

درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية (شركة المراعي أنموذجاً)

د. عبدالوهاب بن شباب الشميلان

التسويق - الادارة وتقنية المعلومات - كلية الجبيل الصناعية

المستخلص : هدف البحث إلى تحديد درجة ممارسة الشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية للمسؤولية الاجتماعية، وبيان الجوانب الإيجابية الناتجة عن ممارسة تلك الشركات للمسؤولية الاجتماعية، فضلاً عن درجة التزام تلك الشركات بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، طبقت الدراسة الميدانية على عينة بلغت (١١٠ مفردة)، تم سحبها من شركة المراعي السعودية بوصفها أنموذجاً للشركات الصناعية السعودية، وذلك باستخدام أداة الاستبيان، واستخدام الباحث برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وأكدت النتائج: على أن درجة ممارسات المسؤولية الاجتماعية جاءت مرتفعة للغاية، وأيضاً درجة الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، وأن هناك علاقة دالة إحصائية وإيجابية بين درجة ممارسات المسؤولية الاجتماعية والنتائج الإيجابية الناجمة عن تلك الممارسات. أوصت الدراسة بضرورة وأهمية اتجاه كافة الشركات الصناعية وغير الصناعية بالمملكة العربية السعودية نحو تعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المنظمة الصالحة، الاستدامة، المستهلكين، أخلاقيات العمل، الموارد البشرية، المنتج.

١. المقدمة:

ويعد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ عام ١٩٥٠ تطوراً لأي منظمة تهدف إلى التقدم والازدهار، ومع بداية إدخال منظمات الأعمال للبعد الاجتماعي في إدارة استراتيجياتها، بدأ يظهر هذا المفهوم تحت مسميات مختلفة حيث تشير جميعها إلى المسؤولية الاجتماعية منها: المساءلة الاجتماعية Corporate Account Ability والأخلاق المنظمة Corporate Ethics والمواطنة المنظمة Corporate Citizenship .

تعدُّ المسؤولية الاجتماعية واحدةً من دعائم الحياة المجتمعية الضرورية، فهي سبيل التقدم الفردي والاجتماعي، بل إنَّ القيمة الحقيقية للفرد في مجتمعه تُقاس بمدى تحمُّله المسؤولية تجاه نفسه وتجاه الآخرين، ولذلك لا بدَّ من العمل على بثِّ الوعي بأهميتها ووضع البرامج الكفيلة بترسيخها لدى الأفراد والمؤسسات.

لقد أدركت الشركات الكبيرة والصغيرة على حد سواء بشكل متزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية فلم تعد الشركات قادرة على التركيز فقط على الربح، "فهي مسؤولة عن اتخاذ القرارات التي يجب أن تكون مقبولة أخلاقيا واجتماعيا لجميع أصحاب المصلحة المعنيين، بما في ذلك المجتمع والبيئة وكذلك المساهمين" (Sohodol et al, 2009: 2303-2304).

وفي الوقت الذي أحرزت فيه الشركات في البلدان الصناعة المتقدمة توجهها قويا نحو ممارسات المسؤولية الاجتماعية، إلا أن الأمر ليس على حد سواء بالنسبة لكافة البلدان "ففي الوقت الذي حققت فيه تسعون شركة من بين مائة شركة بريطانية كبرى درجة كبيرة من ممارسات المسؤولية الاجتماعية، انخفضت تلك النسبة لتصل إلى ٤٠ فقط في عدد آخر من بلدان أوروبا الغربية" (Crifo and Reberieux, 2016: 14)، أما الحالة في البلدان العربية فمازالت في بدايتها، فثمة إجماع على أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية ما زالت محدودة ولم تقم بالدور المتوقع منها حتي الآن.

وقد كان ذلك دافعا لتوجه الباحث نحو دراسة هذا الموضوع الذي سيبحث في درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية.

وقبل حلول الألفية الثالثة أطلق الأمين العام للأمم المتحدة مبادرة تسعى إلى تفعيل دور الشركات في المجتمع وسميت بالاتفاق العالمي، ومنذ أوائل القرن العشرين بينت الدراسات مدى أهمية الأداء الاجتماعي، وأكدت "على أن كل منظمة يجب عليها أن تحدد مسؤوليتها من خلال أدائها الاجتماعي والمنفعة المتحققة للمجتمع" (المعاينة، ٢٠١٩: ٥).

في إطار ذلك يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات Corporate Social Responsibility (CSR) تجعل منها مواطنا صالحا، فلكي تكون الشركة مسؤولة اجتماعية عليها "المشاركة الفعلية في البرامج التعليمية والالتزام بحماية البيئة، والمشاركة بالوقت والجهد على كافة مستويات الشركة من أجل تحسين ظروف المجتمعات التي تعمل فيها" (أنور، ٢٠١٠: ٩).

وفي عصر التقدم والعولمة لم يعد ينظر إلى المؤسسات بالنظرة التقليدية وأنها وحدة إنتاج ذات دور اقتصادي قائم على تقديم المنتجات عالية الجودة، وأسعار باهظة والترويج لذلك، "ولم يعد من المقبول أن تركز الشركات على الازدهار الاقتصادي بمعزل عن العملاء المتأثرين بممارساتها" (Amato et al, 2009: 2)، لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية موضوعا مهما للغاية ليس فقط للشركات، ولكن أيضا للمجتمعات والسياسية العامة، ذلك "لأن المسؤولية الاجتماعية للشركات غالبا ما تعتبر مهمة جدا لاكتساب المزايا التنافسية والحفاظ عليها" (Gorski et al, 2014: 224).

٢. أهمية البحث ومبرراته:

- يؤكد هذا البحث على أهمية ثقافة المسؤولية الاجتماعية، خاصة في ظل التأثيرات السلبية في بعض الأحيان التي تتركها أنشطة تلك المؤسسات على النظام البيئي.

- يؤكد هذا البحث على أهمية البعد الأخلاقي والاجتماعي الذي يجب أن يميز الشركات الخاصة، خاصة في ظل سطوة مفاهيم اقتصاد السوق الذي يركز على البعد الربحي بشكل ربما يتفوق على الأبعاد الأخرى.

- تتمثل الأهمية العلمية لهذا البحث في أنه يعمل على توضيح المضمون الحقيقي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتصحيح الخطأ الشائع الذي يحصر تلك المسؤولية في الهبات والمساعدات المالية التي قد تمنحها الشركات على فترات مختلفة للمعوزين، فالمسؤولية الاجتماعية أشمل من هذا البعد الضيق وتتسع لتشمل أبعاداً أخرى وأطرافاً متعددة.

- يؤكد هذا البحث أيضاً على أن المسؤولية الاجتماعية ليست مجرد جوانب اقتصادية ونفقات توجه للعاملين أو البيئة أو المجتمع، بل هي نظام متكامل يمكن للشركات أن تحصل من خلاله على العديد من الميزات التي تحسن من صورة تلك الشركات أمام المجتمع.

- إن النتائج التي سيخلص إليها هذا البحث ستكون مفيدة للعديد من الأطراف، سواء الشركات الصناعية أو مؤسسات الأعمال بوجه عام أو المعنيين بممارسات المسؤولية الاجتماعية.

٣. مشكلة البحث:

أصبح هناك اتفاق وتوجه عام من قبل العديد من منظمات الأعمال بمختلف أنشطتها للأخذ بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة، وذلك من أجل تحسين صورة المنظمة وزيادة فاعليتها، فلم تعد الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مركزها المالي، أو قدراتها التسويقية، أو مقدار ربحيتها فحسب، وإنما أيضاً من خلال مساهمتها الفاعلة في تحسين المجتمع.

وفي ظل مفهوم المسؤولية الاجتماعية لم يعد دور الشركات يتركز فقط على تحقيق الكفاءة الداخلية في سبيل إرضاء المالكين ومجتمع المنظمة من عاملين ومدراء، وإنما أيضاً تلعب دوراً محورياً في التنمية المستدامة، وذلك من خلال تنمية الوعي بكون تلك الشركات غير منعزلة عن المجتمع، وأن أنشطتها لا تتركز فقط على الجوانب الإنتاجية، وإنما يتعدى إلى الالتحاق بقضايا المجتمع والبيئة.

