

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

جدول المحتويات

المحتويات

١	عنوان المشروع/
١	تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية على صورة الشركة في السوق بالتطبيق على شركة سابك في الجبيل.....
٢	جدول المحتويات
٣	١ / الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٤	١، ١ / المقدمة:
٤	١، ٢ / مشكلة البحث:
٦	١، ٣ / أهمية البحث:
٧	قائمة المراجع:

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 عالميًا في صناعة البتروكيماويات، نموذجًا مهمًا لدراسة هذه الصورة، نظرًا 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 أمرًا 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 اجتماعيًا 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، خصوصًا 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 تفصيلًا، خاصة في ظل التحديات البيئية والتنموية التي تواجهها.

تتمثل مشكلة البحث في الحاجة إلى فهم مدى تأثير استراتيجية المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها 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 رؤى 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 تساهم 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 سابك، كونها من أكبر الشركات البتروكيماوية في العالم، نموذجًا مهمًا لدراسة هذه العلاقة، خاصة في مدينة الجبيل الصناعية، التي تُعد مركزًا رئيسيًا 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 البتروكيماويات. بالإضافة إلى ذلك، لم تتناول العديد من الأبحاث تأثير استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في شركة سابك 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 سابك 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 سابك على صورتها في السوق في مدينة الجبيل الصناعية؟"

١, ٣ / أهمية البحث:

تكمن 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 (2000, (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 ومتخذي 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.

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.
- ابراهيمى ، ياسين. (بلا تاريخ). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين فعالية حوكمة المؤسسات. تم الاسترداد من <http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/5050>
- التميمي، ايمان 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
- 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%Adq=%&gbpv=1&A%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9/lxHhDwAAQBAJ?hl=arD8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9+%D8%A7%D9
- سهام 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>