



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

عمادة الدراسات العليا

كلية الدراسات التجارية

الدور الوسيط لجودة الخدمة في العلاقة بين المسؤولية  
الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية: التوجه  
الاستراتيجي كمتغير معدل

**The mediating role of service quality in the  
relationship between internal corporate social  
responsibility and internal image: The strategic  
orientation as moderate variable**

(دراسة على عينة من المؤسسات الخدمية العاملة بولاية الخرطوم)

بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال

إشراف /

د . صديق بلل إبراهيم بلل

إعداد الدارس /

الفتاح عز الدين عوض الكريم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الآية

قال تعالى:

﴿ وَقُلْ أَعْمَأُؤُوا فَمَا بَرَأَ اللَّهُ  
عَمَأُؤِهِمْ وَرَأَسُوهُلَهُ وَالْمُؤْمِنُونَ  
وَأَسْتَزِيمُونَ إِلَهُ عَالِمِ الْغَيْبِ  
وَاللَّهُ جَاهِلُونَ فَبَيَّنَّا لَهُمْ بِهَذَا كُنْزُ  
نَعْمَلُونَ ﴾

(التوبة: ١٠٥)

## الإهداء

من أقترن حقهم بحق الله تعالى .... الشموع المضيئة والقلوب الرحيمة

والداي رحمهم الله وأسكنهم فسيح الجنات

التي أخذتُ منها نور أحمله في روعي لا يظلم أبدا ... ومنحتني الدعم والتعزيز بالحب والوفاء

زوجتي العزيزة

من شجعوني لبُلوغ هذه المكانة ... شملوني بالعطف .. أمدوني بالعون .. وحفزوني للتقدم ...

إلى أخوتي الأحياء

من هم لحياتي خير وأنس وبهاء وبسؤالهم ودعائهم تحفيزا للّعطاء...

إلى الأهل جميعاً.

وإلى كل مجتهد في سبيل العلم  
إليكم جميعاً أهدي هذا البحث المتواضع.

## الشكر والتقدير

**قال تعالى: (لئن شكرتم لأزيدنكم)  
الشكر أولاً وأخيراً لله رب العالمين**

والشكر لأسرة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وبالأخص كلية الدراسات العليا -قسم الدراسات التجارية. ثم الشكر من بعد للذين وقفوا بجانبني وأسهموا في تقريب البعيد وتيسير العسير حتى أضحى هذا البحث واقعا ملموسا طالما حلمت بتحقيقه وأخص بالشكر والامتنان أستاذي الجليل د /صديق بلل إبراهيم بلل الذي أشرف على هذا البحث ولم يدخر من الوقت والجهد والرعاية مالا أستطيع إيفاءه شكرا وعرفانا ولكني أسأل الله العظيم أن يجعل جهده في ميزان حسناته. والشكر أيضا للأساتذة د. بكري موسي ،،، د. أحمد موسي ،،، د. الطاهر أحمد ،،، د. فكري كباشي الذين تكرموا بتحكيم الاستبيان . وأتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى زملاء الدرب الذين أثرت نقاشاتهم وإرشاداتهم جودة هذا البحث ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل لكل أساتذتي ومعلمي الأفاضل وكل من ساهم في أن تكتمل هذه الرسالة. وأخيراً أتوجه بخالص شكري وعظيم تقديري لعائلتي لكل ما قدمته حتى يكتمل هذا البحث.

