

**أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في جمعية
تكاتف للخدمات الاجتماعية في منطقة الرياض**

**The impact of social responsibility in achieving
competitive advantage in the Takatuf Association for
Social Services in the Riyadh region**

اسم الطالب

عائشة عثمان الأنصاري

2021205856

مشروع التخرج - ١

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني - ٢٠٢٤

الشكر والتقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

جدول المحتويات:

٦	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٩	مشكلة البحث:
٩	الفجوات النظرية:
٩	الفجوات العملية:
١٠	أهمية البحث:
١٠	الأهمية النظرية:
١١	الأهمية العلمية:
١١	أسئلة البحث:
١٢	أهداف البحث:
١٣	فرضيات البحث:
١٤	نموذج البحث:
	منهجية البحث: خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
١٥	الدراسة الميدانية:
١٧	مخطط البحث:
١٨	الفصل الثاني: الإطار النظري
١٩	المقدمة :
١٩	المتغير الأول :
٢١	المتغير الثاني :
٢٢	العلاقة بين المتغير الأول والمتغير الثاني :
٢٢	الخاتمة:
٢٣	المراجع
٣٣	الملاحق:

قائمة الأشكال:

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
14	نموذج البحث	1
15	منهجية البحث	2
17	مخطط البحث	3

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة:

تلعب الجمعيات التي تُعنى بالخدمات الاجتماعية دورًا حيويًا في تنمية المجتمعات وتحسين جودة الحياة لأفرادها. ومع ازدياد الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية، أصبح من الضروري لهذه الجمعيات تبني استراتيجيات تسهم في تحقيق الميزة التنافسية، ليس فقط للبقاء والاستدامة، ولكن أيضًا لتعزيز تأثيرها الإيجابي في المجتمع. تتجلى المسؤولية الاجتماعية في جمعيات الخدمة الاجتماعية مجموعة من المبادرات التي تهدف إلى دعم فئات المجتمع، وتعزيز التنمية المستدامة، والحفاظ على القيم الأخلاقية والبيئية. إن تبني هذه المبادرات لا يعزز فقط من سمعة الجمعية ومصادقيتها، بل يسهم أيضًا في جذب الدعم المالي والتطوعي، مما يزيد من قدرتها على تنفيذ برامجها بنجاح.

في هذا السياق، تأتي جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية كنموذج رائد يسعى لتعزيز المسؤولية الاجتماعية كأداة استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية. تسعى الجمعية من خلال رؤيتها إلى قيادة مشاريع تنموية تمكن فئات المجتمع، وتعزز من قدراتهم وتساعدهم على تحقيق الاستقلالية الاقتصادية والاجتماعية. هذه الرؤية الطموحة تهدف إلى تحقيق تحول إيجابي في حياة الأفراد من خلال تمكينهم وبناء قدراتهم، مما يعكس التزام الجمعية بتحقيق تأثير مستدام في المجتمع.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في منطقة الرياض. ستناول الدراسة كيفية توظيف المسؤولية الاجتماعية كأداة استراتيجية لتعزيز الكفاءة والفعالية لتحقيق أهداف الجمعية. كما ستسلط الضوء على التجارب والممارسات الناجحة، مقدمة توصيات عملية لتعزيز الميزة التنافسية من خلال المسؤولية الاجتماعية. هذه الأهداف تسعى إلى تقديم فهم شامل ودقيق لكيفية استخدام المسؤولية الاجتماعية لتحقيق التفوق والتميز في القطاع غير الربحي.

ستبدأ الدراسة باستعراض الأدبيات الحالية حول الموضوع، مما سيوفر إطارًا نظريًا يمكن من خلاله فهم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية. سيتم تحليل البيانات من مصدر متعددة، بما في ذلك التقارير السنوية للجمعية، والمقابلات مع الموظفين والمتطوعين، وكذلك الاستبيانات التي تُوزع على المستفيدين من خدمات الجمعية. هذا النهج الشامل سيمكن من تقديم رؤية متكاملة حول تأثير المسؤولية الاجتماعية على أداء الجمعية، مما يساهم في تقديم نتائج موثوقة ومفيدة.

يُعد تحليل البيانات المستمدة من هذه المصادر المتنوعة ضروريًا لفهم التأثير الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية على الأداء الكلي للجمعية. سيتمكن هذا التحليل من تحديد العوامل الأساسية التي تساهم في تعزيز الميزة التنافسية، بالإضافة إلى تقديم توصيات مستندة إلى بيانات دقيقة وموثوقة. من خلال هذا النهج الشامل، يمكن تقديم رؤية أكثر وضوحًا ودقة حول كيفية تحسين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية لتحقيق نتائج أفضل.

إن أهمية هذا البحث تنبع من الحاجة الملحة لفهم الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية للجمعيات الأهلية. من خلال تقديم تحليل دقيق وشامل لتجربة جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية، يمكن لهذا البحث أن يقدم نموذجًا يُحتذى به للجمعيات الأخرى التي تسعى لتحقيق تأثير أكبر في مجتمعاتها. يعزز هذا الفهم من قدرة الجمعيات على تقديم برامج فعالة ومستدامة، مما ينعكس بشكل إيجابي على المجتمع ككل ويعزز من تأثير الجمعيات على المدى الطويل.

يهدف البحث أيضًا إلى تقديم رؤى وتوصيات عملية مستندة إلى التحليل المتعمق للتجارب والممارسات الناجحة لجمعية تكاتف الاجتماعية. من خلال فهم العوامل التي تساهم في نجاح هذه الممارسات، يمكن تقديم إرشادات تساعد الجمعيات الأخرى على تبني استراتيجيات مسؤولية اجتماعية فعالة وناجحة. هذا النهج يمكن أن يساعد في تعزيز الاستدامة والتأثير الإيجابي للجمعيات الأهلية في مجتمعاتها المحلية.

نأمل أن تساهم هذه الدراسة في تعزيز الفهم بأهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها الحيوي في تطوير جمعيات الخدمة الاجتماعية، مما يعكس بدوره إيجابيًا على المجتمع ككل، ويعزز من استدامة وتأثير هذه الجمعيات في المستقبل. من خلال تقديم توصيات عملية مستندة إلى التحليل المتعمق، نطمح أن يساهم هذا البحث في تحسين أداء جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية وتعزيز تأثيرها الإيجابي في المجتمع، مما يجعلها نموذجًا رائدًا في مجال المشاريع التنموية المستدامة.

مشكلة البحث :

في ظل تزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية وتعظيم دورها في تحقيق الميزة التنافسية، تبرز الحاجة إلى فهم كيفية توظيف الجمعيات الأهلية لهذه المسؤولية كأداة استراتيجية. جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في منطقة الرياض تسعى لتبني استراتيجيات فعالة تعزز من كفاءتها وفعاليتها في تحقيق أهدافها. المشكلة التي تتناولها هذه الدراسة هي تحديد تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في جمعية تكاتف، واستكشاف العوامل التي تساهم في تعزيز هذا التأثير.

الفجوات النظرية:

- **قلة الدراسات المتعلقة بالمنظمات غير الربحية:** معظم الأبحاث تركز على الشركات الربحية ، مع نقص الدراسات التي تستهدف الجمعيات الأهلية.
- **نقص الدراسات الميدانية في سياق المحلي:** هناك قلة في الأبحاث التي تتناول تأثير المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في السياق السعودي، وخاصة في الرياض.
- **تأثيرات غير مباشرة للمسؤولية الاجتماعية:** قلة الدراسات التي تستكشف الآثار غير المباشرة مثل تحسين السمعة وزيادة تفاعل المجتمع.
- **قياس الأداء الاجتماعي:** نقص في الأدوات والمنهجيات الدقيقة لقياس تأثير المسؤولية الاجتماعية بالطرق كمية ونوعية.
- **العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والابتكار:** فجوة في الأبحاث التي تستكشف كيف يمكن أن يؤدي الابتكار الناتج عن المسؤولية الاجتماعية إلى ميزة تنافسية دائمة.

الفجوات العملية:

- **تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية:** عدم وجود استراتيجيات واضحة ومحددة لتطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الجمعيات الأهلية.
- **تقييم الأداء والتأثير:** نقص في أنظمة تقييم الأداء التي تقيس بشكل فعال تأثير المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية.

- **التدريب والتوعية:** قلة البرامج التدريبية والتوعوية حول أهمية المسؤولية الاجتماعية وكيفية دمجها في العمليات اليومية للجمعية.
- **تفاعل المجتمع المحلي:** ضعف في استراتيجيات تعزيز تفاعل المجتمع المحلي وزيادة الولاء لدى المتطوعين والمستفيدين.
- **استدامة الموارد:** التحديات في إيجاد مواد مستدامة لدعم المسؤولية الاجتماعية بشكل مستمر وفعال.

مع أخذ المناقشة أعلاه في الاعتبار، فإن الوظيفة المهمة لهذه الدراسة هي الإجابة على سؤال البحث التالي:

"كيف تؤثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في منطقة الرياض؟"

أهمية البحث:

تتمثل في فهم وتوضيح كيف يمكن لممارسات المسؤولية الاجتماعية أن تساهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في الرياض. هذا الفهم يمكن أن يؤدي إلى تحسين الأداء المؤسسي للجمعية، تعزيز سمعتها، وزيادة تأثيرها الإيجابي على المجتمع المحلي. كما يساعد البحث في سد الفجوات النظرية والتطبيقية في الأدبيات الحالية، مما يعزز من المعرفة العلمية والتطبيق العملي في هذا المجال.

