

المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية في المملكة العربية السعودية Social Responsibility in the Saudi Industrial Organizations

د. أيمن عرابي عبداللطيف
orabissr@yahoo.com

د. رندة سلامة اليافي
alyafi@ksu.edu.sa

أ.د. محمد سعيد العمري
Msruh2@ksu.edu.sa

كلية إدارة الأعمال - جامعة الملك سعود
المملكة العربية السعودية

ملخص: تمثل مشكلة هذه الدراسة في تقييم الوضع الراهن للمؤسسات الصناعية بالمملكة العربية السعودية، فيما يتعلق قيام كل منها بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع، لأن بعض المؤسسات الصناعية تفتقد لآلية يمكن من خلالها معرفة وضعها النسبي مقارنة بمؤسسة أخرى فيما يتعلق بأداء مسؤوليتها الاجتماعية، إذ إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة يتمثل في تحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية عن طريق تنمية الوعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتحديد اتجاهات موظفي المؤسسات الصناعية حول أهمية مشاركة منظماتهم في الأنشطة الاجتماعية، وكذلك تحديد العوامل والمعوقات المؤثرة في قيام المؤسسات الصناعية بمسؤوليتها الاجتماعية، وفي هذا الإطار سنعرض إلى أهم المهارات التي ينبغي أن يتمتع بها المدير ليستطيع أن يقوم بالأنشطة التي يحتاجها المجتمع في شتى المجالات الاقتصادية، والبيئية، والاجتماعية، والقانونية، والثقافية، وقد اعتمد الباحثان على الاستبيانات أسلوباً لأداة الدراسة للحصول على البيانات الأولية، فاستخدم أسلوب تحليل المسار Path Analysis كأحد تطبيقات نموذج المعادلة البنائية Structural Equation Modeling [SEM]، للتنبؤ بصورة المنظمة في المجتمع، ومستوى أداء المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية، ومن أهم النتائج التي توصل إليها هذا البحث أن مجالات المسؤولية القانونية هي أكثر المتغيرات تأثيراً في الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية، وأن مجالات المسؤولية الاجتماعية هي أقل المتغيرات تأثيراً في الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية. كذلك تبين أن النواحي المالية هي أكثر المتغيرات تأثيراً في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية، وأن مهارات المديرين المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية هي أقل المتغيرات تأثيراً في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية - المؤسسات الصناعية - مستوى أداء - نموذج المعادلة البنائية - تحليل المسار.

Abstract : The problem of this study is to assess the current situation of the social responsibility of the industrial organizations in the Kingdom of Saudi Arabia. Unfortunately many industrial organizations lack the mechanism which would allow them to determine their relative positions compared to other companies in relation to bearing social responsibility activities. The main objectives of this study are to improve the level of social responsibility of industrial organizations by increasing the level of awareness of the social responsibility concepts, identifying the attitudes of employees working in such companies about the importance of their organizations' participation in social activities, identifying the main helping and constraining factors affecting the performance of the industrial organizations to social responsibility activities, and determining the skills needed by the managers to perform different activities needed by society in various economic, environmental, social, legal and cultural areas. The researchers relied on questionnaires method to obtain preliminary data, using Path Analysis, Structural Equation Modeling applications [SEM] to predict the organization social image in the community, and the level of performance of social responsibility conducted by the industrial organizations. One of the most important findings of this research is that the field of legal responsibility was the most influential variable in the societal image for the industrial organizations; furthermore, the social area was the least influential variable in the social image for the industrial organizations. Moreover, some of the important findings were related to the financial area which influenced the level of social responsibility in the industrial organizations; on the other hand, the skills of managers required to carry out social activities were the least influential variables in social responsibility for the industrial organizations.

Keywords: Social Responsibility - Industrial organizations - Performance Level - Structural Equation Modeling - Path Analysis

JEL classification: D21.

Received : 18/03/2018

Revised: 11/05/2018

Accepted: 22/05/2018

Online publication date: 01/06/2018

المقدمة: إن التغيرات التي تواجهها المنظمات الصناعية اليوم تفرض عليها أن ترسي أسس إستراتيجية تتوافق مع تلك التحديات إرساءً يضعها في مواجهة مسؤولية القيام بواجباتها تجاه المجتمع، والاهتمام بمصالحها الخاصة. وقد حاولت بعضها الالتفاف على تهمة تكديس الأرباح، وتجاوز مصالح المجتمع من خلال العمل على تحسين ظروف العمل، وحياة العاملين، وزيادة الأجور، والمكافآت وخلافه؛ إلا أن تلك الجهود لم تكن كافية، فكان لزاماً عليها أن تخطو خطوات أوسع باتجاه المجتمع، من خلال العمل على زيادة التكافل الاجتماعي، وتحقيق مبدأ الاستقرار لأطراف المجتمع كافة. ومن هنا انبثق اتجاهان فكريان في سياق المسؤولية الاجتماعية، تمثل الأول بالمنظور الكلاسيكي وهو اتجاه ينادي بزيادة أرباح الشركات؛ لأن أي إنفاق على الأنشطة الاجتماعية ما هو إلا هدر لأرباح المستثمرين، وزيادة في التكاليف، والابتعاد عن الهدف الأساسي للشركات ألا وهو تعظيم الأرباح. ناهيك عن نقص خبرة بعض المديرين في التعامل مع الأنشطة الاجتماعية مما يفوت على الشركات فرصاً كان من الممكن استغلالها استغلالاً أفضل. أما الاتجاه المعاكس فنأدى بضرورة قيام الشركات بدورها الاجتماعي من خلال المشاركة في تبني الأنشطة الاجتماعية، ومعالجة الأضرار التي تسببت بها كالتلوث البيئي، على سبيل المثال، وإن القيام بمثل هذا الأمر سيساعدها في تحسين صورتها في المجتمع، ويقلل من التدخل الحكومي في شؤونها (العامري، والغالي 2011).

وعلى الرغم من أن المسؤولية الاجتماعية تمس المنظمات الاقتصادية في المقام الأول إلا أن هناك منظمات لا تقل أهمية عن هذه المنظمات الاقتصادية ألا وهي المنظمات الصناعية. إن هذه المنظمات مطالبة في العصر الحالي وأكثر من أي وقت مضى بدورها الفاعل تجاه مجتمعاتها. وفي هذه الدراسة سيتم التركيز على وجه الخصوص على هذه المنظمات بتحمل المسؤولية الاجتماعية وحث موظفيها وتنقيفهم بقضية المسؤولية الاجتماعية.

إن الدور الذي تقوم به المنظمات الصناعية ينمو يومياً مع تطورات الحياة كالتطورات العلمية والتقنية وغيرها. وأصبح هذا الدور لا يقتصر فقط على الدور التقليدي المتمثل في تقديم الخدمة للزبائن وإنما تعدى هذا الدور ليشمل جوانب كثيرة ولعل منها: توفير بيئة عمل تكون بمستوى التحديات، إتاحة الفرص لموظفيها من خلال ممارسة العديد من الأنشطة المتنوعة مثل تنمية الجانب الفكري والوجداني للموظف المتمثل في تنمية أفكاره وآرائه وميوله ومعتقداته ليكون شخصاً صاحب مواقف إيجابية وبناءة تجاه مجتمعه الذي يعيش فيه وينتمي إليه. تهدف هذه الدراسة إلى إيضاح واقع ممارسة المؤسسات الصناعية السعودية المسؤولية الاجتماعية؛ وهي تعتبر بذلك من الدراسات الاستطلاعية الاستكشافية التي يستخدم فيها المنهج المسحي بالإضافة إلى تحليل المضمون، ناهيك عن القيام بتحليل تقييمي يركز على تقييم العلاقات بين متغيرات الدراسة بغية الوصول إلى توصيات ملائمة. وبناء على ما تقدم، تتناول هذه الدراسة مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتطورها، بالإضافة إلى تحديد دور الشركات الصناعية في تحقيق رفاهية المجتمع وتنميته.

مشكلة الدراسة:

إن هدف معظم الشركات الصناعية تحقيق الأرباح، وتقديم الخدمات للمستهلكين بأقل التكاليف، وأقل الأسعار لم يعد كافياً من وجهة نظر المواطنين والمجتمع؛ لذلك كان لابد من التوجه إلى قضية تحمل تلك الشركات مسؤولياتها الاجتماعية نظراً للدور الكبير الذي تؤديه تلك الشركات في خدمة المجتمع وتحقيق التنمية الاقتصادية (الراحلة، 2011). ونظراً لأن المسؤولية الاجتماعية هي تطوع ذاتي، والالتزام أخلاقي لا يفرضه المشرع القانوني على تلك الشركات، فإن بعضاً منها يتهاون في تفعيل دورها في ممارسة بعض الأنشطة الاجتماعية التي تخدم المجتمع والمواطنين؛ مما يشكل حجر عثرة في طريق تخلي تلك الشركات عن أخلاقيات العمل المهني التي من شأنها أن تقلل من أهمية الالتزام بأخلاقيات العمل لدى موظفيها. أضف إلى ما سبق ضعف رؤى الشركات وممارساتها بالقيام بالحد الأدنى من المسؤولية الاجتماعية، ناهيك عن أن ضعف تحديد أطر المسؤولية الاجتماعية ومجالاتها يقفان عائقاً أمام تفعيل دور تلك الشركات في مد جسور التواصل بين بيئتها الداخلية والخارجية (Kim et al., 2011). إن الشركات عندما تتحمل، في السياق ذاته، مسؤولياتها الاجتماعية يجد بعض مديريها أنفسهم، لنقص في بعض المهارات، ينفقون المال في أعمال خيرية تعود بالنفع المحدود على بعض الفئات المجتمعية دون الأخرى، (الدلحي، 2011).

تتمثل مشكلة البحث في تقييم الوضع الراهن للمؤسسات الصناعية بالمملكة العربية السعودية، فيما يتعلق بقيام كل منها بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع، إذ إن المؤسسات الصناعية تفتقد لآلية يمكن من خلالها معرفة وضعها النسبي فيما يتعلق بأداء مسؤوليتها الاجتماعية، وتتلخص مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال الآتي:

السؤال الرئيسي: كيف للمؤسسات الصناعية، أن تُقيّم وضعها الراهن فيما يتعلق بمسؤوليتها الاجتماعية ؟

أسئلة الدراسة:

من هذا السؤال تتفرع الأسئلة الآتية:

1. ما اتجاهات الموظفين في المؤسسات الصناعية نحو المسؤولية الاجتماعية هل هي مسؤولية قانونية أم استجابة اجتماعية؟
2. هل يتمتع مديرو الشركات التي تتحمل المسؤوليات الاجتماعية بالمهارات المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية مما يساعدها في تحسين سمعتها السوقية؟
3. ما مجالات المسؤولية الاجتماعية (البيئية، والاقتصادية، والقانونية، والاجتماعية، والثقافية) للمؤسسات الصناعية؟
4. ما العوامل التي تساعد المؤسسات الصناعية في القيام بمسؤولياتها الاجتماعية؟
5. ما العوامل التي تعيق المؤسسات الصناعية عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في تحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية من خلال:

1. التعرف على اتجاهات الموظفين في المؤسسات الصناعية نحو قيام شركاتهم بأعباء المسؤولية الاجتماعية.
2. معرفة مدى توفر المهارات المطلوبة لدى المديرين لممارسة الأنشطة الاجتماعية.
3. تحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية: القانونية، والاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، والبيئية.
4. تحديد أهم العوامل التي تساعد الشركات الصناعية في القيام بواجباتها الاجتماعية أو تعيقها عن ذلك.
5. قياس صورة المنشأة المجتمعية، من خلال تقدير نموذج كمي يتناسب مع طبيعة البيانات محل الدراسة
6. قياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية، أيضاً من خلال تقدير نموذج كمي يتناسب مع طبيعة البيانات محل الدراسة

أهمية الدراسة:

نظراً لاهتمام الشركات والمؤسسات العامة والخاصة بموضوع المسؤولية الاجتماعية، فإن هذه الدراسة تعتبر مهمة من الناحيتين العلمية والعملية.

1. تستخدم هذه الدراسة أهميتها من كونها من الموضوعات القليلة التي تتناول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية في المنطقة العربية وخصوصاً في المملكة العربية السعودية، ناهيك عن كونها من الدراسات القليلة النادرة التي تسعى إلى تحديد اتجاهات الموظفين في تحمل شركاتهم مسؤولياتها الاجتماعية، والتعرف على أهم المهارات المطلوبة للقيام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى تحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية.

2. كذلك تمثل هذه الدراسة إضافة معرفية وعلمية للمكتبة العربية التي تفتقر لمثل تلك الدراسات الميدانية.

ويمكن القول من جهة أخرى: إن الأهمية العملية لهذه الدراسة تعود بالفائدة على عدة جهات:

1. الشركات الصناعية التي تعمل في بعض الأحيان على تحمل مسؤولياتها الاجتماعية دون الإفصاح عنها، وتوضيحها لموظفيها. ويمكن القول، بالإضافة إلى ما سبق، إن توجيه اهتمام الشركات للعناية بالمسؤولية الاجتماعية يحسن من صورتها أمام جمهور المستفيدين من خدماتها وأنشطتها الاجتماعية، ويساعدها في زيادة حصتها السوقية، ومبيعاتها، وتعزيز ميزتها التنافسية.
2. لا يمكن التغاضي عن أن المستفيد الأكبر من قيام الشركات بالأنشطة الاجتماعية هي الفئة التي تستهدفها تلك الأنشطة أفراداً كانوا أو جمعيات في المجتمع. خصوصاً أن تلك الفئة المستهدفة ستتمكن من سد النقص في حاجاتها.
3. كذلك ستستفيد الحكومة من هذه الدراسة وذلك من خلال مساعدتها في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية، والحض على تفعيل دور الشراكة المجتمعية بغرض تحقيق التنمية المستدامة، ناهيك عن تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في تقديم الخدمات الصحية، والثقافية، والاقتصادية، والتعليمية وغيرها.
4. وأخيراً، ستكون هذه الدراسة عوناً للباحثين والمهتمين في مجال المسؤولية الاجتماعية.

الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية:

وجه الباحثون الأكاديميون في السنوات الأخيرة اهتمامهم نحو دراسة الآثار الاقتصادية والإدارية للمسؤولية الاجتماعية للشركات. إن شركات اليوم أصبحت تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية من خلال ممارسة الأنشطة المتنوعة متجاوزة المتطلبات القانونية، والبيئية، ساعية نحو تحقيق هدف اجتماعي غالباً ما يكون من أحد أهدافها الاستراتيجية، كإنتاج منتجات صديقة للبيئة، أو استخدام مواد معادة التدوير، أو حتى تحويل المصانع إلى مصانع ذات انبعاثات غازية أقل ضرراً على المجتمع؛ وقد يكون ذلك استجابة للضغوط التي تواجهها من المستهلكين، والموظفين، والموردين، والحكومة، وخلافه؛ ولا بد من الإشارة إلى أن تلك الشركات لا تمارس تلك الأنشطة من منظور اقتصادي إلا إذا كانت المنافع التي تحققها تفوق التكاليف (Baron, 2001; McWilliams et al., 2006).

