

The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance

رهدف سعد عبدالرحمن العريفي

ماجستير في تخصص إدارة الاعمال، جامعة ميدأويشن، الإمارات العربية المتحدة

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحسين الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية، من خلال قياس تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية المتمثلة في المسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية القانونية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيرية (الإنسانية) على الأداء المؤسسي. وانطلقت الدراسة من تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بوصفها مدخلًا استراتيجيًا يعزز استدامة المؤسسات، ويرفع كفاءتها التشغيلية، ويحسن قدرتها التنافسية في بيئة الأعمال الحديثة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من عينة عشوائية بسيطة بلغ حجمها (384) موظفًا من العاملين في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية، وذلك استنادًا إلى جدول كيرجسي ومورجان لتحديد حجم العينة. وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار (29)، مع توظيف الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات وتحليل العلاقات بين المتغيرات. واستندت الدراسة نظريًا إلى نظرية أصحاب المصلحة، ونظرية الشرعية، ونظرية العقد الاجتماعي، ونظرية الموارد والقدرات لتفسير العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي. ومن المتوقع أن تسهم نتائج الدراسة في تقديم أدلة علمية حول أهمية تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية باعتبارها أداة استراتيجية لتحسين الأداء المؤسسي، ودعم متخذي القرار في تطوير السياسات الإدارية التي تعزز الكفاءة والفاعلية والاستدامة، بما يتوافق مع مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030، كما تقدم الدراسة إطارًا معرفيًا يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي .

الكلمات المفتاحية

المسؤولية الاجتماعية للشركات- الأداء المؤسسي- شركات قطاع الأعمال-الاستدامة المؤسسية .

Abstract:

This study aimed to investigate the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on organizational performance in business sector companies in the Kingdom of Saudi Arabia by examining the influence of the four dimensions of CSR: economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility, and philanthropic responsibility. The study was motivated by the growing importance of CSR as a strategic management approach that enhances organizational sustainability, improves operational efficiency, and strengthens competitive advantage in today's dynamic business environment. A descriptive-analytical

research design was adopted, and a structured questionnaire was used as the primary data collection instrument. The study targeted employees working in business sector companies in Saudi Arabia, and a simple random sample of 384 respondents was selected based on the Krejcie and Morgan sampling table. The collected data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), Version 29, employing appropriate statistical techniques to test the study hypotheses and examine the relationships between the study variables. The theoretical foundation of the study was based on Stakeholder Theory, Legitimacy Theory, Social Contract Theory, and the Resource-Based View (RBV), which provide a comprehensive explanation of the relationship between CSR practices and organizational performance. The study is expected to provide empirical evidence on the strategic role of CSR in improving organizational performance and supporting sustainable organizational development. Furthermore, the findings are anticipated to assist managers and decision-makers in developing effective CSR policies that enhance organizational efficiency, effectiveness, competitiveness, and long-term sustainability, while supporting the objectives of Saudi Vision 2030. The study also contributes to the existing literature by providing a comprehensive framework for understanding the relationship between CSR and organizational performance in the Saudi business context.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR); Organizational Performance; Business Sector Companies; Organizational Sustainability; Saudi Arabia.

المقدمة

شهدت بيئة الأعمال خلال العقود الأخيرة تحولاً كبيراً في النظرة إلى دور الشركات، فلم يعد نجاحها يقاس بقدرتها على تحقيق الأرباح وتعظيم العائد للمساهمين فقط، بل أصبح مرتبطاً أيضاً بمدى التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه العاملين والعملاء والمجتمع والبيئة. وفي ظل تزايد توقعات أصحاب المصلحة، وارتفاع مستوى الوعي المجتمعي، واتساع المنافسة، أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات (Corporate Social Responsibility) أحد أهم المفاهيم الإدارية الحديثة التي تسهم في تعزيز الاستدامة وتحسين الأداء المؤسسي (الشعراوي، منطاش، وفتح الله، 2025).

وقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية من كونه مجموعة من الأعمال الخيرية والتبرعات إلى فلسفة إدارية متكاملة تدخل ضمن الاستراتيجية العامة للمؤسسة، بحيث تشمل التزام المنظمة بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والإنسانية، بما يحقق التوازن بين أهدافها الاقتصادية وواجباتها تجاه المجتمع والبيئة. وأصبحت المؤسسات التي تتبنى هذا التوجه أكثر قدرة على بناء الثقة مع أصحاب المصلحة، وتعزيز سمعتها المؤسسية، وتحقيق التنمية المستدامة (القطيمي ونافع، 2025).

وفي المقابل، يُعد الأداء المؤسسي من المفاهيم المحورية في الإدارة المعاصرة، إذ يمثل قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها البشرية والمالية والتنظيمية. ولم يعد تقييم الأداء المؤسسي يقتصر على المؤشرات المالية، بل امتد ليشمل الأداء التشغيلي والتنظيمي والاجتماعي والبيئي، بما يعكس قدرة المؤسسة على تحقيق قيمة مستدامة لجميع أصحاب المصلحة (بودماغ وقرين، 2022).

وتشير الأدبيات إلى أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية يسهم في تحسين الأداء المؤسسي من خلال رفع مستوى رضا العاملين، وزيادة ولاء العملاء، وتعزيز الثقة المجتمعية، وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على كفاءتها التشغيلية وقدرتها التنافسية واستدامتها على المدى الطويل (الشعراوي وآخرون، 2025).

كما توصلت العديد من الدراسات التطبيقية إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي؛ فقد أوضحت دراسة بودماغ وقرين (2022) أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يؤثر إيجابياً في الأداء التنظيمي، خاصة من خلال المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية الأخلاقية، بينما بينت دراسة الفطيمي ونافع (2025) وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها الأربعة (الاقتصادية، والقانونية، والأخلاقية، والخيرية) على تحسين الأداء المالي في الشركات الصناعية الليبية. كما أكدت دراسة جريدي وجيرب (2018) أن تبني المسؤولية الاجتماعية يسهم في تحسين الأداء المالي وربحية المؤسسة، وهو ما يعكس أهمية دمج المسؤولية الاجتماعية ضمن الاستراتيجيات الإدارية للمؤسسات.

ورغم تزايد الاهتمام الأكاديمي والمهني بالمسؤولية الاجتماعية، إلا أن نتائج الدراسات السابقة ما تزال متباينة بشأن طبيعة العلاقة بينها وبين الأداء المؤسسي، حيث توصلت بعض الدراسات إلى وجود تأثير إيجابي قوي، بينما أشارت دراسات أخرى إلى اختلاف حجم هذا التأثير باختلاف البيئة والقطاع وأبعاد المسؤولية الاجتماعية المستخدمة، الأمر الذي يستدعي إجراء المزيد من الدراسات التطبيقية لفهم هذه العلاقة بصورة أكثر شمولاً، خاصة في البيئات العربية (الشعراوي وآخرون، 2025؛ الفطيمي ونافع، 2025).

وانطلاقاً من ذلك، تأتي هذه الدراسة لبحث أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المؤسسي، بهدف التعرف إلى مدى إسهام أبعاد المسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء المؤسسي، بما يوفر إطاراً علمياً يمكن أن تستفيد منه المؤسسات في تطوير سياساتها وتعزيز قدرتها على تحقيق التميز والاستدامة.

مشكلة البحث

شهدت المسؤولية الاجتماعية للشركات اهتماماً متزايداً خلال السنوات الأخيرة باعتبارها أحد المداخل الإدارية الحديثة التي تساعد المؤسسات على تحقيق التوازن بين أهدافها الاقتصادية والتزاماتها تجاه المجتمع، إلا أن العديد من المؤسسات لا تزال تنتظر إلى المسؤولية الاجتماعية باعتبارها نشاطاً تطوعياً أو عملاً خيرياً منفصلاً عن الأداء المؤسسي، مما يحد من الاستفادة من آثارها الإيجابية في تحسين كفاءة الأداء وتعزيز القدرة التنافسية (بودماغ وقرين، 2022).

ومن خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، يتضح وجود تباين في نتائج البحوث المتعلقة بالعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي؛ فقد توصلت بعض الدراسات إلى وجود تأثير إيجابي واضح للمسؤولية الاجتماعية على الأداء التنظيمي أو المالي، في حين أشارت دراسات أخرى إلى أن هذا التأثير يختلف باختلاف القطاع الاقتصادي أو البيئة التنظيمية أو أبعاد المسؤولية الاجتماعية محل الدراسة (الفطيمي ونافع، 2025).

كما أكد الشعراوي وآخرون (2025) أن نتائج الدراسات السابقة حول العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء جاءت غير متوافقة، الأمر الذي يبرز الحاجة إلى مزيد من الدراسات التي تتناول هذه العلاقة في قطاعات وبيئات مختلفة، بهدف الوصول إلى فهم أكثر دقة لطبيعة هذا التأثير والعوامل التي تتحكم فيه.

وفي ضوء ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في وجود حاجة علمية وعملية إلى التحقق من مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات بأبعادها المختلفة في تحسين الأداء المؤسسي، وتحديد حجم هذا التأثير واتجاهه، بما يسهم في دعم متخذي القرار في تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية كمدخل استراتيجي لتعزيز الأداء المؤسسي وتحقيق الاستدامة.

وعليه، يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المؤسسي؟

أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية العلمية

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من تناولها لموضوع يعد من الموضوعات الحديثة التي تحظى باهتمام متزايد في الفكر الإداري المعاصر، والتمثل في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المؤسسي. كما تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بهذا المجال، من خلال تقديم إطار نظري يوضح أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالأداء المؤسسي. كذلك تساعد الدراسة في سد جانب من الفجوة البحثية الناتجة عن محدودية الدراسات التي تناولت هذه العلاقة في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية، مما يجعلها مرجعاً علمياً يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية.

