

المسئولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية

أ.م.د. نبيل عبد المطلب محمد عمر

استاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية – كلية

التربية الرياضية – جامعة المنصورة

د. أحمد كمال محمود عوض الله

مدرس بقسم الإدارة الرياضية – كلية التربية

الرياضية – جامعة حلوان

المقدمة:

يعتبر مصطلح المسئولية الاجتماعية مفهوم جديد نسبياً في مجال الإدارة الرياضية، فعلى الرغم من زيادة ممارسات المسئولية الاجتماعية في أدبيات الإدارة في النصف الثاني من القرن العشرين، إلا أن المسئولية الاجتماعية حظيت بالقليل من الاهتمام في مجال الإدارة الرياضية، والسبب في ذلك قد يرجع إلى ضياع الكثير من الوقت في النظر إلى الرياضة على أنها مجرد هواية فقط. (٨٩:٣٤)

والمسئولية الاجتماعية كما يذكر (النملة) (٢٠٠٩) قديمة قدم الإنسان فقد مارسها الإنسان عملياً وإن لم يتبلور لديه مفهومها، فهي معروفة لدى الثقافات القديمة والمتجددة (٨٣:١٥) ولكن الجديد هو إطلاق هذا المفهوم، فقد ذكر (عواد) (٢٠١٠) أنها بدأت عبر الشركات الكبيرة عابرة القارات وذلك لاعتبارين هما: البيئة الداخلية للعمل ومخاطر الشركات الصناعية والبتروولية على البيئة" (٢٢:٣٢)، كما ذكر (الأسرج) (٢٠١٢م) أن المسئولية الاجتماعية لم تظهر جزافاً ولكن وفقاً لمسببات ودوافع، ومنها العولمة وتزايد الضغوط الحكومية والشعبية والتطورات التكنولوجية المتسارعة. (٦٠:٨)

كما يؤكد الميثاق الأولمبي على واحدة من أهم مبادئه الأساسية عند تأكيده على أن الفكر الأولمبي يهدف إلى إيجاد التربية البدنية والرياضة التي تخدم التطور البشري بطريقة متناسقة، وتشارك الحركة الأولمبية بالتعاون مع المنظمات الأخرى في تحقيق هذا الهدف وانتشاره كأسلوب تفكير، كما تقوم اللجنة الأولمبية الدولية في إطار الميثاق الأولمبي بتشجيع المنظمات الرياضية والهيئات العامة واستغلال جهودهم لتأمين المستقبل الاجتماعي والمهني للرياضيين، والتأكيد على أن الدورات الأولمبية تعطي اهتماماً خاصاً بقضايا البيئة والحفاظ عليها وتطويرها بما يسمح بتحقيق أهدافها. (٢٠)

والمؤسسات الاقتصادية جزء من هذه المنظومة المجتمعية ويعد الغرض الأساس من قيامها بدورها في المسئولية الاجتماعية. هو المساهمة بشكل فعال في عملية التنمية، فلم ولن

تحدث تنمية في أي مجتمع بالاعتماد على الجهد الحكومي الرسمي فقط، كما أن أعظم الدول اقتصادياً تتقاسم مسؤولية التنمية والتطوير والبناء مع قطاع الأعمال الخاص. ولولا ذلك لما استطاعت أغنى الدول القيام بمسئولياتها على مختلف الجهات الاقتصادية والتربوية والصحية والتنمية وكذا الرياضية، ولو تم العزل بين مسؤولية تلك المؤسسات ومسئوليات الدولة لما استطاع أي منهما تحقيق أهدافه بصورة كاملة، ولو لم يحدث هذا التكاتف في تحمل المسؤولية لظهر لنا نوعين من البشر أحدهما يتصف بسلبية تامة غير مرغوبة.

