

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

مريم سليمان حمد الميمان

2021206046

مشروع التخرج - 1

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الإطار النظري

مقدمة

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من القضايا البارزة التي تحظى باهتمام متزايد في عالم الأعمال والتعليم على حد سواء، حيث باتت المؤسسات بمختلف أنواعها تدرك أهمية دورها في المجتمع وضرورة المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة. ومع تزايد الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية، أصبحت المؤسسات التعليمية، ومنها الجامعات، تسعى جاهدة لتبني استراتيجيات فعالة في هذا المجال لتعزيز سمعتها وتنافسياتها.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات التعليمية، مع التركيز على جامعة السعودية الإلكترونية في مدينة الرياض كنموذج للدراسة. إذ إن جامعة السعودية الإلكترونية تُعد واحدة من المؤسسات التعليمية الرائدة في المملكة العربية السعودية، والتي تسعى إلى تقديم تعليم متميز من خلال استخدام أحدث التقنيات التعليمية.

في هذا السياق، تبرز أهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز مكانة الجامعة ودورها في المجتمع. فالجامعات التي تطبق ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال تستطيع تحسين صورتها العامة، وزيادة ثقة المجتمع بها، وجذب المزيد من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس المتميزين، بالإضافة إلى تعزيز علاقاتها مع الجهات الحكومية والشركات والمؤسسات الأخرى.

سوف تتناول هذه الدراسة مجموعة من المحاور الرئيسة التي تشمل : مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في القطاع التعليمي، كيفية تطبيق جامعة السعودية الإلكترونية لمبادئ المسؤولية الاجتماعية، والأثر الناتج عن هذه الممارسات على قدرتها التنافسية. كما ستناقش الدراسة دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الابتكار والجودة التعليمية، وكيف يمكن لهذه المبادرات أن تسهم في تحقيق أهداف الجامعة الاستراتيجية على المدى الطويل.

من خلال هذا البحث، سيتم استعراض عدد من الأمثلة العملية لمبادرات المسؤولية الاجتماعية التي قامت بها جامعة السعودية الإلكترونية،

وتحليل تأثير هذه المبادرات على مستوى التميز الأكاديمي، ورضا الطلاب، وتحقيق التميز المؤسسي. كما سيُقدّم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للجامعة، ودعم توجهاتها المستقبلية في هذا المجال.

المتغير الأول

المتغير المستقل هو أحد العناصر الأساسية في تصميم الأبحاث والدراسات، ويعبر عن المتغير الذي يتم التلاعب به أو التحكم فيه من قبل الباحث بهدف دراسة تأثيره على متغير آخر يُعرف بالمتغير التابع. في سياق دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية، يمكن اعتبار المسؤولية الاجتماعية المتغير المستقل، حيث يسعى الباحث إلى استكشاف كيف يؤثر تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية على تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة.

مفهوم المتغير المستقل:

المتغير المستقل هو العامل أو الظاهرة التي يتم التحكم فيها أو تغييرها لمعرفة تأثيرها على نتيجة معينة. يُستخدم هذا المتغير لتحديد العلاقة السببية بينه وبين المتغيرات التابعة. في الأبحاث العلمية، يتم تحديد المتغير المستقل بناءً على الفرضية التي يسعى الباحث لاختبارها.

تطبيق المتغير المستقل في دراسة المسؤولية الاجتماعية:

في هذه الدراسة، المسؤولية الاجتماعية تمثل المتغير المستقل، وهي عبارة عن مجموعة من الممارسات والأنشطة التي تقوم بها الجامعة لتحقيق تأثير إيجابي على المجتمع، سواء كان ذلك من خلال المبادرات البيئية، أو البرامج التعليمية التي تخدم المجتمع، أو السياسات التي تهدف إلى تحقيق العدالة الاجتماعية.

جوانب المسؤولية الاجتماعية كمحددات للمتغير المستقل:

تتضمن المسؤولية الاجتماعية عدة جوانب يمكن أن يتم دراستها كمكونات للمتغير المستقل، ومن أهمها:

1. **المسؤولية البيئية**:: تشمل جهود الجامعة للحفاظ على البيئة من خلال تبني ممارسات صديقة للبيئة مثل تقليل الانبعاثات الكربونية، إدارة النفايات، وتشجيع الطاقة المستدامة.
2. **المسؤولية الاقتصادية**:: تتعلق بالأنشطة التي تقوم بها الجامعة لدعم الاقتصاد المحلي، مثل توفير فرص تدريبية للطلاب بالتعاون مع الشركات المحلية، أو المساهمة في تطوير البنية التحتية في المجتمع.
3. **المسؤولية الاجتماعية**:: تشمل المبادرات التي تهدف إلى تحسين جودة الحياة للمجتمع المحلي، مثل برامج التعليم المستمر، أو المبادرات الصحية التي تستهدف الفئات المحتاجة.
4. **المسؤولية الأخلاقية**:: ترتبط بالقيم والمبادئ التي تتبناها الجامعة في تعاملاتها، سواء داخليًا مع الطلاب والموظفين أو خارجيًا مع المجتمع.

