

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإستهلال

قال الله سبحانه وتعالى: (لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ)

سورة البقرة، الآية (177)

صدق الله العظيم

وقال النبي ﷺ: (خير الناس أنفعهم للناس)

سليمان بن أحمد أبو القاسم الطبراني، المعجم الاوسط، ص 426

الإهداء

إلى أمي نبع الود والحنان ورمز العطاء والكرم
إلى والدي، النبع الذي استقيت منه كل علم
أهديهما جهدي هذا وفاءً وتقديراً واعترافاً مميّ بفضلهما عليّ.

إلى إخواني وأختي الغالية

إلى أسرتي الصغيرة زوجي وأبنائي

الشكر والتقدير

الشكر لله رب العالمين على أن وفقني لإكمال هذه الدراسة، والشكر لجامعة الإمام
المهدي ممثلة في كلية الدراسات العليا، وكلية الاقتصاد والعلوم الادارية قسم إدارة الأعمال،
ويقتضى الإعراف بالفضل وتقدير العطاء، التقدم بالشكر والعرفان الى الدكتور/ محمد يوسف
الشيخ نور الهادي، المشرف على هذه الرسالة والذي استفدت منه استفادة عظيمة ومن توجيهاته
وملاحظاته، والشكر لكل أساتذه كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، ومكتبة كلية الاقتصاد والعلوم
الإدارية ومكتبة جامعة النيل الأبيض، كما أتوجه بالشكر الجزيل لأسرة جامعة النيل الأبيض
لإستجابتهم الكريمة لمتطلبات الدراسة الميدانية، والى كل من قدم لى يد العون والمساعدة او
أسدى الى معروفاً او نصحاً أو دعاءً صالحاً فى ظهر الغيب.

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الجامعات من خلال تحقيق زيادة الوعي لأصحاب المصالح بالتطبيق على جامعة النيل الأبيض (2017 - 2021)، واستكشاف دور المسؤولية الاجتماعية كأداة تقييمية من بين مجموعة الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في عملية تحقيق ميزة تنافسية، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: إلى أي مدى يسهم تبني منهج المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية؟، حيث افترضت الدراسة فرضية رئيسية مفادها توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الميزة التنافسية، واعتماداً على مشكلة الدراسة والفرضيات الموضوعة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستقرائي والتاريخي، وتم اختيار عينة قصدية لعدد (100) فرداً من مجتمع الدراسة، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها تحسين خدمات المجتمع باستمرار هو الأنسب لتعزيز الميزة التنافسية بالجامعة، لدى الجامعة خطة واضحة تجاه خدمة المجتمع، وتستخدم الجامعة الوسائل الإعلامية المتنوعة في تحسين خدمات المجتمع، كما توصلت الدراسة إلى عدة توصيات منها أهمية تنظيم الجامعة برامج تعليمية مستمرة لخدمة المجتمع، ضرورة قيام الجامعة بعمل ورش تدريبية من أجل زيادة الوعي وسط المستفيدين، العمل على تبسيط اللوائح والقوانين لدى أصحاب المصلحة لزيادة الوعي وصناعة ميزة تنافسية للجامعة.

ABSTRACT

The study aimed to identify the reality of application of social responsibility at the universities via raising stakeholders' awareness as applied to the White Nile University (2017-2021), and to explore the role of social responsibility as an evaluative tool among the group of methods adopted by the university in the process of achieving a competitive advantage. The problem of the study is represented in the following main question: To what extent does the adoption of the social responsibility approach contribute to the achievement of competitive advantage? Thus, the basic hypothesis of the study is that there is a statistically significant relationship between social responsibility and the achievement competitive advantage,. Depending on the problem and hypothesis of the study, the inductive, historical and analytical descriptive approach was used. A purposive sample of (100) individuals was selected from the population of the study. The study arrived at several findings, including the constant improvement of community services is the most appropriate in the enhancement of the competitive advantage of the university. The university has an obvious community service plan, and it uses various mass media to improve the community service. The study has also reached several recommendations, including that it is important for the university to conduct continuous educational programs to serve the community , holding training workshops to raise awareness among the beneficiaries and simplifying the regulations and laws for stakeholders so as to increase awareness and create a competitive advantage for the university.

قائمة الموضوعات

الصفحة	عنوان الموضوع
أ	الإستهلال
ب	الاهداء
ج	الشكر والتقدير
د	المستخلص
هـ	Abstract
و	قائمة الموضوعات
ح	قائمة الجداول
ى	قائمة الأشكال
المقدمة	
الإطار المنهجي والدراسات السابقة	
2	أولاً: مفردات الإطار المنهجي
6	ثانياً: الدراسات السابقة
الفصل الاول	
المسؤولية الاجتماعية	
25	المبحث الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية
37	المبحث الثاني: التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية وأبعادها
58	المبحث الثالث: مكونات وقياس المسؤولية الاجتماعية
الفصل الثانى	
الميزة التنافسية	
71	المبحث الأول: ماهية الميزة التنافسية
83	المبحث الثانى: بناء الميزة التنافسية
97	المبحث الثالث: إستراتيجيات الميزة التنافسية
الفصل الثالث	
جامعة النيل الأبيض	
118	المبحث الاول: نشأة وتطور جامعة النيل الأبيض
124	المبحث الثانى: الهيكل التنظيمي والوصف الوظيفي للجامعة