الأهمية النظرية:

- **إثراء الأدبيات:** يساهم البحث في سد الفجوات النظرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في المنظمات غير الربحية.
- **تطوير مفاهيم جديدة:** يساعد في تطوير مفاهيم ونماذج جديدة لفهم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية، والتي يمكن أن تكون مرجعاً للدراسات المستقبلية.

- **توسيع نقاط البحث:** يعزز من نطاق البحث العلمي في السياق المحلي، حيث يركز على جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في الرياض مما يضعف بعدًا جديدًا للأبحاث التي غالبًا ما تركز على الشركات الربحية أو السياقات الدولية.

الأهمية العلمية:

- **تقديم رؤى جديدة:** يساهم البحث في تقديم رؤى جديدة حول كيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية، مما يضيف إلى المعرفة العلمية في هذا المجال.
- **تحليل معمق:** يوفر تحليلًا معمقًا للممارسات الحالية في جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية، مما يساعد في تحديد نقاط القوة والضعف وتقديم توصيات مبنية على الأدلة.
- **دعم السياسات:** يمكن أن تساهم نتائج البحث في دعم سياسات جديدة تعزز من دور المسؤولية الاجتماعية في المنظمات غير الربحية، مما يزيد من فعالية هذه السياسات وتأثيرها.

أسئلة البحث:

- سؤال البحث الرئيسي:** كيف تؤثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في منطقة الرياض؟
- سؤال البحث الفرعي ١:** كيف تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية لجمعية تكاتف في زيادة ولاء المتطوعين والداعمين؟
- سؤال البحث الفرعي ٢:** ما هي التحديات التي تواجه جمعية تكاتف في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، وكيف يمكن التغلب عليها؟
- سؤال البحث الفرعي ٣:** كيف تؤثر برامج المسؤولية الاجتماعية لجمعية تكاتف على تحسين العلاقات مع المجتمع المحلي والشركاء الاستراتيجيين؟

أهداف البحث:

الهدف الرئيسي: دراسة تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في منطقة الرياض

الهدف الفرعي ١: تحليل دور برامج المسؤولية الاجتماعية في زيادة ولاء المتطوعين والداعمين لجمعية تكاتف

الهدف الفرعي ٢: استكشاف التحديات التي تواجه جمعية تكاتف في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية واقتراح حلول للتغلب عليها

الهدف الفرعي ٣: تقييم تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية لجمعية تكاتف على تحسين العلاقات مع المجتمع المحلي والشركاء الاستراتيجيين

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: برامج المسؤولية الاجتماعية إلى تحسين الكفاءة التشغيلية لجمعية تكاتف مما يعزز الميزة التنافسية.

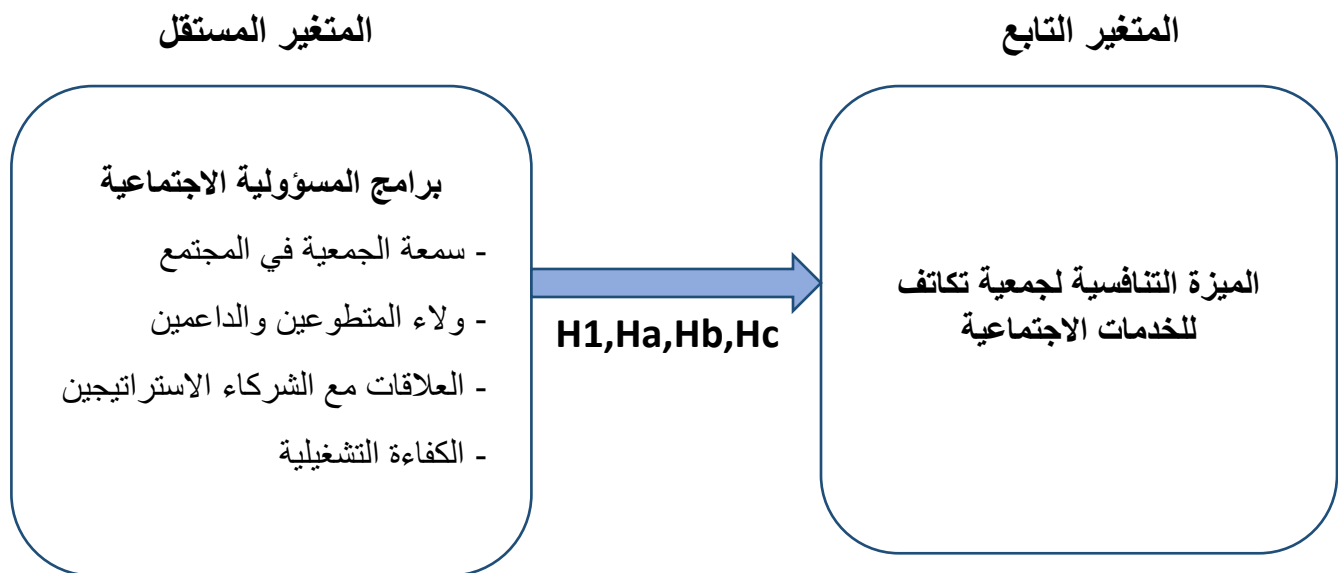
الفرضية الفرعية ١: برامج المسؤولية الاجتماعية تساعد في تحسين إدارة الموارد المتاحة للجمعية.

الفرضية الفرعية ٢: المبادرات الاجتماعية تساهم في خفض التكاليف التشغيلية من خلال تعزيز الشراكات والتعاون المجتمعي.

الفرضية الفرعية ٣: تحسين الكفاءة التشغيلية نتيجة للمسؤولية الاجتماعية يزيد من قدرة الجمعية على تقديم خدمات ذات جودة عالية بشكل مستدام.

نموذج البحث:

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي



النموذج المقترح للدراسة المصدر: الطالبة

الدراسة الميدانية:

جمعية تكاتف لخدمات الاجتماعية، هي جمعية مختصة بالخدمات الاجتماعية بمنطقة الرياض ، وقد صدرت موافقة معالي وزير الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية على ترخيص الجمعية برقم ٢١٧٩ وتاريخ : ١٠/٠٤/١٤٤٣ هـ

رؤيتها:

قيادة مشاريع تنموية لتمكين فئات المجتمع

رسالتها:

جمعية غير ربحية تستثمر قدرات المجتمع بأساليب عصرية مبتكرة بفريق عالي المهارات بما يحقق التنمية المستدامة بمنطقة الرياض

الأهداف:

- ١- اقتراح المشروعات والبرامج اللازمة لتنمية المجتمع المحلي.
- ٢- تنفيذ ودعم المبادرات التي تعني بخدمة المجتمع وتنميته.
- ٣- بناء حزمة من البرامج المختلفة والخدمات المتكاملة لتأهيل وتدريب أفراد المجتمع.
- ٤- المساهمة في تنمية الموارد البشرية للمجتمع واكتشاف القيادات.
- ٥- تمكين الشباب من المهارات التي يحتاجها سوق العمل.

برامج الجمعية الأساسية لقيادة مشاريع تنمية لتمكين فئات المجتمع

١- التدريب والتأهيل. ٢- دراسات وأبحاث.

٣- استشارات اسرية. ٤- اصلاح اسري.

٥- توعية وثقيف. ٦- استثمارات رياضية.

٧- اسر منتجة. ٨- استثمار اجتماعي.

٩- تمكين الفئات. ١٠- برامج وأنشطة.

١١- حاضنات أعمال.

مبادرات الجمعية التي تم دراستها وجاري العمل على تنفيذها

١- المنصة الوطنية لرجال العفو. ٢- قافلة المسؤولية الاجتماعية.

٣- مراكز بنت الوطن. ٤- العيادات الأسرية.

٥- مجلة تكاتف الاجتماعية. ٦- مراكز الاسر المنتجة.

٧- تعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب. ٨- مهرجان ريف الرياض.

٩- الأم المثالية. ١٠- أكاديمية تكاتف للتدريب

١١- بركة الدار. ١٢- مركز ذوي الاحتياجات الخاصة بالرماح.

١٣- مركز غسيل الكلى بمستشفى محافظة رماح. ١٤- المؤتمر السعودي الأول.

١٥- ملتقى المسؤولية الاجتماعية. ١٦- شفاء ونقاء.

ومبادرة مستمرة بإذن الله

مخطط البحث:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

الفصل الثاني: الإطار النظري

المقدمة :

تُعتبر الميزة التنافسية من العوامل الأساسية التي تساهم في نجاح المنظمات، حيث تُميزها عن منافسيها وتُمكنها من تحقيق أهدافها بشكل أكثر فاعلية. في سياق المنظمات غير الربحية، تلعب الميزة التنافسية دورًا محوريًا في تعزيز التأثير الاجتماعي وتوسيع قاعدة المستفيدين. جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية، بوصفها إحدى المنظمات الرائدة في مجال العمل الخيري والتطوعي، تسعى إلى تعزيز ميزتها التنافسية من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية. تعتمد الجمعية على مجموعة من العوامل التي تتكامل فيما بينها لتطوير هذه الميزة، مثل سمعتها في المجتمع، ولاء المتطوعين والداعمين، العلاقات مع الشركاء الاستراتيجيين، والكفاءة التشغيلية.

