

المسؤولية المجتمعية للجامعات العمانية الخاصة ودورها في دعم السمعة التنظيمية

(جامعة ظفار أنموذجاً)

سوزان إلياس حناوي²

محمد عثمان التيجاني¹

عمر محمد درّه¹

1. جامعة ظفار || سلطنة عُمان

2. جامعة الوادي الدولية

الملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام المؤسسات التعليمية الخاصة بمسؤولياتها المجتمعية، ودراسة أبعاد المسؤولية المجتمعية في دعم السمعة التنظيمية للمؤسسة التعليمية، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم اختيار جامعة ظفار في سلطنة عمان كدراسة حالة لتطبيق هذه الدراسة. شملت الدراسة أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ظفار، والبالغ عددهم (196) عضواً، وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة حجمها (132) عضو هيئة تدريسية. وتم توزيع الاستبيانات عليهم وتم استرجاع (130) استبانة. ولاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن جامعة ظفار تمارس مسؤولياتها المجتمعية بدرجة مرتفعة بمتوسط (3.95)، وعلى مستوى الأبعاد؛ فقد كان البُعد الاقتصادي هو الأكثر ممارسةً من قبل أعضاء الهيئة التدريسية بمتوسط حسابي (4.18) تلاه البُعد القانوني بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.08)، ثم البُعد الأخلاقي بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.95)، وبالمرتبة الأخيرة جاء البُعد الإنساني بمتوسط حسابي (3.78). كما أظهرت النتائج وجود اهتمام ملحوظ من قبل جامعة ظفار في السعي نحو تحسين سمعتها التنظيمية إذ بلغ متوسطها الحسابي (3.75). وكذلك أشارت النتائج إلى أن هنالك بُعدان من أبعاد المسؤولية المجتمعية هما (البُعد الإنساني، البُعد الاقتصادي) لهما تأثير طردي على السمعة التنظيمية للمؤسسة التعليمية، بينما البُعدان الآخران (البُعد القانوني، البُعد الأخلاقي) ليس لهما أي تأثير على السمعة التنظيمية للمؤسسة التعليمية. وفي ضوء النتائج تم تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات لتفعيل المسؤولية المجتمعية للجامعات الخاصة وتعزيز دورها في دعم السمعة التنظيمية للمؤسسة التعليمية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية المجتمعية، السمعة التنظيمية، جامعة ظفار، سلطنة عُمان.

أولاً- الإطار العام للدراسة:

مقدمة:

تعد منظومة التعليم من القضايا الرئيسية والمحورية التي تهتم بها كافة الدول والحكومات في العالم، وذلك إيماناً منها بأن تكوين الأجيال الناشئة وتعليمها يكون بمثابة الدعامة الأساسية لكل تطور اقتصادي واجتماعي وتنمية مجتمعية مستدامة. حيث أن الجامعات كانت وما تزال منبراً للحضارة في كافة المجتمعات، لذلك أصبح لزاماً على إدارتها أن تسعى إلى تعميق الإحساس بالمسؤولية المجتمعية وتحفيز العاملين لتحويله من مجرد فكر إلى سلوك يُمارس على الواقع.

لقد أصبح للتعليم العالي في الجامعات اليوم دوراً جديداً في المجتمع كعنصر حيوي للتنمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وكدعامة لبناء القدرات الذاتية والتنمية المستدامة، فقد شدد الإعلان العالمي لمنظمة اليونسكو 1998 على أهمية التعليم العالي في الجامعات واعتبارها خدمة عامة للمواطنين (الجرطي، 2018).

وتعد مؤسسات التعليم العالي منارات العلم التي تسعى أساساً للرفق بالمجتمعات فكرياً وأخلاقياً، لكن مفهوم الخدمة الاجتماعية السائد حتى الآن فيها هو مفهوم تقليدي، ولا تكاد تخلو جامعة من إدارة مستقلة تعنى بهذا الأمر، لكن هذه الخدمات لا تمس كل شرائح المجتمع، وكذلك الحال لكثير من الخدمات والإسهامات المحمودة التي تقدمها الجامعات للمجتمع في مجال الدعم المادي أو رعاية الأنشطة أو الإشراف أو التوجيه. وتتجلى أبرز نواحي المسؤولية المجتمعية للجامعات في الشراكة والمشاركة الفاعلة في صلب المجتمع المدني، وتنمية الكفاءات وتحقيق التوجيه المناسب نحوها. هذه الناحية من التعليم العالي تشكل أحد أبرز مستلزمات التزام الجامعة تجاه المجتمع المحلي (شاهين، 2012).

وقد أكد (Altabach, 2012) على أن الجامعة هي المكان النموذجي لنظام بيئي يضم مفكرين لا يألون جهداً في البحث عن أفكار جديدة تسهم في تقدم المجتمع وتطوره، فالجامعات هي جزء من كل، بينها وبين مجتمعاتها علاقة تبادلية تكاملية يؤثر كل منهما بالآخر ويتأثر به، فلا يمكن للجامعة أن تقوم بدورها على أكمل وجه بدون التنبه إلى أهمية التفاعل بينها والمجتمع المحيط بها. فالجامعة تعد من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تؤثر وتتأثر بالجو الاجتماعي المحيط بها، فهي من صنع المجتمع من ناحية، ومن ناحية أخرى هي أدواته في صنع قيادته الإدارية والفنية والمهنية والسياسية والفكرية.

وفي سلطنة عُمان اتجهت الكثير من الشركات وخاصة الكبيرة منها في السنوات الأخيرة إلى تكثيف برامجها وأنشطتها المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية، كما اتجهت إلى تنظيم تلك الأنشطة فظهرت بعض المؤسسات التي تعكس مدى اهتمام الشركات بالمسؤولية المجتمعية، وحظيت الأنشطة والمشاريع المتعلقة بالتعليم باهتمام متزايد ضمن أنشطة المسؤولية المجتمعية التي تقدمها تلك الشركات (الكندي، 2018).

من هذا المنطلق فقد زاد إيمان المؤسسات التعليمية بأهمية المسؤولية المجتمعية لما لها من أثر في تحقيق أهدافها المنشودة، حيث لم تعد أهداف الجامعات الخاصة تقتصر فقط على زيادة الأرباح إلى أقصى حد ممكن، بل أصبح من أولوياتها المساهمة في تحسين نوعية حياة الأفراد وتحقيق الرفاهية للمجتمع المحيط بها، إذ أن اعتماد الجامعة على هذا الأسلوب سوف يمكنها من تحسين سمعتها أمام أصحاب المصالح والمجتمع المحلي.

مشكلة الدراسة:

رغم المنافسة الشديدة بين المؤسسات التعليمية الخاصة في سلطنة عُمان، إلا أن غالبية هذه المؤسسات ومنها جامعة ظفار، تركز على العملية التدريسية بالدرجة الأولى والبحث العلمي بدرجة أقل وتُغفل خدمة المجتمع بمعناها الشمولي، بالإضافة إلى التباين في فهم القيادات الإدارية في الجامعة ومؤسسات المجتمع المحلي على مفهوم المسؤولية المجتمعية واقتصرها على المحاضرات والندوات التثقيفية والمعونات العينية البسيطة لأفراد المجتمع المحلي. من هذا المنطلق يتبين أنه مازالت الجامعة تفتقر إلى الرؤية الواضحة حول أهمية ودور أبعاد المسؤولية المجتمعية في تنمية المجتمعات المحلية ورفع المستوى المعيشي لأفراد المجتمع المحلي. وبالتالي يمكن تحديد مشكلة الدراسة من مدى إمكانية جامعة ظفار تبني مفهوم المسؤولية المجتمعية أسلوباً للتطبيق من أجل فرض نفسها في سوق الأعمال العماني لتحسين سمعتها وزيادة فاعليتها في سبيل تحقيق أهدافها المنشودة. وبالتالي تكمن مشكلة الدراسة من خلال طرح التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى اهتمام جامعة ظفار بمسؤولياتها المجتمعية تجاه المجتمع المحلي المحيط؟
- 2- ما مستوى السمعة التنظيمية لجامعة ظفار؟
- 3- ما هو دور المسؤولية المجتمعية في دعم السمعة التنظيمية في جامعة ظفار؟

فرضيات الدراسة:

- 1- لا يؤثر البعد الإنساني كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.
- 2- لا يؤثر البعد الأخلاقي كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.
- 3- لا يؤثر البعد القانوني كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.
- 4- لا يؤثر البعد الاقتصادي كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.