تعود بذور المسؤولية الاجتماعية والشراكة المجتمعية إلى الثورة الصناعية، إذ أدى تسارع انتشار الآلة إلى ظهور المدن الصناعية، وأصبح هناك حاجة إلى البنى التحتية للإضاءة، والسكك الحديدية، وأنظمة الصرف الصحي، وخلافه، وكانت أسرع تلك المدن نمواً تلك التي تموتعت حول الأنهار إذ أقيمت القنوات، وشبكات المواصلات، وتغيرت الحياة جذرياً حتى زادت الفجوة بين الأغنياء الذين أصبحوا أكثر غنى وبين الفقراء الذين اشتدت معاناتهم بسبب التغيرات الصناعية والبيئية. كان الهدف الأساسي لرجال الأعمال، الذين اتسع نطاق أعمالهم نحو تعظيم الأرباح، فتنامت الثروة والقوة بيدهم؛ وكانت استجابة رجال الأعمال للمشكلات الاجتماعية والبيئية أحادية (فردية) إذ يرى القطاع الخاص أن الدولة هي المسؤولة مسؤولية كاملة عن رعاية أبناء المجتمع، وتأمين احتياجاتهم؛ وكانت عبارة: "الغني في قصره، والفقير عند العتبة" *"the rich man in his castle, the poor man at his gate"* هي السائدة في تلك الحقبة التي استمرت من نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين. لقد جعل ذلك العديد من ساسة بعض الدول العظمى كبريطانيا، والولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا، ومن ثم اليابان في مواجهة معضلة كبيرة منها الأزمات الاقتصادية (في بداية القرن العشرين)، وندرة بعض الموارد، وانخفاض الأجور، وظروف العمل السيئة، وظهور نقابات العمال، وقد كانت آثارها السلبية تعود على الفقراء، والبيئة، والمجتمع عموماً. وهنا كانت بوادر مرحلة ثانية من مراحل نمو المسؤولية الاجتماعية، إذ ظهرت بعض التيارات التي نادى بضرورة حماية حقوق أصحاب المصلحة؛ أي تلك الأطراف ذات العلاقة بأعمال الشركة والمتمثلة في الزبائن، والموظفين، والموردين، والدائنين، والمدينين، والحكومة؛ فكان أن سنت الحكومات القوانين التي تستوعب الوضع الاجتماعي، وتجعله ملزماً على الشركات. ولكن مع تحول الشركات من شركات فردية إلى شركات مساهمة، وتوسع أعمالها، ورأسها، سعى بعض رجال الأعمال إلى تحسين ظروف العمل والمعيشة لموظفيهم؛ لتبدأ المرحلة الثالثة من مراحل تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية إذ واجهت الشركات التطور التكنولوجي، اضطرتها إلى تطوير نوعية الحياة لموظفيها، وتقديم سلع وخدمات أكثر تقدماً وقد رافق ذلك تأثيرات سلبية أثرت في المستهلكين من تلاعب الأسعار، وحجب المعلومات عن الموظفين، بالإضافة إلى إهمال في قواعد صحة العاملين وسلامتهم، والتلوث البيئي، والفساد الإداري (Cannon, 2012) والبكري والديوه جي (2001).

اعتبر (Robbins and Judge, 2017) ويحيى وآخرون (2012) مفهوم المسؤولية الاجتماعية على أنه نشاط للشركة، تهدف من خلاله تقديم الرعاية الاجتماعية، وتحسين الظروف الاجتماعية أو البيئية؛ ولكي يمكن فهم هذا الموضوع لابد من مقارنته بمفهومين أساسيين هما: الالتزام الاجتماعي Social Obligation، والاستجابة الاجتماعية Social Responsiveness.

ليس الالتزام الاجتماعي للشركة إلا مشاركتها في الأعمال الاجتماعية بسبب التزامها بتلبية بعض المسؤوليات الاقتصادية والقانونية؛ فالمنظمة تقوم بما هي ملزمة به لا أكثر ولا أقل. وتنطلق هذه الفكرة من الرأي الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية، وهو رأي يرى أن وظيفة المسؤولية الاجتماعية الوحيدة للشركة هي تعظيم الأرباح. ويعتبر المفكر الاقتصادي فريدمان Friedman الأكثر دعماً لهذا النهج، معتبراً مسؤولية المدير العام الأساسية تسيير الأعمال لمصلحة حملة الأسهم، والذين تتركز اهتماماتهم بالنواحي المالية. وذكر أيضاً أنه عندما يقرر مديرو الشركة المشاركة في بعض الأعمال الخيرية والاجتماعية، فإنها تضيف إلى التكاليف الكلية للشركة، وهي تكاليف يتم تمريرها إلى المستهلكين من خلال ارتفاع أسعار السلع والخدمات، أو تقليل أرباح الأسهم والسندات. ولابد من الإشارة إلى أن فريدمان لا ينادي بأن لا تتحمل المنظمات المسؤولية الاجتماعية، ولكن هذا هو تفسيره للمسؤولية الاجتماعية، وهو تفسير يقضي بتحقيق أقصى قدر من الأرباح لحملة الأسهم، (العامري، والغالي، 2011).

إن مفهوم الاستجابة الاجتماعية Social Responsiveness والمسؤولية الاجتماعية Social Responsibility يعكسان وجهة النظر الاجتماعية-الاقتصادية (الاقتصادية)، التي تقول: إن مسؤوليات المديرين الاجتماعية تتجاوز تحقيق الأرباح لتشمل حماية رفاه المجتمع وتحسينه. ويستند هذا الرأي إلى الاعتقاد بأن الشركات ليست كيانات مستقلة، مسؤولة فقط أمام حملة الأسهم، ولكن لديها التزام أكبر تجاه المجتمع عموماً. لقد تبنت العديد من المنظمات في بعض دول العالم وجهة النظر هذه، إذ وضحت إحدى الدراسات أن 84% من المديرين يؤيدون ضرورة تحقيق التوازن بين الالتزامات تجاه المساهمين والالتزامات تجاه الصالح العام. وفي دراسة أخرى أجريت في بعض الدول العربية (لبنان، وسورية، والأردن) تهدف إلى قياس الاتجاهات النفسية للمديرين نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات، وضحت وجود توجهات قوية بين الغالبية العظمى من المديرين في المنطقة لأهمية تحمل المسؤولية الاجتماعية (Jamali, et al. 2009). وتعني الاستجابة الاجتماعية للشركة استجابتها لحاجات المجتمع لتحكم المديرين فيها المعايير والقيم الاجتماعية، وغالباً ما تتوافق قراراتهم وتصرفاتهم مع مصلحة السوق. وعلى النقيض من ذلك، يمكن القول: إن للشركات التي تتحمل المسؤولية الاجتماعية منظوراً آخر، فهي تتخطى ما هو مطلوب منها قانونياً، وتختار أن تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية بغرض تقديم المساعدة، والعمل على تحسين المجتمع لأنه الشيء الصحيح الذي ينبغي عمله، (Robbins and Judge, 2017).

عند المقارنة بين المسؤولية الاجتماعية والاستجابة الاجتماعية أورد كل من Robbins et al. 2011، أنه يمكن القول: إن المسؤولية الاجتماعية تأخذ في الحسبان النواحي الأخلاقية، في حين تركز استجابة الشركة على الأنشطة الاجتماعية، وعلى المنفعة المحققة للشركة. إن ممارسي المسؤولية الاجتماعية يركزون على الآثار بعيدة المدى التي تعود بالنفع على كافة أطراف المجتمع، وعلى نقيضهم يكون ممارسو الاستجابة الاجتماعية الذين يهتمون بالنتائج على المدى القصير والمتوسط. ولتوضيح ما تقدم، يمكن القول: إنه إذا كانت الشركة تتمتع عن تلويث البيئة لأن القانون يتطلب ذلك، فإنها تكون قد حققت الالتزام الاجتماعي بسبب اللوائح والأظمة القانونية؛ ولكنها عندما توفر دور رعاية للأطفال لموظفيها، على الرغم من عدم إلزامها قانونياً، واستخدمت منتجات معادة التصنيع، تكون قد حققت الاستجابة الاجتماعية. إن الإجراءات الاجتماعية التي تتخذها العديد من الشركات، يمكن النظر إليها على أنها استجابة اجتماعية أكثر من كونها تمهلاً للمسؤولية الاجتماعية؛ ومع ذلك، فإن تلك التصرفات تنصب في مصلحة المجتمع. وهذا ما أكدته (McWilliams et al. 2006) من أن هناك وجهات نظر كثيرة انصبّت على موضوع المسؤولية الاجتماعية؛ لعل من أولها النظر في المسؤولية الاجتماعية للشركات كونها تعكس تحقيق مصالح ذاتية السلوك للمديرين، مما أثر بدوره سلباً في ثروة المساهمين؛ فمن غير الكافي أن يعمل المديرون على إشباع حاجات حملة الأسهم، وملأك الشركة، فهؤلاء عليهم التزامات اجتماعية من مصلحتهم الالتزام بها، هذه الالتزامات ليست ربحية، ولكنها مهمة لأن غيابها سيجعل أصحاب المصلحة يمتنعون عن تقديم الدعم للشركة. وقد كان للبعد الأخلاقي والمعنوي فيما بعد أهمية في توضيح دور المسؤولية الاجتماعية، فقرار "القيام بالشيء الصحيح" دون النظر إلى كيفية اتخاذ مثل هذه القرارات يؤثر في أداء الشركة المالي. وفي مرحلة لاحقة وُظِّفَت المسؤولية الاجتماعية في خدمة الأهداف الإستراتيجية للشركة في تقديم السلع والخدمات لجذب المستهلكين. وتحولت لاحقاً النظرة إلى المسؤولية الاجتماعية إلى "عرض وطلب" مما يعني أنه يمكن تحديد المستوى الأمثل لتحمل الشركة مسؤولياتها الاجتماعية من خلال تحليل التكلفة والعائد، خصوصاً عندما توظف مثل تلك المسؤوليات

في خلق ميزة تنافسية مستدامة للشركة. وأخيرا ذكر الباحثون من خلال مراجعتهم للأدبيات السابقة وجود علاقة إيجابية بين بعض أوجه القيادة التحويلية وممارسة الشركة لمسؤولياتها الاجتماعية إستراتيجيا.

وبناء على ما سبق يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها "نية الشركة في تخطي التزاماتها القانونية والاقتصادية، لوضع الأمور في نصابها الصحيح، والتصرف بما يتوافق مع مصلحة المجتمع". يتضح من هذا التعريف أن الشركات لا تكفي بالالتزام بالجوانب القانونية والاهتمام بمصلحة حملة الأسهم فحسب بل تضيف بعداً أخلاقياً في المشاركة في جعل المجتمع أفضل، (Robbins et.al, 2011).

ما تقدم يمكن القول: إن للمسؤولية الاجتماعية دوراً أساسياً في بناء علاقات متينة بين الشركة والمجتمع من جهة، وبين الشركة والحكومة من جهة أخرى. فالفوائد التي تعود على الشركة تقسم إلى نوعين الأول مادي والثاني معنوي، يتمثل الأول في زيادة الأرباح، وارتفاع نسب الإنتاجية، ورضا المستهلكين، وولاء الموظفين، وتحسين سمعة الشركة، وارتفاع مبيعاتها. وعندما لا تلتزم الشركة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية فإنها ستكون عرضة لزيادة التكاليف التي ستدفعها للمتضررين خصوصا إذا ما اتهمت بتلويث البيئة. كما أنها ستكون عرضة للمقاطعة من بعض الجهات الحكومية وغير الحكومية عندما لا تنصاع إلى تلك المبادئ. أما المستفيد الثاني من تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية فهو المجتمع الذي تزداد نسبة التكافل الاجتماعي بين أطراف مستوياته، ناهيك عن الاستقرار الاجتماعي وتحقيق العدالة، وزيادة الوعي بضرورة توحيد المصالح بين الشركات والمجتمع. وأخيراً تستفيد الحكومة من تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية في تخفيف الأعباء والمتطلبات الصحية، والثقافية، وتخفيض نسب البطالة، والتطور التكنولوجي. لذلك ينبغي على الشركات أن تطور من تفكيرها الاستراتيجي لتدخل في رؤيتها ورسالتها وخططها الإستراتيجية ما من شأنه دعم المسؤولية الاجتماعية وإدارتها، (Wolczek, 2014).

العوامل المساعدة للشركات في تحمل مسؤولياتها الاجتماعية:

إن اهتمام المجتمع، والحكومة، والشركات المتزايد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية يدفع الشركات إلى زيادة الاهتمام بممارسة الأنشطة الاجتماعية التي تعود عليها بالفائدة المادية والمعنوية، وتتمثل تلك المنافع في زيادة أرباح الشركات، وتخفيض تكاليف التشغيل؛ فعلى سبيل المثال، هناك عدد من المبادرات التي تعمل على الاهتمام بالبيئة كتحليل الغازات، وتخفيض استخدام المواد الكيماوية، والنفايات، وتشجيع إعادة التدوير. كما أن الشركات تعمل على تحسين بيئتها الداخلية من خلال وضع برامج تدريبية تساعد الموظفين على زيادة أدائهم وإنتاجيتهم، وتقليل نسب غيابهم، (Vveinhardt and Zygmantaite, 2015).

لا يمكن للمرء تجاهل قدرة الشركة على تحسين سمعتها عندما تقدم خدمات للمجتمع، وعندما تلتزم بمستوى من الشفافية، ووضاعة قواعد واضحة وصارمة تعبر فيها عن مستويات النزاهة، آخذة بالحسبان مراعاتها للاعتبارات البيئية والاستثمار بالعنصر البشري. ناهيك عن زيادة مبيعات الشركة وولاء المستهلكين، والرفع من جودة المنتجات، وتقليل نسب التالف، وزيادة الفعالية والكفاءة، وتحسين بيئة العمل من خلال زيادة التفويض للموظفين ومشاركتهم في صنع القرار، (عطيان وآخرون، 2016). يسهل على المنظمات التي تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية أن تعين قوى عاملة تتمتع بمجدارة وكفاءة عالية، وتحافظ عليهم، مما يقلل من تكاليف الاستقطاب والتعيين والتدريب. إضافة إلى تحقيق التوافق والانسجام بين قيم الشركة وقيم موظفيها إلى جانب قيم المجتمع مما يساعد في إيجاد بيئة عمل إيجابية، (Jain, and Jain, 2013).

عوائق المسؤولية الاجتماعية:

إن بعض التحديات التي يمكن أن تقف حجر عثرة في طريق أداء الشركات أنشطتها الاجتماعية تعود إلى معوقات إدارية تكمن في عدم وجود متخصصين إداريين لديهم المهارة في موازاة تلك الأنشطة، والتواصل مع الفئة المستفيدة من تلك الأنشطة، بالإضافة إلى أن موازاة أنشطة المسؤولية الاجتماعية تعتبر حديثة بالنسبة إلى الشركات، مما يتطلب خبرة بالأمر الاجتماعية، ناهيك عن ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وإهمال الإدارات العليا في إشراك الإدارات الأخرى في المشاركة في وضع استراتيجيات متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية؛ بالإضافة إلى ضعف الاتصال بين الشركة وفئات المجتمع المختلفة، (حمدي، 2013؛ الزويد، 2013؛ يحيى وآخرون، 2012).

أما المعوقات القانونية فيمكن صياغتها في عدم وجود أنظمة وضوابط تضعها الحكومة، تفرض فيها على الشركات ضرورة القيام بأنشطة اجتماعية باستمرار. كذلك لعدم وجود ضوابط وأدلة أخلاقية في الكثير من الشركات تفرض على الموظفين والمديرين ضرورة ممارسة أعمال تطوعية للمجتمع، (الحشورم وآخرون، 2012).

أخيراً، يمكن القول: إنه إذا كان هدف الشركة زيادة الأرباح، وكانت نظرتها إلى أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية سيزيد من تكاليفها، ويقلل من أرباحها، ومن قدرتها على مواجهة المنافسة؛ في تلك الحالة يكون من الصعوبة بمكان الجمع بين العمل المربح والمشاركة المجتمعية، كونه يتطلب تضحية ببعض الموارد المالية التي ستعود بشكل غير مباشر بالمنفعة طويلة الأجل على الشركة، ولكن إن كانت الشركة تهتم بجني الأرباح على المدى القصير فغالبا لن تتوجه إلى دعم تلك الأنشطة الاجتماعية، (Levis, 2005).