137	المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية بالجامعة
	الفصل الرابع
	الدراسة الميدانية
155	المبحث الأول: اجراءات الدراسة الميدانية
161	المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
183	المبحث الثالث: اختبار فروض الدراسة الميدانية
	الخاتمة
206	اولاً : النتائج
207	ثانياً : التوصيات
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1/4)	توزيع عبارات الاستبانة	156
(2/4)	مقياس ليكرت الخماسي المتدرج	156
(3/4)	الاستبيانات الموزعة والمعاداة والصالحة للتحليل	157
(4/4)	تحديد اتجاه آراء المبحوثين وفق لمقياس ليكرت الخماسي	158
(5/4)	معامل ألفا كرونباخ للثبات وصدق الإستبانة	160
(6/4)	التوزيع التكراري لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير النوع	161
(7/4)	التوزيع التكراري لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير العمر	162
(8/4)	التوزيع التكراري لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير الحالة الاجتماعية	163
(9/4)	التوزيع التكراري لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير المؤهل العلمي	164
(10/4)	التوزيع التكراري لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير المسمى الوظيفي	165
(11/4)	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير سنوات الخبرة	166
(12/4)	التوزيع التكراري لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير الدورات التدريبية	167
(13/4)	التوزيع التكراري والنسبة المئوية لعبارات الفرضية الأولى	169
(14/4)	(التوزيع التكراري والنسبة المئوية لعبارات الفرضية الثانية	172
(15/4)	التوزيع التكراري والنسبة المئوية لعبارات الفرضية الثالثة	175
(16/4)	(التوزيع التكراري والنسبة المئوية لعبارات الفرضية الرابعة	178
(17/4)	التوزيع التكراري والنسبة المئوية لعبارات الفرضية الخامسة	181
(18/4)	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لدرجة موافقة المستجيب علي عبارات الفرضية الأولى	183
(19/4)	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لدرجة موافقة المستجيب علي عبارات الفرضية الثانية	185
(20/4)	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لدرجة موافقة المستجيب علي عبارات الفرضية الثالثة	187
(21/4)	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لدرجة موافقة المستجيب علي عبارات الفرضية الرابعة	189
(22/4)	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لدرجة موافقة المستجيب علي عبارات الفرضية الخامسة	191

193	إختبار T للعينه الواحدة للفرضية الأولى	(25/4)
194	تحليل الإنحدار والإرتباط الخطي للفرضية الأولى	(26/4)
195	إختبار T للعينه الواحدة للفرضية الثانية	(27/4)
196	تحليل الإنحدار والإرتباط الخطي للفرضية الثانية	(28/4)
197	إختبار T للعينه الواحدة للفرضية الثالثة	(29/4)
197	تحليل الإنحدار والإرتباط الخطي للفرضية الثالثة	(30/4)
199	إختبار T للعينه الواحدة للفرضية الرابعة	(31/4)
199	تحليل الإنحدار والإرتباط الخطي للفرضية الرابعة	(32/4)
200	إختبار T للعينه الواحدة للفرضية الخامسة	(33/4)
201	تحليل الإنحدار والإرتباط الخطي للفرضية الخامسة	(34/4)
202	تحليل الإنحدار والإرتباط الخطي للفرضية الرئيسية	(35/4)

قائمة الاشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
(1/1)	هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية	46
(2/1)	أبعاد المسؤولية الاجتماعية لـ (Raynard and Forstater)	50
(3/1)	اهتمامات فئات أصحاب المصلحة في ضوء المحاور الثلاثة	52
(1/2)	حجم الميزة التنافسية	81
(2/2)	الميزة التنافسية من خلال قيادة الكلفة	99
(3/2)	الميزة التنافسية وفق إستراتيجيات porter العامة	101
(4/2)	متطلبات إستراتيجيات التنافسية العامة	105
(5/2)	وضعيات المنظمة السوقية	116
(1/3)	البرامج الدراسية بالجامعة	119
(2/3)	الهيكل التنظيمي لجامعة النيل الأبيض	125
(3/3)	الهيكل التنظيمي للكلية	131
(4/3)	الخريجين من الجامعة	136
(5/3)	هيكل عمادة الجودة والتقييم والاعتماد	140
(1/4)	التوزيع البياني لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير النوع	161
(2/4)	التوزيع البياني لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير العمر	162
(3/4)	التوزيع البياني لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير الحالة الاجتماعية	163
(4/4)	التوزيع البياني لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير المؤهل العلمي	164
(5/4)	التوزيع البياني لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير المسمى الوظيفي	165
(6/4)	التوزيع البياني لأفراد العينة وفق متغير سنوات الخبرة	166
(7/4)	التوزيع البياني لأفراد المجتمع المدروس وفق متغير الدورات التدريبية	167