

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على
جامعة السعودية الإلكترونية في مدينة الرياض

مريم سليمان حمد الميمان

2021206046

مشروع التخرج -2

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف
د.منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الملاحق

مقدمة الاستبيان

تحظى المسؤولية الاجتماعية بدور متزايد الأهمية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات في مختلف القطاعات، بما في ذلك قطاع التعليم العالي. تسعى الجامعات اليوم إلى دمج مبادئ المسؤولية الاجتماعية في عملياتها وأنشطتها لتحقيق الاستدامة وتعزيز سمعتها، مما يساهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. تعتبر جامعة السعودية الإلكترونية نموذجًا يحتذى به في المملكة العربية السعودية من خلال التزامها بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في مدينة الرياض.

يهدف هذا الاستبيان إلى دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة السعودية الإلكترونية في مدينة الرياض، من خلال استكشاف آراء الأكاديميين والموظفين حول كيفية تأثير سياسات المسؤولية الاجتماعية على تحسين أداء الجامعة وتعزيز تنافسيتها على المستوى المحلي والدولي.

نأمل منكم التكرم بتعبئة هذا الاستبيان بناءً على خبرتكم ومعرفتكم بالجامعة. سيتم التعامل مع جميع المعلومات بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. مشاركتكم ستساهم بشكل كبير في تقديم صورة شاملة حول دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة السعودية الإلكترونية.

نشكر لكم وقتكم وتعاونكم.

البيانات الشخصية:

الرجاء التكرم بوضع علامة (x) أمام العبارة التي توافق إختياركم:

- ١-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- ٢-السن : أقل من ٢٥ سنة ☐ من ٢٥ إلى ٣٥ سنة. ☐
- من ٣٦ إلى ٤٥ سنة ☐ أكبر من ٤٥ سنة. ☐

- ٣-المستوى التعليمي: ثانوي. ☐ بكالوريوس ☐
- ماجستير ☐ دكتوراة. ☐

- ٤-سنوات الخبرة : أقل من ٥ سنوات. ☐ من ٥ سنوات إلى ٩ سنوات ☐
- من ١٠ سنوات إلى ١٥ سنة. ☐ أكثر من ١٥ سنة. ☐

المتغيرات	الأبعاد	عدد العبارات	المصدر
المسؤولية الاجتماعية للجامعة	المسؤولية الاجتماعية للجامعة	4	المدھش عبدالرحمن 2017
تحقيق الميزه التنافسية	تحقيق الميزة التنافسية	4	الشناري محمد 2012

استبيان خاص بالمتغير الاول

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	هل ترى خبرتك كافية في العمل بالجامعة					
٢	إلى أي مدى توفر الجامعة بيئة التعليمية آمنة محفزة للطلاب					
٣	مامدى اهتمام الجامعي برعاية الطلاب ودعمهم نفسيا واجتماعيا					
٤	ما مدى كفاية برامج تدريب وتطوير المقدمة للموظفين في الجامعة					

استبيان خاص بالمتغير الثاني

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	ما مدى مساهمة الجامعة في خدمة المجتمع و المشاركة في التنمية المجتمعية					
٢	إلى أي وقت تسهم الجامعة في تلبية احتياجات سوق العمل من خلال البرامج الأكاديمية					
٣	إلى أي مدى كانت التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في تعزيز المميز التنافسية للجامعة					
٤	مامدى رضا الطلاب والموظفين في عن خدمات ومرافق الجامعة مقارنة بمقارنة بالجامعة الأخرى					

المقدمة :

هذا الفصل مخصص لعرض نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من الدراسة في جميع مراحل التحليل. تم استخدام برنامج SPSS الإصدار 28 لإجراء التحليل الإحصائي، بدءاً من الإحصاء الوصفي للعينة وصولاً إلى التحليل الاستدلالي. شمل التحليل تقييم أدوات الدراسة من حيث الصدق والثبات، ثم تم إجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات البحثية وتحديد العوامل المؤثرة

