مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: تأثير المسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال (دراسة ميدانية في فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية)
اسم الكاتب: د. أيمن ديوب، فراس عسلية
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5966
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 16:24 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

The Effect of Social Responsibility on the Competitiveness of Business Organizations (A Field Study in the Branch of the Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport in Lattakia)

Dr. Ayman Dayyoub*
Feras Asaliah**

(Received 20 / 7 / 2023. Accepted 6 / 9 / 2023)

□ ABSTRACT □

The research aimed to study the impact of social responsibility in its dimensions (educational level - human level - administrative level) on the competitiveness of the branch of Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport in Lattakia. The researcher relied on the analytical descriptive approach, and used the comprehensive inventory method for the study population by distributing (62) questionnaires to the scientific and administrative employees in the studied university, since they were fully retrieved and analyzed, to test the hypotheses of the study, the researcher used the Student T test for one sample, as well as the analysis of Linear regression.

The research found a decrease in both the educational and human level of social responsibility, and a rise in the administrative level, the results also revealed a decrease in the level of competitiveness in the studied university. The research also found that there is a significant impact of the dimensions of social responsibility (the educational dimension - the human dimension - the administrative dimension) on competitiveness, and therefore a positive impact of social responsibility on improving competitiveness.

The research concluded with a set of recommendations related to the need to improve competitiveness in the labor market through optimal utilization of available resources, as well as introducing the employees of the academy to the dimensions of social responsibility and taking care of all its aspects, in addition to identifying the needs of members of the local community and working to meet them.

Key words: Social responsibility - competitiveness - educational field - human field - administrative field.

Copyright **:**Tishreen University journal-Syria, The authors retain the copyright under a CC BY-NC-SA 04

*Professor, Department Of Business Administration, Faculty Of Economics, Damascus University - Syria.
**Postgraduate Student - The Department Of Business Administration- Faculty Of Economics- Damascus University -Syria.

تأثير المسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال
(دراسة ميدانية في فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية)

الدكتور: أيمن ديوب*

فراس عسلية**

(تاريخ الإيداع 20 / 7 / 2023. قُبِل للنشر في 6 / 9 / 2023)

□ ملخّص □

هدف البحث إلى دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية بأبعادها(المستوى التعليمي–المستوى البشري–المستوى الإداري) على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم أسلوب الحصر الشامل بالنسبة لمجتمع الدراسة من خلال توزيع(62) استبانة على العاملين العلميين والإداريين في الجامعة المدروسة، حيث تم استرجاعها وتحليلها بشكل كامل، ولاختبار فرضيات الدراسة قام الباحث باستخدام اختبار T ستيودنت لعينة واحدة، وكذلك تحليل الانحدار الخطي.

توصل البحث إلى انخفاض كل من المستوى التعليمي والبشري للمسؤولية الاجتماعية، وارتفاع المستوى الإداري، كما أظهرت النتائج انخفاضاً في مستوى القدرة التنافسية في الجامعة المدروسة. كما توصل البحث إلى وجود تأثير معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية(البعد التعليمي–البعد البشري–البعد الإداري) على القدرة التنافسية، وبالتالي وجود تأثير إيجابي للمسؤولية الاجتماعية على تحسين القدرة التنافسية.

وخلص البحث إلى مجموعة من التوصيات المتعلّقة بضرورة تحسين القدرة التنافسية في سوق العمل من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وكذلك تعريف العاملين في الأكاديمية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والاهتمام بجميع جوانبها، إضافةً إلى تحديد احتياجات أفراد المجتمع المحلي والعمل على تلبيتها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية–القدرة التنافسية–المجال التعليمي–المجال البشري–المجال الإداري.

حقوق النشر : مجلة جامعة تشرين– سورية، يحتفظ المؤلفون بحقوق النشر بموجب الترخيص CC BY-NC-SA 04

* **أستاذ – قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة دمشق– سورية.**

** **طالب دكتوراه – قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة دمشق– سورية.**

مقدمة:

إن أهم ما يميز بيئة الأعمال في الوقت الراهن هو التنافس والقدرة على الاستمرار والبقاء والنمو، حيث أصبحت منظمات الأعمال تعمل في بيئة تنافسية، الأمر الذي يتطلب منها ضرورة تكثيف جهودها لمواجهة المنافسين الحاليين والجدد، وبالتالي تكمن أهمية القدرة التنافسية للمنظمات في توفير البيئة التنافسية الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها وتشجيع الإبداع والابتكار بما يؤدي إلى تحسين وتعزيز الإنتاجية والارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج ورفع مستوى الأداء وتحقيق النمو الاقتصادي.

من جهة أخرى، يعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات واحداً من المفاهيم الأخلاقية والمعنوية الرئيسة التي تؤثر على عملية صنع القرار، فالمسؤولية الاجتماعية هي مفهوم غير محدد بشكل عام، فهو يشير إلى التزام المنظمات تجاه المجتمع، وبشكل أكثر تحديداً يشير إلى التزام أصحاب المصلحة خاصةً المؤثرين منهم في السياسات والممارسات المؤسسية؛ ولذلك يُنظر للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال كعامل نجاح استراتيجي عندما يتم دمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في جميع القرارات الأساسية للأعمال التجارية والاقتصادية.

انطلاقاً من ذلك، هدف البحث إلى دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال، وذلك في فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

الدراسات السابقة:

1- دراسة(الحجرف، 2011):

أثر استراتيجية المنظمة في تحسين القدرة التنافسية لدى المصارف التجارية الكويتية.

هدفت الدراسة إلى التحقق من تأثير الاستراتيجيات التي تتبعها المنظمة في تحسين القدرة التنافسية لدى المصارف التجارية الكويتية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وبلغ حجم العينة المدروسة 197 موظفاً في ثلاثة مصارف تجارية، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: وجود تأثير معنوي لاستراتيجية المنظمة في تحسين القدرة التنافسية في المصارف المدروسة، حيث كان هناك تأثيراً عالياً لكل من استراتيجيتي النمو والتراجع، وتأثيراً متوسطاً لاستراتيجية الاستقرار في تحسين القدرة التنافسية.

2- دراسة(أبو هربيد،2017):

دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية.

هدفت الدراسة إلى تحديد دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في شركات توزيع الكهرباء في غزة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وبلغ حجم العينة المدروسة 280 موظفاً في تلك الشركات، كما تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: إن مستوى تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركة المدروسة كان بدرجة متوسطة، وأظهرت النتائج وجود تأثير معنوي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية.

