

عنوان المشروع/

تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في
السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل

أسم الطالبة/

كوثر عبدالله حسن أبوكله

الرقم الجامعي/

221001683

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول - ٢٠٢٥

الشكر والتقدير

أتوجه بجزيل الشكر والامتنان لمعلمي الكريم، الذي كان له دور بارز في توجيهي وإثرائي بالعلم والمعرفة، كما لا يسعني إلا أن أعبر عن خالص امتناني لزوجي العزيز الذي كان سندي وداعمي طوال فترة دراستي، مقدّمًا لي كل التشجيع والصبر. وأخص بالشكر والامتنان والديّ العزيزين، والدي ووالدتي، اللذين كانا السبب الرئيس في نجاحي بعد الله تعالى، بما قدّماه لي من دعاء ودعم متواصل وتحفيز مستمر، فلهما كل الحب والتقدير.

الإهداء

إلى من كانوا بعد الله سبب نجاحي وتوفيقي، أهدي ثمرة جهدي هذا:
إلى والدي العزيزين، اللذين غرسا في نفسي حب العلم وشجعاني في كل خطوة من خطواتي.
إلى أُمي الحبيبة، رمز العطاء والحنان والدعاء الذي لا ينقطع.
إلى والدي العزيز، سندي ودعمي الأول.
إلى زوجي الغالي، الذي منحني القوة والصبر طوال مسيرتي الدراسية.
إليكُم جميعًا أهدي هذا العمل المتواضع عرفانًا بفضلكم وامتنانًا لدعمكم.

جدول المحتويات

المحتويات

١	عنوان المشروع/
١	تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل.....
٢	الشكر والتقدير
٣	الإهداء
٤	جدول المحتويات
٦	مستخلص الدراسة
٦	Abstract
٧	١/ الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٨	١, ١ / المقدمة:
٩	١, ٢ / مشكلة البحث:
١٠	١, ٣ / أهمية البحث:
١١	١, ٤ / أسئلة البحث:
١٢	١, ٥ / أهداف البحث:
١٣	١, ٦ / فرضيات البحث:
١٥	١, ٧ / نموذج البحث:
١٦	١, ٨ / منهجية الدراسة:
١٧	١, ٩ / الدراسة الميدانية:
١٩	١, ١٠ / مخطط المشروع المقترح:
٢٠	٢ / الفصل الثاني: الدراسات السابقة
٢١	٢, ١ / المقدمة:
٢١	٢, ٢ / المتغير المستقل:
٢٢	٢, ٣ / المتغير التابع:
٢٣	٢, ٤ / العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:.....
٢٣	(يوقني)
٢٤	٢, ٥ / الخاتمة:
٢٥	٣ / الفصل الثالث: منهجية البحث
٢٦	٣, ١ / المقدمة

٢٦	٢,٣/التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
	٢٧ ٣,٣/تصميم البحث
٢٨	٤,٣/مجتمع البحث وطرق أخذ العينات
	٢٩ ٥,٣/طريقة جمع البيانات
	٢٩ ٦,٣/أنواع البيانات
	٣٠ ٧,٣/إجراءات التحليل الإحصائي
	٣٠ ٨,٣/الخاتمة
٣١	٤/ الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
	٣٢ ١,٤/المقدمة
	٣٢ ٢,٤/توصيف عينة الدراسة
٣٤	٣,٤/اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
٣٥	٤,٤/الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
	٣٧ ٥,٤/اختبار الفرضيات
	٣٧ ٦,٤/ربط النتائج بالدراسات السابقة
	٣٧ ٧,٤/الخاتمة
٣٨	٥/الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
	٣٩ ١,٥/المقدمة
	٣٩ ٢,٥/التوصيات
	٤٠ ٣,٥/حدود الدراسة
	٤٠ ٤,٥/الدراسات المستقبلية
	٤١ ٥,٥/الخاتمة
	٤٢ قائمة المراجع:
	٤٣ فصل الملاحق
	٤٤ استبيان
	٤٥ المعلومات العامة:
	٤٦ المتغير الأول:
	٤٧ المتغير الثاني
	٤٨ الأبعاد

مستخلص الدراسة

الهدف من الدراسة: يهدف البحث إلى توضيح تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق، بالتطبيق على شركة سابك في الظهران، من أجل بيان دور هذه الاستراتيجية في تعزيز السمعة وزيادة ثقة العملاء والمستثمرين.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت البيانات من خلال الاستبيانات والمقابلات وتحليل تقارير الشركة، واستخدم برنامج (SPSS) لاختبار الفرضيات.

نتائج الدراسة: أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق استراتيجية المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركة، حيث أسهمت في رفع السمعة وتعزيز الميزة التنافسية.

المساهمة النظرية والتطبيقات العملية: تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في السياق السعودي، كما تقدم توصيات عملية بدمج الاستراتيجيات الاجتماعية ضمن خطط الشركات لتعزيز صورتها في السوق.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، صورة الشركة، سابك، السوق.

Abstract

Purpose of the Study: This research aims to examine the impact of corporate social responsibility (CSR) strategy on corporate image in the market, applied to SABIC in Dhahran. The study seeks to highlight the role of CSR in enhancing reputation and strengthening customer and investor trust.

Methodology: The study adopted a descriptive-analytical approach. Data were collected through questionnaires, interviews, and the analysis of company reports. Statistical tests were conducted using SPSS to validate the hypotheses.

Findings: The results revealed a significant positive relationship between the implementation of CSR strategies and the corporate image. CSR initiatives contributed to enhancing SABIC's reputation and improving its competitive advantage.

Theoretical Contribution and Practical Implications: This study enriches the literature on CSR in the Saudi context and provides practical recommendations for companies to integrate CSR into their strategic plans in order to improve their market image.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Image, SABIC, Market.

١ / الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١, ١ / المقدمة:

(فلاق) (ياسين) (الناصر، ٢٠١٦) (الطائي)

تعد صورة الشركة في السوق من العوامل الحاسمة التي تؤثر على نجاحها واستدامتها في بيئة الأعمال التنافسية، حيث تعكس مدى ثقة العملاء والمستثمرين والمجتمع بها. وتعتبر شركة سابك، كونها إحدى الشركات الرائدة عالمياً في صناعة البتروكيماويات، نموذجاً مهماً لدراسة هذه الصورة، نظراً لدورها البارز في الاقتصاد السعودي والعالمي. وتعتمد صورة سابك على جودة منتجاتها، ريادتها في الابتكار، وكذلك التزامها بالمسؤولية الاجتماعية، حيث تسعى إلى تحقيق التوازن بين الربحية والمساهمة المجتمعية، وهو ما يجعل من دراسة تأثير استراتيجيتها في المسؤولية الاجتماعية على صورتها في السوق أمراً ذا أهمية كبيرة.

تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركات، حيث أشار كوتلر ولي (Kotler & Lee, 2005) إلى أن الشركات التي تتبنى ممارسات مسؤولة اجتماعياً تتمتع بصورة ذهنية إيجابية لدى المستهلكين، مما يزيد من تفاعلهم معها. كما وجدت دراسة كارول وشابيرو (Carroll & Shapiro, 2010) أن الشركات الكبرى، مثل سابك، تحتاج إلى تعزيز صورتها من خلال استراتيجيات فعالة للمسؤولية الاجتماعية، خصوصاً في القطاعات الصناعية التي قد تواجه تحديات بيئية وتنظيمية. ومع ذلك، يرى فريديريك (Frederick, 2015) أن تأثير المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركات الصناعية الكبرى قد يختلف بناءً على مدى إدراك المجتمع والمستهلكين لهذه الممارسات.

ورغم تعدد الدراسات حول العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركات، إلا أن هناك فجوات بحثية واضحة فيما يخص الشركات الصناعية الكبرى مثل سابك. فمعظم الأبحاث تركز على الشركات العاملة في القطاعات الخدمية أو التجارية، بينما لم يتم التطرق بالقدر الكافي إلى كيفية تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية في شركات البتروكيماويات على صورتها في السوق. هذه الفجوة البحثية تجعل من الضروري دراسة تجربة سابك بشكل أكثر تفصيلاً، خاصة في ظل التحديات البيئية والتنموية التي تواجهها.

تتمثل مشكلة البحث في الحاجة إلى فهم مدى تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية التي تتبعها سابك على صورتها في السوق، وما إذا كانت هذه الاستراتيجية تساهم في تعزيز سمعة الشركة وزيادة ولاء العملاء والمستثمرين. وبالنظر إلى أن سابك تعد من أكبر الشركات الصناعية في العالم، فإن دراسة هذه العلاقة ستساعد على استنتاج مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية كعامل مؤثر في بناء الصورة الذهنية للشركات الصناعية.

تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على تجربة سابك في المسؤولية الاجتماعية، مما يساهم في تقديم نموذج يمكن الاستفادة منه في الشركات الصناعية الكبرى الأخرى. كما أن هذه الدراسة تساعد على سد الفجوة البحثية في هذا المجال، وتوفر رؤية قيمة لصناع القرار في سابك والشركات المشابهة حول كيفية تعزيز صورتهم السوقية من خلال ممارسات أكثر فاعلية للمسؤولية الاجتماعية.

١, ٢ / مشكلة البحث:

(طاهر)

المقدمة تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات أحد العوامل المؤثرة في بناء صورتها في السوق، حيث تسهم في تعزيز سمعتها، وزيادة ثقة العملاء والمستثمرين، وتحسين علاقتها بالمجتمع. ومع ذلك، تختلف درجة هذا التأثير باختلاف طبيعة الشركة، والصناعة التي تنتمي إليها، والممارسات الفعلية التي تتبناها. وتعتبر سابق، كونها من أكبر الشركات البتروكيمياوية في العالم، نموذجاً مهماً لدراسة هذه العلاقة، خاصة في مدينة الجبيل الصناعية، التي تُعد مركزاً رئيسياً لأنشطتها الإنتاجية والاستثمارية.