خصائص عينة الدراسة

تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للجنس_العمر_الحالة الاجتماعية_المؤهل العلمي_الأقدمية المهنية والمستوى الوظيفي، ثم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل:

البيانات الشخصية:

الـ ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: اقل من ☐ 2 سنة من ☐ 5 إلى 35 من ☐ 3 إلى 45 من ☐ 5 سنة فأكثر ☐

المؤهل العلمي: ث ☐ في فأقل ☐ جامعي ☐ د ☐ ت عليا ☐ دكتوراه ☐

الأقدمية المهنية: ☐ سنوات فأقل من ☐ 5 إلى 9 سنوات من ☐ 10 إلى 15 سنة أكثر ☐ من 15 سنة

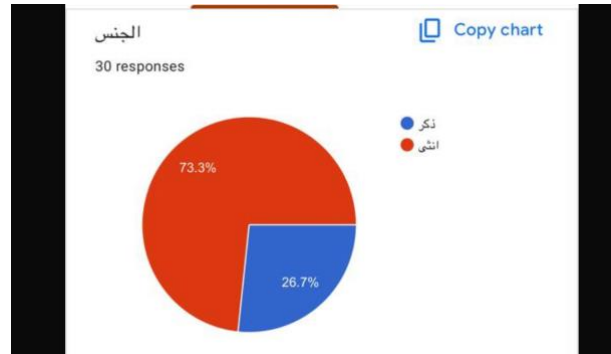
المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
الجنس	1. ذكر	46	%46.2
	2. أنثى	53	%53.8
	الإجمالي	39	100%
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	31	%31.6
	من 25 الى 35	44	%44.7
	من 36 إلى 45	21	%.21
	45 سنة فأكثر	9	%9
	الإجمالي	39	100%
المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	10	%10.2
	جامعي	81	%81.6
	دراسات عليا	7	%7.9
	دكتوراه	10.5	%1,5
	الاجمالي	39	100%

أقل من 5 سنوات	50	%50	الأقدمية المهنية
من 5 الى 9سنوات	34.2	%34.2	
من 10 الى 15سنة	3	%3	
أكثر من 15سنة	10	%10.5	
الإجمالي	39	%100	

من بيانات جدول رقم 5 تم استخلاص النتائج التالية:

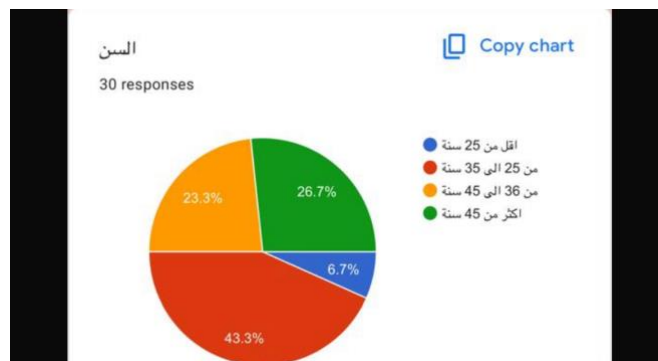
الجنس: أظهرت نتائج الإحصائية أن نسبة الذكور المشاركين في الاستبيان بلغت 46% بعدد 46 فرداً، بينما بلغت نسبة الإناث 53.8% بعدد 53 مفردة من إجمالي العينة، كما هو موضح في الجدول أعلاه.

تصنيف العينة وفق الجنس



الفئة العمرية: أظهرت النتائج الإحصائية أن نسبة الأشخاص في المرحلة العمرية من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة بلغت 31.6% بعدد 44 شخصًا، بينما بلغت نسبة الأشخاص في المرحلة العمرية من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة 21% بعدد 21 شخصًا، كما هو موضح في الجدول أعلاه.