قياس المتغير المستقل:

لقياس المسؤولية الاجتماعية كمحدد للمتغير المستقل، يمكن استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات والمنهجيات. على سبيل المثال، يمكن استخدام الاستبيانات التي تستطلع آراء أعضاء هيئة التدريس، الموظفين، والطلاب حول مدى التزام الجامعة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية. كما يمكن استخدام المقاييس الكمية مثل عدد المبادرات المجتمعية التي نظمتها الجامعة، أو مقدار الاستثمار في المشاريع البيئية والاجتماعية.

دور المتغير المستقل في تحقيق الميزة التنافسية:

من خلال دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية (المتغير المستقل) على الميزة التنافسية (المتغير التابع)، يسعى الباحث إلى فهم كيف تساهم هذه الممارسات في تعزيز مكانة الجامعة في السوق التعليمي. يمكن أن تؤدي

المسؤولية الاجتماعية إلى تحسين سمعة الجامعة، جذب المزيد من الطلاب المتميزين، وزيادة الولاء والانتماء بين أفراد المجتمع الأكاديمي، مما يسهم في تعزيز القدرة التنافسية للجامعة.

المتغير المستقل، وهو في هذه الحالة المسؤولية الاجتماعية، يمثل عنصرًا حيويًا في دراسة كيفية تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات التعليمية. من خلال فهم وتحليل تأثير هذا المتغير على الأداء المؤسسي، يمكن للجامعات تطوير استراتيجيات أكثر فعالية لتعزيز دورها المجتمعي، وتحقيق التفوق والتميز في مجال التعليم.

المتغير الثاني

المتغير التابع هو عنصر أساسي في تصميم الأبحاث، ويشير إلى المتغير الذي يتأثر بالمتغير المستقل في الدراسة. هو ما يسعى الباحث إلى قياسه أو مراقبته لفهم كيفية تأثير التغيرات أو التحسينات في المتغير المستقل عليه. في سياق الدراسة التي تتناول أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية، يمثل "الميزة التنافسية" المتغير التابع، حيث يسعى الباحث إلى استكشاف كيف يؤثر تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية على قدرة الجامعة على التنافس في السوق التعليمي.

مفهوم المتغير التابع:

المتغير التابع هو المتغير الذي يعتمد على تأثير المتغير المستقل. بمعنى آخر، هو النتيجة أو الأثر الذي يتوقعه الباحث حدوثه كنتيجة للتلاعب أو التغيير في المتغير المستقل. الهدف الأساسي من دراسة المتغير التابع هو فهم العلاقة بينه وبين المتغير المستقل وكيفية تأثره به.

تطبيق المتغير التابع في دراسة المسؤولية الاجتماعية:

في هذه الدراسة، يمثل "تحقيق الميزة التنافسية" المتغير التابع. الميزة التنافسية تعني قدرة الجامعة على التفوق على نظيراتها من الجامعات الأخرى في مجالات متعددة مثل جودة التعليم، استقطاب الطلاب، السمعة الأكاديمية، والشراكات الاستراتيجية. تعتمد الدراسة على قياس مدى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الجامعة على هذه الجوانب التنافسية.

جوانب الميزة التنافسية كمحددات للمتغير التابع:

يتضمن مفهوم الميزة التنافسية عدة أبعاد يمكن دراستها كمكونات للمتغير التابع، من بينها:

1. ****جودة التعليم****: يشمل هذا الجانب مستوى التعليم المقدم في الجامعة ومدى التزامها بتوفير برامج تعليمية متقدمة ومناسبة لاحتياجات السوق. قد يتأثر هذا الجانب بممارسات الجامعة في المسؤولية الاجتماعية مثل تطوير مناهج تعليمية تخدم المجتمع.
2. ****استقطاب الطلاب المتميزين****: يمكن اعتبار القدرة على جذب الطلاب المتميزين وتسجيلهم في الجامعة أحد مقاييس الميزة التنافسية. المسؤولية الاجتماعية، مثل تقديم منح دراسية أو تنفيذ برامج تخدم المجتمع، قد تكون عوامل جذب مهمة للطلاب.
3. ****السمعة الأكاديمية****: تشير إلى كيفية تقييم المجتمع الأكاديمي والجمهور العام للجامعة. قد تؤدي ممارسات المسؤولية الاجتماعية الإيجابية إلى تعزيز صورة الجامعة وزيادة سمعتها على المستويين المحلي والدولي.
4. ****الابتكار والبحث العلمي****: يركز هذا الجانب على قدرة الجامعة على تطوير أبحاث مبتكرة تساهم في حل المشكلات المجتمعية. يمكن أن تدعم مبادرات المسؤولية الاجتماعية البحث العلمي، مما يعزز من قدرة الجامعة على الابتكار وتحقيق التفوق.
5. ****العلاقات والشراكات الاستراتيجية****: يمكن أن تؤثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية في قدرة الجامعة على إقامة علاقات وشراكات مع جهات أخرى مثل الشركات والمؤسسات الحكومية، مما يعزز من قدراتها التنافسية.