الدراسات السابقة:

في دراسة قام بها (حسين والجميل، 2012) هدفت إلى تحديد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، وانعكاسها على أخلاقيات العمل. استهدفت الدراسة عينة من العاملين في بعض المستشفيات في مدينة الموصل، توصل الباحثان إلى أن هناك العديد من الأبعاد الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين على الشركات الأخذ بها لأنها تعزز من ولائهم الوظيفي. ودلت النتائج على أن كافة المشاركين في الدراسة متفقين على أهمية قيام الشركات بتحمل مسؤولياتها الاجتماعية. وفي ذات السياق هدفت دراسة (Hee, et al. 2017) إلى فهم كيفية استجابة المراهقين للأنشطة الاجتماعية للشركات، خاصة أثر هذه الأنشطة في الاستجابات العاطفية المستهلكين، والاتجاهات تجاه الشركة. كانت متغيرات الدراسة ثلاث: إحداها له صلة بالمهنة، وآخر بالبيئة، وثالث بالرفاهية، عبر ما تقدمه الشركة من نوعين من المنتجات (الأطعمة غير الصحية، والأطعمة الصحية). دلت النتائج على أنه عندما تقدم الشركة الأغذية الصحية مع برامج للمسؤولية الاجتماعية فإن له أثراً كبيراً في اتجاهات المراهقين وردود أفعالهم الإيجابية مع استجابات أفضل من تقديم الشركة للأغذية غير الصحية مترافقة مع تقديم برامج المسؤولية الاجتماعية. أما (Im et al., 2017) فدرسوا علاقة مشاركة الأفراد في تحمل المنظمة للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالأداء التنظيمي؛ فوزعوا استبانة على 393 موظف وموظفة في عدة قطاعات. ودلت النتائج على وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والرضا الوظيفي، الاندماج التنظيمي، والالتزام التنظيمي. واستنتج الباحثون أن المسؤولية الاجتماعية تؤثر في الأداء التنظيمي، وفي اتجاهات الموظفين وسلوكياتهم خاصة الالتزام العاطفي، والرضا الوظيفي، والدوران، بالإضافة إلى الثقة التنظيمية؛ هذا ما أثبتته دراسة أجريت على 315 فرداً في البرتغال، لذلك فإن فهم العلاقات التبادلية الاجتماعية في السياق التنظيمي تستدعي ربطها بالمسؤولية الاجتماعية، والأخذ بالحسبان أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء التنظيمي؛ (Gaudencio, et al., 2017)

إن تبني العديد من اقتصاديات العالم لمفهوم التنمية المستدامة جعل بعض شركات القطاع الخاص تتبنى خطوات أكثر ارتباطاً مع بيئتها الخارجية في ظل مجتمع تحصل منه على المدخلات ولتعيد إليه المخرجات على شكل سلع وخدمات، مما ألزمها بمضاعفة جهودها نحو بناء علاقات قوية مع المجتمع المحيط بها حتى تستطيع أن تحقق نجاحات في ظل منافسة قوية من شركات أخرى. وبالتالي أصبح القيام بمسؤوليات اجتماعية هو الحل الذي يمكن أن ترفعه تلك الشركات لتحقيق مزايا تنافسية ومكاسب اقتصادية، (راشي، 2013)

ذكرت جماعي وعبد العزيز (2012) أن المسؤولية الاجتماعية في عصرنا الحالي أصبحت تتبوأ حيزاً بالغ الأهمية في كافة الأصعدة كونها تزيد من رفاهية الأفراد، وتوطد أواصر الروابط بين أفراد المجتمع. لذلك اقترح الباحثان أهمية وجود جهة منظمة تعنى بوضع التنظيمات والقوانين الموجهة لتحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية حتى لا تتضارب أعمال العمل الخيري أو الأعمال التطوعية بأعمال المسؤولية الاجتماعية.

إن المعضلة الأساسية التي تواجهها بعض المنظمات تعود إلى ضعف محفزات المسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى غياب استراتيجيات خاصة بالمسؤولية الاجتماعية داخل الشركات، ناهيك عن عدم تغطية تلك الممارسات الاجتماعية في الاعلام. من مزايا تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية أنه يساعدها في بناء روابط قوية مع المجتمع، ويحسن سمعتها واسمها في السوق، بالإضافة إلى أنه يساعدها في تقليص تكاليف التشغيل، وتحسين نوعية المنتج، وزيادة المبيعات، وتعزيز ثقة المستهلك بالشركة، بالإضافة إلى تقوية علاقة الشركة بأصحاب المصلحة (نصر الدين، ومُجد، 2012)

يمكن لجهود المسؤولية الاجتماعية للشركات أن تؤثر في أي جزء من المنظمة، فغالبا ما تبدأ الشركات بالالتزام بمعالجة حقوق الإنسان، وتطبيق قوانين الأمن والسلامة، وتحقيق التنمية الاقتصادية، ووضع معايير حوكمة الشركات، وتنفيذ أساليب الوقاية الصحية، والتعليم، والإغاثة في حالات الكوارث البشرية. غالبا ما يمكن القول: إن برامج المسؤولية الاجتماعية أسهمت في الحد من فضاء الشركات؛ ناهيك عن زيادة اهتمام أصحاب المصلحة بالتركيز على أنشطة المسؤولية الاجتماعية، فضلا عن سن القوانين والأنظمة واللوائح. ولا يمكن إنكار دور وسائل الإعلام في

تعزيز أهمية تحمل الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية مما يقدم لها ميزة تنافسية، (Christie, 2009).

أجريت دراسة على عينة تكونت من (214) مشارك يعملون في شركات تصنيع الأدوية، هدفت إلى معرفة واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية المسؤولية الاجتماعية، تبين عدم وجود تكامل بين أنماط تبني المسؤولية الاجتماعية: الاقتصادي، والاجتماعي، والبيئي وكان جل اهتمام المؤسسة منصّباً على الجانب الاقتصادي على حساب الأنماط الأخرى. كذلك لم يوجد أي تأثير ذي دلالة إحصائية لرأس مال الشركة، والمدة الزمنية التي أنشئت فيها الشركة، على النمط الاقتصادي. كذلك لم يوجد تأثير لعدد العاملين في النمط الاقتصادي، والاجتماعي، والبيئي للمسؤولية الاجتماعية؛ بالإضافة لأن شكل الملكية لم يؤثر في النمط الاقتصادي والاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية (ياسين، 2008).

تنفق العديد من الشركات مبالغ طائلة في أعمال خيرية وإنسانية تساعد فيها المجتمع، رغبة من وراء ذلك تحسين صورتها السوقية، وزيادة عدد العملاء والزبائن المحتملين، متأثرة بعدة عوامل منها الظهور بمظهر "المواطن الصالح" (جعفر، 2007). وضح الباحث في دراسته أن نسبة (65%) من المشاركين في الدراسة تفهم بأن حل المشكلات الاجتماعية هو شكل من أشكال المسؤولية الاجتماعية القائم على التعاون بين الجهات المختلفة؛ في حين أجابت نسبة (71%) من المشاركين بأن المنفعة الكبرى التي حققت من جراء مشاركة شركاتهم في القيام بأعمال المسؤولية الاجتماعية تكمن في زيادة ولاء الموظفين، و"إظهار الامتنان والتقدير بصورة رسمية عبر القنوات الإعلامية". أما التحديات التي تواجه الشركات فهي "عدم وجود أفكار جديدة وتكرار الطلبات المتشابهة من هيئات المجتمع المدني" (جعفر، 2007: 8).

هدفت دراسة الجربوع (2007) إلى التعرف على مدى وجود منظمات أعمال من الشركات والمؤسسات وغيرها، متخصصة بممارسة المسؤولية الاجتماعية في قطاع غزة. وزعت 70 استبانة على عدد من المديرين الماليين والمحاسبين في بعض الشركات الفلسطينية في قطاع غزة. وتبين من نتائج الدراسة أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لم تحظ بالقدر الكافي من الاهتمام من جانب الجمعيات المهنية، وأن الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية إطار غير محدد المعالم، وأن الأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية يمكن تقنينها. وطالب الباحث بضرورة الالتزام بالقوانين والأنظمة لحماية البيئة من التلوث، وضرورة وجود أنظمة صارمة لحماية صحة العاملين، واستهلاك الموارد، وحض الشركات على الاهتمام بتعليم موظفيهم.

وكانت أبعاد المسؤولية الاجتماعية بالنسبة إلى حمدي (2013) تكمن في ثلاثة مستويات: مسؤولية تجاه المالكين وحملة الأسهم، ومسؤولية تجاه أصحاب المصلحة الذين لهم علاقة بالمنظمة، ومسؤولية المنظمة تجاه المجتمع والبيئة. وبناء عليه فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات تكون في بعدين: أولهما البعد الداخلي الذي يهتم بالأداء الاجتماعي، ويرتبط ارتباطاً مباشراً بالموظفين، والثاني البعد الخارجي المرتبط ارتباطاً قوياً بالمبادرات التي تقدمها الشركة للمجتمع والبيئة الخارجية.

ذكر قريطم وآخرون (1410هـ) أن نطاق المسؤولية الاجتماعية التي تتحملها الشركات تشمل مجالات عديدة منها: حماية البيئة، وإقامة علاقات جيدة مع المواطنين والمستهلكين، والالتزام بتقديم سلع وخدمات لا تمس سلامة المجتمع، ودعم التعليم والبحث العلمي، والمساهمة في حل مشاكل اقتصادية كالبطالة.

من الدراسات التي أجريت حول دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تنمية المجتمع السعودي، أوضح الأسرج (2014) أنه على الرغم من عدم وجود اتفاق بين الشركات السعودية حول تعريف المسؤولية الاجتماعية إلا أن هناك تزايد ملحوظ في تحمل تلك الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية وإعطائها أولوية كبرى كونها تسهم في تحقيق التنمية المستدامة التي تسعى إلى تحقيقها المملكة العربية السعودية؛ ناهيك عن الفوائد العديدة التي تعود على المجتمع كالبينة النظيفة، وتحسين العلاقة بين الشركات وأصحاب المصلحة. كذلك أورد الأسرج دراسة (تمكين للدراسات والبحوث، 2007) أجريت على أكثر من 100 شركة سعودية بينت أن المسؤولية الاجتماعية هي جزء من القيم الأخلاقية والدينية، وأن الشركات السعودية التي تتحمل المسؤولية الاجتماعية فإنها تقوم بتقديم التبرعات والهبات للجمعيات الخيرية؛ في حين أن تلك الشركات لم تضع استراتيجية خاصة للمسؤولية الاجتماعية وبالتالي لا يوجد لها آليات تسهم من الاستفادة منها. أضف لما سبق، فإن مملكة البحرين شكلت لجنة لتحديد المواصفات الدولية للمسؤولية الاجتماعية تجاوباً مع متطلبات المنظمة الدولية للأيزو ISO 26000 تكون مهمتها وضع دليل إرشادي لمبادئ المسؤولية والشراكة المجتمعية في الشركات العاملة في القطاع الحكومي والخاص، (الأسرج 2014).

وكذلك قام السحيباني (2009) بدراسة هدفت إلى التعرف على مدى تبني الشركات في المملكة العربية السعودية مفهوم المسؤولية الاجتماعية، والتعرف على تأثيرات المسؤولية الاجتماعية في المجتمع السعودي، ودورها في محاربة الفقر، وتحقيق التنمية. وخلص الباحث إلى أن

هناك غياباً لآليات واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية داخل الشركات. بالإضافة إلى محدودية الأنشطة التي تمارسها الشركات السعودية في مجال خدمة المجتمع، وعدم تعاون وسائل الإعلام في الاعلان عن الأنشطة التي تقوم بها الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية، ناهيك عن غياب التقييم والدراسات المتخصصة عن تأثير البيئة والمجتمع على قطاع الأعمال.

وقدم الحارثي (2009) ورقة عمل عن تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ أسس المسؤولية الاجتماعية، أوضح فيها أنه يؤخذ على شركات القطاع الخاص في المملكة الخلط بين العمل التطوعي والمسؤولية الاجتماعية، وأنه لا توجد برامج خاصة بالمسؤولية الاجتماعية تهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة وأعاد الباحث ذلك إلى ضعف انتشار ثقافة المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى عدم وضوح مفهومها لدى الشركات؛ ولكن ذلك لم يمنع بعض الشركات من المشاركة في تقديم بعض الأنشطة الاجتماعية. ورأى الباحث أن نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية تتطلب وجود قناعة لدى القائمين عليها عن أنها "التزام وليس إلزام"، كما حض على ضرورة الأخذ بالمنهج العلمي للتخطيط للأنشطة الاجتماعية، مع ضرورة توفر وسائل تخفيزية للمنشآت، مشترطاً ضرورة تعميم تجارب الشركات الرائدة ونشرها في الإعلام. يمكن للقطاع الخاص أن يسهم في تقديم الخدمات والمساعدات الاجتماعية، والصحية، والتعليمية، والتدريبية، وتحسين البنى التحتية والمرافق العامة، بالإضافة إلى دعم الأنشطة الحكومية، والإغاثية.

يتضح مما تقدم أن الأبحاث السابقة أجمعت على أهمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات، ولكنها، أي الأبحاث، قد أخفقت في تناول الأبعاد المتعددة للمسؤولية الاجتماعية؛ فعلى سبيل المثال تناولت دراسة العصيمي (2013) ودراسة الدلبيحي (2011)؛ في حين توجهت دراسة أخرى (الجربوع، 2007) نحو التعرف على المسؤولية الاجتماعية من حيث مجالاتها، وتأثيرها في الأداء، وتحديد الدور الفعال للمسؤولية الاجتماعية. في حين سلطت الضوء دراسة جماعي وعبد العزيز (2012) على التحديات وسبل التغلب عليها، وتأثير علاقة المسؤولية الاجتماعية في المجتمع. وانطلاقاً مما تقدم، يمكن القول: إن هذه الدراسة تتميز عن غيرها من الدراسات الآفة الذكر في أنها ستجمع في طياتها التعريف بالمسؤولية الاجتماعية، وستتطرق إلى اتجاهات العاملين تجاه مؤسساتهم، وتحديد مهارات المديرين المطلوبة في ممارسة الأنشطة الاجتماعية، بالإضافة إلى تحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية، وتحديد العوامل التي تساعد أو تعيق تنفيذ الأنشطة الاجتماعية في إطار بناء مسحي تحليلي.

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على أسلوبيين أساسيين من أساليب البحث العلمي لتحقيق أهدافها وهما: الدراسة النظرية: وذلك بالاطلاع على المراجع والمصادر الثانوية المتمثلة في الكتب والأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة والأبحاث العلمية وذلك باللغتين العربية والإنجليزية. والدراسة الميدانية: اعتمد فيها الباحثين على المنهج المسحي الذي يعد مناسباً لطبيعة مثل هذه الدراسات، بوصفها دراسات تهتم بتقصي الآراء ومعرفة الاتجاهات، وذلك بهدف تشخيص مشكلة الدراسة وتحليلها واستخراج النتائج وصياغتها وتفسيرها ومناقشتها وذلك باستخدام استبانة وزعت على عينة من موظفي القطاع الخاص الصناعي السعودي في مناطق عدة بالمملكة.

