

دور الإستدامة الدولية والمسؤولية الإجتماعية في تحسين الميزة التنافسية في الشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية

The role of international sustainability and social responsibility in many startups in Saudi Arabia

د. عبد الله أبانمي

كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة أم القرى، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية

عبد الله فيصل ياسين سلطان

قسم إدارة الأعمال بكلية جدة العالمية، جدة، المملكة العربية السعودية

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الاستدامة الدولية والمسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية في الشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية، مع التركيز على الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي، من خلال توزيع استبيان على عينة مكونة من ١٠٠ فرد يعملون في شركات ناشئة سعودية، وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS من خلال اختبار الفرضيات باستخدام معامل الارتباط بيرسون. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية وذات دلالة إحصائية بين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية، كما تبين أن الأبعاد الثلاثة (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي) تسهم بشكل معنوي في تعزيز الميزة التنافسية، حيث حقق البعد البيئي أعلى تأثير بمعامل ارتباط بلغ ٠.٨٨٥، يليه البعد الاجتماعي (٠.٨٧٧)، ثم البعد الاقتصادي (٠.٨٦٧). وتوصي الدراسة بزيادة الاستثمار في الممارسات المستدامة والمبادرات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، وتعزيز برامج التدريب والتوعية للعاملين حول مفاهيم الاستدامة، إلى جانب تشجيع التعاون بين الشركات والجهات الحكومية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: الاستدامة، المسؤولية الاجتماعية، الميزة التنافسية، الشركات الناشئة، المملكة العربية السعودية.

Abstract

This study aims to analyze the impact of international sustainability and social responsibility on the competitive advantage of startups in Saudi Arabia, focusing on the economic, environmental, and social dimensions. The study adopted a descriptive-analytical methodology, utilizing a questionnaire distributed to a sample of 100 individuals working in Saudi startups. Data were analyzed using SPSS software, and hypotheses were tested using Pearson's correlation coefficient. The results revealed a strong, positive, and statistically significant correlation between sustainability/social responsibility and competitive advantage. All three dimensions—economic, environmental, and social—contributed significantly to enhancing competitive advantage, with the environmental dimension having the highest impact (correlation coefficient: 0.885), followed by the social (0.877) and economic (0.867) dimensions. The study recommends increasing investment in sustainable practices and social responsibility initiatives, enhancing employee training and awareness on sustainability concepts, and promoting collaboration between companies and government entities to achieve sustainable development goals.

Keywords: Sustainability, Social Responsibility, Competitive Advantage, Startups, Saudi Arabia.

مقدمة:

إن سباق الشركات في ظل البيئة التنافسية المتغيرة للحصول على الميزة التنافسية الفعالة لا يأتي من فراغ؛ وإنما لكون الميزة التنافسية التي تحققها هذه الشركات ترتبط بتحقيق العديد من المزايا والمنافع المتنوعة التي تضمن لهذه الشركات الوصول إلى أهدافها بكل كفاءة وفعالية، حيث ترتبط الميزة التنافسية بمزايا تخفيض مستويات التكلفة والإدارة الفعالة للموارد المختلفة واستخدامها بكفاءة وتحسين مستويات الأداء والإنتاجية ووجود عناصر متعددة للتميز تحققها الشركة في ظل هذه الميزة التنافسية التي تجعلها قادرة على البقاء والإستمرارية في الأسواق بقوة وكفاءة في مواجهة المنافسة بصورة مستمرة (Al-Amri, 2024).

تحتاج الشركات إلى تبني إستراتيجيات الأعمال المختلفة من أجل الوصول إلى الميزة التنافسية وتحقيقها على أرض الواقع، حيث يتم الأخذ في الإعتبار تحديد الطرق المختلفة التي يتم من خلالها تحسين مستويات الأداء وبالتالي تلجأ تلك المنظمات إلى طرق عديدة ومتعددة ومنها تحسين مستويات التدريب والتطوير للعاملين وخاصة التدريب المهني والقدرة على تحسين صياغة الإستراتيجيات التنفيذية التي تضمن وضع وتحديد الأهداف التنظيمية والوصول إليها بكل كفاءة، بالإضافة أيضاً إلى أهمية البحث عن الميزة التنافسية أيضاً في التكيف والتأقلم مع التطورات السريعة في مجالات المنافسة المختلفة (Alharafsheh and Ezmigna, 2023).

أصبحت الإستدامة واحدة من أكثر الأهداف الإقتصادية أهمية على مستوى الشركات وعلى مستوى الدول، حيث أنها الهدف النهائي للتنمية؛ ويرجع ذلك إلى أنها تراعي الأهداف والمصالح للجيل الحالي دون أن يكون هناك أي أضرار بالأجيال المستقبلية وتحافظ على الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية والبيئية بشكل خاص على اعتبار أنها من أهم معايير الإستدامة الثلاثة؛ ولذلك يمكن للدول أن تستخدم سياساتها الإقتصادية المتنوعة في التأثير على الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية والبيئية، وبالتالي التأثير

على الإستدامة المتحققة؛ وبذلك تزايدت أهمية دراسة وتحليل الآثار المترتبة على استخدام السياسات الاقتصادية في تحقيق أهداف الإستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وبذلك أصبحت الإستدامة واحدة من الركائز الأساسية لتحقيق التنافسية في الشركات والدول (يوسف، ٢٠٢٠).

تحتاج الشركات في سعيها نحو تحقيق الميزة التنافسية أن تضع أمام أعينها أهمية الإستدامة الدولية والمسؤولية الاجتماعية على اعتبار أن توجهات الدول أصبحت مركزة على كيفية تحقيق الإستدامة بكل أبعادها وضرورة التزام الشركات العاملة فيها بمبادئ وأبعاد الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية والعمل على ربط الحصول على التمويل في الشركات بهذه التوجهات نحو الإستثمارات الخضراء فيما يعرف بالتمويل المستدام الذي يهدف لتوجيه الشركات نحو الإستثمارات الصديقة للبيئة التي تحقق الإستدامة (البناء والأمير، ٢٠٢١).

تأتي المسؤولية الاجتماعية أيضاً وارتباطها بالإستدامة الدولية كواحدة من عناصر تحقيق الميزة التنافسية التي يتم تحقيقها عن طريق التوجه المتزايد من الشركات نحو خدمة المجتمع وتقديم المبادرات المختلفة التي تدعم الفئات الفقيرة ومحدودة الدخل والضعفاء والمناطق المجاورة في التعمير وغيرها من الدعم والمساندة المجتمعية التي توفرها تلك الشركات نتيجة تواجدها ونجاحها باستمرار في تلك البيئة المجتمعية ودعم أفراد المجتمع لها في تحقيق تلك النجاحات وهذه الميزة التنافسية، (مصطفى، ٢٠٢٣).

تقدم المملكة العربية السعودية دعم متواصل ومستمر للشركات بشكل عام والشركات الناشئة بشكل خاص من أجل الوصول إلى النجاح والتميز المطلوب ويزداد الأمر أهمية فيما يتعلق بالإستدامة في المملكة التي تركز عليها بكل قوة وتسعى لدعمها وتحقيقها بأبعادها المتعددة والمتنوعة؛ ولذلك فإنها تقدم الدعم والحوافز لتلك الشركات التي تتوجه في إستثماراتها نحو تحقيق الإستدامة وتحقيق المسؤولية الاجتماعية بعناصرها وذلك حتى تتحقق الآثار الإيجابية لتلك الإستثمارات وتستطيع أن تحقق الميزة التنافسية لها وتحسن الأوضاع في الدولة ككل. (موقع المنصة الموحدة، ٢٠٢٤).

- مشكلة الدراسة:

تواجه المملكة في طريق تحقيق الأستدامة بكل أبعادها وأهدافها الكثير من التحديات والصعوبات التي تؤثر تأثير جوهري في النتائج التي يتم التوصل إليها، والتي من أهمها توجهات الشركات الناشئة نحو الأستدامة، حيث أنها تفتقر في الغالب إلى الموارد الكافية للإلتزام بالإستدامة الدولية والمسؤولية الإجتماعية التي تساعد في تحقيق الميزة التنافسية في تلك الأسواق؛ وهو ما يعني أن جهود المملكة مستمرة ومتواصلة في تقديم الدعم الكافي لتلك المنشآت حتى يتم الإلتزام بالإستدامة الدولية والمسؤولية الاجتماعية وبالتالي الوصول إلى الميزة التنافسية؛ ولذلك توجد فجوة بحثية تتعلق بالتأثيرات التي يمكن أن تحققها الإستدامة الدولية والمسؤولية الإجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الناشئة.

- تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة لتقديم الإجابة على مجموعة التساؤلات البحثية التالية:
- ما مدى توافر أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة-الجودة-الإبتكار) في الشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية؟
 - ما هو أثر الإستدامة الدولية والمسؤولية الإجتماعية على بعد التكلفة للميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة؟
 - ما هو أثر الإستدامة الدولية والمسؤولية الإجتماعية على بعد الجودة للميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة؟
 - ما هو أثر الإستدامة الدولية والمسؤولية الإجتماعية على بعد الابتكار للميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة؟
 - ما هي طبيعة العلاقة بين الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية من جانب والميزة التنافسية في الشركات الناشئة من جانب آخر؟

- فرضيات الدراسة:

تحاول الدراسة اختبار مدى صحة الفرضيات التالية للتحقق من طبيعة واتجاه ومعنوية العلاقة بين المتغيرات المستخدمة في الدراسة:

الفرضية الأساسية:

يوجد ارتباط إيجابي معنوي للإستدامة والمسؤولية الإجتماعية كمتغير مستقل والميزة التنافسية للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية عند مستوى معنوية ٥%.

الفرضية الفرعية الأولى:

يوجد ارتباط إيجابي ومعنوي للبعد الإقتصادي للإستدامة والمسؤولية الإجتماعية والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية عند مستوى معنوية ٥%.

الفرضية الفرعية الثانية:

يوجد ارتباط إيجابي ومعنوي للبعد البيئي للإستدامة والمسؤولية الإجتماعية والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية عند مستوى معنوية ٥%.

الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد ارتباط إيجابي ومعنوي للبعد الإجتماعي للإستدامة والمسؤولية الإجتماعية والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية عند مستوى معنوية ٥%.

- أهداف الدراسة:

- تتمثل أهم أهداف الدراسة التي تسعى إلى تحقيقها في مجموعة الأهداف التالية:
- تقديم الإطار النظري الذي يصف الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية وأهميتها.
- تقديم الإطار النظري الذي يصف الميزة التنافسية وأهميتها وأهدافها.
- تحليل العلاقة بين الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية من جانب والميزة التنافسية من جانب آخر في الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية.
- تقديم المقترحات التي يمكن من خلالها تحسين دور الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية.

- أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى الآتي:

- الأهمية النظرية:

- توضيح الإطار النظري للمتغير المستقل وهو الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية.
- توضيح الإطار النظري للمتغير التابع وهو الميزة التنافسية.
- التعرف على طبيعة النظريات السابقة في تفسير العلاقة بين المتغيرات.
- تقديم مساهمة نظرية في تحليل المتغيرات وتحديد العلاقة فيما بينها.

- الأهمية التطبيقية:

الإستفادة من تطبيق العلاقة بين المتغيرين بالشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية وبالتالي تفسير الواقع الفعلي وتقديم التوصيات التي تمكن هذه الشركات من الإستفادة منها، بالإضافة إلى إستفادة العديد من الأطراف منها أفراد المجتمع والعملاء والعاملين والموردين وجميع الأطراف الأخرى؛ لأنه موضوع يتعلق بمصالح الأجيال المختلفة.

- حدود الدراسة:

- تنقسم حدود الدراسة إلى الآتي:
- حدود مكانية: الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية.
- حدود زمانية: التطبيق للدراسة في النصف الثاني من عام ٢٠٢٤.
- حدود موضوعية: الإقتصار على متغيرات الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية.