3-دراسة(عبد السيد، ابراهيم، 2021):

واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في شركات القطاع الخاص كآلية لتعزيز التنمية المستدامة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية من خلال الأبعاد الآتية(المسؤولية تجاه العاملين- المسؤولية تجاه المجتمع-المسؤولية تجاه البيئة) وذلك في شركات الصناعات الغذائية العاملة بمدينة بنغازي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة الذي تكون من 30 موظفاً،

وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: إن واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات المدروسة كان متوسطاً، وهناك مجموعة من التحديات التي تواجه تطبيق المسؤولية الاجتماعية، كما أشارت النتائج إلى الدور الإيجابي لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة.

4-دراسة(Kis, 2021):

Social responsibility and quality: issues of competitiveness and sustainable development.

المسؤولية الاجتماعية والجودة: قضايا القدرة التنافسية والتنمية المستدامة.

هدفت الدراسة إلى التحقق من تأثير المسؤولية الاجتماعية على الجودة، ودور الجودة في تعزيز القدرات التنافسية والتنمية المستدامة لمنظمات الأعمال. اعتمدت الدراسة على مراجعة الأدبيات السابقة التي تناولت مفاهيم المسؤولية الاجتماعية والجودة والابتكار والقدرات التنافسية والتنمية المستدامة، والعلاقة بين تلك المفاهيم. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: إن تبني المنظمة لجوانب المسؤولية الاجتماعية يساعدها في تحسين جودة عملياتها، ويسهم ذلك في تعزيز القدرات التنافسية للمنظمة من خلال دمج العوامل غير الاقتصادية في الأنشطة الأساسية لها.

5- دراسة(Junaidi, 2022):

The Effect of Corporate Governance, Integrated Quality Management and Social Responsibility on Competitiveness and Operational Performance

تأثير حوكمة الشركات، إدارة الجودة المتكاملة، والمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية والأداء التشغيلي.

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير حوكمة الشركات، إدارة الجودة المتكاملة والمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لشركات التصنيع في أندونيسيا. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وبلغ حجم العينة المدروسة 129 عاملاً في الشركات محل الدراسة، كما تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: تشمل المسؤولية الاجتماعية مجموعة من الأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية والتطوّعية، والتي لها تأثير معنوي(إما إيجاباً أو سلباً) على القدرة التنافسية لشركات التصنيع، كما أظهرت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية موجهة نحو جوانب نفسية للعامل وظروف بيئة العمل، بينما القدرة التنافسية موجهة نحو تحقيق نتائج عمل.

6- دراسة(Ali, Zeidan, 2022):

Employing the social responsibility of humanitarian organizations in the areas of social solidarity.

توظيف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الإنسانية في مجالات التكافل الاجتماعي.

هدفت الدراسة إلى إظهار أهمية ودور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الإنسانية في تحسين مجالات التكافل الاجتماعي في العراق. اعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى من أجل تحليل أنشطة المنظمات ودراسة المواقف الاجتماعية وتحديد مجالات التكافل الاجتماعي، حيث تمثل مجتمع البحث بالعاملين في المنظمات والجمعيات الإنسانية في العراق. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: احتلّ الجانب الاقتصادي المرتبة الأولى في مجالات التكافل الاجتماعي، وجاء الجانب الاجتماعي في المرتبة الثانية، وكان لهذان المجالان دوراً كبيراً في إيصال وتقديم الدعم والمساعدات، وتسليط الضوء على تقديم برامج التكافل الاجتماعي للمواطنين.

ويظهر اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من خلال الربط بين المسؤولية الاجتماعية والقدرة التنافسية في مجال المنظمات التعليمية وتحديداً في فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

مشكلة البحث: من خلال دراسة استطلاعية قام بها الباحث لفرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، ومقابلة بعض العاملين العلميين والإداريين فيها، لاحظ الباحث انخفاض مستوى الاستجابة للتغيرات البيئية المتسارعة والمتعلقة بالاستراتيجيات الأساسية التي يتبعها المنافسون في مجال العمل، إضافةً إلى ضعف مستوى الاستراتيجيات المتعلقة بمتابعة احتياجات وتطلعات العملاء، مع عدم استغلال التقنيات التكنولوجية المتوفرة بالشكل المناسب؛ وبعد مراجعة الباحث للأدبيات السابقة ذات الصلة بالقدرة التنافسية لمنظمات الأعمال، تبين أن المسؤولية الاجتماعية بأبعادها تشكل عاملاً هاماً في مجال تحسين القدرة التنافسية، وبالتالي قام الباحث بصياغة مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي:

ما هو تأثير المسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية؟

ويتفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات هي:

1- **ما هو تأثير المستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية؟**

2- **ما هو تأثير المستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية؟**

3- **ما هو تأثير المستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية؟**

أهمية البحث وأهدافه:

أهمية نظرية: تبرز الأهمية النظرية للبحث انطلاقاً من زيادة حدة المنافسة بين منظمات الأعمال لتضمن لنفسها البقاء والاستمرار، لا سيما وأنه يتوجب عليها أن تحقق مجموعة متكاملة من القدرات وتعمل على تنميتها وتحسينها وصولاً لاستكمال متطلبات القدرة التنافسية، ولذلك كان لا بد من الاستفادة من تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية(بأبعادها المختلفة) في تحسين القدرة التنافسية في المنظمات التعليمية.

أهمية عملية: يسهم هذا البحث في تقديم الدعم لإدارة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية من خلال النتائج المقدّمة والتوصيات المقترحة، وكيفية الاستفادة منها في تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين القدرة التنافسية للأكاديمية، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين المتغيرين في بيئة المنظمات التعليمية.

أهداف البحث:

1-تحديد تأثير المستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

2- تحديد تأثير المستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

3- تحديد تأثير المستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

5-نموذج البحث وفرضياته:

يركز البحث على دراسة العلاقة بين المتغير المستقل(لمسؤولية الاجتماعية بأبعادها: البعد التعليمي-البعد البشري-البعدالإداري) والمتغير التابع المتمثل بالقدرة التنافسية، وبالتالي فإن الفرضية الرئيسة للبحث هي:

لا يوجد تأثير معنوي للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

ويتفرع عنها الفرضيات الآتية:

1-لا يوجد تأثير معنوي للجانب التعليمي للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

2- لا يوجد تأثير معنوي للجانب البشري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

3- لا يوجد تأثير معنوي للجانب الإداري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

منهجية البحث:

الجانب النظري: اعتمد الباحث على مراجعة الدراسات والأدبيات السابقة والمقالات العلمية التي تناولت العلاقة بين متغيرات الدراسة لتوصيف المفاهيم النظرية(المنهج الوصفي).