مجتمع البحث والعينة:

يمثل مجتمع البحث في كافة المؤسسات الصناعية العاملة في المملكة العربية السعودية، وكذلك منسوبي هذه المؤسسات الذين هم على رأس العمل، واعتمد الباحثان إتباع طريقة العينات العشوائية البسيطة، في اختيار مفردات هذه العينات، وفقاً لحجم المجتمع الخاص بكل عينة، ودرجة الثقة، إذ وزعت بيانات البحث الأولية، على عدة مناطق في المملكة، وفقاً لعدد المنشآت الصناعية بالمملكة، وبالتحديد من المناطق الصناعية الآتية: (الاحساء 2 - الخرج - الدمام 2 - الرياض 2 - جدة 3). أما فيما يتعلق بحجم العينة فإنه في ظل درجة ثقة 95%، ومستوى الخطأ 5%، وتوافر الخاصية في المجتمع بنسبة 50% (لأنه عند هذه النسبة يتحقق أعلى حجم للعينة)، فإن الحد الأدنى لحجم العينة يكون 384 مفردة. وبناء على ذلك، وللحصول على عدد كاف يفوق الحد الأدنى لحجم العينة وزعت (500) استبانة، وبمساعدة مسؤولي إدارات العلاقات العامة في تلك الأجهزة تم اختيار مفردات عينة الدراسة بطريقة عشوائية. وقد ساعد في توزيع الاستبانات عدد من مساعدي الباحث المديرين على كيفية التعامل مع توزيع الاستبانات واستعادتها.

المؤسسات الصناعية في المملكة العربية السعودية:

اهتمت حكومة المملكة العربية السعودية بجميع أنواع التنمية وعلى وجه الخصوص التنمية الصناعية، فأوجدت السياسات والبرامج والإستراتيجيات التي عملت عليها مختلف مؤسسات الدولة، وإسهام كبير من القطاع الخاص السعودي. وتتضمن الإستراتيجية العمل على تطوير

المدن والمجمعات الصناعية، وتأهيل الكوادر الوطنية الشابة وتوجيهها للعمل في هذا القطاع، إضافة إلى تعزيز الاستثمارات الصغيرة والمتوسطة لشباب وشابات الأعمال. وتسعى وزارة الطاقة والصناعة والثروة المعدنية الى تذليل كافة العقبات أمام المؤسسات الصناعية إذ قامت خلال الآونة الأخيرة بتطوير الإجراءات والآليات الخاصة بمنح التراخيص والخدمات للمصانع الوطنية. واستحدثت برنامجاً لتابعة المشاريع الصناعية، وتقديم المشورة والدعم الفني لها، وإقامة صندوق التنمية الصناعية. وقد بلغ عدد المصانع المرخصة في المملكة في عام 2016 حوالي 7746 مصنعا بزيادة 11% عن العام الذي سبقه، موزعة على المناطق الآتية: الرياض، مكة المكرمة، المنطقة الشرقية، المدينة المنورة، القصيم، عسير، جازان، تبوك، حائل، الجوف، نجران، الحدود الشمالية، الباحة (الصباح، 2017).

أسهمت وزارة الطاقة والصناعة والثروة المعدنية في تطوير القطاع الصناعي، فقد أطلقت الوزارة خدمات إلكترونية منها: خدمة الترخيص الصناعي والعمل على تفعيل الآليات والأنظمة الخاصة بتوطين المشتريات الحكومية، ونظام الإعفاءات الجمركية؛ ومنح تسجيل العالة إلكترونياً بالربط مع وزارة العمل، والانتفاء من تصنيف كل المشاريع الصناعية بحسب التصنيف الصناعي الدولي الموحد ISIC4. كما أنشأت الوزارة إدارة للمتابعة بغية تفعيل الرقابة والإشراف على المصانع المرخصة للتأكد من آليات التنفيذ، (موقع وزارة الطاقة والصناعة والثروة المعدنية، 2017).

لقد تنوعت المنشآت الصناعية في المملكة العربية السعودية ومنها: صناعة المعادن اللافلزية، المنتجات الغذائية، منتجات المعادن، منتجات المطاط واللدائن؛ صناعة المواد الكيماوية ومنتجاتها، صناعة الأثاث، صناعة الورق ومنتجات الورق، صناعة الآلات والمعدات، مصانع المنسوجات ومصانع الملابس ومصانع الخشب والفلين، ومصانع المعدات الكهربائية، المنتجات الصيدلانية الأساسية والمستحضرات الصيدلانية، وصناعة المركبات ذات المحركات والمركبات المقطورة ونصف المقطورة وصناعة فحم الكوك والمنتجات النفطية المكررة، وصناعة معدات النقل الأخرى، (صندوق التنمية الصناعية السعودي).

وفيما يخص تعزيز دور المؤسسات الصناعية، لدى المملكة العديد من الجهات الحكومية التي تدعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة في جميع المجالات، من أهمها: الدعم المالي، تقديم المشورة الفنية، وتوفير كافة التسهيلات اللازمة لتلك المشاريع. وفي السنوات الخمس الماضية، زادت الحاجة إلى توظيف العمالة المحلية لتوأكب التطور الصناعي الحاصل. ويمكن القول، إن اقتصاد المملكة العربية السعودية يواكب اقتصاديات المعرفة الحديثة المعتمدة على استخدام أحدث أساليب التقنية لرفع مستوى الأداء، فبعد أن أصبحت التقنية الأداة الأساسية للمزايا التنافسية، ومعياراً للتقدم، تبنت المملكة سياسة تهدف إلى إعداد القوى العاملة في مجالات العلوم والتقنية، وكذلك رعاية البحث العلمي بما يفي باحتياجات التنمية المستدامة. وفي الختام، يمكن القول: إن المملكة في إطار العمل على تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للصناعة؛ أوجدت عدة مدن صناعية منها ينبع والجبيل، تشرف عليها هيئة المدن الصناعية بالإضافة لإشرافها على منطقتي تقنية (مجمع تقنية المعلومات والاتصالات، ووادي الرياض للتقنية)، كما يتم العمل على تخصيص مناطق أخرى لاستقطاب المزيد من الاستثمارات.

العوامل المؤثرة في قيام المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية

قام الباحثان بدراسة وتحليل العوامل المؤثرة في قيام المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية بالمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال تحليل البيانات الأولية المستقاة من استبيانات الدراسة، والتي تتعلق باستطلاع آراء الأطراف المعنية بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية في المملكة. وقد استخدم الباحثان بعض الأساليب الإحصائية اللامعلمية Non-parametric Statistics Techniques، المناسبة التي تحقق الغرض من هذه الدراسة، وهي:

- معامل الثبات Reliability Coefficient: ويختبر مدى الحصول على نفس النتائج عند إعادة استطلاع الآراء باستخدام نفس استبيانات الدراسة
- معامل الصدق Validity Coefficients: و يقيس قدرة استبانة الدراسة على قياس المتغيرات الواردة بها
- إحصائية اختبار كمو وبارتليت KMO and Bartlett's Statistic: لاختبار مدى كفاية حجم عينة الدراسة
- اختبار مربع كاي Chi Square Test: لقياس معنوية العلاقة بين متغيرات الدراسة التابعة، والمتغيرات المستقلة

- معامل التوافق Contingency Coefficient: لقياس قوة العلاقة بين متغيرات الدراسة التابعة، والمتغيرات المستقلة وذلك على النحو الآتي:

الصدق والثبات وكفاية حجم العينة

قام الباحثان بتقدير معامل الثبات أو ما يسمى بمعامل ألفا كورنباخ Cronbach's Alpha، ومعامل الصدق، وكذلك قياس كفاية حجم العينة Measure of Sampling Adequacy، بإجراء اختبار كمو وبارتليت Kaiser-Meyer-Olkin [KMO] and Bartlett's Test للحكم على مدى كفاية حجم العينة، و يوضح الجدول رقم 1 النتائج التي تم التوصل إليها.

جدول رقم (1) : اختبارات الصدق و الثبات و كفاية حجم العينة

العينة	معامل الثبات	معامل الصدق	قيمة إحصائي اختبار كفاية حجم العينة [KMO and Bartlett's Test]
المؤسسات الصناعية	0.971	0.985	0.891

يتضح من الجدول السابق، ما يأتي:

1- فيما يتعلق بمعامل الثبات

يتضح أن قيمة معامل الثبات بلغت 0.971 في عينة المؤسسات الصناعية، أي أنه عند إعادة استخدام نفس الاستبانة لاستطلاع الآراء مرة أخرى، فإنه سوف يكون هناك ثبات في النتائج المتحصل عليها بنسبة لا تقل عن 97.1 %، وهذه النسب مقبولة لتحقيق أهداف الدراسة، طالما زادت عن 0.5

2- فيما يتعلق بمعامل الصدق

يتضح أن قيمة معامل الصدق بلغت 0.985 في عينة المؤسسات الصناعية، وهذا يعني أن هذه الاستبانة لديها القدرة على قياس المتغيرات الواردة بها بنسبة 98.5 %، وهذه النسب مقبولة لتحقيق أهداف الدراسة.

3- اختبار مدى كفاية حجم العينة

يتضح أن قيمة إحصائي اختبار KMO and Bartlett's Test بلغت 0.891 مما يدل على كفاية حجم العينة، إذ يعتبر حجم العينة كافياً طالما زادت هذه القيمة عن 0.5. (عاشور، 2005؛ المغربي، 2016)

تحليل اتجاهات العاملين نحو المسؤولية الاجتماعية

تتعلق الدراسة بتحليل وقياس العلاقات بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية وكل من اتجاهات العاملين بالمؤسسات الصناعية، والمهارات المطلوبة لدى المديرين بهذه المؤسسات، ومجالات المسؤولية الاجتماعية، على النحو التالي:

1. ما اتجاهات الموظفين في المؤسسات الصناعية نحو المسؤولية الاجتماعية هل هي مسؤولية قانونية أم استجابة اجتماعية؟
2. هل يتمتع مديرو الشركات التي تتحمل المسؤوليات الاجتماعية بالمهارات المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية مما يساعدها في تحسين سمعتها السوقية؟

3. ما مجالات المسؤولية الاجتماعية (البيئية، والاقتصادية، والقانونية، والاجتماعية، والثقافية) للمؤسسات الصناعية؟

أولاً: دراسة وتحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية واتجاهات الموظفين في كل منها

يوضح جدول رقم (2) تحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة واتجاهات الموظفين، على النحو الآتي:

جدول رقم (2)

تحليل اتجاهات الموظفين نحو المسؤولية الاجتماعية

اختبار Chi Square			المتوسط	اتجاهات الموظفين نحو المسؤولية الاجتماعية
ملاحظات	معامل التوافق	مستوى المعنوية		
مسؤولية قانونية				
توجد علاقة	0.45	0.000	4.19	تسعى الشركة إلى الامتثال لجميع القوانين التي تضعها الحكومة
توجد علاقة	0.39	0.024	4.26	تعمل شركتي ضمن الإطار القانوني للمجتمع
توجد علاقة	0.51	0.000	3.93	تلتزم شركتي بمبادئ العدالة والأمانة
توجد علاقة	0.48	0.000	4	تلتزم الشركة بكافة التعديلات والإصلاحات التي تطلب منها
استجابة اجتماعية				
توجد علاقة	0.40	0.014	4.21	تتمثل المسؤولية الاجتماعية للشركة في تنمية المجتمع
لا توجد علاقة	--	0.070	4.25	إن المسؤولية الاجتماعية عبارة عن استثمار طويل الأجل يعود بالنفع على المجتمع أولاً
توجد علاقة	0.38	0.030	3.74	تدعم الشركة العمل التطوعي كوسيلة لتحمل المسؤولية الاجتماعية
توجد علاقة	0.42	0.006	3.44	توفر الشركة الخدمات اللازمة لتحسين حياة موظفيها كونهم لبنة المجتمع
توجد علاقة	0.43	0.003	3.62	تسهم شركتي في تقديم يد العون عند حدوث كوارث في المجتمع
توجد علاقة	0.38	0.032	3.40	تعمل شركتي على المشاركة في حملات للنظافة في المدينة

يتضح من الجدول السابق أنه:

- 1- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة واتجاهات الموظفين نحو قيام شركتهم بأعباء المسؤولية الاجتماعية، وذلك لكافة العوامل المتعلقة بالمسؤولية القانونية، إذ كانت جميع مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أقل من 0.05 لجميع العوامل، وفيما يلي الترتيب التنازلي للعوامل المتعلقة بالمسؤولية القانونية من حيث قوة العلاقة بالصورة المجتمعية للمؤسسة اعتماداً على قيم معامل التوافق: تلتزم الشركة بمبادئ العدالة والأمانة (0.51)، تلتزم الشركة بكافة التعديلات والإصلاحات التي تطلب منها (0.48)، تسعى الشركة إلى الامتثال لجميع القوانين التي تضعها الحكومة (0.45)، تعمل الشركة ضمن الإطار القانوني للمجتمع (0.39).
- 2- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة واتجاهات الموظفين نحو قيام شركتهم بأعباء المسؤولية الاجتماعية، وذلك لمعظم العوامل المتعلقة بالاستجابة الاجتماعية، إذ كانت معظم مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أقل من 0.05 لمعظم العوامل، وفيما يلي الترتيب التنازلي للعوامل المتعلقة بالاستجابة الاجتماعية من حيث قوة العلاقة بالصورة المجتمعية للمؤسسة اعتماداً على قيم معامل التوافق: تسهم الشركة في تقديم يد العون عند حدوث كوارث في المجتمع (0.43)، توفر الشركة الخدمات اللازمة لتحسين حياة موظفيها كونهم لبنة المجتمع (0.42)، تتمثل المسؤولية الاجتماعية للشركة في المشاركة في تنمية المجتمع (0.40)، تدعم الشركة العمل التطوعي كوسيلة لتحمل المسؤولية الاجتماعية (0.38)، وتعمل الشركة على المشاركة في حملات للنظافة في المدينة (0.38).

3- من وجهة نظر الموظفين، لا توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة واعتبار المسؤولية الاجتماعية استثمار طويل الأجل يعود بالنفع على المجتمع أولاً كأحد العوامل المتعلقة بالاستجابة الاجتماعية، إذ بلغ مستوى المعنوية المصاحب لقيمة مربع كاي (0.07) وهو أكبر من مستوى المعنوية المحدد للدراسة (0.05)

ثانياً: دراسة وتحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية والمهارات المطلوبة لدى المديرين في هذه المؤسسات لممارسة الأنشطة الاجتماعية

يوضح جدول رقم (3) تحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات والمهارات المطلوبة لدى المديرين في هذه المؤسسات لممارسة الأنشطة الاجتماعية، على النحو الآتي:

جدول رقم (3): تحليل المهارات المطلوبة لدى المديرين للقيام بالأنشطة الاجتماعية

اختبار Chi Square			المتوسط	تحليل المهارات المطلوبة لدى المديرين للقيام بالأنشطة الاجتماعية
ملاحظات	معامل التوافق	مستوى المعنوية		
لا توجد علاقة	--	0.123	3.76	يقوم مديرو الشركة ببحوث تسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين قبل إنتاج المنتج
توجد علاقة	0.48	0.000	3.69	يدعم المديرون الأنشطة الاجتماعية
توجد علاقة	0.43	0.002	3.70	يتخذ المديرون القرارات المناسبة المتعلقة بخدمة المجتمع في الوقت المناسب
توجد علاقة	0.41	0.008	3.73	يتمتع مديرو الشركة بشفافية في الكشف عن أهم الأنشطة التي قدمتها الشركة للمجتمع
توجد علاقة	0.39	0.024	3.65	يقدم المديرون المعلومات الضرورية لطالبيها (كإعلام، والباحثون، وخلافهم) كجزء من تحملهم المسؤولية الاجتماعية
توجد علاقة	0.43	0.003	3.63	إن الموازنة بين مصالح أصحاب المصلحة وتحقيق أهداف الشركة من المهارات الأساسية التي يتمتع بها المديرون في الشركة
توجد علاقة	0.40	0.016	3.65	يعمل المديرون على تحسين صورة الشركة في المجتمع
توجد علاقة	0.41	0.000	3.73	يتمتع المديرون بمهارات تحديد الأنشطة الضرورية التي تساعد في تقييم احتياجات المجتمع
لا توجد علاقة	--	0.113	3.71	يعمل مديرو الشركة على تخطيط وتنفيذ الأنشطة المفيدة للمجتمع

يتضح من الجدول السابق أن:

1- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات ومعظم المهارات المطلوبة لدى المديرين بهذه المؤسسات للقيام بالأنشطة الاجتماعية، إذ كانت معظم مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أقل من 0.05 لمعظم المهارات، وفيما يلي الترتيب التنازلي للمهارات المطلوبة لدى المديرين للقيام بالأنشطة الاجتماعية من حيث قوة العلاقة بالصورة المجتمعية للمؤسسة، اعتماداً على قيم معامل التوافق: يدعم المديرون الأنشطة الاجتماعية (0.48)، يتخذ المديرون القرارات المناسبة المتعلقة بخدمة المجتمع في الوقت المناسب (0.43)، إن الموازنة بين مصالح أصحاب المصلحة وتحقيق أهداف الشركة من المهارات الأساسية التي يتمتع بها المديرون في الشركة (0.43)، يتمتع مديرو الشركة بشفافية في الكشف عن أهم الأنشطة التي قدمتها الشركة للمجتمع (0.41)، يتمتع المديرون بمهارات تحديد الأنشطة الضرورية التي تساعد في تقييم احتياجات المجتمع (0.41)، يعمل المديرون على تحسين صورة الشركة في المجتمع (0.40)، يقدم المديرون المعلومات الضرورية لطالبيها كجزء من تحملهم المسؤولية الاجتماعية (0.39).