فالنظرة الشاملة للإدارة العليا لهذه المؤسسات الاقتصادية تحتم عليها في بعض الأحيان الخروج عن حيز التفكير الاقتصادي والربحي لفترة وجيزة، ووضعه في الإطار المقبول، وتعديل الفكر الإداري وصولاً لأن تسهم تلك المؤسسات في لعب الدور المؤثر والظاهر في المجال الاجتماعي والبيئي بجانب حقها الأساس في التفكير الاقتصادي الذي بنيت من أجله ولا يلومها أحد على السعي إليه.

والكثير من المؤسسات الاقتصادية العالمية والمحلية انتبهت مؤخراً لهذا الدور بصورة بدأت بطريقة غير مباشرة في بعضها ومباشرة ومقننة في بعضها الآخر، وتم الانتباه إليها بشكل منظم بعد رؤية العائد منها ومردودها على الإجمالي من الناتج العام لهذه المؤسسات ولغيرها من المؤسسات التي تلعب دور اللاعب الرئيس في فريق الاقتصاد العالمي.

وبنظرة فاحصة إلى ما تتفقه بعض المؤسسات على البرامج المتصلة بتقديم خدمات في المجتمع مساهمة منها في تحمل الدور نحو المسؤولية الاجتماعية كجنرال إلكتريك، وأي بي إم، ومرسيدس، والبنوك الخاصة والحكومية، وشركات الطعام، وشركات المشروبات الغازية، وشركات الاتصالات، وغيرها سواء بمركزها الرئيس أو بفروعها الموزعة على جميع الأنحاء، يرى أن لهذه المسؤولية الاجتماعية أهمية وقيمة لهذه المؤسسات، فضلاً عن مردودها الطيب في كل الأحوال سواء بالنسبة للجهة المقدمة للخدمة أو الجهات المستفيدة منها.

والفلسفة الحديثة لإدارة الأعمال تنظر إلى المنظمة على أنها جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تعمل فيه بما تحمله من مسؤولية تجاه البيئة التي تنتمي إليها، فعلى الرغم من تحمل المنظمات تكاليف قد تكون مرتفعة نوعاً ما لأداء دورها الاجتماعي، إلا أنه في المقابل تستثمر المؤسسات هذه الأموال لبناء السمعة الجيدة بالإضافة إلى اعتبار هذه التكاليف ثمناً لشراء ولاء العملاء والحصول على رضاهم الذي يؤدي في النهاية إلى الحصول على عملاء جدد. (٢٠١٧:٣٠) أو الاحتفاظ بما لديها من عملاء على أقل تقدير.

وقد أشار (مركز مراس للاستشارات ٢٠١١م) (٢٦) إلى أن من أهم أهداف المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات سعيها لاكتساب ثقة الجمهور وتحقيق السمعة الحسنة، كما تهدف إلى زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع، تحسين مستوى الحياة المعيشية، وتنمية المهارات لدى أفراد المجتمع مساندة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية. وقد شرعت معظم الاتحادات والمؤسسات الرياضية والاقتصادية في دول العالم الأجنبية والعربية إلى إنشاء ما يسمى بلجان المسؤولية الاجتماعية والبيئة، وتعد وكالة "Impact CSR" (٣١) هي أول وكالة متخصصة في تقديم حلول المسؤولية الاجتماعية المتكاملة للقطاع الرياضي والوحيدة في منطقة الخليج العربي والتي تقوم على خلق قيمة مشتركة تربط الرياضة والرياضيين والشركات المستثمرة في القطاع الرياضي بالمجتمع من خلال برامج مسؤولة وهادفة، حيث بدأت رحلة "Impact" في مايو ٢٠١١م لتسد الفجوة بين المؤسسات الرياضية والمجتمع، فاستغلت قوة وشعبية الرياضة كلغة عالمية للتواصل والعمل على حل قضايا مختلفة في منطقة الخليج العربي.

