

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع الاستدامة في إدارة الأعمال

أسم الطالب
عبد العزيز عبد الله الدريعي

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبد الرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	6
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	7
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	7
1.3. أهمية الدراسة	8
1.3.1. على المستوى النظري:	8
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	8
1.4. أسئلة الدراسة	8
1.5. أهداف الدراسة	9
1.6. فرضيات الدراسة	9
1.7. نموذج الدراسة	10
1.8. منهجية الدراسة	11
1.9. الدراسة الميدانية	11
1.10. مخطط المشروع المقترح	13
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
1.	1
	4
2.1. المقدمة:	15
2.2. المتغير المستقل	15
2.3. المتغير التابع	15
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	15
2.5. الخاتمة	16
قائمة المراجع	16

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

في ظل التحولات السريعة في بيئة الأعمال العالمية، والضغوط المتزايدة من المجتمعات، والجهات التنظيمية، والمستثمرين، بات من الضروري أن تتبنى الشركات نهجًا أكثر شمولية واستدامة في إدارتها. لقد تجاوزت مفاهيم النجاح المؤسسي تلك النظرة التقليدية التي كانت تركز فقط على تعظيم الأرباح قصيرة المدى، لتتجه نحو نماذج أعمال تراعي الأثر البيئي والاجتماعي إلى جانب العائد الاقتصادي. لم يعد يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية كشكل من أشكال العمل الخيري المؤسسي فحسب، بل تحوّلت إلى ركيزة أساسية في بناء الاستراتيجيات الإدارية والمالية، وأصبحت الاستدامة عنصرًا استراتيجيًا يُؤخذ بعين الاعتبار في التخطيط، والتشغيل، واتخاذ القرار. وفي هذا السياق، برزت الحاجة إلى فهم أعمق لمفهوم الاستدامة، ليس كمصطلح شائع، بل كممارسة فعلية تعكس التزام الشركات تجاه المستقبل والمجتمع.

تعريف بمفهوم الاستدامة:

وقد تعددت التعريفات الأكاديمية والمهنية لمفهوم الاستدامة، ومن أبرزها:

1. تقرير بورتلاند – اللجنة العالمية للبيئة والتنمية (1987):

“التنمية المستدامة هي التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون أن تُعرض قدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها للخطر.”

(World Commission on Environment and Development. 1987)

2. الأمم المتحدة – أهداف التنمية المستدامة (UN SDGs):

“الاستدامة تعني تلبية احتياجاتنا الحالية دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم. كما تتطلب تحقيق توازن بين العوامل الاقتصادية والبيئية والاجتماعية بانسجام تام.”

(United Nations, 2015)

3. كلية هارفارد – Harvard Business Review:

“تشير الاستدامة المؤسسية إلى الاستراتيجيات والإجراءات طويلة الأجل التي تتبناها الشركات لإدارة مسؤولياتها البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG).”

(Eccles et al., 2012)

4. المبادرة العالمية لإعداد التقارير (GRI):

“الاستدامة في الأعمال تعني قدرة الشركة على خلق قيمة طويلة الأجل من خلال إدارة المخاطر والفرص المتعلقة بالعوامل الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.”

(GRI, 2021)

لمحة عن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR):

المرحلة الأولى: الأعمال الخيرية (قبل القرن العشرين)

- ارتبطت المسؤولية الاجتماعية بالمساهمات الخيرية والتبرعات الفردية التي يقدمها أصحاب الأعمال للمجتمع المحلي.
- لم تكن هناك معايير واضحة أو تنظيم مؤسسي لهذه الأنشطة.

المرحلة الثانية: بداية الوعي المؤسسي (1950s-1970s)

- ظهر أول تعريف أكاديمي للمسؤولية الاجتماعية في كتاب Bowen (1953):
- “مسؤولية رجال الأعمال هي متابعة السياسات واتخاذ القرارات التي تتماشى مع أهداف وقيم المجتمع.”
- بدأت الشركات ترى أنها مسؤولة ليس فقط أمام المساهمين، بل أيضاً أمام العاملين، العملاء، والبيئة.