## المستخلص

أدت التغيرات التي تشهدها البيئة الحديثة للمنظمات وما يصاحبها من زيادة احتياجات العملاء الداخليين وشدة المنافسة إلى ضرورة التركيز على تحسين الصورة الذهنية للعاملين، وهو ما لم يتركز عليه الكثير من الأدبيات السابقة. لذا هدفت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية بالشركات بجانب دراسة أثر جودة الخدمات كمتغير وسيط في هذه العلاقة. كما تطرقت الدراسة لأثر التوجه الاستراتيجي كمتغير معدل في العلاقة بين جودة الخدمات والصورة الذهنية الداخلية. اعتمدت الدراسة على نظرية إدارة الانطباع ونظرية أصحاب المصلحة وأدبيات الدراسات السابقة في بناء النموذج والذي من خلاله تم تطوير الفرضيات. استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، حيث صممت استبانته وزعت لعينة غير الاحتمالية (الميسرة) (من الشركات الخدمية العاملة بولاية الخرطوم حيث وزعت (260) استبانة بلغت نسبة استردادها 93%. تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية (spss) و (AMOSv24) لتحليل البيانات، وأستخدم أسلوب تحليل المسار ونمذجة المعادلة البنائية (ESM). حيث توصلت الدراسة إلى أن: المسؤولية الاجتماعية الداخلية تؤثر جزئياً على الصورة الذهنية الداخلية. كما أشارت إلى وجود علاقة إيجابية متوسطة بين المسؤولية الاجتماعية الاستباقية والصورة الذهنية الذاتية. وكذلك الاهتمام بالعاملين يفسر العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية. وأن جودة الخدمات الداخلية تتوسط جزئياً العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية. كما توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر للمتغير المعدل في العلاقة بين جودة الخدمات والصورة الذهنية الداخلية ولكن هذه العلاقة دعمت جزئياً حيث أن التوجه الريادي يعدل العلاقة بين الاهتمام بالعاملين والصورة الذهنية الذاتية للعاملين. وتشير النتائج إلى أنه لا توجد علاقة مؤثرة للتوجه الاستراتيجي (التوجه التحليلي - التوجه الدفاعي) في العلاقة بين جودة الخدمات والصورة الذهنية الداخلية. وأوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات للعاملين كما بعض المضامين النظرية والتطبيقية للنتائج.

## ABSTRACT

The change That happen to the current environment organization and accompanied lead to the increa of internal need for employees and string then the importance of competition and focus on the prove mint mentality image of the employees and not focus on much of previous curtsies , so this study aimed to examine the relationship between the internal social responsibility and the internal mentality image to the companies , Beside the effects of quality of service as median variable on this relation , this study broaching the influence of quality strategic orientation as median variable of service and the internal mentality .this study depend on the impression administration theory .the interest theory fellows the manner of the previous construction study model which through it develop the hypo theses. They us descriptive analysis style , they design quest tanneries published to improbable sample for services companies in Khartoum state dole out (260) questionnaires recovery reaches (90% ) they use statistician stack system (spss) (AMOSV 24) data analysis of router and model equation construction (ESM) whereat the study reaches . Internal social responsibility impact partial to the internal mental image. Its indicate that there is positive median relationship between the vacancy social responsibilities and self-mentality image and the concerns to the labors translate the relationship between the internal social responsibility and the internal mentality image . The quality service internal mediate partial relationship between .internal social responsibility and internal mentality image

The study reaches to that there impact change rate in the relation between quantity services and the internal mentality image but this relation partiality supported whereat this pioneer orientation modify the relation between the workers concerns and self-mentality image of the cabourers, and the result indicate that there is no effective relation to the strategic orientation (analysis orientation defensive orientation) in the relation between services quality and internal mentality image. The study recommended the group of recommendation to the staff. The study carries some .of combiners to the results of applied theory

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	
أ	الآية	1
ب	الإهداء	2
ج	شكر وتقدير	3
د	المستخلص	4
هـ	ABSTRACT	5
و	قائمة المحتويات	6
ز	قائمة الجداول	7
ح	قائمة الأشكال	8
الفصل الأول: مدخل الدراسة		
2	تمهيد	0-1
3	مشكلة الدراسة	1-1
6	تساؤلات الدراسة	2-1
6	أهداف الدراسة	3-1
6	أهمية الدراسة	4-1
7	حدود الدراسة	5-1
7	التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة	6-1
8	هيكل الدراسة	7-1
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة		
11	تمهيد	0-2
المسئولية الاجتماعية الداخلية		
11	مفهوم المسئولية الاجتماعية وأهميتها	1-2
17	أبعاد المسئولية الاجتماعية الداخلية للشركات	2-2
جودة الخدمة		
20	مفهوم جودة الخدمة	3-2
21	أبعاد جودة الخدمة	4-2
التوجه الاستراتيجي		
23	مفهوم التوجه الاستراتيجي	5-2
26	أبعاد التوجه الاستراتيجي	6-2
الصورة الذهنية الداخلية		