تصنيف العينة وفق العمر

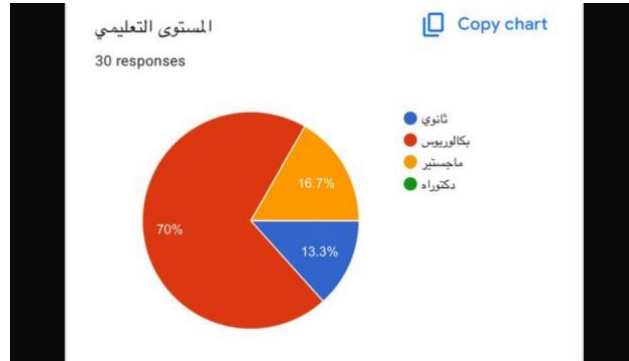


المؤهل العلمي: أظهرت النتائج الإحصائية أن نسبة الأشخاص الحاصلين على مؤهل ثانوي فأقل بلغت 34.2% بعدد 34 شخصًا، بينما بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل جامعي 50% بعدد 50 شخصًا. أما الحاصلون على دراسات عليا، فقد بلغت نسبتهم 15.8% بعدد 15 شخصًا، وفقًا لما هو موضح في الجدول أعلاه.

تصنيف العينة وفق المؤهل العلمي

الأقدمية المهنية: أظهرت النتائج الإحصائية أن نسبة الأشخاص الذين تقل أقدميتهم عن 5 سنوات بلغت 50% بعدد 50 شخصًا، بينما بلغت نسبة الأشخاص الذين تتراوح أقدميتهم بين 6 إلى 10 سنوات 34.2% بعدد 34 شخصًا، أما الأشخاص الذين تزيد أقدميتهم عن 15 سنة فقد بلغت نسبتهم 15.8% بعدد 15 شخصًا، وفقًا لما هو موضح في الجدول أعلاه.

تصنيف عينة الدراسة وفق الأقدمية المهنية



قياس صدق وثبات الدراسة

تم إجراء تحليل شامل للتحقق من الصدق والثبات للمقاييس التي استخدمت في الدراسة وذلك



لضمان دقتها وموثوقيتها، وشملت هذه العملية تقييم الصدق للتأكد من أن الأدوات تقيس ما صُممت لقياسه بالإضافة إلى قياس الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ الذي يعد معيارًا أساسيًا لتحديد مدى الاتساق الداخلي بين الفقرات، علاوة على ذلك تم تطبيق نموذج المعادلات البنائية لتحليل العلاقات بين المتغيرات واختبار مدى ملائمة النموذج المستخدم وقد أسهم هذا النهج في تحسين فهم العلاقات الإحصائية والتأكد من جودة البيانات، وتم تنفيذ جميع التحليلات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في نسخته الثامنة والعشرين والذي وفر الأدوات اللازمة لإجراء التحليلات الدقيقة والمتكاملة، وفيما يلي ستعرض الفقرات والجداول التي تسلط الضوء على هذه النتائج والإجراءات بمزيد من التفصيل.

صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة

تم اعتماد صدق الاتساق الداخلي كأحد المعايير الرئيسية لتقييم الصدق في الدراسة، وذلك بهدف التأكد من مدى دقة وموثوقية العبارات المستخدمة في أداة القياس ولتحقيق هذا الهدف تم قياس صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ألفا كرونباخ، الذي يُعد من الأساليب الإحصائية المعروفة والمستخدم على نطاق واسع للتحقق من ثبات الأداة ومدى استقرارها، إضافة إلى ذلك تم حساب متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted - AVE) لتقييم الصدق التقاربي يعكس هذا المقياس مقدار التباين المشترك الذي تفسره البنود المرتبطة ضمن كل متغير مما يوفر دليلاً على أن هذه البنود تقيس نفس المفهوم بشكل مترابط ومتسق، ويعبر مفهوم صدق الاتساق الداخلي عن قدرة كل عبارة في أداة القياس على قياس المتغير الذي تنتمي إليه بشكل متسق أي مدى ارتباطها بباقي العبارات المرتبطة بنفس المتغير، وللتأكد من ذلك قام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الإجمالية للمتغير الذي تنتمي إليه وفقاً للمعايير التي أشار إليها كايزر (Kaiser, 1974)، تُعتبر معاملات الارتباط التي تقل عن 0.5 غير ملائمة، حيث يتم استبعادها لضمان دقة أداة القياس وجودتها، وتساهم هذه الإجراءات في التأكد من أن أداة القياس تعكس المفاهيم المدروسة بدقة وموثوقية مما يعزز من مصداقية النتائج التي يتم الحصول عليها ويضمن أن البيانات المستخدمة تستوفي معايير الجودة المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة.