ثانياً: الأهمية العملية

تكتسب الدراسة أهميتها العملية من تركيزها على قطاع الأعمال في المملكة العربية السعودية، الذي يشهد تطوراً متسارعاً في ظل مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030، والتي أولت اهتماماً كبيراً بتعزيز الاستدامة، والحوكمة، والمسؤولية الاجتماعية، ورفع كفاءة الأداء المؤسسي. ومن المتوقع أن تسهم نتائج الدراسة في مساعدة القيادات الإدارية وصناع القرار في شركات قطاع الأعمال على تطوير سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية، بما يعزز الأداء المؤسسي، ويرفع مستوى الكفاءة والإنتاجية، ويحسن القدرة التنافسية، ويحقق قيمة مستدامة للمؤسسة وأصحاب المصلحة، إضافة إلى دعم متخذي القرار في وضع خطط واستراتيجيات أكثر فاعلية لتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة العربية السعودية.

أهداف البحث

الهدف الرئيس

التعرف إلى أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المؤسسي في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

الأهداف الفرعية

ينبثق عن الهدف الرئيس الأهداف الآتية:

1. التعرف على مستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
2. قياس مستوى الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
3. بيان أثر المسؤولية الاقتصادية على الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
4. تحديد أثر المسؤولية القانونية على الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
5. التعرف على أثر المسؤولية الأخلاقية على الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
6. قياس أثر المسؤولية الخيرية (الإنسانية) على الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
7. تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية بما ينعكس إيجاباً على الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

حدود الدراسة

أولاً: الحدود الموضوعية

اقتصرت الدراسة على بحث أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات بأبعادها (المسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية القانونية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيرية) على الأداء المؤسسي.

ثانياً: الحدود البشرية

اقتصرت الدراسة على العاملين في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

ثالثاً: الحدود المكانية

أُجريت الدراسة في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

رابعاً: الحدود الزمنية

طبقت الدراسة خلال عام 2026م.

الاطار النظري

أولاً: المتغير المستقل . المسؤولية الاجتماعية للشركات

تُعد المسؤولية الاجتماعية للشركات من المفاهيم الإدارية التي تطورت من مجرد أعمال تطوعية أو تبرعات خيرية إلى فلسفة استراتيجية متكاملة ترتبط بكيفية إدارة المؤسسة لعلاقتها مع أصحاب المصلحة وتحقيق التوازن بين الربح والمسؤولية تجاه المجتمع. وقد أكدت الأدبيات أن الشركات لم تعد تُقاس فقط بقدرتها على تحقيق العائد المالي، بل أيضاً بمدى التزامها بالأبعاد الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية، وهو ما ينسجم مع الطرح الكلاسيكي لكارول حول هرم المسؤولية الاجتماعية (Carroll, 1991)، ومع ما عرضه بودماغ وقرين (2022) من أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ينعكس إيجاباً على الأداء التنظيمي، خاصة عبر البعدين الاقتصادي والأخلاقي. كما أوضحت دراسة الفطيمي ونافع (2025) أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية الأربعة تمثل إطاراً عملياً لتقييم التزام الشركات.

ويتكون هذا المتغير من أربعة أبعاد رئيسية. فالبعد الاقتصادي يعبر عن قدرة الشركة على تحقيق الربحية والاستمرارية مع الاستخدام الرشيد للموارد، والبعد القانوني يتمثل في الالتزام بالتشريعات والأنظمة، أما البعد الأخلاقي فيعكس السلوك العادل والنزيه في التعامل مع العاملين والعملاء والمجتمع، في حين يشير البعد الخيري إلى المبادرات التطوعية والمساهمات المجتمعية التي تتجاوز الالتزام القانوني والاقتصادي. وقد أظهرت دراسة بودماغ وقرين (2022) أن البعدين الاقتصادي والأخلاقي كانا الأكثر ارتباطاً بالأداء التنظيمي، بينما جاءت الأبعاد القانونية والخيرية أقل تأثيراً في الحالة المدروسة، وهو ما يشير إلى أن أثر المسؤولية الاجتماعية لا يكون متساوياً في جميع البيئات التنظيمية، بل يتأثر بطبيعة القطاع والثقافة المؤسسية (بودماغ وقرين، 2022). كما دعمت دراسة عبدالمجيد وساهلة (2025) هذا الاتجاه عندما أوضحت أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات الجزائرية ترتبط بسمعة الشركة والأداء المستدام، خصوصاً عندما تُمارس بوصفها جزءاً من الاستراتيجية لا نشاطاً هامشياً.

ثانياً: المتغير التابع . الأداء المؤسسي

يُعد الأداء المؤسسي من أكثر المفاهيم مركزية في الدراسات الإدارية لأنه يعكس قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية واستدامة. ولا يقتصر هذا الأداء على النتائج المالية فقط، بل يشمل أيضاً الجوانب التشغيلية والتنظيمية والبشرية والاجتماعية، مثل جودة الخدمات، ورضا العاملين، والقدرة على الابتكار، وتحقيق رضا أصحاب المصلحة. وفي هذا السياق، يوضح بودماغ وقرين (2022) أن الأداء التنظيمي يمثل حصيلاً تفاعل الموارد والعمليات والقرارات

داخل المؤسسة، بينما يشير التعريف التطبيقي في الأدبيات الحديثة إلى أن الأداء المؤسسي يتضمن الكفاءة في استخدام الموارد، والفاعلية في الوصول للأهداف، والجودة في التنفيذ، والقدرة على الاستجابة للتغيرات البيئية. كما أن نموذج بطاقة الأداء المتوازن يوسع هذا المفهوم ليشمل أربعة أبعاد مترابطة: البعد المالي، والبعد العملاء، والبعد العمليات الداخلية، والبعد التعلم والنمو، وهو ما يجعل الأداء المؤسسي مفهوماً متعدد الأبعاد لا يمكن اختزاله في المؤشرات المالية وحدها (Kaplan & Norton, 1992).

وتبرز أهمية هذا المتغير في كونه المؤشر الذي يترجم مدى نجاح المؤسسة في تحويل مواردها إلى نتائج ملموسة. فالمؤسسة ذات الأداء المؤسسي المرتفع تكون أكثر قدرة على التكيف مع التغيرات، وتحسين جودة قراراتها، ورفع كفاءتها التشغيلية، وتعزيز صورتها لدى العملاء والعاملين. وقد أظهرت دراسة مروة فتوح محمد (2026) أن التميز المؤسسي يرتبط بممارسات المسؤولية الاجتماعية عبر تحسين الثقافة التنظيمية والقيادة والعمليات والنتائج، وهو ما يؤكد أن الأداء المؤسسي لا ينفصل عن البيئة الأخلاقية والاجتماعية التي تعمل فيها المؤسسة. كذلك تلتقي هذه الفكرة مع ما ذهب إليه دراسات سابقة في أن المؤسسات التي تستثمر في رأس مالها الاجتماعي وسمعتها وموظفيها تحقق أداءً أكثر استقراراً واستدامة (مروة فتوح محمد، 2026).

ثالثاً: العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المؤسسي

ترتكز العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي على منطق نظري واضح مفاده أن المؤسسة عندما تلتزم بمسؤولياتها تجاه أصحاب المصلحة فإنها تبني ثقة أكبر، وسمعة أفضل، وعلاقات أقوى مع العملاء والعاملين والمجتمع، وهو ما ينعكس في النهاية على أدائها العام. وتدعم نظرية أصحاب المصلحة هذا التصور؛ إذ ترى أن نجاح المؤسسة لا يتحدد فقط بمصالح المساهمين، بل بقدرتها على المواءمة بين مصالح الأطراف المختلفة. كما تفسر نظرية الشرعية هذه العلاقة من خلال سعي المؤسسة إلى اكتساب قبول المجتمع والحفاظ عليه، بينما تبرز نظرية الموارد والقدرات أن المسؤولية الاجتماعية قد تتحول إلى مورد استراتيجي غير ملموس يصعب تقليده، مثل السمعة والولاء والثقة، وهو ما يعزز الأداء المؤسسي على المدى الطويل (Freeman, 1984; Dowling & Pfeffer, 1975; Barney, 1991). هذه المنطلقات النظرية تتقاطع مع ما ورد في الدراسة الأصلية من أن المسؤولية الاجتماعية لم تعد عملاً منفصلاً، بل جزءاً من البنية الاستراتيجية للمؤسسة (بودماغ وقرين، 2022).

بيّنت دراسة عبدالمجيد وساهلة (2025) أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات الجزائرية ترتبط إيجاباً بالأداء المستدام وسمعة الشركة، وأن بناء السمعة القوية يُعد قناة رئيسة لانتقال أثر المسؤولية الاجتماعية إلى الأداء. وفي الاتجاه نفسه، أثبتت دراسة بودماغ وقرين (2022) أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يترك أثراً إيجابياً على الأداء التنظيمي، مع تفاوت في قوة التأثير بين الأبعاد المختلفة. لذلك تفترض هذه الدراسة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر في الأداء المؤسسي بصورة إيجابية، لأن المؤسسة التي تلتزم اقتصادياً وقانونياً وأخلاقياً وخيرياً تحسن صورتها، وترفع رضا أصحاب المصلحة، وتدعم كفاءتها الداخلية وقدرتها التنافسية.

رابعاً: المنطلقات النظرية للدراسة

نظرية أصحاب المصلحة (Stakeholder Theory)

تُعد نظرية أصحاب المصلحة من أهم النظريات التي تستند إليها دراسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد قدمها إدوارد فريمان (Edward Freeman) عام 1984. وترى النظرية أن نجاح المؤسسة لا يعتمد فقط على تحقيق مصالح المساهمين، وإنما يرتبط بقدرتها على تحقيق التوازن بين مصالح جميع أصحاب المصلحة، مثل العاملين، والعملاء، والموردين، والمجتمع المحلي، والحكومة، والمستثمرين. وتؤكد النظرية أن استجابة المؤسسة لاحتياجات هذه الأطراف من خلال ممارسات المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تعزيز الثقة، وتحسين السمعة المؤسسية، ورفع مستوى الأداء المؤسسي وتحقيق الاستدامة. (Freeman, 1984)

وتُعد هذه النظرية الأكثر ملاءمة للدراسة الحالية؛ لأنها تفسر كيف تؤدي ممارسات المسؤولية الاجتماعية إلى تحسين الأداء المؤسسي من خلال تعزيز العلاقات مع أصحاب المصلحة وتحقيق قيمة مشتركة بينهم وبين المؤسسة.