- خطة الدراسة:

- تنقسم خطة الدراسة إلى الآتي:
- القسم الأول: الإطار العام للدراسة.
- القسم الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة والفروض.
- القسم الثالث: منهجية الدراسة.
- القسم الرابع: الدراسة الميدانية ومناقشة النتائج.
- القسم الخامس: التوصيات والدراسات المستقبلية

١. الإطار النظري والدراسات السابقة

إن الميزة التنافسية واكتسابها في ظل بيئة متغيرة شديدة المنافسة تتطلب بالضرورة التعرف على محددات التنافسية بوضوح والعمل على الاستفادة منها حتى يمكن اكتساب هذه الميزة على أرض الواقع، حيث تتعدد وتتوزع المصادر التي يمكن من خلالها تحقيق ذلك من بين أهم تلك المصادر الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية على اعتبار أنهما من الأهداف المطلوبة في المنظمات المختلفة التي يتم من خلالها زيادة الثقة والمصادقية للمنظمة في بناء ميزتها التنافسية داخل المجتمعات، ويرجع ذلك لكون الإستدامة عنواناً للتعامل الأفضل للمنظمة تجاه البيئة والموارد ومحاولة تحقيق مصالح الجميع للجيل الحالي والأجيال المستقبلية دون أي تعارض بالأخذ في الاعتبار أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتأتي المسؤولية الاجتماعية لتدعم فكرة الإستدامة بتقديم الممارسات الإيجابية والأخلاقية على أعلى مستوى وبالتالي تحقيق مساهمة أفضل في تمكين المنظمة من بناء الميزة التنافسية والتمتع بعوائدها. يهدف هذا الفصل إلى تقديم الإطار النظري ومجموعة من الدراسات السابقة التي ترتبط بالعناصر الأساسية المتمثلة في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية حتى يمكن التعرف عليها بصورة أفضل وتحليل أبعادها لتقديم الفرضيات الملائمة لها.

١-١ الإستدامة الدولية

١-١-١ مفهوم الإستدامة:

تتعدد وتتنوع التعريفات والمفاهيم التي حاولت تقديم مفهوم للإستدامة، حيث أنه من المصطلحات الواسعة التي تضم الكثير من المعاني ولكنه بصفة عامة أصبحت الإستدامة ترتبط بمجموعة من الأبعاد التي يجب توافرها حتى تتحقق الإستدامة ومن التعريفات التي قدمت إلى الإستدامة ما يلي: (Purwanto, 2024):

- تشير الإستدامة إلى الحالة التي تعني التوجه المتزايد نحو الحفاظ على البيئة بما يضمن تحسين مستويات المنافع التي يمكن الحصول عليها في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية سواء للجيل الحالي أو الأجيال المستقبلية.

- الإستدامة هي القدرة على تلبية احتياجات ورغبات الجيل الحالي من المنافع المختلفة في شتى المجالات والأنشطة والاستثمارات دون أن يكون هناك أي إضرار بمصالح وأهداف الأجيال القادمة من ثمار هذه التنمية.
 - الإستدامة هي الحالة التي يتم من خلالها مراعاة تحقيق الأهداف المتعددة والمتنوعة للجيل الحالي بالتركيز على الأبعاد البيئية والإقتصادية والإجتماعية بما يؤدي إلى تعزيز مستوى الرفاهية المجتمعية للأفراد مع عدم التأثير السلبي على قدرة الأجيال القادمة في الوصول إلى أهدافهم المحددة نتيجة ممارسات التنمية الحالية.
- يتضح من المفاهيم والتعريفات السابقة للإستدامة أنها تركز بصورة أساسية على تحقيق التوازن بين مصالح الجيل الحالي ومصالح الأجيال المستقبلية من خلال التوجه نحو الحفاظ على الجوانب المختلفة للإستدامة والتي من أهمها الجوانب الإقتصادية والإجتماعية والبيئية.

1-1-2 أبعاد الإستدامة:

تتضمن الإستدامة في تحقيقها مجموعة من الأبعاد التي تعد بمثابة الشروط الأساسية لتوافر الإستدامة على أرض الواقع ويتمثل أهم أبعاد الإستدامة في الآتي:
(Tarnovskaya, 2023):

الإستدامة الاقتصادية	الإستدامة البيئية	الإستدامة الإجتماعية
تركز الإستدامة الإقتصادية على اختيار الأنشطة والاستثمارات الاقتصادية التي يتحقق معها المنافع الاقتصادية المتزايدة على مستوى الأفراد والمؤسسات والدول وبما يؤدي إلى تحسين مستوى معيشة الجيل الحالي والأجيال المستقبلية من خلال الاختيار للاستثمارات النافعة في كل الأحوال، حيث يتم تحقيق العوائد الاقتصادية المرجوة.	تعد الشرط الأساسي في تحقيق الإستدامة من خلال توجيه الأنشطة والاستثمارات في الجوانب الاقتصادية نحو السياسة الخضراء التي تحافظ على البيئة وتحمي الموارد المستخدمة من الضياع والتبذير، وبالتالي الحماية الكافية للجيل الحالي والأجيال المستقبلية في العيش في بيئة آمنة خالية من التهديدات والمخاطر الصحية المختلفة.	تركز الإستدامة الإجتماعية على الإستفادة التي يمكن تحقيقها على مستوى المجتمع ككل، حيث تزيد الإستدامة من الإهتمام الكافي بالجوانب الخاصة بالأفراد ومستوى معيشتهم والإرتقاء بالمجتمع من حيث تقليل معدلات الفقر والامية وتقديم الرعاية الصحية والحماية والوقاية من المخاطر الصحية المختلفة وبالتالي تحسين مستوى معيشة الافراد في المجتمع.

1-1-3 أهمية وأهداف الإستدامة:

يتحقق من خلال الإستدامة مجموعة من الأهداف الأساسية التي يصاحبها أهمية متزايدة على مستوى الأفراد والمؤسسات والدول، ويمكن توضيح ذلك كما يلي (Pereira-Moliner et al 2021):

- تحقق الإستدامة التوازن والتنسيق بين الجوانب الاقتصادية والإجتماعية والبيئية وهو ما يعني عدم التعارض في الخطط ووضع الأهداف وبالتالي استفادة الجيل الحالي والأجيال المستقبلية.
- تعمل الإستدامة على مراعاة تحقيق أقصى منفعة ممكنة من الحفاظ على البيئة وحماية الموارد من الإهدار وبالتالي تخفيض مستويات التكلفة وتحسين مستوى الجودة والتنافسية.
- تعمل الإستدامة على زيادة البقاء والإستمرارية للمؤسسات عبر الأجيال نتيجة عدم التعارض في تحقيق المصالح للجيل الحالي والأجيال المستقبلية.
- تعمل الإستدامة على تحقيق الأهداف الاقتصادية في ظل الحماية الكافية للجيل الحالي والأجيال المستقبلية من خلال أهداف النمو الاقتصادي المستدام والارتقاء بنوعية الإستثمارات التي تفيد المستهلكين وتخفيض مستويات التلوث وغيرها من الأمور التي تحقق منافع اقتصادية أفضل سواء للمنتج أو المستهلك.
- تتزايد أهمية الإستدامة في كونها هدف أساسي لدول العالم وبالتالي أصبح مطلب أساسي في ممارسات الأفراد والمؤسسات وهو ما يعني الأهمية المتزايدة لتحقيق الإستدامة والإستفادة منها على مستوى الأفراد والمؤسسات والدول.
- الإستدامة هي المصدر الأساسي في العالم لتنافسية المؤسسات من حيث إرضاء العملاء في تحسين الجودة وتقديم الحماية الكافية لهم وتقليل التكلفة وغيرها من جوانب التنافسية الأخرى.

1-2 المسؤولية الإجتماعية

1-2-1 مفهوم المسؤولية الإجتماعية:

تتواجد المؤسسات بمختلف أنواعها على أراضي الدولة وتعمل وتستثمر وتنمو وتستمر وتتفاعل مع المجتمع المحيط وتنشأ العلاقات المختلفة مع جميع الأطراف؛ ولذلك أصبح للمسؤولية الإجتماعية مفهوم محدد يقوم على ضرورة قيام المؤسسات بالأخذ في الاعتبار مطالب واحتياجات المجتمع الذي تعمل فيه من خلال بناء العلاقات الطيبة طويلة الأجل؛ ولذلك ركز المفهوم الخاص بالمسؤولية الإجتماعية على الآتي: (Anzola-Román, 2024):

- هي الآلية التي يتم من خلالها تحديد الممارسات الأخلاقية والإيجابية للمؤسسات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه بما يضمن الحفاظ على البيئة وحماية الموارد وتقديم الخدمات لأفراد المجتمع وغيرها من الممارسات المجتمعية الأخرى.
- هي السياسة التي يتم من خلالها تحقيق أفضل تفاعل ممكن للمؤسسة مع البيئة المحيطة من خلال الممارسات الإيجابية الفعالة التي تضمن الاستقرار والنمو للمؤسسات في المجتمع الذي تتواجد فيه نتيجة انتشار العلاقات الطيبة طويلة الأجل.
- هي مجموعة الأنشطة المجتمعية التي تقوم بها المؤسسات بصورة تطوعية يتحقق من خلالها تحسين مستويات رفاهية الأفراد في المجتمع عبر تلك الأنشطة من حيث مساعدة الفقراء ومبادرات الحفاظ على البيئة ودعم التعليم والضعفاء والرعاية الصحية وغيرها من الأنشطة التي تدل على أن تلك المؤسسات لها مسؤولية بصورة فعالة عن تطوير المجتمع وتحسين مستوى معيشة الأفراد فيه كجزء من أهمية المجتمع بالنسبة للمؤسسات.

1-2-2 أهمية المسؤولية الإجتماعية:

تعد المسؤولية الإجتماعية واحدة من أهم الظواهر التي تتزايد أهميتها عبر الزمن لأنها تحقق مستوى منافع أكثر للجميع ويمكن تحديد البعض من أهمية المسؤولية الإجتماعية على النحو التالي، (Jha, Totala, 2024):

- تعمل المسؤولية الإجتماعية على زيادة الكفاءة والفعالية في مؤسسات القطاع العام من خلال تحسين مستويات الجودة في الخدمات المقدمة عبر هذا القطاع لأنها أصبحت تراعي بشكل أكثر كفاءة احتياجات ومتطلبات المجتمع بصورة أخلاقية في المقام الأول وتزيد من مستويات الثقة في تلك المؤسسات من حيث قدرتها على تحقيق الكفاءة.
- تحقق المسؤولية الإجتماعية أفضل مستويات الأداء على اعتبار أنها تحسن من مستويات التنافسية لأن ممارساتها تؤثر تأثير إيجابي على جميع الأطراف ذات الصلة بالمؤسسة وبالتالي التمكين من تحقيق تنافسية أعلى عبر تلك الممارسات الإيجابية في المجتمع.
- تزيد المسؤولية الإجتماعية من درجة الثقة والمصادقية في أداء وتطور المؤسسات في القيام بأعمالها المختلفة والوصول إلى أفضل تنافسية ممكنة.
- يتحقق من خلال المسؤولية الإجتماعية وجود علاقات قوية طويلة الأجل بين المؤسسات والعملاء بسبب دورها الفعال في المجتمع وبالتالي تحقيق مستويات من الميزة التنافسية أعلى عبر الزمن.
- تضمن المسؤولية الإجتماعية بيئة عمل مستقرة في الداخل والخارج نتيجة كونها سباقة في تحسين العلاقات القائمة مع كافة الأطراف ذات الصلة بالمؤسسة، وفي نفس الوقت يزيد من مستوى الشهرة والسمعة التنظيمية الفعالة التي يتحقق معها مستويات أفضل من التنافسية للمؤسسات والإستفادة منها عبر الزمن.

1-2-3 أهداف المسؤولية الإجتماعية:

- لا شك في أن للمسؤولية الإجتماعية مجموعة متنوعة من الأهداف حتى تحقق أهميتها على أرض الواقع، والتي منها الأهداف التالية: (Zholi, 2023):
- الأهداف الخاصة بتحقيق التوازن لمصالح جميع الأطراف المرتبطة بالمؤسسة من العاملين والعملاء والموردين وغيرهم من الأطراف التي تتأثر أو تؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة بأنشطة وممارسات المؤسسات في المجتمع.