Average Variance extracted متوسط التباين المستخرج		P Values	Standard deviation الإنحراف المعياري	Factor loadings معامل الارتباط	KMO	Statements العبارات	Variable المتغير	
2,75	0,715	0.00	,56408	,538		A1	المسؤولية الاجتماعية للجامعة	المسؤولية الاجتماعية للجامعة
		0.00	,58549	,667		A2		
		0.00	,72692	,890		A3		
		0.00	,80834	,936		A4		
		0.00	,62614	,903		A5		
	0,262	0.00	,66287	,798		B1		
		0.00	,91804	,760		B2		
		0.00	,68258	,848		B3		
		0.00	,68258	,823		B4		
		0.00	,71244	,844		B5		

		0.00	,72692	,738		C1		تحقيق الميزه التنافسية
		0.00	,82687	,827		C2		
	0,022	0.00	,64988	,600		C3		
		0.00	,64988	,714		C4		
		0.00	,83371	,800		C5		
0,362	0,760	0.00	,61392	,872	,546	D1	تحقيق الميزه التنافسية	
		0.00	,82916	,838		D2		
		0.00	,97991	,846		D3		
		0.00	,61853	,780		D4		
	0,362	0.00	,29194	,610		A1	تحقيق الميزه التنافسية	
		0.00	,48461	,895		A2		
		0.00	,33143	,933		A3		
		0.00	,57406	,854		A4		
		0.00	,33143	,814		A5		
		0.00	,29194	,862		A6		
		0.00	,48461	,784		A7		
		0.00	,45227	,705		A8		
		0.00	,52944	,754		A9		
		0.00	,96629	,917		A10		
		0.00	,90453	,911		A11		

يتضح من الجدول بالأعلى:

مقياس تطبيق المتغير الأول: جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابعة لها المسؤولية الاجتماعية للجامعة عند قيم أكبر من 0/7 بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0/001، وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس، كذلك بالنسبة للنتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرجة AVE يتضح أن قيمته للمتغير المسؤولية الاجتماعية للجامعة هو (2,75) > 0.5 ووفقاً لذلك فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

مقياس تطبيق المتغير الثاني: مقياس تطبيق المتغير الثاني جميع معاملات الارتباط للعبارات التي تقيس تحقيق الميزه التنافسيه قيمتها أكبر من ٧/٠ بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من 0.0001 وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس، كذلك من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE لمتغير تحقيق الميزه التنافسيه ككل الذي يساوي 0,362 وفقاً لذلك فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

ثبات أداة الدراسة

يشير مفهوم ثبات الاستبيان إلى مدى استقرار وثبات النتائج التي يمكن الحصول عليها عند إعادة توزيع الاستبيان على نفس العينة في أوقات مختلفة، مع افتراض ثبات الظروف المحيطة وبعد الثبات من المعايير الأساسية التي تضمن موثوقية أداة القياس وقدرتها على تقديم نتائج متسقة ودقيقة عند استخدامها في دراسات مشابهة أو مكررة، وفي هذه الدراسة تم قياس ثبات أداة الاستبيان من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في نسخته الثامنة والعشرين ويُعتبر معامل ألفا كرونباخ من أكثر الأساليب شيوعاً واستخداماً لتقدير الثبات الداخلي للاستبيانات، حيث يعكس مدى الاتساق بين عبارات المقياس ومدى ارتباطها ببعضها البعض، وفقاً للمعايير التي وضعها **Hair et al., 2010**، تُعد القيمة التي تزيد عن 0.70 لمعامل ألفا كرونباخ مؤشراً مقبولاً على ثبات المقياس حيث تعكس هذه القيمة مستوى جيداً من التناسق الداخلي بين عناصر الاستبيان مما يعزز من مصداقيته

وموثوقيته كأداة قياس علمية، وبناءً على ذلك تم التأكد من تحقيق أداة الدراسة لمتطلبات الثبات المطلوبة لضمان جودة النتائج المستخلصة.

