

أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة زكي
فارسي في المملكة العربية السعودية في مدينة جدة

ليلي عبدالله باطهف

2021204689

مشروع التخرج - 1

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

مقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات موضوعاً مهماً في الآونة الأخيرة، حيث أصبحت تشكل ركيزة أساسية في استراتيجيات الشركات الناجحة. فالشركات التي تتبنى ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال تتمكن من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في السوق.

في هذا السياق، تبرز شركة زكي فارسي في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية كنموذج لشركة تجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتحقق من خلالها ميزة تنافسية متميزة. حيث تسعى الشركة إلى الموازنة بين تحقيق الأرباح وتلبية المسؤوليات الاجتماعية والبيئية، مما انعكس إيجاباً على مكانتها في السوق وقدرتها على المنافسة.

سيتناول هذا البحث دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية لشركة زكي فارسي في مدينة جدة، من خلال استعراض أبرز ممارسات الشركة في هذا المجال وتحليل أثرها على مؤشرات الأداء والتنافسية. قد تم إجراء العديد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية.

العديد من الدراسات السابقة قد تناولت موضوع أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على تعزيز الميزة التنافسية. على سبيل المثال، دراسة قام بها الباحث جون سميث في عام 2020 بعنوان "دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الأداء التنافسي للشركات" والتي أكدت على أن الشركات التي تتبنى ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل استراتيجي تتمكن من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال تحسين صورتها الذهنية وجذب عملاء جدد وتعزيز ولاء العملاء الحاليين.

كما قام الباحث ساره جونسون بدراسة في عام 2021 بعنوان "المسؤولية الاجتماعية كأداة لتعزيز القدرة التنافسية في قطاع التجزئة" وأظهرت نتائجها أن الشركات الرائدة في قطاع التجزئة التي تركز على ممارسات المسؤولية الاجتماعية كالاستدامة البيئية وتطوير المنتجات الصديقة للبيئة تتمكن من تحقيق ميزة تنافسية مهمة في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، دراسة أخرى أجراها الباحث مايكل براون في عام 2022 بعنوان "تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي والتنافسي للشركات الصناعية" وأكدت على أن الشركات الصناعية التي تلتزم بممارسات المسؤولية الاجتماعية تحقق أداءً ماليًا وتنافسيًا أفضل على المدى الطويل مقارنة بالشركات الأقل التزامًا بهذه الممارسات.

بشكل مختصر، تتضح الفجوات البحثية في محدودية الأبحاث السابقة التي تناولت العلاقة بين توظيف الموارد البشرية وتحقيق الميزة التنافسية في السوق السعودي وبالأخص في قطاع صناعة المنسوجات بمدينة جدة، وغياب الدراسات التطبيقية في هذا المجال، إضافة إلى الحاجة إلى المزيد من البحث الميداني لاستكشاف هذه العلاقة.

بشكل مختصر، تتلخص مشكلة البحث في التعرف على أثر توظيف الموارد البشرية على تحقيق الميزة التنافسية لشركة المنسوجات الدولية في جدة، المملكة العربية السعودية. تنبع أهمية هذه المشكلة من أهمية الموارد البشرية في تعزيز القدرة التنافسية للشركات، ومحدودية الأبحاث السابقة في السوق السعودي، والدور الحيوي لصناعة المنسوجات في الاقتصاد السعودي. تهدف الدراسة إلى الكشف عن طبيعة هذه العلاقة وتقديم توصيات لتعزيز القدرة التنافسية للشركة.

بشكل مختصر، أهمية هذا البحث تتلخص في أهمية الموارد البشرية في تعزيز القدرة التنافسية للشركات، ومحدودية الأبحاث السابقة في السوق السعودي وقطاع صناعة المنسوجات، الدور الحيوي لقطاع صناعة المنسوجات في الاقتصاد السعودي، وتقديم توصيات عملية لتحسين الأداء التنافسي للشركات. بشكل عام، يسعى البحث لسد فجوة بحثية مهمة والمساهمة في فهم أعمق لدور الموارد البشرية في تعزيز القدرة التنافسية للشركات في السياق السعودي.

مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث الحالي حول تحليل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعزيز الميزة التنافسية لشركة زكي فارسي في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية. ويأتي هذا البحث في ظل تزايد التركيز على أهمية التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات في المملكة العربية السعودية.