- الأهداف التي تركز في الحفاظ على الموارد والإستخدام الفعال لها وخدمة المجتمع من هذا الجانب وبالتالي تحسين الصورة الخاصة بالعلامة التجارية في أعين أفراد المجتمع ككل لأن الجميع يتأثر بتلك الممارسات الخاصة بالموارد.
- الأهداف التي يتحقق من خلالها بناء قنوات الاتصال والتواصل الفعالة بين المؤسسات وجميع الأطراف في الأنشطة المجتمعية المختلفة وبالتالي تعزيز مستويات الترابط بين المؤسسات والمجتمع الذي تعمل فيه عبر هذه الممارسات الأخلاقية والإيجابية.
- تستهدف المؤسسات في نهاية الأمر من وراء المسؤولية الإجتماعية تحسين مستوى الميزة التنافسية لها في كل المجتمعات التي تعمل فيها بالصورة الإيجابية التي تزيد من مستويات الثقة والمصداقية في جميع المعاملات الخاصة بها.

1-3-3 الميزة التنافسية

1-3-1 مفهوم الميزة التنافسية:

- قدمت الكثير من المفاهيم المرتبطة بالميزة التنافسية والتي تحقق معها مستويات أفضل من التحديد للكثير من العناصر المرتبطة بهذه الميزة التنافسية ويمكن تحديد بعض التعريفات التي تم تقديمها إلى تحديد الميزة التنافسية كما يلي: (Nsowah et al 2024):
- الميزة التنافسية كما عرفها بورتر هي قدرة المنظمة على تحقيق الاستجابة السريعة والفعالة التي يتم من خلالها تحسين مستويات الأداء والتنافسية بصورة أكثر كفاءة، وذلك من خلال استغلال الفرص وتجنب التهديدات مع ضرورة تحسين المقدرة التنافسية للمنظمة من حيث تحمل المنافسة دون أن تكون هناك تأثيرات سلبية على مؤشرات الأداء.
 - تشير الميزة التنافسية إلى الحالة التي تتمكن فيها المنظمة من الوصول إلى وضع تنافسي أفضل يمكنها من التواجد والإستمرارية في السوق بتحقيق مستويات أفضل من المنافسة في الوقت الذي تعمل فيه على التطوير والتحديث المستمر.

- يقصد بالميزة التنافسية جميع المزايا ونقاط القوى التي تستطيع المؤسسة إمتلاكها بشكل أسبق من المنافسين الآخرين وذلك عن طريق الإستثمار في جميع الموارد داخل هذه المنظمات والوصول في النهاية إلى التموضع التنافسي على نحو أفضل. يتضح من خلال التعريفات السابقة أن الميزة التنافسية هي الحالة التي يتم من خلالها امتلاك المؤسسة لعناصر وموارد يمكن إستغلالها بصورة أفضل ليتحقق معها مستويات الكفاءة والفعالية وبناء الميزة التنافسية بصورة أسبق من المنافسين، وأنها إحدى النقاط التي تبين مدى أفضلية المنظمة في جانب أو أكثر عند العملاء سواء من حيث أسبقية في الوصول لطرق تخفيض التكلفة أو طرق تحسين مستويات الإنتاج أو طرق لزيادة وتفعيل الابتكارات الجديدة أو أي مصدر من مصادر التنافسية الأخرى.

1-3-2 أبعاد الميزة التنافسية:

توجد الكثير من الأبعاد التي تحدد الميزة التنافسية للمؤسسات ولكنه يمكن القول بوجود أبعاد أساسية لا يمكن التقليل منها وهي على النحو التالي (Lestari, 2023):

بعد جودة المنتج:

تعد الجودة العنوان الأول في الكثير من المنتجات والخدمات وبالتالي مصدر الميزة التنافسية والإستفادة منها في تحسين خدمة العملاء وبالتالي تصبح المحدد الأهم والأول في الكثير من الأوقات على مستوى المستهلك في السياسات الشرائية.

بعد التسعير:

يأتي السعر كبعد أساسي في الميزة التنافسية بعد الجودة وفي بعض المنتجات يأتي قبل الجودة؛ وذلك لأنه يرتبط بمدى القدرة الشرائية على إتمام المعاملات ولذلك أصبحت المنافسة السعرية ذات أهمية كبيرة على مستوى العالم.

-التسليم:

أصبحت سهولة الاتصال والتواصل والإستلام في الوقت المحدد مصدر من مصادر التنافسية التي يتم من خلالها الوصول إلى مستويات أداء أفضل ويتحقق من خلالها مزايا تنافسية أعلى.

-الابتكار والإبداع:

تعد الخيارات الجديدة التي تضيف منافع أكثر وأفضل للعملاء مصدر أساسي من مصادر التنافسية في المقام الأول في الكثير من المنتجات والخدمات ولذلك أصبحت ذات منافع أكثر في التفاعل والتعامل مع جميع الأطراف بصورة أفضل.

1-٤ الدراسات السابقة:

على الرغم من تعدد وتنوع الدراسات العربية والأجنبية المرتبطة بمتغيرات الدراسة وهي الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية والميزة التنافسية إلا أنه تم الإختيار لمجموعة الدراسات العربية والأجنبية التالية:

١-دراسة (أمين، ٢٠٢٤) بتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على تأثير أبعاد المسؤولية الإجتماعية المتمثلة في البعد الإقتصادي والقانوني والأخلاقي والخيري على أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في التكلفة والجودة والإستجابة والسمعة والإبداع في الشرق الجزائري، حيث تم الإعتماد على عينة مكونة من ٤٢٦ عامل موزعين على ٣٥ منشأة، وقد تم جمع البيانات المطلوبة حول العينة لبيان تأثير الأبعاد المحددة من المسؤولية الإجتماعية على الميزة التنافسية، وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج عن طريق إتباع المنهج التحليلي الوصفي وإستخدام أداة الإستبيان لجمع البيانات المطلوبة من العاملين وتحليل تلك البيانات عن طريق البرنامج الإحصائي بالإعتماد على المؤشرات الإحصائية المختلفة، وقد تم التوصل إلى نتائج محددة يتمثل أهمها في أن مستوى المسؤولية الإجتماعية بأبعادها المختلفة ظهرت على أرض الواقع في مستوى مرتفع؛ في حين أن مستوى الميزة التنافسية المتحققة على أرض الواقع كان مستوى متوسط وبشكل عام أكدت نتائج الدراسة على أن أكثر الأبعاد تأثيراً على الميزة التنافسية هي الأبعاد المرتبطة بالبعد الأخلاقي والخيري والقانوني في حين أن تأثير البعد الإقتصادي كان محدود، وقد قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات التي من أهمها زيادة الإهتمام الكافي بالمسؤولية الإجتماعية وتدريب وتعليم العاملين على كيفية تحسين الميزة التنافسية الخاصة بالشركة عن طريق هذه الأبعاد.

٢-دراسة (درويش ٢٠٢٣) حيث تمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في تحديد مدى تأثير المسؤولية الإجتماعية وأبعادها الأساسية سواء البعد الأخلاقي او الإجتماعي أو البيئي في التأثير على الميزة التنافسية وذلك بالتطبيق على قطاع العقارات المصري، ومن أجل تحقيق هذا الهدف قامت الدراسة باتباع المنهج التحليلي الوصفي والاعتماد بشكل أساسي على أداة الاستبيان لجمع البيانات الأولية من العينة المحددة في الدراسة والتي بلغت ٣٤٠ عامل من العاملين في القطاع العقاري المصري، حيث بلغ مجتمع الدراسة ٧٣,٥٠٠ عامل تم الإختيار من بينهم عينة الدراسة وجمع البيانات المطلوبة من هذه العينة عن طريق أداة الاستبيان والقيام بتحليل هذه البيانات باستخدام المؤشرات والنسب الإحصائية المختلفة للوصول إلى النتائج المحددة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج تؤكد على أن كل بعد من أبعاد المسؤولية الإجتماعية سواء البعد البيئي أو الإجتماعي أو الأخلاقي يؤثر تأثير إيجابي معنوي على الميزة التنافسية في قطاع العقارات المصري، وهو ما يعني أن مستويات التطوير والتحديث في قطاع العقارات المصري يتوقف بالضرورة على أبعاد المسؤولية الإجتماعية بصوره أساسية؛ ولذلك كانت التوصيات المتعلقة بهذه الدراسة تستهدف في المقام الأول زيادة استثمار الشركات العاملة في القطاع العقاري في أبعاد المسؤولية الإجتماعية حتى يمكن في النهاية الوصول إلى الميزة التنافسية المطلوبة.

٣-هدفت دراسة (مصطفى وآخرون ٢٠٢٣) إلى تحديد تأثير البعد البيئي في المسؤولية الإجتماعية على الميزة التنافسية ومن أجل تحقيق هذا الهدف قامت هذه الدراسة بالتطبيق على قطاع الهاتف المحمول في مصر؛ وذلك من خلال الإعتماد على البيانات التي يتم تحصيلها من العاملين في هذه الشركات لدراسة وتحليل تأثير البعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية على الأبعاد المرتبطة بالميزة التنافسية في هذه الشركات سواء بعد التكلفة أو بعد الجودة أو بعد الإبداع، حيث قامت الدراسة بتحليل تأثير البعد البيئي للمسؤولية الإجتماعية من خلال جمع البيانات المرتبطة بدراسة هذا التأثير من العينة في شركات الهاتف المحمول، والتي تم الحصول عليها عن طريق أداة الاستبيان الإلكتروني التي وصلت في النهاية إلى عدد ٩٨٩ من العاملين الذين

قاموا باستكمال بيانات الاستبيان، وبالاعتماد على أدوات التحليل الإحصائي المختلفة والنسب الإحصائية ومعامل الارتباط والوسط الحسابي والنسب المئوية المختلفة توصلت الدراسة إلى نتائج تؤكد على أن المسؤولية الاجتماعية من خلال البعد البيئي لها تأثير موجب معنوي من الناحية الإحصائية على كل بعد من الأبعاد المتعلقة بالميزة التنافسية للشركات العاملة في قطاع الهاتف المحمول في مصر، حيث كانت النتائج معنوية في أبعاد التكلفة والجودة والإبداع في هذه الشركات، وهو ما يؤكد على العلاقة القوية ما بين البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية وما بين الأبعاد الثلاثة للميزة التنافسية في هذه الشركات؛ ولذلك تم تقديم مجموعة من التوصيات التي يتم من خلالها التأكيد على أهمية الإستثمار المتزايد في البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية وزيادة الوعي عند العاملين بكيفية تحقيق هذا البعد على أرض الواقع حتى يمكن في النهاية تحقيق الميزة التنافسية التي يستفيد منها الجميع.

٤-هدفت دراسة (Siddiqui, 2024) إلى بيان تأثير المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية ورأس المال الفكري بالتطبيق على قطاع التجزئة في باكستان بالاعتماد على متغير وسيط متمثل في الأداء المالي، وبالتالي فإن العلاقة الأساسية لهذا الهدف تتمثل في كيفية انتقال الأثر من المسؤولية الاجتماعية إلى الميزة التنافسية ورأس المال الفكري ومن أجل تحقيق هذا الهدف قامت الدراسة بتحديد العينة التي يتم الحصول عليها في قطاع التجزئة في باكستان، وقد تم الوصول في النهاية إلى حجم عينة بلغ ٩٧ مفردة، والتي تم الإعتماد عليها بشكل أساسي في الحصول على البيانات المطلوبة عن طريق إستخدام مقياس ليكرت الخماسي والتمكن من الوصول إلى النتائج المحددة والمطلوبة، وقد تم الإعتماد على أسلوب العلاقة بين السبب والأثر وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها للوصول إلى مجموعة من النتائج التي أكدت على أن المسؤولية الاجتماعية تؤثر تأثير إيجابي ومعنوي على كل من الميزة التنافسية ورأس المال الفكري، كما أكدت النتائج أيضاً على أن الأداء المالي يؤثر تأثير إيجابي ومعنوي على الميزة التنافسية؛ ولكنه يؤثر تأثير سلبي غير معنوي على رأس المال الفكري، وفي النهاية تم التأكيد على أن تأثير المسؤولية الاجتماعية يكون إيجابي

ومعنوي على الميزة التنافسية وسلبي غير معنوي على رأس المال الفكري في حالة المتغير الوسيط المتمثل في الأداء المالي، وقد قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات التي يتمثل أهمها في ضرورة الإهتمام بالمؤشرات المالية والتدريب والتعليم والابتكار والإلتزام بالأدوار الإجتماعية والقواعد الأخلاقية وغيرها من الأمور التي تزيد من أهمية المسؤولية الإجتماعية داخل الشركات.

