنهج التحليلي لقياس أبعاد المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات بالاعتماد على استمارة استبانة اعدت لهذا الغرض تم توزيعها على (40) موظف وعامل في مديرية توزيع كهرباء نينوى / المركز والذين يعتبرون عينة الدراسة , وبأستعمال الاساليب الاحصائية تم تحليل البيانات والوصول الى النتائج .

7 . حدود البحث

تتضمن حدود الدراسة الحالية الحدود المكانية المتمثلة مديرية توزيع كهرباء نينوى/ المركز , اما الحدود الزمانية لأجراء الدراسة الحالية تمتد من 2019/7/1 الى 2019/9/15 .

المبحث الثاني / المسؤولية الاجتماعية

أولاً : مفهوم المسؤولية الاجتماعية

تعاملت منظمات الاعمال خلال النصف الاول من القرن الماضي مع الاهداف المجتمعية على أنها اهداف منفصلة عن اهداف الأعمال التي تمارسها , إلا أن التحديات المتزايدة التي أخذت تواجه تلك المنظمات في المجتمعات التي تعمل فيها والتغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال المعاصرة على المستويين المحلي والعالمي جعلها تدرك شيئاً فشيئاً أن بقاءها واستمرارها يرتبط بمدى تبني تلك المنظمات للأنشطة المجتمعية والبيئية في استراتيجيات أعمالها (Ibrahim, 2010, 196) , حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم الواجبات الواقعة على عاتق الشركات، وهي التزامها بشكل مستمر في تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع من خلال توفير الخدمات المتنوعة ما يتعلق بالنواحي الصحية والبيئية، ومراعاة حقوق الإنسان وخاصة حقوق العاملين، وتطوير المجتمع المحلي، والمشاركة في إيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية والبيئية. (Azzawi, et al, 2012, 3).

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتنوعت وقدم الكثير من الباحثين والمنظمات الدولية وجهات نظرهم وتعريفاتهم لهذا المفهوم ومعظم هذه التعريفات تتمحور حول فكرة رئيسية مفادها أن المسؤولية الاجتماعية تتجاوز التزاماتها القانونية ولا تنحصر فقط بتحقيق الأرباح لملاكها أو حملة الأسهم بل تتعداها إلى تحملها مسؤوليات تجاه كافة أصحاب المصالح المرتبطين بهذه المنظمة من زبائن وعاملين ودانين وموردين والمجتمعات المحلية والبيئية والمجتمع بشكل عام وحتى الأجيال المستقبلية (Barakat, 2007, 19) , ونورد بعض تعاريف المسؤولية الاجتماعية حسب رأي الباحثين وفق الاتي :

الجدول (1) تعاريف المسؤولية الاجتماعية حسب رأي الباحثين

التعريف	الباحث
استخدم مصطلح المبادرات الاجتماعية للشركات لوصف جهود كبيرة تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية للشركات بأن المبادرات الاجتماعية للشركات هي الأنشطة الرئيسية للشركة لدعم القضايا الاجتماعية وتحقيق المسؤولية الاجتماعية للشركات	Kotler & Lee, 2008, 2
استجابة المنظمات الى ما هو أبعد من المتطلبات الاقتصادية والتقنية , والقانونية , فعلى الرغم من أهمية المنافع الاقتصادية التي تنشدها المنظمات إلا أن عليها تحقيق منافع اجتماعية أيضاً	Griser & Sapala, 2010, 8
أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية أنبثق من الأصوات التي تطالب مجتمع الأعمال بالعمل على وفق المبادئ الأخلاقية لتعظيم الآثار الإيجابية للمجتمع والتقليل من الآثار السلبية عليه , وتمثل التزاماً أخلاقياً بين المنظمة والمجتمع تهدف من خلاله إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع بما يعزز من مكانتها في أذهان الزبائن والمجتمع بشكل عام	Ali, et al, 2010, 477
الدمج الطوعي للأهداف الاجتماعية والبيئية في النشاطات التجارية لمنظمات الأعمال , وهي تندرج في إطار تحقيق أهداف السياسة الاجتماعية واستراتيجية التنمية المستدامة للاتحاد الأوروبي , هذه الممارسات يمكنها أن تدعم مجالات : التجديد , التنافسية وخلق فرص العمل	European Union, 2012, 29

ثانياً . أهمية المسؤولية الاجتماعية

أصبح من المتفق عليه أن تطبيق مبادئ وضوابط المسؤولية الاجتماعية له أهمية كبيرة ويعود بالنفع والفائدة على المنظمة والمجتمع والدولة . (Bin Masood & Kanoosh, 2012, 6)

