

تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على سمعة العلامة التجارية:
دراسة ميدانية على القطاع الصناعي في المملكة العربية السعودية

تكليف 2- مشروع 1

أسم الطالب

.....

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

4-1 أسئلة الدراسة

سعت هذه الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما هو تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات على سمعة العلامة التجارية في القطاع الصناعي بالمملكة العربية السعودية؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هو مستوى ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في عينة الدراسة من الشركات الصناعية

السعودية؟

2. ما هو مستوى سمعة العلامة التجارية كما يدركها أصحاب المصلحة في الشركات الصناعية

المستهدفة؟

3. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد "المسؤولية البيئية" على سمعة العلامة التجارية؟

4. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد "المسؤولية المجتمعية" على سمعة العلامة التجارية؟

5. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد "المسؤولية الأخلاقية والحوكمة" على سمعة العلامة

التجارية؟

6. ما هي المعوقات التي تواجه الشركات الصناعية في المملكة عند ربط المسؤولية الاجتماعية

بالسمعة المؤسسية؟

5-1 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والعملية، والتي يمكن حصرها في النقاط

التالية:

1. التعرف على الواقع: الوقوف على الواقع الحالي لممارسات المسؤولية الاجتماعية في عينة من

الشركات الصناعية العاملة في المملكة العربية السعودية.

2. قياس السمعة: تقييم مستوى سمعة العلامة التجارية لهذه الشركات من وجهة نظر العملاء والموظفين والمجتمع المحلي.

3. تحليل العلاقة: تحليل طبيعة وقوة العلاقة الإحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المستقل) وأبعاد سمعة العلامة التجارية (التابع).

4. تحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً: معرفة أي من أبعاد المسؤولية الاجتماعية (بيئية، مجتمعية، أخلاقية) له الأثر الأكبر في تعزيز السمعة، لمساعدة الشركات على ترتيب أولوياتها.

5. تقديم التوصيات: الخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات التي تساعد إدارات الشركات الصناعية على تحسين استراتيجياتها في المسؤولية الاجتماعية لتعزيز سمعتها التجارية.

6. دعم الاستدامة: المساهمة في نشر ثقافة الاستدامة المؤسسية التي تتجاوز الربح المادي لتشمل القيمة المجتمعية المضافة.

6-1 فرضيات الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها، والإطار النظري المستند إليه، تم صياغة الفرضيات الرئيسية والفرعية التالية لاختبارها إحصائياً:

الفرضية الرئيسية الأولى: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات على سمعة العلامة التجارية في القطاع الصناعي بالمملكة العربية السعودية".

الفرضيات الفرعية:

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية البيئية على سمعة العلامة التجارية.

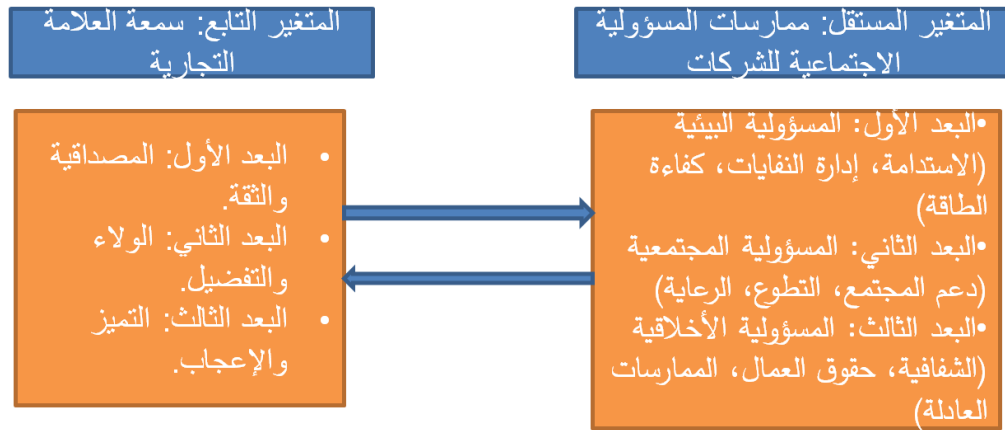
H2: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية المجتمعية على سمعة العلامة التجارية.

H3: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الأخلاقية والحوكمة على سمعة العلامة التجارية.

H4: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير حجم الشركة (صغيرة، متوسطة، كبيرة).

H5: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير القطاع الصناعي الفرعي (تحويلي، تعديني، طاقة).

7-1 نموذج الدراسة



8-1 الدراسة الميدانية

ستعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث سيتم جمع البيانات من الميدان مباشرة للتحقق من صحة الفرضيات.

1. مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الصناعية المسجلة في وزارة الصناعة والثروة المعدنية في المملكة العربية السعودية، والعاملة في المناطق الصناعية الرئيسية (الرياض، جدة، الدمام، الجبيل، ينبع).

2. عينة الدراسة: سيتم استخدام العينة الطبقية العشوائية لضمان تمثيل مختلف الأحجام والقطاعات الفرعية. يُستهدف توزيع استبيان على حوالي 300-400 مفردة من مدراء الشركات، وموظفي العلاقات العامة، وعملاء الشركات (B2B)، بالإضافة إلى تحليل تقارير الاستدامة المنشورة.

3. أداة الدراسة: الاستبانة الإلكترونية والمقابلة الشخصية. سيتم تصميم الاستبانة بناءً على مقاييس معتمدة عالمياً (مثل مقياس Carroll للمسؤولية الاجتماعية، ومقياس RepTrak للسمعة)، مع

تكييفها لتناسب البيئة السعودية.

4. أساليب التحليل: سيتم استخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات، باستخدام الإحصاء الوصفي (المتوسطات، الانحراف المعياري)، والإحصاء الاستدلالي (معامل الارتباط بيرسون، تحليل الانحدار المتعدد، اختبار T، وتحليل التباين ANOVA).

9-1 مخطط المشروع

تم تقسيم العمل في هذه الدراسة إلى فصول رئيسية لتنظيم الأفكار وضمان التسلسل المنطقي، وذلك على النحو التالي:

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة (ويشمل المقدمة، المشكلة، الأهمية، الأسئلة، الفرضيات،

والمنهجية)

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري (ويتناول المفاهيم، النظريات المفسرة، والدراسات

المحلية والعالمية المشابهة)

3. الفصل الثالث: إجراءات الدراسة الميدانية (ويشمل وصف مجتمع وعينة الدراسة، صدق وثبات الأداة،

وعرض النتائج الإحصائية)

2. الفصل الرابع: مناقشة النتائج والتوصيات (ويشمل تفسير النتائج في ضوء الفرضيات، ومقارنتها

بالدراسات السابقة، والخاتمة العامة).