مشكلة الدراسة:

بشكل عام يوجد القليل من الدراسات العلمية التي تبحث في المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية بصفة عامة وتكاد تخلو ساحة الأبحاث العلمية في المكتبة الرياضية والإدارة الرياضية من الأبحاث المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية الموجهة تجاه الرياضة، مما دعا معظم الباحثين والدراسات ومنها دراسة Rosca (2011) (٣٨) التي أوصت في نتائجها إلى أنه يجب حث الأكاديميين للبحث بصورة أكثر في استخدام المسؤولية الاجتماعية في المجال الرياضي، حيث توجد ندرة في الأدبيات التي تبحث في هذا المجال.

وفكرة التركيز على هامش الربح فقط لدى المؤسسات الاقتصادية لم يعد مقبولاً ويصعب الوصول إليه دون المرور على جانب النشاط الاجتماعي والالتزام بالقيام بدور ظاهر ومؤثر بل وفاعل تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن لهذه المؤسسات القبول من المجتمع والاستمرار بتميز، وبمراجعة الباحث للكثير من الهيئات التي تدخل الرياضة ضمن فعاليتها. لمس اختلافات كبيرة بين الدور الحالي الذي تلعبه المؤسسات الاقتصادية تجاه الرياضة بهذه الهيئات وبين الدور المتوقع منها.

وما سبق يوضح المشكلة الأساسية للدراسة الحالية كونها تسعى إلى التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية من جوانبها الثلاث والتي تتمثل في الهدف والمردود، والاهتمام والتخطيط، وكذا مجالات المساهمة.

سعيًا إلى الخروج ببعض النقاط التي من شأنها تحديد الواقع بدقة والوصول إلى توصيفه بما يسمح بالتوجيه المعتدل لبرامج المسؤولية الاجتماعية المقدمة من المؤسسات الاقتصادية في مجال الرياضة.

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من الاعتبارات التالية:

١. تعد هذه الدراسة - على حد علم الباحثان - من الدراسات الأولى الساعية إلى تسليط الضوء على دور المؤسسات الاقتصادية في مجال المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة.
٢. تنامي الاهتمام العالمي بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في مختلف المجالات ومنها المجال الرياضي.
٣. تعدد الفوائد التي تعود على المجال الرياضي من تنبيه المؤسسات الاقتصادية إلى تفعيل الدور الواجب عليها تجاه المسؤولية الاجتماعية في مختلف المجالات ومنها المجال الرياضي.
٤. قيام المؤسسات الاقتصادية بدورها الفاعل في المسؤولية الاجتماعية يخفف من عبء الدول ويشترك معها في تحمل مسؤولية البناء والتنمية.
٥. قد تكون نتائج هذه الدراسة نواة لدراسات أخرى تبحث في موضوع المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة في ضوء أهداف وجهات أخرى.

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية" وذلك من خلال التعرف على النقاط التالية:

١. أهداف المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية.
٢. واقع الاهتمام والتخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية.
٣. مجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الحالية الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: "ما واقع المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية" وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما أهداف المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية؟

٢. ما واقع الاهتمام والتخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية؟

٣. ما مجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية؟

مصطلحات الدراسة:

المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة:

يقصد الباحثان بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية تجاه الرياضة في هذه الدراسة بأنها " الالتزام القيمي للمؤسسات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية الرياضية والعمل على تحسين بيئة الممارسة لأبناء المجتمع بمختلف فئاتهم وميولهم تحقيقاً لدورها الواجب كجزء من نسيج المجتمع الذي تنتمي إليه".

الدراسات السابقة:

١. دراسة Athanasopoulou & Douvis & Kyriakis (2011) (٣٥) بعنوان

"المسؤولية الاجتماعية في الرياضة مقدمات ونتائج" بهدف تحديد أنواع المبادرات المقدمة من قبل المنظمات الرياضية تجاه المسؤولية الاجتماعية، واستخدام الباحث المقابلة الشخصية وتحليل المحتوى لجمع بيانات الدراسة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بدراسة الحالة، وشملت الدراسة الفريقين أصحاب التصنيف الأول في كل من كرة القدم، وكرة السلة برابطة الأندية الرياضية باليونان، وأظهرت نتائج الدراسة أن إدارة المسؤولية الاجتماعية يجب أن تأخذ في الاعتبار التعامل بإيجابية فيما يخص مجموعات الضغط المؤثرة من جهات متعددة مثل (المجتمع، والمتعهدون، والفرق، والمنظمات العالمية)، وعمل توازن بين الفوائد الاجتماعية والمؤسساتية لنشاطات المسؤولية الاجتماعية، وكذلك دمج المسؤولية الاجتماعية ضمن إستراتيجية الفرق.