أهداف الدراسة:

- 1- معرفة واقع ممارسة المسؤولية المجتمعية في جامعة ظفار تجاه المجتمع المحيط الذي تعمل فيه.
- 2- تحديد مستوى السمعة التنظيمية لجامعة ظفار.
- 3- التعرف على دور المسؤولية المجتمعية في دعم السمعة التنظيمية لجامعة ظفار.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من النقاط التالية:

- 1- كون مفهوم المسؤولية المجتمعية من الموضوعات ذات الاهتمام الملحوظ في شتى منظمات الأعمال بالإضافة إلى المكانة المرموقة التي بلغت المسؤولية المجتمعية في منظمات الأعمال المعاصرة والتي يستطيع من خلالها أصحاب المصالح تحقيق أهدافهم بدرجة عالية.
- 2- قد تفيد في تشجيع الجامعات الخاصة بشكل عام وجامعة ظفار بشكل خاص على الانخراط في قضايا المجتمع والعمل مع شرائح المجتمع الأخرى لتفعيل دور المسؤولية المجتمعية.
- 3- قد تفيد في تعزيز دور المساهمة المجتمعية للطلبة والمؤسسات التعليمية ومؤسسات المجتمع المدني من خلال المشاركة في أعمال خيرية تطوعية.
- 4- قد تفيد في ترسيخ الاعتقاد لدى القيادات في الجامعات بضرورة التزام أعضاء الهيئة التدريسية بأبعاد المسؤولية المجتمعية كونها الضمانة الأكيدة لتعزيز سمعة الجامعة وصورتها ومكانتها في المجتمع المحيط بها.
- 5- قد تفيد في إثراء المكتبة العربية بالدراسات في مجال المسؤولية المجتمعية، خاصة وأن هذا النوع من البحوث المتجدد في الظهور له أهمية خاصة داخل المؤسسات التعليمية.

حدود الدراسة:

- 1- الحدود الموضوعية: تناولت هذه الدراسة أربعة أبعاد للمسؤولية المجتمعية هي: (البعد الإنساني، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي) ومدى دورها في دعم السمعة التنظيمية لجامعة ظفار.
- 2- الحدود البشرية والمكانية: تم تطبيق هذه الدراسة على أعضاء الهيئة التدريسية من جميع الكليات الموجودة في جامعة ظفار في سلطنة عمان.
- 3- الحدود الزمانية: تم تطبيق هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2016 إلى 2018.

مصطلحات الدراسة:

لغوياً:

- 1- المسؤولية المجتمعية: التزام شركة بممارسة نشاطها بشكل لا يضرّ بعملائها أو بالمجتمع ككلّ وتكريس جزء من مواردها لتعزيز الجهود الوطنية (المعجم الوسيط).
- 2- السمعة: يُحَافِظُ عَلَى سُمُعَتِهِ عَلَى صَبِيئِهِ وَذَكَرَهُ الْحَسَنَ مِنْ كُلِّ مَا يُمَكِّنُ أَنْ يَشِينَهُ (المعجم الوسيط).
- 3- الجامعة: مجموعة معاهد علمية تُسَمَّى كَلِيَّاتٍ تَدْرَسُ فِيهَا الْأَدَابُ وَالْفَنُونُ وَالْعُلُومُ (المعجم الوسيط).

اصطلاحياً:

- 1- المسؤولية المجتمعية: "أنشطة إلزامية تقوم بها منظمات الأعمال اتجاه المجتمع بهدف تنميته ورفع المستوى المعيشي للعاملين لديها وأفراد المجتمع المحلي" (دره وآخرون، 2018، 130).
- 2- السمعة التنظيمية: "هي الانطباع الذهني الشامل الذي يتشكل من قبل مختلف أصحاب المصلحة المتعاملين مع المؤسسة حول أنشطتها وأنظمتها وقراراتها وسياساتها والذي يتحدد من خلال استمرار علاقاتهم وتعاملهم ودعمهم وذلك لكسب رضا المجتمع وتحقيق رفاهيته" (الرشيد & الزيايدي، 2012، 18).
- 3- الجامعة: "عبارة عن مؤسسة للتعليم العالي والبحث تمنح درجات أكاديمية في مختلف المواد، كما توفر كلاً من التعليم الجامعي والدراسات العليا"¹.

إجرائياً:

- 1- المسؤولية المجتمعية: هي مدى التزام جامعة ظفار في المساهمة في تنمية المجتمع المحلي المحيط بها لتحسين نوعية الحياة للأفراد وتحقيق المنفعة لهم.
- 2- السمعة التنظيمية: وهي مجموعة من المعارف والعواطف التي تتشكل من قبل أفراد المجتمع المحلي حول جامعة ظفار وأنشطتها.
- 3- جامعة ظفار: وهي مؤسسة خاصة غير ربحية للتعليم العالي أنشأت سنة 2004 تضم ثلاثة كليات تقع في مدينة صلالة بسلطنة عُمان.

2- الإطار النظري والدراسات السابقة:

مفهوم المسؤولية المجتمعية:

نال مفهوم المسؤولية المجتمعية للمؤسسات اهتماماً واسعاً لدى العديد من الكتاب والباحثين في مجال الإدارة وتبعاً لهذا الاهتمام اختلفت التعريفات التي تناولت هذا المفهوم. يرى (Lake, 2011) أن مفهوم المسؤولية المجتمعية يستخدم في عدة مجالات منها الاقتصاد والإدارة ليعبر بشكل عام عن توجه قيبي يحفز سلوك الفرد الإيجابي والأخلاقي في علاقاته مع الآخرين. وينظر (Griseri & Sapala, 2010) إلى المسؤولية المجتمعية على أنها استجابة المؤسسات إلى ما هو أبعد من المتطلبات القانونية والاقتصادية، إذ يتوجب عليها تحقيق منافع اجتماعية أيضاً. ووفقاً لـ (Yusoff & Adamu, 2016) فإن المسؤولية المجتمعية هي الطريقة التي من خلالها تستطيع المؤسسات تحقيق

1. <http://www.abahe.co.uk/university-definition.html>

توازن بين الضرورات والاحتياجات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية. ويعرفها (العمري، 2014) بأنها مدى قيام المؤسسات التجارية باستثمار جزء من أرباحها لتحقيق الرخاء للمجتمع والعاملين لديها. وحسب تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة فإن المسؤولية الاجتماعية هي التزام الشركات بتحسين الأوضاع المعيشية للعاملين وعائلاتهم. (عوض، 2014).

أهمية المسؤولية المجتمعية:

يعتبر مفهوم المسؤولية المجتمعية من القضايا الهامة التي يجب على مؤسسات المجتمع الاهتمام بها وتنميتها، لأن سلوك المسؤولية المجتمعية لا ينمو إلا في بيئة ثقافية واجتماعية تتسم بالحرية والمرونة والاهتمام والفهم والمشاركة والتسامح، وعليه فإن مؤسسات التربية والتنشئة الاجتماعية ابتداء من الأسرة والمدرسة والجامعة ودور العبادة ووسائل الإعلام عليها أن تقوم بدورها في غرس قيم المسؤولية المجتمعية ومفاهيمها لدى أفراد المجتمع (عودة، 2014). ولقد أصبحت المسؤولية المجتمعية جزءاً مهماً من استراتيجيات الأعمال لعدد كبير من المؤسسات حول العالم (Baron, 2007). فهي إضافة مهمة لها كونها العامل الرئيسي للمنافسة والقدرة على البقاء والاستمرارية (Mustafa, et al., 2012). وهي تسعى إلى الحفاظ على ربحية المؤسسة من جهة ورفع المستوى المعيشي لأفراد المجتمع من جهة أخرى (Hopkins, 2004). وإن الاهتمام الذي حظيت به المسؤولية المجتمعية من قبل مؤسسات القطاع الخاص قد جاء نتيجة لتوجه الحكومات والمنظمات غير الحكومية للقضايا الاجتماعية، لتفعيل دور تلك المؤسسات في القيام بواجباتها تجاه المجتمع والبيئة (دره وآخرون، 2018).