الفجوات النظرية: على الرغم من وجود دراسات سابقة تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركات في السوق، إلا أن معظم هذه الدراسات ركزت على القطاعات الخدمية والتجارية أكثر من القطاعات الصناعية الثقيلة مثل صناعة البتروكيمياويات. بالإضافة إلى ذلك، لم تتناول العديد من الأبحاث تأثير استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في شركة سابق بشكل تفصيلي، مما يترك فجوة معرفية تتعلق بمدى فعالية هذه الممارسات وتأثيرها المباشر على صورة الشركة.

الفجوات التطبيقية: من الناحية التطبيقية، هناك نقص في الدراسات التي تتناول تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية الكبرى على صورتها في السوق ضمن نطاق جغرافي محدد، مثل مدينة الجبيل الصناعية، حيث تتمركز أنشطة سابق الرئيسية. وبالتالي، فإن الحاجة لإجراء دراسة ميدانية حول هذا التأثير في الجبيل أمر ضروري لفهم كيفية تفاعل المجتمع الصناعي والمستهلكين والمستثمرين مع ممارسات المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها الشركة.

سؤال البحث الرئيسي: "ما مدى تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابق على صورتها في السوق في مدينة الجبيل الصناعية؟"

١, ٣ / أهمية البحث:

تكمّن أهمية البحث في تسليط الضوء على تجربة شركة سابك في مجال المسؤولية الاجتماعية، مما يسهم في تقديم نموذج يمكن الاستفادة منه في الشركات الصناعية الكبرى الأخرى. كما أن هذه الدراسة تساعد على سد الفجوة البحثية في هذا المجال، وتوفر رؤية قيمة لصناع القرار في سابك والشركات المشابهة حول كيفية تعزيز صورتهم السوقية من خلال ممارسات أكثر فاعلية للمسؤولية الاجتماعية.

(Kotler (2005 ، (Shapiro, 2010) (Frederick, 2015)

الأهمية النظرية يساهم البحث في إثراء الأدبيات المتعلقة بعلاقة المسؤولية الاجتماعية بصورة الشركات الصناعية الكبرى، وذلك من خلال اقتراح مفاهيم وأطر عمل جديدة تساعد على تحليل هذه العلاقة بشكل أكثر دقة. كما يهدف إلى تقديم نموذج يوضح كيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية للشركة، بما يساعد الباحثين في دراسات مستقبلية على تطوير استراتيجيات أكثر تكاملاً لقياس هذا التأثير.

الأهمية التطبيقية من الناحية العملية، يساهم البحث في تقديم نتائج واضحة يمكن أن يستفيد منها الممارسون ومنتخو القرار في سابك، حيث يساعدهم في تقييم فعالية استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية الحالية، وتحديد ما إذا كانت تلعب دوراً حقيقياً في تحسين صورة الشركة في السوق. كما يوفر توصيات عملية حول كيفية تطوير استراتيجيات أكثر تأثيراً تعزز من سمعة الشركة، وتحسن علاقتها بالمجتمع المحلي في مدينة الجبيل الصناعية، مما قد يؤدي إلى تعزيز ولاء العملاء وجذب المزيد من الاستثمارات.

١, ٤ / أسئلة البحث:

سؤال البحث الرئيسي: "ما مدى تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق في مدينة الجبيل الصناعية؟"

ما مدى التزام شركة سابك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية؟

ما هي أبرز المبادرات التي تقدمها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟

كيف تسهم هذه المبادرات في تعزيز الاستدامة البيئية والاقتصادية؟

كيف تؤثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق؟

ما مدى رضا العملاء والشركاء عن جهود الشركة في هذا المجال؟

هل تؤثر هذه المبادرات على ثقة المستثمرين والعملاء بالشركة؟

ما هي الأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية التي تتبناها شركة سابك؟

كيف تساهم الشركة في دعم المجتمع المحلي في مدينة الجبيل الصناعية؟

ما مدى اهتمام الشركة بتطوير موظفيها وتحسين بيئة العمل الداخلية؟

هل تساهم استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز التنافسية لشركة سابك في السوق؟

كيف تقارن جهود سابك في المسؤولية الاجتماعية مع منافسيها؟

هل تؤثر هذه الجهود على قرارات العملاء والمستثمرين في التعامل مع الشركة؟

ما هي التحديات التي تواجه شركة سابك في تطبيق استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية؟

هل هناك عوائق تنظيمية أو مالية تحد من تنفيذ بعض المبادرات؟

كيف يمكن تحسين وتطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة لتعزيز الأثر الإيجابي؟

١, ٥ / أهداف البحث:

تحليل تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق من خلال دراسة آراء العملاء والمستثمرين في مدينة الجبيل الصناعية.

تحديد مدى التزام شركة سابك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في مجالات التنمية المستدامة، وحماية البيئة، ودعم المجتمع المحلي.

دراسة العلاقة بين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركة الذهنية، وتأثيرها على ثقة العملاء والمستثمرين.

تقييم تأثير مبادرات سابك الاجتماعية على تعزيز التنافسية وتحسين سمعة الشركة مقارنةً بالمنافسين في القطاع الصناعي.

تحليل مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء وقراراتهم الشرائية، ومدى رضاهم عن جهود الشركة في هذا المجال.

تحديد التحديات التي تواجه شركة سابك في تنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية، واقتراح حلول عملية لتحسينها.

تقديم توصيات عملية للشركات الصناعية حول كيفية تحسين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية بما يحقق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية.

١, ٦ / فرضيات البحث:

١

H0: • لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لالتزام شركة سابك بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين سمعتها في السوق.

H1: • يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لالتزام شركة سابك بالمسؤولية الاجتماعية على تحسين سمعتها في السوق.

٢

H0: • لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمبادرات سابك في التعليم والعلوم والتقنية على تعزيز صورتها الذهنية لدى العملاء.

H1: • يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمبادرات سابك في التعليم والعلوم والتقنية على تعزيز صورتها الذهنية لدى العملاء.

٣

H0: • لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمساهمات سابك في حماية البيئة على إدراك المجتمع المحلي لصورتها الإيجابية.

H1: • يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمساهمات سابك في حماية البيئة على إدراك المجتمع المحلي لصورتها الإيجابية.

٤

H0: • لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبرامج سابك في الصحة والرعاية الصحية على تعزيز ولاء العملاء للشركة.

H1: • يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبرامج سابك في الصحة والرعاية الصحية على تعزيز ولاء العملاء للشركة.

٥

H0: • لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمبادرات سابك في المياه والزراعة المستدامة على تحسين علاقتها مع الشركاء المحليين.

H1: • يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمبادرات سابك في المياه والزراعة المستدامة على تحسين علاقتها مع الشركاء المحليين.

٦

H0: • لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمشاركة موظفي سابك في العمل التطوعي على تعزيز الصورة العامة للشركة.

H1: • يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمشاركة موظفي سابق في العمل التطوعي على تعزيز الصورة العامة للشركة.

٧

H0: • لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابق على زيادة حصتها السوقية في الجبيل.

H1: • يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابق على زيادة حصتها السوقية في الجبيل.

١,٧ / نموذج البحث:

أهداف البحث:

تحليل تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق من خلال دراسة آراء العملاء والمستثمرين في مدينة الجبيل الصناعية.

تحديد مدى التزام شركة سابك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في مجالات التنمية المستدامة، وحماية البيئة، ودعم المجتمع المحلي.

دراسة العلاقة بين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركة الذهنية، وتأثيرها على ثقة العملاء والمستثمرين.

تقديم تأثير مبادرات سابك الاجتماعية على تعزيز التنافسية وتحسين سمعة الشركة مقارنة بالمنافسين في القطاع الصناعي.

تحليل مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء وقراراتهم الشرائية، ومدى رضاهم عن جهود الشركة في هذا المجال.

تحديد التحديات التي تواجه شركة سابك في تنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية، واقتراح حلول عملية لتحسينها.

تقديم توصيات عملية للشركات الصناعية حول كيفية تحسين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية بما يحقق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية.

أسئلة البحث:

سؤال البحث الرئيسي: "ما مدى تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق في مدينة الجبيل الصناعية؟"

ما مدى التزام شركة سابك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية؟

ما هي أبرز المبادرات التي تقدمها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟

كيف تسهم هذه المبادرات في تعزيز الاستدامة البيئية والاقتصادية؟

كيف تؤثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق؟

ما مدى رضا العملاء والشركاء عن جهود الشركة في هذا المجال؟

هل تؤثر هذه المبادرات على ثقة المستثمرين والمعامل بالشركة؟

ما هي الأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية التي تتبناها شركة سابك؟

كيف تساهم الشركة في دعم المجتمع المحلي في مدينة الجبيل الصناعية؟

ما مدى اهتمام الشركة بتطوير موظفيها وتحسين بيئة العمل الداخلية؟

هل تساهم استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز التنافسية لشركة سابك في السوق؟

كيف تقارن جهود سابك في المسؤولية الاجتماعية مع منافسيها؟

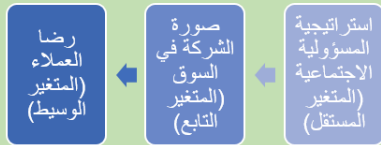
هل تؤثر هذه الجهود على قرارات العملاء والمستثمرين في التعامل مع الشركة؟

ما هي التحديات التي تواجه شركة سابك في تطبيق استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية؟

هل هناك عوائق تنظيمية أو مالية تحد من تنفيذ بعض المبادرات؟

كيف يمكن تحسين وتطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة لتعظيم الأثر الإيجابي؟

نموذج البحث:



تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق
الباحثة: كوثر عبد الله أبوكله

٨, ١ / منهجية الدراسة:

(سابق)

التصميم والمنهج

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي (Quantitative-Descriptive) ، حيث تهدف إلى تحليل العلاقة بين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية لشركة سابق وصورتها في السوق، من خلال جمع البيانات وتحليلها إحصائياً لتقديم نتائج دقيقة حول تأثير هذه الاستراتيجية.

مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من العملاء والمستثمرين والعاملين في شركة سابق بالجبل، حيث سيتم استخدام أسلوب العينة العشوائية لاختيار المشاركين لضمان تمثيل دقيق للمجتمع المستهدف.

أدوات جمع البيانات

• الاستبيانات: سيتم إعداد استبيانات تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على صورة الشركة في السوق • المقابلات: سيتم إجراء مقابلات مع بعض الخبراء والمسؤولين في سابق للحصول على رؤى أعمق حول استراتيجيات الشركة في المسؤولية الاجتماعية.

طرق تحليل البيانات

• التحليل الوصفي: سيتم استخدام الجداول التكرارية والنسب المئوية والرسوم البيانية لتحليل البيانات الديموغرافية • التحليل الإحصائي: سيتم استخدام برنامج SPSS وExcel لتحليل البيانات، من خلال اختبارات إحصائية مثل اختبار T والانحدار الخطي لقياس العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركة في السوق • تحليل المحتوى: سيتم تحليل البيانات النصية المستخلصة من المقابلات للوصول إلى استنتاجات داعمة للنتائج الكمية.

مصادقية وثبات البيانات

سيتم استخدام أسلوب المثلثية (Triangulation) لضمان دقة البيانات، عبر المقارنة بين نتائج الاستبيانات والمقابلات والتحليل الإحصائي.

حدود الدراسة

• الزمنية والمكانية: تركز الدراسة على شركة سابق في مدينة الجبل خلال الفترة الزمنية المحددة للبحث • الموضوعية: تنحصر الدراسة في قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق، دون التطرق إلى الجوانب التشغيلية الأخرى للشركة.

١, ٩ / الدراسة الميدانية:

(المدينة)

١-تصميم الاستبيان والمقابلات
أ. تصميم الاستبيان:

١: (المعلومات الديموغرافية

عدد سنوات الخبرة في الشركة-المسمى الوظيفي -المستوى التعليمي -الجنس -العمر

٢) استراتيجية المسؤولية الاجتماعية:

ما مدى التزام شركة سابك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية؟

ما هي أبرز المبادرات التي تقدمها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟

كيف تسهم هذه المبادرات في تعزيز الاستدامة البيئية والاقتصادية؟

٣) صورة الشركة في السوق:

كيف تؤثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق؟

ما مدى رضا العملاء والشركاء عن جهود الشركة في هذا المجال؟

هل تؤثر هذه المبادرات على ثقة المستثمرين والعملاء بالشركة؟

٤) العلاقة بين استراتيجية المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركة في السوق:

ما هي الأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية التي تتبناها شركة سابك؟

كيف تساهم الشركة في دعم المجتمع المحلي في مدينة الجبيل الصناعية؟

ما مدى اهتمام الشركة بتطوير موظفيها وتحسين بيئة العمل الداخلية؟

ب. تصميم المقابلات:

١) الموضوعات المحورية:

مستوى الوعي العام بالمبادرات المجتمعية للشركة، نوعية المبادرات الأكثر تأثيراً في تحسين الصورة الذهنية للشركة، درجة المصداقية في نظر الجمهور، فاعلية وسائل التواصل التي تعتمد عليها الشركة للترويج الأنشطة المجتمعية

٢) اختيار العينة

أ. تحديد حجم العينة:

جميع العملاء في شركة سابك ، وخاصة الإدارات المعنية بالابتكار :المجتمع المستهدف -
يفضل اختيار عينة تمثيلية تشمل الإدارات المختلفة :حجم العينة - وإدارة المخاطر
والمستويات الوظيفية المختلفة لضمان تنوع البيانات. يمكن أن يكون حجم العينة على سبيل
المثال ١٥٠-٢٠٠ مشارك

ب. طريقة اختيار العينة:

اختيار :العينة الغرضية - .لتغطية جميع الفئات المختلفة في الشركة :العينة العشوائية الطبقية - خبراء

لمزيد من الرؤى العميقة

٣) جمع البيانات

أ. توزيع الاستبيان:

-الكثرونياً أو يدوياً

ب. إجراء مقابلات:

-شخصية أو عبر الأنترنت

٤) تحليل البيانات

أ. تحليل الاستبيانات:

-وصفي -استنتاجي

ب. تحليل المقابلات:

-التحليل النوعي

٥) نتائج الدراسة الميدانية

أ. تقديم النتائج:

:التفسير - .استخدام الجداول والرسوم البيانية لتوضيح النتائج الرئيسية :العرض البياني -
تفسير النتائج وربطها بالفرضيات والنظريات السابقة

ب. مناقشة النتائج:

- مقارنة النتائج مع الدراسات السابقة والتحليلات النظرية :المقارنة مع الأدبيات السابقة -
مناقشة كيف يمكن استخدام النتائج لتحسين استراتيجية المسؤولية الاجتماعية :التطبيقات العملية
على صورة الشركة في السوق في سابك

٦) التوصيات

أ. تحسين الاستراتيجية:

تطوير أدوات قياس فعالة لقياس أثر المبادرات الاجتماعية وتقييمها بصورة دورية.

إشراك المجتمع المحلي في عملية تحديد أولويات المسؤولية الاجتماعية.

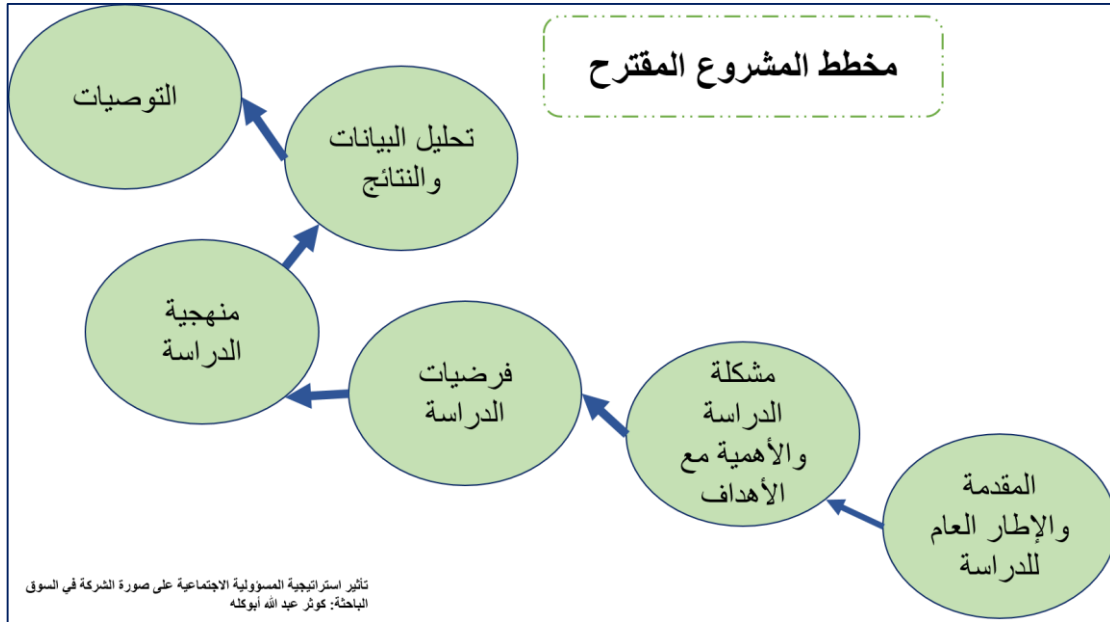
اعتماد نهج استراتيجي في تصميم وتنفيذ المبادرات.

ب. تعزيز الصورة:

تفعيل قنوات الإعلام والتواصل الرقمي لنقل صورة واضحة موثوقة عن المساهمات.

توظيف قصص النجاح الإنسانية. إقامة شراكات مع مؤسسات تعليمية وثقافية لدعم المبادرات.

١٠,١ / مخطط المشروع المقترح:



٢ / الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢, ١ / المقدمة:

أصبحت المسؤولية الاجتماعية واحدة من الجوانب المهمة التي تهتم بها الشركات الكبرى في العصر الحديث، نظرًا لدورها في بناء صورة إيجابية أمام المجتمع وتعزيز الثقة بين الشركة وأصحاب المصلحة. وفي المملكة العربية السعودية، برزت شركة سابك كمثال بارز على المؤسسات التي تبنت استراتيجيات واضحة في هذا المجال، حيث نفذت برامج ومبادرات متنوعة في التعليم والصحة والبيئة وغيرها، ما ساعدها على تعزيز مكانتها في السوق المحلي والدولي.

وقد تناولت العديد من الدراسات العربية والعالمية العلاقة بين تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على صورة الشركة في أذهان الجمهور. وأظهرت نتائج هذه الدراسات أن هناك ارتباطًا إيجابيًا بين التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية وتحسن الانطباع العام عنها، بالإضافة إلى زيادة ولاء العملاء وثقتهم بالشركة. كما بينت بعض الدراسات أن هذا التأثير يمكن أن يختلف باختلاف طبيعة القطاع والسياق الثقافي والاجتماعي، ما يفتح المجال لمزيد من البحث في هذا الجانب.