٢. دراسة Walters & Tacon (2011) (٤٠) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية في الأندية

الرياضية الأوروبية"، بهدف التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لفرق كرة القدم الأوروبية، واستخدمت الاستبيان كأداة للدراسة، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بدراساته المسحية، وضمنت عينة الدراسة (٤٣) اتحاداً فيدرالياً من مجموع (٥٣) اتحاداً، كما ضمنّت العينة (١١٢) نادياً من (٧٣٠) نادياً موزعين على (٤٤) دولة أوروبية، وكان من أهم نتائج هذه الدراسة، عدم وجود نشاط أو مستوى بعينه يمكن أن يعتمد عليه في

ترجيح برامج المسؤولية الاجتماعية لدى الجهات عينة الدراسة، وكذلك عدم وجود إستراتيجية واضحة لدى معظم الاتحادات الفيدرالية، بينما وجدت هذه الاستراتيجية لدى عدد قليل من الأندية الرياضية.

٣. دراسة مركز مراس للاستشارات الإدارية (٢٠١١) (٢٦) بعنوان "واقع برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات السعودية بمدينة الرياض" بهدف التعرف على آراء المستفيدين من برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات، واستخدم المركز الاستشاري الاستبيان لجمع البيانات، كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة الدراسة الشركات التابعة للغرفة التجارية بمدينة الرياض والمستفيدين من الخدمات الاجتماعية للشركات والقائمين على المؤسسات الخيرية، وكان من أهم النتائج أن ٥٧% من عينة الشركات لديها برامج للمسؤولية الاجتماعية تقدم للمجتمع الداخلي للشركة. كما جاءت البرامج الاجتماعية في مقدمة هذه البرامج التي تقدم لعينة المستفيدين.

٤. دراسة (2010) Akansel & Ozden (٣٣) بعنوان تنفيذ المسؤولية الاجتماعية في نوادي كرة القدم الأوروبية" بهدف التعرف على أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي قامت بتنفيذها أندية كرة القدم الأوروبية، واستعانت الدراسة بالاستبيان لجمع بيانات الدراسة، كما اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وقد اقتصرت الدراسة على ثلاثة أندية أوروبية حققت بطولة الدوري وهي (نادي برشلونه الاسباني، نادي بيشكتاش التركي، نادي مانشستر يونايتد الانجليزي)، وكان من أهم نتائج هذه الدراسة: تنوع أنشطة المسؤولية الاجتماعية في الأندية عينة الدراسة، عدم تناسب أنشطة المسؤولية الاجتماعية لهذه الأندية مع الكثافة السكانية.

٥. دراسة (2010) Ngwenya (٣٧) بعنوان "محفزات الاستثمار ذات القيمة للشركات في مبادرات المسؤولية الاجتماعية المتعلقة بالرياضة" بهدف التعرف على أسباب توجه الشركات في جنوب إفريقيا للاستثمار في برامج المسؤولية الاجتماعية المتعلقة بالرياضة، وتم استخدام المقابلة لجمع بيانات الدراسة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بدراسة الحالة، وتكونت عينة الدراسة من خمسة مدراء للشركات، وكان من أهم نتائج الدراسة اعتماد المؤسسات والشركات الاقتصادية في جزء من استثمارها على برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة تحقيقاً لمجموعة من الأهداف والتي يأتي على رأسها: التكامل الاجتماعي، والتنمية الاقتصادية للبيئة، ومساندة الدولة في تطبيق استراتيجياتها، وتطوير وتحسين أداء الشركات من خلال زيادة قاعدة عملائها، وتحقيق الرضا الفوري، إضافة إلى الفوائد المعنوية الأخرى.