أبعاد المسؤولية المجتمعية:

- أشار العديد من الدارسين ((Carroll, 1991; Nguyen & LeBlanc, 2001)) لمفهوم المسؤولية المجتمعية على أنها تضم أربعة أبعاد هي:
- 1- البعد الإنساني: يضم هذا البعد كل السلوكيات والأنشطة الإضافية التي يرغب بها المجتمع، فهذه الأنشطة تطوعية اختيارية غير ملزمة للمؤسسة تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي (Daft & Marcic, 2009). وتشمل هذه المبادرات جميع أفراد المجتمع وفئات محددة من كبار السن، حيث لا ترتبط هذه المساهمات بتحقيق الأرباح أو الحصة السوقية للمؤسسة (أنور، 2010). وإن انخراط المؤسسات في مثل هذا النوع من المسؤوليات يعمل على تحسين صورتها ومكانتها بين المؤسسات الأخرى، ويزيد من ولاء أصحاب المصالح نحوها (Ali, et al., 2010).
 - 2- البعد الأخلاقي: يشكل هذا البعد ركناً أساسياً من أركان المسؤولية المجتمعية للمؤسسات لما له من مردودات إيجابية متعددة، فأى مؤسسة يجب أن تتبنى مجموعة من المبادئ الإرشادية التي توجه سلوكها الأخلاقي (Goetsch & Davis, 2014). وتضع هذه المؤسسات بعين الاعتبار المجتمع في القرارات التي ترغب في اتخاذها، من خلال مراعاتها لآثار تلك القرارات على المجتمع، فتمارس تلك المؤسسات مسؤولياتها وفق فلسفة أخلاقيات الإدارة حيث إن ازدهار المؤسسات ونموها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بقوة المجتمع (السعدي، 2010).
 - 3- البعد القانوني: يرتبط هذا البعد بالمسؤوليات التي يتم تحديدها من قبل حكومات الدول التي تعمل بها منظمات الأعمال المتمثلة في القوانين والأنظمة والتعليمات التي يتم تحديدها والتي تستوجب على المؤسسات اتباعها وعدم خرقها، حيث تتيح المؤسسات من خلال هذه المسؤوليات فرص عمل لأفراد المجتمع دون تمييز فيما بينهم (فلاق، 2013). فالمسؤولية القانونية لا تتحدد ضمن نطاق المؤسسة والزيون والمجتمع وما تربطهم من علاقات، بل يعمل هذا البعد على المؤسسات نفسها من أساليب المنافسة غير المشروعة وما يترتب على ذلك من صراعات وأزمات (البكري، 2006).

4- البُعد الاقتصادي: يشكل هذا البعد القاعدة الأساسية لهرم المسؤوليات المجتمعية، والتي يتوجب على المؤسسات تلبيةها لضمان حقون المالكين وحملة الأسهم (الغالي، 2009). وإن تقديم تلك المؤسسات للخدمات ذات القيمة للمجتمع بتكلفة معتدلة ونوعية جيدة تستطيع المؤسسات تحقيق فوائد وأرباح تساهم بقدر كبير في تعويض مساهمات أصحاب رأس المال (الأسرج، 2014). وضمن هذا السياق فعلى الجامعات أن تقوم بتبني مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي وتطبيقها، واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون في اتخاذ القرارات، ودعم الأنشطة الاقتصادية الخاصة بفئات المجتمع وتلبية احتياجاتهم (شقوارة، 2012).

مجالات المسؤولية المجتمعية للجامعات:

تتعدد مجالات المسؤولية المجتمعية التي تتحملها الجامعات لمجتمعاتها بتعدد احتياجات المجتمع وتعدد الجماعات التي توجه إليها الخدمات مثل: المحافظة على نظافة البيئة، والإقلال من الإضرار بالطبيعة، والقضاء على التلوث، والإسهام في نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع والرعاية الصحية لهم، ونشر الثقافة بأنواعها كافة للراغبين فيها والمحتاجين إليها من أفراد المجتمع، بالإضافة إلى تقديم الاستشارات، وإجراء البحوث التطبيقية والخدمات المدنية، واستدامة التعليم، وتشبيد المنشآت الجامعية كالمستشفيات والمكتبات والمتاحف والمنشآت الرياضية (رحال، 2011).

معايير المسؤولية المجتمعية في الجامعات:

- ترتكز المسؤولية المجتمعية في الجامعات على مجموعة من المعايير الرئيسية هي (الإرحيم، 2010):
- 1- القيم والأخلاقيات: حيث تلتزم الجامعة بموجبه على العمل في ظل القيم والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب المصلحة.
 - 2- العلاقات التعاونية: إذ على الجامعة أن تتسم بالعدالة والنزاهة والأمانة مع شركاء العمل، وتعمل على ترقية المسؤولية المجتمعية لهؤلاء الشركاء ومتابعتها.
 - 3- الخدمات ذات الجودة: تحدد الجامعة احتياجات السوق وتستجيب لرغبات أصحاب المصالح، وتعمل على تقديم خدمات بأعلى مستوى وأعلى قيمة.
 - 4- الحماية وإعادة الاصلاح البيئي: إذ يتوجب على الجامعة حماية البيئة وإعادة إصلاحها، والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والخدمات والأنشطة الأخرى.
 - 5- المساءلة والمحاسبة: يستوجب إبداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة بطرق وفترات زمنية لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات.
 - 6- الارتباط المجتمعي: تعمل الجامعة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه تتميز بالحساسية تجاه ثقافة هذا المجتمع واحتياجاته بحيث تتسم بالإيجابية والتعاون والمشاركة.
 - 7- تقوية السلطات وتعزيزها: من خلال العمل على الموازنة في الأهداف الاستراتيجية والإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن.
 - 8- الأداء المالي والنتائج: تعمل الجامعة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في ذات الوقت على الممتلكات والأصول، واستدامة هذه العائدات.
 - 9- مواصفات موقع العمل: أن ترتبط أنشطة الجامعة بإدارة الموارد البشرية لترقية القوى العاملة وتطويرها على المستويات الشخصية والمهنية بحسبان أن العاملين يمثلون شركاء قيّمين في العمل.

أمثلة عن تجارب بعض الجامعات العالمية في مجال المسؤولية المجتمعية:

- 1- جامعة بوسطن في الولايات المتحدة الأمريكية: تمارس جامعة بوسطن المسؤولية المجتمعية من خلال عدد كبير من الأنشطة والفعاليات المحلية والإقليمية والدولية. ومن الأمثلة عليها ما يلي: (الهندي، 2016):
 - مركز كلية بوسطن للمواطنة المؤسسية: ويربط هذا المركز المحترفين من العلماء ذوي الرؤى البحثية في مجال المسؤولية الاجتماعية المؤسسية وفرص التعليم الإداري. يضم هذا البرنامج في عضويته ما يقارب نحو (400) شركة ونحو (10,000) شخصاً يتشاركون سنوياً معارفهم وخبراتهم حول ممارسات المواطنة المؤسسية من خلال برنامج التثقيف التنفيذي، والمساقات الدراسية، والمؤتمر السنوي.
 - برنامج الاستدامة: يتولى برنامج الاستدامة تطوير وتنفيذ استراتيجيات لدمج مبادئ الاستدامة في الوظائف العملية للجامعة، والتواصل والإعلام وترويج هذه المبادئ والبرامج في الجامعة، وإشراك أعضاء هيئة التدريس والموظفين الإداريين والطلاب في استدامة الحرم الجامعي، ، وأبحاث الطاقة الشمسية، وإعادة تدوير المخلفات.
 - مركز فريدريك أس باردي لدراسة المستقبل بعيد المدى: حيث أن هذا المركز ينفذ أبحاثاً متداخلة التخصصات، ومتناسبة مع السياسة، ومستقبلية التوجه، يمكنها أن تساهم في التحسين بعيد المدى لظروف الإنسان، ومن خلال برامج البحثية ومنشوراته وفعالياته يسعى المركز ليعرف و يتوقع ويحسن إمكانية التطور بعيد المدى للإنسان في مختلف الأبعاد.
- 2- جامعة بوسطن في الولايات المتحدة الأمريكية: تحقق مبادرة المسؤولية المجتمعية في جامعة هارفارد مهمتها من خلال ثلاثة أمور هي:
 - الأبحاث العلمية التي ينفذها أعضاء هيئة التدريس في الجامعة والطلاب بالتعاون مع خبراء ممارسين داخليين ومنظمات داخلية.
 - الحوار وورش العمل التي تضم قيادات عليا من قطاع الأعمال والحكومة والمجتمع المدني والقطاع العلمي ووسائل الإعلام حول النزاعات الحديثة والمعضلات الحرجة في موضوع المسؤولية المجتمعية.
 - الأنشطة التثقيفية لبناء مهارات مناسبة عند الجيل القادم من قادة القطاعين العام والخاص لمشاركة نتائج البحث العلمي والاستنتاجات المستدرجة من الحوارات من صاغة السياسات وقادة قطاع الأعمال والعلماء والمستثمرين ووسائل الإعلام.
- 3- جامعة ماننستر في المملكة المتحدة: المسؤولية المجتمعية واحدة من ثلاثة أهداف استراتيجية مركزية في خطة 2020 الاستراتيجية لجامعة ماننستر. وتشمل هذه الاستراتيجية في مجال المسؤولية المجتمعية الالتزام بمواصلة التغيير في مجالات الأولوية التالية: (بحث علمي ذو تأثير، خريجون على قدر من المسؤولية المجتمعية، إشراك المجتمع، الاستدامة البيئية، أخلاقيات البحث العلمي، المساواة والتنوع).
- 4- جامعة رايرسون في كندا: تقوم ممارسة هذه الجامعة للمسؤولية المجتمعية على ستة مبادئ هي: (تنمية قدرات الطلبة، قيم المسؤولية المجتمعية الكونية، المنهجية والطرق، البحث العلمي التجريبي والنظري، الشراكة، الحوار).
- 5- جامعة أوروبا في إسبانيا: تعترف هذه الجامعة بالالتزام بالمسؤولية المجتمعية وتشرك بشكل فعال كل فروعها في ذلك، ويشكل هذا الالتزام أحد أحجار الزاوية في نموذجها التربوي وينعكس في ثلاثة جوانب هي: (التثقيف بالقيم من خلال العملية التربوية، الإجراء البيئي، التعاون التنموي).