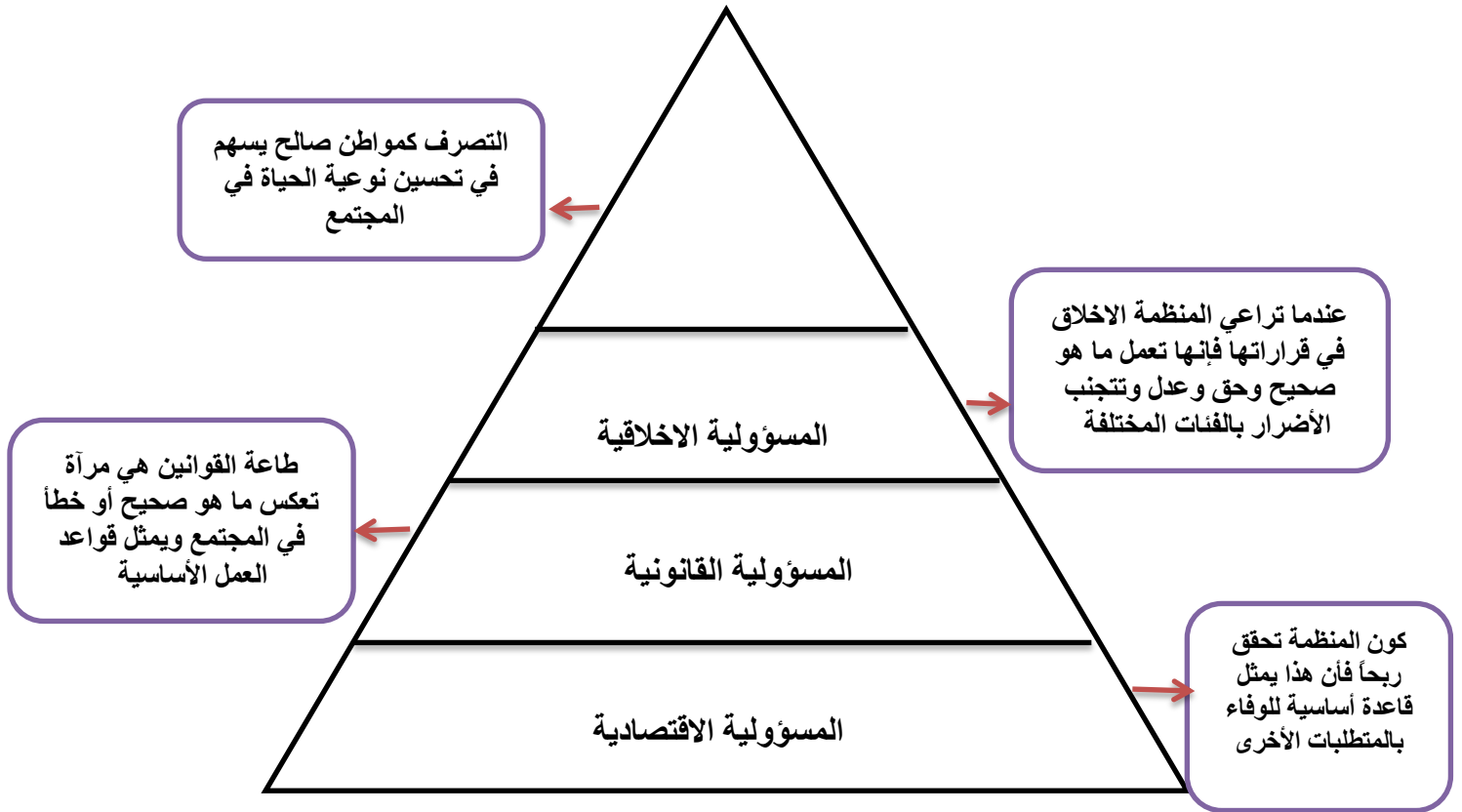
1. بالنسبة للمنظمة : إن قيام المنظمة بواجبها الأخلاقي في مجال المسؤولية نحو المجتمع يعتبر استثماراً جيداً من خلال كسب تعاطف المجتمع واحترامه والتعاون معه مما يؤثر إيجابياً على معدلات ربحيتها وملائمتها المالية وهذا يؤدي الى تحسين صورتها وترسيخ الانطباع الإيجابي لدى الزبائن والعاملين وأفراد المجتمع بصفة عامة , إذ ما اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية مبادرات طوعية للمنظمة تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة ومن شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحسين مناخ العمل , كما تؤدي الى بعث روح التعاون والترابط بين المنظمة ومختلف الأطراف ذات المصلحة , كما ان المؤسسات تتأثر بنتائج أداء المسؤولية الاجتماعية في عدة جوانب منها :

- أ. توظيف الكوادر البشرية الذي يعد من أهم مصادر التنمية الاقتصادية والانسان محورها .
- ب. توفير الموارد والاحتياجات من منظمات أخرى تعمل بالمجتمعات المحلية مما قد يؤدي الى تحفيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية .
- ت. قيام المنظمات باستثمار أموالها في المجتمعات المحلية مما ينشط العمل الاقتصادي ويرفع مستوى الدخل .
- ث. الاعمال الخيرية والوقفية التي تعود بالنفع على المجتمع المحلي .
2. بالنسبة للمجتمع : أن تنفيذ المنظمة لبرامج المسؤولية الاجتماعية يعمل على رفع مستوى التكافل والتضامن الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع خصوصاً عند تطبيق مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال , مما قد يسهم في تحسين التنمية السياسية انطلاقاً من رفع مستوى الوعي الاجتماعي بين الأفراد والمجموعات والمنظمات وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية ورفع مستوى الشفافية في العمل .
3. بالنسبة للدولة : أن التنفيذ الناجح لمثل هذه البرامج من المؤكد سيؤدي الى تجسير الفجوة بين الخدمات والبنى الأساسية التي تقدمها الدولة في المجالات الصحية والتعليمية والاجتماعية بسبب وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية , والمساهمة في التطور التقني والاقتصادي والاجتماعي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات الاقتصادية والاجتماعية .

ثالثاً. أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات

ذكر الباحثين أبعاد مختلفة من المسؤولية الاجتماعية " الطوعية " للمنظمات على أساس من أصحاب المصلحة , والبيئية , والاجتماعية , والاقتصادية (Dahlsrud, 2006, 6) , وتوفر هذه الأبعاد أطر العمل الأخلاقية , بينما ذكرت دراسة أخرى خمسة أبعاد وقد حددتها للاستدامة وهي (الأبعاد الطبيعية الفلسفية , والاقتصادية , والقانونية , والأخلاقية , والاجتماعية) وتمثل هذه الأبعاد الخمسة انعكاس أعمق في التنمية المستدامة من فعالية الثلاثي الشهير الذي يشمل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية , وبمناقشة العوامل الهامة للميزة التنافسية المستدامة وجدها تنعكس على العلاقات الرئيسية والابتكار والسمعة والرصيد الاستراتيجي (Ljubojevic. et al, 2012, 259) .

وفقاً لكارول (Carroll) فإن المسؤولية الاجتماعية تشمل أربعة أبعاد جوهرية رئيسة وهي : البعد الاقتصادي , والبعد الأخلاقي , والبعد القانوني , والبعد الخيري , وفي هذا الإطار قدم كارول (Carroll) مصفوفة بين فيها عناصر هذه الأبعاد الأربعة وكيف يمكن أن تؤثر على كل واحد من المستفيدين في البيئة , حيث أن فهمها يتطلب إيجاد علاقة وثيقة بين متطلبات النجاح في العمل ومتطلبات المساهمة في تلبية حاجات المجتمع وخاصة من النواحي الاقتصادية والقانونية حيث يتوقع المجتمع من منظمات الأعمال أن تلعب دوراً فيما يخص العنصر الأخلاقي والخيري , وبما أن هذه الأبعاد متداخلة العناصر فقد وضع كارول (Carroll) هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط فيما بينها كما في الشكل أدناه (Mohammed Yassin, 2008, 19) .