٦. دراسة الزهراني (٢٠١٠) (٢٨) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص: دراسة اجتماعية لإسهامات المؤسسات الخاصة في العمل الاجتماعي بمدينة جدة" بهدف التعرف على مدى قيام مؤسسات القطاع الخاص بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع والمعوقات التي تحول دون تحقيق ذلك الدور، واستخدم المقابلة الشخصية والاستبيان لجمع بياناته، كما استخدم المنهج الوصفي المسحي، وشملت العينة عدداً من مدراء المؤسسات، والعاملين، والمستفيدين من البرامج المقدمة من المؤسسات الاقتصادية، وكان من أهم النتائج أن الجانب الاجتماعي ببرامج المسؤولية الاجتماعية يأخذ النصيب الأكبر في أولوية الاهتمام للإدارات الحديثة للقطاع الخاص، كما أظهرت وجود بعض المعوقات التي تحد من النشاط الاجتماعي للمؤسسات من أبرزها قلة الدعم الحكومي، عدم وجود أقسام خاصة بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات والحد من صلاحيات الإدارة في الصرف على البرامج الاجتماعية.

٧. دراسة عيسى (٢٠٠٩) (١٦) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات" بهدف التعرف على دوافع شركات القطاع الخاص نحو المساهمة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، وتحليل عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات وبيان أثر ذلك على أدائها ونتائجها الاقتصادية، واستخدم تحليل الوثائق لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، كما استخدم المنهج الاستقرائي، وتكونت العينة من شركات القطاع الخاص في جمهورية مصر العربية، وكان من أهم نتائج الدراسة: يشكل الانتشار وكسب العملاء أحد دوافع شركات القطاع الخاص نحو المساهمة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، كما أن حصر وقياس التكاليف الاجتماعية المترتبة على ممارسة الشركة لمسئولياتها الاجتماعية مع الإفصاح عنها في التقارير والقوائم المالية الصادرة عن الشركة، يوفر أداة مهمة لها للتنافس مع غيرها من الشركات للحصول على بعض الامتيازات.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي بدراساته المسحية بخطواته وإجراءاته.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية، وتم اختيار عينة الدراسة من المؤسسات الاقتصادية بناء على مجموعة من المعايير كان من أهمها:

- الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات في المجتمع.
- ميزانية المؤسسة.
- شهرة المؤسسة.
- حجم المؤسسة.

هذا وقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية من ضمن أكبر المؤسسات الاقتصادية العاملة بالمملكة والتي بلغ عددها (٢٤) أربعة وعشرون مؤسسة في ضوء المعايير المحددة مسبقاً.

جدول (١)

توصيف عينة الدراسة من المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية
قيد الدراسة وفقاً لمجال عمل المؤسسة

النسبة المئوية من العينة	العدد	مجالات عمل المؤسسات الاقتصادية
٣٧,٥٠%	9	١. الخدمات
١٦,٦٧%	4	٢. الأغذية
٨,٣٣%	2	٣. صناعة السلع الاستهلاكية
١٢,٥٠%	٣	٤. صناعة السلع الاستثمارية
٢٥,٠٠%	6	٥. التجارة (البيع والشراء)
١٠٠%	٢٤	المجموع

أدوات جمع البيانات:

الاستبيان:

- تم الاستعانة باستبيان قام الباحثان ببنائه للتعرف على الدور الذي تقوم به المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية نحو المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة، متبعاً في ذلك الخطوات العلمية لبنائه والتي تمثلت في الخطوات التالية:
- تحليل المراجع العلمية والدراسات المرجعية التي أمكن التوصل إليها والتي تتصل بموضوع المسؤولية الاجتماعية.
- من خلال الخطوة السابقة، تم التوصل إلى تحديد المحاور الرئيسة للاستبيان والتي شملت عدد (٣) ثلاث محاور تم عرضها على السادة الخبراء والمتخصصين في الإدارة الرياضية (مرفق ١). لإبداء الرأي في مناسبتها أو اقتراح ما يروونه من تعديل أو حذف أو دمج أو إضافة، وكذا تحديد الأهمية النسبية لكل محور، وجاءت نتيجة آراء الخبراء كما في جدول (٢).