السمعة التنظيمية:

يعد مفهوم السمعة التنظيمية من أهم المفاهيم التي تتبناها المؤسسات بمختلف أنواعها نظراً لأنها تركز على المصدقية والاحترام للمؤسسة بين المؤسسات الأخرى المتنافسة. تمثل السمعة التنظيمية أحد الموجودات غير الملموسة التي تحرص المؤسسات على بنائها والمحافظة عليها لأهميتها في بقائها واستمراريتها، والسمعة الجيدة تمكن المؤسسة من استقطاب أفضل الكفاءات الوظيفية وجذب المستثمرين ومن ثم الوصول إلى الاستدامة التي تجعلها قادرة على تحقيق المنافع لمختلف أصحاب المصالح المتعاملين معها (Marcellis & Teodores, 2012). وقد اختلف الكتاب والباحثون في تعريف السمعة التنظيمية. فقد عرفها (Shamsie, 2003) على أنها تعكس انطباعات أصحاب المصلحة تجاه منظماتهم وميلهم للتصرف نحوها بنمط محدد. ويرى (Macmillan, 2008) أن السمعة التنظيمية تعكس توقعات المراقبين لما ستكون عليه تصرفات المؤسسة، فهي أداة وظيفية يتمكن من خلالها المراقبون من التنبؤ بشكل أكثر دقة بتلك التصرفات في كل تعاملاتها وتفاعلاتها مع زبائنها فضلاً عن خلق القيمة العالية لحملة الأسهم. ويرى (هوارى وآخرون، 2012) أن السمعة التنظيمية تمثل مجموع المظاهر والعلاقات النشطة والفاعلة. بينما يرى (عودة، 2012) أن السمعة التنظيمية هي انطباعات المتعاملين حول خدمات وسياسات وأنظمة المؤسسة.

أهمية السمعة التنظيمية:

تعتبر السمعة الجيدة أداة مؤثرة تستخدمها المؤسسات لتحقيق أهدافها الاستراتيجية التي تتمثل في خلق القيمة ونمو الربحية وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة التي تسهم في بقائها ونموها الشامل وقد ذكر (Smaiziene & Jucevicius, 2010) أن السمعة الإيجابية تساهم في تحقيق أرباح مميزة وجذب زبائن جدد، واستقطاب الموارد البشرية الكفؤة للعمل في المنظمة والاحتفاظ بهم، وتحسين علاقة المؤسسة مع الموزعين والموردين، وزيادة مستويات رضا العاملين وولائهم.

ومن ناحية أخرى تعد السمعة التنظيمية عاملاً أساسياً في نجاح أي منظمة تسعى للوصول إلى أفضل مستويات تحقيق الأرباح وكسب المنافسة، إذ تشكل السمعة التنظيمية أحد أهم الأهداف والغايات في المنظمة كونها تؤثر بالنتيجة على تعامل الزبائن مع المنظمة وانعكاس ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر على ربحية الشركة ومركزها التنافسي (الفتلاوي، 2017).

الدراسات السابقة:

- تناولت العديد من الدراسات المسؤولية المجتمعية ودورها المؤثر على السمعة التنظيمية نذكر منها:
- 1- دراسة (فلاق وحدو، 2016): أجريت هذه الدراسة على ثلاث من شركات الاتصالات الخليوية في الجزائر (جيزي، موبيليس، أريدو)، حيث كان الهدف منها التعرف على أثر تطبيق ممارسات المسؤولية المجتمعية في تعزيز سمعة شركات الاتصال الخليوية، وتم توزيع استبيان على عينة ملائمة قدرها (500) زبون من زبائن الشركات الثلاث، وتم اتباع المنهج التحليلي الذي يعتمد على تحليل الأرقام والبيانات. وقد توصلت الدراسة إلى أن هنالك مستويات متوسطة لتطبيق ممارسات المسؤولية المجتمعية نحو المجتمع، كما أن هنالك سمعة طيبة يحملها الزبائن نحو هذه الشركات، ووجود أثر معنوي لممارسات المسؤولية المجتمعية على سمعة المنظمة.
 - 2- دراسة (قرني وصحراوي، 2016): سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المسؤولية المجتمعية بأبعادها (البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي، البعد البيئي) في دعم سمعة المؤسسة، وذلك من خلال إظهار وتحليل واقع دمج المسؤولية المجتمعية في المؤسسة، ومستوى السمعة التي تتمتع بها وصولاً إلى الكشف عن نوعية علاقة التأثير بينهما. وبعتماد المنهج الوصفي التحليلي وباستخدام الاستبيان كأداة للدراسة من خلال توزيعها

على 20 مستجوباً في مؤسسة ROUIBA في الجزائر، فقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أثبتت وجود مستوى عالٍ فيما يخص علاقة تبني المسؤولية المجتمعية ومؤشر السمعة في المؤسسة. مع وجود تأثير معنوي إيجابي للمسؤولية المجتمعية في دعم سمعة المؤسسة.

3- دراسة (سعيد وأدم، 2016): هدفت هذه الدراسة إلى تقديم تصور مقترح في تطوير دور الجامعات السودانية لتطبيق وظيفة خدمة المجتمع، في ضوء المعايير الوطنية لضمان جودة التعليم العالي التي أعدتها الهيئة العليا للتقويم والاعتماد التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي في السودان. حيث أشارت الدراسة إلى أهمية المعايير الوطنية لضمان جودة التعليم العالي في الإطار المؤسسي بالتركيز على المجال الخاص بخدمة المجتمع والذي جاء في محورين: الأول إدارة خدمة المجتمع، والثاني برامج خدمة المجتمع. ووضع تصور لآليات تطبيقية لوظيفة خدمة المجتمع للجامعات السودانية من خلال ضرورة نشر ثقافته الجودة، وتطوير خدمة المجتمع بالجامعات السودانية، وضرورة توفير الدعم المالي الحكومي للجامعات لتنفيذ برامج خدمة المجتمع، ومنح جائزة سنوية من وزارة التعليم العالي لأفضل جامعة تنفذ برامج لخدمة المجتمع السوداني.