2- من وجهة نظر الموظفين بالمؤسسات الصناعية، لا توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات وبعض المهارات المطلوبة لدى المديرين بهذه المؤسسات للقيام بالأنشطة الاجتماعية، إذ كانت مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أكبر من 0.05، وهذه المهارات هي: قيام

مديري الشركة ببحوث تسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين قبل إنتاج المنتج، يعمل مديرو الشركة على تخطيط وتنفيذ الأنشطة المفيدة للمجتمع

ثالثاً: دراسة وتحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية ومجالات المسؤولية الاجتماعية

يوضح جدول رقم (4) تحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات ومجالات المسؤولية الاجتماعية، على النحو الآتي:

جدول رقم (4)

تحليل مجالات المسؤولية الاجتماعية: البيئة، الاقتصادية، القانونية، الاجتماعية، الثقافية

اختبار Chi Square				مجالات المسؤولية الاجتماعية
المتوسط	مستوى المعنوية	معامل التوافق	ملاحظات	
				المجال البيئي:
3.66	0.002	0.43	توجد علاقة	تعمل الشركة على حماية البيئة
3.50	0.039	0.38	توجد علاقة	تقوم شركتي في تطوير آلية حماية البيئة
3.66	0.005	0.42	توجد علاقة	تحافظ الشركة على الثروات المائية، والحيوانية، والنباتية
3.55	0.000	0.45	توجد علاقة	تشارك الشركة في الحد من التسبب في الكوارث
3.51	0.008	0.41	توجد علاقة	تهتم الشركة بتقليل الغازات الضارة للمجتمع
3.77	0.181	--	لا توجد علاقة	تخفض الشركة من استخدام المواد الكيماوية والنفايات
3.81	0.038	0.38	توجد علاقة	تشجع الشركة على نشر الوعي البيئي
				المجال الاقتصادي:
3.86	0.197	--	لا توجد علاقة	تقدم شركتي السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع
3.77	0.023	0.39	توجد علاقة	تشارك الشركة في الحد من البطالة
3.77	0.000	0.48	توجد علاقة	توطد شركتي علاقتها بالمستهلكين
3.74	0.008	0.41	توجد علاقة	تطرح الشركة منتجاتها رغم علمها بأن أسعارها سترتفع مستقبلا
3.61	0.001	0.45	توجد علاقة	تنظر شركتي إلى المنافسة على أنها وسيلة لتحقيق الربح بغية التفوق على المنافسين
3.99	0.143	--	لا توجد علاقة	تستخدم الشركة الموارد المطلوبة بغض النظر عن ندرتها لإنتاج السلع وتقديم الخدمات
4.21	0.041	0.38	توجد علاقة	تستجيب شركتي للسياسات الاقتصادية للحكومة
				المجال القانوني:
3.57	0.000	0.48	توجد علاقة	تلتزم شركتي بالقوانين والتشريعات الحكومية
3.72	0.003	0.43	توجد علاقة	يمكن القول إن الشفافية عالية في شركتي
3.49	0.001	0.44	توجد علاقة	تعمل الشركة على الأخذ في الحسبان كافة توجيهات جمعية حماية المستهلك
3.83	0.009	0.41	توجد علاقة	توفر الشركة خدمة التأمين الصحي الشامل لموظفيها
3.88	0.006	0.42	توجد علاقة	تتوافر في شركتي برامج للصحة والسلامة

اختبار Chi Square				مجالات المسؤولية الاجتماعية
المتوسط	مستوى المعنوية	معامل التوافق	ملاحظات	
3.93	0.007	0.41	توجد علاقة	تلتزم الشركة بقوانين الضمان الاجتماعي
				المجال الاجتماعي:
3.74	0.006	0.37	توجد علاقة	تعمل شركتي على تعزيز القيم الأخلاقية
3.82	0.001	0.44	توجد علاقة	تدعم الشركة مفهوم التكافل الاجتماعي بين موظفيها
3.79	0.009	0.41	توجد علاقة	تعزز الشركة مبدأ التعاون المشترك بين موظفيها
3.49	0.033	0.38	توجد علاقة	تهتم الشركة بمفهوم العلاقات والروابط الإنسانية المشتركة بين موظفيها
3.35	0.004	0.42	توجد علاقة	توفر الشركة فرص عمل لأصحاب الاحتياجات الخاصة
				المجال الثقافي:
3.60	0.000	0.47	توجد علاقة	تعمل الشركة على تقديم المعونات المادية للجمعيات الثقافية
3.66	0.004	0.42	توجد علاقة	تدعم شركتي الأنشطة الشبابية والأندية الرياضية
3.69	0.000	0.42	توجد علاقة	تقدم الشركة المنح التعليمية
3.55	0.003	0.43	توجد علاقة	تدعم الشركة مراكز الأنشطة التعليمية من مدارس وجامعات
3.66	0.001	0.44	توجد علاقة	تحقق الشركة التواصل الثقافي العالمي عن طريق دعم مراكز الترجمة
3.86	0.042	0.38	توجد علاقة	تدعم الشركة مراكز البحث العلمي
3.99	0.148	--	لا توجد علاقة	تحرص الشركة على إقامة ندوات ثقافية للموظفين

يتضح من الجدول السابق أن:

1- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة ومعظم عوامل المجال البيئي للمسؤولية الاجتماعية، إذ كانت مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أكبر من (0.05)، وفيما يلي الترتيب التنازلي لعوامل المجال البيئي من حيث قوة العلاقة بالصورة المجتمعية للمؤسسة، إعتاداً على قيم معامل التوافق: تشارك الشركة في الحد من التسبب في الكوارث (0.45)، تعمل الشركة على حماية البيئة (0.43)، تحافظ الشركة على الثروات المائية، والحيوانية، والنباتية (0.42)، تهتم الشركة بتقليل الغازات الضارة للمجتمع (0.41)، تقوم شركتي في تطوير آلية حماية البيئة (0.38)، تشجع الشركة على نشر الوعي البيئي (0.38). ولم توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وتخفيض الشركة من استخدام المواد الكيماوية والنفايات.

2- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وعوامل المجال الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية كالتالي: توطد شركتي علاقتها بالمستهلكين (0.48)، تنظر شركتي إلى المنافسة على أنها وسيلة لتحقيق الربح بغية التفوق على المنافسين (0.45)، تطرح الشركة منتجاتها رغم علمها بأن أسعارها سترتفع مستقبلاً (0.41)، تشارك الشركة في الحد من البطالة (0.39)، تستجيب شركتي للسياسات الاقتصادية للحكومة (0.38)، ولم توجد علاقة فيما يخص استخدام الشركة للموارد المطلوبة بغض النظر عن ندرتها لإنتاج السلع وتقديم الخدمات.

3- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وعوامل المجال القانوني للمسؤولية الاجتماعية كالتالي: تلتزم شركتي بالقوانين والتشريعات الحكومية (0.48)، تعمل الشركة على الأخذ في الحسبان كافة توجيهات جمعية حماية المستهلك (0.44)، يمكن القول إن الشفافية عالية في شركتي (0.43)، تتوافر في شركتي برامج للصحة والسلامة (0.42)، توفر الشركة خدمة التأمين الصحي الشامل لموظفيها (0.41)، تلتزم الشركة بقوانين الضمان الاجتماعي (0.41).

4- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وعوامل المجال الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية كالتالي: تدعّم الشركة مفهوم التكافل الاجتماعي بين موظفيها (0.44)، توفر الشركة فرص عمل لأصحاب الاحتياجات الخاصة (0.42)، تعزز الشركة مبدأ

التعاون المشترك بين موظفيها (0.41)، تهتم الشركة بمفهوم العلاقات والروابط الإنسانية المشتركة بين موظفيها (0.38)، تعمل شركتي على تعزيز القيم الأخلاقية (0.37).

5- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وعوامل المجال الثقافي للمسؤولية الاجتماعية كالتالي: تعمل الشركة على تقديم المعونات المادية للجمعيات الثقافية (0.47)، تحقق الشركة التواصل الثقافي العالمي عن طريق دعم مراكز الترجمة (0.44)، تدعم الشركة مراكز الأنشطة التعليمية من مدارس وجامعات (0.43)، تدعم شركتي الأنشطة الشبابية والأندية الرياضية (0.42)، تقدم الشركة المنح التعليمية (0.42)، تدعم الشركة مراكز البحث العلمي (0.38).

تحليل العوامل والمعوقات المؤثرة في قيام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية

تتعلق الدراسة بتحليل وقياس العلاقات بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية وكل من العوامل التي تساعد المؤسسات على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية، والعوامل التي تعيق المؤسسات عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

أولاً: دراسة وتحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات والعوامل التي تساعد هذه المؤسسات على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية

يوضح جدول رقم (5) تحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات والعوامل المساعدة على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية، على النحو التالي:

جدول رقم (5): تحليل العوامل التي تساعد المؤسسات على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية

اختبار Chi Square				العوامل التي تساعد المؤسسات على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية
ملاحظات	معامل التوافق	مستوى المعنوية	المتوسط	
				النواحي المالية
لا توجد علاقة	--	0.169	4	العمل على زيادة الأرباح
توجد علاقة	0.43	0.002	3.88	العمل على زيادة المبيعات
توجد علاقة	0.45	0.000	3.74	العمل على تخفيض تكاليف التشغيل
لا توجد علاقة	--	0.215	4.11	تقليل نفقات الاستقطاب والتعيين والتدريب
				النواحي المعنوية:
لا توجد علاقة	--	0.153	4	تحسين السمعة السوقية
لا توجد علاقة	--	0.053	3.89	زيادة المصداقية والنزاهة
توجد علاقة	0.39	0.022	3.97	تحسين أداء الموظفين
لا توجد علاقة	--	0.312	3.67	تنمية ولاء المستهلك
لا توجد علاقة	--	0.281	3.58	تقليل التالف
لا توجد علاقة	--	0.316	3.70	تفويض العاملين ومشاركتهم في صنع القرار
لا توجد علاقة	--	0.505	3.63	الانسجام مع قيم المجتمع

يتضح من الجدول السابق أن:

فيما يتعلق بتحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية والعوامل المالية التي تساعد المؤسسات على القيام بمسؤولياتها

1- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وبعض العوامل المالية التي تساعد المؤسسات الصناعية على القيام بمسؤولياتها، إذ كانت مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أقل من 0.05، وفيما يلي الترتيب التنازلي للعوامل المالية التي تساعد

المؤسسات الصناعية على القيام بمسئولياتها، من حيث قوة العلاقة بالصورة المجتمعية للمؤسسة، إعتاداً على قيم معامل التوافق: العمل على تخفيض تكاليف التشغيل (0.45)، والعمل على زيادة المبيعات (0.43).

2- من وجهة نظر الموظفين بالمؤسسات الصناعية، لا توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وبعض العوامل المالية التي تساعد المؤسسات الصناعية على القيام بمسئولياتها، إذ كانت مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أكبر من 0.05، وهذه العوامل هي: العمل على زيادة الأرباح، وتقليل نفقات الاستقطاب والتعيين والتدريب.

فيما يتعلق بتحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية والعوامل المعنوية التي تساعد المؤسسات على القيام بمسئولياتها

- 1- من وجهة نظر الموظفين، توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وتحسين أداء الموظفين كأحد العوامل المعنوية التي تساعد المؤسسات الصناعية على القيام بمسئولياتها، إذ كانت مستوى المعنوية المصاحب لقيمة مربع كاي يساوي 0.022 وهو أقل من 0.05
- 2- من وجهة نظر الموظفين بالمؤسسات الصناعية، لا توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة ومعظم العوامل المعنوية التي تساعد المؤسسات الصناعية على القيام بمسئولياتها، إذ كانت مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أكبر من 0.05، وهذه العوامل هي: الانسجام مع قيم المجتمع، تفويض العاملين ومشاركتهم في صنع القرار، زيادة المصداقية والنزاهة، تنمية ولاء المستهلك، تحسين السمعة السوقية، تقليل التالف، والانسجام مع المجتمع.

دراسة وتحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية والعوامل التي تعيق هذه المؤسسات على القيام بمسئولياتها الاجتماعية

يوضح جدول رقم (6) تحليل العلاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات والعوامل التي تعيق هذه المؤسسات على القيام بمسئولياتها الاجتماعية، على النحو التالي:

جدول رقم (6): تحليل العوامل التي تعيق المؤسسات عن القيام بمسئولياتها الاجتماعية

اختبار Chi Square				العوامل التي تعيق المؤسسات عن القيام بمسئولياتها الاجتماعية
ملاحظات	معامل التوافق	مستوى المعنوية	المتوسط	
لا توجد علاقة	--	0.712	3.56	نقص خبرة المديرين بكيفية تحمل المسؤولية الاجتماعية
لا توجد علاقة	--	0.365	3.38	تركيز المديرين على الأرباح
لا توجد علاقة	--	0.147	3.69	النزاع بين الشركة والمستهلك
لا توجد علاقة	--	0.423	3.69	اتخاذ قرارات تسيء فهم تطلعات المجتمع
لا توجد علاقة	--	0.347	3.73	إهمال الإدارة العليا لآراء الإدارات الأخرى في وضع استراتيجيات تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية
توجد علاقة	0.320	0.001	38.82	ضعف الاتصال بفئات المجتمع المختلفة

يتضح من الجدول السابقة:

- 1- من وجهة نظر الموظفين، لا توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وجميع العوامل التي تعيق المؤسسات على القيام بمسئولياتها، إذ كانت مستويات المعنوية المصاحبة لقيم مربع كاي أكبر من (0.05)، وهذه العوامل هي: نقص خبرة المديرين بكيفية تحمل المسؤولية الاجتماعية، تركيز المديرين على الأرباح، النزاع بين الشركة والمستهلك، اتخاذ قرارات تسيء فهم تطلعات المجتمع، إهمال الإدارة العليا لآراء الإدارات الأخرى في وضع استراتيجيات تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.