المتغير الأول : سمعة الجمعية في المجتمع

تعريف سمعة الجمعية

سمعة الجمعية في المجتمع تُعرّف على أنها التصور العام الذي يحمله الأفراد والمؤسسات والمجتمع تجاه الجمعية بناءً على تاريخها، وأدائها، وقيمتها، وتفاعلها مع مختلف الأطراف. السمعة هي انعكاس للتصور العام والشعور الذي يشعر به المجتمع تجاه الجمعية، ويمكن أن تكون إيجابية أو سلبية بناءً على الخبرات والمعاملات السابقة.

تطوير سمعة الجمعية

تطوير سمعة الجمعية يتطلب استراتيجيات طويلة الأمد تركز على بناء الثقة وتعزيز المصداقية. يمكن تحقيق ذلك من خلال الالتزام بالقيم الأخلاقية والشفافية في العمل، وتقديم تقارير دورية عن الأنشطة والإنجازات، والتفاعل الإيجابي مع المجتمع والمتطوعين والداعمين. الجمعية التي تهتم بتطوير سمعتها تسعى دائماً لتقديم قيمة مضافة للمجتمع، والرد على استفساراته، والاستجابة لاحتياجاته بشكل فعال وسريع.

أبعاد سمعة الجمعية

الأداء: يتعلق بقدرة الجمعية على تحقيق أهدافها وتقديم خدمات ذات جودة عالية. الأداء الجيد يعزز من ثقة المجتمع في الجمعية ويزيد من تقديرها.

القيم الأخلاقية: تعكس التزام الجمعية بالقيم الإنسانية والأخلاقية في كافة أنشطتها، مثل النزاهة والشفافية والمسؤولية الاجتماعية.

العلاقات العامة: تشير إلى كيفية تواصل الجمعية مع المجتمع ومع مختلف الشركاء، وإدارة العلاقات مع وسائل الإعلام والمستفيدين والداعمين.

التفاعل المجتمعي: يتعلق بمدى مشاركة الجمعية في الأنشطة المجتمعية، واهتمامها بقضايا المجتمع، وقدرتها على التفاعل الفعال مع مختلف الأطراف.

النظريات المتعلقة بسمعة الجمعية

نظرية رأس المال الاجتماعي: تشير هذه النظرية إلى أن السمعة الجيدة يمكن أن تُعتبر نوعاً من رأس المال الاجتماعي الذي يعزز من قدرة الجمعية على الوصول إلى الموارد والشراقات الجديدة.

نظرية الإشارات: تفترض هذه النظرية أن السمعة تعمل كإشارة للمجتمع حول جودة وموثوقية الجمعية. الجمعيات التي تتمتع بسمعة جيدة ترسل إشارات إيجابية تعزز من الثقة والولاء.

المتغير الثاني : ولاء المتطوعين والداعمين

تعريف ولاء المتطوعين والداعمين

ولاء المتطوعين والداعمين يُعرَّف على أنه الالتزام العاطفي والسلوكي المستمر من قبل الأفراد تجاه الجمعية. يعكس الولاء رغبة المتطوعين والداعمين في الاستمرار بالمشاركة في أنشطة الجمعية ودعمها، ويعد أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في استدامة الجمعية ونموها.

تطوير ولاء المتطوعين والداعمين

تطوير ولاء المتطوعين والداعمين يحتاج إلى بناء علاقة قوية ومستدامة معهم، وذلك من خلال توفير بيئة عمل تطوعية محفزة، والاعتراف بالجهود المبذولة، وتقديم الدعم والتدريب اللازمين. إضافة إلى ذلك، يجب على الجمعية أن تكون شفافة في تواصلها، وتستمع إلى اقتراحات وملاحظات المتطوعين والداعمين، وتعمل على تلبية احتياجاتهم وإشراكهم في صنع القرار.

أبعاد ولاء المتطوعين والداعمين

الالتزام: يشير إلى الرغبة القوية لدى المتطوعين والداعمين في الاستمرار بالمشاركة في أنشطة الجمعية، والمساهمة بوقتهم وجهودهم.

الانتماء: يعكس الشعور بالانتماء إلى الجمعية، حيث يشعر المتطوعون والداعمون بأنهم جزء من المنظمة وأن لديهم تأثيراً إيجابياً على أهدافها.

الرضا: يتعلق بمستوى الرضا الذي يشعر به المتطوعون والداعمون تجاه تجربتهم مع الجمعية، سواء من حيث التعامل أو الدعم أو الفوائد المحققة.

التفاعل المستمر: يشير إلى مدى تكرار وفعالية تفاعل المتطوعين والداعمين مع الجمعية، سواء من خلال الأنشطة أو الفعاليات أو المشاركة في حملات الجمعية.

النظريات المتعلقة بولاء المتطوعين والداعمين

نظرية التبادل الاجتماعي: تفترض هذه النظرية أن الولاء ينبع من التفاعل المستمر والمتبادل بين الجمعية والمتطوعين والداعمين، حيث تتولد العلاقات القائمة على الثقة والتقدير المتبادل.

نظرية الالتزام التنظيمي: تشير إلى أن الولاء يتشكل من خلال التزام الأفراد بالجمعية بناءً على القيم المشتركة، والهوية، والشعور بالفخر بالانتماء إلى الجمعية.

العلاقة بين المتغير الاول والمتغير الثاني :

هناك علاقة وثيقة بين سمعة الجمعية في المجتمع وولاء المتطوعين والداعمين. فكلما كانت السمعة إيجابية وتعكس نجاح الجمعية في تحقيق أهدافها بطرق فعالة وشفافة، زاد ولاء المتطوعين والداعمين. وهذا الولاء يؤدي بدوره إلى تعزيز السمعة بشكل أكبر، من خلال نشر تجارب إيجابية وتوصيات تحفز المزيد من الأفراد على الانضمام للجمعية أو دعمها. بالتالي، تعمل هاتان المتغيرتان في تناغم لتعزيز الميزة التنافسية للجمعية، مما يساهم في تحقيق أهدافها بشكل أكثر كفاءة وفعالية.

الخاتمة:

تتضح أهمية الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية من خلال تفاعل المتغيرات المؤثرة مثل سمعة الجمعية وولاء المتطوعين والداعمين. إن التركيز على تعزيز هذه المتغيرات وتكاملها سيساهم في رفع مستوى الميزة التنافسية للجمعية، مما يساعدها على تحقيق تأثير أكبر في المجتمع وخدمة أهدافها الاجتماعية بكفاءة وفعالية عالية. لذا، يتوجب على الجمعية مواصلة العمل على بناء سمعتها وتعزيز ولاء متطوعيها وداعميها لضمان استدامة نجاحها وتميزها في قطاع العمل الاجتماعي.

الفصل الثالث: منهجية البحث

المقدمة

يوضح هذا الجزء المنهجية التي تم تطبيقها في المشروع الحالي، وذلك للإجابة على أسئلة الدراسة، واختيار فرضيات الدراسة توضح العناوين التالية التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة وما تم تطبيقه، كما يلي:

التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

تم تطبيق منهجية البحث العلمي في المشروع الحالي للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضيات الدراسة. تم استخدام العديد من الإجراءات والتقنيات لضمان الدقة والموثوقية في الدراسة تم تعريف المتغيرات المستخدمة في الدراسة وتوضيح كيفية قياسها وتحديد بطرق علمية تم جمع البيانات من خلال استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات مثل الاستبيانات والمقابلات وتحليل الوثائق كما يلي

برامج المسؤولية الاجتماعية

سيتم تقييم برامج المسؤولية الاجتماعية باستخدام استبيان يستند إلى مجموعة من العوامل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية. سيتم تحليل هذه العوامل لتقييم جوانب مختلفة من برامج المسؤولية الاجتماعية مثل سمعة الجمعية في المجتمع و ولاء المتطوعين والداعمين والعلاقات مع الشركاء والكفاءة التشغيلية يتمتع هذا الاستبيان بالقدرة على توفير بيانات شاملة تسهم في تحسين أداء الجمعية وتحديد نقاط القوة والتطوير المطلوبة في برامجها.

برامج المسؤولية الاجتماعية بناء على النتائج المستخلصة

الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية

سيتم تقييم الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية باستخدام استبيان متعدد العوامل يهدف إلى قياس جوانب متنوعة تؤثر على هذه الميزة. سيتم تحليل العوامل لتقييم مستوى الميزة التنافسية للجمعية بناءً على عناصر مثل جودة الخدمات، الابتكار، رضا المستفيدين، والشراكات الاستراتيجية. يهدف الاستبيان إلى فهم مدى قوة الميزة التنافسية من خلال هذه الجوانب المختلفة وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها لتعزيز تفوق الجمعية. ستُحلل البيانات المجمعة وتُقدم توصيات وإجراءات لتحسين الأداء ودعم التميز التنافسي.

الميزة التنافسية لجمعية تكاتف بناء على النتائج المستخلصة

تصميم البحث:

فلسفة البحث: الوضعية.