4- دراسة (رشيد وزيايدي، 2014): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك القيادات الجامعية في جامعة القادسية لممارسات المسؤولية المجتمعية، وكذلك تناولت الدور الذي تلعبه المسؤولية المجتمعية في تعزيز سمعة المؤسسة التعليمية. حيث تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (34) من القيادات الجامعية في كليات جامعة القادسية في العراق من خلال توزيع الاستبيان عليهم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن هنالك قدر مقبول من الاهتمام من كليات جامعة القادسية بأبعاد المسؤولية المجتمعية، وأن لدى أغلب الكليات ميل للإنخراط في الأنشطة التطوعية التي تصب في مصلحة المجتمع المحلي، كما تبين أن ممارسات المسؤولية المجتمعية تلعب دوراً أساسياً في بناء وتعزيز سمعة الجامعة.

5- دراسة (Bayoud, et al., 2010) هدفت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين الإفصاح عن أنشطة المسؤولية المجتمعية (الأنشطة المجتمعية، الأنشطة البيئية، أنشطة الزبائن، أنشطة العاملين) وبين السمعة التنظيمية في عينة من المؤسسات الليبية العاملة بقطاعات (الصناعة، الخدمات، المصارف والتأمين، المعادن) بلغ عددها (49) مؤسسة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت الدراسة إلى أن المستويات العالية من الإفصاح عن المسؤولية المجتمعية يمكنها من تحسين سمعة الشركات كونها أداة اتصال قوية ومؤشراً معلوماتياً يساعد تلك الشركات على خلق الصورة الإيجابية لها.

6- دراسة (Katamba, 2010): حاولت هذه الدراسة اختبار العلاقة بين المسؤولية المجتمعية والسمعة التنظيمية في عدد من المؤسسات المصرفية في أوغندا بلغ عددها (65) مصرفاً. عكست نتائجها وجود علاقة قوية بين المسؤولية المجتمعية والسمعة التنظيمية.

7- دراسة (العوادلي، 2009): ركزت هذه الدراسة على مدى التزام الشركات الخاضعة للدراسة في القاهرة للتوجهات الإرشادية الخاصة بممارسات أنشطة المسؤولية المجتمعية عبر الانترنت ومدى تأثيرها على بناء سمعتها لدى الجمهور، حيث بلغ عدد هذه الشركات (35) شركة، وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي الانترنت مكونة من 200 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود وعي بكيفية تطبيق مفهوم المسؤولية المجتمعية عبر الانترنت، ووجود اختلافات في مدرجات الجمهور نحو الشركات، وهنالك تفاوت في ممارسات المسؤولية المجتمعية من شركة إلى أخرى، وهذه الممارسات تؤثر معنوياً على سمعة الشركة.

8- دراسة (Hillenbrand & Money, 2007): هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من المفاهيم الذهنية للمسؤولية المجتمعية بين الموظفين والعملاء ومدى علاقة المسؤولية المجتمعية مع السمعة التنظيمية. اعتمدت الدراسة على تصميم البحث الاستقرائي وأسلوب البحث النوعي من خلال إجراء مقابلات مع (15) موظفاً من ثلاثة فروع لشركة تعمل في مجال الخدمات المصرفية في المملكة المتحدة وكذلك تم إجراء مقابلات مع 56 عميلاً لهذه الشركة أشارت هذه الدراسة إلى أن المسؤولية المجتمعية وسمعة المنظمة مفهومان لهما صلة متداخلة مع أصحاب المصالح المتعاملين مع المنظمة، وكلاهما يشجع على الأعمال التي من شأنها خلق صورة إيجابية وحسنة لدى هؤلاء المتعاملين معها.

9- دراسة (Thomaz & Brito, 2007): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير المسؤولية المجتمعية على الثقة والسمعة والسلوك والنوايا للمجتمعات المحلية في العديد من المؤسسات الهندية العاملة في مجال تنظيم المشاريع والبالغ عددها (58) مؤسسة، حيث تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي من خلال إجراء مقابلات مع الموظفين في هذه المؤسسات. وقد توصلت الدراسة إلى أن إقامة علاقات طيبة مع المجتمع المحلي وتنمية المسؤولية المجتمعية للمؤسسات بإجراءات متسقة هي من أكثر الخيارات كفاءة لمنع الأزمات، وأن التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، وعموم المجتمع يضفي الطابع المؤسسي على المؤسسات من قبل المجتمع المحلي وهذا هو الاستثمار الناجح في سمعتها.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد هذا العرض الموجز لأهم الدراسات التي تناولت العلاقة أو الأثر للمسؤولية المجتمعية على السمعة التنظيمية تبين أن كل الدراسات أشارت إلى وجود علاقة أو أثر لهما المتغيرين، إلا أن ما يميز هذه الدراسة عن سابقتها هي تناولها لمؤسسات التعليم العالي في سلطنة عمان والتي تكاد الدراسات حول هذا القطاع تكون نادرة وخاصة في مجال المسؤولية المجتمعية.

3- منهجية وإجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، وذلك من خلال الاستناد إلى المراجع ذات الصلة بموضوع الدراسة لوصف رأي أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ظفار فيما يتعلق بدور المسؤولية المجتمعية في تعزيز سمعتها ومكانتها في المجتمع الذي تعمل فيه، ومن ثم تحليل البيانات واستخلاص النتائج وتفسيرها.

مجتمع وعينة الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في ثلاثة كليات (كلية التجارة وإدارة الأعمال، كلية الهندسة، كلية الآداب والعلوم التطبيقية) في جامعة ظفار في سلطنة عمان والبالغ عددهم الإجمالي (196) عضواً، وتم اختيار هذه الجامعة كدراسة حالة نظراً لأهميتها وكبر حجمها فهي تعد أكبر جامعة خاصة في سلطنة عُمان ومن الجامعات الرائدة فيها، وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة حجمها (132) مفردة بالاستناد إلى جدول كريجسي &

مورغان². وتم توزيع الاستبيانات على جميع أفراد عينة الدراسة، وقد تم استرجاع (130) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي.

أداة الدراسة:

بالاستناد إلى الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة فقد تم بناء وتطوير استبانة خاصة بمتغيرات الدراسة من نوع الاستبيان المغلق، حيث شملت الاستبانة جزئين، الجزء الأول: تضمن أبعاد المسؤولية المجتمعية وهي: (البعد الإنساني، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي) وبلغ مجموع فقرات هذا الجزء (21) عبارة وذلك بالاستناد إلى دراسة (Mustafa, et al., 2012) الجزء الثاني: تضمن السمعة المؤسسة التعليمية، والذي اشتمل على (4) عبارات وذلك بالاستناد إلى دراسة (Ponzi, et al., 2011).

صدق وثبات الأداة:

وللتحقق من مدى صدق محتوى أداة الدراسة تم عرضها على مجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية المتخصصين في هذا المجال وذلك بغرض تحكيمها والتحقق من صدق فقراتها وتم الأخذ بملاحظاتهم وتعديلاتهم المقترحة. ومن أجل التأكد من ثبات الاستبانة تم إجراء اختبار مدى الإتساق الداخلي لفقرات المقياس بحساب كرونباخ ألفا، ويوضح الجدول رقم (1) نتائج اختبار كرونباخ ألفا.

الجدول رقم (1): معاملات كرونباخ ألفا لمتغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة	عدد العبارات	قيمة معامل كرونباخ ألفا
البعد الإنساني	5	.771
البعد الأخلاقي	5	.712
البعد القانوني	5	.812
البعد الاقتصادي	6	.843
جميع أبعاد المسؤولية المجتمعية	21	.856
السمعة التنظيمية	4	.794
الاستبانة ككل	25	.885

يبين الجدول رقم (1) عدد العبارات التي تقيس كل بعد من أبعاد الدراسة المستقلة والتابعة، وكذلك يوضح هذا الجدول معاملات كرونباخ ألفا لأبعاد المسؤولية المجتمعية والسمعة التنظيمية، حيث تشير النتائج إلى تمتع أداة الدراسة بمعامل ثبات جيد، إذ تراوحت معاملات الثبات بين (0.712) و (0.885).