وفي ضوء ذلك ووفقاً لتأكيد بعض الدراسات السابقة (الخرزاعلة، ٢٠١٩: ١-٢)، فقد اعتبرت المسؤولية الاجتماعية أحد أهم المرتكزات المسؤولة عن تشكيل الصورة الإيجابية للشركات في المجتمعات التي تعمل بها، ومن ثم بناء سمعة طيبة، وتحقيق المشاركة الفعالة في مجال تقديم الخدمات المجتمعية، مما يعمل على رفع مكانة الشركة وتعزيز قدراتها على الاحتفاظ بعملائها واستقطاب العملاء الجدد، فضلاً عن ذلك فإن الاستثمار في الأنشطة الاجتماعية عبر المسؤولية الاجتماعية يعزز من قيمة الشركات في السوق التنافسي،

الماضية التي بدأت مع مطلع الألفية الجديدة" (Anna and Zuzana,2012).

وقد انقسم علماء الاقتصاد ما بين مؤيد ومعارض لفكرة المسؤولية الاجتماعية، حيث "يعارض البعض الفكرة ويرى أنها تقلل من الأرباح وهي بمثابة عبء إضافي على تكاليف العمل، في حين أن ثمة وجهة نظر أخرى ترى أنه على الشركات أن تسعى إلى الإبداع في تبني برامج المسؤولية الاجتماعية" (أنور.٢٠١١:٣).

في ضوء ذلك جاءت فكرة البحث الراهن الذي صاغ الباحث مشكلته البحثية في القضية التالية: درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية".

٤. أسئلة البحث:

- ما درجة ممارسة الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية لمؤشرات المسؤولية الاجتماعية؟
- ما درجة التزام الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية؟
- ما أهم الآثار الإيجابية الناجمة عن التزام الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية للمسؤولية الاجتماعية؟
- ما العلاقة بين درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية وبين درجة الآثار الإيجابية الناتجة عن المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث؟
- ما تأثير بعض المتغيرات الوسيطة (النوع، سنوات الخبرة) على تقديرات أفراد عينة البحث لأبعاد استبانة درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية السعودية؟

ويحسن من قدراتها على الاحتفاظ بعملائها، إضافة إلى ذلك فإن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تكسبها العديد من المزايا والمكاسب الأخرى.

لقد حلت المسؤولية الاجتماعية معضلة كانت تواجه العديد من الكيانات الاقتصادية، طرحت نفسها في هيئة سؤال مؤداه: كيف يمكن أن تحقق تراكما رأسماليا للأرباح بينما تظل مسئولا اجتماعيا وأخلاقيا بما يلبي متطلبات الاستدامة البيئية؟، لقد تمخضت الإجابة على هذا السؤال "أن أصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءاً من أنشطة الشركات حتي في أحلك الأزمات المالية العالمية" (Idown and Louche,2011:vii)، لقد أدركت الشركات أهمية القيام بأنشطتها الاجتماعية التي تساهم في النمو المستدام للمجتمع "والتزمت الإدارة بتلبية الاحتياجات التي تتطلبها تلك العملية، من أجل خلق فرص للعمل واحترام حقوق الإنسان ورعاية البيئة" (Ordonez,2020:6)، فشركات اليوم "تحتاج إلى مراعاة الاهتمامات المختلفة لأصحاب المصلحة المتأثرين بأعمالها، ومن ثم فإن الحاجة ماسة إلى ممارسات المسؤولية الاجتماعية، نظرا لكونها تعمل علي تنمية المصادقية وتعزيز صور المنظمة ودعم سمعتها، وتعزيز علاقتها بالعملاء" (Tak ji and Hasan,2016:25).

وعلى الرغم من أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست بالتأكيد موضوعا جديدا، إلا أنه وفي السنوات القليلة الماضية بدأت الشركات تركز بالفعل على هذا الموضوع، "وقد جاء هذا الاهتمام في جانب منه استجابة للأزمات الاقتصادية التي ميزت الحقبة

٥. فرضية البحث

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية ودرجة الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث.

٦. أهداف البحث:

- تحديد درجة ممارسة الشركة محل البحث لمؤشرات المسؤولية الاجتماعية.

- تحديد درجة إلتزام الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

- معرفة أهم الآثار الإيجابية لممارسات الشركات الصناعية السعودية للمسؤولية الاجتماعية.

- التحديد الإحصائي لمستوى تأثير بعض المتغيرات الوسيطة (النوع، سنوات الخبرة) على تقديرات أفراد عينة البحث لأبعاد استبيان درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية السعودية.

٧. الدراسات السابقة

حاز موضوع المسؤولية الاجتماعية على اهتمام الباحثين في عدد من تخصصات العلوم الاجتماعية، وهو أمر يعكس أهمية هذا الموضوع وأهمية القضايا التي يطرحها في مختلف السياقات الاجتماعية والاقتصادية، وسوف يعرض الباحث هنا لنماذج من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي طرحت قضايا مختلفة للمسؤولية الاجتماعية، مع التركيز على المسؤولية الاجتماعية للشركات.

١-٧ الدراسات العربية:

-دراسة غسان العمري (٢٠١٢) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية وأثرها على استراتيجيات المنافسة"، وهي دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية في الأردن، أجريت الدراسة باستخدام أسلوب المسح وبالاعتماد على أداة الاستبيان، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة بلغت (٨٠) مفردة، وقد خلصت الدراسة إلى أن الشركات الصناعية تمارس المسؤولية القانونية والأخلاقية بدرجة عالية جداً، وفي نفس الوقت تمارس المسؤولية الاقتصادية والخيرية بدرجة عالية.

-دراسة وهيبة مقدم (٢٠١٤) بعنوان "تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية"، اعتمدت الدراسة على كل من المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك بالاعتماد على المسح المكتبي وأسلوب الاستبيان والذي طبق على عدد من المؤسسات الاقتصادية في غرب الجزائر، أظهرت نتائج الدراسة الميدانية غياب أي فلسفة واضحة تجاه المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة، حيث وجدت أن تلك المؤسسات تمارس مستوى متوسط للمسؤولية الاجتماعية.

-دراسة خولة طلحي (٢٠١٥) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الجزائر"، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة والمنهج الإحصائي، واعتمدت الباحثة على الإحصائيات الخاصة بشركات القطاع الخاص في الجزائر في الفترة من عام ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٤ ،

الباحث على المنهج الوصفي وعلى الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من ٤٢٨ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن إجمالي درجة التوافر لأبعاد المسؤولية الاجتماعية كانت (٤٥,٤٠%).

- دراسة رقية المعاطية (٢٠١٩) بعنوان "أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمنظمات"، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وأجرت دراسة ميدانية باستخدام الاستبيان على عينة العاملين بشركة مناجم الفوسفات الأردنية وأقسامها الإدارية بلغ حجمها ٣٠٠ مفردة، أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر للمسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للشركة، أي أن التزام الشركة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية لكل يعزز من الصورة الذهنية للشركة.

- دراسة على الخزاعلة (٢٠١٩) بعنوان "أثر إدراك العملاء للمسؤولية الاجتماعية في الاحتفاظ بالعميل في الصناعات الاستخراجية في الأردن"، اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، وذلك بتطبيق دراسته الميدانية على عينة غرضية بلغت ١٧٤ من المتعاملين مع الصناعات الاستخراجية في الأردن، خلصت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدراك العميل للمسؤولية الاجتماعية متمثلاً بأبعاده (المسؤولية الخيرية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية القانونية، والاقتصادية والبيئية وحماية المستهلك)، في الاحتفاظ بالعميل في ظل وجود الصورة الذهنية للشركة في الصناعات الاستخراجية.

وخلصت الدراسة إلى أن القطاع الخاص في الجزائر لم يرق إلى مستوى المسؤولية الاجتماعية المرجوة منه، ولم يساهم في رفع مستوى النمو الاقتصادي ومكافحة البطالة وزيادة نسبة التشغيل.

- دراسة نعيمة القطراني (٢٠١٦) بعنوان "معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية"، طبقت الدراسة الميدانية على جميع المديرين بالإدارة الوسطى في المنظمات قيد الدراسة، والبالغ عددهم ١٣٠ مديراً، استخدمت الباحثة أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: لا توجد رؤية واضحة من قبل المنظمات قيد الدراسة نحو تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وأن الإدارة العليا في المنظمات قيد الدراسة تشعر بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى إضعاف مستوى الأداء.