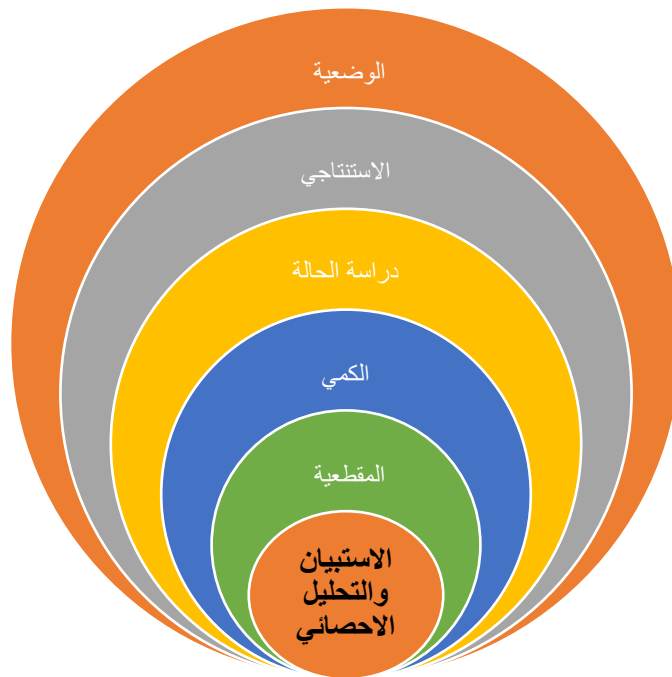
منهج البحث: الاستنتاجي.

استراتيجية البحث: دراسة الحالة.

نوع البحث: الكمي.

الأفق الزمني: المقطعية.

التقنيات والاجراءات: الاستبيان والتحليل الاحصائي.



الشكل (٢) ملخص منهجية البحث

المصدر: البحث

مجتمع وطرق وتقنيات أخذ العينات:

يمثل مجتمع البحث جميع الأفراد المعنيين بالدراسة، وفي هذه الحالة هم أعضاء ومساهمو جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية بمدينة الرياض. تم تحديد هذا المجتمع بهدف الحصول على بيانات دقيقة حول تأثير المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للجمعية.

مجتمع البحث:

مجتمع البحث لهذه الدراسة هو جميع الأعضاء والمساهمين في جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية بمدينة الرياض، ويشمل ذلك المتطوعين، المستفيدين من خدمات الجمعية، الداعمين، والشركاء الاستراتيجيين. وتُعتبر جمعية تكاتف من الجمعيات الرائدة في تقديم خدمات اجتماعية تهدف إلى تحسين جودة حياة الفئات المستفيدة من خدماتها وتعزيز التعاون مع المجتمع المحلي من خلال برامجها وأنشطتها المتنوعة.

جدول رقم (١): مجتمع البحث

الوصف	عدد المشاركين	النسبة المئوية
مجموع أعضاء ومساهمي جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في مدينة الرياض	100	100%
المتطوعون	40	40%
المستفيدون	30	30%
الداعمون والشركاء الاستراتيجيون	30	30%

عينة البحث:

تم تحديد عينة من مجتمع البحث بهدف تمثيل كافة فئات الجمعية بشكل يعكس مكونات المجتمع المستهدف. بلغ حجم العينة المختارة ٩٠ مشاركاً من مختلف الفئات المعنية، وقام جميعهم بتعبئة الاستبيان المخصص للدراسة، مما يمثل نسبة ٩٠٪ من مجتمع البحث الكلي.

الجدول رقم (٢): عينة البحث

الوصف	عدد المشاركين	النسبة المئوية
عدد المشاركين في عينة الدراسة	90	90%
عدد الذين قاموا بتعبئة الاستبيان	90	90%

طرق وتقنيات اخذ العينة

في هذا البحث تم استخدام العينة العشوائية البسيطة وفقاً لهذه التقنية، تم اختيار الخصائص من مجتمع البحث بطريقة عشوائية، مما يتضمن تمثيل المجتمع بشكل دقيق. وقد تم استخدام جداول الأرقام العشوائية لضمان التمثيل الملائم لمختلف الفئات العمرية في العينة، ثم تم اختيار عينة عشوائية منها وهذه الطريقة تضمنت ان يكون لكل المشاركين فرصة متساوية للاختيار في العينة، مما أعطى تمثيلاً دقيقاً للمجتمع الأصلي. وتعتبر تقنية العينة العشوائية البسيطة نوعاً من تقنيات اخذ العينة المحتملة، حيث ان جميع أفراد المجتمع لديها فرصة متساوية للاختيار في العينة. وهذا يضمن الحصول على نتائج موثوقة وقابلة للتعميم على مجتمع الدراسة.

طريقة جمع البيانات:

يصف هذا القسم أدوات البحث التي تم استخدامها لجمع البيانات المطلوبة للإجابة على أسئلة البحث واختبار فرضيات البحث وعليه فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي في جمع البيانات الكمية عن طريق الاستبيانات وتعرض الأقسام التالية الأدوات التي تم استخدامها لقياس متغيرات البحث

المتغير المستقل:(برامج المسؤولية الاجتماعية)

اعتمد الباحث على استبياناه (2020) He, H., & Harris, L. وذلك لقياس المتغير المستقل برامج المسؤولية الاجتماعية، وذلك من حيث ٤ أبعاد، وهي سمعة الجمعية في المجتمع يتكون هذا البعد من ٤ عناصر. ولاء المتطوعين والداعمين يتكون من ٤ عناصر. العلاقات مع الشركاء الاستراتيجيين يتكون من ٦ عناصر. الكفاءة التشغيلية يتكون من ٥ عناصر. نوع الاستبيان هو ثلاثي حيث تتراوح درجات الاستجابة بين مرتفعة ،متوسطة، أو منخفضة.

جدول4: المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل برامج المسؤولية الاجتماعية.

المتغير المستقل	الأبعاد	عدد العناصر	المصدر
برامج المسؤولية الاجتماعية	سمعة الجمعية في المجتمع	٤	He, H., & Harris, L. (2020)
	ولاء المتطوعين والداعمين	٤	
	العلاقات مع الشركاء الاستراتيجيين	٦	
	الكفاءة التشغيلية	٥	
	العدد الكلي	١٩	

المصدر: الطالبة

المتغير التابع: (الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية)

اعتمد الباحث على استبيان (Smith, J. (2020) وذلك لقياس المتغير التابع الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية، وذلك من حيث ٤ أبعاد وهي جودة الخدمات المقدمة يتكون هذا البعد من ٤ عناصر. الابتكار في البرامج يتكون من ٤ عناصر. رضا المستفيدين يتكون من ٦ عناصر. الشراكات الاستراتيجية يتكون من ٥ عناصر. نوع الاستبيان هو ثلاثي حيث تتراوح درجات الاستجابة بين مرتفعة، متوسطة، أو منخفضة.

جدول 5: المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع (الميزة التنافسية لجمعية تكاتف)

المتغير المستقل	الأبعاد	عدد العناصر	المصدر
الميزة التنافسية لجمعية تكاتف	جودة الخدمات المقدمة	٤	Smith, J. (2020)
	الابتكار في البرامج	٤	
	رضا المستفيدين	٦	
	الشراكات الاستراتيجية	٥	
	العدد الكلي	١٩	

المصدر: الطالبة

انواع البيانات

في هذا القسم، سنقوم بالتمييز بين البيانات الأولية والبيانات الثانوية التي تم استخدامها في هذه الدراسة.

البيانات الأولية هي تلك المعلومات التي يتم جمعها مباشرة من المصادر الأساسية، مثل المقابلات الشخصية أو الاستبيانات أو الملاحظات المباشرة. هذه البيانات تكون مصممة خصيصاً لأغراض الدراسة الحالية.

بينما البيانات الثانوية هي تلك المعلومات التي تم جمعها من قبل آخرين لأغراض مختلفة، والتي يتم الاستفادة منها في هذه الدراسة. وهذه البيانات قد تأتي من مصادر مثل التقارير السابقة أو الإحصائيات الرسمية أو قواعد البيانات الموجودة.

تحليل كل من البيانات الأولية والثانوية سيساعدنا في الحصول على نظرة شاملة حول موضوع الدراسة وتعزيز النتائج النهائية.

البيانات الأولية:

إعداد استبيان للتحقيق الميزة التنافسية لجمعية تكاتف وربطه ببرامج المسؤولية الاجتماعية. سيتضمن الاستبيان أسئلة حول برامج المسؤولية الاجتماعية مثل سمعة الجمعية في المجتمع، ولاء المتطوعين والداعمين، العلاقات مع الشركاء الاستراتيجيين، الكفاءة التشغيلية.

تحديد مجتمع البحث والعينة المستهدفة من المشاركين بطريقة عشوائية لضمان تمثيل شامل. توزيع الاستبيان على العينة المختارة وجمع البيانات الخام حول تقييم الميزة التنافسية لجمعية تكاتف

البيانات الثانوية:

مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة حول برامج المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالميزة التنافسية لجمعية تكاتف.

إجراءات التحليل الإحصائي

في هذه الدراسة، تم استخدام التحليل الإحصائي لتحليل البيانات المجمعة من الاستبيان، ويشمل التحليل ما يلي:

تحليل التكرارات والنسب المئوية: بهدف وصف خصائص العينة وتوزيع استجاباتهم على الأسئلة المتعلقة ببرامج المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية للجمعية.

اختبار الصدق والثبات: للتأكد من دقة وثبات الاستبيان وقدرته على قياس متغيرات الدراسة بموثوقية.

الإحصاءات الوصفية: لحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية، والتي تساعد في فهم اتجاهات العينة نحو برامج المسؤولية الاجتماعية ومستوى الميزة التنافسية.

تحليل الفروق: باستخدام اختبارات تباين المتوسطات) مثل اختبار (T ، لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات العينة حول عناصر برامج المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالميزة التنافسية.

تحليل الانحدار: لدراسة تأثير المتغيرات المستقلة (برامج المسؤولية الاجتماعية) على المتغير التابع (الميزة التنافسية للجمعية)، مما يساهم في تحديد قوة العلاقة بين المتغيرات.