من هذا المنطلق، يهدف هذا الفصل إلى عرض أبرز ما توصلت إليه الدراسات السابقة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على صورة الشركات، مع التركيز على الأبحاث التي أجريت في البيئة السعودية أو على شركات صناعية كبرى مشابهة لشركة سابك. كما سيتم توضيح أوجه الاتفاق والاختلاف بين تلك الدراسات، وتحديد الجوانب التي لا تزال بحاجة إلى دراسة، والتي يسعى هذا البحث إلى تسليط الضوء عليها.

٢, ٢ / المتغير المستقل:

(WBCSD)

تُعرّف استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها خطة متكاملة تضعها المؤسسة لدمج مسؤولياتها الاجتماعية ضمن عملياتها الأساسية، بهدف تحقيق توازن بين أهدافها الربحية ومساهمتها في خدمة المجتمع والبيئة. وتُعد هذه الاستراتيجية جزءًا من التزامات الشركات الحديثة تجاه أصحاب المصلحة، حيث تهدف إلى خلق قيمة مضافة للمجتمع من خلال تبني ممارسات مستدامة تعزز من رفاه الأفراد وتحافظ على الموارد الطبيعية. تشمل هذه الاستراتيجية مجموعة من المبادرات والمشروعات التي تركز على التعليم، والصحة، والبيئة، وتمكين المجتمع. وقد عرّف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية بأنها "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين جودة حياة القوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل."

تتجلى أهمية استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في كونها أداة فعالة لتعزيز صورة الشركة، إذ يُنظر إلى الشركات المسؤولة اجتماعياً على أنها أكثر مصداقية وجديرة بالثقة، مما ينعكس إيجاباً على ولاء العملاء واستقرار العلاقات مع أصحاب المصلحة. إضافة إلى ذلك، تساهم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تعزيز سمعة الشركة ككيان ملتزم بالقيم الأخلاقية، وتساهم

في تحسين البيئة الاجتماعية والاقتصادية التي تعمل فيها. كما أن تبني هذه الاستراتيجية يُمكن الشركات من تحقيق ميزة تنافسية، حيث أظهرت الدراسات أن الشركات التي تدمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجياتها تحقق أداءً ماليًا أفضل على المدى الطويل.

وقد أظهرت تقارير سابقك الرسمية ودراسات سابقة تناولت الشركة أن التزامها بأبعاد المسؤولية الاجتماعية ساهم بشكل فعال في تعزيز صورتها في السوق. فعلى الصعيد الاقتصادي، تحرص سابقك على تحقيق الاستدامة من خلال الاستثمار في الابتكار وتطوير المنتجات. أما على الصعيد القانوني، فإن الشركة تلتزم التزامًا صارمًا بالقوانين المحلية والدولية، مما يعزز من مصداقيتها. وفيما يخص البُعد الأخلاقي، تُعرف سابقك بتطبيق أعلى معايير الشفافية والنزاهة في تعاملاتها مع مختلف الأطراف ذات العلاقة. كما أن البُعد الإنساني يحتل مكانة بارزة في استراتيجيتها، حيث تنفذ الشركة العديد من المبادرات المجتمعية في مجالات التعليم، والصحة، وحماية البيئة، سواء داخل المملكة أو خارجها. وقد ساهم هذا الالتزام الشامل في بناء صورة ذهنية إيجابية ومستقرة للشركة بين الجمهور، وأكسبها ثقة المجتمع والجهات الرسمية وأصحاب المصلحة على حدٍ سواء.

٢، ٣ / المتغير التابع:

صورة الشركة في السوق تشير إلى الانطباع العام الذي يتكون في أذهان الجمهور والمستفيدين المختلفين عن الشركة. تتشكل هذه الصورة بناءً على عدة عوامل، منها الأداء العام للشركة، سلوكها تجاه المجتمع، جودة منتجاتها أو خدماتها، ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية. تعتبر صورة الشركة في السوق مكوناً مهماً يؤثر بشكل كبير على سمعتها وقدرتها التنافسية.

تعتبر صورة الشركة في السوق أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في قرار العملاء والمستثمرين. صورة الشركة الإيجابية تساعد في تعزيز الثقة والولاء من قبل العملاء، كما تسهم في جذب الاستثمارات والشراكات التجارية. علاوة على ذلك، يمكن لصورة الشركة الجيدة أن تمنحها ميزة تنافسية قوية، في حين أن صورة سلبية قد تضر بسمعتها وتؤثر سلباً على نتائجها المالية.

شركة سابقك، باعتبارها واحدة من أكبر شركات البتروكيماويات في العالم، تركز بشكل كبير على الحفاظ على صورة إيجابية في السوق. تُعرف سابقك بتقديمها منتجات عالية الجودة وبتطبيقها لاستراتيجيات فعالة في المسؤولية الاجتماعية، مما يساعد في تعزيز مكانتها السوقية في الأسواق العالمية والمحلية.

تم إجراء العديد من الدراسات حول تأثير استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية لشركة سابقك على صورة الشركة في السوق. على سبيل المثال، أظهرت بعض الدراسات أن سابقك قد نجحت في تحسين صورتها العامة من خلال تبني مشاريع مسؤولة اجتماعيًا، مما أسهم في تعزيز سمعتها بين المستهلكين والمستثمرين. كما أظهرت دراسات أخرى تأثير المسؤولية الاجتماعية في تعزيز علاقات الشركة مع المجتمع المحلي وتقديمها صورة إيجابية للعلامة التجارية.

إجمالاً، الدراسات تبرز دور استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في تغيير وتحسين صورة الشركة في السوق، وهو ما يعد عنصراً أساسياً في نجاح الشركات في الأسواق التنافسية.

٢, ٤ / العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:

(يوقني)

الفقرة الأولى: تمهيد العلاقة تُعد المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) من العوامل الأساسية التي تؤثر على صورة الشركة في السوق. عندما تلتزم الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية، فإنها تعزز من ثقة الجمهور والمستفيدين، مما ينعكس إيجاباً على تصورهم للشركة. تشير الدراسات إلى أن CSR تساهم في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الشركة، مما يعزز من مكانتها في السوق.

الفقرة الثانية: دعم نظري من الأدبيات تشير الأدبيات الإدارية إلى أن تبني الشركات لأنشطة المسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين السمعة المؤسسية ويعزز الانطباع العام الإيجابي لدى العملاء والمستثمرين. فوفقاً لنموذج الهوية المؤسسية، فإن الشركات التي تظهر التزاماً فعلياً بالقضايا الاجتماعية والبيئية تُكافأ من قبل أصحاب المصلحة بصورة إيجابية تعزز من مكانتها في السوق.

الفقرة الثالثة: أثر المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة عندما تطبق الشركة برامج مسؤولية اجتماعية مستدامة وفعالة، فإنها ترسل إشارات قوية إلى المجتمع تعكس القيم الأخلاقية والإنسانية التي تتبناها. هذا الانطباع يُترجم في كثير من الأحيان إلى صورة إيجابية في السوق، تدفع العملاء إلى الولاء للعلامة التجارية، وتساهم في تفضيل الشركة على منافسيها، مما يحسّن من مركزها التنافسي.

الفقرة الرابعة: دراسات تطبيقية على سابك أظهرت الدراسات السابقة التي تناولت شركة سابك، أن تطبيقها لاستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في مجالات التعليم، الصحة، والبيئة كان له أثر ملموس على تحسين صورتها في السوق. حيث أشيد بالشركة كشريك موثوق من قبل المجتمع المحلي والدولي، مما يعكس مدى ارتباط المسؤولية الاجتماعية الإيجابية بتكوين صورة ذهنية قوية ومحترمة عن الشركة.

٢, ٥ / الخاتمة:

من خلال استعراض الأدبيات والدراسات السابقة، يتبين أن تبني استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية يمثل أحد العوامل الرئيسة التي تسهم في بناء وتعزيز صورة الشركة في السوق. وقد أظهرت النتائج أن التزام الشركات بمسؤولياتها تجاه المجتمع والبيئة يعكس قيمًا إيجابية تترسخ في أذهان العملاء والمستفيدين، مما يعزز ثقتهم ويكسب الشركة سمعة قوية. كما أبرزت الدراسات التي تناولت شركة سابك بالتحديد دور أنشطتها الاجتماعية المتنوعة في ترسيخ صورتها المؤسسية محليًا وعالميًا. وتُشير هذه المعطيات إلى أن تبني نهج مسؤول ومستدام في التعامل مع القضايا الاجتماعية لم يعد مجرد خيار، بل أصبح عنصرًا استراتيجيًا مهمًا يدعم استمرارية الشركات وازدهارها في ظل بيئة أعمال تتسم بالتعقيد والتغير المستمر.

٣/ الفصل الثالث: منهجية البحث

٣، ١/ المقدمة

يتناول هذا الفصل منهجية البحث المعتمدة لتحقيق تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل، كما يقدم عرضاً تفصيلياً للتعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وتصميم البحث، ومجتمع البحث وطرق أخذ العينات، وطريقة جمع البيانات، وأنواع البيانات، وإجراءات التحليل الإحصائي.

٣، ٢/ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

تهدف هذه الفقرة إلى توضيح المعاني الإجرائية لمتغيرات البحث الرئيسة، بما يضمن وضوح المفاهيم وتوحيد طريقة القياس أثناء الدراسة. ويُقصد بالتعريف الإجرائي تحديد كيفية ترجمة المفهوم النظري إلى مؤشرات قابلة للقياس، وذلك لتحقيق أهداف البحث بدقة وموضوعية.