- دراسة أحمد ماضي (٢٠١٧) بعنوان "أثر تبني محاسبة المسؤولية الاجتماعية على ربحية شركات الاتصالات في دولة الكويت"، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي، وقام بتصميم استبانة طبقت على عينة من الموظفين بلغت ٤٨ مفردة من الوظائف العليا، خلصت الدراسة إلى أن هناك مستوى مرتفع من تبني محاسبة المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات في الكويت.

- دراسة سميرة محمد (٢٠١٧) بعنوان "رؤية مقترحة لممارسة المسؤولية الاجتماعية لجامعة الملك فيصل"، هدفت الدراسة إلى الكشف عن درجة توفر ممارسات المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك فيصل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، اعتمد

الأول يشير إلى الشريعة الإسلامية والمعتقدات الإسلامية في العمل البنكي بشكل عام وأساسي، والثاني يتعلق بالتوازن في تطبيق الشريعة الإسلامية والالتزام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

- دراسة دي بيلا والفيومي - DI Bella and Al-Fayoumi (2016), بعنوان "اتجاهات أصحاب المصالح حول المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية في الأردن"، اعتمدت الدراسة على الأسلوب الميداني بالتطبيق على عينة من البنك الإسلامي الأردني للاستثمار والبنك العربي الدولي الإسلامي، وخلصت الدراسة إلى أن هناك اتجاهات إيجابية حول المسؤولية الاجتماعية، على اعتبار أنها مكون إيجابي من وجهة نظر أصحاب المصالح، وأن الشريعة الإسلامية لديها نظام يفرض المسؤولية الاجتماعية.

- دراسة ماكسين وأولجا Maxim and Olga (2017) بعنوان "تصور العملاء لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات"، وهي دراسة مقارنة بين المستهلكين الروس والفنلنديين، هدفت إلى تحديد أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء بالاعتماد على البيانات التي تم جمعها خلال بحوث التسويق على سلوك المستهلكين في الأسواق الفنلندية والروسية. وقد أظهرت نتائج الدراسة تشابه رد فعل العملاء مع مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات في كلا البلدين، كما أوضحت النتائج وجود بعض الاختلافات في تصور العملاء الفنلنديين والعملاء

-دراسة إيمان سعادة ورجا الخالدي (٢٠١٩) بعنوان: واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية وسبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية"، اعتمدت الدراسة على التقارير الإدارية والمالية للشركات المدرجة في السوق المالي، كما قامت بعمل مقابلات معمقة مع مختلف الجهات ذات العلاقة والفاعلة في مجال المسؤولية الاجتماعية، وقامت الباحثتان بتصميم استبيان إلكتروني تم توزيعه على الشركات المستهدفة، خلصت الدراسة إلى أنه ليس لدى معظم الشركات الكبرى المدرجة في سوق المال سياسة أو برامج تذكر يمكن تصنيفها ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية.

٢-٧ الدراسات الأجنبية:

- دراسة أنا ريميسوفا وزوزانا باتشوفا (Remisova and Buciova,2012:273-293), بعنوان "قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه الموظفين"، استهدفت تصميم مقياس لقياس مؤشرات ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية، خلصت الدراسة إلى أن القياس الجيد لممارسات المسؤولية الاجتماعية ينبغي أن يعتمد على الأسلوب التكاملي، وهو أسلوب يعتمد على النماذج الأوروبية في الممارسات الاجتماعية للشركات.

- دراسة رشيد وآخرون Rashid el al (٢٠١٣)، بعنوان "المسؤولية الاجتماعية وتركيزها على العميل"، أجريت الدراسة الميدانية على ستة عشر بنكاً إسلامياً في بنغلاديش، خلصت الدراسة أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية له مستويان أساسيان،

٨. الاطار النظري للبحث:

٨-١ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

Corporate Social Responsibility

ثمة اتفاق كبير بين العديد من الدراسات على أنه لا يوجد تعريف متفق عليه لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وهو الأمر الذي ينجم عنه في بعض الأحيان سوء الفهم، من هذه الدراسات دراسة (Justice,2018:1)، ودراسة (Heslin and Ochoa,2008:126-127)، وربما يعود ذلك وفقا لكورول Carroll إلى أن "المفهوم ذو تاريخ طويل ومتنوع" (Carroll,1999:268).

وتعد محاولة الأمم المتحدة هي الأبرز في التعريفات الدولية للمفهوم، حيث صكت المؤسسة وثيقة تعد مرتكزا أساسيا في أدبيات المسؤولية الاجتماعية، وقد تحدد الهدف منها في "إدماج مجموعة من مبادئ المسؤولية البيئية والاجتماعية والأخلاقية في أنشطة الشركات في جميع أرجاء العالم. ووفقا لهذه الوثيقة تلتزم الشركات التي تتبنى المبادرة بموائمة عملياتها واستراتيجياتها حسب عشرة مبادئ تحظى بقبول عالمي في مجال حقوق الإنسان، والعمل، والبيئة، ومكافحة الفساد.

<https://tfig.itcilo.org/AR/contents/un->

[global-compact.htm](https://tfig.itcilo.org/AR/contents/un-global-compact.htm)

أما البنك الدولي فقد عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل، لتحسين

الروس وتقييم مستوى المسؤولية الاجتماعية للشركات فيما يتعلق بالمسائل العلمية.

- دراسة مارك كاميليري (Camilleri,2017:1-20) بعنوان "سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات بالولايات المتحدة الأمريكية" وهو مقال تحليلي استهدف تقييم سياسات الحكومة الأمريكية بشأن الشبكات الاجتماعية للشركات وممارساتها الاجتماعية المتعلقة بالاستدامة البيئية، خلصت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية والبيئية هي السبيل الوحيد للمضي قدما بالنسبة للاقتصاديات الكبيرة مثل الصين والولايات المتحدة، بوصفها أكبر منتجي للانبعاثات وغازات الاحتباس الحراري في العالم، وأكدت الدراسة على أن الولايات المتحدة تعد من البلدان المتخلفة للغاية في سبيل تطوير المزيد من العمليات الاقتصادية والاجتماعية التي تعمل على المحافظة على استدامة البيئة والطاقة.

-دراسة سيد لامو (Lamo,2017:21-37) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور الإدارة العامة(دراسة حول الحوكمة)، وهي أيضا مقالة تحليلية خلصت إلى أن الشركات الأندونيسية لا تنفذ العديد من برامج وممارسات المسؤولية الاجتماعية، فرغم وجود صندوق للمسؤولية الاجتماعية يشرف على ممارسات القطاع الخاص في هذا المجال إلا أن تم الكثير من الملاحظات حول التزام تلك الشركات بممارسات المسؤولية الاجتماعية.

والعمال والزبائن والموردين والمجتمع والبيئة" (مقدم، ٢٠١٤: ٢٢).

وأشار خضور إلى أن المسؤولية الاجتماعية تعني "أن يكون البعد الاجتماعي والأخلاقي إلى جانب البعد الاقتصادي وتحقيق نمو في الأرباح والعوائد هو المحدد لسلوك قطاع الأعمال، من خلال التزامه الدائم بمتطلبات التنمية الاجتماعية وتحسين نوعية ومستوى وظروف الحياة لأفراد المجتمع" (خضور، ٢٠١١: ٤).

٢-٨ أهمية المسؤولية الاجتماعية

أبرزت العديد من الدراسات أهمية ممارسات الشركات للمسؤولية الاجتماعية، حيث أشارت دراسة أجوس وسالاس Agus and Salas، إلى "أن التزام الشركات بأنشطة المسؤولية الاجتماعية يقابله دائما تقدير تام من قبل المستهلكين، مما يؤدي في النهاية إلى تحسن مستوى الأداء" (Agus and Salas, 2017)، كما أكدت ماريان ريبوي على "أن تلك الممارسات تؤدي إلى تنمية ولاء العملاء" (Marin and Rubio, 2009)، واتفقت دراسة كل من فيتالينو وسن (Vitaliano, 2010) على ذات المعنى.