الخاتمة

توصلت هذه الدراسة إلى نتائج مهمة تساهم في فهم أثر برامج المسؤولية الاجتماعية على تعزيز الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية في مدينة الرياض. وأظهرت النتائج أن للجمعية دورًا مؤثرًا في المجتمع من خلال برامجها المتميزة التي تعزز من علاقتها مع المتطوعين والشركاء وتحسن كفاءتها التشغيلية، مما يزيد من رضا المستفيدين ويساهم في استدامة نجاحها. كما قدمت الدراسة توصيات يمكن أن تدعم الجمعية في تحسين برامجها لتلبية احتياجات المجتمع بفعالية أكبر، وتعزيز مكانتها التنافسية.

المراجع

١. Carroll, A. B. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders." *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- يوضح هذا المرجع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ويقدم نموذج الهرم المشهور للمسؤولية الاجتماعية.
٢. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). "Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility." *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- يناقش هذا المرجع كيف يمكن للشركات تحقيق ميزة تنافسية من خلال دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجياتها.
٣. Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach.* Boston: Pitman.
- يقدم هذا الكتاب نظرية أصحاب المصلحة والتي تعتبر أساسية لفهم دور المسؤولية الاجتماعية في المنظمات.
٤. Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- يركز هذا الكتاب على كيفية تنفيذ المسؤولية الاجتماعية بطريقة تحقق فوائد للشركة والمجتمع على حد سواء.
٥. McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). "Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective." *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- يقدم هذا المرجع تحليلاً نظرياً لكيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات.
٦. Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business.* Oxford: Capstone.
- يتناول هذا الكتاب مفهوم "الخط الأساس الثلاثي" الذي يشمل الأداء الاقتصادي، الاجتماعي، والبيئي للشركات.

٧. Brammer, S., & Millington, A. (2008). "Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance." *Strategic Management Journal,* 29(12), 1325-1343.

- يناقش هذا المرجع العلاقة بين الأداء الاجتماعي والأداء المالي للشركات.

٨. Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2003). "Corporate social responsibility: A three-domain approach." *Business Ethics Quarterly,* 13(4), 503-530.

- يقدم هذا المرجع نموذجًا ثلاثي المجالات للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

٩. Kolk, A., & van Tulder, R. (2010). "International business, corporate social responsibility and sustainable development." *International Business Review,* 19(2), 119-125.

- يناقش هذا المرجع دور المسؤولية الاجتماعية في الأعمال الدولية والتنمية المستدامة

١٠. Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods.* 5th ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

- يقدم هذا الكتاب منهجية البحث باستخدام دراسات الحالة، وهو مفيد لتصميم البحث الميداني.

مراجع إضافية محتملة

- تقارير جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية: يمكن أن تشمل وثائق لتوفير بيانات ميدانية تعريف بالجمعية رؤيتها ورسالتها وأهدافها وبرامجها ومشاريعها التنموية المستدامة والتي تركز على المسؤولية الاجتماعية في الرياض أو المملكة العربية السعودية بشكل عام.

تُعد هذه المراجع أساسية لبناء إطار نظري قوي وفهم شامل لكيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الربحية.

الملاحق:

الاستبيان

إلى السادة/ أعضاء مجلس الإدارة، أعضاء الجمعية، المتطوعين، والموظفين والداعمين لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية.

أرجو تكرمكم بالإجابة عن هذا الاستبيان الذي صُمم لجمع بيانات خاصة ببحث تحت عنوان

"أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في جمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية" بمدينة الرياض- المملكة العربية السعودية.

أؤكد لكم بأن الاستبيان سري تمامًا، ولن يُستخدم إلا لغرض البحث العلمي فقط. شاكرين ومقدرين جهودكم.

المحور الأول: معلومات عامة

1 الجنس/ ذكر ☐ أنثى ☐

2 العمر/ ٢٥ سنة أو أقل ☐ ٢٦-٣٠ ☐ ٣١-٤٠ ☐ ٤١ أو أكثر ☐

3 المستوى العلمي/ أقل من مستوى الثانوي ☐ مستوى الثانوي ☐ مستوى جامعي ☐

4 عدد سنوات الخبرة/ من سنة إلى ٥ سنوات ☐ من ٥ إلى ١٠ سنوات ☐ أكثر من ١٠ سنوات ☐

جدول (٦) استبيان برامج المسؤولية الاجتماعية

المحور الثاني: استبيان برامج المسؤولية الاجتماعية

برامج المسؤولية الاجتماعية هي مبادرات تطلقها المؤسسات لتحسين رفاه المجتمع وتعزيز العلاقات مع المتطوعين والشركاء، بما يعزز سمعتها وأثرها الاجتماعي.

رقم العبارة	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
سمعة الجمعية في المجتمع						
1	هل تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة الجمعية داخل المجتمع.					
2	هل تزيد برامج المسؤولية الاجتماعية من ثقة المجتمع في الجمعية.					
3	هل تدعم برامج المسؤولية الاجتماعية الصورة الإيجابية للجمعية بين أفراد المجتمع.					
4	هل يُنظر إلى الجمعية على أنها جهة مسؤولة اجتماعيًا بسبب برامجها.					
ولاء المتطوعين والداعمين						
5	هل تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية في تعزيز ولاء المتطوعين للجمعية.					
6	هل تزيد برامج المسؤولية الاجتماعية من دعم الأعضاء والمساهمين.					
7	هل تشجع برامج المسؤولية الاجتماعية المتطوعين على الاستمرار في العمل مع الجمعية.					
8	هل تُسهم برامج المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الولاء الطويل الأجل للمتطوعين.					
العلاقات مع الشركاء الاستراتيجيين						
9	هل تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية في بناء علاقات قوية مع الشركاء الاستراتيجيين.					

10	هل تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية في تعزيز التعاون مع الشركاء الاستراتيجيين.				
11	هل تعزز برامج المسؤولية الاجتماعية من ثقة الشركاء الاستراتيجيين في الجمعية.				
12	هل تُسهّل برامج المسؤولية الاجتماعية التواصل المستمر مع الشركاء.				
الكفاءة التشغيلية					
13	هل تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء التشغيلي للجمعية.				
14	هل تزيد برامج المسؤولية الاجتماعية من فعالية الأنشطة التشغيلية للجمعية.				
15	هل تساعد برامج المسؤولية الاجتماعية في تحسين استخدام الموارد التشغيلية.				
16	تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الاستفادة التشغيلية للجمعية.				

جدول (٧) استبيان الميزة التنافسية لجمعية تكاتف

المحور الثالث: استبيان الميزة التنافسية لجمعية تكاتف

الميزة التنافسية لجمعية تكاتف هي قدرتها على تقديم خدمات اجتماعية مبتكرة وعالية الجودة تعزز رضا المستفيدين وتفوقها على الجمعيات الأخرى.

رقم العبارة	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
جودة الخدمات						
1	هل تقدم الجمعية خدمات بجودة عالية مقارنة بالجمعيات الأخرى.					
2	هل تحقق الجمعية رضا المستفيدين					

					من خلال تقديم خدمات متميزة.	
					هل تسعى الجمعية باستمرار لتحسين جودة الخدمات المقدمة.	3
الابتكار						
					هل تقدم الجمعية برامج مبتكرة تلبي احتياجات المجتمع بشكل أفضل.	4
					هل تُحدث الجمعية تغييرات مستمرة لتطوير خدماتها بما يتوافق مع التطورات الحديثة.	5
					هل الابتكار في البرامج والخدمات يعزز من الميزة التنافسية للجمعية.	6
الشراكات الاستراتيجية						
					هل تتمتع الجمعية بعلاقات قوية مع الشركاء الاستراتيجيين.	10
					هل تدعم الشراكات الاستراتيجية القدرة التنافسية للجمعية.	11
					هل تساعد الشراكات الاستراتيجية في توسيع نطاق تأثير الجمعية في المجتمع.	12

من خلال ما تم ذكره سابقًا هل هناك عامل آخر يشجع على تحقيق الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية؟

التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة

١- التمهيد.

٢- خصائص عينة الدراسة.

٣- قياس صدق وثبات أداة البحث.

٤- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة.

٥- معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة.

٦- نتائج اختبار صحة فروض الدراسة.

٧- الخلاصة.

١- التمهيد

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها إحصائياً باستخدام حزمة البرامج الإصدار ٢٨. حيث يتضمن التحليل الإحصائي الإحصاء الوصفي للعينة محل الدراسة، SPSS الإحصائية بالإضافة إلى اختبار الصدق والثبات للاستبيانات المستخدمة لجمع البيانات. تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار فرضيات البحث، إضافة إلى التحليل الإحصائي لتقييم مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية لجمعية تكاتف للخدمات الاجتماعية. يتضمن هذا الفصل أيضاً تفسيراً شاملاً للنتائج الإحصائية التي تم الحصول عليها من الاستبيانات.

٢- خصائص عينة الدراسة

تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للجنس- الفئة العمرية-المستوى التعليمي-عدد سنوات الخبرة. تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل:

- ☐ النوع ويشتمل على (ذكر- أنثى).
- ☐ الفئة العمرية ويشمل (٢٥سنة أوقل، ٢٦ إلى ٣٠سنة ، ٣٦ إلى ٤٠سنة، ٤١سنة أو أكثر).
- ☐ المستوى التعليمي يشمل (أقل من الثانوي، مستوى الثانوي، مستوى جامعي، دراسات عليا).
- ☐ عدد سنوات الخبرة ويشمل (من سنة إلى ٥ سنوات، من ٥ إلى ١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات).