30	مفهوم الصورة الذهنية وأهميتها	7-2
33	أبعاد الصورة الذهنية الداخلية	8-2
العلاقة بين متغيرات الدراسة		
34	العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	1-9-2
36	العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية وجودة الخدمة	2-9-2
37	العلاقة بين جودة الخدمة والصورة الذهنية الداخلية	3-9-2
38	الدور الوسيط لجودة الخدمة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	4-9-2
39	الدور المعدل للتوجه الاستراتيجي	5-9-2
الفصل الثالث: نظريات الدراسة		
41	تمهيد	0-3
41	نظريات الدراسة	1-3
42	نموذج الدراسة	2-3
42	تطوير فرضيات الدراسة	3-3
46	المتغيرات التحكيمية	4-3
الفصل الرابع: منهجية الدراسة		
49	تمهيد	0-4
49	فلسفة الدراسة	1-4
49	نوع ومدخل الدراسة	2-4
49	منهج الدراسة	3-4
50	مجتمع الدراسة	4-4
50	عينة الدراسة	5-4
51	مصادر جمع البيانات	6-4
51	قياس متغيرات الدراسة	7-4
55	العينة الاستطلاعية	8-4
56	الأساليب الإحصائية المستخدمة	9-4
58	الخلاصة	10-4
الفصل الخامس: تحليل بيانات الدراسة		
60	تمهيد	0-5
60	معدل الاستجابات العينة	1-5
60	تحليل البيانات الأساسية	2-5
62	التحليل العاملي الاستكشافي	3-5
65	التحليل العاملي التوكيدي	4-5
65	مؤشرات جودة النموذج	5-5

67	تحليل الاعتمادية للمتغير المستقل	6-5
68	تحليل الاعتمادية للمتغير التابع	7-5
70	تحليل الاعتمادية للمتغير الوسيط	8-5
72	تحليل الاعتمادية للمتغير المعدل	9-5
72	نموذج الدراسة المعدل	10-5
74	المتوسطات والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	11-5
77	تحليل الارتباط	12-5
78	اختبار الفرضيات الرئيسية للدراسة	13-5
81	اختبار تأثير المتغيرات الوسيطة	14-5
97	ملخص نتائج اختبار الفرضيات	15-5
<b>الفصل السادس: مناقشة النتائج والتوصيات</b>		
100	تمهيد	0-6
100	ملخص نتائج تحليل الدراسة	1-6
102	مناقشة النتائج	2-6
102	المتغيرات التحكيمية	1-2-6
103	مستوي المسؤولية الاجتماعية الداخلية في الشركات الخدمية العاملة بولاية الخرطوم	2-2-6
103	مستوي جودة الخدمات الداخلية في الشركات الخدمية العاملة بولاية الخرطوم	3-2-6
104	مستوي الصورة الذهنية الداخلية في الشركات الخدمية العاملة بولاية الخرطوم	4-2-6
104	مستوي التوجه الاستراتيجي للشركات العاملة بولاية الخرطوم	5-2-6
104	العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	6-2-6
105	العلاقة بين التوجه المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات الداخلية	7-2-6
106	العلاقة بين جودة الخدمات الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	8-2-6
106	الدور الوسيط لجودة الخدمة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	9-2-6
108	الدور المعدل للتوجه الاستراتيجي في العلاقة بين جودة الخدمة والصورة الذهنية الداخلية	10-2-6
109	مضامين الدراسة النظرية	3-6
109	مضامين الدراسة التطبيقية	4-6
110	محددات الدراسة	5-6
110	توصيات ببحوث مستقبلية	6-6
111	خاتمة الدراسة	7-6
	المصادر والمراجع	