وأمام المكاسب المختلفة التي تنجم عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات بادرت العديد من المؤسسات إلى تحسين ظروف بيئة عملها وتوفير العدالة الوظيفية، وغيرها من المبادرات الاجتماعية الداخلية، وذلك لتحسين أرباحها وموقعها التنافسي، ومن ثم كان الربط بين بعض الدراسات بين ممارسات المسؤولية

مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم البيئة في آن واحد" (World Bank, 2005: 1) ووفقا لكل من هيسلن وأوشو "، يقوم مفهوم المسؤولية الاجتماعية على استدامة المشاركة في نشاطات اقتصادية تتعدى المتطلبات القانونية المنصوص عليها، والتي تحمي رفاة الموظفين والمجتمع ككل" (Heslin and Ochoa, 2008: 126-127).

وعرفها كوتلر ولي بأنها تعني "التزام المنظمة لتحسين مستوى المعيشة في المجتمع من خلال ممارساتها التجارية واستغلال الموارد"، (Kotler & Lee, 2008).

وعرفها كل من هوسين وأندرو بأنها "التزام شركات الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه من خلال المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية كحاربة الفقر وتطوير الخدمات الصحية وإيجاد فرص عمل مناسبة ومكافحة التلوث وحل مشكلات المواصلات" (Hossin and Andrew, 2006).

وأكد اسماعيلبور وبارجوي على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي مجموعة من الممارسات التجارية المفتوحة والشفافة، كما تعد الطريقة القائمة على القيم الأخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة (Esmailpour and Barjoei, 2016).

وعلى المستوى العربي عرف مقدم المسؤولية الاجتماعية هي "الالتزام الأخلاقي والتصرف المسئول تجاه مجموعة من الأطراف وهم أصحاب المصلحة، ونعني بها ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه كل من المساهمين والملاك

أثارها الباحث، فإن الدراسة الحالية تقع في نطاق الدراسات الوصفية التحليلية، إذ أن الطابع الوصفي يغلب على الظاهرة محل البحث، ومن ثم فقد اعتمد الباحث بشكل أساسي على منهج المسح بالعينة، بوصفه أحد المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية التحليلية.

٢- ٩ حدود البحث:

- **حد الموضوع:** درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية.

- **الحد البشري:** تحدد الحد البشري في منسوبي شركة المراعي السعودية، وبالتحديد العاملين في الحقل الإداري بالشركة.

- **الحد الزمني:** تم تطبيق الدراسة الميانية في الفترة من ٢٠٢١/٥/١٧ إلى ٢٠٢١/٦/١٧.

١٠- الجانب التطبيقي:

١٠-١ مجتمع البحث

تم تطبيق الدراسة الميدانية على شركة المراعي السعودية، وهي شركة مساهمة سعودية تعمل في مجالات الزراعة ومنتجات الألبان وتوزيع المواد الغذائية، تأسست الشركة عام ١٩٧٧، وتعد الآن واحدة من أكبر الشركات المساهمة السعودية العاملة في إنتاج وتوزيع المنتجات الزراعية والحيوانية والغذائية في المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي، ويقع المقر الرئيسي للشركة بمدينة الرياض، ووفقاً لأحداث التقارير الصادرة عن الشركة يبلغ عدد الموظفين السعوديين العاملين بالشركة (٨٦٥٣ موظف). وفي ٣١ ديسمبر عام

الاجتماعية وتعزيز مكانة الشركات في اكتساب المميزات التنافسية ونوايا إعادة الشراء وفقاً لتأكيد دراسة كل من: (Mandhachitara & Poolthong, 2011)، ودراسة (Mattera & Quazi, 2015)، ودراسة (Baena, 2015)، ودراسة (Richardson, 2012).

وأكد محمد، على أنه يوجد العديد من المبررات التي تحتم قيام منظمات الأعمال بدورها نحو المجتمع، "فقيام المنظمات بدورها تجاه المجتمع ليس تفضلاً منها، كما لا يعتبر من الحقوق المكتسبة للمجتمع، ولكنه يدخل ضمن فلسفة وجود المنظمات والناشئ عن تبادلية المنافع فيما بين الطرفين" (محمد، ٢٠١٨: ٣٨).

وقد أوضح الأسرج أن التجارب التطبيقية أظهرت "أن الدور الاجتماعي والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضاً استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج وتقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها والمجتمعات التي تتعامل معها" (الاسرج، ٢٠١٠: ٢)، وفي ذات المنحى أكد إبراهيم على "أن أحد الأسباب الرئيسية التي جعلت من المسؤولية الاجتماعية عاملاً هاماً ورئيسياً هو الاعتقاد بأن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تؤثر على اتجاهات العاملين بما فيها الرضا الوظيفي" (إبراهيم، ٢٠١٥: ٣١).

٩. الإجراءات المنهجية للبحث:

٩-١ منهج الدراسة

بالرجوع إلى جملة الأهداف التي سعت الدراسة إلى تحقيقها، فضلاً عن طبيعة الأسئلة التي

٢-٢-١٠ وصف عينة الدراسة

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن التالي:

- توزعت عينة الدراسة حسب النوع بواقع ٨٢,٧% للذكور و ١٧,٣% للإناث.

- توزعت العينة حسب الفئات العمرية بواقع ٥٧,٣% ما بين الذين تقع أعمارهم ما بين خمس وعشرين إلى أقل من خمس وثلاثين عاما، و ٣٥,٤% تقع أعمارهم ما بين خمسة وثلاثون إلى أقل من خمس وأربعين عاما، و ٧,٣% تزيد أعمارهم عن الخمس والأربعين عاما.

- توزعت عينة الدراسة حسب طبيعة التخصص بواقع ٦٣,٦% تخصصات عملية و ٣٦,٤% تخصصات تطبيقية.

- توزعت عينة الدراسة حسب الدرجة العلمية بواقع ٣٨,٢% للثانوي العام و ٥٥,٤% للتعليم الجامعي و ٦,٤% للدراسات العليا.

- توزعت عينة البحث حسب الوظيفة بواقع ٣٤,٥% مشرف إداري و ٢٨,٢% مدير إداري، و ١٣,٦% مدير مبيعات و ١٠,٩% علاقات عامة و ١٢,٧% مراقب جودة.

- توزعت عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة بواقع ٤٧,٣% تتراوح خبرتهم ما بين خمسة إلى أقل من عشرة سنوات، و ٢٨,٢% ما بين عشرة إلى أقل من خمسة عشر سنة، و ١٣,٦% تزيد خبرتهم عن الخمسة عشر سنة، وأخيرا ١٠,٩% تقل خبرتهم عن الخمس سنوات.

٢٠٢٠ بلغ رأسمال الشركة نحو عشرة مليارات ريال سعودي. (شركة المراعي، ٢٠٢٠)

٢-١٠ عينة البحث

اعتمد الباحث على أسلوب المعاينة العمدية (الغرضية) وذلك لصعوبة سحب عينة احتمالية، لعدم استطاعت الباحث الوفاء بشروط هذا النوع من العينات، نظرا للظروف التي فرضتها جائحة كوفيد_١٩ خلال الفترة الماضية، وقد تمكن الباحث من سحب عينة بلغ حجمها (١١٠ مفردة) من العاملين بالمستويات الإدارية العليا والمتوسطة بالشركة.

١-٢-١٠ طريقة سحب مفردات العينة

بالنظر إلى الظروف الحالية التي تمر بها المملكة العربية السعودية في ظل جائحة كوفيد ١٩، والمشكلات الناجمة عن تلك الجائحة، وما تفرضه من إجراءات احترازية، فقد تعزز على الباحث تطبيق أداة الدراسة بشكل مباشر من خلال توزيعها المباشر على العاملين بالشركة محل البحث، وقد استعاض الباحث عن ذلك بإجراء التطبيق الميداني من خلال الاستبيان الإلكتروني، وعليه فقد قام الباحث بتصميم الاستبيان إلكترونيا من خلال خدمة التطبيق الإلكتروني التي تتيحها المنصة العالمية (Google Forms)، ثم قام الباحث بإرسال رابط التطبيق الإلكتروني إلى كافة جمهور الباحث من منسوبي الشركة من العاملين بالقطاعات الإدارية العليا والمتوسطة، من خلال المجموعات الإلكترونية التي يشتركون فيها، وقد استمرت هذه العملية قرابة الشهر.