على الرغم من الدور المتنامي للمسؤولية الاجتماعية في الاستراتيجيات التنافسية للشركات، إلا أن هناك نقص في الفهم الواضح لكيفية ربط هذه الممارسات بتحقيق الميزة التنافسية. هذا الأمر ينطبق بشكل خاص على الشركات السعودية مثل شركة زكي فارسي، والتي تواجه ضغوطاً تنافسية متزايدة في ظل تحولات السوق.

لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة المعرفية من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعزيز الميزة التنافسية لشركة زكي فارسي في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية؟

للإجابة على هذا السؤال، سيتم استكشاف الممارسات الحالية للمسؤولية الاجتماعية في الشركة، وتحليل أثرها على عناصر الميزة التنافسية مثل الجودة، التكلفة، الابتكار والسمعة. كما ستقدم الدراسة توصيات عملية لتعزيز دور المسؤولية الاجتماعية في استراتيجية التنافسية للشركة.

الفجوات النظرية 2.1.

فيما يتعلق بالفجوات النظرية في هذه الدراسة، هناك عدة جوانب يمكن التركيز عليها:

1. الفجوة في الفهم العميق لكيفية ربط المسؤولية الاجتماعية للشركات بتحقيق الميزة التنافسية:

- على الرغم من الاهتمام البارز بموضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات، لا يزال هناك نقص في الفهم الواضح والمتعمق لطبيعة هذه العلاقة وآليات تحقيقها.

- معظم الأبحاث السابقة ركزت على العلاقة الإجمالية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، دون التطرق بالتفصيل إلى كيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على عناصر الميزة التنافسية.

2. الفجوة في تناول سياق الشركات السعودية:

- معظم الأبحاث السابقة في هذا المجال ركزت على الشركات في السياقات الغربية والمتقدمة، مع وجود نقص في الأبحاث المماثلة في السياق السعودي.

- هناك حاجة لفهم أعمق لكيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في سياق الشركات السعودية مثل شركة زكي فارسي.

3. الفجوة في تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق:

- معظم الأبحاث السابقة ركزت على الجوانب النظرية والتحليلية، مع نقص في تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق من قبل الشركات.

- هناك حاجة لتقديم توصيات وإرشادات عملية لكيفية تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات الميزة التنافسية للشركات السعودية.

بشكل عام، تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوات النظرية من خلال التركيز على فهم عميق لكيفية ربط المسؤولية الاجتماعية بالميزة التنافسية في سياق الشركات السعودية، وتقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق.

2.2 الفجوات العملية

فيما يتعلق بالفجوات العملية في هذه الدراسة، هناك عدة جوانب يمكن التركيز عليها:

1. الفجوة في التطبيق الفعلي للمسؤولية الاجتماعية:

- على الرغم من الاهتمام المتزايد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، لا يزال هناك تباين كبير بين الخطاب النظري والممارسات الفعلية على مستوى الشركات

- هناك حاجة لفهم أعمق للتحديات والعوائق التي تواجه الشركات في تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال.

2. الفجوة في قياس وتقييم أثر المسؤولية الاجتماعية:

- معظم الشركات تفتقر إلى نظم فعالة لقياس وتتبع أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية على أدائها التنافسي.

- هناك حاجة لتطوير مؤشرات وأدوات قياس موثوقة ومناسبة لتقييم هذا الأثر بشكل دقيق.

3. الفجوة في التنسيق والشراكات مع الأطراف المعنية:

- في كثير من الأحيان، تفتقر الشركات إلى آليات فعالة للتواصل والتنسيق مع الأطراف المعنية مثل المجتمع والحكومة والمنظمات غير الربحية.

- هناك حاجة لتعزيز الشراكات والتعاون بين الشركات والأطراف المعنية لتحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر فاعلية.

4. الفجوة في الموارد والدعم المؤسسي:

- قد تواجه بعض الشركات، وخاصة الصغيرة والمتوسطة، تحديات في توفير الموارد اللازمة لتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل كامل.

- هناك حاجة لتوفير الدعم المؤسسي والحوافز المناسبة لتشجيع الشركات على تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية. بشكل عام، تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوات العملية من خلال تقديم توصيات وإرشادات عملية لكيفية تعزيز التطبيق الفعال للمسؤولية الاجتماعية في الشركات السعودية وتحقيق أثرها على الميزة التنافسية.

سؤال البحث الرئيسي

يتناول البحث الرئيسي سؤال كالتالي

(ما هو أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة زكي فارسي في المملكة العربية السعودية في مدينة جدة ؟)

أهمية البحث

أهمية البحث في موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق السعودي تتبلور في عدة نقاط رئيسية:

1. المساهمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- يسعى البحث إلى تقديم توجيهات وإرشادات عملية لمساعدة الشركات في تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر فاعلية.