النموذج الكمي المقترح لقياس المسؤولية الاجتماعية

اعتمد الباحثان في التحليل الإحصائي لبيانات العينة على أسلوب تحليل المسار Path Analysis كأحد أساليب نمذجة المعادلة البنائية Structural Equation Modeling [SEM]، في استنتاج نماذج لقياس المسؤولية الاجتماعية. إذ تعتمد أساليب نمذجة المعادلة البنائية على تحليل العلاقات بين متغير أو أكثر من المتغيرات المستقلة IVs، سواء كانت هذه المتغيرات مستمرة أو متقطعة، ومتغير أو أكثر من المتغيرات التابعة DVs سواء كانت مستمرة أو متقطعة، بهدف تحديد أهم المؤشرات أو العوامل التي يكون لها تأثير على المتغير أو المتغيرات التابعة، إذ إن نمذجة المعادلة البنائية تجمع بين أسلوب تحليل الانحدار المتعدد والتحليل العاملي، وتعرف بعدة أسماء، نذكر منها: (Tabachnick and Fidell, 1996)

- نموذج السببية Causal Modeling
- تحليل التباين البنائي Analysis of Covariance Structures
- تحليل المسار Path Analysis
- التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis [CFA] إذ يبدو الهيكل البنائي للمعادلات كما يأتي: (Hair, et al., 1995)

$$y_1 = x_{11} + x_{12} + x_{13} + \dots + x_{1n}$$

$$y_2 = x_{21} + x_{22} + x_{23} + \dots + x_{2n}$$

$$y_m = x_{m1} + x_{m2} + x_{m3} + \dots + x_{mn}$$

مقاييس ترتيبية على الأقل مقياس فترة على الأقل

ويختلف تحليل المسار عن تحليل الانحدار فيما يأتي: (Hair, et al., 1995)

- أنه نموذج لاختبار علاقات معينة، بين مجموعة متغيرات، وليس للكشف عن العلاقات السببية، بين هذه المتغيرات.
- يفترض العلاقات الخطية البسيطة بين كل زوج من المتغيرات.
- إن المتغير التابع يمكن أن يتحول إلى متغير مستقل بالنسبة إلى متغير تابع آخر.
- يمكن أن يكون في النموذج متغيرات وسيطة بالإضافة إلى المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة.
- يمكن تحليل علاقات التأثير بين المتغيرات، بغض النظر عن كونها متغيرات تابعة أو متغيرات مستقلة، تمثل بسهم ثنائي الاتجاه في الشكل البياني للنموذج.
- يعد نموذج تحليل المسار وسيلة، لتلخيص ظاهرة معينة ووضعها في شكل نموذج مترابط، لتفسير العلاقات بين متغيرات هذه الظاهرة، مما يتطلب من الباحث، تفسير السببية، واتصال المتغيرات بعضها ببعض، وتسمى بالمسارات.
- معاملات المسارات في النموذج تكون معيارية.

النموذج البنائي لتحليل المسار:

لا يختلف النموذج البنائي لتحليل المسار، عن النموذج البنائي في التحليل العامل التوكيدي CFA، سوى في المتغيرات التابعة التي تكون مقاسة في تحليل المسار، إذ إن النموذج يكون على الشكل الآتي: (Timm, 2002, Hair, et al., 1995)

$$\mathbf{y}_{p \times 1} = \mathbf{B}_{p \times p} \mathbf{y}_{p \times 1} + \mathbf{\Gamma}_{p \times q} \mathbf{x}_{q \times 1} + \mathbf{\xi}_{p \times 1}$$

إذ إن

$\mathbf{y}_{p \times 1}$ مصفوفة المتغيرات التابعة، p عدد المتغيرات التابعة.

$\mathbf{B}_{p \times p}$ مصفوفة التأثيرات المباشرة، للمتغيرات التابعة، على متغيرات تابعة أخرى، التي تعتبر معاملات المسارات.

$\mathbf{\Gamma}_{p \times q}$ مصفوفة التأثيرات المباشرة، للمتغيرات المستقلة، على متغيرات تابعة، التي تعتبر معاملات المسارات، إذ q عدد المتغيرات المستقلة.

$\mathbf{x}_{q \times 1}$ مصفوفة المتغيرات المستقلة.

$\mathbf{\xi}_{p \times 1}$ مصفوفة الأخطاء

إذ تستخدم طريقة المربعات الصغرى، في تقدير معالم النموذج، كما يستدل على مدى جودة النموذج المقترح للنموذج المفترض لبيانات العينة، من خلال نفس مؤشرات جودة المطابقة في التحليل العامل التوكيدي، (اسماعيل ، 2009)

ويتم تطبيق النموذج المقترح في قياس الصورة المجتمعية للمؤسسات، كما نستخدمه أيضاً في قياس مستوى أداء المسؤولية المجتمعية.

نموذج قياس الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية

المتغير التابع: رؤية أفراد المجتمع للدور الاجتماعي للشركة ويرمز له بالرمز (y_1)

المتغيرات الوسيطة: وهي عبارة عن المحاور الرئيسية لمجالات المسؤولية الاجتماعية

المتغيرات المستقلة: وهي تلك العوامل أو المؤشرات المتعلقة بمجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة. وفيما يأتي الرموز المتعلقة بهذه المتغيرات:

الرمز

F1

X20

X21

X22

المتغيرات أو المؤشرات

المجال البيئي:

- تعمل الشركة على حماية البيئة
- تقوم شركتي في تطوير آلية حماية البيئة
- تحافظ الشركة على الثروات المائية، والحيوانية، والنباتية

- X23 - تشارك الشركة في الحد من التسبب في الكوارث
- X24 - تهتم الشركة بتقليل الغازات الضارة للمجتمع
- X25 - تخفض الشركة من استخدام المواد الكيماوية والنفايات
- X26 - تشجع الشركة على نشر الوعي البيئي

F2**المجال الاقتصادي:**

- X27 - تقدم شركتي السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع
- X28 - تشارك الشركة في الحد من البطالة
- X29 - توطد شركتي علاقتها بالمستهلكين
- X30 - تطرح الشركة منتجاتها رغم علمها بأن أسعارها سترتفع مستقبلا
- X31 - تنظر شركتي إلى المنافسة على أنها وسيلة لتحقيق الربح بغية التفوق على المنافسين
- X32 - تستخدم الشركة الموارد المطلوبة بغض النظر عن ندرتها لإنتاج السلع وتقديم الخدمات
- X33 - تستجيب شركتي للسياسات الاقتصادية للحكومة

F3**المجال القانوني:**

- X34 - تلتزم شركتي بالقوانين والتشريعات الحكومية
- X35 - يمكن القول إن الشفافية عالية في شركتي
- X36 - تعمل الشركة على الأخذ في الحسبان كافة توجيهات جمعية حماية المستهلك
- X37 - توفر الشركة خدمة التأمين الصحي الشامل لموظفيها
- X38 - تتوافر في شركتي برامج للصحة والسلامة
- X39 - تلتزم الشركة بقوانين الضمان الاجتماعي

F4**المجال الاجتماعي:**

- X40 - تعمل شركتي على تعزيز القيم الأخلاقية
- X41 - تدعم الشركة مفهوم التكافل الاجتماعي بين موظفيها
- X42 - تعزز الشركة مبدأ التعاون المشترك بين موظفيها
- X43 - تهتم الشركة بمفهوم العلاقات والروابط الإنسانية المشتركة بين موظفيها
- X44 - توفر الشركة فرص عمل لأصحاب الاحتياجات الخاصة

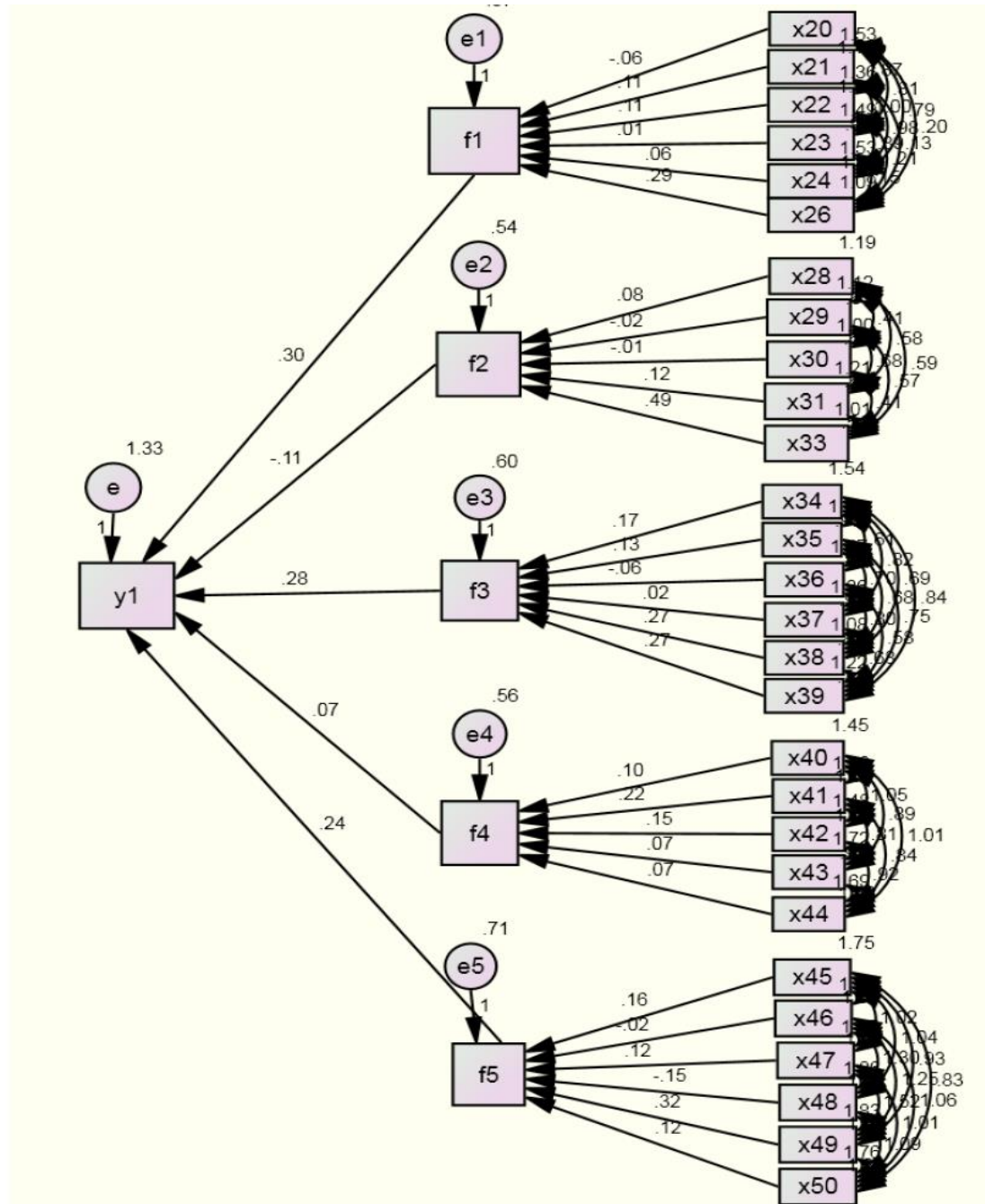
F5**المجال الثقافي:**

- X45 - تعمل الشركة على تقديم المعونات المادية للجمعيات الثقافية
- X46 - تدعم شركتي الأنشطة الشبابية والأندية الرياضية
- X47 - تقدم الشركة المنح التعليمية
- X48 - تدعم الشركة مراكز الأنشطة التعليمية من مدارس وجامعات

- X49 - تحقق الشركة التواصل الثقافي العالمي عن طريق دعم مراكز الترجمة
- X50 - تدعم الشركة مراكز البحث العلمي
- X51 - تحرص الشركة على اقامة ندوات ثقافية للموظفين

أولاً: قياس الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية

يوضح الشكل رقم (4) نموذج تحليل المسار لقياس الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية



الشكل رقم (4) نموذج تحليل المسار لقياس الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية

يتضح من الشكل السابق أن:

- المتغير y_1 متغير تابع يعبر عن الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية، والمتغيرات $f1, f2, f3, f4, f5$ متغيرات وسيطة تعبر عن المحاور الرئيسية لمجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية، والمتغيرات من $x20$ وحتى $x50$ مؤشرات أو متغيرات مستقلة ذات العلاقة بالصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية
 - القيم الموضحة على الأسهم المتبادلة بين مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية، تمثل قيمة التغير بين كل زوج من هذه المتغيرات أو المؤشرات.
 - القيم الموضحة أعلى كل مؤشر من المؤشرات، تمثل مقدار التباين الذي يفسره ذلك المؤشر في المتغيرات الوسيطة.
 - قيمة الخطأ المعياري المصاحب لكل معادلة انحدار يفسر مقدار التباين الغير مفسر بالمتغيرات المستقلة أو المتغيرات الوسيطة.
- الجدول رقم (7) التالي يوضح قيم التأثيرات المعيارية للمتغيرات المستقلة على كل من المتغيرات الوسيطة والمتغير التابع:

جدول رقم (7)

قيم التأثيرات المعيارية للمتغيرات المستقلة والمتغيرات الوسيطة على الصورة المجتمعية في المؤسسات الصناعية

	Estimate
f1 <--- x20	-.091
f1 <--- x21	.156
f1 <--- x22	.152
f1 <--- x23	.013
f1 <--- x24	.081
f1 <--- x26	.351
f2 <--- x28	.088
f2 <--- x29	-.025
f2 <--- x30	-.006
f2 <--- x31	.141
f2 <--- x33	.516
f3 <--- x34	.193
f3 <--- x35	.135
f3 <--- x36	-.069
f3 <--- x37	.019
f3 <--- x38	.259
f3 <--- x39	.274
f4 <--- x40	.119
f4 <--- x41	.255
f4 <--- x42	.190

	Estimate
f4 <--- x43	.098
f4 <--- x44	.097
f5 <--- x45	.199
f5 <--- x46	-.025
f5 <--- x47	.153
f5 <--- x48	-.189
f5 <--- x49	.412
f5 <--- x50	.150
y1 <--- f1	.205
y1 <--- f2	-.083
y1 <--- f3	.245
y1 <--- f4	.056
y1 <--- f5	.204

يلاحظ من الجدول السابق أن:

- مجالات المسؤولية القانونية f3 هي أكثر المتغيرات الوسيطة تأثيراً في الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية ، إذ بلغ معدل التأثير 0.245
- مجالات المسؤولية الاجتماعية f4 هي أقل المتغيرات الوسيطة تأثيراً في الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية، إذ بلغ معدل التأثير 0.056
- للتنبؤ أو قياس المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية وفقاً للجدول السابق فإنه يتم تقدير المتغيرات الوسيطة أولاً باستخدام معدلات التأثير الواردة قرين كل متغير مستقل، ثم يتم استخدام المتغيرات الوسيطة المقدرة في قياس المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية أيضاً باستخدام معدلات التأثير قرين كل متغير من المتغيرات الوسيطة.

- اختبار جودة النموذج البنائي المقترح لقياس المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصناعية: (اسماعيل، 2009)
- من مخرجات التحليل الإحصائي، مؤشرات جودة مطابقة النموذج البنائي ، مع النموذج المفترض للبيانات، والجدول التالي يلخص نتائج هذه المؤشرات:

جدول رقم (8): مؤشرات جودة مطابقة النموذج البنائي لقياس المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصناعية للنموذج المفترض للبيانات

CMIN/DF	GFI	NFI	CFI	TLI	IFI	RMSEA
3.891	0.919	0.944	0.928	0.991	0.990	0.071

يلاحظ من الجدول السابق أن:

- نسبة قيمة $Chi-square$ إلى درجات الحرية تقل عن (5) وتزيد عن (2) مما يدل على أن النموذج المقترح مطابق للنموذج المفترض لبيانات العينة.
- قيمة المؤشر $RMSEA$ تقع بين (0.05)، (0.08)، مما يدل على أن النموذج المقترح لقياس المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصناعية، يطابق بدرجة كبيرة النموذج المفترض للبيانات.
- باقي المؤشرات الواردة بالجدول تزيد قيمتها عن (0.90)، مما يدل على جودة النموذج المقترح.