Cronbach's alpha		Number of Statements عدد العبارات	Variable المتغير	
,962	,960	5	المسؤولية	المسؤولية
	,959		الاجتماعية	الاجتماعية
	,958		للجامعة	للجامعة
	,959			
	,961			
	,960	5	المسؤولية	
	,960		الاجتماعية	
	,960		للجامعة	
	,961			
	,961			
	,958	5	المسؤولية	
	,958		الاجتماعية	
	,959		للجامعة	
	,959			
	,962			

			تحقيق الميزه التنافسية	تحقيق الميزه التنافسية
	,916			
	,906			
	,918			
	,899			
	,919			
	,919	11		
	,904			
	,904			
	,903			
	,913			
,918	,909			

المسؤولية الاجتماعية للجامعة: أظهرت النتائج الإحصائية أن قيم ألفا كرونباخ هي 962, ، مما يدل على أن جميع القيم أكبر من 0,7 ووفقا لـ (هير وآخرون، 2010) فقد تحقق ثبات المقياس.

تحقيق الميزة التنافسية: أظهرت النتائج الإحصائية أن قيم ألفا كرونباخ هي 918, ، مما يدل على أن جميع القيم أكبر من 0,7 ووفقا لـ (هير وآخرون، 2010) فقد تحقق ثبات المقياس.

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
------------	-------	-------	-----------	----------------

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقاً للمعادلة التالية:

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط الحسابي في $100 \div 5$ (المقياس الخماسي) $= 20\%$

يوضح الجدول التالي دلالة المتوسطات الحسابية، كما يلي:

يبين الجدول في الاعلى التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة ممثلة بالمتوسطات الحسابية بناء على مقياس ليكرت الخماسي والانحرافات المعيارية للمتغيرات وفقا للجدول المتعلق بأهمية المتوسط الحسابي.

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة / الأهمية
من 1 إلى أقل من 1.80	غير موافق بشدة	من 20 إلى أقل من 36 %	منخفض جدا
من 1.80 إلى أقل من 2.60	غير موافق	من 36 إلى أقل من 52 %	منخفض
من 2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	من 52 إلى أقل من 68 %	متوسط
من 3.40 إلى أقل من 4.20	موافق	من 68 إلى أقل من 84 %	مرتفع
من 4.20 إلى أقل من 5	موافق بشدة	من 84 إلى أقل من 100 %	مرتفع جدا

المتغير		المتوسط الحسابي		الاتجاه العام		مستوى الأهمية	
المسؤولية الاجتماعية للجامعة	المسؤولية الاجتماعية للجامعة	0,715	2,75	غير موافق بشدة	محايد	منخفض جداً	متوسط
	المسؤولية الاجتماعية للجامعة	0,262		غير موافق بشدة		منخفض جداً	
	المسؤولية الاجتماعية للجامعة	0,022		غير موافق بشدة		منخفض جداً	
تحقيق الميزه التنافسية	تحقيق الميزه التنافسية	,362	,362	موافق	موافق	مرتفع	مرتفع

معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة:

يعرض الجدول التالي معاملات الارتباط الخطي (بيرسون) بين متغيرات الدراسة، والتي تم

قياسها باستخدام SPSS-V.28 وذلك على النحو التالي

المسؤولية الاجتماعية للجامعة				
المسؤولية الاجتماعية للجامعة	المسؤولية الاجتماعية للجامعة	المسؤولية الاجتماعية للجامعة	Pearson correlation	تحقيق الميزه التنافسية
1	1	1		
<0.01	<0.01	<0.01	Sig. (2-tailed)	
33	33	33	N	
,630	,630	,630	Pearson correlation	
<0.01	<0.01	<0.01	Sig. (2-tailed)	
33	33	33	N	

نتائج إختبار صدق فرضيات الدراسة:

فرضيات البحث:

1. الفرضية الأولى:

“تساهم الأنشطة والمسؤوليات الاجتماعية التي تقوم بها جامعة السعودية الإلكترونية في تعزيز سمعتها الأكاديمية، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على برامجها التعليمية وتحقيق ميزة تنافسية في السوق التعليمي.”