٥-هدف الدراسة (Zhang, 2024) إلى التأكيد على الدور الجوهرى الذي يمكن أن تؤثر به المسؤولية الإجتماعية على المواطنة التنظيمية وسمعة الشركة بالتطبيق على عينة من الشركات العاملة في مجال السياحة والسفر، حيث حاولت هذه الدراسة بيان مدى أهمية المسؤولية الإجتماعية في هذه الشركات باعتبارها ذات تأثير في السلوكيات المتبعة من قبل العاملين بهذه الشركات ومدى الإلتزام بالسلوكيات والأخلاقيات التي تعمل على تحسين سمعة الشركة في مجال مهم مثل السياحة والسفر الذي يتم من خلاله التعامل مع جنسيات وثقافات وعقائد مختلفة؛ ولذلك تم التطبيق على عينة مكونة من ٣١٧ مفردة من الشركات العاملة في قطاع السياحة والسفر في الصين باعتبار أحد أهم القطاعات التي تتطلب بالضرورة وجود مستويات مرتفعة من المسؤولية الإجتماعية على أرض الواقع، وقد قامت الدراسة بجمع البيانات المطلوب تحليلها والتي أكدت على أن المسؤولية الإجتماعية لها تأثير إيجابي ومعنوي على المواطنة التنظيمية باعتبار أنها تتطلب قواعد وأخلاقيات وسلوكيات يتم إتباعها في قطاع السياحة والسفر عند التعامل مع العملاء مهما كانت إختلافاتهم، بالإضافة أيضاً إلى تأكيد نتائج الدراسة على أن المسؤولية الإجتماعية يكون لها تأثير إيجابي ومعنوي على سمعة الشركة على اعتبار أنها تنفذ في أرض الواقع المعايير الأخلاقية التي يتحقق من خلالها إرضاء العملاء في أي مكان وبالتالي كانت التوصيات الخاصة بالدراسة هي الاستثمار في تدريب وتعليم العاملين أسس المواطنة التنظيمية من خلال زياده الاستثمار في المسؤولية الإجتماعية والعمل على تحسين سمعة الشركة باستمرار.

٦-دراسة (Marakova, 2021) حيث هدفت هذه الدراسة إلى بيان أن المسؤولية الإجتماعية تمثل مصدر من مصادر الميزة التنافسية في الشركات ومن أجل التحقق من هذا الهدف تم التطبيق على عينة مكونة من ٢٥٦ مؤسسة من المؤسسات العاملة في بولندا والعمل على تجميع البيانات المطلوبة من هذه العينة للتأكد من طبيعة تأثير أبعاد المسؤولية الإجتماعية على أبعاد الميزة التنافسية وخاصة أبعاد التكلفة والجودة والسرعة والابتكار، وقد قامت هذه الدراسة بتحليل البيانات التي تم الحصول عليها لتحديد مجموعة النتائج المختلفة الخاصة بها، وقد أكدت نتائج الدراسة على أن أكثر الأنشطة المتأثرة بالمسؤولية الإجتماعية هي أنشطة التسويق والابتكار ، حيث تقوم المسؤولية الإجتماعية بدور فعال في تحقيق الميزة التنافسية في هذه الأنشطة، وبالتالي التأكيد على دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الكفاءة والفعالية وبالتالي تحسين مستويات الميزة التنافسية للشركة، كما أكدت النتائج أيضاً على أن تأثير المسؤولية الإجتماعية يكون من خلال الأبعاد المختلفة سواء الإقتصادية أو الإجتماعية أو البيئية أو القانونية أو الأخلاقية؛ ولذلك كانت التوصية بضرورة إهتمام الشركات بكيفية إستغلال الأبعاد المختلفة للمسؤولية الإجتماعية في تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وتحقيق السرعة في التسليم وغيرها من التأثيرات الإيجابية الأخرى.

٧-أكدت دراسة (رمزي وفيروز ٢٠٢٣) على هدف تحديد الدور الذي تقوم به المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الإستدامة للمشروع المقاولاتي وذلك بالتطبيق على حالة المشاريع التي تدعم من الوكالة الوطنية للتشغيل في ولايه تبسه، وقد حاولت الدراسة جمع البيانات المطلوبة من خلال أداة الإستبيان من العينة المحددة في تلك المشاريع حتى يمكن تحليل تلك البيانات والوصول إلى النتائج المحددة التي يتم من خلالها تحديد تأثير المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الإستدامة، وبالإعتماد على المنهج التحليلي الوصفي المناسب لتحقيق الهدف من الدراسة وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها عن طريق الأدوات الإحصائية المختلفة استخدام نسب إحصائية متنوعة توصلت تلك الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي يتمثل أهمها في وجود تأثير ايجابي معنوي لأبعاد المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الإستدامة في المشروع

المقاولاتي، حيث أن المزيد من نشر المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال في هذا المشروع ساهم بالضرورة في تحقيق أبعاد الإستدامة الإجتماعية والإقتصادية والبيئية وظهر نتائج ملموسة إيجابية على أرض الواقع، ومن هذه النتائج قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات التي تمثل أهمها في ضرورة نشر المزيد من الوعي بالمسؤولية الإجتماعية بين العاملين والاطراف الاخرى ذات الصلة بالشركة، بالإضافة أيضاً إلى أهمية الإستثمار في الأنشطة المستدامة الخضراء سواء الإنتاج أو التسويق أو التوزيع أو غيرها من الأنشطة الأخرى حتى تتحقق الميزة التنافسية .

٨-تمثل هدف دراسة (شاهين، ٢٠٢٠) في التعرف على دور ممارسة المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية والاستدامة في الشركات الفلسطينية، ومن أجل تحقيق هذا الهدف قامت الدراسة بتحديد عينة من المدراء والعاملين في الإدارة العليا في تلك الشركات من أجل الحصول على البيانات المطلوبة لتحليلها والوصول إلى النتائج، وقد بلغ حجم العينة ٤٩ شركة تم التوصل إلى عينة من المدراء بلغت ٦٠ مدير في هذه الشركات ومن خلال أداة الإستبيان تم جمع البيانات المطلوبة حول المسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تمثل أهمها في وجود تأثير ذات دلالة إحصائية معنوية للمسؤولية الإجتماعية وأخلاقيات الأعمال في مجموعة الأبعاد الخاصة بالإستقلالية والموضوعية والإستقامة والأمانة والشفافية والنزاهة، وتأثيرها الإيجابي المعنوي على أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في تخفيض التكلفة وتحقيق الابتكار والتجديد، كما أكدت النتائج أيضاً على وجود تأثير إيجابي معنوي لأخلاقيات الأعمال بجانب المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في تلك الشركات ، وقد قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات التي تمثل أهمها في ضرورة التعزيز للممارسات الأخلاقية ونشرها في بيئة الأعمال حتى يمكن الإستفادة منها في تحسين الميزة التنافسية، ويتحقق ذلك من خلال المزيد من التدريب والتطوير للعاملين في تلك الشركات.

٩-دراسة (عبد الغني، ٢٠٢٠)، حيث تمثل عنوان هذه الدراسة في "تطور مفهوم التنمية المستدامة وأبعاده ونتائجه في مصر"، حيث استهدفت الدراسة بشكل أساسي

تحديد المفهوم الدقيق للتنمية المستدامة من خلال تتبع المصطلح وتطوره منذ نشأته، كما هدفت الدراسة أيضاً تحليل نتائج التنمية المستدامة ٢٠٣٠ عالمياً وإقليمياً ومحلياً لكل من مصر والبرازيل والجزائر والهند، وفي سبيل تحقيق هذا الهدف الأساسي اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على المنهج التاريخي والمنهج المقارن من أجل تحليل كافة النتائج التنموية المتحققة على مستوى هذه الدول، وخاصة تلك النتائج التنموية الإقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة أساسية من النتائج والتي منها أن مفهوم التنمية المستدامة يرجع أصله إلى فكرة الندرة النسبية للموارد الإقتصادية وكيفية استخدام الموارد غير المتجددة الإستغلال الأمثل، وبالتالي فهو مفهوم حديث ذو أصول إقتصادية بعيدة كما أوضحت نتائج الدراسة أن للتنمية المستدامة أبعاد متعددة أهمها على الإطلاق البعد الإقتصادي والبيئي، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك أهداف متعددة ومتنوعة للتنمية المستدامة يتوجب تحقيقها على كافة المستويات وليس الإقتصادية والبيئية فقط، حيث أوضحت الدراسة أهمية بناء السياسات التنموية السليمة التي تراعي التوازن بين الأهداف التي تسعى هذه الدول إلى تحقيقها وما تمتلكه هذه الدول من موارد متعددة ومتنوعة تستطيع أن تحقق الإستغلال الأمثل لها في حالة الإهتمام بكافة الجوانب التنموية؛ ولذلك أوصت الدراسة بأهمية وضع سياسات وأهداف التنمية المستدامة في الاعتبار، والبحث في كيفية تحقيق هذه الأهداف من خلال المشاركة المجتمعية والوعي المجتمعي بأهمية التنمية المستدامة.

١٠-دراسة (Younis, et al, 2017): والتي جاء عنوان الدراسة على النحو التالي:
Sustainable Development: Economic, Social, and Environmental Sustainability in Asian Economies
وهو ما يشير إلى التنمية المستدامة: الإستدامة الإقتصادية الإجتماعية والبيئية في الإقتصاديات الآسيوية.

تمثل هدف الدراسة الأساسي في تحليل العلاقة بين الإستدامة الإقتصادية والبيئية والإجتماعية من خلال بناء نموذج قياسي مطبق على ١٩ دولة آسيوية والتي تم تقسيمها لثلاث مجموعات وهي جنوب آسيا وجنوب شرق آسيا ووسط شرق آسيا؛

وذلك من أجل تحليل الآثار المختلفة للتنمية المستدامة باستخدام مجموعات مختلفة من الدول والعمل على تحديد أثر اختلاف تباين الظروف الخاصة بكل مجموعة من الدول على أبعاد وأهداف ووسائل التنمية المستدامة في كل دولة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة مهمة من النتائج والتي يتمثل أهمها في كون العلاقة التفاعلية بين أبعاد التنمية المستدامة الإقتصادية والبيئية والاجتماعية معنوية من الناحية الإحصائية، وهو ما يعني أن هذه الأبعاد معتمدة على بعضها البعض، وبالتالي ترتبط هذه الأبعاد ببعضها البعض، ومن ثم فإن تحقيق التنمية المستدامة يتطلب الأخذ في الاعتبار كافة أبعاد التنمية مع بعضها البعض، وهو ما يعني أن توجيه الموارد المالية نحو تحقيق هذه الأبعاد لا بد أن تتم معاً دون التأخير في تحقيق بعد على حساب بعد آخر، كما أكدت نتائج الدراسة أيضاً على أن للعولمة تأثير سلبي على تحقيق الإستدامة البيئية في دول آسيا.

١١-دراسة (Mishra, Mukesh Kumar (2020): والتي جاء عنوان الدراسة على النحو التالي:

Sustainable Development: Linking economy and environment In the Era of Globalization وهو ما يشير إلى "التنمية المستدامة: الترابط بين الإقتصاد والبيئة في عصر العولمة".