المرحلة الثالثة: التنظيم والحوكمة (1980s-1990s)

- تطور المفهوم ليشمل قضايا مثل حقوق الإنسان، حقوق العمال، حماية البيئة، الشفافية.
- ظهرت أطر مثل ISO 26000 و SA8000 لتقنين ممارسات المسؤولية الاجتماعية

المرحلة الرابعة: نحو الاستدامة الاستراتيجية (2000s-Now)

- تحوّل CSR إلى جزء من الاستدامة المؤسسية وبدأ يُربط بأداء الشركات المالي، وقيمتها السوقية.

• ظهرت مفاهيم جديدة مثل:

• ESG (البيئة، المجتمع، الحوكمة)

• Porter & Kramer من قبل Creating Shared Value (CSV)

أهمية دمج الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية:

1. تحسين السمعة وتعزيز الثقة

- الشركات التي تتبنى استدامة استراتيجية تحظى بثقة العملاء والمستثمرين، مما يؤدي إلى تعزيز سمعتها وزيادة ولاء العملاء.

2. تقليل المخاطر التشغيلية والمالية

- الاستدامة تساعد على تقليل التعرض لمخاطر تنظيمية، بيئية، وسمعة المؤسسة، مثل تغيرات القوانين البيئية أو قضايا العمل غير الأخلاقي

3. تحقيق كفاءة تشغيلية وتوفير في التكاليف

- ممارسات مثل كفاءة استهلاك الطاقة، تقليل النفايات، وتحسين سلاسل التوريد تقلل من النفقات وتزيد من الكفاءة

4. جذب المستثمرين وتحقيق أداء مالي أفضل

- تقارير ESG أصبحت معياراً يستخدمه المستثمرون لتقييم أداء الشركات. الشركات المستدامة تُظهر غالباً أداءً ماليًا طويل الأجل أكثر استقراراً.

5. تعزيز الابتكار والقدرة التنافسية

- دمج الاستدامة يدفع الشركات لتطوير منتجات وخدمات مبتكرة تتماشى مع متطلبات السوق المستقبلية.

3.1 مشكلة الدراسة:

الكثير من الشركات اليوم تتحدث عن الاستدامة، لكن هل حقاً تطبقها بشكل جدي؟ الموضوع معقد شوي. من ناحية فيه وعي متزايد بأهمية الحفاظ على البيئة والمجتمع، ومن ناحية ثانية كثير من المؤسسات ما زالت تعتبر الموضوع مجرد نشاط جانبي.

في الواقع، الفرق كبير بين أن تقوم الشركة ببعض الأعمال الخيرية بين الحين والآخر، وبين أن تدمج الاستدامة في كل قرار تتخذه. المشكلة أن بعض المديرين ما يفكروا إلا في الأرباح قصيرة المدى، ويتناسوا أن الاستثمار في الاستدامة ممكن يكون مربحاً على المدى البعيد.

الوضع الحالي يبين أن فيه شركات نجحت في تحويل الاستدامة لجزء أساسي من استراتيجيتها، وشركات ثانية ما زالت ممتلئة في المراحل الأولى. السؤال المهم: ليس بعض الشركات بتقدر تتطور في المجال والبعض الآخر لا؟

في النهاية، الموضوع مش بس مسألة أخلاقية، بل قضية بقاء في سوق أصبح التنافس فيه شرساً. الشركات اللي بتعرف تربط بين الاستدامة والأرباح هي اللي رح تنجح في المستقبل.