الجانب العملي: يشتمل على الدراسة الميدانية من أجل تجميع البيانات من واقع مجتمع البحث، حيث تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء من خلال تصميم استبانة مناسبة لهذا الغرض، وتم اختبار فرضيات البحث باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS-25(المنهج التحليلي).

حدود البحث:

- الحدود الزمانية: 2023.
- الحدود المكانية: فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية.

8-الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تعددت وجهات النظر التي تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث تناولها الكتاب والباحثون بمعاني وتعاريف مختلفة، فقد عرفها كل من (Blowfieldm Frynas, 2005) بأنها مفهوم يمكن من خلاله للمنظمات دمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وتفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي. وعرفها(Kotler, Lee, 2008) بأنها الأنشطة الرئيسة للمنظمة الداعمة للقضايا الاجتماعية، والالتزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع لتحسينه في كافة الأوجه من خلال الممارسات التجارية والمساهمات المقدّمة من موارد المنظمة. كما عرفها كل من(Martinuzzi, et al., 2011) بأنها برامج واستراتيجيات طوعية من قبل المنظمات التي تجمع بين القضايا القيمية الاجتماعية والتجارية والتي يُنظر إليها على أنها جزء من المسؤولية الاجتماعية للمنظمة. وفي تعريف آخر للمسؤولية الاجتماعية: عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة

المنظمة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءاً من استراتيجيتها(الفضل، غدير، 2012)، ويرى كل من(الحوري وآخرون، 2014) بأنها التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وأن هذا الالتزام يتّسع باتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين توجهاتهم.

وانطلاقاً من التعاريف السابقة يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام أخلاقي طوعي من قبل منظمات الأعمال تقوم من خلاله بالعمل على تحسين مختلف الأنشطة الثقافية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه من خلال فرص العمل التي توفرها والمشكلات المختلفة التي يقوم بحلّها.

ثانياً: أهداف المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل أهداف المسؤولية الاجتماعية بشكل عام في النقاط الآتية(صالح، 2015؛ Bolton, Mattila, 2015):

1-إثبات القدرة على تقديم المنتج أو الخدمة باستمرار بما يتفق مع متطلبات العملاء.

2-زيادة رضا العملاء الداخليين والخارجيين عن طريق التنفيذ الفعّال.

3-تحسين القدرات والأداء العام للعمل لتلبية حاجات وتوقعات العملاء وأصحاب المصالح الآخرين.

4-تقييم فاعلية التدابير المتخذة من قبل المنظمة من أجل التعريف بالسياسات والاستراتيجيات والأهداف البيئية والمجتمعية والامتثال لها.

5-الحدّ من المخاطر التي قد يتعرض لها الأفراد فيما يخص السلامة والصحة في العمل والمجتمع على حدّ سواء.

6-إعلام الفئات المستفيدة أن سياسات المنظمة تتوافق مع الحقوق الأساسية للعمل والمجتمع.

7-تحسين إدارة التوازن بين الأداء الاجتماعي والاقتصادي والبيئي.

8-تحقيق التقدم والتميز تمهيداً للوصول إلى الميزة التنافسية.

ثالثاً: مجالات المسؤولية الاجتماعية:

تسهم منظمات الأعمال في تفعيل المسؤولية الاجتماعية من خلال عدة مجالات وجوانب أهمها(Hameed, 2010):

1-الجانب الثقافي: دعم التطور الثقافي والحضاري-نشر ثقافة الالتزام بالأنظمة والقوانين في المجتمع.

2-الجانب الاجتماعي: تعزيز القيم الأخلاقية والتكافل الاجتماعي-مواجهة المشكلات والأزمات.

3-الجانب البيئي: الممارسات البيئية الصحيحة والعملية الإنتاجية-تطوير بيئة العمل.

4-الجانب الاقتصادي: الالتزام بالقوانين في ممارسات العملية الاقتصادية-الاهتمام بالعاملين من خلال تدريبهم وتطويرهم.

5-الجانب القانوني: الالتزام بالقوانين المحلية والوطنية أثناء ممارسة النشاط الاقتصادي-مراعاة القوانين العالمية والدولية.

رابعاً: الخيارات الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية:

هناك أربع خيارات عامة لاستراتيجية المسؤولية الاجتماعية وهي(Galbreath, 2006):

1-استراتيجية المساهمين(الممانعة): تمثل استراتيجية المساهمين منهج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات باعتبارها عنصراً من عناصر الربح الإجمالي، فهي تركز حصراً على تعظيم العوائد للمساهمين، ولذلك فإن القرارات التي يتم اتخاذها والتي لا تلبي معطيات الأرباح والعوائد المالية، يتم رفضها حتى ولو كانت جيدة من الناحية الاجتماعية. وتستند استراتيجية المساهمين أساساً على رؤيتها للمدى القصير، حيث أنها تهتم أولاً في تحقيق نتائج مالية أفضل من أية فترة زمنية سابقة.

2-استراتيجية الإيثار(الدفاعية): تحاول منظمات الأعمال وفقاً لهذه الاستراتيجية القيام بدور اجتماعي محدود جداً وبما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة، حيث تركز المنظمات على الجوانب المرتبطة بمتطلبات المنافسة وحالات تغيّر سلوك العملاء لتحقيق عائد مالي عالي، وفي هذه الاستراتيجية تتوضح العلاقة المتشابكة بين المنظمة ومجتمعها بوصفها عضواً في المجتمع، حيث توزع المنظمة بعض عوائدها وفقاً للقيمة الاجتماعية والمبادئ الاجتماعية الأخلاقية.

3-الاستراتيجية المتبادلة(التكيف): في مثل هذه الاستراتيجيات تتقدم منظمات الأعمال بخطوات لتبنّي المسؤولية الاجتماعية أكثر من الاستراتيجيات السابقة، حيث تسهم منظمات الأعمال في الأنشطة الاجتماعية من خلال الإنفاق على جوانب مختلفة ومرتبطة بحسّ أخلاقي يتجاوز اشتراطات الناحية القانونية، وتراعي المنظمات التي تتبنّى هذا النوع من الاستراتيجيات المسؤوليات الأخلاقية من خلال الاهتمام بالقيم المقبولة اجتماعياً والتي يركز عليها المجتمع الذي تعمل فيه.