تمثل الهدف الأساسي لهذه الدراسة في محاولة تحليل النماذج التنموية المعقدة التي تحاول تفسير التنمية المستدامة من خلال ربط الإقتصاد بالبيئة ودور ذلك في تحقيق التنمية المستدامة المنشودة، وهو ما حاولت الدراسة تحقيقه من خلال تفسير التنمية المستدامة في ظل عصر العولمة الذي صاحبه الكثير من التغيرات والتطورات العالمية التي من أهمها مزيد من التحرير العالمي في كافة الجوانب التجارية والإستثمارية والمالية، وهو ما يعني تغير خريطة الإستثمار العالمية من حيث نقل صناعات من دولة لدول أخرى وبالتالي التأثير على البعد البيئي والإقتصادي في التنمية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتي يتمثل أهمها في أن العولمة أدت إلى مزيد من التأثير للبعد البيئي على البعد الإقتصادي في التنمية المستدامة،

حيث ترتب على البعد البيئي على سبيل المثال قيام الدول المتقدمة التي توجد فيها سياسات بيئية مشددة إلى نقل الصناعات الملوثة للبيئة إلى الدول النامية في ظل عالم تسوده الحرية في عصر العولمة، كما أنها سمحت أيضاً بقيام الدول بالحصول على الموارد الاقتصادية في الدول الأخرى بكل سهولة نتيجة التطور في وسائل الاتصالات والمواصلات، وهو ما يعني الإستخدام غير العادل للموارد الاقتصادية في الدول وخاصة الدول النامية، وبالتالي لخصت الدراسة إلى أن العولمة ساهمت بدرجة سلبية في التأثير على البعد التنموي والبيئي للتنمية المستدامة في سعي الدول لتحقيق الاهداف الاقتصادية وخاصة في الدول النامية.

١٢-دراسة (Fofana, 2021)، حيث تمثل عنوان الدراسة في الممارسات اللوجستية المستدامة والأداء التشغيلي للشركات متعددة الجنسيات في كينيا، وقد استهدفت الدراسة بصورة أساسية كيفية الوصول إلى تأثيرات اللوجستيات المستدامة على مستويات الأداء التشغيلي التي يتم التطبيق عليها في الشركات متعددة الجنسيات في كينيا وخاصة في القطاع الصناعي، حيث يركز الهدف من الدراسة على طبيعة العلاقة بين اللوجستيات المستدامة وتحسن مستويات الأداء التشغيلي في هذه الشركات، وفي سبيل تحقيق هذا الهدف فقد تم التطبيق على عينة من الشركات متعددة الجنسيات البالغ عددها ٤٥ وقد تم الحصول على البيانات المطلوبة من خلال أداة الإستبيان عن طريق الإيميل، وقد تم التأكيد في نتائج الدراسة على أن اللوجستيات المستدامة بأبعادها الاقتصادية والإجتماعية والبيئية تؤثر على أبعاد الأداء التشغيلي المتمثلة في التكلفة والسرعة والجودة، وقد أكدت النتائج على أن الأبعاد الثلاثة للخدمات اللوجستية المستدامة تحقق التأثير الإيجابي على أبعاد الأداء التشغيلي، وبناء على هذه النتائج قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات المتمثلة في ضرورة استفادة المساهمين والمدراء وصانعي القرار من الإستدامة وتحقيق أهدافها حتى يمكن الإستفادة من هذه النتائج الإيجابية لتأثير الإستدامة على مستويات الأداء التشغيلي المتحققة.

١٣-دراسة (Khan et al 2020)، حيث جاء عنوان الدراسة كما يلي: أداء سلسلة التوريد الخضراء والإستدامة البيئية دراسة بيانات مجمعة، وتمثل الهدف الأساسي

لهذه الدراسة في بيان العلاقة بين عمليات اللوجستيات المستدامة الحضراء وبين المؤشرات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للأداء، وقد حاولت الدراسة أن تحقق هذا الهدف من خلال الاعتماد على بيانات مجموعة بالتطبيق على ٤٢ دولة مرتبة في الخدمات اللوجستية بالتطبيق في الفترة ٢٠١٨-٢٠٠٧ على المستوى الجزئي والكلي، ومن أجل الوصول إلى النتائج تم الاعتماد على طريقة المربعات الصغرى لمجموعة البيانات التي تم الحصول عليها من موقع البنك الدولي، وقد توصلت الدراسة لمجموعة متعددة من النتائج التي من أهمها أن هناك تأثير إيجابي معنوي للعمليات اللوجستية المستدامة على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر للداخل وإستهلاك الطاقة الجديدة والطلب على الطاقة؛ في حين أكدت النتائج على أن التأثير السلبي المعنوي تمثل في الارتباط بانبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون وبالتالي كانت هناك توصيات بأهمية تحسين مستويات الاستثمار في اللوجستيات المستدامة باعتبار أن لها تأثيرات كثيرة في الكثير من المتغيرات وبالتالي الوصول إلى مستويات أداء تشغيلي أفضل.

١٤-دراسة (بن بردي، ٢٠٢٠)، والتي حاولت بيان المؤشرات الاقتصادية للتنمية المستدامة في الجزائر، وكيفية تحقيقها، والاستفادة من تأثيراتها الاقتصادية الإيجابية، وقد أكدت نتائج الدراسة على أهمية تحقيق الأبعاد الاقتصادية للتنمية المستدامة وخاصة دورها في تحسين مستوى الدخل وتحسين مستويات معيشة الافراد؛ ولكن يحتاج الأمر لمزيد من التطور والنمو، وقد تحقق هذا التطور نتيجة قيام الجزائر باتخاذ خطوات جادة في التنويع الاقتصادي في قطاعات بخلاف قطاع النفط، والاهتمام بالبعد البيئي في كافة الإستثمارات المتعددة والمتنوعة داخل أراضيها، وهو ما ساهم بدوره في تعزيز ثمار التنمية المستدامة.

١٥-وأيضاً دراسة (فاضل، ٢٠٢١)، والتي حاولت شرح وضع التنمية المستدامة في دولة العراق مع بيان مرتكزاتها الأساسية وسبل تحقيقها في العراق والعقبات التي تواجهها، وقد أكدت نتائج الدراسة على عدم قدرة وتمكن العراق من تحقيق أبعاد التنمية المستدامة داخل أراضيها نتيجة تدهور كافة الأوضاع الاقتصادية والسياسية

والبيئية والإجتماعية بالعراق، وهو ما أدى بدوره إلى ضرورة اتخاذ ما يلزم من إجراءات تصحيحية وخاصة تلك المسارات الإقتصادية المتنوعة.

١٦- دراسة (Vineeta Singh, 2014) والتي جاء عنوان الدراسة على النحو التالي:

An Impact and Challenges of Sustainable Development in Global Era

أثر وتحديات التنمية المستدامة في عصر العولمة والتي حاولت التعرف على أبعاد التنمية المستدامة من خلال تحليل الترابط بين أهداف البيئة والموارد البشرية والاهداف الإقتصادية على مستوى الدولة ككل في عصر العولمة، حيث تحاول الدراسة التأكيد على أهمية إحداث التوازن بين هذه الأهداف؛ وذلك لحدوث تعارض في الغالب بين هذه الأهداف التنموية في كافة الجوانب نتيجة التأثير السلبي لبعد معين في تحقيق أبعاد أخرى، وقد توصلت الدراسة إلى معنوية التأثير المتبادل بين هذه الأبعاد، وإمكانية حدوث تعارض بين هذه الأهداف الإقتصادية والبيئية والإجتماعية، فعلى سبيل المثال قد يصاحب النمو الإقتصادي المرتفع في الدول النامية وجود صناعات بيئية ملوثة بالبيئة وبالتالي التأثير السلبي على البعد البيئي للتنمية، ومن ثم أوضحت الدراسة أهمية أن يكون هناك توازن بين كافة الأبعاد من أجل تحقيق التنمية المستدامة المنشودة.

٢. منهجية الدراسة

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على منهجية الدراسة التي يتم من خلالها تحديد المسار الصحيح للدراسة؛ والذي تعتمد عليه في سبيل تحقيق الهدف الأساسي من الدراسة ويمكن بيان أهم عناصر منهجية البحث كما يلي:

٢-١ المنهج المتبع

تتبع الدراسة المنهج التحليلي الوصفي الذي يتم من خلاله تحديد جانبين مهمين في الدراسة وهما الجانب النظري والجانب التطبيقي، ويتم ذلك على النحو التالي:

-الإطار النظري:

تتمثل فائدة هذا الجانب كما يلي:

- عرض النظريات المختلفة التي تتعلق بمتغيرات الدراسة.
- تحليل العلاقات بين المتغيرات الموجودة في الدراسة من الناحية النظرية.
- جمع أصول نظرية تفيد في تحقيق فهم أعمق للموضوع من الناحية النظرية.
- يناسب المنهج العلمي في عرض وتحليل الدراسات المختلفة والتعرف عليها.
- يعمل على جمع البيانات من الدراسات والأبحاث السابقة لتحليل نظري أفضل.
- يفيد في معرفة المتغيرات وخصائصها حتى يمكن التعامل معها في الدراسة.

-الإطار التطبيقي:

- يحقق الإطار التطبيقي دعم أفضل للدراسة لأنه يشير إلى الواقع الفعلي للموضوع والذي يتم من خلاله الاستفادة من النتائج التطبيقية على نحو أفضل ويتميز بالآتي:
- تحديد مكان التطبيق في الدراسة وهو المملكة العربية السعودية.
 - تحديد مجتمع الدراسة وهو العاملين في المنشآت السعودية الناشئة.
 - تحديد عينة الدراسة اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة لجمع البيانات.
 - إنشاء أداة لجمع البيانات وهي أداة الاستبيان تتضمن أسئلة تتعلق بالموضوع.
 - توزيع الاستبيان على العينة المستهدفة حتى يتم تجميع البيانات والوصول للمعلومات.
 - التحليل الدقيق للبيانات التي تم الحصول عليها عبر البرنامج الإحصائي SPSS للوصول للنتائج.
 - القيام بعرض ومناقشة النتائج.
 - تقديم المقترحات والتوصيات للتحسين.

2-2 مصادر البيانات المستخدمة:

استخدمت الدراسة مصدرين للبيانات كما يلي:

مصادر ثانوية:

وهي المصادر التي يتم من خلالها جمع بيانات تم إعدادها من قبل أفراد سابقين وبالتالي فإنها جاهزة أمام الباحث مثل المكتبات والدوريات العلمية والرسائل سواء الورقية أو الرقمية عبر الانترنت وغيرها من المصادر الأخرى.

مصادر أولية:

وهي المصادر التي تعد لأول مرة من قبل الباحث، حيث يتم الإعتماد على أداة الإستبيان على سبيل المثال والحصول على البيانات من الأفراد مباشرة وبالتالي فهي لا تتوافر إلا مع الباحث.

2-3 الأداة المستخدمة:

اختارت الدراسة أداة الإستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة، حيث أنها من الأدوات السهلة والسريعة والتي تحقق الدقة في جمع البيانات المطلوبة.

2-4 أساليب تحليل البيانات:

اختارت الدراسة البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل البيانات من أجل الوصول للنتائج والتي منها العديد مثل:

- التكرارات
 - المتوسطات الحسابية.
 - الإنحراف المعياري والنسب المئوية.
 - معامل الارتباط.
- قدم هذا الفصل الإطار العام لمنهجية الدراسة والتي يتم من خلالها تحديد لمجموعة الأدوات والآليات والطرق المستخدمة في الدراسة من أجل الوصول للنتائج المختلفة والإستفادة منها على أرض الواقع.

٣. الدراسة الميدانية ومناقشة النتائج

يستهدف هذا الفصل جمع وتحليل البيانات المختلفة التي يتم من خلالها الوصول للنتائج وبالتالي القدرة على تحليل فروض الدراسة وإختبار مدى تحقق هذه النتائج بصورة أفضل، حيث يقدم صورة شاملة عن كيفية الإستخدام لأداة الإستبيان وفقراته في جمع البيانات عن المتغير المستقل والمتغير التابع وذلك بالإعتماد على مقياس ليكرت الخماسي حتى يتم تحليل وتحديد آراء العينة في كافة البنود الموجودة في الإستبيان.

يعرض هاذ الفصل كيفية الوصول إلى خصائص العينة من حيث النوع والعمر والخبرة والتعليم وبعدها التعرف على العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع من خلال الإعتماد على الإحصاءات المختلفة التي تفيد في تحليل البيانات المستخدمة التي تم التوصل إليها، وبناء على هذه الإحصاءات المختلفة يتم التعرف على اتجاهات المتغيرات وعلاقتها ببعضها البعض وبالتالي إختبار الفرضيات ومعرفة مدى صحتها.

3-1 التصميم الخاص بالإستبيان

يعد تصميم الإستبيان الخطوة الأولى لأنها تحدد الطريقة التي يتم من خلالها جمع البيانات ومدى السهولة والسرعة والفعالية في جمع البيانات والمعلومات، وكانت مكونات الإستبيان على النحو التالي:

معلومات العينة الشخصية:

تتكون من الآتي:

- النوع - العمر.