الشكل (2)
هرم كروول (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية

Source: Taher Mohsen Mansour Al-Ghalbi and Saleh Mohsen Al-Ameri, *Social Responsibility and Business Ethics (Business and Society)*, Wael Publishing House, Amman, Jordan, Second Edition, 2008, p. 83

1. المسؤولية الاقتصادية : وهي أساس المسؤوليات الاجتماعية للمنظمات في اسفل الهرم وتعني العمل على انتاج السلع والخدمات التي يرغب المجتمع فيها وبيعها بربح , أي على المنظمات الوفاء بمسؤوليتها الأساسية كوحدات اقتصادية في المجتمع (Carroll & Shabana, 2010, 90) . حيث تمارس منظمة الأعمال أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفاعلية وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع وخدمات بنوعية راقية , وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة بتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اجتماعية (Khafaji & Algalbi, 2008, 289) .

2. المسؤولية القانونية : المسؤولية القانونية هي الجزء الثاني من التعريف للأعمال التجارية وتشير الى التزامات إيجابية وسلبية وضعت على المنظمات من خلال القوانين والأنظمة المعمول بها في المجتمع التي تعمل فيه , ويرتكز هذا البعد على حماية البيئة , والسلامة المهنية والعدالة , وقوانين حماية المستهلك في شكل قوانين يفترض على المؤسسات احترامها بالشكل الذي يسمح بارتقاء المجتمع (Dadan & Rashid, 2012, 409) .

3. المسؤولية الأخلاقية : على الرغم من أن المسؤوليات الاقتصادية والقانونية تجسد المعايير الأخلاقية عن الانصاف والعدالة , إلا أن المسؤوليات الأخلاقية تحتضن تلك الأنشطة والممارسات المتوقعة أو المحظورة من قبل أفراد المجتمع , بالرغم من أنها ليست مقننة في القانون , فالمسؤوليات الأخلاقية تجسد تلك المعايير والقواعد أو التوقعات التي تعكس الحرص على المستهلكين والموظفين والمساهمين , وما يتعلق بالمجتمع بما هو منصف وعادل أو تماشياً مع احترام أو حماية الحقوق المعنوية لأصحاب المصلحة (Carroll, 1991, 41) .

4. المسؤولية الانسانية (الخيرية) : وتترتب اعلى الهرم من المسؤولية حيث الشركات تكوت أكثر أخلاقاً وأوسع نطاقاً, فالخيرية تتعلق بالحكم والاختيار من حيث اتخاذ القرارات بشأن أنشطة معينة أو التبرعات الخيرية التي تهدف إلى رد الجميل للمجتمع , جذور هذا النوع من المسؤولية تكمن في الاعتقاد بتشابك الأعمال والمجتمع بطريقة عضوية (Jamali & Mirshak, 2007, 246) . حيث أن بعد المسؤولية الخيرية يشمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف الى الربح , كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها . (Khafaji & Algalbi, 2008, 289

رابعاً. استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية

ومن خلال الأبعاد التي طرحها كروول Carroll وضع مجموعة من الاستراتيجيات للمنظمة الاجتماعية تتبعها المنظمات الاقتصادية , وتتمثل في : (Rashi, 2013, 14; Shaheen, 2009, 8) .

1. الاستراتيجية الاستباقية (التطوعية) : وهي أن تأخذ المنظمة القيادة في مجال المبادرة الاجتماعية بتغطية مستلزمات المسؤولية الاقتصادية , والقانونية , والاخلاقية والخيرية .
2. الاستراتيجية التكيفية : وهي أن تعمل المنظمة وفق الحد الأدنى المقبول والمطلوب للإيفاء بمتطلبات والمسؤوليات الاقتصادية والاخلاقية والقانونية .
3. الاستراتيجية الدفاعية : وهي أن تعمل المنظمة وفق الحد الأدنى المقبول والمطلوب للإيفاء بالمتطلبات والمسؤوليات الاقتصادية والاجتماعية .
4. الاستراتيجية المانعة (المعيقة) : وهي قيام المنظمة بمحاربة الطلبات الاجتماعية .

المبحث الثالث / جودة الخدمات

أولاً. مفهوم جودة الخدمات

يرجع مفهوم الجودة Quality الى الكلمة اللاتينية Qualitas التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلابته , وكانت تعني قديماً الدقة والاتقان ويستخدم مصطلح الجودة للدلالة على أن منتج أو خدمة جيدة , لكن من الخطأ أن نعتقد أن المنتجات أو الخدمات ذات الجودة العالية هي فقط المنتجات أو الخدمات الأكثر كلفة وإنما هي تلك المنتجات أو الخدمات التي تتناسب وحاجات وتوقعات الزبائن من حيث الاداء المرتفع والتكلفة المنخفضة وتوفير المنتج أو الخدمة بالكمية المطلوبة والوقت المناسب . (Aldaradkeh & Shibley, 2002, 15

ويقصد بجودة الخدمة بـ " جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة , أي التي يتوقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع العملي , وهي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضاه وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للمنظمات التي تريد تعزيز مستوى ونوعية خدماتها (Aldaradkeh, 2008, 181) مما يشير هذا التعريف الى ثلاث نقاط رئيسية وهي :

- أ. ترتيب مستويات جودة المنتج الخدمي الى ثلاث مراتب وهي (Brish, 2005, 258)
- جودة الخدمة المتوقعة , وتعرف على أنها " تمثل توقعات المستهلك لمستوى جودة الخدمة المقدمة , وتعتمد على احتياجات المستهلك وخبراته وتجاربه السابقة وثقافته واتصاله بالآخرين "
- جودة الخدمة الفعلية " وتتمثل في المستوى الفعلي لأداء الخدمة , فهي الجودة التي يشعر بها المستهلك أثناء تجربة حصوله الفعلي على الخدمة .
- جودة الخدمة المدركة " وهي الجودة التي يدركها المستهلك عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة .

ب. تعتبر جودة الخدمة المقدمة من أهم العوامل المؤثرة على درجة رضا المستهلك .
 ت. تعد جودة الخدمة مؤشراً تنافسياً مهماً تعتمد عليه المنظمات في تدعيم مركزها التنافسي ويمكن تعريف جودة الخدمة من خلال الأبعاد الثلاثة الخاصة بالخدمات (Althmor, 2005, 437),
 أ. البعد التقني : الذي يتمثل في تطبيق العلم والتكنولوجيا لمشكلة معينة .
 ب. البعد الوظيفي : أي الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية الى الزبون وتمثل ذلك النفسي والاجتماعي بين مقدم الخدمة والزبون الذي يستخدم الخدمة .
 ت. الامكانيات المادية : وهي المكان الذي تؤدي فيه الخدمة .

ثانياً. أهمية جودة الخدمات

تلعب جودة الخدمة دوراً هاماً في تصميم منتج الخدمة وتسويقه , حيث انها ذات أهمية لكل من مقدمي الخدمات والمستفيدين منها , وقد تزايد ادراك المنظمات الخدمية لأهمية ودور تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية , حيث تعمل المنظمة على جودة منتج الخدمات للأسباب الآتية : (Al-Dmour, 2005, 435)

1. إن الجودة تأثر على حجم الطلب على الخدمة وعلى الذي يصنع الطلب عليها .
 2. إن الجودة احد أهم مصادر الربح والنجاح مالياً , فهي تسعى لتخفيض تكلفة الخدمة .
 3. إن الجودة تعد وسيلة لصنع المكانة التنافسية للمنظمة , بالمقارنة مع المنظمات المنافسة لها .
- لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمات التي تهدف الى تحقيق النجاح والاستقرار , ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الانتاج وتصنيف المنتجات بانتظار الزبائن لكن في مجال الخدمات فإن الزبائن والموظفين يتعاملون معاً من أجل خلق الخدمة وتقييمها على أعلى مستوى , فعلى المنظمات الاهتمام بالموظفين والزبائن معاً لذلك تكمن أهمية الجودة في تقييم الخدمة فيما يلي : (Aldaradkeh, 2001, 151)

1. نمو مجال الخدمة : لقد ازداد عدد المنظمات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلاً نصف المنظمات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات الى جانب ذلك فالمنظمات الخدمية مازالت في نمو متزايد ومستمر .
2. ازدياد المنافسة : ان تزايد عدد المنظمات الخدمية سوف يؤدي الى وجود منافسة شديدة بينها , لذلك فإن الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المنظمات مزايا تنافسية عديدة .
3. فهم الزبائن : أن الزبائن يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز على الخدمة , فلا يكفي تقديم خدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الاكبر للزبائن .
4. المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة : اصبحت المنظمات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك لا يجب على المنظمات السعي من اجل اجتذاب زبائن جدد , ولكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام اكثر بمستوى جودة الخدمة .

ثالثاً. ابعاد جودة الخدمات

لقد تعرضت معظم الدراسات التي تناولت موضوع جودة الخدمات الى ابعاد يبني عليها الزبائن توقعاتهم وحكمهم على جودة الخدمة المقدمة من طرف المنظمة الخدمية ومنه تشكيل اتجاههم , إلا أنه لا يوجد اتفاق بين تلك المنظمات حول الأبعاد الأساسية ولقد أوضح بعض الباحثين في هذا المجال أن الجودة في قطاع الخدمات تشمل على ثلاثة أبعاد وهي : (Alhidat, 1991, 73)

1. الجودة المادية : وهي التي تهتم بالبيئة المحيطة أثناء تقديم الخدمة .
 2. جودة المنظمات : وهي التي تتعلق بصورة المنظمة أو الانطباع العام عنها من قبل الزبون .
 3. الجودة التفاعلية : وهي جودة الاحتكاك والتفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة .
- كما اعتبر بعض الباحثين أن جودة الخدمة تمثل جانبين هما : (Abdulrahman & Morsi, 1993, 151)

1. جودة الاداء : أي الطريقة التي يتم بها تقديم الخدمة والتي يتم الحكم عليها من طرف الزبائن اثناء تقديم الخدمة .
 2. جودة المخرجات : وهي التي يتم تقييمها بعد اداء الخدمة , أي الجودة التي يحكم عليها الزبائن بعد اداء الخدمة من الناحية الفعلية .
- الطريقة العملية لقياس جودة الخدمات سيرفكوال (SERVQUAL) من مجموعات النقاش خرج الباحثون بعشر أبعاد لجودة الخدمات , تشمل كل عناصر الجودة في قطاعات خدمة المستهلك حسب رأيهم , وأن اختلفت أهمية كل بعد من قطاع لآخر : (Zeithaml & Berry, 1985, 49) .
1. الاعتمادية : وتعني أداء الخدمة بدون خطأ من المرة الأولى , الوفاء بالالتزامات , صحة السجلات , صحة الفواتير , والتزام الوقت المحدد .
 2. الاستجابة : وتعني رغبة أو استعداد العاملين لخدمة الزبون وتقديم الخدمة بسرعة .
 3. الكفاءة : وتعني امتلاك المعرفة والمهارة من قبل العاملين الذين يظهرون للزبائن .
 4. سهولة وسرعة الوصول للخدمة : تسهيل الخدمة بالهاتف , قلة الانتظار , ملائمة توقيت وموقع الخدمة .
 5. المجاملة : وتشمل الاحترام للشخص والملكية , والأدب والبشاشة في الاتصال الشخصي , ومظهر العاملين .