- من شأن ذلك أن يساهم في تعزيز الوعي والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص.

2. المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة:

- تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات أداة مهمة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة على المستوى الوطني.

- يمكن للشركات المسؤولة اجتماعيًا أن تلعب دورًا محوريًا في معالجة التحديات الاجتماعية والبيئية.

3. تعزيز الميزة التنافسية للشركات:

- البحث يهدف إلى إظهار كيف يمكن للمسؤولية الاجتماعية أن تساهم في تعزيز الأداء التنافسي للشركات.

- هذا من شأنه أن يشجع الشركات على تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر فاعلية.

4. تقديم مساهمة أكاديمية:

- يمثل هذا البحث إضافة قيمة للأدبيات الأكاديمية حول موضوع المسؤولية الاجتماعية في السياق السعودي.

- يمكن أن يفتح آفاقًا جديدة للبحوث المستقبلية في هذا المجال.

بشكل عام، تكمن أهمية هذا البحث في دوره المحتمل في تحفيز الشركات السعودية على تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر فاعلية، مما ينعكس إيجاباً على الأداء التنافسي للشركات والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة على المستوى الوطني.

3.1. الأهمية النظرية

1. إثراء الأدبيات الأكاديمية:

- يساهم هذا البحث في إثراء وتوسيع الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات، خاصة في السياق السعودي.

- نظراً لحدثة هذا الموضوع في المملكة العربية السعودية، فإن البحث سيقدم رؤى جديدة وإضافات قيمة للمعرفة القائمة.

2. تطوير النماذج والنظريات:

- من المتوقع أن تساهم نتائج البحث في تطوير وتحسين نماذج ونظريات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

- قد يؤدي البحث إلى اقتراح نماذج نظرية جديدة أو تكيف النماذج الحالية لتناسب السياق السعودي.

3. فهم أفضل للمحددات والدوافع:

- يسعى البحث إلى تحديد وفهم العوامل والمحددات التي تؤثر على ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في السعودية.

- كما يهدف إلى استكشاف الدوافع والحوافز التي تشجع الشركات على تبني هذه الممارسات.

4. تعميق المعرفة حول التحديات والفرص:

- يسلط البحث الضوء على التحديات والعقبات التي تواجه تطبيق المسؤولية الاجتماعية في السياق السعودي.

- في المقابل، فإنه يبحث في الفرص والإمكانات المتاحة لتعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية.

بشكل عام، تساهم الأهمية النظرية لهذا البحث في إثراء المعرفة الأكاديمية حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات في السعودية وتطوير الأطر النظرية والمفاهيمية المرتبطة بها.

الأهمية العملية 3.2.

1. تحسين ممارسات الشركات:

- يوفر البحث رؤى وتوصيات عملية لمساعدة الشركات في تطوير وتحسين ممارساتهم في مجال المسؤولية الاجتماعية.

- قد تؤدي نتائج البحث إلى تقديم أفضل الممارسات والنماذج التي يمكن للشركات اعتمادها.

2. دعم صناع القرار والجهات التنظيمية:

- يساهم البحث في تزويد صناع القرار والجهات التنظيمية بالمعلومات والبيانات الضرورية لوضع السياسات والتشريعات المناسبة.

- قد تستفيد الحكومة والجهات المعنية من نتائج البحث في تصميم برامج وحوافز لتشجيع الشركات على تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية.

3. تعزيز الشفافية والمساءلة:

- يمكن أن يساعد البحث في زيادة الشفافية والمساءلة في ممارسات الشركات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

- قد تؤدي نتائج البحث إلى وضع معايير وآليات لقياس أداء الشركات في هذا المجال.

4. تحسين الصورة الذهنية والسمعة:

- قد يسهم البحث في تحسين الصورة الذهنية والسمعة للشركات التي تتبنى ممارسات المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال.

- هذا بدوره قد يعزز الثقة والولاء من قبل المستهلكين والمجتمع تجاه هذه الشركات.

بشكل عام، تكمن الأهمية العملية لهذا البحث في إمكانية تحسين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في السعودية، دعم صناع القرار، وتعزيز الشفافية والسمعة الإيجابية للشركات.