4-استراتيجية المواطنة(المبادرة التطوعية): تعد هذه الاستراتيجية أوسع نطاقاً من الخيارات الاستراتيجية السابقة، فهنا يُنظر للمنظمة كمواطن في المجتمع لديها مسؤوليات تجاه المواطنين الآخرين، وهي تمثل تبنّي طوعي للمسؤولية الاجتماعية من قبل منظمة الأعمال، فهي تأخذ زمام المبادرة في الفعاليات والأنشطة الاجتماعية من خلال الاستجابة المسؤولة والفعّالة، حيث يؤخذ بالاعتبار هنا الأداء الشامل ورؤية الدور الاجتماعي باعتباره ضرورة للنجاح في بيئة الأعمال المعاصرة.

خامساً: مفهوم القدرة التنافسية:

إن تحقيق القدرة التنافسية ما هو إلّا محصلة لعوامل حقيقية عديدة تندمج في تخفيض التكلفة وتحسين الجودة، وبالتالي يترتب على منظمات الأعمال أن تختار استراتيجياتها الخاصة استناداً إلى نقاط القوة والضعف، مع التركيز على جودة الخدمات وطبيعة العميل. ولقد تناول الباحثون القدرة التنافسية بتعاريف مختلفة، فقد عرفها(Algieri, et al., 2018) بأنها قدرة المنظمة على حفظ وتحسين وتطوير موقفها وحصتها في السوق مع مرور الوقت ووجود منافسين لها. ويعرفها(Kenneth, Tony, 2018) بأنها مجموعة من العناصر داخل المنظمة تمكنها من التفوق على المنظمات المنافسة وتقديم المنتجات والخدمات المتميزة بمستويات تفوق المنافسين، حيث تتركز تلك العناصر في جوانب تنظيمية أو تسويقية أو موارد مادية ومالية أو تكاليف نشاطها، حيث تظهر القدرة التنافسية في ربحية المنظمة في ظل ظروف المنافسة الشديدة وقدرتها على مواكبة التغيرات والابتكار في مجال تخصصها. ويعرف(Nadalipour, et al., 2019) المسؤولية الاجتماعية بأنها القدرة على الإبداع ودمج المنتجات ذات القيمة المضافة التي تجعل المنظمة قادرة على الحفاظ على مواردها مع المحافظة على مكانتها في السوق في ظل وجود منافسين محتملين لها. وفي تعريف آخر للميزة التنافسية: هي القدرة على تزويد العميل بمنتجات وخدمات أكثر كفاءةً وفاعليةً من المنافسين الآخرين في السوق المحلية والدولية، وتقاس التنافسية من خلال معدلات نمو المنظمة وقدرتها على تحقيق حصة أكبر في السوق(سالمان، 2005)، ويرى(عقل، 2006) أن القدرة التنافسية هي عبارة عن المقدرة على تحقيق الأرباح بشكل مستمر والاستحواذ على حصة سوقية مناسبة.

وانطلاقاً من التعاريف السابقة يمكن القول أن القدرة التنافسية تتمثل في مجموعة الموارد(المادية والبشرية والتقنية) والمهارات التي يمكن استغلالها من قبل المنظمة لتقديم خدمات متميزة للعملاء تتفوق على خدمات المنافسين، وزيادة مستوى الأرباح، والمرونة في حل المشكلات المختلفة.

سادساً: أهمية القدرة التنافسية:

تتجلى أهمية القدرة التنافسية في عدد من النقاط الرئيسة الآتية(معلا، 2007):

1-توفير البيئة التنافسية لضمان الكفاءة الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادي.

2-التخلص من أهم العقبات التي تواجه تحسين الإنتاجية والمتمثلة بضيق السوق المحلي.

3-تعكس القدرة التنافسية الصفات الهيكلية الأساسية لكل اقتصاد وطني.

4-الاستفادة من نتائج الأبحاث والتطورات التقنية وعمليات الإبداع والابتكار بفضل الاستثمارات الضخمة في عمليات البحث والتطوير.

5-تعظيم الاستفادة من المميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي.

6-القدرة على الاستفادة من تطبيق التكنولوجيا الحديثة من خلال استخدام استراتيجية الأعمال.

7-تحسين مستويات الدخل وتخفيض التكاليف والأسعار.

سابعاً: أسس تطوير القدرة التنافسية:

هناك مجموعة من الجوانب الأساسية التي ترتكز عليها القدرة التنافسية، منها(العمري، 2004؛ Junaidi, 2022):

1-الالتزام بالمواصفات الدولية للجودة: وتعني الالتزام بمستوى ثابت من الجودة، وليس التقلبات في نوعية الإنتاج مثل شهادة الآيزو، فالجودة تعتبر لغة التطوير والتغيير والتحسين المستمر والدائم للنجاح والتميز.

2-التطور التكنولوجي: لا يقصد بالتكنولوجيا فقط كمية الإنتاج والآلات الكبيرة التي تنتج كميات كبيرة بسرعة، بل هي تعني في الوقت الحاضر الوصول إلى آخر مستوى بدءاً من الإنتاج إلى التغليف والتعليب والتخزين والحفظ والنقل.

3-تطوير اليد العاملة وتكوينها: إن استعمال تكنولوجيا حديثة ومتطورة والالتزام بالمواصفات الدولية للجودة يتطلب تكوين اليد العاملة التي تستجيب لمتطلبات السوق.

4-تكييف نظام التعليم مع احتياجات السوق: بحيث تكون نظم التعليم متوافقة مع احتياجات سوق العمل وحسب الطلب المستقبلي على العمل والتوجهات التكنولوجية المستقبلية.

5-الاهتمام بالبحث والتطوير: يجب تفعيل العلاقة بين المنظمات من جهة، والجامعات ومراكز الأبحاث من جهة أخرى، ففي كثير من الأحيان لا تعمل هذه المنظمات وفق هدف واحد، ولا يوجد تنسيق كامل فيما بينها، ويعتبر العنصر البشري المؤهل صاحب الدور الأكبر في تنشيط البحوث العلمية واستغلالها.

6-دراسة الأسواق الخارجية: تعتبر السوق المحلية سوقاً محدودة، ولا بد من البحث عن خيارات أكثر تطوراً وتوازناً وأسواق محدودة المخاطر، وهنا تبرز المسؤولية الاجتماعية عن طريق توفير كافة المعلومات عن اتجاهات الطلب ونوعية المخاطر التجارية وغير التجارية التي يمكن التعرض لها داخل هذه الأسواق.