6. الاتصال : وتشمل إعلام المستخدم عن الخدمة وتكلفتها، باستمرار وبلغة مفهومة ، وطمأنته على حل المشاكل .
7. المصداقية : وتشمل النزاهة والثقة، والحرص على مصلحة الزبون، وتأتي أساساً من اسم الشركة وسمعتها، ومن طريقة التفاعل الشخصي مع الزبون .
8. الأمن : وتشمل الأمن من المخاطر والشك وضمان سرية بيانات الزبون .
9. فهم الزبون : وتشمل بذل الجهد لفهم الزبون، حاجاته ورغباته وإعطائه عناية شخصية .
10. الجوانب الملموسة في الخدمة : وتشمل المعدات والأدوات المستخدمة في تقديم الخدمة ومظهر العاملين .
- الباحثون ابقوا على احتمال دمج بعض الأبعاد لاحقاً تبعاً لنتائج أبحاث لاحقة ، وهو ما تم فعلاً حيث أجملها الثلاثي (BZP) لاحقاً في خمسة أبعاد هي التي يظهرها الجدول (2) ، حيث عمل الكتاب الثلاثة (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1988, 34) فيما بعد على مراحل لتطوير عملية قياس الجودة المدركة للخدمة عبر بناء مقياس اسمه (سيرفكوال) يقيس هذه المكونات من خلال (20) سؤالاً ، وهي التي سوف يتم الاعتماد عليها في الدراسة الحالية لقياس جودة الخدمات في المنظمة المبحوثة .

جدول (2)

أبعاد جودة الخدمات في مقياس سيرفكوال

الفقرات	الأبعاد
التسهيلات المادية , التجهيزات , ومظهر العاملين	المسؤولية
القدرة على تأدية الخدمات بجدارة وعلى الوجه الصحيح	الاعتمادية
الحرص على مساعدة المستخدم وتقديم الخدمة بسرعة	الاستجابة
تحلي الموظفين بالمعرفة والمجاملة والقدرة على الإيحاء بالثقة والاطمئنان للمستخدم	الضمان
الاهتمام والعناية الشخصية التي توليها المنظمة بزيائنها	التعاطف

Source :ParasuramanA. ,Zeithaml Valarie A., Berry Leonard L., (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. Journal of Retailing. 64, 12-40.

المبحث الرابع / الجانب الميداني

أولاً. وصف وتشخيص متغيرات البحث

يتناول هذا الجانب وصف متغيرات البحث وتشخيصها معتمداً على البرنامج الإحصائي (SPSS) للاستدلال على التكرارات والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية بين متغيري الدراسة وأبعادها ، التي تعكس اختبار فرضيتي الدراسة الرئيسيتين الأولى والثانية واعتماداً على ذلك تم تقسيم المبحث على النحو الآتي .

1. وصف مستوى إجابات المبحوثين عن أبعاد متغيرات البحث وتشخيصها
اختص هذا الجانب بتقديم وصف وتشخيص لأبعاد متغيرا البحث وفق الآتي :

الجدول (3) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحراف المعياري لمتغيرات البحث

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مستوى الاستجابة			الأبعاد	
		نسبة لا اتفق	نسبة المحايد	نسبة الاتفاق		
0.76	3.73	6.5	26.5	67	البعد الاقتصادي	المسؤولية الاجتماعية
0.81	3.47	9.5	28	62.5	البعد القانوني	
0.85	3.38	18.5	25	56.5	البعد الاخلاقي	
1.02	2.90	36	29	35	البعد الانساني	
0.69	3.83	3.75	23	73.25	مجملة ابعاد جودة الخدمات	جودة الخدمات

الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي من خلال معطيات الجدول (3) الذي يشمل وصف وتشخيص أبعاد متغيري البحث (المسؤولية الاجتماعية لمجموعة ومنفردة)، وجودة الخدمات (مجتمعة)، حيث حصلت ابعاد المسؤولية الاجتماعية على الآتي:

1. البعد الاقتصادي حصل على اعلى نسبة اتفاق اذ بلغت نسبتها (67%) وبلغ المتوسط الحسابي (3.73) والانحراف المعياري (0.76)، وحصل (Q4) تمتلك المديرية القدرات والمهارات البشرية التي تمكنها من النهوض بالدور والمسؤولية الاجتماعية تجاه المستفيدين) على اعلى نسبة اتفاق من اجابات المبحوثين اذ بلغت (85%) مما يدل على ان المديرية تولي جانب المهارات والقدرات البشرية اهتمام كبير مما يساعدها على اداء مهامها ومسؤولياتها الاجتماعية تجاه المستفيدين بشكل ايجابي .

2. البعد القانوني حصل على نسبة اتفاق (62.5%) من اجابات المبحوثين وبلغ المتوسط الحسابي (3.47) والانحراف المعياري (0.81)، وحصل (Q10) تحترم المديرية قوانين العمل والقوانين المبرمة بينها وبين الاطراف الاخرى) على اعلى نسبة اتفاق اذ بلغت (90%) من اجابات المبحوثين مما يدل على أن المديرية تهتم بالجانب القانوني بالنسبة للعمال لديها وكذلك مع الجهات الخارجية سواء منظمات او افراد مما يؤدي الى التزامها بمهامها ومسؤولياتها تجاه الاطراف الخارجية من جهة قانونية .

3. البعد الاخلاقي فقد حصل على نسبة اتفاق (56.5%) من اجابات المبحوثين وبلغ المتوسط الحسابي (3.38) والانحراف المعياري (0.85) وحصل (Q11) تتوافق رسالة المديرية وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع المحلي) على اعلى نسبة اتفاق اذ بلغت (87.5%) من اجابات المبحوثين مما يدل على ان استراتيجية المديرية من حيث الرسالة والاهداف تنسجم مع الجانب الاخلاقي وقيم المجتمع المحلي .

4. اما البعد الرابع هو الانساني فقد حصل على نسبة اتفاق (35%) من اجابات المبحوثين وهي اقل نسبة من بين الابعاد الاخرى مما يدل على ان المنظمة المبحوثة لا تولي الجانب الانساني اهتمام كبير اسوة بالجوانب الاخرى وبلغ المتوسط الحسابي (2.90) والانحراف المعياري (1.02)، وحصل (Q16) تدعم المديرية مشاريع البنية التحتية (انشاء شبكات كهربائية) للمجتمع المحلي) على اعلى نسبة اتفاق من اجابات المبحوثين اذ بلغت (90%) مما يدل على ان المديرية تهتم بالجانب (العملي الانساني) اكثر من الجانب الخيري وهنا تؤدي رسالتها على اكمل وجه في اوصول الخدمة الى جميع المستفيدين بقدرة ومهارة عالية .