٣-١٠ -أداة الدراسة:

اعتمد الباحث بشكل أساسي على أداة الاستبيان، وقد التزم الباحث بالخطوات المنهجية المتبعة في بناء وتصميم الاستبيان على النحو التالي:

٣-١-١٠ تصميم الاستبيان في شكله الأولي: قام الباحث بداية بالرجوع إلى الكثير من الدراسات التي تناولت قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات، سواء الدراسات العربية أو الدراسات الأجنبية، وذلك بهدف التعرف على طبيعة الموضوعات والقضايا التي أثارها كل دراسة، ونوعية الأسئلة التي تضمنتها الأدوات التي اعتمدت عليها تلك الدراسات، وقد استفاد الباحث كثيرا من هذا الإجراء، إذ تمكن بفضل تلك الدراسات من تحديد عدد رصد القضايا التي ركزت عليها الدراسات السابقة.

٣-٢-١٠ صدق الأداة: قام الباحث بقياس صدق الأداة وتم ذلك من خلال أسلوبين:

-الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

قام الباحث بعرض الاستبيان على عدد من المتخصصين، وبلغ عدد المحكمين (٧) محكمين، وقد أسفرت هذه العملية على عدد من التعديلات والملاحظات غاية في الأهمية، وقد قام الباحث بإجراء كافة الملاحظات والتعديلات التي أباها السادة المحكمون. وانتهى إلى وضع الاستبيان في شكله شبه النهائي تمهيدا لتطبيقه على العينة الاستطلاعية للتأكد من قدرتها ومدى صلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة. وقد أبقى الباحث على جميع العبارات التي تعدت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠%.

- صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:

بعد الانتهاء من تحكيم الأداة، قام الباحث بتطبيق الأداة على عينة استطلاعية بلغت (٣٠ مفردة) من مجتمع الدراسة، وذلك بهدف قياس صدق الاتساق الداخلي، وقد اعتمد الباحث على قياس صدق الاتساق الداخلي للاستبيان عن طريق حساب معامل الارتباط (Pearson's R)، بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للمقياس، وقد جاءت معاملات الارتباط ما بين (٠,٨٧٠ إلى ٠,٩٦٦)، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوي بلغ (٠,٠١)، وهو ما يعني أن الاستبيان الذي اعتمد عليه الباحث يتسم بدرجة عالية من صدق الارتباط، ويؤهله للحصول على البيانات المطلوبة.

٣-٣-١٠ ثبات الاستبيان:

وللتأكد من ثبات الاستبيان استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha، وقد تراوحت قيمة معامل ألفا بين ٠,٨٧٠ إلى ٠,٩٠٤ وهي قيم جيدة للثبات، وبهذا تعد القيم جيدة للاعتماد على الاستبانة من ناحية الثبات.

وقد تكونت الاستبانة في شكلها النهائي من المحاور التالية:

- أ. محور البيانات الأولية التي تشمل: النوع وطبيعة التخصص والدرجة العلمية وسنوات الخبرة والتخصص المهني.
- ب. المحور الأول: مؤشرات ممارسات المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث. ويتكون المحور من (٤٤ عبارة) موزعة على خمسة بنود.

بيرسون لقياس درجة صدق الأداة. معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة . والمعالجة الإحصائية لعبارات الاستبيان وحساب الوسط المرجح: قام الباحث بوضع الاستجابات وفقاً لنمط ليكارت الخماسي يبدأ بـ "أوافق بشدة" = (٥)، وينتهي بـ "أرفض بشدة" (١).

وتم حساب الوسط الحسابي (الوسط المرجح) (Weighted Mean) وتحدد الاتجاه (Attitude) وفقاً للجدول التالي:

ت. المحور الثاني: مؤشرات مبادئ المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث، ويتكون من (٣١ عبارة) موزعة على أربعة بنود.

ث. المحور الثالث: النتائج الإيجابية لممارسات المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث، ويتكون من (٢٥ عبارة).

٤-١٠ الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

اعتمد الباحث على المعاملات الإحصائية التالية: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري. معامل

جدول (١) حسب الوسط المرجح والوزن النسبي للاستجابات

الوزن النسبي	المستوى	الرأي	الوسط المرجح
منخفض للغاية	أرفض بشدة	لا يحدث مطلقاً	من ١ إلى ١,٧٩
منخفض	أرفض	لا يحدث	من ١,٨٠ إلى ٢,٥٩
متوسط	محايد	يحدث أحياناً	من ٢,٦٠ إلى ٣,٣٩
مرتفع	أوافق	يحدث غالباً	من ٣,٤٠ إلى ٤,١٩
مرتفع للغاية	أوافق بشدة	يحدث بكثرة	من ٤,٢٠ إلى ٥

١١. تحليل البيانات الميدانية: ممارسة الشركات الصناعية بالمملكة العربية

السعودية لمؤشرات المسؤولية الاجتماعية؟ ١١-١ الإجابة على التساؤل الأول: ما درجة

جدول (٢) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة للمحور الأول (ممارسات المسؤولية الاجتماعية)

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	ممارسات المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع	٤,٣٦٩٣	٠,٥٩٦٩٦	مرتفعة للغاية
٢	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة	٤,٢٨٤١	٠,٦٩٩٩٠	مرتفعة للغاية
٣	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية	٤,٣٤٣٠	٠,٦٤٢١٧	مرتفعة للغاية
٤	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين	٤,٧٤٠٣	٠,٣٩٣٤٣	مرتفعة للغاية
٥	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتج	٤,٧٤٢٤	٠,٣٦٩٩٣	مرتفعة للغاية
	الدرجة الكلية	٤,٤٩٥٨	٠,٤٩٤٧٣	مرتفعة للغاية

ممارسات المسؤولية الاجتماعية في البنود الخمسة - فضلا عن العام للمحور - جاءت مرتفعة للغاية. ١١-٢ الإجابة على السؤال الثاني: ما درجة التزام الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية؟

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢) والخاص بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات أفراد عينة البحث للمحور الأول "ممارسات المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث" أن جميع

جدول (٣) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة للمحور الثاني (الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية)

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	مبادئ المسؤولية الأخلاقية	٤,٥٢٥٣	٠,٥٥٨٣٩	مرتفعة للغاية
٢	مبادئ المسؤولية تجاه المجتمع	٤,٥٠٦٥	٠,٦٣٠٨١	مرتفعة للغاية
٣	مبادئ المسؤولية تجاه المستهلك	٤,٧٢٠٨	٠,٤٦١٢٨	مرتفعة للغاية
٤	مبادئ المسؤولية تجاه البيئة	٤,٥٦٨٢	٠,٥٧٤٤١	مرتفعة للغاية
	الدرجة الكلية	٤,٥٨٠٢	٠,٥٣١٢١	مرتفعة للغاية

يتضح من بيانات الجدول التالي جدول رقم (٤) والتي توضح تقديرات أفراد عينة البحث للعبارات الدالة على الآثار الإيجابية لممارسات المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث، أن جميع تلك العبارات حصلت على تقدير مرتفع للغاية من قبل أفراد العينة، إضافة إلى أن درجة البعد الكلي جاءت عند مستوى مرتفع للغاية أيضا، وهو ما يعني أن ثمة اتفاقا تاما بين أفراد العينة على أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث نجم عنها آثار إيجابية للغاية.