2. الفرضية الثانية:

“تؤثر برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها جامعة السعودية الإلكترونية على تعزيز الولاء والارتباط لدى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، مما يعزز الميزة التنافسية للجامعة في جذب الكفاءات التعليمية.”

3. الفرضية الثالثة:

“تساهم الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في تحسين العلاقة بين جامعة السعودية الإلكترونية والمجتمع المحلي، مما يعزز الميزة التنافسية للجامعة في تحقيق تأثير اجتماعي إيجابي.”

4. الفرضية الرابعة:

“يؤدي دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات جامعة السعودية الإلكترونية إلى تحسين جودة التعليم والبحث العلمي، مما يساهم في تعزيز الميزة التنافسية للجامعة مقارنة بالمؤسسات التعليمية الأخرى.”

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المتغير_الاول ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: المتغير_الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,630 ^a	,397	,378	,32621

a. Predictors: (Constant), المتغير_الاول

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,1732	1	,1732	,41820	<.001 ^b
Residual	,2993	31	,106		
Total	,4725	32			

a. Dependent Variable: المتغير_الثاني

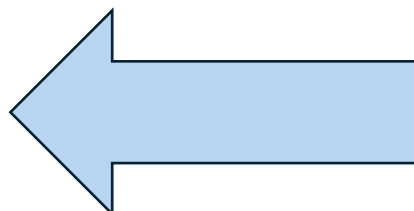
b. Predictors: (Constant), المتغير_الاول

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,399	,197		,0229	,051
المتغير_الاول	,466	,103	,630	,5149	<.001

a. Dependent Variable: المتغير_الثاني

وتحقيق الميزة التنافسية



المسؤولية الاجتماعية للجامعة

المستخلص

1. الهدف من الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على تعزيز الميزة التنافسية في جامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض. تسعى الدراسة إلى تحديد كيفية تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية لدعم الأداء الجامعي وتحسين الصورة المؤسسية، إضافة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في فعالية هذه الممارسات.

2. منهج الدراسة:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينة من الإداريين وأعضاء هيئة التدريس في جامعة السعودية الإلكترونية. استخدمت الدراسة الاستبيانات والمقابلات كأدوات رئيسية لجمع البيانات، بالإضافة إلى مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة بمفاهيم المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في المؤسسات التعليمية.

3. نتائج الدراسة:

أظهرت النتائج أن تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية يلعب دوراً جوهرياً في تعزيز الميزة التنافسية للجامعة. حيث تبين أن الجامعات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية بفعالية تتمتع بقدرة أكبر على تحسين سمعتها المؤسسية، تعزيز الولاء لدى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، وتحقيق مستويات أعلى من الأداء الأكاديمي والإداري.

4. المساهمات النظرية والعملية:

- **المساهمات النظرية:** تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في القطاع الأكاديمي من خلال تقديم نموذج نظري يربط بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات التعليمية.
- **المساهمات العملية:** تقدم الدراسة توصيات عملية لجامعة السعودية الإلكترونية حول كيفية تعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية بما يحقق ميزة تنافسية مستدامة، تشمل تحسين بيئة العمل الجامعية، دعم المشاريع البحثية والمجتمعية، وتعزيز الشراكات مع المؤسسات الخارجية.

5. الكلمات المفتاحية:

المسؤولية الاجتماعية، الميزة التنافسية، الأداء المؤسسي، الجامعات، التعليم العالي، الرياض.