7-تطوير نظم المعلومات: من خلال إنتاج المعلومات وتداولها وتخزينها وتوثيقها، إذ تعتبر نظم المعلومات في الوقت الحالي تقنية ذات تأثير كبير على طريقة عمل المنظمات بصفة خاصة والاقتصاد بصفة عامة.

ثامناً: مؤشرات القدرة التنافسية:

تتضمن القدرة التنافسية عدة مؤشرات أهمها: ربحية المنظمة-سعر التكلفة-الإنتاجية- الحصة السوقية، وباستخدام هذه المؤشرات يمكننا قياس القدرة التنافسية للمنظمة(عدنان، 2003؛ قاشي، خلفاوي، 2012):

1-الربحية: تعتبر الربحية مؤشراً على التنافسية الحالية، فإذا كان يُشترط في ربحية المنظمة(التي تريد البقاء في السوق) أن تمتد إلى فترة من الزمن، فالقيمة الحالية لأرباحها تتعلق بالقيمة السوقية لها.

2-التكلفة: تمثل تكلفة الصنع مقارنةً مع تكلفة المنافسين مؤشراً كافياً عن التنافسية في الإنتاج المتجانس، حيث يمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلاً جيداً عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تشكل تكلفة اليد العاملة النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية، غير أن هذه الحالة نادرة الوجود.

3-الإنتاجية: تقيس الإنتاجية الكلية الفاعلية التي تحوّل فيها المنظمة مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ومن الممكن مقارنة الإنتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة منظمات على المستويات المحلية والدولية، حيث يمكن إرجاع نموها سواء إلى التغيرات التكنولوجية أو إلى تحقيق وفورات الحجم.

4-الحصة السوقية: تعتبر نسبة الحصة السوقية من أهم وأوضح المؤشرات الدالة على القدرة التنافسية للمنظمة، فإذا كانت المنظمة تسيطر على أكبر حصة في السوق فهي رائدة ويمكن القول أنها منظمة تنافسية، أما إذا كانت لها نسبة متوسطة من السوق فنقول أن قدرتها التنافسية متوسطة، وإذا كانت النسبة صغيرة فهذا يدل على ضعف قدرتها التنافسية.

النتائج والمناقشة:

مجتمع الدراسة: تمثل مجتمع البحث بالعاملين العلميين والإداريين في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، ولقد اعتمدت عينة البحث على أسلوب الحصر الشامل بالنسبة للعاملين في مجتمع الدراسة.

أداة الدراسة: اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية، حيث قام بتوزيع 62 استبانة على العاملين في مجتمع الدراسة، وكان عدد الاستبانات المعادة والصالحة للتحليل 62، كما اعتمد الباحث على مقياس ليكرت الخماسي، حيث قابل كل عبارة خمس درجات من الموافقة وهي: غير موافق بشدة ويقابلها الدرجة رقم(1)، غير موافق ويقابلها الدرجة رقم(2)، حيادي ويقابلها الدرجة رقم(3)، موافق ويقابلها الدرجة رقم(4)، موافق بشدة ويقابلها الدرجة رقم(5). ولقد اختار الباحث العبارات المدرجة ضمن الاستبانة(بعد الرجوع إلى الدراسات السابقة التي تم ذكرها)، كما تم عرض الاستبانة وتحكيمها من قبل لجنة تحكيم، ويمكن الرجوع إلى عبارات الاستبانة في الملحق رقم(1).

قسم الباحث الدراسة العملية إلى قسمين رئيسين:حيث تناول القسم الأول اختبار ثبات وصدق المقياس لعبارات الاستبانة، في حين تناول القسم الثاني اختبار الفرضيات.

القسم الأول: دراسة ثبات وصدق المقياس.

1-حساب معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقياس:

تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقياس، حيث تم حساب معامل ألفا كرونباخ للاستبانة الموزعة على العاملين، وكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ على الشكل الآتي:

الجدول رقم(1): معامل ألفا كرونباخ

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	32

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(2): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لعبارات المتغيرات

المتغيرات	Cronbach's Alpha	N of Items
الجانب التعليمي	.711	6

الجانب البشري	.731	6
الجانب الإداري	.795	6
القدرة التنافسية	.810	14

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول رقم(1) نجد أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للاستبانة الموزعة بلغت(0.913) وهي أكبر من(0.7)، كما كانت القيمة لكل متغير من المتغيرات حسب الجدول رقم(2) أكبر من(0.7)، وهذا ما يدل على ثبات البيانات وصلاحيتها للدراسة ولا داعي لحذف أي من العبارات.

2-حساب مصفوفة الاتساق الداخلي لقياس صدق المقياس:

لقياس صدق المقياس قام الباحث بحساب مصفوفة الاتساق الداخلي على الشكل الآتي:

الجدول رقم(3): مصفوفة الاتساق الداخلي

		v1	v2	v3	v4	m
v1	Pearson Correlation	1	.937**	.924**	.958**	.937**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62
v2	Pearson Correlation	.937**	1	.761**	.766**	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62	62
v3	Pearson Correlation	.924**	.761**	1	.989**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62	62
v4	Pearson Correlation	.958**	.766**	.989**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62	62
m	Pearson Correlation	.937**	1.000**	.761**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول رقم(3) الذي يوضح مصفوفة الاتساق الداخلي، يتبين أن قيمة احتمال الدلالة($p=0.000 < \alpha=0.05$) وهذا يدل على وجود علاقة معنوية بين متوسطات المتغيرات، مما يدل على صدق مقياس الدراسة.

القسم الثاني: اختبار الفرضيات.

اعتمد الباحث على عدة أنواع من التحليلات الإحصائية بما يناسب أشكال الفرضيات، وقد توزعت الاختبارات وفق الآتي:

1-اختبار T ستيودنت لعينة واحدة(الفرضيات الإحصائية):

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد فرق ذو دلالة معنوية بين مستوى توافر المجال التعليمي للمسؤولية الاجتماعية في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري وبين متوسط الحياد(3):

قام الباحث بحساب المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمته(1.79) كما هو وارد في الجدول رقم(4)، وللحكم على نتيجة الفرضية اعتمد الباحث على اختبار T ستيودنت لعينة واحدة، وذلك لاختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط مقياس ليكرت المستخدم(3)، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم(5)، حيث تبين أن قيمة احتمال الدلالة/p(sig)=0.000/ وهي أصغر من مستوى الدلالة/α=0.05/ وهو ما يعني وجود فروق جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية اعتماد متوسط المقياس(3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

الجدول رقم(4)One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
v1	62	1.79	.480	.032