يتضح من بيانات الجدول رقم (٣) والخاص بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات أفراد عينة البحث لدرجة الإلتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث (شركة المراعي السعودية)، أن جميع درجة الإلتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في البنود الأربعة _فضلا عن البعد العام للمحور_ جاءت مرتفعة للغاية. ١١-٣ الإجابة على السؤال الثالث: ما أهم الآثار الإيجابية الناجمة عن التزام الشركات الصناعية بالمملكة العربية السعودية للمسؤولية الاجتماعية؟

جدول (٤) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات عينة الدراسة لعبارات لمحور الثالث
(إيجابيات المسؤولية الاجتماعية)

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
١	تعزيز الحقوق الأساسية للمجتمع	٤,٣٦٤	٠,٨٨٥٤	مرتفعة للغاية
٢	تحقيق سمعة جيدة للشركة في السوق	٤,٧٨٢	٠,٥٣١٣	مرتفعة للغاية
٣	زيادة ثقة العملاء	٤,٧٧٣	٠,٤٢١٠	مرتفعة للغاية
٤	تحقيق المواطنة الصالحة	٤,٥٩١	٠,٥٩٥٠	مرتفعة للغاية
٥	تنامي الأرباح	٤,٥٨٢	٠,٤٩٥٥	مرتفعة للغاية
٦	زيادة الطلب على منتجات الشركة	٤,٧١٨	٠,٤٥١٩	مرتفعة للغاية
٧	رضا العاملين بالشركة	٤,٣٤٥	٠,٩١٢١	مرتفعة للغاية
٨	تحقيق الشركة لشهرة واسعة في المجتمع	٤,٨٢٧	٠,٣٧٩٧	مرتفعة للغاية
٩	تحسين صورة الشركة في المجتمع	٤,٨١٨	٠,٣٨٧٥	مرتفعة للغاية
١٠	ربط الشركة بالمجتمع	٤,٦٠٠	٠,٧٥٦٦	مرتفعة للغاية
١١	المساهمة في زيادة التكافل الاجتماعي	٤,٥٣٦	٠,٨٣١٥	مرتفعة للغاية
١٢	توليد شعور بالانتماء من قبل أفراد المجتمع	٤,٦٥٥	٠,٥٨١٦	مرتفعة للغاية
١٣	بث روح الاستقرار الاجتماعي بتحسين نوعية الحياة	٤,٤٧٣	٠,٦٨٦٨	مرتفعة للغاية
١٤	تعزيز سيادة مبدأ تكافؤ الفرص	٤,٣٤٥	٠,٨٣٩٨	مرتفعة للغاية
١٥	زيادة الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية	٤,٣٠٩	٠,٨٧٥٢	مرتفعة للغاية
١٦	تحسين قدرة الشركة على جذب المستثمرين والعملاء	٤,٥٣٦	٠,٦٨٦٤	مرتفعة للغاية
١٧	رفع قيمة أسهم الشركة على الأمد الطويل	٤,٤٢٧	٠,٦٨٣٥	مرتفعة للغاية
١٨	زيادة الثقة المتداولة بين الشركات وأصحاب المصالح	٤,٥٨٢	٠,٥١٣٧	مرتفعة للغاية
١٩	استقطاب الكفاءة من العاملين	٤,٢٠٠	٠,٩١٦٧	مرتفعة للغاية
٢٠	زيادة درجة ولاء المستهلكين للشركة	٤,٧٢٧	٠,٥٥٧٠	مرتفعة للغاية
٢١	تعزيز العلاقة مع الحكومة وكافة أجهزة الدولة	٤,٧١٨	٠,٤٥١٩	مرتفعة للغاية
٢٢	الحد من المشكلات والنزاعات	٤,٤٨٢	٠,٧٦٣٠	مرتفعة للغاية
٢٣	فتح أسواق جديدة	٤,٥٥٥	٠,٥٩٩٥	مرتفعة للغاية
٢٤	الحصول على عملاء جدد	٤,٧٧٣	٠,٤٢١٠	مرتفعة للغاية
٢٥	تطوير المنتجات والخدمات	٤,٦٥٥	٠,٤٧٧٧	مرتفعة للغاية
	الدرجة الكلية	٤,٥٦٨٢	٠,٥١٢٨٦	

١١-٤-١ تأثير متغير النوع على استجابات أفراد عينة الدراسة:

للتعرف على تأثير متغير النوع على استجابات أفراد عينة الدراسة على أبعاد الاستبانة الأساسية، استخدم الباحث الاختبار الاحصائي (ت) لقياس الفروق بين المتوسطات لعينتين، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٥) الفروق بين عينة الذكور وعينة الغناث على أبعاد استبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية

المحاور	مجال المقارنة	العدد = ن	المتوسط الحسابي	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
مؤشرات المسؤولية	ذكور	٩١	٤,٤٧١٧	**٣,٧٠٨	٠,٠٠٠
	إناث	١٩	٤,٩٣٩٣		
الأثار الإيجابية	ذكور	٩١	٤,٤٤٧٨	**١,٨٣١	٠,٠٠٠
	إناث	١٩	٤,٦٨٦٢		
الالتزام بمبادئ المسؤولية	ذكور	٩١	٤,٥٠٧٢	**٢,٦١٨	٠,٠١٠
	إناث	١٩	٤,٨٥٦٧		
		(**) دالة عند معنوية (٠,٠١)		(*) دالة عند معنوية (٠,٠٥)	

تقديرًا لدرجة ممارسة الشركة محل البحث للمسؤولية الاجتماعية والتزامها بمبادئ تلك المسؤولية.

١١-٤-٢ تأثير متغير سنوات الخبرة على استجابات أفراد عينة الدراسة:

لتحديد تأثير متغير سنوات الخبرة على تقديرات أفراد عينة الدراسة لأبعاد استبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية، استخدم الباحث اختبار تحليل التباين أحاد الاتجاه (ANOVA)، والجدول التالي يوضح نتيجة الاختبار:

١١-٤ الإجابة على السؤال الرابع: ما تأثير بعض المتغيرات الوسيطة (النوع، سنوات الخبرة، المستوى التعليمي) على تقديرات أفراد عينة البحث لأبعاد استبيان درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية السعودية؟

توضح بيانات الجدول (٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١) بين عينة الذكور وعينة الإناث على الأبعاد الثلاثة لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية وهي:

- مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية.
- الأثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية.
- التزام الشركات الصناعية السعودية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

وقد جاءت كافة الفروق في الأبعاد الثلاثة لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث هن الأكثر

جدول (٦) تباين تقديرات أفراد عينة البحث لأبعاد الطلاق العاطفي

تحليل التباين أحادي الاتجاه أنوفا								الأبعاد		
الدالة	قيمة (ف)	المتوسط	الفئات	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين			
٠,٠٤٣	*٢,٥٠٩	٤,٣٦٣٩	أقل من ٥ سنوات	٠,٧٢٨	٣	٢,١٨٥	بين المجموعات			
		٤,٤٩٥٠	من ٥ إلى أقل من ١٠				٠,٢٥٩	١٠,٦	٢٧,٤٨٤	داخل المجموعات
		٤,٥٣٧٦	من ١٠ إلى أقل من ١٥							٣
		٤,٧٨٠٧	من ١٥ سنة فأكثر							
٠,٠١٢	**٣,٦٤٧	٤,٤٢٦٩	أقل من ٥ سنوات	٠,٩٤٩	٣	٢,٨٤٧	بين المجموعات			
		٤,٥٠٥٣	من ٥ إلى أقل من ١٠				٠,٢٦٠	١٠,٦	٢٧,٥٨٤	داخل المجموعات
		٤,٥٨١٩	من ١٠ إلى أقل من ١٥							١٠,٩
		٤,٧٨٢١	من ١٥ سنة فأكثر							
٠,٠٣٠	*٢,٩١٠	٤,٣٣٧٤	أقل من ٥ سنوات	٠,٨١٦	٣	٢,٤٤٨	بين المجموعات			
		٤,٤٢٤٤	من ٥ إلى أقل من ١٠				٠,٢٨٠	١٠,٦	٢٩,٧١٩	داخل المجموعات
		٤,٦٢٠٣	من ١٠ إلى أقل من ١٥							١٠,٩
		٤,٨١٩٢	من ١٥ سنة فأكثر							
(*) دالة عند مستوى معنوية يبلغ (٠,٠٥)				(**) دالة عند مستوى معنوية يبلغ (٠,٠١)						

المسؤولية الاجتماعية، الأثر الإيجابية للمسؤولية، الالتزام بمبادئ المسؤولية). ولمعرفة اتجاه هذا التباين استخدم الباحث معامل شيفيه (scheffe)، والجدول التالي يوضح ذلك:

توضح بيانات الجدول (٦) أن هناك تباين ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية بلغ (٠,٠٥) بين فئات العينة حسب سنوات الخبرة على الأبعاد الثلاثة لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية (مؤشرات

جدول (٧) يوضح اتجاهات التباين للدرجة الكلية لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية السعودية وفقا لمتغير سنوات الخبرة

المتوسط	اختبار شيفيه لقياس اتجاه التباين				البيان
	من ١٥ سنة فأكثر	من ١٠ إلى أقل من ١٥	من ٥ إلى أقل من ١٠	أقل من ٥ سنوات	
٤,٤٦٣٩				-	أقل من ٥ سنوات
٤,٥٩٥٠			-	٠,٤٢١٦٠	من ٥ إلى أقل من ١٠
٤,٦٣٧٦		-	٠,١٧٦٥٦-	٠,٢٤٥٠٤	من ١٠ إلى أقل من ١٥
٤,٨٨٠٧	-	٠,٢٠٠١٧	٠,٣٧٦٧٣-	٠,٠٤٤٨٧	من ١٥ سنة فأكثر

عن خمسة عشر سنة، هم الأكثر تقديراً لأدوار الشركة محل البحث للمسؤولية الاجتماعية. ٥-١١ التحقق من فرضية الدراسة الرئيسية والتي نصها: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية ودرجة الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث.