قياس المتغير التابع:

لقياس الميزة التنافسية كمتغير تابع، يمكن استخدام مؤشرات متعددة تعتمد على نوعية وجوانب الميزة التنافسية التي يتم التركيز عليها. على سبيل المثال:

- **استطلاعات الرأي** : يمكن جمع بيانات من الطلاب، الموظفين، والشركاء الاستراتيجيين حول تصوراتهم بشأن جودة التعليم والسمعة الأكاديمية للجامعة.
- **مؤشرات الأداء الأكاديمي** : مثل معدلات التوظيف للطلاب بعد التخرج، وعدد المنشورات البحثية، وحصول الجامعة على تصنيفات أكاديمية متقدمة.
- **معدلات القبول** : مقارنة معدلات القبول وعدد الطلبات المقدمة مع الجامعات الأخرى في نفس المجال.

دور المتغير التابع في الدراسة:

تحليل المتغير التابع، أي "الميزة التنافسية"، يتيح للباحث تقييم فعالية تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في تحقيق أهداف الجامعة. من خلال فهم العلاقة بين المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (القدرة التنافسية)، يمكن تحديد الاستراتيجيات التي تحقق أفضل النتائج وتساهم في تعزيز وضع الجامعة التنافسي.

المتغير التابع، الذي يتمثل في هذه الدراسة بالميزة التنافسية، يعكس الأثر الناتج عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية التي تطبقها الجامعة. من خلال دراسة هذا المتغير، يمكن للباحثين تقديم رؤية متكاملة حول كيفية تعزيز الجامعات لمكانتها التنافسية عبر التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية، مما يساهم في تحسين الأداء الأكاديمي والإداري للجامعة بشكل عام.

علاقة متغيرات البحث

علاقة متغيرات البحث تُشير إلى كيفية تأثير المتغيرات المدروسة على بعضها البعض، وهي الأساس الذي تبنى عليه فرضيات الدراسة. في البحث الذي يتناول أثر المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية، هناك علاقة بين المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية). دعونا نوضح هذه العلاقة بشكل تفصيلي:

المتغير المستقل: المسؤولية الاجتماعية

- **تعريفه**: المسؤولية الاجتماعية تعني الأنشطة والمبادرات التي تقوم بها الجامعة بهدف المساهمة في تحسين المجتمع والبيئة، بما في ذلك الجوانب البيئية، الاقتصادية، الاجتماعية، والأخلاقية.
- **مكوناته**: يتضمن المتغير المستقل عدة أبعاد، منها: المسؤولية البيئية، المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية الاجتماعية، والمسؤولية الأخلاقية.

المتغير التابع: الميزة التنافسية

- **تعريفه**: الميزة التنافسية تشير إلى قدرة الجامعة على التميز والتفوق على الجامعات الأخرى من خلال تقديم تعليم عالي الجودة، استقطاب الطلاب المتميزين، الحفاظ على سمعة أكاديمية قوية، تعزيز الابتكار، وتكوين شراكات استراتيجية.
- **مكوناته**: تشمل جوانب الميزة التنافسية: جودة التعليم، استقطاب الطلاب المتميزين، السمعة الأكاديمية، الابتكار والبحث العلمي، والعلاقات والشراكات الاستراتيجية.