- التعليم - الخبرة.

الاسئلة المتعلقة بالموضوع:

- أسئلة المتغير المستقل على ثلاثة محاور بعدد ١٥ سؤال، حيث محور البعد الإقتصادي للإستدامة والمسؤولية الإجتماعية بعدد ٥ أسئلة والبعد الإجتماعي بعدد ٥ أسئلة والبعد البيئي بعدد ٥ أسئلة.
- أسئلة المتغير التابع وهو الميزة التنافسية بعدد ١٥ سؤال.

3-2 تحديد قياس المتغيرات:

تسعى الدراسة لقياس العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية والمتغير التابع الميزة التنافسية من خلال ثلاثة محاور للمتغير المستقل وذلك كما بالجدول التالي:

جدول (١): تحديد عبارات قياس المتغير المستقل والمتغير التابع

الدراسات الداعمة	عبارات المحور	عبارات الاستبيان	المتغير	
أمين، ٢٠٢٤ مصطفى وآخرون، ٢٠٢٣	١٥	٥	البعد الاقتصادي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية	المتغير المستقل الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
		٥	البعد الاجتماعي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية	
		٥	البعد البيئي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية	
شاهين، ٢٠٢٠	١٥			المتغير التابع: الميزة التنافسية

3-3 التحليل الإحصائي لإجابات العينة:

أولاً: نتائج الخصائص الديموجرافية للعينة:
كانت البيانات على النحو التالي:

١-النوع:

جدول (٢) نتائج تحديد النوع في العينة

النوع	التكرار (العدد)	النسبة المئوية
ذكر	٦١	٦١%
أنثى	٣٩	٣٩%
الإجمالي	١٠٠	١٠٠%

٢-العمر:

جدول (٣) نتائج تحديد الفئة العمرية في العينة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٣٠	٣٩	٣٩%
من ٣٠ إلى ٤٥	٢٦	٢٦%
أكثر من ٤٥	٢٥	٢٥%
الإجمالي	١٠٠	١٠٠%

٣-التعليم:

جدول (٤) نتائج تحديد مستوى التعليم في العينة

النسبة	التكرار	مستوى التعليم
٢٥%	٢٥	بكالوريوس
٤٠%	٤٠	دبلوم عالي
٢٠%	٢٠	ماجستير
١٥%	١٥	دكتوراة
١٠٠%	١٠٠	الإجمالي

٤-مستوى الخبرة:

جدول (٥) نتائج تحديد مستويات الخبرة في العينة

النسبة	التكرار	مستوى الخبرة
٣٨%	٣٨	أقل من ٥ سنوات
٣٩%	٣٩	من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات
١٤%	١٤	من ١١ سنة إلى ٢٠ سنة
٩%	٩	أكثر من ٢٠ سنة
١٠٠%	١٠٠	الإجمالي

ثانياً: اختبار الصدق

يتم الاعتماد بصورة أساسية على معامل ألفا كورنباخ لتحديد ذلك، ويفيد الصدق والثبات في تحديد مدى الدقة والسهولة والفهم والشمولية في الاستبيان بحيث يسهل التعامل معها من قبل المستجوبين ويتم التأكد من ذلك عن طريق الآتي:

صدق المحتوى:

وهو الآلية التي يتم من خلالها الحكم على صدق الاستبيان ظاهرياً من خلال عرض أسئلة الاستبيان على المحكم الذي يتمتع بالخبرة في ذلك ومن خلال خبراته ومعارفه يتم التأكد من أن محتوى الاستبيان يتمتع بالصلاحية على سبيل المثال يقوم بالتأكد من مدى شمولية ودقة العبارات المستخدمة في المقياس ومستوى الوضوح وعدم الغموض في عبارات المقياس وهو ما يطلق عليه بالصدق الظاهري.

الصدق الداخلي للإستبيان:

للتأكد من الصدق الداخلي يتم التأكد من مدى الاتساق والارتباط بين فقرات الإستبيان ويتحقق ذلك من خلال القيام بالتطبيق على عينة استطلاعية مكونة من ٢٠ مفردة والتأكد من معاملات الارتباط لبيرسون من خلال قياس ارتباط كل عبارة من عبارات الإستبيان مع الدرجة الكلية للمتغير وتتمثل النتائج التي تم الحصول عليها في الآتي:

جدول (٦) تحديد معامل الارتباط لكل عبارة مع الدرجة الكلية للمتغير:

البيد	رقم العبارة	الارتباط لبيرسون	مستوى المخوية
البعد الاقتصادي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية	تراعي أهداف الشركة تبنى سياسات الإستدامة في أنشطتها المختلفة.	٠.٨٢٤	٠.٠٠٠
	تحقق الشركة الاهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه.	٠.٨٩٢	٠.٠٠٠
	تزيد الشركة من الإستثمارات المستدامة بصورة ملحوظة عبر الزمن.	٠.٧٥٤	٠.٠٠٠
	تقدم الشركة أنشطة اقتصادية مستدامة تحقق المسؤولية الاجتماعية بكفاءة.	٠.٨٩٩	٠.٠٠٠
البعد البيئي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية	الإستدامة في الشركة تراعي الحفاظ على البيئة والمجتمع من الأضرار.	٠.٧٩٩	٠.٠٠٠
	تعمل الشركة على استقطاب الوسائل المستدامة الصديقة للبيئة بصورة متزايدة.	٠.٨٨٢	٠.٠٠٠
	ترتبط معظم أنشطة المسؤولية الاجتماعية بأنشطة حضراء صديقة للبيئة.	٠.٧٧٩	٠.٠٠٠
	توفر الشركة تدريب كافى للعاملين في الحفاظ على البيئة وحماية الموارد وفهم الإستدامة.	٠.٨٦٤	٠.٠٠٠
البعد الاجتماعي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية	توفر الشركة مبادرات مستمرة لزيادة الوعي المجتمعي بالمسؤولية الاجتماعية.	٠.٨٧٥	٠.٠٠٠
	تخصص الشركة المزيد من الوقت والمال لدعم أنشطة الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية.	٠.٨٩٣	٠.٠٠٠
	تراعي الشركة الإهتمام الكافي بالأطراف المجتمعية لتحقيق المشاركة الفعالة في الإستدامة.	٠.٧٩٢	٠.٠٠٠
	تضمن الشركة المشاركة الفعالة المستمرة في دعم مبادرات الفقر والجوع والصحة لأهمية المسؤولية الاجتماعية	٠.٨٨٤	٠.٠٠٠
بعد الميزة التنافسية	تحقق الشركة مستويات أفضل من الممارسات المستدامة والمسؤولية الاجتماعية مع العاملين.	٠.٧٠٨	٠.٠٠٠
	تزيد الشركة من مستويات التعاون مع مؤسسات الدولة في دعم المسؤولية الاجتماعية والإستدامة.	٠.٨٩٣	٠.٠٠٠
	تلتزم الشركة بأخلاقيات التعامل المحددة في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية.	٠.٧٥٣	٠.٠٠٠
	تساعد الإستثمارات المستدامة في الوصول لمستويات جودة أعلى وتحسين الميزة التنافسية.	٠.٨٢١	٠.٠٠٠
بعد الميزة التنافسية	توفر الأنشطة المستدامة الوصول إلى أفضل الموارد المستخدمة لتحسين الميزة التنافسية	٠.٨٩٢	٠.٠٠٠
	تعمل الشركة على تحقيق مشاركة فعالة مستدامة لتحسين مستويات الجودة.	٠.٧٩٣	٠.٠٠٠
	توفر الأنشطة المستدامة السهولة والسرعة في تحسين مستويات الجودة بالشركة.	٠.٨٤٣	٠.٠٠٠
	مستوى الجودة المتحقق في ظل الأنشطة المستدامة والدور المجتمعي الملموس في الواقع.	٠.٨٩٣	٠.٠٠٠
	زيادة التوجه نحو الإستدامة والمسؤولية المجتمعية يعمل على تقليل التكلفة في الأجل الطويل.	٠.٧٩٣	٠.٠٠٠
	تضمن مشاركة الشركة في الإستثمارات المستدامة الحفاظ على الموارد وتقليل التكلفة.	٠.٨٩٦	٠.٠٠٠
	تحقق أخلاقيات الأعمال في الشركة الدور المجتمعي في المسؤولية الاجتماعية	٠.٨٤٧	٠.٠٠٠
	تقليل تكاليف التلوث في البيئة.		
	تتجاوز منافع الإستدامة في الشركة التكاليف التي يتم تحويلها إلى الإستثمارات الخضراء.	٠.٨٩٧	٠.٠٠٠
	تؤثر زيادة الإستثمار في الأنشطة المستدامة في تخفيض مستويات تكلفة البيع.	٠.٨٩٧	٠.٠٠٠
	ترتبط الإستثمارات المستدامة بمستوى الابتكار والإبداع في الشركة.	٠.٧٧٤	٠.٠٠٠
	تراعي الشركة زيادة الربط بين الإستثمارات المستدامة والمسؤولية الاجتماعية وتوفير فرص الابتكار.	٠.٨٦٧	٠.٠٠٠
بعد الميزة التنافسية	يتحقق مستوى ابتكار أفضل للعاملين في ظل زيادة التوجه نحو الإستدامة.	٠.٨٧٣	٠.٠٠٠
	تضمن المسؤولية الاجتماعية تحسين مستمر في الميزة التنافسية المتحققة في الشركة.	٠.٨٢٥	٠.٠٠٠
	تتحقق مستويات مرتفعة من الإبداع والابتكار في ظل الإتفاق عل الأنشطة المستدامة وبالتالي الميزة التنافسية.	٠.٨٨٩	٠.٠٠٠

يوضح الجدول السابق أن كل المعاملات الخاصة بالعبارات ذات قيمة معنوية، كما أنها ذات ارتباط موجب قوي وبالتالي يوجد مستوى مرتفع من الصدق الداخلي لعبارات الإستهتبان من حيث مدى إرتباطها مع الدرجة الكلية للمتغير، وهو ما يعني أن الإستهتبان يتسم بالوضوح والشمولية في عباراته، وبالتالي يصلح للدراسة الميدانية والنتائج الفعلية.

ثالثاً: ثبات أداة الإستهتبان:

يقصد بالثبات أن تكون فقرات الإستهتبان منسقة مع البعد الذي تنتمي له، وقد تم الإعتماد على ألفا كرونباخ كمقياس لتحديد مستوى الإرتباط بين كل فقرة من فقرات الإستهتبان وبالنسبة للنتائج التي تم التوصل إليها كانت على النحو التالي:

جدول (٧) نتائج ألفا كرونباخ لقياس الثبات

المتغير	قيمة الثبات	الفقرات
الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية	٠.٩٣٢	١٥
الميزة التنافسية	٠.٩٧٨	١٥

يتضح من خلال قيمة معامل الثبات لكل من المتغير المستقل وهو الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية والمتغير التابع وهو الميزة التنافسية أن هناك مستوى مرتفع من الثبات في الإستهتبان ، حيث أنه تجاوز النسبة المقبولة في الإستهتبان وهي ٠.٧ بكثير وبالتالي مستوى أعلى من صلاحية الإستهتبان في الاستخدام.