نظرية الشرعية (Legitimacy Theory)

ظهرت نظرية الشرعية بصورة واضحة في الأدبيات المحاسبية والإدارية من خلال أعمال Dowling and Pfeffer (1975)، والتي ترى أن المؤسسة تسعى باستمرار إلى الحصول على قبول المجتمع والمحافظة عليه، وذلك من خلال الالتزام بالقيم والمعايير الاجتماعية السائدة.

وتفترض النظرية أن المؤسسات التي تمارس المسؤولية الاجتماعية وتفصح عنها تعزز شرعيتها أمام المجتمع، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على سمعتها، وثقة أصحاب المصلحة بها، ومن ثم تحسين أدائها المؤسسي واستمرارها في السوق (Dowling & Pfeffer, 1975).

وتدعم هذه النظرية الدراسة الحالية من خلال تفسيرها لدور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز قبول المجتمع للمؤسسة، بما يسهم في رفع كفاءة الأداء المؤسسي.

نظرية العقد الاجتماعي (Social Contract Theory)

ترتكز نظرية العقد الاجتماعي على فكرة أن المؤسسة تعمل بموجب عقد غير مكتوب بينها وبين المجتمع، يفرض عليها الالتزام بمجموعة من المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية مقابل حصولها على حق ممارسة أنشطتها وتحقيق الأرباح. وقد تناول (Donaldson and Dunfee 1994) هذه النظرية في إطار العلاقة بين المؤسسات والمجتمع، مؤكدين أن استمرار المؤسسة يعتمد على مدى التزامها بالقيم الاجتماعية واحترام توقعات المجتمع.

وتشير النظرية إلى أن المؤسسات التي تلتزم بمسؤولياتها الاجتماعية تحظى بدعم المجتمع وثقته، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على أدائها المؤسسي واستدامة أعمالها. (Donaldson & Dunfee, 1994)

وتتوافق هذه النظرية مع الدراسة الحالية؛ لأنها توضح أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يمثل أحد العوامل الرئيسية لتحسين الأداء المؤسسي وتعزيز استمرارية المؤسسة.

نظرية الموارد والقدرات (Resource-Based View Theory)

قدم **Barney (1991)** نظرية الموارد والقدرات، والتي ترى أن الميزة التنافسية للمؤسسة تتحقق من خلال امتلاك موارد وقدرات يصعب تقليدها من قبل المنافسين. وتعتبر السمعة المؤسسية، والثقة، والعلاقات مع أصحاب المصلحة، ورأس المال الاجتماعي من الموارد غير الملموسة التي يمكن بناؤها من خلال تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

وتؤكد النظرية أن المسؤولية الاجتماعية تمثل موردًا استراتيجيًا يساهم في تعزيز الأداء المؤسسي من خلال تحسين الكفاءة التنظيمية، وزيادة ولاء العاملين والعملاء، وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة. (Barney, 1991)

وتعد هذه النظرية مناسبة للدراسة الحالية؛ لأنها تفسر كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية في تكوين موارد استراتيجية تدعم الأداء المؤسسي في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

الدراسات السابقة:

أجرى السيد (2018) دراسة بعنوان "تحليل أثر المسؤولية المجتمعية على أداء الشركات"، هدفت إلى تحليل أثر ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحسين أداء الشركات المصرية، والتعرف إلى مدى تأثيرها في تعزيز القدرة التنافسية والربحية، بالإضافة إلى قياس مدى إدراك الشركات والمستهلكين لأهمية المسؤولية الاجتماعية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج الاستقرائي، واستخدمت المسوح الميدانية والاستبانة لجمع البيانات من المستهلكين. وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين سمعة الشركة، وزيادة قدرتها التنافسية وربحيته، كما يؤثر إيجابيًا في اتجاهات المستهلكين وقراراتهم الشرائية، وأوصت بضرورة تعزيز وعي الشركات المصرية بأهمية المسؤولية الاجتماعية وتوسيع نطاق تطبيقها.

وجه الاستفادة من الدراسة: استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تدعيم الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية، والاستناد إلى نتائجها في تفسير العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي، إضافة إلى الاستفادة من أداة الدراسة في بناء الاستبانة.

أجرى الفطيمي ونافع (2025) دراسة بعنوان "المسؤولية الاجتماعية وأثرها على تحسين الأداء المالي في الشركات الصناعية الليبية العاملة في مدينة مصراتة"، وهدفت إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة في تحسين الأداء المالي للشركات الصناعية الليبية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات من عينة بلغت (60) مفردة من العاملين في الإدارات العليا والمالية والإدارية والمراجعة الداخلية والجودة، كما استخدمت برنامج SPSS لتحليل البيانات. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية (الاقتصادية، والقانونية، والأخلاقية، والخيرية) في تحسين الأداء المالي للشركات.

وجه الاستفادة من الدراسة: استفادت الدراسة الحالية من تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية، والاستفادة من المنهجية الإحصائية المستخدمة، ودعم فرضيات الدراسة المتعلقة بتأثير المسؤولية الاجتماعية في الأداء المؤسسي.

✚ أجرى فتح الله، والشعراوي، ومنطاش (2025) دراسة بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها على الأداء المستدام في ضوء رؤية مصر 2030-2020"، وهدفت إلى تحديد أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات بأبعادها المختلفة على الأداء المستدام بأبعاده الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في شركات الاتصالات المصرية. واعتمدت الدراسة على المنهج الاستنباطي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من عينة عشوائية بلغت (286) مديرًا وموظفًا، وتم تحليل البيانات إحصائيًا. وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي معنوي للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها كافة في الأداء المستدام، كما بينت عدم وجود فروق معنوية تعزى لمعظم المتغيرات الديموغرافية.

وجه الاستفادة من الدراسة: استفادت الدراسة الحالية من تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وبناء النموذج المفاهيمي، والاستفادة من النتائج في دعم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي.

✚ أجرى Meng و Imran (2024) دراسة بعنوان "The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance with the Mediating Role of Employee Engagement and Green Innovation: Evidence from the Malaysian Banking Sector"، وهدفت إلى دراسة الأثر المباشر وغير المباشر للمسؤولية الاجتماعية على الأداء المؤسسي من خلال الدور الوسيط لمشاركة العاملين والابتكار الأخضر في القطاع المصرفي الماليزي. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من عينة بلغت (550) موظفًا، كما استخدمت تقنية PLS-SEM لتحليل البيانات. وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي للمسؤولية الاجتماعية في الأداء المؤسسي، كما تبين أن مشاركة العاملين توسطت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي، في حين لم يثبت الدور الوسيط للابتكار الأخضر.

وجه الاستفادة من الدراسة: استفادت الدراسة الحالية من تدعيم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي، والاستفادة من تفسير الآليات التي تؤثر بها المسؤولية الاجتماعية في الأداء.

✚ أجرى Al-Ma'ani، Al-Qudah، و Shrouf (2019) دراسة بعنوان "The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance in Telecommunication Sector in Jordan"، وهدفت إلى قياس أثر المسؤولية الاجتماعية الداخلية والخارجية في الأداء المالي وغير المالي لشركات الاتصالات الأردنية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من (500) موظف، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS. وأظهرت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية الداخلية أثرت إيجابيًا في الأداء المالي وغير المالي، بينما كان تأثير المسؤولية الاجتماعية الخارجية إيجابيًا على الأداء غير المالي فقط، ولم يكن لها تأثير معنوي على الأداء المالي.

وجه الاستفادة من الدراسة: استفادت الدراسة الحالية من التمييز بين أبعاد الأداء المؤسسي، والاستفادة من نتائج الدراسة في تفسير اختلاف تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

أجرى Alabduljader (2023) دراسة بعنوان "The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Organizational Performance in the State of Kuwait: Moderating Role of Human Resources Management (HRM)"، وهدفت إلى اختبار الدور المعدل لإدارة الموارد البشرية في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي طويل الأجل في البنوك الإسلامية بدولة الكويت. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من عينة بلغت (191) مديرًا وموظفًا، كما استخدمت برنامج SPSS لتحليل البيانات. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للمسؤولية الاجتماعية في الأداء المؤسسي، كما تبين أن إدارة الموارد البشرية تعدل العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي.

وجه الاستفادة من الدراسة: استفادت الدراسة الحالية من تأكيد العلاقة الإيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي، والاستفادة من مناقشة المتغيرات التنظيمية التي قد تؤثر في هذه العلاقة.

الفجوة البحثية:

تتمثل الفجوة البحثية للدراسة الحالية في دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات بأبعادها (الاقتصادية، والقانونية، والأخلاقية، والخيرية) على الأداء المؤسسي في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية، وهو مجال لم يحظَ - في حدود اطلاع الباحثة - بالقدر الكافي من الدراسات التطبيقية، الأمر الذي يمنح الدراسة الحالية قيمة علمية وعملية ويعزز إسهامها في الأدبيات الإدارية العربية.

الفرضيات البحثية

الفرضية الرئيسية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المؤسسي في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

ويتفرع عنها الفرضيات الآتية:

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاقتصادية على الأداء المؤسسي في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية القانونية على الأداء المؤسسي في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الأخلاقية على الأداء المؤسسي في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية .

4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الخيرية (الإنسانية) على الأداء المؤسسي في قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

منهجية البحث

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، نظرًا لملاءمته لطبيعة الدراسات التي تهدف إلى وصف الظواهر الإدارية وتحليل العلاقات بين متغيراتها. ويساعد هذا المنهج على دراسة مستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات بأبعادها المختلفة، وهي المسؤولية الاقتصادية، والقانونية، والأخلاقية، والخيرية، وتحليل أثرها في الأداء المؤسسي. كما يتيح استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات واستخلاص نتائج علمية تساهم في تفسير العلاقة بين المتغيرات وتقديم توصيات عملية لصناع القرار.

واستندت الدراسة إلى التصميم الكمي (Quantitative Research Design)، الذي يعتمد على جمع البيانات الرقمية باستخدام الاستبانة وتحليلها إحصائيًا. ويُعد هذا التصميم مناسبًا لوجود متغير مستقل يتمثل في المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومتغير تابع يتمثل في الأداء المؤسسي، حيث تم قياس جميع المتغيرات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، مع تحليل البيانات بواسطة برنامج SPSS (الإصدار 29)، والاعتماد على معاملات الارتباط والانحدار الخطي المتعدد لاختبار الفرضيات.

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في شركات قطاع الأعمال بالمملكة العربية السعودية بمستوياتهم الإدارية، نظرًا لارتباطهم المباشر بممارسات المسؤولية الاجتماعية وسياسات الأداء داخل مؤسساتهم. ونظرًا لكبر حجم المجتمع، فقد تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة باعتباره أحد أساليب المعاينة الاحتمالية التي تمنح جميع أفراد المجتمع فرصًا متساوية للمشاركة، مما يقلل من احتمالات التحيز ويعزز تمثيل المجتمع. وقد حُدد حجم العينة بالاستناد إلى جدول كريجسي ومورجان (Krejcie & Morgan, 1970)، حيث بلغ عدد أفراد العينة (384) موظفًا، وهو حجم كافٍ لتحقيق مستوى ثقة 95% وهامش خطأ 5%.

تمثلت وحدة التحليل في العامل داخل شركات قطاع الأعمال، حيث يمثل كل مشارك وحدة مستقلة للتحليل الإحصائي، ويُعبر عن إدراكه لمستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية ومستوى الأداء المؤسسي في المؤسسة التي يعمل بها. وقد جُمعت البيانات من مصدرين رئيسيين؛ أولهما البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من خلال استبانة صُممت خصيصًا للدراسة، وثانيهما البيانات الثانوية التي شملت الكتب والدوريات العلمية والرسائل الجامعية والدراسات السابقة والتقارير الرسمية ذات الصلة بموضوع الدراسة.

تكونت الاستبانة من ثلاثة أقسام رئيسية، اشتمل الأول على البيانات الديموغرافية، بينما حُصص القسم الثاني لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات بأبعادها الأربعة، وتناول القسم الثالث قياس الأداء المؤسسي. واستخدمت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة استجابة المشاركين، وهو من أكثر المقاييس استخدامًا في البحوث الإدارية لما يتميز به من سهولة التطبيق وملاءمته للتحليل الإحصائي.

ولضمان جودة أداة الدراسة، تم التحقق من صدقها باستخدام الصدق الظاهري من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين، بالإضافة إلى صدق الاتساق الداخلي بحساب معاملات ارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية للمحاور، حيث جاءت جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائية، مما يؤكد تمتع الأداة بدرجة مرتفعة من الصدق. كما تم التحقق من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وأظهرت النتائج ارتفاع قيم الثبات لجميع الأبعاد، إذ تجاوزت جميعها الحد المقبول (0.70)، بينما بلغ معامل الثبات الكلي للاستبانة (0.989)، وهو ما يعكس مستوى عاليًا جدًا من الاتساق الداخلي.

وفيما يتعلق بتحليل البيانات، فقد استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية، شملت التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لوصف خصائص العينة ومستويات المتغيرات، بالإضافة إلى معاملات ارتباط بيرسون والانحدار الخطي المتعدد لاختبار الفرضيات وتحديد أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأداء المؤسسي. كما التزمت الدراسة بالمبادئ الأخلاقية للبحث العلمي، من خلال ضمان سرية بيانات المشاركين، ومشاركتهم الطوعية، واستخدام المعلومات لأغراض البحث العلمي فقط، مع الالتزام بالأمانة العلمية في التوثيق وفق أسلوب APA الإصدار السابع. وبناءً على الأدبيات والدراسات السابقة، تم تطوير نموذج مفاهيمي يوضح العلاقة المباشرة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها المتغير المستقل، والأداء المؤسسي باعتباره المتغير التابع، بما يساهم في تفسير طبيعة العلاقة بينهما داخل بيئة الأعمال السعودية.

النتائج

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول (1) التوزيع التكراري والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق الخصائص الديموغرافية (ن = 384)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	250	65.1
	أنثى	134	34.9
العمر	أقل من 30 سنة	92	24.0
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	156	40.6
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	96	25.0
	50 سنة فأكثر	40	10.4
المؤهل العلمي	دبلوم	48	12.5

بكالوريوس	218	56.8	
ماجستير	98	25.5	
دكتوراه	20	5.2	
أقل من 5 سنوات	68	17.7	سنوات الخبرة
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	142	37.0	
من 10 إلى أقل من 15 سنة	104	27.1	
15 سنة فأكثر	70	18.2	
موظف / أخصائي	176	45.8	المستوى الوظيفي
رئيس قسم / مشرف	112	29.2	
مدير إدارة	72	18.8	
مدير تنفيذي	24	6.3	
صناعي	96	25.0	قطاع الشركة
خدمي	112	29.2	
تجاري	64	16.7	
مالي / مصرفي	72	18.8	
أخرى	40	10.4	
الإجمالي	384	100	

تشير نتائج الجدول إلى أن غالبية أفراد العينة من الذكور، حيث بلغ عددهم (250) فردًا بنسبة (65.1%)، مقابل (134) من الإناث بنسبة (34.9%). ويعكس هذا التوزيع ارتفاع نسبة مشاركة الذكور مقارنة بالإناث، وهو ما قد يرتبط بطبيعة القطاعات المستهدفة في الدراسة أو بالتركيب الوظيفي للمؤسسات محل الدراسة، الأمر الذي ينبغي مراعاته عند تفسير النتائج وتعميمها.

وفيما يتعلق بالعمر، أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من (30 إلى أقل من 40 سنة) تمثل النسبة الأكبر من أفراد العينة بواقع (156) مشاركاً بنسبة (40.6%)، تلتها الفئة العمرية من (40 إلى أقل من 50 سنة) بنسبة (25.0%)، ثم فئة أقل من (30 سنة) بنسبة (24.0%)، بينما جاءت الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) في المرتبة الأخيرة بنسبة (10.4%). ويشير هذا التوزيع إلى أن معظم أفراد العينة ينتمون إلى الفئات العمرية الأكثر نشاطاً في سوق العمل، والتي غالباً ما تمتلك خبرات عملية ومعارف مهنية تسهم في تقديم استجابات أكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة.

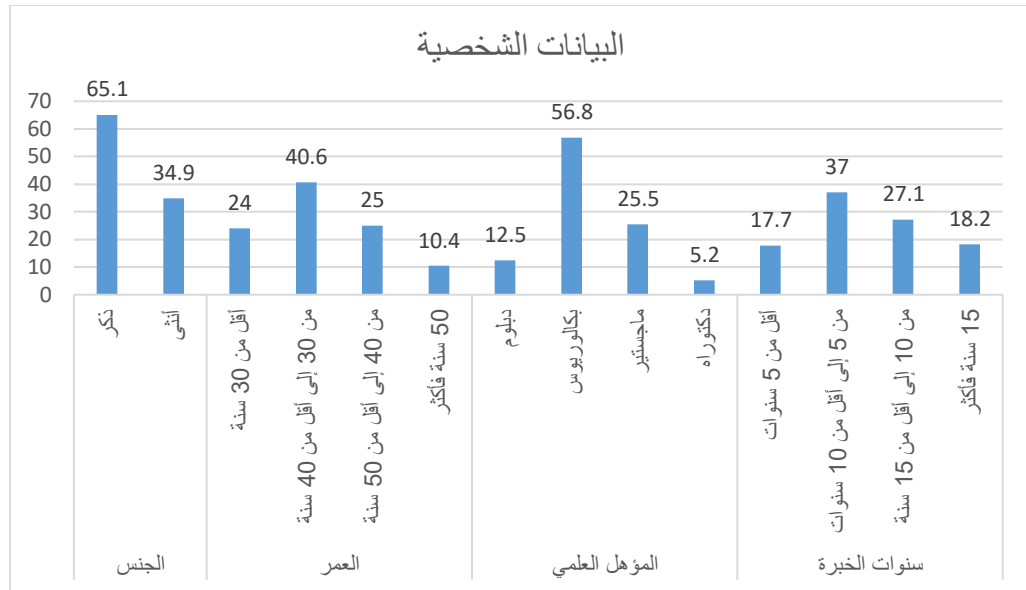
أما بالنسبة للمؤهل العلمي، فقد تبين أن حملة درجة البكالوريوس يشكلون النسبة الأكبر من العينة بواقع (218) مشاركاً بنسبة (56.8%)، يليهم حملة درجة الماجستير بنسبة (25.5%)، ثم حملة الدبلوم بنسبة (12.5%)، في حين بلغت نسبة الحاصلين على درجة الدكتوراه (5.2%). ويعكس هذا التوزيع ارتفاع المستوى التعليمي لأفراد العينة بصورة عامة، الأمر الذي يعزز من موثوقية البيانات المستقاة، نظراً لقدرة المشاركين على استيعاب مفاهيم الاستبانة والإجابة عنها بدرجة عالية من الدقة.

وفيما يخص سنوات الخبرة، أظهرت النتائج أن أكبر نسبة من المشاركين تمتلك خبرة تتراوح بين (5) وأقل من (10) سنوات بنسبة (37.0%)، تليها فئة الخبرة من (10) إلى أقل من (15) سنة بنسبة (27.1%)، ثم فئة (15) سنة فأكثر بنسبة (18.2%)، وأخيراً فئة أقل من (5) سنوات بنسبة (17.7%). ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بخبرة عملية متوسطة إلى مرتفعة، وهو ما يعزز من جودة آرائهم وقدرتهم على تقييم المتغيرات التي تناولتها الدراسة استناداً إلى خبراتهم العملية.