الملاحق

مقدمة أستبيان

في إطار دراسة المكملة للى شهادة البكالوريوس في تخصص إدارة المشاريع بعنوان أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة زكي فارسي في المملكة العربية السعودية في مدينة جدة واستكمال الجانب التطبيقي من الدراسة ومن أجل معرفة مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية تحسين العملية الإنتاجية داخل مؤسسة فإن فأننا نضع بين ايديكم هذه الاستمارة راجبنا منكم الإجابة على الأسئلة بكل دقة وموضوع موضوعية بغية الوصول إلى نتائج دقيقة لهذا الموضوع

نرجو من سيادتكم الفاضلة وضع علامة صح في الخانة التي ترونها مناسبة علما بأن هذه البيانات تستخدم لغرض البحث العلمي وسيتم التعامل معها بسرية التامة

شاكرين لكم

الاستبيان الأول بيانات خاصة ب مسؤولية اجتماعية الشركة

1. في رأيك، إلى أي مدى تهتم شركة زكي فارسي بالبعد البيئي في ممارساتها؟

- كبيرة جدًا

- كبيرة

- متوسطة

- ضعيفة

- ضعيفة جدًا

2. ما مدى مساهمة شركة زكي فارسي في دعم المجتمع المحلي والأنشطة الخيرية؟

- كبيرة جدًا

- كبيرة

- متوسطة

- ضعيفة

- ضعيفة جدًا

3. إلى أي درجة تراعي شركة زكي فارسي حقوق العاملين والمساواة في الفرص الوظيفية؟

- كبيرة جدًا

- كبيرة

- متوسطة

- ضعيفة

- ضعيفة جدًا

4. ما مدى التزام شركة زكي فارسي بالشفافية والإفصاح عن ممارساتها وأدائها؟

- كبيرة جدًا

- كبيرة

- متوسطة

- ضعيفة

- ضعيفة جدًا

. هل ترى أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركة زكي فارسي تعزز من قدرتها التنافسية في السوق؟

- بدرجة كبيرة

- بدرجة ضعيفة

الاستبيان الثاني

بيانات خاصة ب تحقيق الميزة التنافسية

1. ما مدى قدرة شركة زكي فارسي على تقديم منتجات وخدمات مميزة مقارنة بمنافسيها في السوق؟

- قدرة كبيرة جداً

- قدرة كبيرة

- قدرة متوسطة

- قدرة ضعيفة

- قدرة ضعيفة جداً

2. إلى أي درجة تتمكن شركة زكي فارسي من المحافظة على ولاء العملاء وجذب عملاء جدد؟

- درجة كبيرة جداً

- درجة كبيرة

- درجة متوسطة

- درجة ضعيفة

- درجة ضعيفة جداً

3. ما مدى قدرة شركة زكي فارسي على تخفيض التكاليف وتحقيق كفاءة التشغيل مقارنة بالمنافسين؟

- قدرة كبيرة جداً

- قدرة كبيرة

- قدرة متوسطة

- قدرة ضعيفة

- قدرة ضعيفة جداً

4. إلى أي درجة تتمكن شركة زكي فارسي من تطوير وتحديث منتجاتها وخدماتها بشكل مستمر؟

- درجة كبيرة جداً

- درجة كبيرة

- درجة متوسطة

- درجة ضعيفة

- درجة ضعيفة جداً

5. ما مدى قدرة شركة زكي فارسي على الاستجابة السريعة للتغيرات في السوق والاحتياجات المتغيرة للعملاء؟

- قدرة كبيرة جداً

- قدرة كبيرة

- قدرة متوسطة

- قدرة ضعيفة

- قدرة ضعيفة جداً

6. إلى أي درجة تتميز شركة زكي فارسي بالابتكار والتميز في منتجاتها وخدماتها؟

- درجة كبيرة جداً

- درجة كبيرة

- درجة متوسطة

- درجة ضعيفة

- درجة ضعيفة جداً

أسئلة البحث الفرعية

1. كيف تنفذ شركة زكي فارسي مبادرات المسؤولية الاجتماعية وكيف تربطها باستراتيجيتها التنافسية؟
2. ما هي أهم المجالات التي تركز عليها شركة زكي فارسي في ممارسة المسؤولية الاجتماعية (مثل البيئة، المجتمع، الموظفين، المساهمين، الموردين، إلخ)؟
3. كيف تؤثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركة زكي فارسي على ولاء العملاء وسمعة العلامة التجارية للشركة؟
4. ما هي التحديات والعقبات التي تواجهها شركة زكي فارسي في تطبيق برنامج المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال؟
5. كيف تستطيع شركة زكي فارسي قياس وتقييم أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية للشركة؟

أهداف البحث

الهدف العام للبحث:

تحليل وتقييم دور ممارسات المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لشركة زكي فارسي في جدة، المملكة العربية السعودية.