اما بالنسبة للمتغير المعتمد جودة الخدمات , تم اخذ نسبته بشكل اجمالي لجميع ابعاده والتي تتألف من (الملموسية, الاعتمادية, الاستجابة, الضمان, والتعاطف) وبلغت نسبة الاتفاق (73.25%) من اجابات المبحوثين وبلغ المتوسط الحسابي (3.83) والانحراف المعياري (0.69) , وحصل (Q32,Q34) العاملين في مديرتنا على استعداد دائم لمساعدة المستفيدين , ويتسم سلوك العاملين في مديرتنا بالأدب وحسن المعاملة مع المستفيدين (اذ بلغت نسبة الاتفاق (92.5%, 92.5%) على التوالي مما يدل على ان المديرية تولي اهتمام كبير بالمستفيدين من ناحية الخدمة الفورية وكذلك حسن التعامل والاخلاق العالية في التعامل مع المستفيدين مما يسهم في تقديم خدمات ذات جودة وكفاءة عالية .

ثانياً. اختبار علاقات الارتباط والاثربين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات

1 . اختبار الفرضية الرئيسية الاولى (علاقات الارتباط) بين متغيري البحث
 أ . توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة , حيث ان معامل الارتباط بين البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة يساوي (0.667^*) اي ان مستوى الارتباط هو (ارتباط طردي متوسط) وان القيمة الاحتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 , وهذا يدل وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة .
 ب .توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة , حيث ان معامل الارتباط بين البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة يساوي (0.375^*) اي ان مستوى الارتباط هو (ارتباط طردي ضعيف) وان القيمة الاحتمالية (0.017) وهي أقل من مستوي الدلالة 0.05 , وهذا يدل وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة .
 ج . لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين البعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة , حيث ان معامل الارتباط بين البعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة يساوي (0.274) اي ان مستوى الارتباط هو (ارتباط طردي ضعيف) وان القيمة الاحتمالية (0.088) وهي اعلى من مستوي الدلالة 0.05 , وهذا يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين البعد الاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة .
 د . توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين البعد الانساني للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة , حيث ان معامل الارتباط بين البعد الانساني للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة يساوي (0.512^*) اي ان مستوى الارتباط هو (ارتباط طردي متوسط) وان القيمة الاحتمالية (0.001) وهي أقل من مستوي الدلالة 0.05 , وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين البعد الانساني للمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة .

جدول (4)علاقات الارتباط بين متغيري البحث

أبعاد المسؤولية الاجتماعية المؤثرة على جودة الخدمات				جودة الخدمات		
البعد الانساني	البعد الاخلاقي	البعد القانوني	البعد الاقتصادي	sig	الارتباط	
0.364*	0.256	0.422*	1	.000	0.667*	البعد الاقتصادي
0.500*	0.545*	1	0.422*	.017	0.375*	البعد القانوني
0.646*	1	0.545*	0.256	.088	0.274	البعد الاخلاقي
1	0.646*	0.500*	0.364	.001	0.512*	البعد الانساني

الجدول من إعداد الباحث في ضوء نتائج البرمجة SPSS
 تفصح معطيات الجدول (5) عن وجود علاقات ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات في المنظمة المبحوثة اذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.581^*) اي علاقة ارتباط متوسطة القوى عند مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05) , وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين ابعاد المسؤولية الاجتماعية بشكل كلي وجودة الخدمات للمنظمة المبحوثة , مما يدل على قدرة هذه الابعاد في تفسير جودة الخدمات والتنبؤ بها في المنظمة المبحوثة . وعلى نحو يمكننا من قبول الفرضية الرئيسية الاولى التي تنص (على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة وجودة الخدمات في المنظمة المبحوثة)

الجدول (5) نتائج علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات

جودة الخدمات		المتغير المعتمد
مستوى المعنوية	معامل الارتباط	المتغير المستقل
0.000	0.581*	المسؤولية الاجتماعية

الجدول من إعداد الباحث في ضوء نتائج البرمجة SPSS n=40 P* ≤ 0.0

2. تحليل علاقات التأثير بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في جودة الخدمات

يوضح الجدول (6) نتائج تحليل الانحدار بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات , ويلاحظ أن هناك تأثير ذو دلالة معنوية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق جودة الخدمات , إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (19.41) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (4.08) تحت مستوى معنوية (0.05) , أي بدرجة ثقة (0.95) ودرجة حرية (39) . ومن ملاحظة معامل بيتا (B) والبالغ (0.52) والذي يشير الى أن تغير وحدة واحدة في المسؤولية الاجتماعية يصاحبه تغير بمقدار (0.52) في جودة الخدمات , ويدلل هذا الى أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق جودة الخدمات المقدمة من المنظمة المبحوثة , أما قيمة معامل التحديد (R²) فقد بلغ (0.34) وهذه النسبة تشير الى ان ما مقداره (0.34) من التباين الكلي الحاصل في جودة الخدمات تتحدد من خلال المسؤولية الاجتماعية وان النسبة المتبقية البالغة (0.66) تمثل نسبة تأثير متغيرات أخرى غير معروفة , ومن متابعة (B) البالغة (0.581) وبدلالة قيمة (T) المحسوبة (4.405) وهي قيمة معنوية أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.684) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1,39) . وبذلك تحققت الفرضية الرئيسية الثانية على انه يوجد تأثير لمتغير المسؤولية الاجتماعية لأبعاده مجتمعة على جودة الخدمات في المنظمة المبحوثة

الجدول (6) تحليل الانحدار الخطي البسيط بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات

جودة الخدمات						البعد المعتمد
Df	T		F		B	R ²
	الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		
1						
38	1.684	4.405	4.08	19.41	0.774	0.34
39						