وفيما يتعلق بالمستوى الوظيفي، تبين أن فئة الموظفين والأخصائيين استحوذت على النسبة الأكبر من أفراد العينة بنسبة (45.8%)، تلتها فئة رؤساء الأقسام والمشرفين بنسبة (29.2%)، ثم مديري الإدارات بنسبة (18.8%)، في حين شكل المديرون التنفيذيون أقل نسبة بلغت (6.3%). ويعكس هذا التنوع تمثيلاً لمستويات إدارية مختلفة، الأمر الذي يتيح الحصول على وجهات نظر متنوعة حول موضوع الدراسة، ويحد من الاقتصار على منظور إداري واحد.

أما من حيث قطاع الشركة، فقد جاءت الشركات الخدمية في المرتبة الأولى بنسبة (29.2%)، تلتها الشركات الصناعية بنسبة (25.0%)، ثم الشركات المالية والمصرفية بنسبة (18.8%)، فالشركات التجارية بنسبة (16.7%)، وأخيراً القطاعات الأخرى بنسبة (10.4%). ويشير هذا التوزيع إلى تنوع القطاعات الاقتصادية التي ينتمي إليها أفراد العينة، مما يسهم في تعزيز شمولية الدراسة ويزيد من إمكانية الاستفادة من نتائجها في بيانات تنظيمية مختلفة.

وبصفة عامة، يظهر أن العينة تتميز بتنوع ديموغرافي ومهني مناسب من حيث الجنس، والفئات العمرية، والمؤهلات العلمية، ومستويات الخبرة، والمستويات الوظيفية، وقطاعات العمل، وهو ما يوفر قاعدة مناسبة لإجراء التحليلات الإحصائية اللاحقة، ويعزز من موثوقية النتائج وإمكانية تفسيرها في ضوء خصائص المشاركين.



شكل (1) البيانات الشخصية لعينة الدراسة

الإحصاءات الوصفية لعبارات متغيرات الدراسة

الإحصاءات الوصفية لعبارات المسؤولية الاجتماعية للشركات

جدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية ومستوى الموافقة لعبارات المسؤولية الاجتماعية للشركات

الترتيب	مستوى الموافقة	الوزن النسبي (%)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	البعد
5	مرتفع جداً	87.0	0.72	4.35	تحرص الشركة على تحقيق أرباح مستدامة.	المسؤولية الاقتصادية
11	مرتفع	82.4	0.85	4.12	تعمل الشركة على الاستخدام الأمثل لمواردها المالية.	
3	مرتفع جداً	88.2	0.68	4.41	تلتزم الشركة بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية.	
7	مرتفع جداً	85.6	0.74	4.28	تحرص الشركة على تحسين إنتاجيتها بصورة مستمرة.	

15	مرتفع	81.0	0.91	4.05	تعمل الشركة على تحقيق قيمة مضافة لجميع أصحاب المصلحة.	
19	مرتفع	79.0	0.88	3.95	تتبنى الشركة سياسات مالية تحقق الاستدامة الاقتصادية.	
1	مرتفع جداً	90.4	0.62	4.52	تلتزم الشركة بجميع الأنظمة والقوانين السعودية.	المسؤولية القانونية
9	مرتفع	84.0	0.79	4.20	تطبق الشركة اللوائح الداخلية بعدالة على جميع العاملين.	
6	مرتفع جداً	86.2	0.70	4.31	تحرص الشركة على الالتزام بحقوق العاملين.	
4	مرتفع جداً	87.6	0.66	4.38	تلتزم الشركة بأنظمة السلامة والصحة المهنية.	
2	مرتفع جداً	89.0	0.65	4.45	تلتزم الشركة بحماية حقوق العملاء.	
10	مرتفع	83.0	0.82	4.15	تحرص الشركة على الالتزام بالأنظمة البيئية.	
8	مرتفع جداً	85.0	0.76	4.25	تلتزم الشركة بالشفافية في جميع تعاملاتها.	المسؤولية الأخلاقية
13	مرتفع	81.6	0.83	4.08	تحرص الإدارة على العدالة بين العاملين.	
6	مرتفع جداً	86.6	0.69	4.33	تلتزم الشركة بالنزاهة ومكافحة الفساد.	
10	مرتفع	83.6	0.77	4.18	تشجع الشركة السلوك الأخلاقي بين الموظفين.	

						تحتزم الشركة خصوصية العملاء والعاملين.
						تلتزم الشركة بمبادئ الحوكمة الرشيدة.
المسؤولية الخيرية	4	مرتفع جداً	88.0	0.64	4.40	تشارك الشركة في المبادرات المجتمعية.
	9	مرتفع جداً	84.4	0.75	4.22	تدعم الشركة البرامج التعليمية والتدريبية للمجتمع.
	21	مرتفع	77.0	0.95	3.85	تساهم الشركة في الأعمال الخيرية والإنسانية.
	22	مرتفع	75.6	0.98	3.78	تحرص الشركة على حماية البيئة.
	20	مرتفع	78.4	0.92	3.92	تقدم الشركة دعماً للفئات المحتاجة.
	16	مرتفع	80.4	0.85	4.02	تشجع الشركة العاملين على العمل التطوعي.
	12	مرتفع	82.0	0.81	4.10	
	24	مرتفع	73.0	1.02	3.65	

يتضح من نتائج جدول (2) أن استجابات أفراد عينة الدراسة تجاه عبارات المسؤولية الاجتماعية للشركات جاءت بصورة عامة ضمن مستوى مرتفع إلى مرتفع جداً، وهو ما يعكس إدراكاً إيجابياً لدى العاملين لدى اهتمام الشركات محل الدراسة بتطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها. كما تشير قيم المتوسطات الحسابية إلى وجود تقارب نسبي في مستويات الاستجابة، حيث تراوحت بين (3.65) و(4.52)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.62) و(1.02)، الأمر الذي يدل على وجود درجة مناسبة من الاتفاق بين أفراد العينة حول عبارات المقياس.

وفيما يتعلق ببعد المسؤولية الاقتصادية، أظهرت النتائج أن جميع العبارات جاءت بمستوى موافقة مرتفع أو مرتفع جداً، حيث جاءت عبارة "تلتزم الشركة بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية" في المرتبة الأولى داخل هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (4.41) ووزن نسبي (88.2%)، مما يعكس اهتمام الشركات بجودة المنتجات والخدمات باعتبارها أحد أهم مظاهر المسؤولية الاقتصادية. تلتها عبارة "تحرص الشركة على تحقيق أرباح مستدامة" بمتوسط (4.35)، ثم عبارة "تحرص الشركة على تحسين إنتاجيتها بصورة مستمرة" بمتوسط (4.28). في المقابل، حصلت عبارة "تتبنى الشركة سياسات مالية تحقق الاستدامة الاقتصادية" على أقل متوسط حسابي داخل هذا البعد بلغ (3.95)، إلا أنها بقيت ضمن

مستوى الموافقة المرتفع، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن الاهتمام بالاستدامة المالية قائم ولكنه أقل وضوحاً مقارنة ببقية الجوانب الاقتصادية.

أما بالنسبة لبعد المسؤولية القانونية، فقد سجل أعلى مستويات الاستجابة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث جاءت عبارة "تلتزم الشركة بجميع الأنظمة والقوانين السعودية" في المرتبة الأولى على مستوى جميع عبارات الاستبيان بمتوسط حسابي بلغ (4.52) ووزن نسبي (90.4%)، تلتها عبارة "تلتزم الشركة بحماية حقوق العملاء" بمتوسط (4.45)، ثم عبارة "تلتزم الشركة بأنظمة السلامة والصحة المهنية" بمتوسط (4.38). وتشير هذه النتائج إلى إدراك أفراد العينة لحرص الشركات على الامتثال للتشريعات والأنظمة المنظمة لأعمالها، وهو ما يعكس أهمية الالتزام القانوني كأحد المرتكزات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية في بيئة الأعمال السعودية.

وفيما يخص المسؤولية الأخلاقية، أظهرت النتائج مستوى مرتفعاً من الموافقة، حيث حصلت عبارة "تحتزم الشركة خصوصية العملاء والعاملين" على أعلى متوسط حسابي داخل هذا البعد بلغ (4.40)، تلتها عبارة "تلتزم الشركة بالنزاهة ومكافحة الفساد" بمتوسط (4.33)، ثم عبارة "تلتزم الشركة بالشفافية في جميع تعاملاتها" بمتوسط (4.25). بينما جاءت عبارة "تحرص الإدارة على العدالة بين العاملين" بأقل متوسط حسابي بلغ (4.08)، إلا أنها ظلت ضمن مستوى الموافقة المرتفع، مما يعكس وجود اهتمام واضح بالجوانب الأخلاقية والحوكمة داخل الشركات محل الدراسة.

أما المسؤولية الخيرية فقد جاءت أقل الأبعاد من حيث المتوسطات الحسابية مقارنة بالأبعاد الأخرى، على الرغم من بقائها ضمن مستوى الموافقة المرتفع. فقد احتلت عبارة "تقدم الشركة دعماً للفئات المحتاجة" المرتبة الأولى داخل هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (4.10)، تلتها عبارة "تحرص الشركة على حماية البيئة" بمتوسط (4.02)، ثم عبارة "تساهم الشركة في الأعمال الخيرية والإنسانية" بمتوسط (3.92). في المقابل، سجلت عبارة "تشجع الشركة العاملين على العمل التطوعي" أدنى متوسط حسابي بلغ (3.65) ووزن نسبي (73.0%)، وهو ما قد يشير إلى أن برامج التطوع المؤسسي لا تزال بحاجة إلى مزيد من الدعم والتفعيل مقارنة ببقية ممارسات المسؤولية الاجتماعية.