توضح بيانات الجدول (٧) نتيجة معامل شيفيه لقياس اتجاه التباين في تقديرات أفراد العينة للدرجة الكلية لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في المملك العربية السعودية وفقاً لمتغير سنوات الخبرة، ومن هذه البيانات يتضح لنا أن التباين جاء لصالح أصحاب سنوات الخبرة التي تزيد عن (١٥ سنة) مقابل كافة الفئات الأخرى، وهو ما يعني أن أصحاب الخبرة الكبيرة ممن تزيد خبرتهم

جدول (٨) العلاقة بين القيادة الرشيدة وجودة الحياة الوظيفية

الآثار الإيجابية		المجال (ممارسات المسؤولية الاجتماعية)
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
٠,٠٠٠	**٠,٨٠٩	ممارسات المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع
٠,٠٠٠	**٠,٨٠٩	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة
٠,٠٠٠	**٠,٨٩٨	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية
٠,٠٠٠	**٠,٨٠١	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين
٠,٠٠٠	**٠,٧٣٩	ممارسات المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتج
٠,٠٠٠	**٠,٨٨٧	المحور ككل
** دالة عند مستوى معنوي (٠,٠١)		

١٢- النتائج والتوصيات:

١٢-١ النتائج:

- إن درجة ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية السعودية (شركة المراعي السعودية أنموذجاً) جاءت مرتفعة للغاية في كافة أبعاد المسؤولية الاجتماعية الخمسة تجاه المجتمع والبيئة والموارد البشرية والمستهلكين والمنتج. وتتفق نتيجة تلك الدراسة مع ما خلصت إليه بعض الدراسات السابقة مثل دراسة غسان العمري (٢٠١٢) ودراسة احمد ماضي (٢٠١٧) ودراسة

يتضح من الجدول السابق (٨) أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين درجة ممارسات المسؤولية الاجتماعية ودرجة الآثار الإيجابية الناتجة عن المسؤولية الاجتماعية، وجاءت العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوي (٠,٠١)، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون بينهما (٠,٨٨٧)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة، ومعنى ذلك أنه كلما ارتفع مستوى ممارسات المسؤولية الاجتماعية كلما زادت درجة الآثار الإيجابية الناجمة عن تلك الممارسات.

أسهبت في توضيح الجوانب الايجابية المترتبة على التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية من تلك الدراسات دراسة ماريان وريوي (٢٠٠٩) ودراسة (Mandhachitara & Poolthong, 2011), ودراسة (Mattera & Baena, 2015), ودراسة (Quazi & Richardson, 2012;) وغيرها من الدراسات التي أكدت على أن التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية يعزز من قدرات تلك الشركات وينعكس بشكل كبير على مكانتها في السوق، وكل تلك الأمور تعطي لنا فكرة واضحة عن الإيجابيات المؤكدة عن ممارسات الشركات للمسؤولية الاجتماعية.

- تم قبول الفرضية الأساسية وذلك بسبب تحقق وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسات المسؤولية الاجتماعية وبين الآثار الإيجابية، وذلك عند مستوى معنوي بلغ (٠,٠١)، وهو ما يعني أنه كلما زادت درجة ممارسات المسؤولية الاجتماعية كلما زادت درجة الآثار الإيجابية الناجمة عن تلك الممارسات.

- كشفت النتائج الاختبارات الاحصائية عن الآتي:

أ. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١) بين عينة الذكور وعينة الإناث على الأبعاد الثلاثة لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية وهي: مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية. الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية. التزام الشركات الصناعية السعودية بمبادئ المسؤولية

رشيد وآخرون (٢٠١٣) حيث أكدت تلك الدراسات وجود ممارسات للمسؤولية الاجتماعية ذات درجة مرتفعة في الشركات التي قامت ببحثها.

- إن درجة الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية السعودية (شركة المراعي السعودية أنموذجاً) جاءت مرتفعة للغاية في كافة الأبعاد الأربعة: المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية تجاه المجتمع، المسؤولية تجاه المستهلك، المسؤولية تجاه البيئة، وتختلف تلك النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة والتي أوضحت وجود درجة منخفضة من التزام الشركات محل البحث بمبادئ المسؤولية الاجتماعية من تلك الدراسات:

دراسة وهيبة مقدم (٢٠١٤) ودراسة خولة طلحي (٢٠١٥) وهما دراستان أجريتا على المسؤولية الاجتماعية للشركات في دولة الجزائر، وايضا ودراسة نعيمة القطراني (٢٠١٦)، ودراسة سميرة محمد (٢٠١٧) في المملكة العربية السعودية التي أوضحت درجة متوسطة للالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

- نجم عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية عدد من الآثار الإيجابية بلغت خمسة وعشرون أثراً، تراوحت تلك الآثار ما بين انعكاسات إيجابية على الشركة وعلى العاملين وعلى المنتج وعلى المجتمع المحلي، وتكشف جميعها عن أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية في مجتمع البحث عززت الكثير من الجوانب الإيجابية، وتتفق تلك النتيجة مع ما خلصت إليه العديد من الدراسات السابقة التي بحثت في موضوع المسؤولية الاجتماعية، والتي

نتائجها الايجابية على البيئة التي تعمل بها تلك الشركات.

٣-١٢ آليات تنفيذ التوصيات بالتركيز على شركة المراعي:

- إنشاء وحدة متخصصة داخل الشركة تكون مهمتها الإشراف على برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات في كافة جوانبها.
- تأسيس فريق عمل متخصص من الباحثين في مجال العمل الاجتماعي يتولى مهمة الإشراف على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للشركة.
- العمل على قياس مستوى تطور خدمات المسؤولية الاجتماعية للشركة.
- إجراء البحوث الميدانية التي تستهدف تحديد المجالات الأولى بالرعاية كي تركز عليها الشركة مستقبلاً ضمن جهودها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وذلك لضمان أن تأتي أنشطة الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية ملبية لاحتياجات الواقع وذات مردود تنموي حقيقي.

قائمة المراجع :

المراجع العربية :

- إبراهيم، قديري.(٢٠١٥). أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية. جامعة دمشق، دمشق، سوريا.
- الأسرج، حسين. (٢٠١٠). المسؤولية الاجتماعية للشركات، سلسلة جسر التنمية، "بدون رقم مجلد" (٩٠)، الكويت: المعهد العربي للتخطيط.
- أنور، نورا محمد عماد الدين.(٢٠١٠). المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الازمة الاقتصادية العالمية: دراسة تطبيقية، القاهرة: مركز المديرين المصري.

الاجتماعية، وقد جاءت كافة الفروق في الأبعاد الثلاثة لصالح عينة الإناث.

ب. أن هناك تباين ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية بلغ (٠,٠٥) بين فئات العينة حسب سنوات الخبرة على الأبعاد الثلاثة لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية (مؤشرات المسؤولية الاجتماعية، الأثار الإيجابية للمسؤولية، الالتزام بمبادئ المسؤولية)، و أن التباين جاء لصالح أصحاب سنوات الخبرة التي تزيد عن (١٥ سنة).

مما سبق يمكن للباحث القول بأنه قد أجاب على الاسئلة التي طرحتها الدراسة، ومن ثم حقق الأهداف التي سعت إلى إنجازها على نحو ما سلف الإشارة إليه في الإطار النظري للبحث، وفي ضوء تلك النتائج يقترح الباحث التوصيات في الجزء التالي.