نموذج قياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية

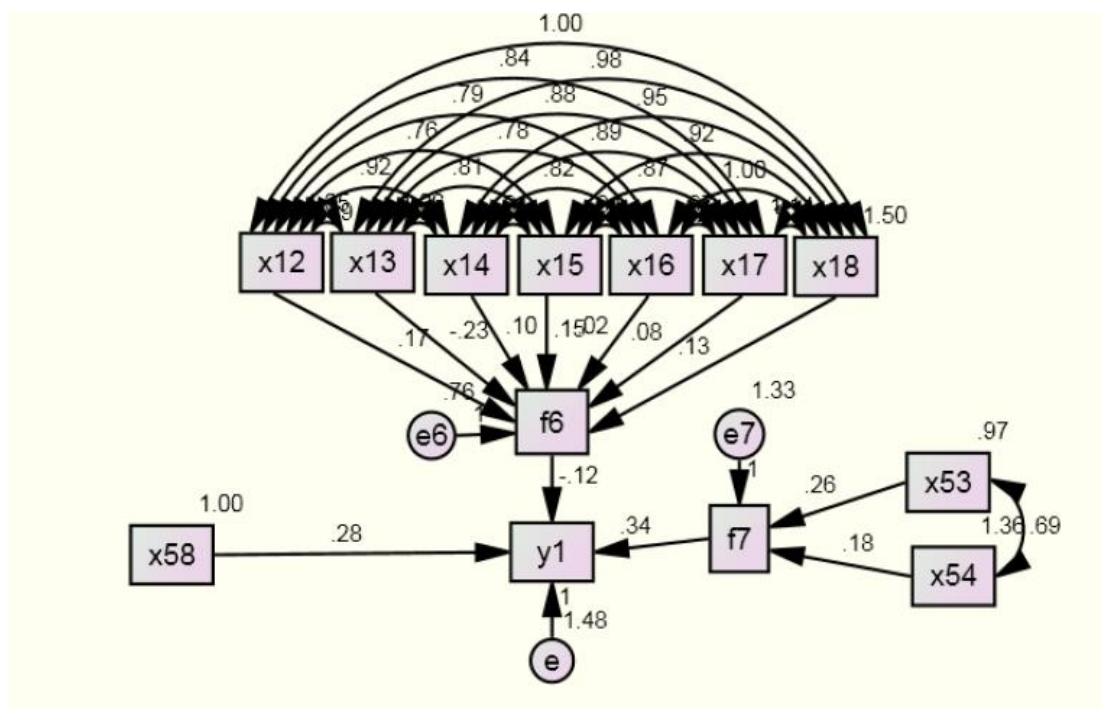
- المتغير التابع: رؤية افراد المجتمع للدور الاجتماعي للشركة ويرمز له بالرمز (y1)
- المتغيرات الوسيطة: وهي عبارة عن المحاور الرئيسية لمستوى أداء المسؤولية الاجتماعية (مهارات المديرين المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية - العوامل التي تساعد المؤسسات على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية)
- المتغيرات المستقلة: وهي تلك العوامل أو المؤشرات المتعلقة بأداء المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية. وفيما يلي الرموز المتعلقة بهذه المتغيرات:

الرمز	المؤشرات أو المتغيرات المستقلة والوسيط
F6	<u>مهارات المديرين المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية.</u>
X11	- يقوم مديرو الشركة ببحوث تسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين قبل إنتاج المنتج
X12	- يدعم المديرون الأنشطة الاجتماعية
X13	- يتخذ المديرون القرارات المناسبة المتعلقة بخدمة المجتمع في الوقت المناسب
X14	- يتمتع مديرو الشركة بشفافية في الكشف عن أهم الأنشطة التي قدمتها الشركة للمجتمع
X15	- يقدم المديرون المعلومات الضرورية لطالبيها (كإعلام، والباحثون، وخلافهم) كجزء من تحملهم المسؤولية الاجتماعية
X16	- إن الموازنة بين مصالح أصحاب المصلحة وتحقيق أهداف الشركة من المهارات الأساسية التي يتمتع بها المديرون في الشركة
X17	- يعمل المديرون على تحسين صورة الشركة في المجتمع
X18	- يتمتع المديرون بمهارات تحديد الأنشطة الضرورية التي تساعد في تقييم احتياجات المجتمع
X19	- يعمل مديرو الشركة على تخطيط وتنفيذ الأنشطة المفيدة للمجتمع
F7	<u>العوامل التي تساعد المؤسسات على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية</u>
	<u>النواحي المالية</u>
X52	- العمل على زيادة الأرباح
X53	- العمل على زيادة المبيعات
X54	- العمل على تخفيض تكاليف التشغيل
X55	- تقليل نفقات الاستقطاب والتعيين والتدريب
F8	<u>النواحي المعنوية:</u>
X56	- تحسين السمعة السوقية

- X57 - زيادة المصداقية والنزاهة
- X58 - تحسين أداء الموظفين
- X59 - تنمية ولاء المستهلك
- X60 - تقليل التالف
- X61 - تفويض العاملين ومشاركتهم في صنع القرار
- X62 - الانسجام مع قيم المجتمع

أولاً: قياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصناعية

يوضح الشكل رقم (6) نموذج تحليل المسار لقياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية



شكل رقم (6): نموذج تحليل المسار لقياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية

يتضح من الشكل السابق أن:

- المتغير y_1 متغير تابع يعبر عن الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية، والمتغيرات f_6, f_7, f_8 متغيرات وسيطة تعبر عن المحاور الرئيسية لكل من مهارات المديرين المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية، والعوامل التي تساعد المؤسسات على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية (المالية والمعنوية) على التوالي.
- القيم الموضحة على الأسهم المتبادلة بين المؤشرات أو المتغيرات المستقلة، تمثل قيمة التباين بين كل زوج من هذه المتغيرات أو المؤشرات.

- القيم الموضحة أعلى كل مؤشر من المؤشرات، تمثل مقدار التباين الذي يفسره ذلك المؤشر في المتغيرات الوسيطة.
 - قيمة الخطأ المعياري المصاحب لكل معادلة انحدار يفسر مقدار التباين الغير مفسر بالمتغيرات المستقلة أو المتغيرات الوسيطة.
- الجدول رقم (11) التالي يوضح قيم التأثيرات المعيارية للمتغيرات المستقلة على كل من المتغيرات الوسيطة والمتغير التابع:

جدول رقم (11)

قيم التأثيرات المعيارية للمتغيرات المستقلة والمتغيرات الوسيطة على مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية

	Estimate
f7 <--- x53	.210
f7 <--- x54	.174
f6 <--- x18	.159
f6 <--- x17	.089
f6 <--- x16	.019
f6 <--- x15	.179
f6 <--- x14	.123
f6 <--- x13	-.280
f6 <--- x12	.199
y1 <--- f6	-.087
y1 <--- x58	.209
y1 <--- f7	.315

يتضح من الجدول السابق أن:

- النواحي المالية f7 هي أكثر المتغيرات الوسيطة تأثيراً في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية، إذ بلغ معدل التأثير (0.315).
- مهارات المديرين المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية f6 هي أقل المتغيرات الوسيطة تأثيراً في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية، إذ بلغ معدل التأثير (-0.087).
- للتنبؤ بمستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية، وفقاً للجدول السابق فإنه يتم تقدير المتغيرات الوسيطة أولاً باستخدام معدلات التأثير الواردة قرين كل متغير مستقل، ثم يتم استخدام المتغيرات الوسيطة المقدرة لقياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية، أيضاً باستخدام معدلات التأثير قرين كل متغير من المتغيرات الوسيطة.

-

اختبار جودة النموذج البنائي المقترح لقياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية:

من مخرجات التحليل الإحصائي، مؤشرات جودة مطابقة النموذج البنائي، مع النموذج المفترض للبيانات، والجدول التالي يلخص نتائج هذه المؤشرات:

جدول رقم (12): مؤشرات جودة مطابقة النموذج البنائي لقياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات الصناعية للنموذج المفترض للبيانات

CMIN/DF	GFI	NFI	CFI	TLI	IFI	RMSEA
2.886	0.911	0.906	0.930	0.914	0.923	0.064

يلاحظ من الجدول السابق أن:

- نسبة قيمة $Chi-square$ إلى درجات الحرية تقل عن (5) وتزيد عن (2) مما يدل على أن النموذج المقترح مطابق للنموذج المفترض لبيانات العينة.
- قيمة المؤشر $RMSEA$ تقع بين (0.05) و (0.08) مما يدل على أن النموذج المقترح لقياس مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصناعية، يطابق النموذج المفترض للبيانات.
- باقي المؤشرات الواردة بالجدول تزيد قيمتها عن (0.90)، مما يدل على جودة النموذج المقترح.

مناقشة النتائج

تهدف الدراسة الحالية إلى قياس كل من العوامل الرئيسية الآتية: اتجاهات الموظفين في المؤسسات الصناعية نحو قيام شركاتهم بأعباء المسؤولية الاجتماعية، المهارات المطلوبة لدى المديرين في المؤسسات الصناعية لممارسة الأنشطة الاجتماعية، مجالات المسؤولية الاجتماعية.

دلت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية واتجاهات الموظفين لكافة العوامل المتعلقة بالمسؤولية القانونية (تلتزم الشركة بمبادئ العدالة والأمانة، وتجري كافة التعديلات والإصلاحات المطلوبة منها، وتعمل ضمن الإطار القانوني للمجتمع، وتسعى للامتثال لجميع القوانين التي تضعها الحكومة)؛ ولم تدل نتائج إجابات الموظفين على وجود علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة واعتبار المسؤولية الاجتماعية استثمار طويل الأجل يعود بالنفع على المجتمع أولاً كأحد العوامل المتعلقة بالاستجابة الاجتماعية. كذلك دلت النتائج على وجود علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية واتجاهات الموظفين نحو قيام شركاتهم بأعباء المسؤولية الاجتماعية وذلك لكافة العوامل المتعلقة بالاستجابة الاجتماعية؛ كون الشركة تقدم التبرعات في حال الكوارث، وتحسن الخدمات لتحسين حياة الموظفين، وتسهم في تنمية المجتمع، وتدعم العمل التطوعي، وتشارك في حملات النظافة، (Alonao-Almeida et al., 2015، وميتاني، والجمال، 2016).

كذلك دلت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية والمهارات المطلوبة لدى المديرين (دعم المديرين للأنشطة الاجتماعية، واتخاذ القرارات المناسبة بتقديم خدمات للمجتمع في الوقت المناسب، والموازنة في تحقيق مصلحة كافة الأطراف، والشفافية في الكشف عن الخدمات المقدمة للمجتمع، وتحديد الأنشطة المطلوبة فيما يتوافق مع احتياجات المجتمع، وتحسين صورة الشركة، كذلك تقديم المعلومات الضرورية لطلابها). لكن لم توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وبين قيام مديرو الشركة ببحوث تسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين قبل إنتاج المنتج، والعمل على تخطيط وتنفيذ الأنشطة المفيدة للمجتمع. وهذا يخالف مع ما جاء في توصية (Famiyeh, 2017) من أنه ينبغي على المديرين إجراء بحوث تسويقية لتحديد احتياجات المجتمع للسلع المنتجة.

كذلك وجدت علاقة بين الصورة المجتمعية وعوامل المجال البيئي للمسؤولية الاجتماعية فيما عدا ما له علاقة باستخدام المواد الكيماوية والنفايات إذ لم توجد علاقة مع الصورة المجتمعية. كذلك دلت النتائج على وجود علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية وعوامل المجال الاقتصادي وذلك من خلال الاستجابة للسياسات الاقتصادية الحكومية، والعمل على الحد من البطالة، وتوطيد علاقاتها بالمستهلكين، وطرح السلع على الرغم من علمها المسبق أن أسعارها سترتفع مستقبلاً، والنظر إلى المنافسة على أنها وسيلة لتحقيق الربح؛ على النقيض من ذلك لم توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية وبين تقديم الشركات للسلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع، واستخدام الموارد المطلوبة بغض النظر عن ندرتها. وهذا يؤكد أيضاً أن الشركات عندما تحقق عائداً مالياً عليها أن تخصص جزءاً منه لتقديم الدعم المادي لتلبية احتياجات المجتمع، (Wi et al., 2017). أما فيما يخص علاقة الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية بعوامل المجال القانوني فأشارت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بينها وذلك من خلال الأخذ بالحسبان بقوانين الضمان الاجتماعي، وتوفير برامج الصحة والسلامة، وتقديم خدمات التأمين الصحي للموظفين، والشفافية العالية، والتزام الشركات بالقوانين والتشريعات الحكومية، والأخذ بتوجيهات جمعية حماية المستهلك. وهذا يؤكد أن حكومة المملكة العربية السعودية تعمل جاهدة على تطبيق القوانين، والأنظمة التشريعية على جميع الشركات، والعاملين فيها. وعن علاقة الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية بعوامل المجال الاجتماعي فكانت معنوية مع كل من: دعم الشركة الصناعية لمفهوم التكافل الاجتماعي، وتعزيز التعاون والقيم

الأخلاقية، وتشجيع العلاقات الإنسانية والروابط المشتركة، وتوفير عمل لأصحاب الاحتياجات الخاصة. وهذا ما وضحته دراسة كلا من: (Rizvi, 2012, Tong and Leung 2013, and Kim et al., 2011) التي خلصت إلى أن الشركة تعمل ضمن نظام مفتوح، وتقيم علاقات مع المجتمع، لذلك لابد من تجسير تلك العلاقات البناءة في سبيل تطوير التعاون المشترك بين الأطراف المختلفة. دلت النتائج على وجود علاقة معنوية بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية والعوامل الخاصة بالمال الثقافي: من خلال دعم مراكز البحث العلمي، وتقديم المنح التعليمية، والتواصل الثقافي، ودعم الأنشطة الشبابية والأدبية، وتقديم المعونات المادية، ناهيك عن دعم مراكز الأنشطة التعليمية (العبيد، 2016).

أما فما يخص تحليل العوامل والمعوقات المؤثرة في قيام المؤسسات بمسؤولياتها الاجتماعية فقد دلت النتائج أنه لا توجد علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية، وكل من العوامل الرئيسية الآتية: العوامل التي تساعد الشركات الصناعية في القيام بواجباتها الاجتماعية، والعوامل التي تعيق الشركات الصناعية في القيام بواجباتها الاجتماعية. كذلك أشارت النتائج على وجود علاقة بين الصورة المجتمعية للمؤسسة وتحسين أداء الموظفين كأحد العوامل المعنوية التي تساعد المؤسسات الصناعية على القيام بمسؤولياتها؛ في حين لم توجد مثل تلك العلاقة مع باقي بنود النواحي المعنوية. إن معرفة الموظف أن شركته تشارك المجتمع في مبادراته، ينعكس إيجاباً في أدائه. تحدث كلا من (Gupta and Sharma, 2016) عن أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية أكثر تعقيداً مما تبدو بسبب السلوكيات المتغيرة المرتبطة بها، واختلاف مصالح أصحاب المصلحة بين شركة وأخرى، ومن فترة زمنية وأخرى. وأكدت نتائج دراستها على أن المسؤولية الاجتماعية تؤثر في أداء الموظفين، والتزامهم بقيم الشركة وأهدافها.