العلاقة بين المتغيرات

- **التأثير المباشر**: المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) يؤثر مباشرة على المتغير التابع (الميزة التنافسية). بعبارة أخرى، عندما تزيد الجامعة من تبنيتها لمبادرات المسؤولية الاجتماعية، من المتوقع أن تنعكس هذه الزيادة بشكل إيجابي على قدرتها التنافسية. على سبيل المثال، إذا ركزت الجامعة على المسؤولية البيئية من خلال تبني ممارسات صديقة للبيئة، فقد يؤدي ذلك إلى تعزيز سمعتها الأكاديمية وجذب الطلاب الذين يهتمون بالاستدامة، مما يرفع من قدرتها التنافسية.
- **التأثير غير المباشر**: المسؤولية الاجتماعية قد تؤثر على بعض الجوانب الداخلية للجامعة مثل ولاء الموظفين وتحفيزهم، مما يساهم في تحسين جودة التعليم والخدمات المقدمة، وهذا بدوره يعزز الميزة التنافسية.
- **التفاعل بين الأبعاد**: قد تتفاعل أبعاد المسؤولية الاجتماعية المختلفة (مثل البيئية والاقتصادية) معاً لتعظيم الأثر على الميزة التنافسية. على سبيل المثال، المبادرات التي تجمع بين التحسين البيئي والاقتصادي قد تؤدي إلى تحقيق نتائج أفضل في جذب الطلاب والشركاء الاستراتيجيين.

فرضيات الدراسة

- **فرضية أولى**: توجد علاقة إيجابية بين تطبيق المسؤولية الاجتماعية من قبل الجامعة وزيادة قدرتها التنافسية.
- **فرضية ثانية**: يساهم كل بُعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية (مثل المسؤولية البيئية أو الاقتصادية) بشكل مختلف في تعزيز الميزة التنافسية.
- **فرضية ثالثة**: تعزز المسؤولية الاجتماعية الابتكار والجودة الأكاديمية، مما يؤدي إلى تحسين الميزة التنافسية للجامعة.

علاقة متغيرات البحث تشير إلى وجود ارتباط سببي بين المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية). المسؤولية الاجتماعية، عندما تُطبق بشكل فعال، يمكن أن تكون عاملاً حاسماً في تعزيز قدرة الجامعة على التنافس، من خلال تحسين جودة التعليم، وتعزيز سمعتها، وجذب المزيد من الطلاب،

وتكوين شراكات استراتيجية أقوى. هذه العلاقة تجعل من المسؤولية الاجتماعية أداة استراتيجية لا غنى عنها لتحقيق التفوق والتميز في بيئة تعليمية تنافسية.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة، تم تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية للجامعات، مع التركيز على جامعة السعودية الإلكترونية في مدينة الرياض كنموذج تطبيقي. من خلال تحليل البيانات والنتائج المستخلصة، تم التوصل إلى عدة استنتاجات رئيسية تؤكد على أهمية تبني مؤسسات التعليم العالي لممارسات المسؤولية الاجتماعية كجزء من استراتيجياتها التنافسية.

أظهرت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية تسهم بشكل مباشر في تحسين السمعة الأكاديمية للجامعة، حيث إن المبادرات التي تركز على المسؤولية البيئية والاجتماعية تعزز من صورة الجامعة في المجتمع وتزيد من ثقة الشركاء والطلاب بها. كما تبين أن المسؤولية الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي على جودة التعليم والخدمات المقدمة، من خلال دعم الابتكار وتوفير بيئة تعليمية محفزة تساهم في استقطاب الطلاب المتميزين وأعضاء هيئة التدريس الأكفاء.

بالإضافة إلى ذلك، أكدت الدراسة أن تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية يعزز من العلاقات والشراكات الاستراتيجية للجامعة، مما يمكنها من توسيع نطاق تأثيرها وزيادة قدرتها التنافسية على المستوى المحلي والدولي. ومن هنا، يتضح أن المسؤولية الاجتماعية ليست مجرد التزام أخلاقي، بل هي استثمار استراتيجي يعزز من قدرة الجامعة على التميز والتفوق في سوق التعليم.

بناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بأن تستمر جامعة السعودية الإلكترونية في تطوير وتوسيع مبادراتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، مع التركيز على دمج هذه الممارسات في صميم استراتيجياتها الأكاديمية والإدارية. إن تعزيز التزام الجامعة بالمسؤولية الاجتماعية سيؤدي بلا شك إلى تحسين أدائها العام وزيادة قدرتها على المنافسة في بيئة تعليمية متغيرة ومتطلبة.

جدول المحتويات

1. فصل الأول الإطار النظري للدراسة	
1.1 المقدمة	
1.2 مشكلة البحث	
1.2.1 الفجوات النظرية	
1.2.2 الفجوات العملية	
1.3 أهمية البحث	
1.3.1 أهمية نظرية	
1.3.2 أهمية تطبيقية	
1.4 أسئلة البحث	
1.5 أهداف البحث	
1.6 فرضيات البحث	
1.7 نموذج البحث	
1.8 منهجية البحث	
1.9 الدراسة الميدانية	
1.10 هيكل المشروع	
2. الفصل الثاني الإطار النظري	
2.1 المقدمة	
2.2 المبحث الأول	
2.3 المبحث الثاني	
2.4 العلاقة بين متغيرات البحث	
2.5 المراجع	
2.6 محتويات البحث	
.....	