## قائمة الجداول

رقم الجدول	الجدول	الصفحة
1/2	تعريفات المسؤولية الاجتماعية الداخلية	14
2/2	أبعاد المسؤولية الاجتماعية الداخلية	19
3/2	تعريفات جودة الخدمة	20
4/2	أبعاد جودة الخدمة	23
5/2	تعريفات التوجه الاستراتيجي	25
6/2	أبعاد التوجه الاستراتيجي	30
7/2	تعريفات الصورة الذهنية الداخلية	31
8/2	أبعاد الصورة الذهنية الداخلية	34
1/4	قياس المسؤولية الاجتماعية الداخلية الاستباقية	51
2/4	قياس المسؤولية الاجتماعية الداخلية التفاعلية	52
3/4	قياس الصورة الذهنية الداخلية الذاتية	52
4/4	قياس الصورة الذهنية الداخلية المرغوبة	52
5/4	قياس الصورة الذهنية الداخلية المدركة	52
6/4	قياس الاهتمام	53
7/4	قياس التفاعل	53
8/4	قياس الكفاءة	53
9/4	قياس التوجه الاستراتيجي الريادي	54
10/4	قياس التوجه الاستراتيجي الدفاعي	54
11/4	قياس التوجه الاستراتيجي التحليلي	54
12/4	عدد فقرات قياس متغيرات الدراسة	55
13/4	معاملات الثبات لمجالات مقياس الدراسة	55
1/5	معدل استجابات العينة	60
2/5	تحليل بيانات الدراسة للمتغيرات الشخصية للمبحوثين	61
3/5	تحليل بيانات الدراسة للمتغيرات التحكيمية للشركة	62
4/5	نتائج عملية التحليل العاملي الاستكشافي للمسؤولية الاجتماعية الداخلية	63
5/5	نتائج عملية التحليل العاملي الاستكشافي للصورة الذهنية الداخلية	63
6/5	نتائج عملية التحليل العاملي الاستكشافي لجودة الخدمات الداخلية	64
7/5	نتائج عملية التحليل العاملي الاستكشافي للتوجه الاستراتيجي	64
8/5	مؤشرات جودة المطابق للمتغير المستقل	67
9/5	تحليل الاعتمادية والصلاحية للمتغير المستقل	67
10/5	مؤشرات جودة المطابق للمتغير التابع	68
11/5	تحليل الاعتمادية والصلاحية للمتغير التابع	69
12/5	مؤشرات جودة المطابق للمتغير الوسيط	70
13/5	تحليل الاعتمادية والصلاحية للمتغير الوسيط	70

71	مؤشرات جودة المطابق للمتغير المعدل	14/5
72	تحليل الاعتمادية والصلاحية للمتغير المعدل	15/5
75	المتوسطات والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	16/5
76	تحليل الارتباطات بين متغيرات الدراسة	17/5
78	المسار من المسؤولية الاجتماعية إلى الصورة الذهنية الداخلية	18/5
79	المسار من المسؤولية الاجتماعية إلى جودة الخدمات الداخلية	19/5
80	المسار من جودة الخدمات الداخلية إلى الصورة الذهنية الداخلية	20/5
81	تحليل مسار الأثر المباشر للتوجه الاستباقي والتفاعل و التفاعل والصورة المدركة	21/5
82	تحليل مسار الأثر غير المباشر للتوجه الاستباقي والتفاعل و التفاعل والصورة المدركة	22/5
82	تحليل مسار الأثر المباشر للتوجه الاستباقي والتفاعل و التفاعل والصورة الذاتية	23/5
83	تحليل مسار الأثر غير المباشر للتوجه الاستباقي والتفاعل و التفاعل والصورة الذاتية	24/5
83	تحليل مسار الأثر المباشر للتوجه الاستباقي والاهتمام و الاهتمام والصورة المدركة	25/5
84	تحليل مسار الأثر غير المباشر للتوجه الاستباقي والاهتمام و الاهتمام والصورة المدركة	26/5
84	تحليل مسار الأثر المباشر للتوجه الاستباقي والاهتمام و الاهتمام والصورة الذاتية	27/5
85	تحليل مسار الأثر غير المباشر للتوجه الاستباقي والاهتمام و الاهتمام والصورة الذاتية	28/5
85	تحليل مسار الأثر المباشر للتوجه الاستباقي والكفاءة و الكفاءة والصورة المدركة	29/5
85	تحليل مسار الأثر غير المباشر للتوجه الاستباقي والكفاءة و الكفاءة والصورة المدركة	30/5
86	تحليل مسار الأثر المباشر للتوجه الاستباقي والكفاءة و الكفاءة والصورة الذاتية	31/5
86	تحليل مسار الأثر غير المباشر للتوجه الاستباقي والكفاءة و الكفاءة والصورة الذاتية	32/5
87	تحليل المسار للتوجه الريادي علي العلاقة بين التفاعل والصورة المدركة	33/5
88	اثر التوجه الريادي علي العلاقة بين التفاعل والصورة الذاتية	34/5
88	اثر التوجه الريادي علي العلاقة بين الاهتمام والصورة المدركة	35/5
88	اثر التوجه الريادي علي العلاقة بين الاهتمام والصورة الذاتية	36/5
89	اثر التوجه الريادي علي العلاقة بين الكفاءة والصورة المدركة	37/5
89	اثر التوجه الريادي علي العلاقة بين الكفاءة والصورة الذاتية	38/5
91	اثر المحللين في العلاقة بين التفاعل والصورة المدركة	39/5
91	اثر المحللين في العلاقة بين التفاعل والصورة الذاتية	40/5
91	اثر المحللين في العلاقة بين الاهتمام والصورة المدركة	41/5
92	اثر المحللين في العلاقة بين الاهتمام والصورة الذاتية	42/5
92	اثر المحللين في العلاقة بين الكفاءة والصورة المدركة	43/5
92	اثر المحللين في العلاقة بين الكفاءة والصورة الذاتية	44/5
94	اثر التوجه الدفاعي في العلاقة بين التفاعل والصورة المدركة	45/5
94	اثر التوجه الدفاعي في العلاقة بين التفاعل والصورة الذاتية	46/5
95	اثر التوجه الدفاعي في العلاقة بين الاهتمام والصورة المدركة	47/5
95	اثر التوجه الدفاعي في العلاقة بين الاهتمام والصورة الذاتية	48/5
95	اثر التوجه الدفاعي في العلاقة بين الكفاءة والصورة المدركة	49/5