الجدول رقم (2): معاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة	البعد الإنساني	البعد الأخلاقي	البعد القانوني	البعد الاقتصادي	السمعة التنظيمية
البعد الإنساني	1				
البعد الأخلاقي	.346**	1			
البعد القانوني	.421*	.534**	1		

2. <https://qhaireenizzati.wordpress.com/2017/10/05/sample-size-determination-using-krejcie-and-morgan-table/>

متغيرات الدراسة	البعد الإنساني	البعد الأخلاقي	البعد القانوني	البعد الاقتصادي	السمعة التنظيمية
البعد الاقتصادي	.253**	.367**	.258*	1	
السمعة التنظيمية	.319**	.216	.147	.429**	1

**تشير إلى أن الارتباط يكون معنوي عند مستوى دلالة (0.01) / *تشير إلى أن الارتباط يكون معنوي عند مستوى دلالة (0.05).

يُظهر الجدول رقم (2) مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة للدراسة (أبعاد المسؤولية المجتمعية) والمتغير التابع (السمعة التنظيمية) إذ تبين وجود علاقة إيجابية بين كل بعدين من أبعاد المسؤولية المجتمعية، وكذلك وجود ارتباط معنوي بين بعدين من أبعاد المسؤولية المجتمعية (البعد الإنساني، البعد الاقتصادي) مع السمعة التنظيمية، بينما البعدان الآخران (البعد الأخلاقي، البعد القانوني) لم يرتبطا معنويًا بالسمعة التنظيمية.

الوزن النسبي:

وتم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي للإجابة على فقرات الاستبانة، حيث أعطيت الإجابات (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) الدرجات التالية (1، 2، 3، 4، 5) على الترتيب. ويوضح الجدول رقم (1) التصنيف والدرجات لمستويات الموافقة التي تعطى لها في المعالجة الإحصائية. وقد تم تحديد معيار تقدير الأهمية النسبية للاستجابات كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (3) الأهمية النسبية المقابلة لمدى المتوسط الحسابي

مدى المتوسط الحسابي	الأهمية النسبية
من (1) إلى أقل من (1.8)	منخفضة جداً
من (1.8) إلى أقل من (2.6)	منخفضة
من (2.6) إلى أقل من (3.4)	متوسطة
من (3.4) إلى أقل من (4.2)	مرتفعة
فأعلى 4.2	مرتفعة جداً

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, V.25) في تحليل بيانات الدراسة وذلك باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية مثل: معامل كرونباخ ألفا والإحصاءات الوصفية ومعامل ارتباط بيرسون وتحليل الانحدار المتعدد.

4- عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

تتناول هذه الفقرة تحليل استجابات أفراد العينة على فقرات وأبعاد الاستبانة من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة.

السؤال الأول: ما مدى اهتمام جامعة ظفار بمسؤولياتها المجتمعية تجاه المجتمع المحلي المحيط؟ للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتقديرية لإجابات أفراد العينة حول أبعاد المسؤولية المجتمعية الأربعة والتي جاءت كما في الجدول رقم (4):

الجدول رقم (4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتقدير لفقرات وأبعاد المسؤولية المجتمعية

البعد	رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
البعد الإنساني	1	من المهم قيام الجامعة بتقديم المساعدات للمؤسسات التعليمية الخاصة والعامة.	4.01	.437	مرتفع
	2	من المهم للجامعة أن تعمل بطريقة تتوافق مع تطلعات المجتمع الإنسانية والخيرية.	4.20	.554	مرتفع جداً
	3	من المهم للموظفين في الجامعة المشاركة في النشاطات الإنسانية والخيرية في مجتمعاتهم المحلية.	3.63	.414	مرتفع
	4	من المهم قيام الجامعة بدعم المشاريع التي من شأنها المساعدة في رفاهية المجتمع.	3.62	.556	مرتفع
	5	تعمل الجامعة بشكل مستمر على تحفيز العمل التطوعي.	3.67	.475	مرتفع
	6	يتعين على الجامعة تخصيص موارد لدعم الثقافة والفنون.	3.55	.554	مرتفع
		المتوسط الحسابي للبعد الإنساني	3.78	.452	مرتفع
البعد الأخلاقي	7	يتعين على الجامعة تجنب إلحاق أي ضرر مهما كان الثمن.	4.27	.478	مرتفع جداً
	8	على الجامعة أن تقدر وتحترم المعايير الأخلاقية الجديدة التي قام المجتمع بتبنيها.	4.23	.461	مرتفع جداً
	9	يتعين على الجامعة أن لا تساهم على المعايير الأخلاقية للمجتمع من أجل تحقيق أهدافها.	3.89	.546	مرتفع
	10	نزاهة الجامعة وتصرفاتها الأخلاقية تذهب أبعد من مجرد امتثال للقوانين والتشريعات.	3.71	.574	مرتفع
	11	يجب أن يحدد نجاح الجامعة بمدى تحقيقها لالتزاماتها الأخلاقية.	3.78	.457	مرتفع
	12	ليس من المناسب أن تقوم الجامعة أحياناً بالتغاضي عن بعض الأخلاقيات لتحقيق مكاسب اقتصادية.	3.82	.550	مرتفع
		المتوسط الحسابي للبعد الأخلاقي	3.95	.553	مرتفع
البعد القانوني	13	يجب أن تلتزم الجامعة في أعمالها بالإطار القانوني للمجتمع.	4.36	.428	مرتفع جداً
	14	من المهم أن تعمل الجامعة بطريقة تتفق مع توقعات الحكومة والقانون.	4.24	.586	مرتفع جداً
	15	يجب على الجامعة أن تلتزم بجميع قوانين الدولة وتشريعاتها حتى لو وإن كان ذلك مكلف لها.	4.21	.553	مرتفع جداً
	16	يجب أن يحدد نجاح الجامعة بمدى تحقيقها لالتزاماتها القانونية.	4.02	.472	مرتفع
	17	من المهم للجامعة تقديم خدمات توافقت في جودتها الحد الأدنى من المتطلبات القانونية على الأقل.	3.84	.569	مرتفع

البيعد	رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
	18	ليس من المناسب للجامعة خرق بعض القوانين والتشريعات.	3.85	.492	مرتفع
		المتوسط الحسابي للبيعد القانوني	4.08	.436	مرتفع
البيعد الاقتصادي	19	من المهم للجامعة الناجحة أن تكون واحدة من الجامعات التي تحافظ على مستوى ربح سنوي.	4.34	.555	مرتفع جداً
	20	من المهم للجامعة المحافظة على مستوى عالي من الكفاءة التشغيلية.	4.30	.609	مرتفع جداً
	21	الهدف الرئيسي للجامعة هو تحقيق أكبر قدر من الربح.	4.21	.836	مرتفع جداً
	22	تسعى الجامعة إلى تحقيق أعلى العائدات للمساهمين وحملة الأسهم.	4.15	.686	مرتفع
	23	من المهم للجامعة أن تحافظ على مستوى عالي من المنافسة.	4.05	.601	مرتفع
	24	تسعى الجامعة جاهدة لخفض تكاليفها.	4.03	.642	مرتفع
		المتوسط الحسابي للبيعد الاقتصادي	4.18	.523	مرتفع
		المتوسط الحسابي لجميع الأبعاد المسؤولية المجتمعية	3.99	.541	مرتفع

تظهر النتائج في الجدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المسؤولية المجتمعية، والتي تشير إلى أن جامعة ظفار تمارس مسؤولياتها المجتمعية بدرجة مرتفعة وخاصة البعد الاقتصادي الذي كان الأكثر ممارسةً من قبل أعضاء الهيئة التدريسية بمتوسط حسابي (4.18) تلاه البعد القانوني بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.08)، ثم البعد الأخلاقي بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.95)، وبالمرتبة الأخيرة جاء البعد الإنساني بمتوسط حسابي (3.78). وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات (Madorn & Garcia, 2016; Yusoff & Adamu, 2016؛ فلاق، 2013) والتي أشارت إلى أن غالبية أبعاد المسؤولية المجتمعية جاءت متوسطاتها عالية. ويُعزى ذلك إلى أن جامعة ظفار تخصص جزءاً من أرباحها السنوية لنشاطات المسؤولية المجتمعية وكافة النشاطات التي تتبناها الجامعة، وتعتبرها عنصراً أساسياً في استراتيجياتها.