الإحصاءات الوصفية لعبارات الأداء المؤسسي

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية ومستوى الموافقة لعبارات الأداء المؤسسي

الترتيب	مستوى الموافقة	الوزن النسبي (%)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	البعد
14	مرتفع	81.0	0.84	4.05	تستخدم الشركة مواردها بكفاءة عالية.	البيئة
10	مرتفع	83.0	0.79	4.15	تنجز الأعمال في الوقت المحدد.	

18	مرتفع	79.6	0.86	3.98	تحقق الشركة إنتاجية مرتفعة.	
12	مرتفع	81.6	0.82	4.08	تحسن استغلال الموارد المتاحة.	
22	مرتفع	77.0	0.91	3.85	تقلل الشركة من الهدر.	
8	مرتفع	84.0	0.74	4.20	تعمل على رفع كفاءة العمليات التشغيلية.	
5	مرتفع جداً	85.0	0.72	4.25	تحقق الشركة أهدافها الاستراتيجية.	الأداء
11	مرتفع	82.0	0.80	4.10	تستجيب بسرعة للتغيرات.	
9	مرتفع	83.6	0.76	4.18	تتخذ الإدارة قرارات فعالة.	
15	مرتفع	80.4	0.85	4.02	تتميز بسرعة إنجاز الأعمال.	
4	مرتفع جداً	86.4	0.70	4.32	تحقق رضا العملاء.	
2	مرتفع جداً	88.0	0.68	4.40	تتمتع بقدرة تنافسية.	
3	مرتفع جداً	87.0	0.69	4.35	تقدم منتجات وخدمات عالية الجودة.	جودة الأداء
6	مرتفع جداً	85.6	0.71	4.28	تعمل على التحسين المستمر.	
7	مرتفع جداً	84.4	0.74	4.22	تطبق معايير الجودة.	
16	مرتفع	80.4	0.86	4.02	تتخفف الأخطاء التشغيلية.	
1	مرتفع جداً	89.0	0.65	4.45	تحرص على تطوير أداء العاملين.	
10	مرتفع	83.0	0.78	4.15	يتميز العمل بالدقة والإتقان.	

تحقيق الأهداف المؤسسية	تحقق الشركة أهدافها السنوية.	4.08	0.83	81.6	مرتفع	13
	تلتزم بتنفيذ الخطط الاستراتيجية.	4.25	0.72	85.0	مرتفع جداً	5
	تحقق رضا أصحاب المصلحة.	4.18	0.77	83.6	مرتفع	9
	تحافظ على استدامة أعمالها.	4.30	0.70	86.0	مرتفع جداً	5
	تتمتع بسمعة مؤسسية جيدة.	4.38	0.67	87.6	مرتفع جداً	3
	تحقق ميزة تنافسية مستدامة.	4.35	0.69	87.0	مرتفع جداً	4

يتضح من نتائج جدول (3) أن استجابات أفراد عينة الدراسة تجاه عبارات الأداء المؤسسي جاءت جميعها ضمن مستوي مرتفع ومرتفع جداً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.85) و(4.45)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.65) و(0.91)، وهو ما يعكس وجود درجة عالية من الاتفاق بين أفراد العينة بشأن مستوى الأداء المؤسسي في الشركات محل الدراسة. كما تشير هذه النتائج إلى أن أفراد العينة يدركون أن الشركات تتمتع بمستوى جيد من الكفاءة والفاعلية وجودة الأداء والقدرة على تحقيق أهدافها المؤسسية.

وفيما يتعلق ببعد الكفاءة، أظهرت النتائج أن جميع العبارات جاءت ضمن مستوى الموافقة المرتفع، حيث احتلت عبارة "تعمل على رفع كفاءة العمليات التشغيلية" المرتبة الأولى داخل هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (4.20) ووزن نسبي (84.0%)، تلتها عبارة "تنجز الأعمال في الوقت المحدد" بمتوسط (4.15)، ثم عبارة "تحسن استغلال الموارد المتاحة" بمتوسط (4.08). في المقابل، جاءت عبارة "تقلل الشركة من الهدر" في المرتبة الأخيرة داخل هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.85) ووزن نسبي (77.0%)، إلا أنها بقيت ضمن مستوى الموافقة المرتفع، مما يشير إلى وجود اهتمام جيد بترشيد استخدام الموارد مع إمكانية تعزيز جهود الحد من الهدر بصورة أكبر.

أما بالنسبة لبعد الفاعلية، فقد حققت معظم العبارات مستويات مرتفعة جداً، حيث جاءت عبارة "تتمتع بقدرة تنافسية" في المرتبة الأولى داخل هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (4.40) ووزن نسبي (88.0%)، تلتها عبارة "تحقق رضا العملاء" بمتوسط (4.32)، ثم عبارة "تحقق الشركة أهدافها الاستراتيجية" بمتوسط (4.25). بينما سجلت عبارة "تتميز بسرعة إنجاز الأعمال" أقل متوسط حسابي داخل هذا البعد بلغ (4.02)، إلا أنها حافظت على مستوى موافقة مرتفع، مما يدل على أن سرعة الإنجاز تمثل جانباً جيداً في الأداء، وإن كانت أقل نسبياً من الجوانب المرتبطة بالتنافسية وتحقيق الأهداف ورضا العملاء.

وفيما يخص بعد جودة الأداء، فقد سجل أعلى مستويات التقييم بين أبعاد الأداء المؤسسي، حيث جاءت عبارة "تحرص على تطوير أداء العاملين" في المرتبة الأولى على مستوى جميع عبارات الأداء المؤسسي بمتوسط حسابي بلغ (4.45) ووزن نسبي (89.0%)، وهو ما يعكس اهتمام الشركات بتنمية الموارد البشرية باعتبارها أحد أهم عناصر تحسين الأداء. كما جاءت عبارة "تقدم منتجات وخدمات عالية الجودة" بمتوسط (4.35)، تلتها عبارة "تعمل على التحسين المستمر" بمتوسط (4.28)، في حين حصلت عبارة "تتخفف الأخطاء التشغيلية" على أقل متوسط داخل هذا البعد بلغ (4.02)، لكنها بقيت ضمن مستوى الموافقة المرتفع، مما يدل على إدراك العاملين لجهود الشركات في تطبيق معايير الجودة والتحسين المستمر.

أما بالنسبة لبعد تحقيق الأهداف المؤسسية، فقد أظهرت النتائج مستوى مرتفعاً إلى مرتفع جداً من الموافقة، حيث جاءت عبارة "تتمتع بسمعة مؤسسية جيدة" في المرتبة الأولى داخل هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (4.38) ووزن نسبي (87.6%)، تلتها عبارة "تحقق ميزة تنافسية مستدامة" بمتوسط (4.35)، ثم عبارة "تحافظ على استدامة أعمالها" بمتوسط (4.30). بينما جاءت عبارة "تحقق الشركة أهدافها السنوية" بأقل متوسط حسابي بلغ (4.08)، إلا أنها ظلت ضمن مستوى الموافقة المرتفع، مما يشير إلى أن الشركات تحقق أهدافها التشغيلية والاستراتيجية بدرجة جيدة وتحافظ على مكانتها التنافسية في بيئة الأعمال.

المتوسطات الحسابية لأبعاد الدراسة

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لأبعاد ومتغيرات الدراسة

المتغير	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
المسؤولية الاجتماعية للشركات	المسؤولية القانونية	4.34	0.71	1
	المسؤولية الأخلاقية	4.24	0.74	2
	المسؤولية الاقتصادية	4.19	0.78	3
	المسؤولية الخيرية	3.89	0.92	4
	المتوسط الكلي	4.16	0.79	—
الأداء المؤسسي	جودة الأداء	4.24	0.74	1
	الفاعلية	4.21	0.75	2
	تحقيق الأهداف المؤسسية	4.19	0.73	3
	الكفاءة	4.05	0.83	4

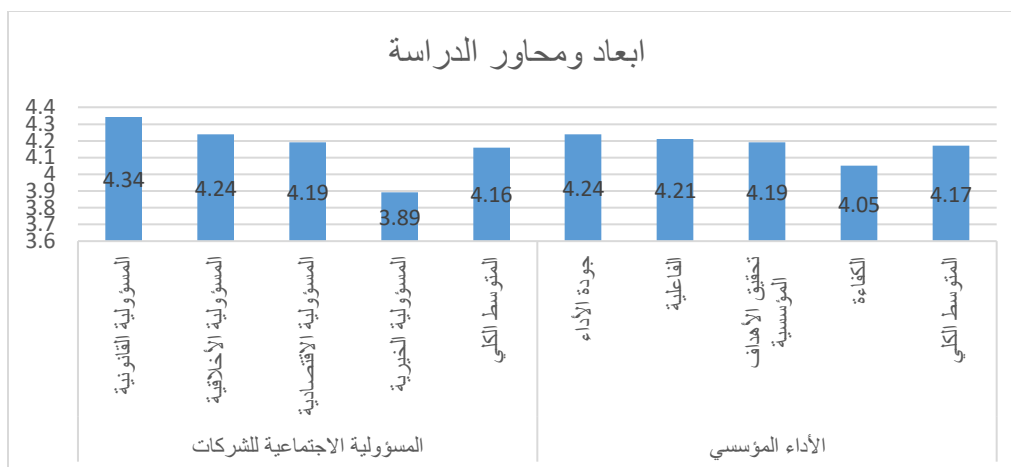
—	0.76	4.17	المتوسط الكلي	
---	------	------	---------------	--

يتضح من نتائج جدول (4) أن المتوسط الكلي لمحور المسؤولية الاجتماعية للشركات بلغ (4.16) بانحراف معياري (0.79)، وهو ما يقع ضمن مستوى الموافقة المرتفعة وفقاً لمقياس الدراسة، مما يدل على أن أفراد عينة الدراسة يرون أن الشركات محل الدراسة تطبق ممارسات المسؤولية الاجتماعية بدرجة مرتفعة. كما يشير الانحراف المعياري المنخفض نسبياً إلى وجود درجة جيدة من التجانس في آراء أفراد العينة حول هذا المتغير.