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(5)One-Sample Test

	Test Value = 3					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
v1	-36.80-	61	.000	-1.202-	-1.26-	-1.13-

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

نتيجة اختبار الفرضية الأولى: بما أن قيمة المتوسط المحسوب (1.79) وهي أصغر من متوسط المقياس(3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى عدم الموافقة على العبارات التي تظهر المستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية، وهو ما أكدته نتيجة الاختبار بانخفاض المستوى التعليمي.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد فرق ذو دلالة معنوية بين مستوى توافر المجال البشري للمسؤولية الاجتماعية في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري وبين متوسط الحياد(3):

قام الباحث بحساب المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس المستوى البشري، حيث بلغت قيمته(2.06) كما هو وارد في الجدول رقم(6)، وللحكم على نتيجة الفرضية اعتمد الباحث على اختبار T ستيودنت لعينة واحدة، وذلك لاختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط مقياس ليكرت المستخدم(3)، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم(7)، حيث تبين أن قيمة احتمال الدلالة/p(sig)=0.000/ وهي أصغر من مستوى

الدلالة/0.05=α/ وهو ما يعني وجود فروق جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية اعتماد متوسط المقياس(3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

الجدول رقم(6)One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
v2	62	2.06	.513	.034

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(7)One-Sample Test

	Test Value = 3					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
v2	-26.72-	61	.000	-.933-	-1.002-	-.864-

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

نتيجة اختبار الفرضية الثانية: بما أن قيمة المتوسط المحسوب (2.06) وهي أصغر من متوسط المقياس(3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى عدم الموافقة على العبارات التي تظهر المستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية، وهو ما أكدته نتيجة الاختبار بانخفاض المستوى البشري.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد فرق ذو دلالة معنوية بين مستوى توافر المجال الإداري للمسؤولية الاجتماعية في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري وبين متوسط الحياد(3):

قام الباحث بحساب المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس المستوى الإداري، حيث بلغت قيمته(3.66) كما هو وارد في الجدول رقم(8)، وللحكم على نتيجة الفرضية اعتمد الباحث على اختبار T ستيودنت لعينة واحدة، وذلك لاختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط مقياس ليكرت المستخدم(3)، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم(9)، حيث تبين أن قيمة احتمال الدلالة/0.000=p(sig)/ وهي أصغر من مستوى الدلالة/0.05=α/ وهو ما يعني وجود فروق جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية اعتماد متوسط المقياس(3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

الجدول رقم(8)One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
v3	62	3.66	.359	.024

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(9)One-Sample Test

	Test Value = 3				
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference

					Lower	Upper
v3	27.22	61	.000	.667	.618	.714

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

نتيجة اختبار الفرضية الثالثة: بما أن قيمة المتوسط المحسوب (3.66) وهي أكبر من متوسط المقياس(3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على العبارات التي تظهر المستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية، وهو ما أكدته نتيجة الاختبار بارتفاع المستوى الإداري.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد فرق ذو دلالة معنوية بين مستوى توافر القدرة التنافسية في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري وبين متوسط الحياد(3):

قام الباحث بحساب المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على العبارات التي تقيس مستوى القدرة التنافسية، حيث بلغت قيمته(2.26) كما هو وارد في الجدول رقم(10)، وللحكم على نتيجة الفرضية اعتمدت الباحثة على اختبار T ستيودنت لعينة واحدة، وذلك لاختبار وجود فرق جوهري بين المتوسط المحسوب ومتوسط مقياس ليكرت المستخدم(3)، وظهرت النتائج كما هو وارد في الجدول رقم(11)، حيث تبين أن قيمة احتمال الدلالة/p(sig)=0.000/ وهي أصغر من مستوى الدلالة/α=0.05/ وهو ما يعني وجود فروق جوهرية بين متوسط الإجابات ومتوسط المقياس، الأمر الذي يعطي إمكانية اعتماد متوسط المقياس(3) للمقارنة بين مستويات الموافقة من عدمها.

الجدول رقم(10) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
v3	62	2.26	.544	.037

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(11) One-Sample Test

	Test Value = 3					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
v3	-19.79-	61	.000	-.733-	-.806-	-.660-

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

نتيجة اختبار الفرضية الرابعة: بما أن قيمة المتوسط المحسوب (2.26) وهي أصغر من متوسط المقياس(3)، فإن أفراد العينة يميلون إلى عدم الموافقة على العبارات التي تظهر مستوى القدرة التنافسية، وهو ما أكدته نتيجة الاختبار بانخفاض مستوى القدرة التنافسية.

2- تحليل الانحدار الخطي (الفرضيات الأساسية):

الفرضية الفرعية الخامسة: لا توجد علاقة معنوية بين المستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية والقدرة التنافسية في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري:

قام الباحث بتحليل الانحدار الخطي بين المتغير المستقل(المستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية)، والمتغير التابع(القدرة التنافسية)، حيث ظهرت النتائج كالآتي:

الجدول رقم(12): تحليل الانحدار الخطي(جدول ملخص النموذج)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958[a]	.919	.918	.12622

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(13): تحليل الانحدار الخطي(جدول المعاملات)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.871-	.087		-21.496-	.000
	v1	1.030	.023	.958	44.837	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول(13) كانت قيمة قيمة احتمال الدلالة sig=0.00 وهي أصغر من 0.05 بالتالي نرفض فرضية العدم، ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود تأثير معنوي للمستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل التحديد/0.91/ في الجدول(12)، وهو يدل على أن 91% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، كما كانت قيمة/R/ تساوي/0.958/ ، وبالتالي هناك تأثير كبير للمتغير المستقل على التابع.

الفرضية الفرعية السادسة: لا توجد علاقة معنوية بين المستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية والقدرة التنافسية في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري:

قام الباحث بتحليل الانحدار الخطي بين المتغير المستقل(المستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية)، والمتغير التابع(القدرة التنافسية)، حيث ظهرت النتائج كالآتي:

الجدول رقم(14): تحليل الانحدار الخطي(جدول ملخص النموذج)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766[a]	.587	.584	.28451

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(15): تحليل الانحدار الخطي(جدول المعاملات)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.219-	.330		-9.769-	.000
	v2	1.364	.086	.766	15.897	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول(15) كانت قيمة قيمة احتمال الدلالة sig=0.00 وهي أصغر من 0.05 بالتالي نرفض فرضية العدم، ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود تأثير معنوي للمستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل التحديد/0.58/ في الجدول(14)، وهو يدل على أن 58% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، كما كانت قيمة/R/ تساوي/0.766/ ، وبالتالي هناك تأثير للمتغير المستقل على التابع.