الفصل الخامس - مناقشة النتائج والاستنتاجات

مقدمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية عنصراً أساسياً في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الأكاديمية، حيث تواجه الجامعات تحديات متزايدة في ظل المنافسة على المستويات المحلية والعالمية. في هذا السياق، يظهر الدور الحيوي للمسؤولية الاجتماعية في تحسين سمعة المؤسسة، تعزيز رضا المستفيدين، وخلق قيمة مستدامة.

توصيات الدراسة:

- تعزيز الاستثمار في مبادرات المسؤولية الاجتماعية: من خلال تطوير مشاريع مجتمعية وبرامج دعم للطلاب والمجتمع المحيط.
- تدريب الموظفين وأعضاء هيئة التدريس: على تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في المهام الأكاديمية والإدارية.
- تطوير سياسات واضحة: تحدد أطر المسؤولية الاجتماعية بما يتماشى مع استراتيجية الجامعة لتحقيق الميزة التنافسية.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على جامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض، مما قد يحد من تعميم النتائج على الجامعات الأخرى أو القطاعات الأكاديمية المختلفة.

الدراسات المستقبلية:

- تحليل أثر المسؤولية الاجتماعية في قطاعات تعليمية مختلفة: كالكليات التقنية أو المدارس الخاصة.
- دراسة تأثير العوامل الثقافية والتنظيمية: على مدى تبني الجامعات لممارسات المسؤولية الاجتماعية.
- الاستفادة من التقنيات الحديثة: لتطوير استراتيجيات فعالة للمسؤولية الاجتماعية في التعليم العالي.

الخاتمة:

تؤكد الدراسة على الأهمية المحورية للمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية لجامعة السعودية الإلكترونية، حيث أظهرت النتائج أن تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية يعزز الأداء المؤسسي ويعطي الجامعة ميزة تنافسية في البيئة الأكاديمية المتغيرة.

النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة أن تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية يؤثر بشكل كبير على تعزيز الميزة التنافسية لجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

1. تحسين السمعة المؤسسية:

تؤدي المسؤولية الاجتماعية إلى تحسين الصورة العامة للجامعة في المجتمع الأكاديمي والمحلي، مما يساهم في تعزيز سمعتها وزيادة الإقبال على خدماتها التعليمية.

2. زيادة ولاء الطلاب وأعضاء هيئة التدريس:

أظهرت النتائج أن تطبيق مبادرات اجتماعية فعالة يزيد من شعور الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بالانتماء والولاء للجامعة، مما يعزز من استقرار البيئة التعليمية.

3. تحسين الأداء الأكاديمي والإداري:

أثبتت الدراسة أن الممارسات المسؤولة اجتماعياً تساهم في تحسين الأداء الأكاديمي والإداري من خلال توفير بيئة عمل وتعليم داعمة ومحفزة للإبداع والابتكار.

4. تعزيز الشراكات مع المجتمع:

ساهمت مبادرات المسؤولية الاجتماعية في بناء شراكات استراتيجية مع مؤسسات القطاعين العام والخاص، مما أدى إلى تحسين القدرات التنافسية للجامعة وزيادة فرص التمويل والتطوير.

تأثير المتغير الأول (المسؤولية الاجتماعية) على المتغير الثاني (الميزة التنافسية):

أثبتت الدراسة وجود تأثير إيجابي وقوي بين تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الميزة التنافسية في جامعة السعودية الإلكترونية. فكلما زادت فعالية برامج المسؤولية

الاجتماعية، انعكس ذلك بشكل مباشر على الميزة التنافسية للجامعة من خلال تحسين سمعتها المؤسسية، زيادة ولاء المستفيدين، وتعزيز مكانتها في سوق التعليم العالي.

يتيح التطبيق الفعال للمسؤولية الاجتماعية تحسين البيئة التعليمية والخدمات المقدمة للطلاب وأعضاء هيئة التدريس، مما يعزز من أداء الجامعة على المستويين الأكاديمي والإداري. كما يساعد في تحقيق استدامة طويلة الأجل من خلال بناء علاقات استراتيجية مع المجتمع والشركاء.