وعلى مستوى أبعاد المسؤولية الاجتماعية، جاء بعد المسؤولية القانونية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.34) وانحراف معياري (0.71)، مما يعكس إدراك أفراد العينة لالتزام الشركات بالأنظمة والتشريعات واللوائح المنظمة لأعمالها، وحرصها على الوفاء بالمسؤوليات القانونية تجاه مختلف أصحاب المصلحة. وجاء بعد المسؤولية الأخلاقية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.24)، الأمر الذي يشير إلى اهتمام الشركات بتطبيق المبادئ الأخلاقية وتعزيز قيم النزاهة والشفافية والعدالة في تعاملاتها. أما بعد المسؤولية الاقتصادية فقد احتل المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.19)، وهو ما يعكس اهتمام الشركات بتحقيق الكفاءة الاقتصادية والاستدامة المالية إلى جانب تحقيق الأرباح. في المقابل، جاء بعد المسؤولية الخيرية في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.89) وانحراف معياري (0.92)، ورغم احتلاله المرتبة الأخيرة فإنه ظل ضمن مستوى الموافقة المرتفعة، مما يشير إلى أن الشركات تمارس أنشطة المسؤولية المجتمعية والخيرية، إلا أن اهتمامها بها يبدو أقل مقارنة بالجوانب القانونية والأخلاقية والاقتصادية.

أما بالنسبة لمحور الأداء المؤسسي، فقد بلغ المتوسط الكلي (4.17) بانحراف معياري (0.76)، وهو ما يعكس مستوى مرتفعاً من الأداء المؤسسي في الشركات محل الدراسة، كما يدل على وجود اتفاق كبير بين أفراد العينة بشأن كفاءة الأداء وفاعليته. ويشير هذا المستوى المرتفع إلى نجاح الشركات في تحقيق أهدافها التشغيلية والاستراتيجية والمحافظة على جودة أدائها.

وعلى مستوى أبعاد الأداء المؤسسي، جاء بعد جودة الأداء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.24)، وهو ما يعكس اهتمام الشركات المستمر بتطوير جودة منتجاتها وخدماتها وتحسين أداء العاملين وتطبيق معايير الجودة. تلاه بعد الفاعلية بمتوسط حسابي (4.21)، مما يدل على قدرة الشركات على تحقيق أهدافها والاستجابة لمتطلبات بيئة الأعمال وتحقيق رضا العملاء. كما جاء بعد تحقيق الأهداف المؤسسية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.19)، الأمر الذي يعكس نجاح الشركات في تنفيذ خططها الاستراتيجية والمحافظة على استدامة أعمالها. في حين احتل بعد الكفاءة المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.05)، ورغم كونه الأقل ترتيباً بين الأبعاد، إلا أنه لا يزال ضمن مستوى الموافقة المرتفعة، مما يشير إلى أن الشركات تحقق مستويات جيدة من الكفاءة في استغلال الموارد وإدارة العمليات.



شكل (2) ابعاد ومحاور الدراسة

معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

جدول (5) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي

المتغير	معامل الارتباط مع الأداء المؤسسي	مستوى الدلالة (Sig.)
المسؤولية الاقتصادية	0.615**	0.000
المسؤولية القانونية	0.658**	0.000
المسؤولية الأخلاقية	0.687**	0.000
المسؤولية الخيرية	0.534**	0.000
المسؤولية الاجتماعية (إجمالي)	0.712	0.000

مستوى الدلالة ** :دال إحصائياً عند (0.01)

يتضح من نتائج جدول (5) وجود علاقات ارتباط موجبة ودالة إحصائياً بين جميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المؤسسي، حيث بلغت جميع مستويات الدلالة الإحصائية (Sig.=0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يؤكد معنوية هذه العلاقات إحصائياً، ويشير إلى أن ارتفاع مستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية يرتبط بارتفاع مستوى الأداء المؤسسي في الشركات محل الدراسة.

وتبين النتائج أن بعد المسؤولية الأخلاقية حقق أعلى معامل ارتباط مع الأداء المؤسسي، حيث بلغ معامل الارتباط (0.687)، وهو ما يشير إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية نسبياً بين التزام الشركات بالمبادئ الأخلاقية، مثل النزاهة

والشفافية والعدالة، وبين تحسن مستوى الأداء المؤسسي. ويعكس ذلك أهمية السلوك الأخلاقي في تعزيز كفاءة الأداء، ورفع مستوى الثقة لدى العاملين والعملاء، وتحسين سمعة المؤسسة، بما ينعكس إيجاباً على قدرتها في تحقيق أهدافها.

وجاء بعد المسؤولية القانونية في المرتبة الثانية بمعامل ارتباط بلغ (0.658)، مما يدل على وجود علاقة إيجابية قوية بين التزام الشركات بالأنظمة والتشريعات وحماية حقوق العاملين والعملاء وبين مستوى الأداء المؤسسي. ويؤكد ذلك أن الامتثال القانوني يسهم في توفير بيئة عمل مستقرة، ويحد من المخاطر القانونية والتنظيمية، الأمر الذي يدعم تحقيق الأداء المؤسسي المتميز.

كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة بين المسؤولية الاقتصادية والأداء المؤسسي، حيث بلغ معامل الارتباط (0.615)، وهو ما يعكس أن اهتمام الشركات بتحقيق الأرباح المستدامة، وتحسين الإنتاجية، والاستخدام الأمثل للموارد، يسهم بصورة مباشرة في تحسين مستوى الأداء المؤسسي وزيادة قدرتها على تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

أما المسؤولية الخيرية فقد سجلت أقل معاملات الارتباط بين الأبعاد، حيث بلغ معامل الارتباط (0.534)، إلا أن هذه العلاقة ما تزال موجبة ودالة إحصائياً، مما يدل على أن مساهمة الشركات في المبادرات المجتمعية، والأعمال الخيرية، والبرامج البيئية، ترتبط إيجابياً بالأداء المؤسسي، وإن كانت قوة هذه العلاقة أقل مقارنة بالأبعاد الأخرى، وهو ما قد يُعزى إلى أن الأنشطة الخيرية تُعد أنشطة داعمة للأداء أكثر من كونها مرتبطة مباشرة بالعمليات التشغيلية والإدارية.

وعند النظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات كمتغير كلي، يتضح أنها حققت أعلى معامل ارتباط مع الأداء المؤسسي، حيث بلغ (0.712)، وهو ما يشير إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين. وتدل هذه النتيجة على أنه كلما ارتفع مستوى تطبيق الشركات لممارسات المسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها، ارتفع مستوى الأداء المؤسسي لديها، وهو ما يقدم دعماً إحصائياً أولياً للفرضية الرئيسة للدراسة، ويمهد لاختبار أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء المؤسسي باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد في الفقرة التالية.

نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد

جدول (6) ملخص نموذج الانحدار وتحليل التباين (ANOVA)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	معامل التحديد المعدل (Adjusted R ²)	قيمة (F)	مستوى الدلالة
الانحدار	66.45	4	16.61	0.712	0.507	0.502	97.58	0.000
البواقي	64.52	379	0.17					

					—	383	130.97	المجموع
--	--	--	--	--	---	-----	--------	---------

يتضح من نتائج جدول (6) أن نموذج الانحدار الخطي المتعدد يتمتع بدرجة عالية من الملاءمة لتفسير العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات بوصفها متغيرات مستقلة والأداء المؤسسي بوصفه متغيراً تابعاً. فقد بلغ معامل الارتباط المتعدد (R) قيمة (0.712)، وهي قيمة تشير إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية نسبياً بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، مما يدل على أن ارتفاع مستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية يرتبط بارتفاع مستوى الأداء المؤسسي في الشركات محل الدراسة.

كما أظهرت النتائج أن معامل التحديد (R^2) بلغ (0.507)، أي أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة تفسر ما نسبته (50.7%) من التباين في الأداء المؤسسي، في حين تعزى النسبة المتبقية والبالغة (49.3%) إلى عوامل أخرى لم تتناولها الدراسة أو إلى الخطأ العشوائي. ويعد هذا المستوى من القدرة التفسيرية مرتفعاً نسبياً في الدراسات الإدارية والسلوكية، الأمر الذي يعكس أهمية المسؤولية الاجتماعية بوصفها أحد العوامل الرئيسة المؤثرة في تحسين الأداء المؤسسي.

وبالنظر إلى معامل التحديد المعدل ($Adjusted R^2$)، فقد بلغ (0.502)، وهو قريب جداً من قيمة معامل التحديد (R^2)، مما يدل على استقرار النموذج الإحصائي وعدم وجود مبالغة في تقدير القدرة التفسيرية للمتغيرات المستقلة، كما يشير إلى أن إدراج أبعاد المسؤولية الاجتماعية في النموذج كان مناسباً وأسهم بصورة حقيقية في تفسير التباين في الأداء المؤسسي.

كما تشير نتائج تحليل التباين (ANOVA) إلى أن قيمة اختبار (F) بلغت (97.58) عند مستوى دلالة إحصائية ($Sig.=0.000$)، وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يؤكد أن نموذج الانحدار ككل ذو دلالة إحصائية، وأن المتغيرات المستقلة مجتمعة تؤثر تأثيراً معنوياً في الأداء المؤسسي. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن نموذج الانحدار يتمتع بقدرة تفسيرية جيدة، وأنه صالح لاختبار فرضيات الدراسة المتعلقة بأثر المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأداء المؤسسي.