رابعاً: الإحصاءات الوصفية:

يمكن تقديم مجموعة من الإحصاءات الوصفية وخاصة الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل والتابع كما يلي:

المتغير المستقل: الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية

جدول (٨) نتائج الإحصاءات الوصفية للمتغير المستقل

Descriptive Statistics			
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	العبارة
.849	4.08	100	تراعي أهداف الشركة تبني سياسات الإستدامة في أنشطتها المختلفة.
.744	4.15	100	تحقق الشركة الإهتمام المتزايد بالأدوار المجتمعية في المجتمع الذي تعمل فيه.
.796	4.18	100	تزيد الشركة من الإستثمارات الخضراء بصورة ملحوظة عبر الزمن.
.662	4.19	100	تقدم الشركة أنشطة إقتصادية تخدم الإحتياجات المجتمعية بشكل عام.
.834	4.03	100	الأنشطة الإقتصادية للشركة تراعي الحفاظ على البيئة والمجتمع من الأضرار.
.691	4.13	100	تعمل الشركة على استقطاب الوسائل الصديقة للبيئة بصورة متزايدة.
.787	4.19	100	ترتبط معظم الأنشطة المجتمعية بأنشطة حضراء صديقة للبيئة.
.687	4.18	100	توفر الشركة تدريب كافي للعاملين في الحفاظ على البيئة وحماية الموارد.
.622	4.24	100	توفر الشركة مبادرات مستمرة لزيادة الوعي المجتمعي بأهمية الحفاظ على البيئة والموارد.
.675	4.22	100	تخصص الشركة المزيد من الوقت والمال لدعم أنشطة حماية البيئة عبر الزمن.
.779	4.14	100	تراعي الشركة الإهتمام الكافي بالأطراف المجتمعية في البيئة المحيطة.
.557	4.18	100	تضمن الشركة المشاركة الفعالة المستمرة في دعم مبادرات الفقر والجوع والصحة.
.706	4.19	100	تحقق الشركة مستويات مقبولة من تطبيق العدالة والمساواة في بيئة العمل.
.621	4.28	100	تزيد الشركة من مستويات التعاون مع مؤسسات الدولة في دعم الأنشطة المجتمعية.
.566	4.27	100	تلتزم الشركة بأخلاقيات التعامل في البيئة المحيطة وخدمة أفراد المجتمع.

يتضح من النتائج السابقة وجود متوسط تتراوح قيمته حول ٤.٢ وبانحراف معياري تتراوح قيمته ما بين ٠.٦٢١ و ٠.٨٤٩ وبالتالي مستويات أفضل من الإستجابة للمستجوبين في الردود على الإستبيان وإمكانية الإعتماد على هذه الخصائص الوصفية لتحديد إستجابات أفضل للإستبيان.

الإحصاءات الوصفية للمتغير التابع الميزة التنافسية:

جدول (٩) نتائج الإحصاءات الوصفية للمتغير التابع

Descriptive Statistics			
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	العبارة
.575	4.35	100	تساعد الإستثمارات الخضراء في الوصول لمستويات جودة أعلى في مستلزمات الإنتاج.
.572	4.34	100	توفر الأنشطة المستدامة الوصول إلى أفضل الموارد المستخدمة من حيث الجودة.
.730	4.15	100	تعمل الشركة على تحقيق تواصل أفضل مع أفراد المجتمع لتحسين مستويات الجودة.
.687	4.15	100	توفر الأنشطة المستدامة السهولة والسرعة في تحسين مستويات الجودة بالشركة.
.667	4.33	100	مستوى الجودة المتحقق في ظل الأنشطة المستدامة والدور المجتمعي ملموسة في الواقع.
.658	4.46	100	زيادة التوجه نحو الإستدامة والأدوار المجتمعية يعمل على تقليل التكلفة في الأجل الطويل.
.649	4.27	100	تضمن مشاركة الشركة في الإستثمارات المستدامة الحفاظ على الموارد وتقليل التكلفة.
.624	4.29	100	تحقق أخلاقيات الأعمال في الشركة الدور المجتمعي في تقليل تكاليف التلوث في البيئة.
.564	4.16	100	تتجاوز منافع الإستدامة في الشركة التكاليف التي يتم تحويلها إلى الإستثمارات الخضراء.
.584	4.39	100	تؤثر زيادة الإستثمار في الأنشطة المستدامة في تخفيض مستويات تكلفة البيع.
.685	4.34	100	ترتبط الإستثمارات المستدامة بمستوى الابتكار والإبداع في الشركة.
.494	4.28	100	تراعي الشركة زيادة الربط بين الإستثمارات المستدامة وتوفير فرص الابتكار.
.595	4.30	100	يتحقق مستوى ابتكار أفضل للعاملين في ظل زيادة التوجه نحو الوعي البيئي والمجتمعي.
.508	4.38	100	تضمن المسؤولية الإجتماعية للشركة زيادة الإهتمام بالإستثمار في الابتكار.
.671	4.21	100	تتحقق مستويات مرتفعة من الإبداع والابتكار في ظل الإنفاق عل الأنشطة الخضراء والمجتمعية.

حقق المتغير التابع أيضاً مستويات مفضلة سواء الوسط الحسابي أو الإنحراف المعياري، حيث ان الوسط الوسط الحسابي اقترب من ٤.٣ ؛ في حين أن الإنحراف المعياري تراوح بين ٠.٤٩٤ و ٠.٧٣٠ وهو ما يعني أيضاً مستوى مفضل من إستجابات المستجوبين في العينة.

3-٤- تحليل إختبار فروض الدراسة:

تم الإعتماد بصفة أساسية على معامل الارتباط بيرسون لتحليل العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل الثلاثة والمتغير التابع، حيث تم الارتباط بين الآتي:

- الارتباط بين المتغير المستقل (الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) يمثل الفرضية الأساسية.
- الارتباط بين المتغير المستقل (البعد الإقتصادي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) يمثل الفرضية الفرعية الأولى.
- الارتباط بين المتغير المستقل (البعد البيئي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) يمثل الفرضية الفرعية الثانية.
- الارتباط بين المتغير المستقل (البعد الاجتماعي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) يمثل الفرضية الفرعية الثالثة.

نتائج الفرضية الأساسية:

جدول (١٠) نتائج إختبار الفرضية الأساسية

الميزة التنافسية	المتغيرات	
	قيمة ارتباط بيرسون	الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
	مستوى المعنوية	
٠.٨٩٢	أقل من ٥%	حجم العينة
١٠٠		

تشير النتائج إلى إرتفاع مستوى الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما أنه معنوي وبالتالي يوجد ارتباط موجب قوي معنوي بين الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية وبين الميزة التنافسية وبالتالي فإن الشركات الناشئة يمكنها تحقيق الميزة

التنافسية في الأنشطة والعمليات وتحسين مستويات أعلى من الأداء وتحسين القدرة التنافسية من خلال الاهتمام بدورها في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية. اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

جدول (١١) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

الميزة التنافسية	المتغيرات	
٠.٨٦٧	قيمة ارتباط بيرسون	البعد الإقتصادي في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
أقل من ٥%	مستوى المعنوية	
١٠٠	حجم العينة	

يتضح من النتائج السابقة أن علاقة الارتباط بين البعد الإقتصادي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية للمتغير المستقل والمتغير التابع الميزة التنافسية قوية وموجبة ومعنوية عند مستوى أقل من ٥% وبالتالي يمكن الإهتمام الكافي في تحديد الجوانب الإقتصادية للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية والتطبيق الفعال لها في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الناشئة.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

جدول (١٢) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

الميزة التنافسية	المتغيرات	
٠.٨٨٥	قيمة ارتباط بيرسون	البعد البيئي في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
أقل من ٥%	مستوى المعنوية	
١٠٠	حجم العينة	

يتضح من النتائج السابقة أن علاقة الارتباط بين البعد البيئي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية للمتغير المستقل والمتغير التابع الميزة التنافسية قوية وموجبة ومعنوية عند مستوى أقل من ٥% ، حيث أن الإستثمارات الخضراء التي تحمي البيئة والموارد أصبحت مطلب أساسي لتحقيق الميزة التنافسية في الشركات الناشئة.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

جدول (١٣) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

الميزة التنافسية	المتغيرات	
٠.٨٧٧	قيمة ارتباط بيرسون	البعد الاجتماعي في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
أقل من ٥%	مستوى المعنوية	
١٠٠	حجم العينة	

يتضح من النتائج السابقة أن علاقة الارتباط بين البعد الإجتماعي للإستدامة والمسؤولية الإجتماعية للمتغير المستقل والمتغير التابع الميزة التنافسية قوية وموجبة ومعنوية عند مستوى أقل من ٥% لأن مستوى التواصل والتفاعل بين العملاء والشركات الناشئة يعتمد بالضرورة على مستويات الأنشطة والمبادرات الإجتماعية الفعالة التي تقدمها الشركات الناشئة على أرض الواقع.

٤. التوصيات والدراسات المستقبلية

عرضت الدراسة الإطار النظري والإطار التطبيقي الذي يحل العلاقة بين الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية من جانب والميزة التنافسية من جانب، ومن خلال ذلك تم التوصل إلى مجموعة من النتائج التي يمكن الإعتماد عليها في تقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن من خلالها تحسين مستويات الأداء والميزة التنافسية والإستفادة للشركات الناشئة على أرض الواقع.

يقدم هذا الفصل ملخص لمجموعة النتائج التي تم التوصل إليها والتوصيات المرتبطة بها وكيفية تحديد الآفاق المرتبطة بالدراسات المستقبلية حول الموضوع.

1-4 النتائج

تتضح أهم النتائج المستخلصة من الدراسة فيما يلي:

١. علاقة قوية ومؤثرة: كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباط قوية وإيجابية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية وبين تعزيز الميزة التنافسية في الشركات الناشئة السعودية.

٢. مساهمة الأبعاد الثلاثة: جميع الأبعاد الثلاثة للاستدامة (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي) تساهم بشكل معنوي في تعزيز الميزة التنافسية، مما يدل على أن تبني نهج شامل للاستدامة يحقق نتائج استراتيجية.

٣. تفوق البعد البيئي: أظهر البعد البيئي التأثير الأكبر على الميزة التنافسية (معامل ارتباط = ٠.٨٨٥)، يليه البعد الاجتماعي (٠.٨٧٧)، ثم الاقتصادي (٠.٨٦٧)، ما يبرز أهمية تبني ممارسات بيئية مستدامة في بيئة الأعمال الناشئة.

4-2 التوصيات:

توصيات الباحثين:

- إمكانية البحث المستقبلي في تأثيرات الاستدامة الدولية والمسؤولية الاجتماعية على التنافسية في شركة معينة أو قطاع سوقي معين.
- إمكانية البحث في الموضوع من خلال اتباع منهجية التحليل المقارن بين الوضع في المملكة العربية السعودية، وفي دولة أخرى.

توصيات المهنيين:

- العمل على الاستفادة من التطورات السريعة في الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في تقديم الاستشارات الاقتصادية وإنشاء المشروعات.
- التمكن من توظيف المعارف المكتسبة من خلال جمع البيانات والمعلومات عن الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في تحقيق الأهداف.

توصيات صناع القرار:

- ضرورة قيام الشركات الناشئة بزيادة الاستثمار في مستويات التدريب والتطوير للعاملين لتحسين مستويات الوعي بالاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.
- الاستثمار المتزايد في الوسائل المستدامة التي تعمل بصورة فعالة على تحقيق أهداف الاستدامة على مستوى الشركات الناشئة وتفعيل المسؤولية الاجتماعية.
- إنشاء قنوات الإتصال والتواصل المستمرة مع العملاء والعاملين وجميع الأطراف ذات الصلة بالشركات الناشئة والتعاون في قضايا الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.
- إيجاد وسائل إبتكارية جديدة في الشركات الناشئة يمكنها الاستفادة من الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية في تحسين مستوى الميزة التنافسية.

4-3 الدراسات المستقبلية

توجد مجموعة من التوصيات المرتبطة بالجانب العلمي في الدراسة وذلك كما يلي:

- التوصية بإجراء مجموعة من الدراسات التي تهتم بكيفية تحسين مستويات الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية.
- التوصية بإجراء الدراسات التي يمكن من خلالها تحليل أبعاد أكثر للمتغير المستقل والمتغير التابع.
- التوصية بتطبيق الدراسة على قطاعات مختلفة والعمل على مقارنة النتائج فيما بينها من أجل تحديد الاختلافات الأساسية.
- التوصية بتوسيع نطاق الدراسة بحجم عينة أكبر في شركة معينة لتحديد مستوى الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية فيها والعمل على بيان كيفية التطبيق عليها.
- التوصية باستخدام فرضيات فرعية متنوعة تراعي التغيرات والتطورات التي تؤثر في الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية مثل الرقمنة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- أمين، بدماغ محمد . (٢٠٢٤) . تأثير ابعاد المسؤولية الإجتماعية في تحسين الميزة التنافسية بالتطبيق على عينة من المؤسسات الإقتصادية بالشرق الجزائري رسالة الدكتوراة. معهد العلوم الإقتصادية والتجارية علوم التسيير الجزائر .
- البناء، زينب مكي والأمير، نور نبيل. (٢٠٢١). التمويل الأخضر ودوره في تحسين أداء المصارف العراقية دراسة إستطلاعية لأراء عينة من مدراء المصارف. المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد ١٥، العدد ٦٠.
- الزبيدي، غني دحام وحمزة، محمد فليح ، (٢٠٢١)، تحقيق الإستدامة البيئية على وفق ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد، ٦٣.
- بن بردي، حنان. (٢٠٢٠). اشكالية التنمية المستدامة في ظل المؤشر الإقتصادي دراسة حالة الجزائر أعمال ملتقى الوطني جودة الحياة والتنمية المستدامة في الجزائر – الأبعاد والتحديات. مركز فاعلون للبحث في الأنثروبولوجيا والعلوم الإنسانية والإجتماعية ومخبر إقتصاديات الطاقات المتجددة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، المجلد، ١.