جدول (٢)

توصيف آراء الخبراء على المحاور المقترحة لاستبيان المسؤولية الاجتماعية (ن = ٦)

الأهمية النسبية	التكرار				اسم المحور	المحور
	النسبة المئوية	يعدل	غير موافق	موافق		
١٢,٥%	١٠٠%	-	-	٦	الأهداف	الأول
٣٧,٥%	١٠٠%	-	-	٦	الاهتمام والتخطيط	الثاني
٥٠%	١٠٠%	-	-	٦	مجالات المساهمة	الثالث

- وبناء على نتائج الجدول السابق وفي ضوء ما تم الاطلاع عليه من كتب مرجعية ودراسات علمية قام الباحثان بصياغة عدد (٤٤) أربعة وأربعون عبارة للاستبيان تم توزيعها على المحاور في ضوء الأهمية النسبية لكل محور والتي أنضحت للباحثان من آراء الخبراء، وبهذا أصبح عدد العبارات المندرجة تحت كل محور (٦) ست عبارات للمحور الأول "الأهداف"، (١٦) ستة عشر عبارة للمحور الثاني "الاهتمام والتخطيط"، (٢٢) اثنتان وعشرون عبارة للمحور الثالث "مجالات المساهمة".
- تم عرض الاستبيان في صورته المبدئية على الخبراء للتعرف على آرائهم فيما يتصل بمناسبة العبارات المندرجة تحت كل محور، وكذا ما يروونه من حذف أو تعديل أو إضافة.
- بعد تحليل آراء الخبراء حول الصورة المبدئية للاستبيان تم استبعاد عدد (٤) أربع عبارات، بمثابة: عدد (١) عبارة من المحور الأول، وعدد (١) عبارة من المحور الثاني، وعدد (٢) عبارة من المحور الثالث، وبهذا أصبح عدد العبارات الإجمالي للاستبانة (٤٠) عبارة، موزعة كما يلي: (٥) خمس عبارات للمحور الأول "الأهداف"، (١٥) خمسة عشر عبارة للمحور الثاني "الاهتمام والتخطيط"، (٢٠) عشرون عبارة للمحور الثالث "مجالات المساهمة". جدول (٣).

جدول (٣)

الصورة النهائية لاستبيان المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية

عدد العبارات	المحور	
٥	الاهداف	الأول
١٥	الاهتمام والتخطيط	الثاني
٢٠	مجالات المساهمة	الثالث
٤٠	الاستبيان	

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحثان بإجراء الدراسة الاستطلاعية على عدد (١٠) من المديرين التنفيذيين والعاملين بمجال المسؤولية الاجتماعية ببعض المؤسسات من داخل المجتمع وخارج عينة الدراسة، في الفترة من ١/٢٠/٢٠١٥م.

واستهدفت الدراسة الاستطلاعية التعرف على:

- مناسبة الصياغة.
- مناسبة المحتوى.
- تحديد زمن الإجابة.
- إيجاد الصدق والثبات.
- وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية:
- مناسبة الصياغة.
- مناسبة المحتوى.
- تراوح زمن الإجابة على الاستبيان بين (٥ : ٧) دقائق وهو زمن مناسب لا يبعث على الملل.

الصدق:

استعان الباحثان بالطرق التالية لحساب الصدق:

أ- صدق المحكمين (الخبراء):

قام الباحثان بعرض الاستبيان على الخبراء والمختصين في مجال الإدارة الرياضية وتوصل من خلال تحليل آرائهم إلى صدق الاستبيان الحالي وصلاحيته في التعرف على ما وضع من أجله.