جدول (7) معاملات الانحدار الخطي المتعدد لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تفسير الأداء المؤسسي

المتغير المستقل	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
الثابت	0.512	0.142	—	3.605	0.000	—	—
المسؤولية الاقتصادية	0.185	0.042	0.245	4.405	0.000	0.552	1.812
المسؤولية القانونية	0.205	0.045	0.278	4.556	0.000	0.487	2.053
المسؤولية الأخلاقية	0.225	0.046	0.315	4.891	0.000	0.524	1.908

المسؤولية الخيرية	0.142	0.038	0.182	3.737	0.000	0.601	1.664
-------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

يتضح من نتائج جدول (7) أن جميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات لها تأثيرات إيجابية ودالة إحصائية في الأداء المؤسسي، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة (Sig.) لجميع الأبعاد (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يشير إلى قبول جميع الفرضيات الفرعية المتعلقة بأثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الأداء المؤسسي.

وأظهرت النتائج أن المسؤولية الأخلاقية تمثل أكثر الأبعاد تأثيراً في الأداء المؤسسي، حيث بلغ معامل الانحدار المعياري (Beta) قيمة (0.315)، وبلغت قيمة اختبار (t) (4.891)، وهو ما يدل على أن تعزيز الممارسات الأخلاقية داخل الشركات، مثل النزاهة والشفافية والعدالة والحوكمة، يسهم بدرجة أكبر في تحسين الأداء المؤسسي مقارنة ببقية الأبعاد. ويمكن تفسير ذلك بأن السلوك الأخلاقي يعزز الثقة بين العاملين وأصحاب المصلحة، ويرفع من كفاءة العمليات الإدارية والتنظيمية، بما ينعكس إيجاباً على الأداء العام للمؤسسة.

وجاء بعد المسؤولية القانونية في المرتبة الثانية من حيث قوة التأثير، حيث بلغ معامل الانحدار المعياري (Beta = 0.278)، وقيمة (t = 4.556)، مما يشير إلى أن التزام الشركات بالأنظمة والتشريعات وحماية حقوق العاملين والعملاء يسهم بصورة إيجابية في رفع مستوى الأداء المؤسسي، ويؤكد أهمية الامتثال القانوني في تحقيق الاستقرار التنظيمي وتعزيز الكفاءة المؤسسية.

أما المسؤولية الاقتصادية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمعامل انحدار معياري بلغ (Beta = 0.245)، وقيمة (t = 4.405)، وهو ما يعكس أن اهتمام الشركات بتحقيق الأرباح المستدامة، والاستخدام الأمثل للموارد، وتحسين الإنتاجية، يؤدي إلى تحسين مستوى الأداء المؤسسي، وإن كان تأثيره أقل نسبياً من البعدين الأخلاقي والقانوني.

وفي المقابل، سجل بعد المسؤولية الخيرية أقل تأثير بين الأبعاد الأربعة، حيث بلغ معامل الانحدار المعياري (Beta = 0.182)، وقيمة (t = 3.737)، إلا أن هذا التأثير ظل موجباً ودالاً إحصائياً. ويشير ذلك إلى أن مشاركة الشركات في المبادرات المجتمعية والأنشطة الخيرية والبيئية تسهم في تحسين الأداء المؤسسي، ولكن بدرجة أقل مقارنة بالأبعاد الأخرى، وهو ما يمكن تفسيره بأن المسؤولية الخيرية ترتبط بصورة أكبر بتحسين الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية، بينما يكون تأثيرها المباشر في الأداء التشغيلي أقل من تأثير المسؤوليات القانونية والأخلاقية والاقتصادية.

كما أظهرت نتائج الجدول عدم وجود مشكلة تعدد ارتباط خطي (Multicollinearity) بين المتغيرات المستقلة، حيث تراوحت قيم عامل تضخم التباين (VIF) بين (1.664) و(2.053)، وهي جميعها أقل من الحد المقبول (5)، كما تراوحت قيم السماحية (Tolerance) بين (0.487) و(0.601)، وهي جميعها أكبر من (0.20)، مما يؤكد استقلالية المتغيرات المستقلة وصلاحيّة نموذج الانحدار لإجراء التحليل الإحصائي، ويعزز موثوقية النتائج المستخلصة.

الاستنتاجات

1. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركات محل الدراسة جاء مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (4.16)، مما يعكس اهتمام الشركات بتبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية في مختلف جوانبها .
2. جاء بعد المسؤولية القانونية في المرتبة الأولى بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية، يليه بعد المسؤولية الأخلاقية، ثم المسؤولية الاقتصادية، بينما جاء بعد المسؤولية الخيرية في المرتبة الأخيرة، على الرغم من بقائه ضمن مستوى الموافقة المرتفعة .
3. أظهرت النتائج أن مستوى الأداء المؤسسي جاء مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي (4.17)، مما يشير إلى تمتع الشركات بمستوى جيد من الكفاءة والفاعلية وجودة الأداء وتحقيق الأهداف المؤسسية .
4. احتل بعد جودة الأداء المرتبة الأولى بين أبعاد الأداء المؤسسي، تلاه بعد الفاعلية، ثم تحقيق الأهداف المؤسسية، وأخيراً بعد الكفاءة، وجميعها جاءت ضمن مستوى الموافقة المرتفعة .
5. كشفت نتائج تحليل الارتباط عن وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المؤسسي، حيث بلغ معامل الارتباط الكلي (0.712) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يدل على أن زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يرتبط بتحسين الأداء المؤسسي .
6. أوضحت نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد وجود أثر إيجابي ودال إحصائي للمسؤولية الاجتماعية للشركات في الأداء المؤسسي، حيث بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.507$) ، بما يعني أن المسؤولية الاجتماعية تفسر نحو (50.7%) من التباين في الأداء المؤسسي .
7. بينت نتائج تحليل الانحدار أن المسؤولية الأخلاقية كانت أكثر الأبعاد تأثيراً في الأداء المؤسسي، تلتها المسؤولية القانونية، ثم المسؤولية الاقتصادية، بينما جاءت المسؤولية الخيرية في المرتبة الأخيرة من حيث قوة التأثير، مع احتفاظها بدلالة إحصائية .
8. أكدت نتائج الدراسة خلو نموذج الانحدار من مشكلة التداخل الخطي بين المتغيرات المستقلة، حيث جاءت قيم عامل تضخم التباين (VIF) ضمن الحدود المقبولة، مما يعزز موثوقية النتائج المستخلصة .

التوصيات

1. تعزيز تبني الشركات لاستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية بوصفها جزءاً من خططها الاستراتيجية، وربطها بالأهداف المؤسسية طويلة المدى .
2. تعزيز الالتزام بالممارسات الأخلاقية داخل بيئة العمل، من خلال ترسيخ قيم النزاهة والشفافية والعدالة، لما لها من أثر واضح في تحسين الأداء المؤسسي .

3. استمرار الشركات في الالتزام بالأنظمة والتشريعات والحوكمة المؤسسية، والعمل على تطوير السياسات والإجراءات التي تكفل حماية حقوق العاملين والعملاء وجميع أصحاب المصلحة .
4. زيادة الاستثمار في برامج المسؤولية الاجتماعية ذات الطابع المجتمعي والبيئي، مع توسيع نطاق المبادرات الخيرية والتطوعية بما يحقق قيمة مضافة للمجتمع ويعزز الصورة الذهنية للشركات .

المراجع

- بودماغ، محمد أمين، و قرين، ربيع .(2022). أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء التنظيمي: دراسة حالة شركة الخزف الصحي بالميلية .مجلة مجاميع المعرفة، 8(1)، 239-254.
- جريدي، مبروكة، و جريب، فريال .(2018). أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة خلال الفترة الممتدة ما بين (2015-2013) مذكرة ليسانس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر).
- السيد، أحمد محمد .(2018). تحليل أثر المسؤولية المجتمعية على أداء الشركات .المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، (4)، 337-354.
- الشعراوي، محمد عبد المحسن، منطاش، أحمد عبد الحكيم ،&فتح الله، علي السيد محمد .(2025). المسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها على الأداء المستدام في ضوء رؤية مصر 2030-2020: بالتطبيق على الشركات العاملة بقطاع الاتصالات بجمهورية مصر العربية .مجلة الشروق للعلوم التجارية، 17، 1-49.
- عبدالمجيد، عبدالواحد، وساهلة .(2025). تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المالي المستدام للشركات الجزائرية: الدور الوسيط لسمعة الشركة .مجلة التنمية الاقتصادية، 3(3).
- فتح الله، علي السيد محمد قطب، والشعراوي، محمد عبدالمحسن علي، ومنطاش، أحمد عبدالحكيم .(2025). المسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها على الأداء المستدام في ضوء رؤية مصر 2030-2020 (بالتطبيق على الشركات العاملة بقطاع الاتصالات بجمهورية مصر العربية) .مجلة الشروق للعلوم التجارية، 17(3)، 1-49. <https://doi.org/10.21608/sjcs.2025.371934.1158>
- فتوح، مروة محمد .(2026). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التميز المؤسسي داخل المنظمات الحكومية: دراسة تطبيقية .مجلة البحوث الإدارية، 44 (1)أكاديمية السادات للعلوم الإدارية .
- الطيمي، محمد مفتاح، و نافع، أفضيمة سليمان .(2025). المسؤولية الاجتماعية وأثرها على تحسين الأداء المالي في الشركات الصناعية الليبية العاملة في مدينة مصراتة .مجلة البحوث الأكاديمية (العلوم الإدارية والمالية)، 29(2)، 17-34.

- Alabduljader, S. A. A. (2023). *The impact of corporate social responsibility (CSR) on organizational performance in the State of Kuwait: Moderating role of human resources management (HRM)*. *Academy of Strategic Management Journal*, 22(5).
- Al-Ma'ani, B., Al-Qudah, S. A., & Shrouf, H. (2019). *The impact of corporate social responsibility on organizational performance in telecommunication sector in Jordan*. *Modern Applied Science*, 13(4), 1–17. <https://doi.org/10.5539/mas.v13n4p1>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252–284. <https://doi.org/10.2307/258705>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard: Measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71–79.
- Meng, X., & Imran, M. (2024). *The impact of corporate social responsibility on organizational performance with the mediating role of employee engagement and green innovation: Evidence from the Malaysian banking sector*. *Economic Research–Ekonomika Istraživanja*, 37(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2023.2264945>