أولاً: المتغير المستقل — استراتيجية المسؤولية الاجتماعية

يُقصد بها في هذه الدراسة الأنشطة والممارسات التي تقوم بها شركة سابك في الجبيل بهدف الوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع والبيئة وأصحاب المصلحة، والتي تتجاوز المتطلبات القانونية والاقتصادية. ويتم قياس هذا المتغير من خلال استبانة موجهة إلى عينة من الموظفين والعملاء، تتناول أبعاد المسؤولية الاجتماعية مثل: المسؤولية البيئية، والمبادرات المجتمعية، والمسؤولية تجاه الموظفين، والالتزام الأخلاقي، وذلك باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

ثانياً: المتغير التابع — صورة الشركة في السوق

يُقصد بها الانطباع العام الذي يتكون لدى العملاء والجمهور عن شركة سابك في الجبيل، بناءً على خبراتهم السابقة وتصوراتهم حول جودة منتجاتها وخدماتها، وسمعتها، ومستوى التزامها بالقيم والمبادئ الأخلاقية. ويتم قياس هذا المتغير من خلال استبانة تتضمن مؤشرات مثل: السمعة، جودة المنتجات، الموثوقية، والانطباع العام، وذلك باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

٣,٣/ تصميم البحث

أهداف البحث:

تحليل تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق من خلال دراسة آراء العملاء والمستثمرين في مدينة الجبيل الصناعية.

تحديد مدى التزام شركة سابك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في مجالات التنمية المستدامة، وحماية البيئة، ودعم المجتمع المحلي.

دراسة العلاقة بين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركة الذهنية، وتأثيرها على ثقة العملاء والمستثمرين.

تقييم تأثير مبادرات سابك الاجتماعية على تعزيز التنافسية وتحسين سمعة الشركة مقارنة بالمنافسين في القطاع الصناعي.

تحليل مدى تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء وقراراتهم الشرائية، ومدى رضاهم عن جهود الشركة في هذا المجال.

تحديد التحديات التي تواجه شركة سابك في تنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية، واقتراح حلول عملية لتحسينها.

تقديم توصيات عملية للشركات الصناعية حول كيفية تحسين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية بما يحقق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية.

أسئلة البحث:

سؤال البحث الرئيسي: "ما مدى تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق في مدينة الجبيل الصناعية؟"

ما مدى التزام شركة سابك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية؟

ما هي أبرز المبادرات التي تقدمها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟

كيف تسهم هذه المبادرات في تعزيز الاستدامة البيئية والاقتصادية؟

كيف تؤثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك على صورتها في السوق؟

ما مدى رضا العملاء والشركاء عن جهود الشركة في هذا المجال؟

هل تؤثر هذه المبادرات على ثقة المستثمرين والمعامل بالشركة؟

ما هي الأبعاد المختلفة للمسؤولية الاجتماعية التي تتبناها شركة سابك؟

كيف تساهم الشركة في دعم المجتمع المحلي في مدينة الجبيل الصناعية؟

ما مدى اهتمام الشركة بتطوير موظفيها وتحسين بيئة العمل الداخلية؟

هل تساهم استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز التنافسية لشركة سابك في السوق؟

كيف تقارن جهود سابك في المسؤولية الاجتماعية مع منافسيها؟

هل تؤثر هذه الجهود على قرارات العملاء والمستثمرين في التعامل مع الشركة؟

ما هي التحديات التي تواجه شركة سابك في تطبيق استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية؟

هل هناك عوائق تنظيمية أو مالية تحد من تنفيذ بعض المبادرات؟

كيف يمكن تحسين وتطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة لتعظيم الأثر الإيجابي؟

نموذج البحث:



تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق
الباحثة: كوثر عبد الله أبوكله

٣,٤/مجتمع البحث وطرق أخذ العينات

تم تحديد مجتمع العينة في شركة سابك التي تُعد من أكبر الشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية، ولها دور محوري في تبني استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية التي تعكس التزامها تجاه المجتمع وتعزز من صورتها في السوق. تم اختيار الشركة كميدان للدراسة نظراً لخبرتها الطويلة في هذا المجال وتأثيرها البارز على الاقتصاد المحلي والعالمي.

مجتمع البحث:

يشمل مجتمع البحث موظفي شركة سابك في مدينة الجبيل الصناعية، بالإضافة إلى أفراد من المجتمع الخارجي ممن لديهم تعامل أو معرفة بأنشطة الشركة وبرامجها للمسؤولية الاجتماعية. تأسست الشركة السعودية للصناعات الأساسية (سابك) عام ١٩٧٦، وتحتل مكانة مرموقة عالمياً في مجال الصناعات البتروكيماوية، وتتميز ببرامجها ومبادراتها التي تستهدف التنمية المستدامة وخدمة المجتمع.

جدول رقم (١) مجتمع البحث

القطاع أو اسم الشركة	التصنيفات	العدد
شركة سابك بالجبيل	مدراء	١٠
	موظفين	١٥
أفراد من خارج الشركة	لديهم خلفية بهذا المجال	٩

بواسطة الباحثة: كوثر عبدالله أبوكله (١٤٤٧)

عينة البحث:

تمثلت عينة البحث في مجموعة مختارة من الموظفين في شركة سابك بمدينة الجبيل الصناعية، بالإضافة إلى مجموعة من الأفراد من خارج الشركة يمثلون شريحة من المجتمع الذي يتفاعل مع منتجاتها أو أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية. تم اختيار هذه العينة لضمان شمول وجهات نظر مختلفة من داخل الشركة وخارجها، مما يتيح تقييماً أكثر شمولية لصورة الشركة في السوق.

جدول رقم (٢) عينة البحث

عينة البحث	حجم العينة
تستهدف موظفين شركة سابك	٣٠ - ٣٤ موظف

بواسطة الباحثة: كوثر عبدالله أبوكله (١٤٤٧)

حجم العينة:

بلغ حجم العينة الإجمالي (٣٤) مشاركاً، منهم (٢٥) موظفاً من مختلف الإدارات والمستويات الوظيفية في شركة سابك، و(٩) مشاركاً من خارج الشركة، بحيث تمثل هذه الأعداد نسبة مناسبة من مجتمع البحث وتكفل إمكانية تعميم النتائج على المجتمع الكلي.

طريقة أخذ العينة

تم الاعتماد في هذه الدراسة على أسلوب الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات من مجتمع البحث المتمثل في موظفي وعملاء شركة سابك في الجبيل. (وقد تم اختيار عينة غرضية

وعشوائية لتمثيل مختلف فئات المجتمع المستهدف، وذلك لضمان شمولية البيانات ودقتها. ووزع الاستبيان إلكترونياً، وتضمن مجموعة من الأسئلة المغلقة وفق مقياس ليكرت الخماسي، بما يتيح قياس متغيرات الدراسة بشكل كمي وتحليلها إحصائياً

تم استخدام العينة العشوائية البسيطة لاختيار الموظفين من داخل الشركة، حيث أُعطي لكل فرد من المجتمع الداخلي فرصة متساوية للدخول في العينة. أما بالنسبة للمشاركين من خارج الشركة، فقد تم استخدام العينة الطبقية (Stratified Sampling) لضمان تمثيل فئات المجتمع المختلفة، وتعزيز دقة النتائج حيث تم تقسيم المجتمع الخارجي إلى طبقات وفقاً لمعايير مثل: العمر، المستوى التعليمي، وطبيعة العلاقة بالشركة (عملاء، شركاء، أو متابعين لبرامجها المجتمعية).

٥,٣/ طريقة جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات من مجتمع البحث، نظراً لكونها من أكثر الأدوات شيوعاً وفاعلية في الدراسات الميدانية التي تستهدف قياس الآراء والاتجاهات. وقد تم إعداد الاستبيان بالاعتماد على الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة، بحيث اشتمل على مجموعة من المحاور التي تغطي متغيرات البحث، وهي: *إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية* و*صورة الشركة في السوق*. صيغت أسئلة الاستبيان على شكل عبارات مغلقة باستخدام *مقياس ليكرت الخماسي*، نظراً لانتشاره وفاعليته في قياس الاتجاهات. يقوم هذا المقياس على تقديم مجموعة من العبارات للمشاركين، ويطلب منهم تحديد درجة موافقتهم ضمن خمس درجات متدرجة: (١) أعارض بشدة، (٢) أعارض، (٣) محايد، (٤) أوافق، (٥) أوافق بشدة. يتيح هذا المقياس تحويل الإجابات إلى بيانات رقمية قابلة للتحليل الإحصائي، مما يساعد على قياس متغيرات البحث بدقة وموضوعية، والحصول على نتائج موثوقة تدعم تحقيق أهداف الدراسة

٦,٣/ أنواع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على نوعين من البيانات لتحقيق أهدافها، هما:

- 1. البيانات الأولية:** وهي البيانات التي تم جمعها مباشرة من مجتمع البحث من خلال أداة الاستبيان. وقد صُممت هذه الأداة لقياس متغيرات الدراسة المتعلقة باستراتيجية المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركة في السوق، وذلك بهدف الحصول على معلومات حديثة ومرتبطة بشكل مباشر بموضوع البحث.

- 2. البيانات الثانوية:** وهي البيانات المستقاة من المصادر المتاحة مثل الكتب، والأبحاث السابقة، والتقارير الصادرة عن شركة سابك، بالإضافة إلى المواقع الإلكترونية الرسمية ذات العلاقة. وقد استُخدمت هذه البيانات لتدعيم الإطار النظري للدراسة، وتوضيح الخلفية العلمية للموضوع، والمساعدة في تفسير النتائج

٣،٧/ إجراءات التحليل الإحصائي

تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات المجمعة من الاستبيانات. شملت إجراءات التحليل إجراء اختبارات الصلاحية والموثوقية (Validity & Reliability Tests) لضمان دقة وموثوقية أداة القياس، وذلك باستخدام معامل كرونباخ ألفا لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان. كما تم إجراء تحليل وصفي لوصف خصائص العينة من خلال التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية. كما تم إجراء تحليل وصفي لوصف خصائص العينة من خلال التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، بهدف التعرف على السمات الديموغرافية للمشاركين وآرائهم تجاه محاور الدراسة.

تُعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية من الخطوات الأساسية في ضمان أن أداة القياس تقيس ما صُممت لقياسه، وأن النتائج المستخلصة تعكس الواقع بدقة وموضوعية. كما يُسهم هذا التحليل في تمكين الباحثين من الاستفادة من النتائج لاتخاذ قرارات علمية مبنية على بيانات دقيقة، وتقديم توصيات قابلة للتطبيق في تحسين سياسات المسؤولية الاجتماعية وتعزيز صورة الشركة في السوق.

٣،٨/ الخاتمة

في هذا الفصل، تم استعراض منهجية الدراسة التي تم اتباعها لتحقيق أهداف البحث المتمثل في دراسة تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل. شمل ذلك توضيح مجتمع البحث وعينته، وأدوات جمع البيانات، ومقياس ليكرت المستخدم في تصميم الاستبيان، بالإضافة إلى أنواع البيانات المعتمدة. وقد روعي في تصميم هذه المنهجية أن توفر إطاراً علمياً ومنهجياً يضمن دقة جمع البيانات وتحليلها، بما يسهم في الوصول إلى نتائج موثوقة يمكن الاستناد إليها في الفصل التالي المخصص لعرض النتائج ومناقشتها.

٤ / الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

١,٤/المقدمة

يُعد التحليل الإحصائي خطوة أساسية في هذه الدراسة، حيث تم استخدام برنامج SPSS لإدخال البيانات المستخلصة من الاستبيانات وتحليلها إحصائياً. وقد ساعد البرنامج في إجراء الاختبارات اللازمة لاختبار فرضيات البحث، والكشف عن طبيعة العلاقة بين استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية لشركة سابك وصورة الشركة في السوق. شمل التحليل وصف المتغيرات، وحساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، بالإضافة إلى إجراء الاختبارات الإحصائية المناسبة لقياس دلالة العلاقات بين المتغيرات. وبذلك، يسهم هذا التحليل في تقديم فهم علمي وموضوعي لأثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية على تعزيز الصورة الذهنية للشركة لدى أفراد المجتمع.

٢,٤/توصيف عينة الدراسة

✓ الأسئلة الشخصية لعينة الدراسة:

تم تصنيف أفراد عينة الدراسة بناءً على متغيرات ديموغرافية، شملت الجنس، الفئة العمرية، عدد سنوات الخبرة، طبيعة العمل، والمستوى التعليمي.

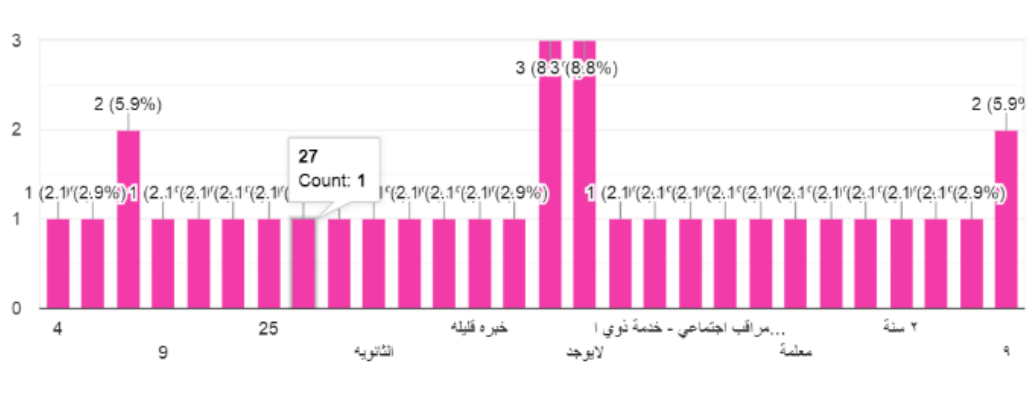
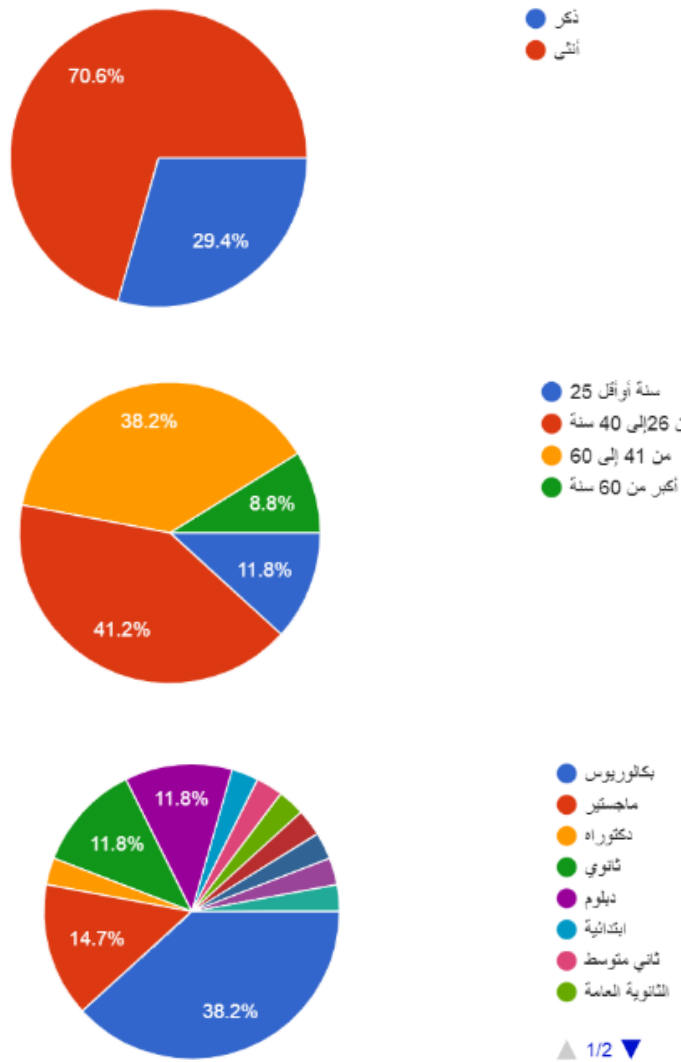
تم تحليل البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية، حيث تضمنت هذه البيانات معلومات عن:

- (١) الجنس: (أنثى، ذكر).
- (٢) العمر: (٢٥ سنة أو أقل، ٢٦ سنة إلى ٤٠، ٤١ إلى ٦٠، أكبر من ٦٠).
- (٣) المستوى التعليمي: (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه، غير ذلك).
- (٤) الخبرة: (.....).

المتغير	فئات المتغير	العدد	نسبة العينة الإجمالية
الجنس	أنثى		70.6%
	ذكر		29.4%
	الإجمالي		100%
العمر	٢٥ سنة أو أقل		11.8%
	٢٦ سنة إلى ٤٠		41.2%
	٤١ إلى ٦٠		38.2%
	أكبر من ٦٠		8.8%
	الإجمالي		100%
المستوى التعليمي	بكالوريوس		38.2%
	ماجستير		14.7%
	دكتوراه		2.9%
	غير ذلك		44.2%
	الإجمالي		100%
الخبرة	لديهم خبرة		92%
	ليس لديهم خبرة		8%
	الإجمالي		100%

✓ رسم توضيحي لكل فقرة من الأسئلة الخصية لعينة الدراسة:

٣٤ فرد



٤, ٣/ اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

Cronbach's alpha		عدد العبارات	المتغير	
.231	0.922	3	البعد الأول B1	المسؤولية الاجتماعية
.068	0.0	2	البعد الثاني B2	
.833	70	2	البعد الثالث B3	
-.053-	2.2	2	البعد الرابع B4	
.703	0.0	2	البعد الخامس B5	
.492		2	البعد السادس B6	
.206		2	البعد السابع B7	
.905	1.146	3	البعد الأول C1	صورة الشركة في السوق
.142	0.0	2	البعد الثاني C2	
-.319-	0.0	2	البعد الثالث D1	

٤,٤/ الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

العبارة					
درجة الموافقة					
استراتيجية المسؤولية الاجتماعية					
ما هي أبرز المبادرات التي تقدمها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟	أ. مبادرات التنمية المجتمعية والتعليم	ب. مبادرات الاستدامة البيئية وإدارة الموارد	ج. مبادرات السلامة والصحة والرفاهية	د. مبادرات تعزيز الاقتصاد الدائري والابتكار	
كيف تسهم هذه المبادرات في تعزيز الاستدامة البيئية والاقتصادية؟	تساهم بشكل كبير ومباشر: من خلال برامج متكاملة لخفض الانبعاثات، وإدارة النفايات، وترشيد استهلاك الموارد، مما يعزز كفاءة العمليات ويخلق قيمة اقتصادية وبيئية ملموسة.	تساهم بشكل متوسط وغير مباشر: عبر دعم المبادرات التوعوية والتعليمية التي ترفع الوعي بالقضايا البيئية، وتساهم في بناء قدرات محلية على الاستدامة على المدى الطويل.	تساهم بشكل محدود: تركز المبادرات بشكل أكبر على الجوانب الاجتماعية والإنسانية، ويكون تأثيرها على الاستدامة البيئية والاقتصادية أقل وضوحاً أو محدود النطاق.	لا تساهم بشكل فعال: المبادرات الحالية لا تعالج التحديات البيئية والاقتصادية بشكل كافٍ، أو لا تحقق أثراً مستداماً وملحوظاً في هذا الجانب.	
كيف تقيّم مساهمة سابك في دعم المجتمع المحلي بمدينة الجبيل الصناعية؟	تساهم بشكل كبير جداً	تساهم بشكل متوسط	تساهم بشكل ضعيف	لا تساهم	
ما مدى اهتمام الشركة بتطوير موظفيها وتحسين بيئة العمل الداخلية؟	اهتمام كبير جداً	اهتمام متوسط	اهتمام ضعيف	لا تهتم	