ب- صدق الاتساق الداخلي:

للتأكد من صدق الاستبيان استخدم الباحثان صدق الاتساق الداخلي من خلال تطبيق الاستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية على عدد (١٠) من المديرين التنفيذيين والعاملين بمجال المسؤولية الاجتماعية ببعض المؤسسات الاقتصادية العاملة بالمملكة العربية السعودية ومن نفس مجتمع الدراسة، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية دالة احصائياً بين درجات عبارات المحاور وبين الدرجة الكلية للمحاور عند مستوى معنوية ٠.٠٥ مما يدل على صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

جدول (٥)

صدق الاتساق الداخلى للاستبيان

ن=١٠

معامل الارتباط	المحاور	
*٠.٩١٥	الاهداف	الاول
*٠.٨٩٤	الاهتمام والتخطيط	الثانى
*٠.٩٠٦	مجالات المساهمة	الثالث

قيمة معامل الارتباط الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 0.632$ دال*

يتضح من جدول (٥) وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين درجات محاور الاستبيان وبين الدرجة الكلية للاستبيان عند مستوى معنوية 0.05 مما يدل على صدق الاتساق الداخلى للاستبيان.
ثانياً: الثبات

استخدم الباحثان طريقة التجزئة النصفية لسبيرمان براون وطريقة جتمان العامة وألفا كرنباخ للتأكد من ثبات الاستبيان من خلال تطبيق المقياس على عينة الدراسة الاستطلاعية، وكانت النتائج كما يتضح من جدول (٦):

جدول (٦)

ثبات التجزئة النصفية للاستبيان

ن=١٠

معامل الثبات			معامل الارتباط	المحاور	
الفاكرنباخ	جتمان	سبيرمان براون		الاهداف	الاول
٠.٨٥٢	٠.٨٩١	٠.٩٠٥	*٠.٨٢٦	الاهداف	الاول
٠.٨٣٧	٠.٨٨٣	٠.٨٩٧	*٠.٨١٣	الاهتمام والتخطيط	الثانى
٠.٨٧٦	٠.٨٩٧	٠.٩٢٨	*٠.٨٦٥	مجالات المساهمة	الثالث
٠.٨٦٥	٠.٨٩٤	٠.٩١٢	*٠.٨٣٩	الاستبيان	

قيمة معامل الارتباط الجدولية عند مستوى معنوية $0.05 = 0.306$ دال*

يتضح من جدول (٦) وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين العبارات الفردية والعبارات الزوجية لمحاور الاستبيان عند مستوى معنوية 0.05 وارتفاع قيم معاملات الثبات مما يدل على ثبات الاستبيان.

الدراسة الاساسية

تم تطبيق الدراسة الاساسية فى الفترة من ٢٠١٥/٢/١ إلى ٢٠١٥/٢/٢٨ على عينة الدراسة الاساسية المكونة من المديرين التنفيذيين والعاملين بمجال المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة ثم تم جمع النتائج وتحليلها احصائيا.

المعالجات الاحصائية

تم استخدام الحزمة الاحصائية للعلوم السلوكية والاجتماعية SPSS20 لإجراء المعالجات الاحصائية التالية:

- معامل الارتباط البسيط لبيرسون
- معامل ثبات التجزئة النصفية لسبيرمان براون
- معامل ثبات جتمان بالطريقة العامة
- معامل ثبات الفا كرنباخ
- النسبة المئوية
- اختبار مربع كاي (٢كا)
- النسبة الترجيحية

تم حساب مستوى التقييم لإجابات عينة الدراسة عن طريق المتوسط المرجح لميزان تقدير ليكرت الثلاثي (نعم، إلى حد ما، لا) من خلال حساب طول الفترة $(٠.٦٦ = ٣/٢)$.