96	اثر التوجه الدفاعي في العلاقة بين الكفاءة والصورة الذاتية	50/5
97	ملخص نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات الفرعية	51/5
97	ملخص نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية	52/5
97	ملخص نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة والفرضيات الفرعية	53/5
97	ملخص نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة والفرضيات الفرعية	54/5
98	ملخص نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة والفرضيات الفرعية	55/5

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	رقم الشكل
42	نموذج الدراسة	1-3
66	التحليل العامل التوكيدي للمتغير المستقل	1-5
68	التحليل العامل التوكيدي للمتغير التابع	2-5
69	التحليل العامل التوكيدي للمتغير الوسيط	3-5
71	التحليل العامل التوكيدي للمتغير المعدل	4-5
72	نموذج الدراسة المعدل	5-5
78	العلاقة بين التوجه الاستباقي والصورة الذهنية	6-5
79	العلاقة بين التوجه الاستباقي جودة الخدمات الداخلية	7/5
80	العلاقة بين جودة الخدمات الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	8/5
81	تحليل مسار التوجه الاستباقي والتفاعل وبين التفاعل والصورة المدركة	9/5
82	تحليل المسار بين التفاعل والتوجه الاستباقي والتفاعل والصورة الذاتية	10/5
83	تحليل المسار بين التوجه الاستباقي والاهتمام والاهتمام والصورة المدركة	11/5
84	تحليل المسار بين التوجه الاستباقي والاهتمام والاهتمام والصورة الذاتية	12/5
85	تحليل المسار بين التوجه الاستباقي الكفاءة والكفاءة والصورة المدركة	13/5
86	تحليل المسار بين التوجه الاستباقي والكفاءة والصورة لذاتية	14/5
87	تحليل المسار للتوجه الريادي بين جودة الخدمات الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	15/5
89	التوجه الريادي عندما يعدل العلاقة بين جودة الخدمة والصورة الذهنية الداخلية	16/5
90	تحليل المسار للمحللين بين جودة الخدمات الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	17/5
93	التوجه التحليلي عندما يعدل العلاقة بين جودة الخدمة والصورة الذهنية الداخلية	18/5
94	تحليل المسار التوجه الدفاعي بين جودة الخدمات الداخلية والصورة الذهنية الداخلية	19/5
96	التوجه الدفاعي عندما يعدل العلاقة بين جودة الخدمة والصورة الذهنية الداخلية	20/5