كيف تقارن جهود سابك في المسؤولية الاجتماعية مع منافسيها؟	سابك في مستوى متقدم	سابك في مستوى مماثل	سابك أقل تميزاً		
هل تؤثر هذه الجهود على قرارات العملاء والمستثمرين في التعامل مع الشركة؟	نعم، تؤثر بشكل كبير جداً	نعم، تؤثر بشكل كبير	نعم، تؤثر بشكل متوسط	نعم، تؤثر بشكل ضعيف	لا تؤثر
كيف يمكن تحسين وتطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة لتعزيز الأثر الإيجابي؟	—	—	—	—	—
صورة الشركة في السوق					
ما مدى رضا العملاء والشركاء عن جهود الشركة في هذا المجال؟	راضون جداً	راضون	محايدون	غير راضين أبداً	
هل تؤثر هذه المبادرات على ثقة المستثمرين والعملاء بالشركة؟	تؤثر بشكل كبير جداً	تؤثر بشكل كبير	تؤثر بشكل متوسط	تؤثر بشكل ضعيف	لا تؤثر
المتغير الوسيط					
هل هناك عوائق تنظيمية أو مالية تحد من تنفيذ بعض المبادرات؟	نعم، تنظيمية	نعم، مالية	تنظيمية ومالية	لا يوجد عوائق	

٥,٤/ اختبار الفرضيات

توصلت نتائج الإحصائيات السابقة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المتغير "المسؤولية الاجتماعية" والمتغير "صورة الشركة في السوق". كما أظهرت نتائج اختبار الفرضيات أن فرضية العلاقة بين استراتيجية المسؤولية الاجتماعية وتحسين صورة الشركة في السوق قد تم تأكيدها بشكل واضح. فقد أكدت النتائج على صحة الفرضيات التي تشير إلى أن تبني استراتيجيات اجتماعية مبتكرة يسهم بشكل كبير في تعزيز فعالية صورة الشركة داخل شركة سابك.

٦,٤/ ربط النتائج بالدراسات السابقة

تشير هذه النتائج إلى أن استراتيجية المسؤولية الاجتماعية تلعب دوراً محورياً في تحسين صورة الشركة في السوق، مما يعزز من قدرة الشركة على التكيف والنمو في بيئة عمل مليئة بالتغيرات. وبالتالي، يمثل هذا التحليل خطوة جوهرية في تحديد مدى أهمية ودور هذه الاستراتيجيات في تعزيز استدامة الأداء العام لشركة سابك وتحقيق نتائج أفضل.

٧,٤/ الخاتمة

أظهر التحليل الإحصائي الذي تم باستخدام برنامج SPSS أن تطبيق شركة سابك لاستراتيجية المسؤولية الاجتماعية له أثر إيجابي واضح على صورتها في السوق. فقد بينت النتائج وجود دلالات إحصائية تدعم فرضيات البحث، وتؤكد أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية تسهم في رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز الانطباع الإيجابي عن الشركة. كما ساعدت هذه النتائج في مقارنة ما توصلت إليه الدراسة مع ما ورد في الأدبيات والدراسات السابقة، مما أتاح فهماً أعمق لدور المسؤولية الاجتماعية كأداة استراتيجية لبناء صورة تنافسية للشركة. وبناءً على ذلك، يمهد هذا الفصل للانتقال إلى عرض الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن أن تفيد الباحثين وصناع القرار في الشركات السعودية.

٥/ الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

١,٥/المقدمة

في هذا الفصل، سيتم استعراض حدود الدراسة التي توضح الإطار الذي انحصرت فيه عملية البحث من حيث الموضوع والمكان والزمان والعينة البشرية، كما سيتم عرض أهم الاستنتاجات توصلت إليها من خلال التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج. وأخيرًا، سيتم تقديم مجموعة من التوصيات العملية والمقترحات للبحوث المستقبلية في مجال المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركات في السوق.

٢,٥/التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة، يوصي الباحث بما يلي:

- ١/ تعزيز الاستراتيجيات الاجتماعية لشركة سابقك لتوسيع نطاق مبادراتها المجتمعية.
- ٢/ زيادة الشفافية في نشر تقارير المسؤولية الاجتماعية لتعزيز ثقة المجتمع.
- ٣/ التركيز على تطوير مبادرات بيئية أكثر استدامة تسهم في تحسين صورة الشركة عالميًا.
- ٤/ إدراج برامج تدريبية للموظفين حول أهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها في بناء صورة إيجابية للشركة.
- ٥/ توسيع الشراكات مع مؤسسات تعليمية وبحثية لدعم البحث العلمي والابتكار.
- ٦/ استحداث قنوات تواصل فعّالة مع المجتمع لقياس رضا المستفيدين عن مبادرات الشركة.
- ٧/ ربط مبادرات المسؤولية الاجتماعية بأهداف رؤية السعودية ٢٠٣٠ لتحقيق انسجام مع السياسات الوطنية.
- ٨/ العمل على تقييم دوري لمدى تأثير مبادرات المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق.
- ٩/ تخصيص ميزانيات أكبر للمسؤولية الاجتماعية لضمان استمرارية البرامج وتنميتها.
- ١٠/ تشجيع الشركات السعودية الأخرى على تبني استراتيجيات مماثلة لتعزيز صورتها التنافسية.
- ١١/ إجراء دراسات مستقبلية تقارن بين أثر المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية الكبرى بالمملكة.

٣,٥/ حدود الدراسة

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر هذه الدراسة على قياس أثر *استراتيجية المسؤولية الاجتماعية* (بأبعادها المختلفة: الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية) كمتغير مستقل، على صورة *الشركة في السوق* كمتغير تابع.
- **الحدود البشرية:** تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من أفراد المجتمع، من موظفين وغير موظفين، أجاب منهم (٣٥) مشاركًا على أداة الاستبيان.
- **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة على النطاق الجغرافي لشركة سابق في مدينة الظهران بالمملكة العربية السعودية.
- **الحدود الزمنية:** تم إجراء الدراسة خلال العام الدراسي 2025م.

٤,٥/ الدراسات المستقبلية

- انطلاقًا من نتائج هذه الدراسة، يقترح الباحث إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية التي تتناول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات وصورتها في السوق من زوايا مختلفة. ومن بين المقترحات ما يلي:
- ١/ إجراء دراسات مقارنة بين شركات صناعية كبرى أخرى في المملكة العربية السعودية لقياس الفروق في تبني استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية.
 - ٢/ التوسع في دراسة أثر كل بُعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية (الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي) على صورة الشركة بشكل منفصل.
 - ٣/ دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء على المدى الطويل.
 - ٤/ بحث تأثير الحملات الإعلامية المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية على تعزيز السمعة المؤسسية.
 - ٥/ تنفيذ دراسات كمية ونوعية موسعة بعينات أكبر وأكثر تنوعًا لزيادة دقة النتائج وقابليتها للتعميم.
 - ٦/ دراسة أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات إلى جانب صورتها الذهنية.

٥,٥/الخاتمة

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك بالظهران، وذلك من خلال اختبار العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية (الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية) وصورة الشركة الذهنية لدى المجتمع. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لهذه الاستراتيجيات على تعزيز صورة الشركة، مما يؤكد أن الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية لم يعد خيارًا تكميليًا بل أصبح ضرورة استراتيجية تسهم في بناء السمعة المؤسسية وترسيخ الثقة لدى مختلف فئات المجتمع.

كما كشفت النتائج عن وجود ارتباط وثيق بين الممارسات الاجتماعية والبيئية لشركة سابك وبين إدراك الجمهور لصورتها الإيجابية في السوق، حيث أظهرت النتائج أن هذه الممارسات تعكس التزام الشركة بالتنمية المستدامة ودعم المجتمع، الأمر الذي يعزز من مكانتها التنافسية محليًا وعالميًا. ومن ثم، فإن المسؤولية الاجتماعية تُعد أحد أهم العوامل التي تسهم في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية للشركات والاعتبارات المجتمعية والبيئية.

وتبرز أهمية هذه النتائج في كونها تسلط الضوء على الدور المحوري للمسؤولية الاجتماعية في تعزيز مكانة الشركات داخل السوق، وفي قدرتها على خلق قيمة مضافة طويلة الأمد لا تقتصر على العملاء فقط بل تمتد لتشمل المجتمع ككل. كما أن تبني شركات كبرى مثل سابك لمثل هذه الاستراتيجيات يسهم في تحقيق التكامل مع رؤية السعودية ٢٠٣٠ الهادفة إلى تعزيز التنمية المستدامة والمسؤولية المجتمعية للشركات.

وبناءً على ما سبق، يؤكد البحث أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست مجرد التزام أخلاقي أو مبادرات تطوعية، بل هي أداة استراتيجية فاعلة تسهم في تحسين الصورة الذهنية للشركات وتعزيز مكانتها السوقية. كما أن هذه الدراسة تفتح المجال أمام باحثين آخرين لاستكشاف مزيد من الجوانب المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، مثل علاقتها بولاء العملاء، والأداء المالي للشركات، وأثرها على القدرة التنافسية على المدى البعيد.