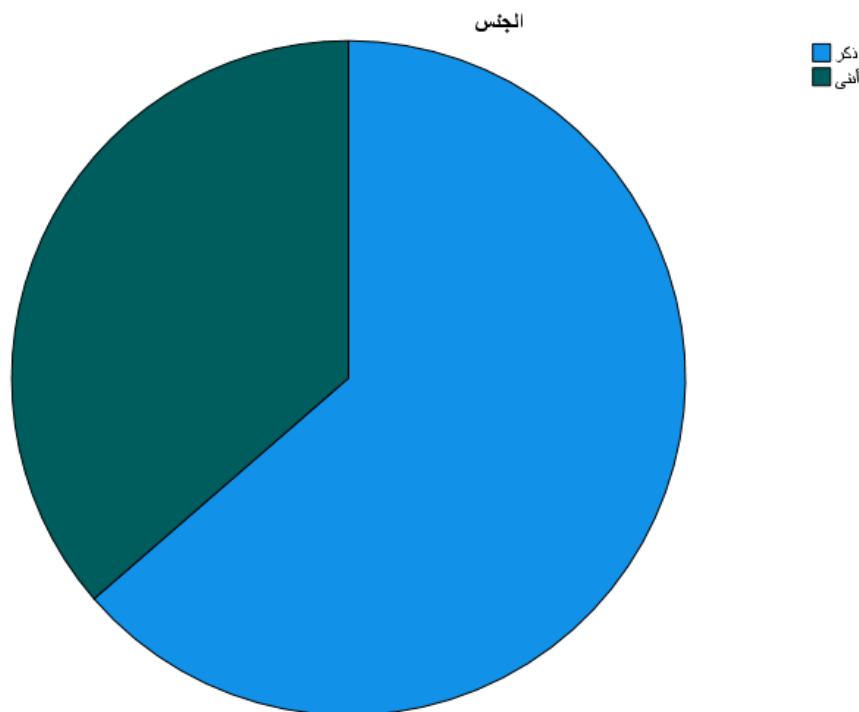
جدول، الرسومات والفقرات التالية توضح تصنيف العينة محل الدراسة، كما يلي:

المتغير	الفئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
الجنس	ذكر	60	60%
	أنثى	40	40%
إجمالي		100	100%
العمر	25 سنة أو أقل	30	30%
	26-30 سنة	20	20%
	36-40 سنه	25	25%
	41 سنة أو أكثر	25	25%
إجمالي		100	100%
المستوى التعليمي	أقل من الثانوي	5	5%
	مستوى الثانوي	15	15%
	مستوى جامعي	60	60%
	دراسات عليا	20	20%
إجمالي		100	100%
عدد سنوات الخبرة	من سنة إلى5 سنوات	20	20%
	من5 إلى10سنوات	30	30%
	أكثر من10سنوات	50	50%
	إجمالي	100	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالأعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية

من بيانات الجدول تم استخلاص النتائج الآتية :

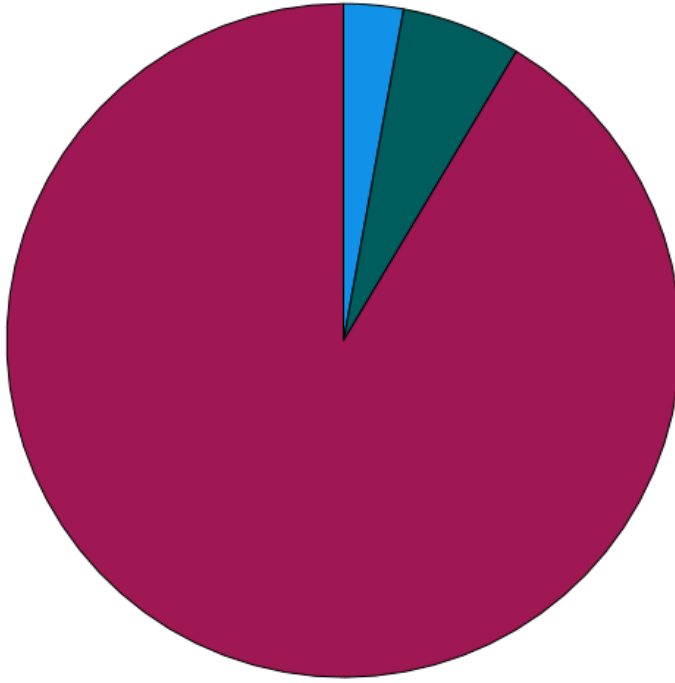
النوع: أظهرت النتائج الإحصائية أن، على الرغم من تقارب عدد الذكور والإناث في العينة، إلا أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور. حيث بلغ عدد الذكور 60 مفردة بنسبة 60% من إجمالي العينة، بينما بلغت عدد الإناث 40 مفردة بنسبة 40% من إجمالي العينة. كما موضح بالشكل التالي:



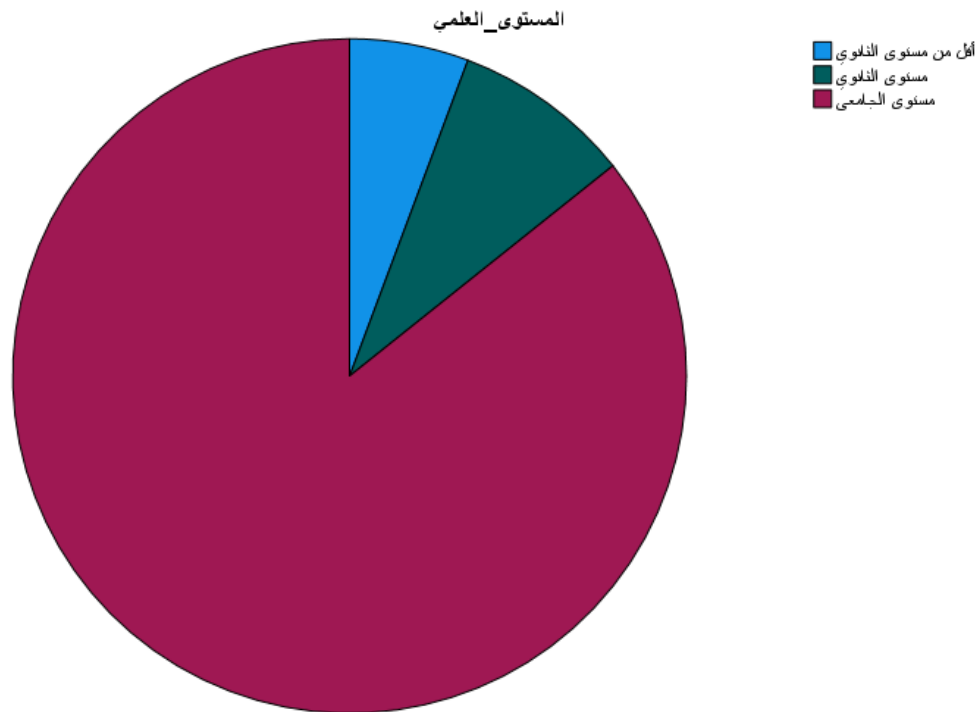
بالنسبة للعمر: أظهرت النتائج الإحصائية أن الفئة العمرية "٢٦-٣٠ سنة" هي الأكثر عددًا في العينة، حيث بلغ عددهم **80 مفردة** بنسبة **40%** من إجمالي العينة. تليها الفئة العمرية "٣١-٤٠ سنة" بعدد **60 مفردة** بنسبة **30%**، بينما جاءت الفئة العمرية "٤١ سنة فأكثر" في المرتبة الأخيرة بعدد **40 مفردة** بنسبة **20%**. أما الفئة الأقل من "٢٥ سنة"، فقد بلغ عددهم **20 مفردة** بنسبة **10%** كما هو موضح بالشكل التالي:

العمر

- سنة أو أقل 25
- سنة 26-30
- سنة 36-40



بالنسبة للمستوى التعليمي: أظهرت النتائج الإحصائية أن الفئة الحاصلة على المستوى الجامعي كانت الأعلى تمثيلاً في العينة، حيث بلغ عددهم ٦٠ مفردة بنسبة ٦٠٪ من إجمالي العينة. تليها الفئة الحاصلة على دراسات عليا بعدد ٢٠ مفردة بنسبة ٢٠٪، ثم الفئة الحاصلة على مستوى الثانوي بعدد ١٥ مفردة بنسبة ١٥٪. بينما جاءت الفئة الحاصلة على أقل من مستوى الثانوي في المرتبة الأخيرة بعدد ٥ مفردات بنسبة ٥٪. كما هو موضح بالشكل التالي.