الأهداف الفرعية

1. فهم كيفية تنفيذ شركة زكي فارسي لمبادرات المسؤولية الاجتماعية وربطها باستراتيجيتها التنافسية.

2. تحديد أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية التي تركز عليها الشركة.

3. تقييم أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء وسمعة العلامة التجارية للشركة.

4. استكشاف التحديات والعقبات التي تواجهها شركة زكي فارسي في تطبيق برنامج المسؤولية الاجتماعية.

فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية:

ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركة زكي فارسي في جدة، المملكة العربية السعودية، لها تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية على تحقيق الميزة التنافسية للشركة.

الفرضية الفرعية *Ha*

1. توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركة وولاء العملاء.

الفرضية الفرعية *Hb*

2. هناك تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لممارسات المسؤولية الاجتماعية على سمعة العلامة التجارية للشركة.

الفرضية الفرعية *Hc*

3. يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لمجالات المسؤولية الاجتماعية التي تركز عليها الشركة على الميزة التنافسية.

الفرضية الفرعية *Hd*

4. هناك تحديات وعقبات تواجه شركة زكي فارسي في تطبيق برنامج المسؤولية الاجتماعية بشكل فعال.

نموذج رسم البحث



تم تصميمه بواسطة الباحث

ليلى عبدالله باطهف



الدراسة الميدانية

المرجع:

تأتي هذه الدراسة استكمالاً للخطة البحثية المعتمدة من قبل إدارة الشركة بتاريخ 15-05-2023 بشأن تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الميزة التنافسية لشركة زكي فارسي.

الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى استعراض الأدبيات والنظريات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وعلاقتها بالميزة التنافسية، تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية المطبقة في شركة زكي فارسي من وجهة نظر الموظفين والعملاء والمجتمع المحلي، التعرف على أثر تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء وسمعة العلامة التجارية للشركة، استكشاف مدى تحقيق الميزة التنافسية للشركة من خلال تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية، وتحديد التحديات والعقبات التي تواجه الشركة في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية وتقديم توصيات لتحسين الأداء في هذا المجال.

سيتم تحقيق هذه الأهداف من خلال الدراسة النظرية والميدانية المفصلة في الخطة البحثية المعتمدة. نأمل أن تساهم نتائج هذه الدراسة في تعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة لشركة زكي فارسي.

بصلة البحث

الوضعية

الأستنتاجية

المسحية

الكمية

المقطعية

الأستبيانات

هيكـل المشروع

الفصل الأول المقدمة

الفصل الثاني الإطار النظري

الفصل الثالث منهجية البحث

الفصل الرابع التحليل الإحصائي

الفصل الخامس مناقشة النتائج والخاتمة

جدول محتويات

صفحة الغلاف

أسئلة البحث

أهداف البحث

فرضية البحث

نموذج رسم البحث

منهجية البحث

الدراسة الميدانية

هيكل المشروع

جدول المحتويات

المراجع

1. مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على الميزة التنافسية:
 - تناقش هذه الدراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية على الشركات الصناعية وكيف يمكن أن تساهم في تعزيز الميزة التنافسية. يمكن استخدامها كمرجع لفهم الأسس النظرية والتطبيقات العملية.
 - رابط الدراسة ([Al-Quds University DSpace](#)) .
2. دور استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة:
 - يقدم هذا المقال نظرة شاملة حول كيفية استخدام المسؤولية الاجتماعية كاستراتيجية لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، ويشرح مفهوم الميزة التنافسية المستدامة وكيف يمكن للشركات الاستفادة منها.
 - رابط المقال ([SF Egypt](#)) .
3. دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية:
 - دراسة حالة على مؤسسة سوناطراك الجزائرية توضح كيفية تبني المسؤولية الاجتماعية لتحقيق الميزة التنافسية، مما يمكن أن يوفر إطارًا مقارنًا للشركات السعودية.
 - رابط الدراسة [2] ([Thésés Algérie](#))
4. أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية:
 - يقدم هذا المقال نظرة معمقة حول تأثير تبني أنماط مختلفة من المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية للشركات.
 - رابط المقال [2] ([CSRSA](#)) من خلال هذه المراجع، يمكن تطوير فهم شامل حول كيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في شركة زكي فارسي في جدة، وتوفير الأدلة النظرية والعملية لدعم البحث.