الفرضية الفرعية السابعة: لا توجد علاقة معنوية بين المستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية والقدرة التنافسية في الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري:

قام الباحث بتحليل الانحدار الخطي بين المتغير المستقل(المستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية)، والمتغير التابع(القدرة التنافسية)، حيث ظهرت النتائج كالآتي:

الجدول رقم(16): تحليل الانحدار الخطي(جدول ملخص النموذج)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.989[a]	.978	.977	.06633

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

الجدول رقم(17): تحليل الانحدار الخطي(جدول المعاملات)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.244	.021		11.793	.000
	v3	.954	.011	.989	88.016	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 25

من الجدول(17) كانت قيمة قيمة احتمال الدلالة sig=0.00 وهي أصغر من 0.05 بالتالي نرفض فرضية العدم، ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود تأثير معنوي للمستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية، حيث كانت قيمة معامل التحديد/0.97/ في الجدول(16)، وهو يدل على أن 97% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، كما كانت قيمة/R/ تساوي/0.989/ ، وبالتالي هناك تأثير كبير للمتغير المستقل على التابع.

النتائج والمناقشة:

النتائج:

1-هناك انخفاض في المستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على المستوى التعليمي(1.79)، وهو ما أظهرته نتيجة الاختبار.

2- هناك انخفاض في المستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على المستوى البشري(2.06)، وهو ما أظهرته نتيجة الاختبار.

3- هناك ارتفاع في المستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على المستوى الإداري(3.66)، وهو ما أظهرته نتيجة الاختبار.

4- هناك انخفاض في مستوى القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على مستوى القدرة التنافسية(2.26)، وهو ما أظهرته نتيجة الاختبار.

ويمكن إرجاع السبب في انخفاض القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية إلى عدم القدرة على تكييف نظام التعليم مع احتياجات سوق العمل، وضعف الاستجابة للتغيرات البيئية المتسارعة والتطورات التكنولوجية الهائلة في مجال البحث العلمي؛ كما أن نظم المعلومات الموجودة(وإن كانت متوفرة بدرجة معينة) فهي لا ترقى إلى المستوى المطلوب الذي يمكن من إنتاج المعلومات وتداولها بالسرعة والوقت المناسبين، إضافةً إلى عدم الاهتمام بإقامة دورات تدريبية بشكل مستمر(حيث أن الدورات التدريبية التي يتم إقامتها تكون على فترات متباعدة) ولذلك فهي غير مواكبة للمستجدات الحديثة في مجال التدريب المهني والبحثي.

5- يوجد تأثير معنوي للمستوى التعليمي للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين المذكورين(0.958)، وهو ما يدل على تأثير المتغير المستقل على التابع.

6- يوجد تأثير معنوي للمستوى البشري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين المذكورين(0.766)، وهو ما يدل على تأثير المتغير المستقل على التابع.

7- يوجد تأثير معنوي للمستوى الإداري للمسؤولية الاجتماعية على القدرة التنافسية لدى فرع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري في اللاذقية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين المذكورين(0.989)، وهو ما يدل على تأثير المتغير المستقل على التابع.

الاستنتاجات و التوصيات:

1-العمل على دمج وتكامل احتياجات وتطلعات أصحاب المصالح الخارجية في الخطة الاستراتيجية للأكاديمية، من خلال التعرف على تلك الاحتياجات ومواكبة المستجدات البيئية والاستخدام المتكامل للتكنولوجيا المتاحة.

2-ضرورة تحسين القدرة التنافسية للأكاديمة في سوق العمل، من خلال الاستغلال الأمثل للموارد البشرية والمادية والتقنية المتاحة، مع دراسة استراتيجات المنافسين وتحديد نقاط القوة والضعف فيها.

3-ضرورة تعريف العاملين في الأكاديمية بالأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية من خلال إقامة ندوات تعريفية وورشات عمل قائمة على التفاعل والمشاركة.

4-ضرورة الاهتمام بجميع جوانب المسؤولية الاجتماعية سواء على المستوى التعليمي أو البشري أو الإداري أو الاقتصادي أو الأخلاقي، وذلك من خلال الاهتمام برضا العملاء الداخليين والخارجيين، واعتماد الأسس المهنية والعلمية في عملية الاختيار والتعيين ، مع التأكيد على مبدأ التشاركية في حل المشكلات المختلفة في المجتمع.

5-ضرورة تحديد احتياجات أفراد المجتمع والعمل على تلبيتها، من خلال تحديد الأنشطة الأساسية والثانوية التي يجب القيام بها، مع توفير قنوات اتصال مفتوحة مع المجتمع المحلي.

المراجع:

-BLOWFIELD, M.; FRYNAS, J. *Editorial Setting new agendas: critical perspectives on Corporate Social Responsibility in the developing world*. International affairs, 81(3), 2005, pp: 499-513.

-MARTINUZZI, A; KRUMAY, B; PISANO, U. **Focus CSR: The new communication of the EU commission on CSR and national CSR strategies and action plans**. European Sustainable Development Network (ESDN), Quarterly Report, 23, 2011.

-KOTLER, P; LEE, N. **Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause**. John Wiley & Sons, 2008.

-ALGIERI, B; AQUINO, A; SUCCURRO, M. (2018) *International competitive advantages in tourism: an eclectic view*. Tourism Management Perspectives, 25, 2018, pp. 41-52.

-NADALIPOUR, Z; KHOSHKHOO, M; EFTEKHARI, A. *An integrated model of destination sustainable competitiveness*. Competitiveness Review: An International Business Journal, 2019.

-KENNETH, A; TONY, W. *Competitive pressure on the rate and scope of innovation*. Journal of Economic Behavior & Organization, 150, 2018, pp: 162-181.

-BOLTON, L; MATTILA, A. *How does corporate social responsibility affect consumer response to service failure in buyer–seller relationships?* Journal of Retailing, 91(1), 2015, pp: 140-153.

-HAMEED, S. **Corporate social responsibility (CSR) theory and practice in Pakistan.** (Master)Swedish University of Agricultural Sciences, Swedin, 2010.

-GALBREATH, J. *Corporate social responsibility strategy: strategic options, global considerations.* Corporate Governance: The international journal of business in society, 6(2), 2006, pp: 175-187.

-JUNAIDI, J. *The Effect of Corporate Governance, Integrated Quality Management and Social Responsibility on Competitiveness and Operational Performance*. Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business, 2(1), 2022, pp: 73-91.