P* ≤ 0.05 N= 40

الجدول من إعداد الباحث في ضوء نتائج البرمجة SPSS

المبحث الخامس / الاستنتاجات والمقترحات

أولاً . الاستنتاجات

- توصل البحث الى جملة من الاستنتاجات التي يمكن عرضها على النحو الآتي :
1. يعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية من المواضيع الحديثة في مجال الإدارة , إذ على الرغم من قدم تناوله في الدراسات الأجنبية إلا أن الدراسات العربية والمحلية خاصة تناولته حديثاً .
 2. أفرزت نتائج البحث الميداني الى ان المنظمة المبحوثة تقوم بتقديم خدماتها بأسعار في متناول المستفيدين فيما يخص البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية وكذلك تمتلك المنظمة المبحوثة القدرات والمهارات البشرية التي تمكنها من النهوض بالمهام والمسؤولية الاجتماعية تجاه المستفيدين .
 3. تلتزم المنظمة المبحوثة بالقوانين التي تسعى لتوفير الرعاية الصحية للعاملين فيما يخص البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين , وكذلك تحترم المنظمة المبحوثة قوانين العمل والقوانين المبرمة بينها وبين الأطراف الأخرى .
 4. أفرزت نتائج البحث في جانب المسؤولية الاجتماعية الخاص بالبعد الانساني الى ان رسالة وأهداف المنظمة المبحوثة تتوافق مع أهداف وقيم المجتمع المحلي , وكذلك تسعى المنظمة المبحوثة لمراعاة حقوق الانسان واحترام عادات وتقاليد المجتمع .

5. ومن بين النتائج التي أفرزها البحث الميداني الخاص بالبعد الانساني للمسؤولية الاجتماعية الى ان المنظمة المبحوثة تدعم مشاريع البنية التحتية (انشاء شبكات كهربائية) للمجتمع, وكذلك تقدم المنظمة المبحوثة تسهيلات وخدمات للمؤسسات الخيرية مراكز الطفولة ورعاية المعاقين , وتراعي الفقراء والشهداء والجرحي وغيرهم من الفئات المشابهة (اعفاءات, تخفيض, تقسيط) .
6. أفرزت نتائج البحث في الجانب الخاص بجودة الخدمات الى ان المنظمة المبحوثة توفر لوحات وعلامات ارشادية ووسائل اتصال تسهل الوصول الى الافراد والاقسام والفروع المختلفة الخاصة بالمنظمة .
7. أفرزت نتائج البحث في الجانب الخاص بالاعتمادية والاستجابة الى ان المنظمة المبحوثة تحرص على الاستجابة بسرعة لمشاكل واستفسارات المستفيدين , وكذلك يقدم العاملين في المنظمة المبحوثة الخدمة بشكل فوري وكذلك العاملين في المنظمة على استعداد دائم لمساعدة المستفيدين .
8. أفرزت نتائج البحث في الجانب الخاص بأبعاد الضمان والتعاطف الى ان سلوك العاملين في المنظمة المبحوثة يتسم بالأدب وحسن المعاملة مع المستفيدين وكذلك تتوفر لدى عمالي المنظمة المبحوثة المعرفة والمهارة والخبرة المناسبة , وكذلك ان المنظمة المبحوثة على دراية وعلم باحتياجات ورغبات المستفيدين .

ثانياً. المقترحات

في ضوء الاستنتاجات التي توصل اليها البحث يمكن تقديم مجموعة من المقترحات التي تهدف الى اغناء واقع حال المنظمة المبحوثة خاصة والمنظمات عامة قدر تعلق الامر بالمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات وكما يأتي :

1. على ادارة المنظمة المبحوثة ان تركز على ان الخدمات المجتمعية التي تقدمها هي هدفاً لتحقيق المسؤولية الاجتماعية وليس لتحقيق المردودات الاقتصادية فقط , وكذلك يجب ان تسعى المنظمة المبحوثة على تحقيق ربح اقتصادي دون المساس بمستويات أجور العاملين
2. يجب على المنظمة المبحوثة ان تلتزم بتوفير الخدمات الاجتماعية مثل (النقل والمواصلات وتسهيلات السكن وغيرها) لتحافظ على حقوق العاملين , وكذلك على المنظمة المبحوثة الالتزام بأهمية النقابات العمالية المختلفة وتحترم دورها في عدم المساس لحقوق العاملين .
3. تعامل المنظمة المبحوثة مع الموظفين والعاملين يجب ان يكون بعدالة ودون تمييز بالأخص في جوانب (الأجور, الترقيات, الحوافز) , وكذلك يجب على المنظمة المبحوثة المحافظة على البيئة ومنع التلوث وانجاز المساحات الخضراء .
4. اما من ناحية البعد الانساني يجب على المنظمة المبحوثة ان تراعي مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف وكذلك يجب عليها ان تقدم مساعدات للعاملين لحل مشاكلهم مثل (الزواج, والسكن وغيرها) وكذلك يجب على المنظمة ان توفر فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة .
5. اما فيما يخص جودة الخدمات يجب ان توفر المنظمة المبحوثة تجهيزات ومعدات واجهزة تقنية حديثة وكذلك عليها ان توفر صالات ومرافق ملائمة وصحية وجذابة لتقديم الخدمة .
6. يجب على المنظمة المبحوثة ان تحظى بثقة المستفيدين من خدماتها المقدمة , وكذلك يجب ان تقدم الخدمة بشكل صحيح من اول مرة وبشكل جيد في المقام الاول .
7. على المنظمة المبحوثة اعلام المستفيدين بدقة عن موعد تقديم الخدمة وكذلك يجب عدم انشغال العاملين في المنظمة المبحوثة عن المستفيدين وتلبية طلباتهم بشكل فوري .
8. يجب ان يتحلى العاملين في المنظمة المبحوثة بالأحاسيس الانسانية واللباقة والكياسة في التعامل مع المستفيدين وكذلك يجب على المنظمة المبحوثة ان تولي اهتمام شخصي بالمستفيدين وكذلك يجب ان تكون ساعات اداء الخدمة مناسبة لجميع المستفيدين .