ثانياً: أهم التوصيات

من خلال استعراض ما توصلت إليه هذه الدراسة يتضح جلياً أن الشركات الصناعية تهتم بالالتزام بالقوانين والأنظمة السائدة كوسيلة لتحسين صورتها المجتمعية. كذلك نجد أن مجالات المسؤولية الاجتماعية كانت أقل المتغيرات الوسيطة تأثيراً في الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية. أما النواحي المالية فكانت أكثر المتغيرات الوسيطة تأثيراً في مستوى أداء الشركات الصناعية. وبناء عليه ينبغي على الشركات العاملة في المملكة العربية السعودية من أجل تفعيل مشاركتها المجتمعية أن تبادر في إجراء تحليل رباعي تحدد من خلاله نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات التي تواجه الشركات، على أن توظف نتائج ذلك التحليل في خدمة المجتمع بتقديم المبادرات الإنسانية، وتلبية الاحتياجات المجتمعية، بما يتوافق مع إمكانيات الشركة، وقدراتها المالية والاقتصادية، وأهدافها، وفيما وذلك من خلال وضع أولويات تعود على النفع لكلا الطرفين.

إن تحمل المسؤولية الاجتماعية في الوقت الراهن ما زال في دور الحضنة، وهو بحاجة إلى وجود هيئة عليا تتفق عليها بعض الهيئات والوزارات والغرف التجارية أو الصناعية لكي تقوم بالتنسيق، والتواصل مع الشركات الراغبة في تقديم خدمة اجتماعية من خلال وضع أولويات تحدد فيها احتياجات المجتمع بحيث تقلل من نسبة التكرار في تقديم ذات الخدمة لأطياف المجتمع المختلفة. ناهيك عن الابتعاد عن العشوائية في تقديم خدمات قد يكون المجتمع في أقل الحاجة إليها في الوقت الراهن. أخيراً، إن تفعيل المسؤولية الاجتماعية للشركات ينبغي أن يواكب التطورات الراهنة في المجتمع، والحالة الاقتصادية العامة، لتكون المحصلة رابحة لكل الأطراف ذات العلاقة، وتكون المسؤولية الاجتماعية ليست فقط مبادرات اختيارية بل ملزمة لجميع الشركات طالما أن الشركات تعمل في ظل نظام مفتوح تحصل على مدخلاتها من المجتمع، وتعيد مخرجاتها إلى المجتمع.

كما سبق، يمكن صياغة التوصيات العامة كالآتي:

1. ضرورة أن تولي الشركات الصناعية اهتماماً كبيراً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وأن تدخلها ضمن إستراتيجياتها الاقتصادية
2. تعمل كل شركة على إنشاء إدارة خاصة بالمسؤولية الاجتماعية يشترك فيها عدد من الموظفين والإداريين بمختلف مستوياتهم التنظيمية
3. تشجيع العاملين في المؤسسات على المشاركة في الأنشطة الموجهة لأطياف المجتمع عموماً
4. تدريب المديرين على تنمية مهارات تحمل المسؤولية الاجتماعية من خلال تحديد احتياجات المجتمع ضمن أولويات معينة والاستجابة لها.
5. ضرورة الالتزام بالقوانين والأنظمة التي تضعها الدولة بما يعزز مفاهيم المساءلة والنزاهة والشفافية.
6. تشجيع الشركات لأعضائها لحضور دورات تدريبية حول المبادرات المجتمعية

7. العمل على نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية في صفوف العاملين في الشركات وذلك بدعم من الإدارات العليا.
8. زيادة المخصصات المالية لتنفيذ مبادرات الشراكة المجتمعية
9. عقد شركات مع مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات الخيرية لتنفيذ أنشطة الشراكة المجتمعية.
10. إيجاد دليل توضح فيه رؤية الشركة، رسالتها، وأهدافها تجاه المسؤولية الاجتماعية

الشكر والتعريف بالمنحة

حمداً لله عز وجل على عونه وتوفيقه وتيسيره لإتمام ذلك البحث، فله الحمد رب السموات ورب الأرض رب العالمين، ويتوجه الفريق البحثي بخالص الشكر وعظيم التقدير، لمدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية، على دعمها المادي والمعنوي والأدي لمشروع بحثنا المعنون بـ " تطوير المسؤولية الاجتماعية للمنظمات المالية والصناعية"، ذو الرقم ع س - 35 - 16

المراجع العربية

1. الأسرج، حسين عبد المطلب (2014). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودوره في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاجتماعية. مج 4، ع 12.
2. اسماعيل، عماد عبد الجليل علي. (2009). قياس خطر الاحتيال على شركات التأمين الطلي بالمملكة العربية السعودية. مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، كلية التجارة - جامعة القاهرة، العدد 75.
3. البكري، ثامر ياسر؛ والديوه جي، أي سعيد. (2001). إدراك المديرين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. *المجلة العربية للإدارة*. مج 21، عدد 1 يونيو، ص ص 89-113.
4. ——— تمكين للاستشارات الإدارية والتفوية، المعهد الدولي لاقتصاد البيئة والصناعة، الشركات السعودية والمسؤولية الاجتماعية التحديات وسبل التقدم: دراسة استكشافية، — جامعة لاند - السويد، فبراير 2007 وردت في دراسة الأسرج، حسين عبد المطلب (2014). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودوره في التنمية المستدامة للمملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاجتماعية. 4، 12.
5. الجريوع، يوسف محمود. (2007). مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة: دراسة استكشافية لآراء المديرين الماليين ورؤساء أقسام المحاسبة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في قطاع غزة-فلسطين. *مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)*. مج 15، ع 1، ص ص 239-281
6. جعفر، صادق. (2007). لمحات من واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مملكة البحرين. *إصدار البانعة التطوعية: مشروع يتم بتنمية الأداء الإداري والاستراتيجي لمؤسسات المجتمع المدني وتحسين إنتاجية المشاريع غير الربحية*؛ ص 1-11.
7. جماعي، أم كلثوم؛ عبد العزيز، سمير. (2012). الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال. *ورقة عمل مقدمة في الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في الجزائر*.
8. الحارثي، عسكر. (2009). تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ أسس المسؤولية الاجتماعية. *ورقة عمل مقدمة في الملتقى العربي الأول حول المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال، تجارب عربية وأجنبية، الشارقة*.
9. حسين، ليث سعد الله، والجميل، ريم سعد. (2012). المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل. *مجلة بحوث مستقبلية*، مج 4، ع 1، ص ص 33-1
10. حمدي، سالم حامد. (2013). واقع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه العاملين، دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية/نينوى. *تنمية الرافدين*، مج 35، ع 112، ص ص 241-256.
11. الحشوروم، محمد؛ عبيدو، أميرة؛ والجاموس، عبد الرحمن. (2012). تبني المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية العاملة في مدينة حلب: دراسة ميدانية لعينة من المدراء. *تنمية الرافدين*. مج 34، ع 108، ص ص 109-131.
12. الدلبيحي، سطاتم خالد. (2011). برامج المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية، دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات بمدينة الرياض. *رسالة ماجستير مقدمة إلى قسم الاجتماع بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: الرياض*.
13. راشي، طارق. (2013). دور تبني مقاربة المسؤولية الاجتماعية في خلق وتدعيم ريادة وتنافسية منظمات الأعمال. *ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي بعنوان: النمو والعدالة والاستقرار من منظور إسلامي*. إستانبول، تركيا.
14. الرحاحة، عبد الرزاق. (2011). *المسؤولية الاجتماعية*. عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

15. الزيد، عبد الناصر طلب. (2013). المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في الأردن. *دراسات العلوم الإدارية*، مج 40، ع 1، ص ص 75-87.
16. السحياني، صالح. (2009). المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية. *ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف*، لبنان.
17. عاشور، سمير؛ سالم، سامية. (2005). *العرض والتحليل الإحصائي باستخدام SPSS*. الجزء الثاني، معهد الدراسات والبحوث الإحصائية.
18. صندوق التنمية الصناعية السعودي. (1439هـ/2017م). التطور الصناعي في المملكة. 3 ربيع الأول. (<https://www.sidf.gov.sa/ar/IndustryinSaudiArabia/Pages/IndustrialDevelopmentinSaudiArabia.aspx>)
19. الصباح، طلال. (2017). 91% نمو عدد المصانع المرخصة والمنتجة خلال 10 سنوات. *الاقتصادية*. 25 مايو، تقارير وتحليلات إحصائية.
20. العامري، صالح محمدي محسن؛ والغالي، طاهر محسن منصور. (2011). *الإدارة والأعمال*. الطبعة الثالثة، عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
21. العبيد، إبراهيم عبد الله. (2016). تصور مقترح لتفعيل دور الجامعات السعودية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلابها. *مجلة كلية التربية بأسبوط*، مصر. مج 32، ع 4، ص ص 485-551.
22. عطياتي، مراد؛ الخوارجة، كامل؛ أبو حسين، الحارث. (2016) المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في إطار وظيفة العمليات وأثرها في أداء الأعمال: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالية. *دراسات العلوم الإدارية*، مج 43، ع 1، ص ص 159-183.
23. عياش، محمد صالح علي. (2010). المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية طبيعتها وأهميتها. *البنك الإسلامي للتنمية*. جدة: المملكة العربية السعودية.
24. قريطم، عبد الهادي محمد؛ الصباب، أحمد عبد الله؛ و الططم الغامدي، عبد الله عبد الغني. (1410). مدى استجابة رجال الإدارة لمسؤولياتهم الاجتماعية، دراسة تطبيقية على الصناعات السعودية. *مجلة جامعة الملك عبد العزيز*، مج 3، ص ص 141-172.
25. جعفر، صادق. (2017) لمحات من واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مملكة البحرين. تقرير صادر عن النائرة التطوعية وهو مشروع رائد يهتم بتنمية الأداء الإداري والاستراتيجي لمؤسسات المجتمع المدني وتحسين إنتاجية المشاريع غير الربحية.
26. المغربي، كامل محمد. (2016). *أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية*. ط4، القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
27. (2017). <http://www.meim.gov.sa/arabic/Pages/default.aspx> موقع وزارة الطاقة والصناعة والثروة المعدنية السعودية، 2017.
28. ميتاني، بلال؛ والجمال، حمدان رشيد. (2016). أثر تطبيق مبادئ الحوكمة في المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال الخيرية: دراسة ميدانية أريد. *مجلة الاقتصاد والمالية*. ع 3، ص ص 42-59.
29. نصر الدين، مسعود؛ محمد، كنوش. (2012). واقع أهمية وقمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية: دراسة استطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية. *ورقة عمل مقدمة في المنتدى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية*، الجزائر.
30. ياسين، محمد عاطف. (2008). واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية، دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية. *رسالة ماجستير*، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.
31. بجي، علاء عبد السلام؛ فتحي، أحمد يوسف؛ وحسين، إحسان محسن. (2012). إسهام أصحاب المصالح في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمنظمات: دراسة حالة في شركة الحكماء لصناعة الأدوية. *مجلة الإدارة والاقتصاد*، مج 1، ع 93، ص ص 40-59.

المراجع الانكليزية

32. Alonao-Almeida, M.D.M.; Navarrete, F.C.F.; and Rodriguez-Pomeda, J. (2015). Corporate social responsibility perception in business students as future managers: a multifactorial analysis. *Business Ethics: A European Review*. Vol. 24, No 1; PP 1-17.
33. Baron, D. (2001). Private Politics, Corporate Social Responsibility, and Integrated Strategy. *Journal of Economics and Management Strategy*. Vol. 10, No. 1, PP 7-45.
34. Cannon, T. (2012). *Corporate Responsibility, Governance, Compliance and Ethics In A Sustainable Environment*. 2nd ed. Pearson Education Limited.
35. Famiyeh, S. (2017). Corporate Resoponsiblity and Firm's Performance: Empirical Evidence. *Social Responsibility Journal*. Vol. 13, No. 2, PP 390-406

36. Gaudencio, P., Coelho, A., and Ribeiro N. (2017). The Role of Trust in Corporate Social Responsibility and Worker Relationships. *The Journal of Management Development*. Vol 36, No. 4, PP 478-492
37. Gupta, N., and Sharma, V. (2016). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Employee Engagment and its Linakage to Organizaitonal Performance. *Journal of Organizaitonal Behavior*. Vol. 15, No 3, PP 59-75
38. Hair, J.F., and Others. (1995). Multivariate Data Analysis with Readings, Fourth Edition, Prentice-Hall, Inc, New Jersey, USA.
39. Hee, L.M., Yeong, K., and Yura, K. (2017). Effects of Corporate Social Responsibility Actions on South Korean Adolescents' Perceptions in the Food Indust. *Sustainability*. Vol 9, No. 2, PP 176-
40. Im, S., Chung, Y.W., and Yang, J.Y. (2017). Employees' Participation in Corporate Social Resonpsibility and Organizational Outcomes: The Moderating Role of Person-CSR Fit. *Sustainability*. Vol. 9, No. 1, PP 28
41. Jain, S, and Jain S. (2013). Corporate Social Responsibility: A Need of Present and Future. *OIDA International Journal of Sustainable Development*. Vol. 6, No. 7, PP 21-28
42. Jamali, D., Sidani, Y., & Al-Asmar, K. (2009). Changing Managerial CSR Orientations: A Three Country Comparative Analysis of Lebanon, Syria, and Jordan. *Journal of Business Ethics*. Vol. 85, PP 173-192.
43. Kim, J, W; Kim, E, J; Kim, S, M; Hong, H.G. (2011). Effects of Fit with CSR Activities and Consumption Value on Corporate Image and Repurchase Intention. *International Journal of Business Strategy*. Vol. 11, No. 1, PP 35-46.
44. Levis, J. (2005). The Adoption of Corporate Social Responsibility Policies by Multinational Companies. *Master Dissertation*, Stanford University
45. McWilliams, A; Siegel, D.; & Wright, P. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*. Vol. 43, No. 1, PP 1-18.
46. Timm, N.H. (2002). Applied Multivariate Analysis, Springer-Verlag, New York, USA.
47. Rizvi, S.N.Z. (2012). Effectiveness of Corporate Social Responsibility in Controlling The Impact of Job Stress on Organizational Commitment. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 4, No. 8, PP 321-332.
48. Robbins, S. P.; Coulter, M.; Sidani, Y; & Jamali, D. (2011). *Management (Arab World Edition)*. Pearson Education, England.
49. Robbins, S.P., Judge, T.A. (2017). *Organizational Behavior*. 16th ed. Pearson Education, England.
50. Tabachnick, B.G., and Fidell, L.S. (1996). Using Multivariate Statistics, Third Edition, HarperCollins College Publishers, USA.
51. Tong, C., Wong, A., and Leung, S. (2013). The Mediating Effects of Service Charge Transparency on the Relationship between Corporate Social Responsibility and Customer Behavior in Hong Kong's Retail Banking Sector. *Business and Economic Research*. Vol. 3, No. 1, PP 56-88
52. Vveinhardt, J; and Zygmantaite, R. (2015). Influence of CSR Policies in preventing dysfunctional behavior in organizations. *Social and Behavioral Sciences*. Vol. 205, PP 340-348.
53. Wi, Z., Shen, H., Zhou, K.Z., Li, J.J. (2017). How does Environmental Corporate Social Responsibility Matter in a Dysfunctional Insitutional Environment? Evidence from China. *Journal of Business Ethihcs*. Vol 140, PP 209-223.
54. Wolczek, P. (2014). The Concept of Corporate Social Responsibility and Sustainable Development. *Problems of Sustainable Development*. Vol. 9, No. 1, PP 157-166.