-KIS, K. *social responsibility and quality: issues of competitiveness and sustainable development*. Sustainability and sustainable development, 2021, pp: 135-150.

-ALI, A; ZEIDAN, N. *Employing the social responsibility of humanitarian organizations in the areas of social solidarity*. Social science journal, 12(2), 2022, pp: 6291-6301.

-FADL, M; GHADIR, I. *The impact of quality cost accounting in achieving competitive advantage.* Al-Ghari Journal of Economic and Administrative Sciences, 8 (23), 2012, pp. 231-251.

-HOURI, F; ZIADAT, M; ABABNEH, H. *Managing the mental image of Jordanian organizations within the framework of the reality of social responsibility*. Journal of Social Affairs, 31 (121), 2014, pp. 115-148.

-SALMAAN, I. **Modern trends of marketing**. Aleskandria, Knowledge institution for publication and distribution, 2005.

-Akl, M. **Banking views.** Amman, Arab Society Library for publication and distribution, 2006.

-MUALLA, N. **Scientific assets of banking marketing**. Amman, Department of the National Library for Publishing and Distribution, 2007.

-OMARI, H. **Total quality management methodology (modern global transformation in building competitive quality).** Presentation at the First National Conference of Quality, King Abdulaziz University, Saudi Arabia, 2004.

-ADNAN, W. (2003). **Competitiveness and its measurement.** Development Bridge Series, Arab Planning Institute in Kuwait, 24, 2003.
-QASHI, K; KHALFAWI, H. **The role of marketing intelligence in achieving the competitiveness of modern business organizations**. The Eleventh Annual Scientific Conference, Al-Zaytoonah University of Jordan, Faculty of Economics and Administrative Sciences, 2012.
-SALEH, S. **The contribution of social responsibility in strengthening the competitive advantage**. Unpublished master's thesis, Mohammed Kheidar University-Biskra, Algeria, 2015.
-HARBEED, Y. **The role of social responsibility in achieving competitive advantage**. Unpublished master's thesis, Al-Aqsa University, 2017.
-ABDEL-SAYED, S; IBRAHIM, S. *The reality of applying social responsibility in private sector companies as a mechanism to promote sustainable development.* Knowledge Journal, 5, 2021, pp. 276-292.
-HAJRAF, H. **The impact of the organization's strategy on improving the competitiveness of Kuwaiti commercial banks.** Unpublished master's thesis, Faculty of Business, Middle East University, 2011.

الملاحق:

الملحق رقم(1): عبارات قياس المتغير المستقل والمتغير التابع

	العبارة
	العبارات الخاصة بالمتغير المستقل(المسؤولية الاجتماعية)
	المجال التعليمي
1	تنوع الجامعة البرامج الأكاديمية بما يتوافق مع متطلبات واحتياجات سوق العمل
2	يتم اختيار اختصاصات حديثة ومتنوعة تضمن التكامل بين العلوم التطبيقية والاجتماعية
3	تعتمد الجامعة منهجية علمية محكّمة في التدريس وتكوين أعضاء هيئة التدريس
4	تعرف الجامعة الطلاب بالمفاهيم الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية
5	تهتم الجامعة بالطلبة الموهوبين ومنحهم كل الامكانات التحفيزية في سبيل استفادة المجتمع من قدراتهم
6	تشجع الجامعة برامج التبادل العلمي والثقافي بين الجامعات من بلدان أخرى واكتساب المعارف الجديدة
	المجال البشري
7	تقيم الجامعة دورات تدريبية لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين
8	يوجد في الجامعة فريق عمل مخصص لتطبيق المسؤولية الاجتماعية على نطاق الجامعة
9	تحدد الجامعة إطار عام لمدى مساهمة العاملين في تحقيق المسؤولية الاجتماعية
10	تدعم الجامعة تطوع العاملين للمهمات والأنشطة المختلفة
11	تقدم الجامعة الحوافز والتسهيلات المشجعة لأداء المسؤولية الاجتماعية
12	يشارك جميع العاملين في الجامعة في المجال التطوعي لخدمة المجتمع

	المجال الإداري
13	تدمج الجامعة المسؤولية الاجتماعية في الخطة الاستراتيجية للجامعة وتعتبرها نشاطاً أساسياً لها
14	تشرك الجامعة الطلبة وأعضاء الهيئة التدريسية في اختيار برامج المسؤولية الاجتماعية المراد تنظيمها
15	تطور الجامعة من أدائها من خلال السعي للحصول على الشهادات والمواصفات العالمية لجودة التعليم الأكاديمي
16	تخلق الجامعة قنوات التواصل بين إدارتها وطلابها لدراسة احتياجاتهم والاستجابة لتطلعاتهم العلمية والاجتماعية
17	تنظم الجامعة المؤتمرات العلمية والندوات المعرفية والمعارض التي تحسّن قدرات ومعارف الطلبة وتطلعهم على المستجدات العلمية والاجتماعية
18	تعمل الجامعة على التنسيق مع سوق العمل وتحليل طبيعة احتياجاته من حيث التخصصات المطلوبة والبحوث العلمية المراد دراستها
	العبارات الخاصة بالمتغير التابع (القدرة التنافسية)
19	تهتم إدارة الأكاديمية بالتدريب المستمر للعاملين
20	تعتمد الأكاديمية مبدأ تطوير الخدمة المقدمة بشكل دائم
21	تدرس الأكاديمية خصائص الطلاب واتجاهاتهم
22	تمتلك الأكاديمية القدرة على التعامل مع متغيرات البيئة الخارجية
23	تهتم الأكاديمة بآليات التحديث والتطوير المعرفي
24	تعمل الأكاديمية على تنمية روح الفريق الواحد على مختلف المستويات
25	تدرس الأكاديمية الاستراتيجيات التسويقية التي

	يتبنّاها المنافسون
26	تسعى الأكاديمية للاستجابة لحاجات العملاء باستمرار
27	تسعى الأكاديمية إلى تنمية مهارات التخطيط لدى العاملين
28	تتبنّى الأكاديمية استراتيجيات تنافسية مختلفة
29	تنمّي الأكاديمية مهارات اتخاذ القرار لدى العاملين
30	تتبنّى الأكاديمية مدخل إدارة الجودة الشاملة كخيار استراتيجي
31	تستخدم الأكاديمية الأدوات والتقنيات التكنولوجية المتطورة
32	توضح الأكاديمية للعاملين المفاهيم المتعلقة بالإبداع والتحسين المستمر

المصدر: الاستبيان من إعداد الباحث بالاعتماد على الأدبيات السابقة