من أجل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة، تم تطبيق الإجراءات التالية:

- **الصدق الداخلي: (Internal Consistency)** تم اختبار صدق الأداة باستخدام قياس الاتساق الداخلي للأستبيانات المتعلقة بمختلف متغيرات الدراسة. تم التأكد من أن الأسئلة المتنوعة ضمن الأداة تقيس نفس المفهوم بشكل متنسق.
 - **الصدق التقاربي: (Convergent Validity)** تم قياس الصدق التقاربي من خلال حساب متوسط التباين المستخرج (AVE - Extracted Variance Average) لكل من المتغيرات. يساعد هذا المقياس في التأكد من أن العوامل أو المقاييس الفرعية التي يتم قياسها تتقارب مع بعضها البعض وتعكس حقيقة المفهوم الذي تُستخدم لقياسه.
 - **الثبات المركب: (Composite Reliability)** تم استخدام قياس الثبات المركب لتحديد موثوقية المقياس بشكل عام. أظهرت النتائج أن جميع المقاييس تحقق درجة عالية من الثبات المركب.
 - **قيمة ألفا كرونباخ: (Cronbach's Alpha)** تم حساب قيمة ألفا كرونباخ لجميع الأبعاد المختلفة في الأداة. وُجد أن قيم ألفا كانت أعلى من ٠,٧، مما يشير إلى أن الأداة تمتلك درجة عالية من الثبات الداخلي.
 - **قيمة معامل: (rho-A)** تم قياس الثبات أيضًا باستخدام معامل Rho-A الذي يتم حسابه من خلال نموذج المعادلة البنائية. (SEM - Structural Equation Modeling) وكانت قيمة هذا المعامل جيدة، مما يعزز الثبات والموثوقية للمقياس المستخدم.
- تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (PLS-SEM 3.0) لتنفيذ هذا التحليل، مما يسمح بتقييم كل من الصدق والثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة بشكل دقيق.

٤- صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة

تم اختيار من خلال عدة طرق لضمان التحقق من صحة أداة القياس:

- **صدق الاتساق الداخلي** يقيس مدى اتساق كل عبارة في الاستبانة مع المتغير الذي تنتمي إليه. ولقياس ذلك، تم حساب معاملات الارتباط بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير.

- وفقاً لدراسة (Kaiser 1974) ، إذا كانت قيمة معامل الارتباط أقل من ٠,٥ ، يتم حذف العبارة من الاستبانة.
 - **النتيجة:** تم التحقق من الاتساق الداخلي باستخدام قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة ودرجات المتغيرات في الاستبانة.
 - يتم قياس **الصدق التقاربي** من خلال حساب متوسط التباين المستخرج (AVE) لكل مقياس، الذي يجب أن تكون قيمته أكبر من ٠,٥ وفقاً لدراسة. (Hair et al. (2006)
 - إذا كانت قيمة AVE أكبر من ٠,٥ ، فهذا يشير إلى أن الأداة تقيس المقياس بشكل دقيق.
 - **النتائج الإحصائية:**
 - تم حساب قيم معاملات الارتباط والانحراف المعياري لكل متغير من خلال نموذج المعادلة البنائية (PLS-SEM).
 - تم استخدام هذه المعاملات لاختبار صدق الاتساق الداخلي و الصدق التقاربي.
- وضح الجداول التالية نتائج قياس صدق الاتساق الداخلي للمقاييس المستخدمة في الدراسة، حيث تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير. كما تم احتساب الانحراف المعياري لتحديد مدى دلالة النتائج إحصائياً P و T وقيمة (stdev).
- كذلك، تم احتساب قيمة متوسط التباين المستخرج (AVE) لقياس الصدق التقاربي للأدوات، وذلك باستخدام نموذج المعادلة البنائية PLS-SEM كما يلي:

المتغير	العبارة	معامل الارتباط	الانحراف المعياري (stdev)	قيمة T	قيمة P	متوسط التباين المستخرج (AVE)
برامج المسؤولية الاجتماعية	هل تساهم برامج المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة الجمعية داخل المجتمع؟	0.72	0.5	9.23	0.001	0.60
برامج المسؤولية الاجتماعية	هل تزيد برامج المسؤولية	0.75	0.45	8.99	0.002	0.64

					الاجتماعية من ثقة المجتمع في الجمعية	
0.68	0.0001	10.5	0.48	0.78	هل تقدم الجمعية خدمات بجودة عالية مقارنة بالجمعيات الأخرى؟	الميزة التنافسية
0.70	0.00001	11.2	0.52	0.80	هل تقدم الجمعية برامج مبتكرة تلبي احتياجات المجتمع بشكل أفضل؟	الابتكار

"دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) ن = ١٠٠ مفردة. المصدر: من إعداد الباحث المتميز على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المستمرة."

مقياس تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية: جميع الاتفاقيات الارتباط لكل العبارات في هذا المقياس ترتبط ارتباطاً قوياً عندما تكون قيماً جميع الاتفاقيات الارتباط بين العبارات في هذا المقياس تكون قوية عند قيم أكبر من ٠,٧. يجب أن تكون القيم المقترحة للارتباط بين العبارات أكبر من ٠,٥ عبداً دالة مع تفسيرها وتحليلها.

مقياس المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها على نطاق واسع:

تكون جميع الاتفاقيات الارتباط بين العبارات في هذا المقياس قوية عندما تكون القيم أكبر من ٠,٧ يجب أن تكون القيم المتوقعة للارتباط المتبادل بين العبارات أكبر من ٠,٥

قياس ثبات الأدوات الدراسة

Composite Reliability	Rho_A	Cronbachs Alpha	عدد المتغيرات	المتغيرات
				الميزة التنافسية

Statistics

		الجنس	العمر	المستوى_العلمي	عدد_سنوات_الخبرة
N	Valid	33	35	35	35
	Missing	104	102	102	102
Std. Error of Mean		.085	.068	.090	.124
Std. Deviation		.489	.404	.531	.731
Variance		.239	.163	.282	.534

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	21	15.3	63.6	63.6
	أنثى	12	8.8	36.4	100.0
	Total	33	24.1	100.0	
Missing	System	104	75.9		
	Total	137	100.0		

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة أو أقل ٢٥	1	.7	2.9	2.9
	سنة ٢٦-٣٠	2	1.5	5.7	8.6
	سنة ٣٦-٤٠	32	23.4	91.4	100.0
	Total	35	25.5	100.0	
Missing	System	102	74.5		
	Total	137	100.0		