السؤال الثاني: ما مستوى السمعة التنظيمية لجامعة ظفار؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتقديرية لإجابات أفراد العينة حول السمعة التنظيمية والتي جاءت كما في الجدول رقم (5):

الجدول رقم (5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتقدير لفقرات السمعة التنظيمية

الرقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير	البعد
1	يظهرون الإعجاب والاحترام للجامعة.	3.88	.587	مرتفع	السمعة التنظيمية
2	لديهم ثقة عالية في تعاملهم مع الجامعة.	3.63	.649	مرتفع جداً	
3	يمتلكون مشاعر إيجابية عن الجامعة.	3.72	.574	مرتفع	
4	يشعرون أن الجامعة تمتلك سمعة جيدة.	3.77	.715	مرتفع	
	المتوسط الحسابي للسمعة التنظيمية	3.75	.618	مرتفع	

تظهر النتائج في الجدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للسمعة التنظيمية المدركة لجامعة ظفار فقد جاءت بمتوسط حسابي قدره (3.75). ويُعزى ذلك إلى مدى حرص الجامعة على تحسين صورتها وسمعتها لدى المجتمع المحلي من خلال التزامها التام بكافة القوانين والأنظمة والتعليمات.

اختبار فرضيات الدراسة:

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد بطريقة Enter لاختبار فرضيات الدراسة الأربع كما في الجدول رقم (6). حيث أن الفرضيات الأربع تنص على ما يلي:

- الفرضية الأولى: لا يؤثر البعد الإنساني كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.
- الفرضية الثانية: لا يؤثر البعد الأخلاقي كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.
- الفرضية الثالثة: لا يؤثر البعد القانوني كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.
- الفرضية الرابعة: لا يؤثر البعد الاقتصادي كأحد أبعاد المسؤولية المجتمعية معنوياً في السمعة التنظيمية.

الجدول رقم (6) تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد المسؤولية المجتمعية على السمعة التنظيمية

الأبعاد	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري .S.E	قيمة β	قيمة t	مستوى الدلالة P-Value
البعد الإنساني	.567	.118	.274	2.64	.016
البعد الأخلاقي	.234	.134	.109	1.03	.432
البعد القانوني	.124	.139	.068	.123	.503
البعد الاقتصادي	.751	.112	.569	4.35	.001
معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²		قيمة F	مستوى الدلالة Sig	
.487	.237		10.49	.000	

يبين الجدول رقم (6) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد المسؤولية المجتمعية الأربع (البعد الإنساني، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي) على السمعة التنظيمية. وقد أشارت نتائج هذا التحليل إلى صلاحية هذا النموذج بقدرته على التنبؤ وذلك بسبب معنوية F أقل من (0.05)، حيث اتضح أن بُعدين من أبعاد

المسؤولية المجتمعية (البُعد الإنساني، البُعد الاقتصادي) يؤثران معنوياً في السمعة التنظيمية، بينما البُعدان الآخران (البُعد الأخلاقي، البُعد القانوني) لا يؤثران معنوياً على السمعة التنظيمية، ويعود السبب في ذلك إلى أن الأعمال التطوعية والخيرية التي تقوم بها الجامعة من أجل تنمية وتطوير المجتمع المحلي المحيط بها تؤدي إلى تقوية سمعة الجامعة وتعزيز مكانة خدماتها المقدمة لأصحاب المصالح. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (رشيد & الزياي، 2012) فيما يتعلق فقط بالبُعد الإنساني والاقتصادي، بينما تختلف مع دراسات كل من (فلاق & حدو، 2016) والتي أشارت إلى وجود تأثير لكافة أبعاد المسؤولية المجتمعية على السمعة التنظيمية. هذا وقد بلغت القوة التفسيرية لهذا النموذج (23.7%). ووفقاً لذلك يتم قبول الفرضيتين الثانية والثالثة ورفض الفرضيتين الأولى والرابعة.

خامساً- النتائج والتوصيات:

النتائج:

- بناءً على نتائج التحليل الإحصائي فيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- 1- بلغ المتوسط الحسابي لممارسة أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ظفار لأبعاد المسؤولية المجتمعية حسب آراء العينة المدروسة (3.99) ويُعتبر مرتفعاً.
 - 2- هنالك قدر كبير من الاهتمام من قبل أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ظفار عينة الدراسة بأبعاد المسؤولية المجتمعية وخاصة البُعد الاقتصادي ثم بدرجة أقل البُعد القانوني ثم البُعد الأخلاقي وأخيراً البُعد الإنساني.
 - 3- هنالك اهتمام ملحوظ من قبل جامعة ظفار في السعي نحو تحسين سمعتها أمام أصحاب المصالح مثل المجتمع المحلي، الطلبة، سوق العمل، المستثمرين وغيرهم، إذ بلغ المتوسط الحسابي للسمعة التنظيمية (3.75).
 - 4- وجود تأثير معنوي لبعدين من أبعاد المسؤولية المجتمعية (البُعد الإنساني، البُعد الاقتصادي) على السمعة التنظيمية.
 - 5- عدم وجود تأثير معنوي لبعدين من أبعاد المسؤولية المجتمعية (البُعد الأخلاقي، البُعد القانوني) على السمعة التنظيمية.
 - 6- بشكل عام فإن ممارسة جامعة ظفار لمسؤولياتها المجتمعية تجاه المجتمع المحلي المحيط وخاصة البعدين الإنساني والاقتصادي يعد عنصراً أساسياً لتحسين السمعة التنظيمية للمؤسسة التعليمية.

التوصيات:

- في ضوء نتائج الدراسة الحالية بجانبها النظري والعملي، يمكن تقديم العديد من التوصيات لتعزيز الالتزام بالمسؤولية المجتمعية في جامعة ظفار:
- 1- اعتبار أنشطة المسؤولية الاجتماعية من الأنشطة الملزمة لجامعة ظفار وأن تضعها بين أهدافها الاستراتيجية بهدف خلق السمعة الحسنة والطيبة للجامعة وكسب احترام أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين.
 - 2- ضرورة اهتمام الجامعة باختيار قياداتها الإدارية والعلمية على مستوى من الكفاءة والسمات والخصائص القيادية لتسهم في تعزيز السمعة التنظيمية للجامعة ومكانتها بين المؤسسات التعليمية الخاصة في سلطنة عمان.
 - 3- ضرورة قيام جامعة ظفار بالإفصاح عن جميع أنشطة مسؤولياتها المجتمعية التي تقوم بها خلال السنة لتشجيع المؤسسات التعليمية الأخرى من أجل الاهتمام بتنمية وتطوير المجتمع المحلي.

- 4- الاهتمام بكافة أبعاد المسؤولية المجتمعية وخاصة بالبعد القانوني والأخلاقي من خلال الالتزام بالمبادئ والمعايير الأخلاقية والقوانين البيئية والالتزام بالتشريعات الحكومية في مجال وطبيعة العمل.
- 5- قيام إدارة الجامعة ببذل المزيد من الجهود لتحسين سمعتها من خلال زيادة المشاركة في الأعمال التطوعية، وأن لا يقتصر دورها في المساهمات التي تقدم للبيئة المحيطة بها فقط.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

- 1- الإبراهيم، سفيان، (2010). مشروع المواصفة القياسية للمسؤولية المجتمعية ISO 26000، هيئة التقييس لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.
- 2- الأسرج، حسين، (2014). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الاجتماعية، السعودية.
- 3- أنور، نورا، (2010). المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية. مركز المديرين المصري، القاهرة، مصر.
- 4- البكري، ثامر، (2006). التسويق والمسؤوليات الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 5- الجرطي، محمد، (2018). المسؤولية الاجتماعية للجامعات في زمن المعرفة كرأس مال رمزي ومادي، المؤتمر الدولي العلمي الثالث للمسؤولية المجتمعية، 6-8 مايو، الدوحة، قطر.
- 6- دره، عمر، التيجاني، محمد عثمان، واليافي، سالم (2018). ممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء الشركات البتروكيمياوية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، (6)، 45-67.
- 7- رحال، عمر، (2011). المسؤولية المجتمعية للجامعات: بين الربحية والطوعية. ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، 26 ديسمبر، نابلس، فلسطين.
- 8- رشيد، صالح، والزيادي، صباح، (2014). دور المسؤولية المجتمعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة: دراسة تحليلية لأراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، (1)، 16، 32-6.
- 9- السعدي، سيف، (2010). المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص ودورها في دعم الجمعيات الأهلية بسلطنة عمان: دراسة ميدانية لمؤسسات القطاع الخاص والجمعيات الأهلية الخيرية في محافظة مسقط، رسالة ماجستير، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان.
- 10- سعيد، فيصل، وأدم، بشرى، (2016). تصور مقترح لتطوير دور الجامعة في خدمة المجتمع في ضوء المعايير الوطنية لضمان جودة التعليم العالي، المؤتمر العربي الدولي السادس لضمان جودة التعليم العالي، 9-11 فبراير، الزرقاء، الأردن.
- 11- شاهين، محمد، (2012). المسؤولية المجتمعية للجامعات العربية جامعة القدس المفتوحة أنموذجاً دراسة وصفية تحليلية، منشورات جامعة القدس المفتوحة، رام الله: فلسطين.
- 12- شقوارة، سناء، (2012)، أبعاد المسؤولية المجتمعية للجامعات ومتطلبات تطبيقها في ضوء مفهوم الجودة الشاملة. مجلة تطوير الأداء الجامعي، 59-37 (2) 1