3.1.1. فجوات على المستوى النظري:

على الرغم من كثرة الدراسات حول مفهومي الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية ودورهما في تحسين الأداء المؤسسي، لا يزال هناك عدد محدود من الأطر النظرية التي تشرح بدقة كيفية دمج الاستدامة كعنصر استراتيجي فعال في نموذج أعمال المؤسسة. وتختلف التعريفات والمفاهيم باختلاف المؤسسات، ولا تزال العلاقة بين الاستدامة والربحية طويلة الأجل موضع جدل أكاديمي. ويُقوّض هذا التباين في النهج قدرة الباحثين والممارسين على تبني نموذج أو إطار عمل موحد يمكن تطبيقه بوضوح على مختلف أنواع المؤسسات

3.1.2. فجوات على المستوى التطبيقي:

على المستوى العملي، ثمة فجوة واضحة بين الخطاب المُبالغ فيه، أو بالأحرى المتبناة، من قِبل الشركات بشأن الاستدامة وممارساتها الفعلية. فليس من النادر أن تجد مؤسسة تُسوّق لأنشطتها الخيرية أو البيئية على أنها استدامة، إلا أن هذه المبادرات تبقى منفصلة عن الخطط التشغيلية والمالية. إضافةً إلى ذلك، لا يزال بعض المديرين ينظرون إلى الاستدامة كعبءٍ مالي أو نشاطٍ ثانوي، بدلاً من أن تكون أداةً استراتيجية لتعزيز التنافسية والنمو طويل الأجل.

3.2. أهمية الدراسة:

أهمية هذا الدراسة تكمن في أنه يتناول قضية أساسية تواجه الكثير من الشركات والمؤسسات اليوم. موضوع الاستدامة أصبح فعلاً جزءاً مهماً في أي خطة عمل حديثة. لكن المشكلة الكبيرة - خاصة في منطقتنا العربية - أن المسؤولية الاجتماعية ما زالت تعامل كأنشطة جانبية أو مجرد حملات علاقات عامة سريعة.

الوضع الحالي يفتقر لدمج حقيقي للمسؤولية الاجتماعية في الخطط الإدارية والمالية. هذا البحث يحاول تسليط الضوء على الفجوة بين ما نعرفه نظرياً وما نطبقه عملياً. الرؤية الواضحة تلعب دوراً كبيراً في سد هذه الفجوة. لكن الأهم هو النظر لكل العوامل المؤثرة، لأنها أساس أي نجاح حقيقي في هذا المجال.

3.2.1. على المستوى النظري:

3.2.2. على المستوى التطبيقي:

3.3. أسئلة الدراسة

* ما العوامل التي (CSR) كيف تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ساهمت في هذا التطور؟

* ما هو المفهوم الدقيق للاستدامة في سياق الأعمال والإدارة؟

* ما أهمية دمج مبادئ الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية للشركات؟

* ما هي المشكلة التي يسعى هذا البحث إلى معالجتها فيما يتعلق بعلاقة المسؤولية الاجتماعية بالاستدامة؟

* ما أهمية هذا البحث من حيث تسليط الضوء على العلاقة بين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات؟

3.4. أهداف الدراسة

* عبر المراحل الزمنية المختلفة وتحديد أبرز العوامل التي (CSR) تحليل تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ساهمت في تشكيله.

* توضيح المفهوم المعاصر للاستدامة في سياق الإدارة والأعمال، من خلال استعراض الأدبيات والنماذج الحديثة

* بيان أهمية دمج مبادئ الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية، ودراسة أثر ذلك على أداء الشركات واستمراريتها

تحديد الإشكاليات المرتبطة بعلاقة المسؤولية الاجتماعية بالاستدامة في ممارسات الشركات، ومحاولة تقديم رؤية متكاملة لمعالجتها.

إبراز الأهمية العلمية والعملية للربط بين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية، وتوضيح القيمة المضافة التي تحققها للشركات والمجتمع.

3.5. فرضيات الدراسة

يوجد تطور ملحوظ في مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) نتيجة للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتشريعية العالمية.

تعد الاستدامة مفهوماً إدارياً متكاملاً يؤثر بشكل مباشر على أداء الشركات واستراتيجياتها طويلة الأمد.

يساهم دمج مبادئ الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية في تحسين كفاءة الشركات وتعزيز تنافسيتها في السوق.