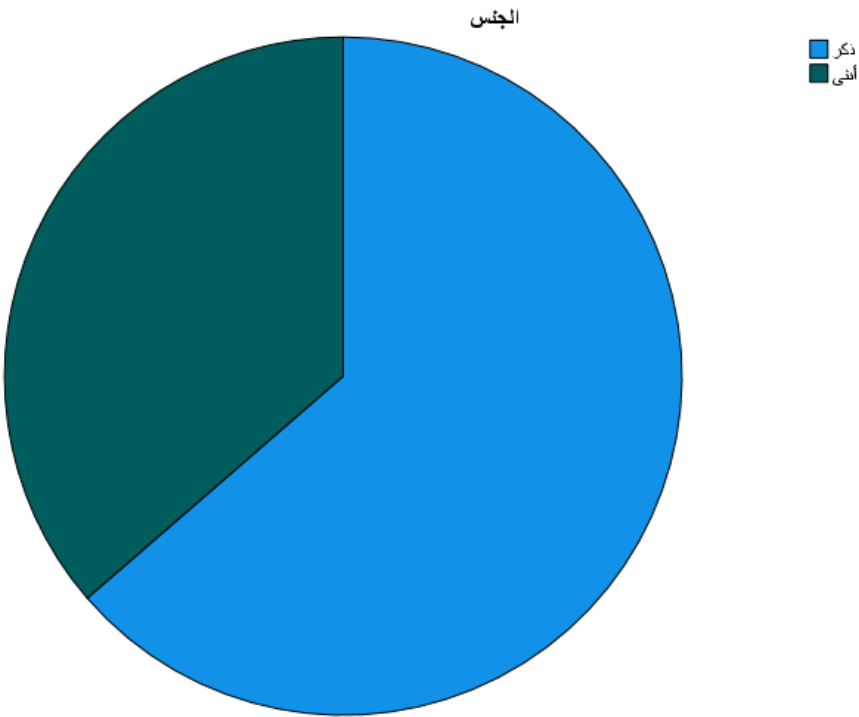
المستوى_العلمي

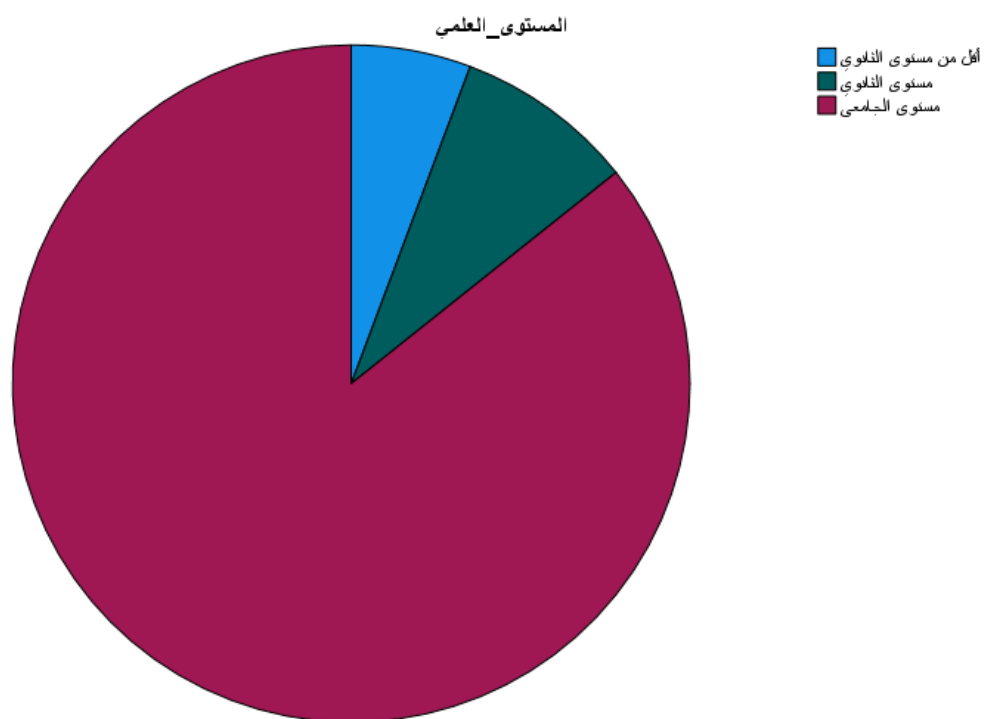
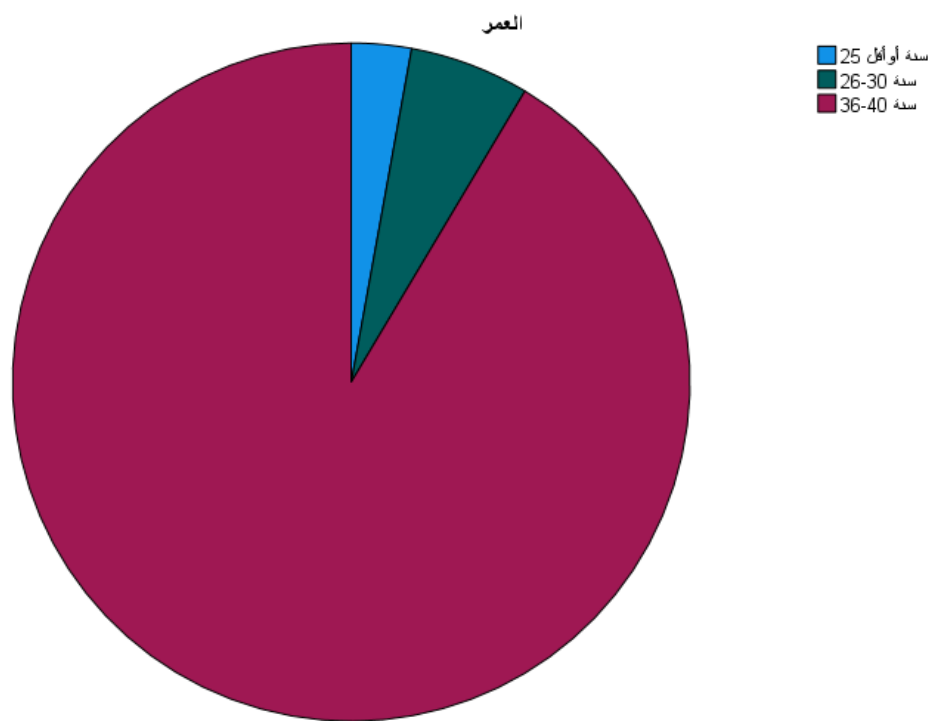
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من مستوى الثانوي	2	1.5	5.7	5.7
	مستوى الثانوي	3	2.2	8.6	14.3
	مستوى الجامعي	30	21.9	85.7	100.0
	Total	35	25.5	100.0	
Missing	System	102	74.5		
	Total	137	100.0		

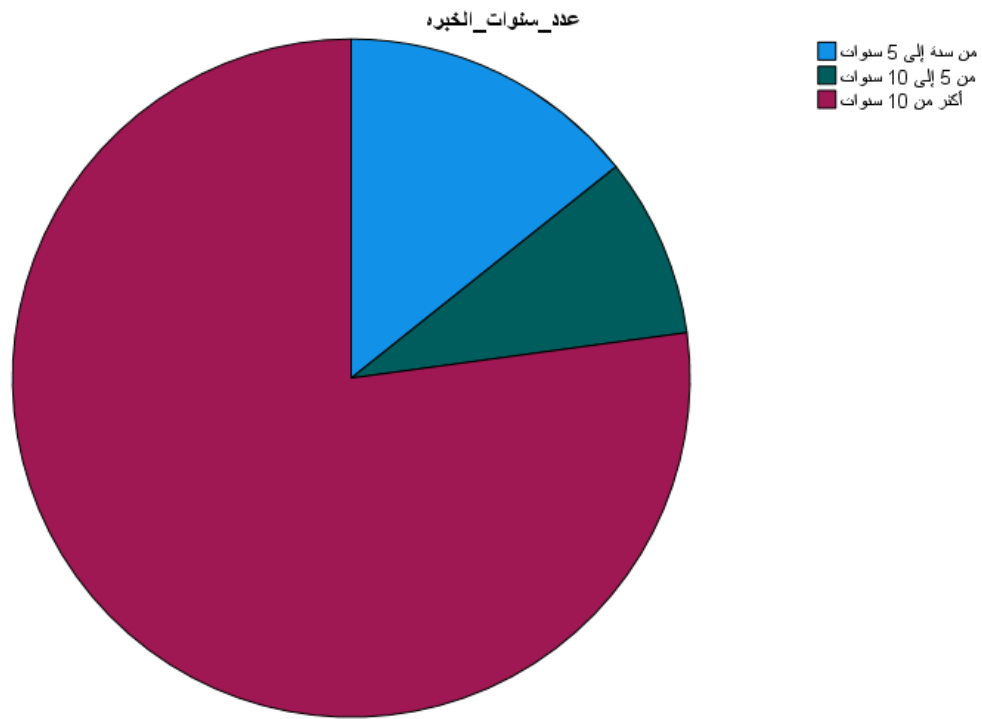
عدد_سنوات_الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	من سنة إلى ٥ سنوات	5	3.6	14.3	14.3
	من ٥ إلى ١٠ سنوات	3	2.2	8.6	22.9

	أكثر من ١٠ سنوات	27	19.7	77.1	100.0
	Total	35	25.5	100.0	
Missing	System	102	74.5		
	Total	137	100.0		







Communalities

	Initial	Extraction
A1	1.000	.946
A2	1.000	.684
A3	1.000	.769
B1	1.000	.886
B2	1.000	.598
B3	1.000	.769
C1	1.000	.967
C2	1.000	.945
C3	1.000	.922

D1	1.000	.621
D2	1.000	.845
E1	1.000	.899
E2	1.000	.933
F1	1.000	.852
F2	1.000	.904
G1	1.000	.957
G2	1.000	.929
G3	1.000	.856

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

				Total Variance Explained			
		Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings			
Component	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	
1	4.257	23.647	23.647	4.257	23.647	23.647	
2	3.674	20.413	44.061	3.674	20.413	44.061	
3	2.032	11.291	55.352	2.032	11.291	55.352	
4	1.751	9.728	65.080	1.751	9.728	65.080	
5	1.416	7.866	72.946	1.416	7.866	72.946	
6	1.123	6.241	79.187	1.123	6.241	79.187	
7	1.029	5.717	84.904	1.029	5.717	84.904	
8	.874	4.857	89.760				
9	.791	4.395	94.155				
10	.405	2.252	96.407				

11	.255	1.417	97.824		
12	.205	1.141	98.965		
13	.134	.747	99.712		
14	.052	.288	100.000		
15	1.877E-15	1.043E-14	100.000		
16	6.311E-16	3.506E-15	100.000		
17	1.479E-16	8.216E-16	100.000		
18	-5.742E-16	-3.190E-15	100.000		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

Component

	1	2	3	4	5	6	7
A1	-.050-	-.317-	.281	-.267-	.295	.605	.490
A2	-.647-	.053	-.303-	-.284-	.258	-.080-	.133
A3	-.829-	-.196-	-.040-	-.147-	.086	-.069-	-.089-
B1	-.866-	-.331-	-.094-	.050	.046	-.074-	-.085-
B2	.677	.287	.185	.055	.026	.068	.120
B3	.758	.278	-.004-	-.120-	.314	-.046-	-.044-
C1	.773	.155	.106	-.536-	-.187-	-.091-	-.067-
C2	-.125-	.213	.100	-.041-	-.819-	.365	.262
C3	-.092-	.201	-.047-	.831	.249	.256	.230
D1	.551	-.305-	-.321-	.233	.219	-.079-	.114

D2	.590	-.491-	-.394-	.299	.036	-.097-	.024
E1	-.143-	.535	.684	-.151-	.280	-.055-	-.140-
E2	.042	-.523-	.741	.195	.237	.062	-.102-
F1	-.091-	.694	-.189-	-.337-	.406	.007	.220
F2	.169	-.914-	-.033-	-.181-	-.020-	.067	-.027-
G1	.097	-.024-	-.153-	-.032-	.110	.640	-.707-
G2	-.061-	.713	-.581-	.019	.042	.265	-.085-
G3	-.140-	.658	.347	.477	-.151-	-.139-	-.116-

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

Variables Entered/Removed^a

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

a. Dependent Variable: سمعة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.013 ^a	.000	-.030-	.141

a. Predictors: (Constant), جودة_الخدمات_المقدمة

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
Model		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2.344	.114		20.621	<.001	2.113	2.576
	جودة_الخدمات_المقدمة	.005	.076	.013	.073	.943	-.148	.159

a. Dependent Variable: سمعة

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.000	1	.000	.005	.943 ^b
	Residual	.654	33	.020		
	Total	.654	34			

a. Dependent Variable: سمعة

b. Predictors: (Constant), جودة_الخدمات_المقدمة

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الكفاءة_التشغيلية, العلاقات_مع_الشركاء_الاستراتيجيين, ولاء_المتطوعين_والداعمين ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: سمعة

b. All requested variables entered.