- 13- العمري، أحمد، (2014). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية السنوية على المخاطر التشغيلية للشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان. رسالة ماجستير، جامعة جدارا، الأردن.
- 14- العوادلي، سلوى، (2009). تأثير استخدام برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الانترنت على بناء سمعة المنظمة. بحث مقدم إلى مؤتمر الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، 7-9 يوليو، القاهرة.
- 15- عودة، إيمان، (2012). العلاقة التآثرية بين جودة الخدمات الإلكترونية وسمعة الجامعات، دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 16- عودة، ياسر، (2014). المشاركة السياسية (الاتجاه والممارسة) وعلاقتها بالمسؤولية المجتمعية وتأثير الأقران لدى طلبة القدس المفتوحة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 17- عوض، أنس، (2014). أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية: دراسة حالة الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 18- الغالي، طاهر، (2009). إدارة واستراتيجيات منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 19- الفتلاوي، ميثاق، (2017). العلاقة بين القيادة الرشيقة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي: بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة السيارات، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، (4)7، 41-19.
- 20- فلاق، محمد، (2013). المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية: دراسة حالة شركتي سوناطراك ورامكو السعودية أنموذجاً، مجلة الباحث، 12، 29-38.
- 21- فلاق، محمد، وحدو، سميرة، (2016). أثر تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة المؤسسة: شركات الاتصالات الخليوية العاملة في الجزائر أنموذجاً، ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير، 5، 302-322.
- 22- قرني، شافية، وصحراوي، حمودي، (2016). دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة- دراسة تحليلية من وجهة نظر إدارات مؤسسة روية للمشروبات غير الغازية، مجلة الباحث، 16، 121-134.
- 23- الكندي، عبد الله، (2018). المسؤولية الاجتماعية نحو التعليم بين الضرورة والترغيب: تجارب ونماذج من سلطنة عمان، المؤتمر الدولي العلمي الثالث للمسؤولية المجتمعية، 6-8 مايو، الدوحة، قطر.
- 24- الهذلي، نايف، (2016). الثقافة التنظيمية للجامعات السعودية كمدخل لتحقيق المسؤولية الاجتماعية: دراسة حالة على جامعة أم القرى، أطروحة دكتوراه، جامعة أم القرى، السعودية.
- 25- هواري، معراج، ساحي، مصطفى، ومجدل، أحمد، (2012). العلامة التجارية، الماهية والأهمية، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

المراجع بالإنجليزية:

- 26- Ali, A. AL-bdour, N. & Lin, K. (2010), The relationship between internal corporate social responsibility and organizational committmet within the Banking sector in Jordan, International Journal of Human and Social Sciences, 5(14),1-20.
- 27- Altbach, P. (2012), The road of academic excellence. The making of world-class research universities, The World Bank, Washington DC.

- 28- Baron, D. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics and Management Strategy*, 16, 683-717.
- 29- Bayoud, N. , Salem , K., Marie , and Slaughter, G. (2010). Is there a relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate reputation in developing countries ? the case of Libya, *Journal of Business and policy Research*, 1(1), 131-160.
- 30- Carroll, B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- 31- Daft, R.& Marcic, D. (2009), *Management the new workplace*, 6th edition, South-Western, A part of Cengage learning International Offices , Asia.
- 32- Goetsch, D. & Davis, S. (2014), *Quality management for organizational excellence, introduction to total Quality* , 6th edition . pearson prentice – Hall New Jersey.
- 33- Griseri, p. & Seppala, N. (2010). *Business ethics and corporate social responsibility*, 1th edition, South-Western, Cengage learning EMEA, Singapore.
- 34- Hillenbrand, C. & Money, K. (2007), *Corporate responsibility and corporate reputation two separate concepts or two sides of the same coin?*, *Corporate Reputation Review*, 10 ,261 – 277.
- 35- Hopkins, M. (2004). *Corporate social responsibility: An issues paper*. ILO, Geneve: Working paper, 27.
- 36- <http://www.abahe.co.uk/university-definition.html>
- 37- <https://qhaireenizzati.wordpress.com/2017/10/05/sample-size-determination-using-krejcie-and-morgan-table/>
- 38- Katamba , D. (2010). *Corporate social responsibility ,Organizational culture ethical citizenship and reputation of financial institutions in Uganda*, Unpublished PH.D dissertation of school of Graduate studies, Makerere University.
- 39- Lake, W. (2011). *The Developmental roots of social responsibility in childhood and adolescence, Youth Civic Development: Work at the Cutting-Edge*, (134), 11-25.
- 40- Macmillan, P. (2008). *Beyond corporate reputational managing reputation interdependence*, *Corporate Review*, 11, 1-9 .
- 41- Marcellis, N., Teodoresco, S. (2012). *Corporate reputation is you most strategic asset at risk , cirano knowledge into action*, *Center for Inter University Research and Analysis on Organizations*, 6–48.
- 42- Mustafa, S., Osman, A., & Perumal, S. (2012). *Corporate Social responsibility and company performance in the Malaysian context*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 65, 897- 905.
- 43- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). *Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions*. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 303–311.
- 44- Ponzi, J., Fombrum, J. & Gardberg, N. (2011). *RepTrakTM Pulse conceptualizing and validating a short – form measure of corporate reputation*, *Corporate Reputation Review* ,14(3), 23-45.

- 45- Shamsie, J. (2003). The context of dominance : An industry – driven framework for exploiting reputation , Strategic Management Journal, 24, 199–215.
- 46- Smaiziene, I., & Jucevicius, F. (2010). Facing multidimensional nature of corporate reputation: challenges for managing reputation, social science. Socialiniai Moksiai , 3(69), 1–9.
- 47- Thomaz, J. & Brito, E. (2007), Comunicação corporativa: contibuição para a reputação das organizações, Organicom, 4(7), 229-250.
- 48- Yusoff, W. & Adamu, M. (2016). The relationship between corporate social responsibility and financial performance: evidence from Malaysia, International Business Management, 10(4), 345-351.

The Social Responsibility of Omani Private Universities and its Role

in Supporting Organizational Reputation: Dhofar University as a Model

Abstract: This study aims to identify the extent to which private educational institutions are concerned about their social responsibilities, and to study the role of social responsibility dimensions in enhancing the reputation of educational institutions. An analytical, descriptive approach was adopted in this study, where Dhofar University was selected as a case study to implement this study. The study comprises all faculty members of Dhofar University, and their number is 196 members. A simple random sample of (132) faculty members was selected. The questionnaires were distributed to them and 130 questions were retrieved. Multiple regression analysis was used to test the hypotheses. One of the most important findings of the study is that Dhofar university practices its social responsibility with high degree with a mean of (3.95), Regarding the practice of dimensions of social responsibility, the most practiced dimension, by the faculty members, was the economic dimension with a mean of (4.18), followed by the legal dimension with a mean of (4.08), then moral dimension with a mean of (3.95), and finally the human dimension with a mean of (3.78). The findings showed high interest of the administration of Dhofar University to improve the organizational reputation of the university as its mean reached (3.75). The findings also indicated that there are two dimensions of social responsibility (the human dimension, the economic dimension) have a significant positive effect on the organizational reputation of the educational institution, while the other two dimensions (legal dimension, moral dimension) have no significant effect on the organizational reputation of the educational institution. According to these results, a number of recommendations and suggestions were presented to stimulate the social responsibility of private universities and enhance their role in supporting the organizational reputation of the educational institution.

Keywords: social Responsibility, Organizational Reputation, Dhofar University, Sultanate of Oman.