- درويش، تامر حلمي. (٢٠٢٣). المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في الميزة التنافسية بالتطبيق على القطاع العقاري المصري. المجلة العلمية للدراسات البيئية الاجتماعية. المجلد الرابع عشر، العدد الرابع.
- شاهين، ياسر. (٢٠٢٠). ممارسة المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال ودورها في تحقيق الميزة التنافسية. دراسة على الشركات المدرجة في بورصة فلسطين للأوراق المالية ٢٠١٩. المجلة العربية للنشر العلمي. العدد السادس عشر.
- طبابية، رمزي وشريط، فيروز. (٢٠٢٣). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الإستدامة للمشروع المقاولاتي (دراسة حالة المشاريع المدعمة من الوكالة الوطنية للتشغيل والية تبسة). مجلة الدراسات القانونية والإقتصادية. المجلد ٥، العدد ٣.
- عبد الغني، محمد فتحي. (٢٠٢٠). تطور مفهوم التنمية المستدامة وأبعاده ونتائجه في مصر. المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة. جامعة بني سويف، مصر.
- فاضل، شيماء عادل. (٢٠٢١). التنمية المستدامة في العراق: رؤية مستقبلية. مجلة العلوم القانونية والسياسية، الجمعية العلمية للبحوث والدراسات الإستراتيجية، العدد ١.
- مصطفى، هاجر عادل. (٢٠٢٣). تأثير البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية على تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية. مجلة البحوث المالية والتجارية. المجلد ٢٤، العدد الأول.
- مصطفى، هاجر وعطية، طاهر وحمود، منى. (٢٠٢٣). تأثير البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية مجلة البحوث التجارية والمالية المجلد ٢٤، العدد ٢.
- موقع المنصة الموحدة. ٢٠٢٤. التنمية المستدامة في المملكة. <https://www.my.gov.sal>
- يوسف، محمد عبد الله. (٢٠٢٠). مدخل جديد لتحقيق الإستدامة الإقتصادية للمجتمعات والمشروعات: دراسة حالات مقارنة. المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي، الإصدار ١٨.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Al-Amri, S. (2023). The Competitiveness Between Companies and Its Importance. International Journal for Multidisciplinary Research. Vol 6, issue
- Alharafsheh, M. & Ezmigna, A. (2023). The Impact of Business Strategy on Competitive Advantage and Performance of Small & Medium Enterprises In Jordan. International journal of business review.
- Anzola-Román, P., Macro, T. G. and Zouaghi, F. (2024). The Infuence of CSR Orientation on Innovative Performance: Is the Effect Conditioned

to the Implementation of Organizational Practices?. Journal of Business Ethics.

- Fofana, F. B. (2021). Sustainable logistics practices and operational performance of multinational manufacturing corporations in Kenya. Master degree. University of Nairobi.
- Jha, A.K. & Totala, N. K. (2024). Impact of Corporate Social Responsibility on Profitability of Public and Private Sector in the Era of Industry 5.0. International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR), Vol. 11, issue 4.
- Khan S.A.R., Zhang Y. Nathaniel S., (2020). Green Supply Chain Performance and Environmental Sustainability: A Panel Study. LogForum 16 (1).
- Lestari, R. (2023). Determinants of Competitive Advantage and Their Impacts on Buyback Decisions (Case Study of Bu Tjondro's Kremes Chicken). Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 5, no 1.
- Marakova, V., Wolak-Tuzimek, A., & Tuckova, Z. (2021). Corporate Social Responsibility As a Source of Competitive Advantage in Large Enterprises. Journal of Competitiveness, 13(1).
- Mishra, M. K. (2020). Sustainable Development: Linking economy and environment In the Era of Globalization. ZBW – Leibniz Information Centre for Economics, Kiel, Hamburg.
- Nsowah, J., Anane, A., Tang, J. & Aopare, J. (2024). The effects of supply chain management strategies on competitive advantage on food and beverage processing companies; a case study in the Ashanti region of Ghana. International Journal of Science and Research Archive, 11 (02).
- Pereira-Moliner, J., López-Gamero, M.D., Font, X., Molina-Azorín, J.F., Tarí, J.J. & PertusaOrtega, E.M. (2021). Sustainability, Competitive

Advantages and Performance in the Hotel Industry: A Synergistic Relationship. *Journal of Tourism and Services*, 23 (12).

- Purwanto, M. (2024). Green innovation strategy improve sustainability competitive advantage: Role of organizational green learning and green technological turbulence. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(02).
- Siddiqui, D. A. (2024). The Effect of Corporate Social Responsibility on Competitive Advantage and Intellectual Capital in Retail Industry of Pakistan: The Mediating Role of Financial Performance. Available at SRRN.
- Tarnovskaya, V. (2023). Sustainability as the Source of Competitive Advantage. How Sustainable is it?. [Ghauri, P.N.](#), [Elg, U.](#) and [Hånell, S.M.](#) (Ed.) *Creating a Sustainable Competitive Position: Ethical Challenges for International Firms* (International Business and Management, Vol. 37), Emerald Publishing Limited, Leeds.
- Vineeta, S. (2014), An Impact and Challenges of Sustainable Development in Global Era. *Journal of Economics and Development Studies*, Vol. 2, no. 2.
- Younis F. & Chaudhary, M. A., (2017). Sustainable Development: Economic, Social, and Environmental Sustainability in Asian Economies. MPRA, Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No. 100551.
- Zhang, J. & Tan, Y. (2024). Effects of Corporate Social Responsibility (CSR) policies and activities on Company Reputation and Employee Organizational Citizenship Behaviour: Evidence from Indicate the tourism industry. *SHS Web of Conferences* 181.
- Zhaoli, Y. (2023). The Impact of Social Responsibility On The Performance Of Organizations In The Manufacturing Sector: A Case Of Johnson & Johnson. An Independent Study Submitted In Partial Fulfillment

of The Requirements For The Master's Degree of Business Administration
Graduate School of Business Siam University.

الملاحق:

ملحق الاستبيان:

يهدف هذا الإستبيان إلى جمع البيانات المطلوبة فيما يتعلق بالإستدامة والمسؤولية الإجتماعية وتأثيرها على الميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية؛ حيث تكمن أهمية إجاباتكم في استكمال تحليل الموضوع بصورة واقعية شاملة؛ لذا يرجى من سيادتكم الإجابة على كل سؤال من الأسئلة بعناية مع العلم بالإحتفاظ بالسرية الكاملة لبياناتكم والتعهد بعدم الإستخدام السيئ لها وأن هذا الإستبيان فقط لأغراض البحث العلمي.

الجزء الأول: الخصائص الديموجرافية للعينة:

١-النوع	
ذكر	أنثى
٢-العمر	
أقل من ٣٠ سنة	٣٠-٤٥ سنة
أكثر من ٤٥ سنة	
٣-التعليم	
بكالوريوس	دبلوم عالي
ماجستير	دكتورة
٤-الخبرة	
أقل من ٥ سنوات	من ٥ إلى
من ١١ إلى ٢٠	أكثر من ٢٠ سنة

دور الإستدامة الدولية والمسؤولية الاجتماعية في تحسين الميزة التنافسية في الشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية
د/ محمد الله أبانمي & د/ محمد الله فيصل ياسين سلطان

الجزء الثاني: أسئلة متغيرات الدراسة

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتغير المستقل: الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
					البعد الإقتصادي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
					تراعي أهداف الشركة تبني سياسات الإستدامة في أنشطتها المختلفة.
					تحقق الشركة الإهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه.
					تزيد الشركة من الإستثمارات المستدامة بصورة ملحوظة عبر الزمن.
					تقدم الشركة أنشطة اقتصادية مستدامة تحقق المسؤولية الاجتماعية بكفاءة.
					الإستدامة في الشركة تراعي الحفاظ على البيئة والمجتمع من الأضرار.
					البعد البيئي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
					تعمل الشركة على استقطاب الوسائل المستدامة الصديقة للبيئة بصورة متزايدة.
					ترتبط معظم أنشطة المسؤولية الاجتماعية بأنشطة حضراء صديقة للبيئة.
					توفر الشركة تدريب كافي للعاملين في الحفاظ على البيئة وحماية الموارد وفهم الإستدامة.
					توفر الشركة مبادرات مستمرة لزيادة الوعي المجتمعي بالمسؤولية الاجتماعية.
					تخصص الشركة المزيد من الوقت والمال لدعم أنشطة الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية.
					البعد الاجتماعي للإستدامة والمسؤولية الاجتماعية
					تراعي الشركة الإهتمام الكافي بالأطراف المجتمعية لتحقيق المشاركة الفعالة في الإستدامة.
					تضمن الشركة المشاركة الفعالة المستمرة في دعم مبادرات الفقر والجوع والصحة لأهمية المسؤولية الاجتماعية
					تحقق الشركة مستويات أفضل من الممارسات المستدامة والمسؤولية الاجتماعية مع العاملين.
					تزيد الشركة من مستويات التعاون مع مؤسسات الدولة في دعم المسؤولية الاجتماعية والإستدامة.
					تلتزم الشركة بأخلاقيات التعامل المحددة في الإستدامة والمسؤولية الاجتماعية.
					المتغير التابع: الميزة التنافسية
					تساعد الإستثمارات المستدامة في الوصول لمستويات جودة أعلى وتحسين الميزة التنافسية.
					توفر الأنشطة المستدامة الوصول إلى أفضل الموارد المستخدمة لتحسين الميزة التنافسية
					تعمل الشركة على تحقيق مشاركة فعالة مستدامة لتحسين مستويات الجودة.
					توفر الأنشطة المستدامة السهولة والسرعة في تحسين مستويات الجودة بالشركة.
					مستوى الجودة المتحقق في ظل الأنشطة المستدامة والدور المجتمعي الملموس في الواقع.
					زيادة التوجه نحو الإستدامة والمسؤولية المجتمعية يعمل على تقليل التكلفة في الأجل الطويل.

دور الإستدامة الدولية والمسؤولية الاجتماعية في تحسين الميزة التنافسية في الشركات الناشئة والمملكة العربية السعودية

د/ محمد الله أبانمي & د/ محمد الله فيصل ياسين سلطان

					تضمن مشاركة الشركة في الإستثمارات المستدامة الحفاظ على الموارد وتقليل التكلفة.
					تحقق أخلاقيات الأعمال في الشركة الدور المجتمعي في المسؤولية الاجتماعية تقليل تكاليف التلوث في البيئة.
					تتجاوز منافع الإستدامة في الشركة التكاليف التي يتم تحويلها إلى الإستثمارات الخضراء.
					تؤثر زيادة الإستثمار في الأنشطة المستدامة في تخفيض مستويات تكلفة البيع.
					ترتبط الإستثمارات المستدامة بمستوى الابتكار والإبداع في الشركة.
					تراعي الشركة زيادة الربط بين الإستثمارات المستدامة والمسؤولية الاجتماعية وتوفير فرص الابتكار.
					يتحقق مستوى ابتكار أفضل للعاملين في ظل زيادة التوجه نحو الإستدامة.
					تضمن المسؤولية الاجتماعية تحسين مستمر في الميزة التنافسية المتحققة في الشركة.
					تتحقق مستويات مرتفعة من الإبداع والابتكار في ظل الإنفاق على الأنشطة المستدامة وبالتالي الميزة التنافسية.