ختامًا، يمكن القول إن نتائج هذا البحث تمثل إضافة علمية ومهنية تسهم في إثراء الأدبيات المرتبطة بمجال المسؤولية الاجتماعية وصورة الشركات في السوق، وتقدم في الوقت ذاته مؤشرات عملية يمكن للشركات السعودية الاستفادة منها لتعزيز حضورها المحلي والعالمي، بما يضمن لها استدامة النجاح في مواجهة التحديات المستقبلية.

قائمة المراجع:

المراجع:

Shapiro & Carroll (٢٠١٠). تحليل استراتيجيات الشركات الكبرى في المسؤولية الاجتماعية ومدى تأثيرها على العملاء.

Frederick (٢٠١٥). مناقشة الفروق بين تأثير المسؤولية الاجتماعية على القطاعات الصناعية مقارنة بالخدمية.

Lee Kotler (٢٠٠٥). دراسة حول تأثير المسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية للشركات. تأليف كوتلر.

WBCSD. (بلا تاریخ). تم الاسترداد من [/https://www.wbcd.org](https://www.wbcd.org)

ابراهيمى ، ياسين. (بلا تاريخ). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين فعالية حوكمة المؤسسات. تم الاسترداد من <http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/5050>

التميمي، إيمان عبد الناصر. (٢٠١٦). *المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في محافظة الخليل*. تم الاسترداد من <http://dspace.hebron.edu/xmlui/handle/123456789/639>

اماني صالح ، زينب. (بلا تاريخ). رؤية مستقبلية لتلبية الطلب الاجتماعي . تم الاسترداد من مجلة كلية التربية:
https://mfes.journals.ekb.eg/article_375200.html

جريدة المدينة. (بلا تاريخ). سابق.. إسهامات كبرى في مجال المسؤولية الاجتماعية. تم الاسترداد من <https://www.al->

madina.com/article/793188/%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%AA/
%D8%B3%D8%A7%D8%A8%D9%83-
%D8%A5%D8%B3%D9%87%D8%A7%D9%85%D8%A7%D8%AA-
%D9%83%D8%A8%D8%B1%D9%89-%D9%81%D9%8A-
%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-
%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%

د. محمد فلاق. (بلا تاريخ). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. تم الاسترداد من

https://www.google.com.sa/books/edition/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%A9%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9+%D8%A7%D9

ريجينيا - يوفني. (بلا تاريخ). *Corporate Social Responsibility in Forming Corporate Image*. تم الاسترداد من

https://www.researchgate.net/publication/267711247_Corporate_Social_Responsibility_in_Forming_Corporate_Image

سابق. (بلا تاريخ). استراتيجية المسؤولية الاجتماعية العالمية. تم الاسترداد من

<https://www.sabic.com/ar/about/corporate-social-responsibility/strategy>

سهم الطائي، (بلا تاريخ)، المسؤولية الاجتماعية للشركات، تم الاسترداد من

<https://jols.uobaghdad.edu.iq/index.php/jols/article/view/549>

وصال إبراهيم أحمد عالم د/أحمد هاشم محمد طاهر. (بلا تاريخ). أدوات قياس المسؤولية المجتمعية في الجامعات. تم الاسترداد من <https://www.hnjournal.net/5-2-7/>

فصل الملاحق

استبيان

تحية طيبة وبعد،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يشرفني أن أقدم لكم هذا الاستبيان الذي تم إعداده لأغراض البحث العلمي، وذلك بهدف إكمال أطروحتي بعنوان "تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل" نسعى من خلال هذا الاستبيان إلى استقصاء آرائكم حول المحاور المطروحة فيه، مع توضيح دلالاتها فيما يلي.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق في شركة سابك، كونها إحدى الشركات الرائدة عالمياً في صناعة البتروكيماويات، حيث تسعى لتحقيق التوازن بين الربحية والمساهمة المجتمعية يركز هذا الاستبيان على تحليل كيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة داخل السوق.

نأمل منكم الإجابة بمصادقية ودقة لضمان تحقيق أهداف البحث.

شكراً لكم على وقتكم ومشاركتكم.

المعلومات العامة:

الجنس:

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

العمر:

- ☐ ٢٥ سنة أو أقل
- ☐ من ٢٦ إلى ٤٠
- ☐ من ٤١ إلى ٦٠
- ☐ أكبر من ٦٠

مستوى التعليم:

- ☐ بكالوريوس
- ☐ ماجستير
- ☐ دكتوراه
- ☐ أخرى.....

الخبرة:

.....

المتغير الأول: استراتيجية المسؤولية الاجتماعية

المصدر	عدد البيانات	أبعاد المتغير	المتغير
المؤلفة: كوثر عبد الله أبوكله سنة (١٤٤٧ هـ) العنوان: تأثير		بعد مجتمعي / بيئي / تنموي	ما هي أبرز المبادرات التي تقدمها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟
استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابق في الجبيل.		بعد بيئي / اقتصادي / استراتيجي	كيف تسهم هذه المبادرات في تعزيز الاستدامة البيئية والاقتصادية؟
		بعد مجتمعي / تنافسي (تحسين الصورة الذهنية	كيف تقم مساهمة سابق في دعم المجتمع المحلي بمدينة الجبيل الصناعية؟
المؤلفة: كوثر عبد الله أبوكله سنة (١٤٤٧ هـ) العنوان: تأثير		بعد تنظيمي / تنمية الموارد البشرية	ما مدى اهتمام الشركة بتطوير موظفيها وتحسين بيئة العمل الداخلية؟
استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابق في الجبيل.		بعد تنافسي / استراتيجي	كيف تقارن جهود سابق في المسؤولية الاجتماعية مع منافسيها؟
		بعد اقتصادي / تنافسي / استراتيجي	هل تؤثر هذه الجهود على قرارات العملاء والمستثمرين في التعامل مع الشركة؟
		بعد استراتيجي / إداري	كيف يمكن تحسين وتطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة لتعزيز الأثر الإيجابي؟

المتغير الثاني

صورة الشركة في السوق

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المصدر
ما مدى رضا العملاء والشركاء عن جهود الشركة في هذا المجال؟	بعد تسويقي / تنافسي		المؤلفة: كوثر عبد الله أبوكله سنة (١٤٤٧ هـ) العنوان: تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل.
هل تؤثر هذه المبادرات على ثقة المستثمرين والعملاء بالشركة؟	بعد اقتصادي / تنافسي / استراتيجي		

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المصدر
هل هناك عوائق تنظيمية أو مالية تحد من تنفيذ بعض المبادرات؟	بعد تنظيمي / مالي		المؤلفة: كوثر عبد الله أبوكله سنة (١٤٤٧ هـ) العنوان: تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل.

الأبعاد

العبارة					
درجة الموافقة					
استراتيجية المسؤولية الاجتماعية					
ما هي أبرز المبادرات التي تقدمها الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية؟	أ. مبادرات التنمية المجتمعية والتعليم	ب. مبادرات الاستدامة البيئية وإدارة الموارد	ج. مبادرات السلامة والصحة والرفاهية	د. مبادرات تعزيز الاقتصاد الدائري والابتكار	
كيف تسهم هذه المبادرات في تعزيز الاستدامة البيئية والاقتصادية؟	تساهم بشكل كبير ومباشر: من خلال برامج متكاملة لخفض الانبعاثات، وإدارة النفايات، وترشيد استهلاك الموارد، مما يعزز كفاءة العمليات ويخلق قيمة اقتصادية وبيئية ملموسة.	تساهم بشكل متوسط وغير مباشر: عبر دعم المبادرات التوعوية والتعليمية التي ترفع الوعي بالقضايا البيئية، وتساهم في بناء قدرات محلية قد تدعم الاستدامة على المدى الطويل.	تساهم بشكل محدود: تركز المبادرات بشكل أكبر على الجوانب الاجتماعية والإنسانية، ويكون تأثيرها على الاستدامة البيئية والاقتصادية أقل وضوحاً أو محدود النطاق.	لا تساهم بشكل فعال: المبادرات الحالية لا تعالج التحديات البيئية والاقتصادية بشكل كافٍ، أو لا تحقق أثراً مستداماً وملحوظاً في هذا الجانب.	
كيف تقيّم مساهمة سابك في دعم المجتمع المحلي بمدينة الجبيل الصناعية؟	تساهم بشكل كبير جداً	تساهم بشكل كبير	تساهم بشكل متوسط	تساهم بشكل ضعيف	لا تساهم
ما مدى اهتمام الشركة بتطوير موظفيها وتحسين بيئة العمل الداخلية؟	اهتمام كبير جداً	اهتمام كبير	اهتمام متوسط	اهتمام ضعيف	لا تهتم
كيف تقارن جهود سابك في	سابك في مستوى متقدم	سابك في مستوى مماثل	سابك أقل تميزاً		

					المسؤولية الاجتماعية مع منافسيها؟
لا تؤثر	نعم، تؤثر بشكل ضعيف	نعم، تؤثر بشكل متوسط	نعم، تؤثر بشكل كبير	نعم، تؤثر بشكل كبير جداً	هل تؤثر هذه الجهود على قرارات العملاء والمستثمرين في التعامل مع الشركة؟
—	—	—	—	—	كيف يمكن تحسين وتطوير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة لتعزيز الأثر الإيجابي؟
صورة الشركة في السوق					
	غير راضين أبداً	محايدون	راضون	راضون جداً	ما مدى رضا العملاء والشركاء عن جهود الشركة في هذا المجال؟
لا تؤثر	تؤثر بشكل ضعيف	تؤثر بشكل متوسط	تؤثر بشكل كبير	تؤثر بشكل كبير جداً	هل تؤثر هذه المبادرات على ثقة المستثمرين والعملاء بالشركة؟
المتغير الوسيط					
	لا يوجد عوائق	تنظيمية ومالية	نعم، مالية	نعم، تنظيمية	هل هناك عوائق تنظيمية أو مالية تحد من تنفيذ بعض المبادرات؟