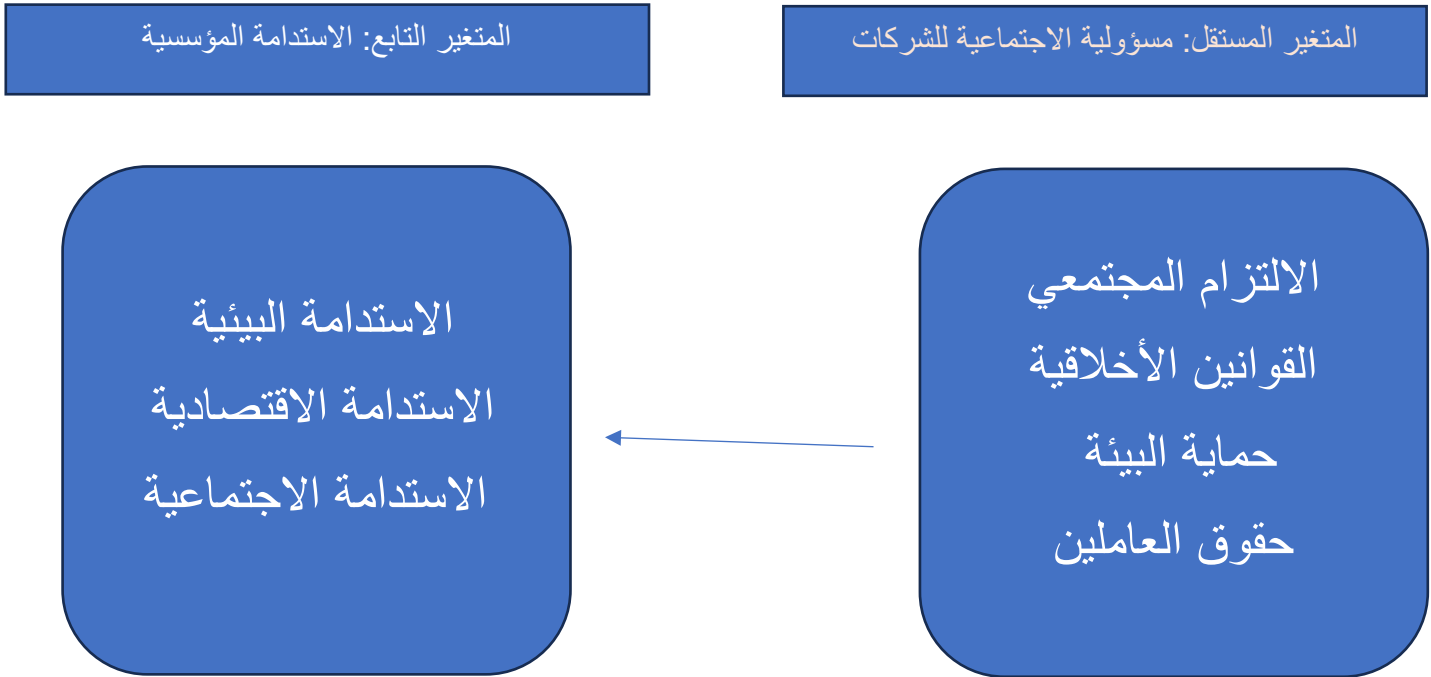
هناك علاقة ارتباط إيجابية بين التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق مبادئ الاستدامة المؤسسية.

يزداد وعي الشركات بأهمية التكامل بين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية كعنصر أساسي في تحقيق التنمية المستدامة.

3.6. نموذج الدراسة

يرتكز نموذج الدراسة على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والاستدامة المؤسسية، مع التركيز على أهمية دمج الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية. ويفترض النموذج أن التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية يسهم في تحقيق استدامة شاملة على المستوى البيئي والاقتصادي والاجتماعي.