قائمة المصادر

1. Abdeen, Ibrahim, (2016), The Reality of Social Responsibility of Insurance Companies Operating in Gaza Strip Field Study, Palestine.
2. Abdulrahman, Thabit, and Morsi, Jamal al-Din, (1993), measuring the quality of services, an article published in the Journal of Commerce and Finance, issued by the Faculty of Commerce, Tanta University, No. 5 .
3. Al-Daradkeh, Mamoun Suleiman (2008), "Total Quality Management and Customer Service", th¹, Dar Safaa for Publishing and Distribution, Amman, Jordan .
4. Al-Daradkeh, Mamoun, (2001), Total Quality Management, Dar Safaa for Publishing and Distribution, First Edition, Amman, Jordan .
5. Al-Daradkeh, Mamoun, and Shalabi, Tariq, (2002), Quality in Modern Organizations, First Edition, Dar Safaa for Publishing and Distribution, Amman, Jordan .
6. Al-Dmour, Hani Hamed, (2005), Marketing Services, Wael Publishing House, th³, Jordan .
7. Al-Ghalbi, Taher Mohsen Mansour and Al-Ameri, Saleh Mohsen, (2008) Social Responsibility and Business Ethics (Business and Society), Wael Publishing House, Amman, Jordan, Second Edition
8. Al-Haddad, Awad Bedair, (1991) Analysis of the perception of bank customers and employees of the level of banking services, a field study on commercial banks, Institute of Banking, Cairo .
9. Al-Khafaji, Nima Abbas, and Al-Ghalbi, Taher Mohsen, (2008), Readings in Contemporary Administrative Thought, Dar Al-Yawzi Scientific Publishing and Distribution, Amman, Jordan .
10. Azzawi, Omar, and Moulay Lakhdar, Bouzid Sayeh (2012), Motivations of Business Organizations Adopting Social and Ethical Dimensions as a Criterion for Measuring Social Performance, Third International Forum, (Presentation of Experiences of Countries and Leading Business Organizations with Social Responsibility Aspects), Faculty of Economic Sciences And Business and Management Sciences, University of Bashar, Algeria .
11. Barakat, Ibrahim Mohamed, (2007), The importance of disclosure of financial transactions risks related to money laundering in commercial banks: an analytical study in the light of the theory of social responsibility, a research presented to the seventh annual scientific conference, risk management and knowledge economy, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Al - Zaytoonah University of Jordan, Amman Jordan, 16-18 April .
12. Bin Masoud, Nasreddine, and Knosh, Mohammed, (2012), the reality of the importance and value of social responsibility in the economic institution, the third international forum on the application of business organizations and social responsibility, University of Bashar .
13. Briech, Abdelkader, (2005), Quality of Banking Services as an Approach to Increasing the Competitiveness of Banks, Journal of North African Economics, 3rd Issue, University Press Office, Algeria.
14. Daden, Abdelghafour, and Rachid, Hafsi, (2012), The Foundation between Achieving Competitiveness and the Determinants of Social and Environmental Responsibility, International Scientific Forum on the Behavior of the Economic

Institution under the Stakes of Sustainable Development and Social Justice (20-21 November 2012), Algeria.

15. Ibrahim, Ibrahim Khalil, (2010), the development of the model of social responsibility in the light of measurements of power and ethics in the Iraqi civil colleges in Baghdad, doctoral thesis submitted to the Council of the College of Management and Economics, University of Baghdad.

16. Mohammed Yassin, Mohammed Atef, (2008), The Reality of Industrial Organizations Adoption of Social Responsibility: An Empirical Study of Sample Opinions of Key Managers of Jordanian Human Pharmaceutical Companies, Unpublished Master Thesis, Middle East University for Studies, Jordan .

17. Rashi, Tariq, (2013), The Role of Adopting a Social Responsibility Approach in Creating and Strengthening Entrepreneurship and Competitiveness of Business Organizations, World Scientific Conference on Islamic Economics and Regulated Finance, Growth, Justice and Stability from an Islamic Perspective, Istanbul, Turkey.

18. Shaheen, Yasser (2009), Environmental Dimension of Social Responsibility of the Palestinian Private Sector, Second International Conference on the Palestinian Environment, Palestine.

19. The website of the European Union, (12/3/2012),

http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/e00019_frhtm.

20. A-Ali, AL-bdour, Nasrudding, Elisha & Lin, Keng, Soh, (2010), The relationship between internal corporate social responsibility and organizational committment within the Banking sector in Jordan, International Journal of Human and Social Science 5:14, PP. 1 – 20.

21. Carroll (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons.

22. Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010): The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. International Journal of Management Reviews, 12(1), 85-105 .

23. Dahlsrud, A. (2006): How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. Corporate social responsibility and environmental management, 15(1), 1-13 .

24. Griseri, paul & Seppala, NiNa. (2010), Business ethics and corporate social responsibility, 1th edition, South-Western, Cengage learning EMEA, Singapore .

25. Kotler, P., & Lee, N. (2008): Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause: John Wiley & Sons.

26. Ljubojevic, C., Ljubojevic, G., & Maksimovic, N. (2012): Social Responsibility and Competitive Advantage of the Companies in Serbia. Paper presented at the MIC 2012: Managing Transformation with Creativity; Proceedings of the 13th International Conference, Budapest, 22–24 .

27. Parasuraman A. Zeithaml V.A. and Berry L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64, 12-40.

28. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing. 49, 41–50.

Social responsibility and its role in enhancing the quality of services: an analytical study of the views of a sample of employees in the Directorate of Electricity Distribution Nineveh / Center

Assistant Lecturer/Business Administration Department
University of Mosul / College of Management and
Economics
blsem_2000@yahoo.com

Received: 8/10/2019

Accepted :18/11/2019

Published :June / 2020



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract

The current research aims to diagnose the role of social responsibility as a contributing factor in enhancing the quality of services provided by the public sector in Iraq, where the research sought to demonstrate the relationship and impact of social responsibility dimensions (economic, legal, moral, and human) on the sector Services related to the electricity field in Nineweh governorate because of its importance and its direct relationship with the citizen especially after the end of military operations in the destruction of the electricity sector by a large percentage in the city of Mosul. Nineveh Electricity Distribution Directorate / Center was chosen as a research community including (administrators and staff) of the researched organization and the distribution of (40) form prepared for this purpose to indicate the opinion of the research sample on the research variables (social responsibility and quality of services), and relied on the statistical program (SPSS) to reach the results, which supported the problem and hypotheses of research in acceptable proportions. The research also reached a set of conclusions and proposals, which confirmed the adoption of the research organization of the research variables.

Keyword: Social responsibility, quality of service.