٢-١٢ التوصيات:

- ضرورة اتجاه الشركات في المملكة العربية السعودية وفي كافة القطاعات الصناعة وغير الصناعية نحو تعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية، لما لتلك الممارسات من أثار إيجابية متعددة.
- أن تحرص الشركات في المملكة العربية السعودية على تنمية قدراتها في تعزيز التزامها بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في كافة جوانبها.
- أن تطور الشركات في المملكة العربية السعودية من برامجها الموجهة نحو المسؤولية الاجتماعية بما يضمن واقعية تلك الممارسات وفاعلية

- Amato, Alessia A., Henderson, Sybil and Florence, Sue (2009) Corporate Social Responsibility and Sustainable Business A Guide to Leadership

Tasks and Functions. Center for Creative Leadership Greensboro, North Carolina, USA.

- Carroll, Archie B. (1999). Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct. BUSINESS & SOCIETY, Vol. 38 No. 3, University of Georgia.PP.,268-295.

- Camilleri, Mark A.(2017). Corporate Social Responsibility Policy in the United States of America. Idowu S., Vertigans S., Schiopoiu Burlea A. (eds.) Corporate Social Responsibility in Times of Crisis. CSR, Sustainability, Ethics & Governance. Cham, Switzerland, Springer Nature. DOIhttps://doi.org/10.1007/978-3-319-52839-7_7

- Crifo, Patricia and Reberieux, Antoine (2016) Corporate Governance and Corporate Social Responsibility: A Typology of OECD Countries. Journal of Governance and Regulation / Volume 5, Issue 2, PP.,14-27.

- Di Bella, V. & Al-Fayoumi, N. (2016). Perception of stakeholders on corporate social responsibility of Islamic Banks in Jordan. EuroMed Journal of Business, 11(1), 30-56.

- Esmailpour, M., Barjoei, S. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Equity. European Journal of Social Sciences, 8(3), 56–66.

- Gorski, Hortensia, Fuciu, Mircea, and Croitor, Natalia (2014). Research on Corporate Social Responsibility in the Development Region Centre in Romania. Procedia Economics and Finance 16 (2014) 224 – 233.

- Hossin, M, Islam, K. and Andrew, J. (2006). Corporate social and environmental disclosure in developing countries: Evidence from Bangladesh. Proceedings of the Asian pacific conference on international accounting. Hawaii, October.

- Heslin, A. peter. And Ochoa, D. Jenna (2008). Understanding and developing strategic

- الخزاعلة، علي محمد سلامة. (٢٠١٩). أثر ادراك العملاء للمسؤولية الاجتماعية في الاحتفاظ بالعميل في الصناعات الاستخراجية في الأردن: الدور الوسيط لصورة الشركة. جامعة آل البيت، عمان، الأردن.

- سعادة، إيمان والخالدي، رجا. (٢٠١٩). واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية وسبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، رام الله، فلسطين.

- طلحي، خولة. (٢٠١٥). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الجزائر. جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.

- القطراني، نعمة منصور محمد. (٢٠١٦). معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية. دراسة ميدانية على مديري الإدارة الوسطى في بعض المنظمات النفطية الليبية العاملة بمدينة بني غازي. جامعة بني غازي، ليبيا.

- شركة المراعي.(٢٠٢٠). التقرير السنوي "تستمر بالوفاء"، المملكة العربية السعودية.

- كريشان، رولا احمد. (٢٠١٢). المسؤولية الاجتماعية وأثرها على استراتيجيات المنافسة: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية. جامعة عمان العربية، عمان،الأردن.

- محمد، عادل مبروك. (٢٠١٨). دور مؤسسات الأعمال في تنمية المجتمع بالاستعانة بتجربة الدول الآسيوية، كلية التجارة، جامعة القاهرة.

- مقدم، وهيبه. (٢٠١٤). تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائر. جامعة وهران، الجزائر.

- مضحي، أحمد كريم. (٢٠١٧). أثر تبني محاسبة المسؤولية الاجتماعية على ربحية شركات الاتصالات في دولة الكويت. ، جامعة آل البيت، عمان، الأردن.

- محمد، سميرة حسن الحاجي. (٢٠١٧). رؤية مقترحة لممارسة المسؤولية المجتمعية لجامعة الملك فيصل، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، "بدون رقم مجلد (١٧٦)، ٥٢٣-٦١١.

- المعاينة، رقية إسماعيل. (٢٠١٩). أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمنظمات: دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات الأردنية. جامعة آل البيت، عمان، الأردن.

المراجع الأجنبية :

- Agus, H.M. & Salas, J. (2017). Strategic and institutional sustainability: Corporate social responsibility, brand value and interbrand listing. Journal of Product & Brand Management, 26(6), 545-558.

- Remisova, Anna and Biciova, Zuzana (2012). Measuring corporate social responsibility towards employees. *Journal for East European Management Studies*, ISSN 0949-6181, Rainer Hampp Verlag, Mering, Vol. 17, Iss. 3, pp. 273-291
- Rashid, M., Abdeljawad, I., Manisah Ngalim, S. & Kabir Hassan, M. (2013). Customer-centric corporate social responsibility: A framework for Islamic banks on ethical efficiency. *Management Research Review*, 36(4), 359-378.
- Sohodol, Cisil B, Suher, Idil K. and Altinbasak, Ipek (2009). Corporate Social Responsibility Orientation and Employer attractiveness. *Journal of Yasar University*,4(15), 2303-2326.
- Tak Jie, Chan and Hasan, Nural Ain M. (2016). Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) and Intrinsic Job Motivation: A Case of Malaysian Banking Company. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH) Volume 1, Issue 2,, PP.,28-66.*
- Quazi, A. & Richardson, A. (2012). Sources of variation in linking corporate social responsibility and financial performance. *Social Responsibility Journal*, 8(2), 242-256
- Vitaliano, D.F. (2010). Corporate social responsibility and labor turnover. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 10(5) .563-.573
- World Bank (2005) Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. Working.Paper, March..
- corporate social responsibility. *Organizational Dynamics*, 37(2), 125-144.
- Idown, Samuel O., and Louche, Celine (2011) . *Theory and Practice of Corporate Social Responsibility, (EABIS) European Academy of Business in Society,UK.*
- Justice, Dwight W. (2018). *Corporate social responsibility: Challenges and opportunities for trade unionists, Multinational Enterprises Department International Confederation of Free Trade Unions (ICFTU).*
- Kotler, P. & Lee, N. (2008). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause, John Wiley & Sons.*
- Lamo, Said Achmad (2017). *Corporate Social Responsibility in Perspective of Public Administration (A Governance Study). ILIRIA International Review – Vol 7, No 1.pp.,22—37.*
- Maxim, P. & Olga, F. (2011). Customer Perception of CSR Activities: A Comparative Study of Finnish and Russian Consumers. *Baltic Journal of European Studies*, 7(2), 59-83.
- Mandhachitara, R. & Poolthong, Y. (2011). A model of customer loyalty and corporate social responsibility. *Journal of Services Marketing*, 25(2), 122-133.
- Marin, L., Ruiz, S. & Rubio, A. (2009). The role of identity salience in the effects of corporate social responsibility on consumer behaviour. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 65-78.
- Measuring corporate social responsibility towards employees, *Journal for East European Management Studies*, ISSN 0949-6181, Rainer Hampp Verlag, Mering, Vol. 17, Iss. 3, pp. 273-291.
- Ordonez, Roman G. (2020). *Corporate Social Responsibility Report. Sustainable Growth. management Solutions center. Madrid.*

The degree of Social Responsibility Practice in Industrial Companies in the Kingdom of Saudi Arabia (Almarai Company is a model)

Dr. Abdulwahab S. alshumailan
asns2010@gmail.com

Abstract: The study aimed at investigating the degree of Saudi industrial corporation practice of social responsibility. In addition, it targeted the positive aspects resulting from the practice of these companies of social responsibility, as well as the degree of commitment of these companies to the principles of social responsibility. The descriptive approach was used and a questionnaire was administered to 110 individuals working in El-Marai Corporation to collect the required data. The researcher used the statistical analysis software (SPSS). Results revealed that the degree of social responsibility practices was very high, as well as the degree of commitment to the principles of social responsibility. There was a statistically significant and positive relationship between the degree of social responsibility practices and the positive results resulting from these practices. The study recommended that social responsibility practice is a necessity for all industrial and non-industrial companies in the Kingdom of Saudi Arabia.

Key Words: Good organization, sustainability, consumers, business ethics, human resources, product.