يتكون النموذج من المتغيرات التالية:



العلاقات المفترضة في النموذج:

- 1- تؤثر المسؤولية الاجتماعية بشكل مباشر على تحقيق الاستدامة.
- 2- يسهم دمج الاستدامة في الاستراتيجية في تعزيز العلاقة بين CSR والاستدامة.
- 3- كلما زاد التزام الشركة بمبادئ CSE، زادت قدرتها على تبني ممارسات مستدامة فعالة في عملياتها الإدارية والمالية.

3.7. منهجية الدراسة

أولاً، منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يسعى الباحث إلى وصف وتحليل العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ومفهوم الاستدامة، مع التركيز على دور دمج الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية. ويعد هذا المنهج مناسباً لدراسة الظواهر الإدارية والاجتماعية وفهم مدى تأثيرها في الواقع العملي.

ثانياً، أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة، حيث تم تصميمها لتشمل مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة التي تقيس أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وممارسات الاستدامة، ومستوى دمجها في الخطط الإدارية والمالية للشركات.

ثالثاً، مجتمع وعينة الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من مديري الإدارات المالية والإدارية، وموظفي أقسام المسؤولية الاجتماعية في الشركات. وتم اختيار عينة عشوائية طبقية من عدد من الشركات الكبرى والمتوسطة في القطاع الخاص، بهدف ضمان تمثيل مناسب لمجتمع الدراسة.

رابعاً، طرق تحليل البيانات:

سيتم تحليل البيانات باستخدام التحليل الإحصائي الوصفي (مثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية) والتحليل الاستنتاجي (مثل اختبار الارتباط والانحدار)، باستخدام برنامج مثل SPSS، وذلك لفحص فرضيات الدراسة وتفسير العلاقات بين المتغيرات.

3.8. الدراسة الميدانية

تهدف الدراسة الميدانية الى اختبار فرضيات البحث والتحقق من العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والاستدامة المؤسسية، مع التركيز على مدى دمج مبادئ الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية. وقد تم تنفيذ هذه الدراسة من خلال جمع بيانات ميدانية من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة باستخدام أدوات كمية مناسبة.

أولاً، مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في الشركات السعودية في القطاع الخاص، وخاصة من يشغلون مناصب في الإدارات الإدارية، المالية، وإدارات المسؤولية الاجتماعية والاستدامة، نظراً لارتباطهم المباشر بموضوع البحث.

ثانياً، عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة، لضمان تمثيل مختلف القطاعات (الصناعي، التجاري، الخدمي). وقد بلغ حجم العينة (...)، وتم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبانة إلكترونياً وورقياً على المشاركين.

ثالثاً، أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة المغلقة المصممة وفق مقياس ليكرت الخماسي، وقد احتوت على ثلاثة محاور رئيسية:

المحور الأول؛ المسؤولية الاجتماعية (CSR) وابعادها.

المحور الثاني؛ ممارسات الاستدامة المؤسسية.

المحور الثالث؛ دمج الاستدامة في الاستراتيجيات الإدارية والمالية

وقد تم التأكد من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين، كما تم التحقق من ثباتها باستخدام معامل كرونباخ ألفا.

رابعاً، طرق التحليل الإحصائي:

تم ادخال البيانات في برنامج SPSS، واستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

التحليل الوصفي (المتوسطات، الانحراف المعياري)

تحليل الارتباط (pearson)

تحليل الانحدار

اختبار الفرضيات

وذلك لفهم العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار صحة الفرضيات

3.9. مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: المقدمة

الفصل الثاني: الاطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الاحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

4. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

4.1. المقدمة:

4.2. المتغير المستقل

4.3. المتغير التابع

4.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

4.5. الخاتمة

قائمة المراجع:

1. Bowen, H. R. (1953). Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row
2. Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility. Business Horizons
3. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review
4. United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development
5. World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future. Oxford University Press
6. الغزالي، سعيد. (2020). الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال. دار اليازوري العلمية.
7. السرطاوي، ناصر. (2018). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز أداء الشركات. المجلة العربية للإدارة.