عرض ومناقشة النتائج:

عرض نتائج التساؤل الاول: ما أهداف المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية:

جدول (٧)

النسبة الترجيحية وكا ٢ لأهداف المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية

الترتيب	٢كا	النسبة الترجيحية	لا		الى حد ما		نعم		العبارة
			عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
٤	٤.٠٠	%٧٢.٢	٤	%١٦.٧	١٢	%٥٠.٠	٨	%٣٣.٣	١
٥	٥.٢٥	%٧٥.٠	٣	%١٢.٥	١٢	%٥٠.٠	٩	%٣٧.٥	٢
١	*٢٤.٢٥	%٩٣.١	٠	%٠.٠	٥	%٢٠.٨	١٩	%٧٩.٢	٣
٣	*٩.٢٥	%٨١.٩	١	%٤.٢	١١	%٤٥.٨	١٢	%٥٠.٠	٤
٢	*١٨.٢٥	%٩٠.٣	٠	%٠.٠	٧	%٢٩.٢	١٧	%٧٠.٨	٥

قيمة كا ٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ دال *

يشير جدول (٧) الى وجود فروق دالة احصائيا بين استجابات عينة الدراسة في الاهداف أرقام (٣، ٤، ٥) لصالح الاختيار نعم حيث يتضح أن هذه الاهداف قد لاقت اكبر درجة للموافقة لدى عينة الدراسة ، بينما لا توجد فروق دالة بين استجابات عينة الدراسة في الهدفين رقمي (١، ٢) وتراوحت النسبة الترجيحية للموافقة على الاهداف بين (٧٢.٢%)، (٩٣.١%).

ويتضح أيضا أن أعلى نسبة ترجيحية للأهداف كانت للهدف " تستخدم برامج المسؤولية الاجتماعية في الرياضة بغرض الدعاية للمؤسسة بنسبة ترجيحية (٩٣.١%) ثم

الهدف تستثمر برامج المسؤولية الاجتماعية بمجال الرياضة في الترويج لمنتجات المؤسسة بنسبة ترجيحية (٩٠.٣%) ثم الهدف تسهم برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة في زيادة حجم مبيعات المؤسسة بنسبة ترجيحية (٨١.٩%).

ويمكن تفسير ارتفاع النسبة الترجيحية أمام العبارات (٤،٣،٥) على الترتيب. بأنها نتيجة طبيعية تسعى إليها كل مؤسسة، فما من مؤسسة اقتصادية إلا وكانت الدعاية والترويج وزيادة حجم المبيعات من الأهداف الرئيسة التي تضعها نصب أعينها عند التفكير في صرف أي مبالغ مالية لأي نوع من النشاط المجتمعي، وتتفق هذه النتائج مع بعض ما جاء من نتائج دراسة Ngweny (2010) (٣٧) والتي أكدت على أن من أهم محفزات الاستثمار عند الشركات في برامج المسؤولية الاجتماعية المتعلقة بالرياضة كانت متمثلة في العمل على زيادة قاعدة العملاء، ودراسة عيسى (٢٠٠٩) (١٦) والتي أفادت أهم نتائجها بأن الانتشار وكسب العملاء يشكل أحد دوافع شركات القطاع الخاص نحو المساهمة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، كما تتفق أيضاً مع ما أشار إليه مركز مراس للاستشارات (٢٠١١م) (٢٦) إلى أن من أهم أهداف المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات سعيها لاكتساب ثقة الجمهور وتحقيق السمعة الحسنة.

كما يرى الباحثان أن النتائج التي جاءت بتدني النسبة الترجيحية أمام العبارة رقم (١) "لبرامج المؤسسة نحو المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة نشرات دورية" والتي جاءت في الترتيب قبل الأخير في المحور الأول بنسبة ترجيحية (٧٥.٠٠%). تتفق منطقياً مع ما جاء من نتائج أمام العبارة رقم (٦) في الرد على نتائج التساؤل الثاني والتي تتصل بـ "توجد إدارة متخصصة لبرامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة" والتي جاءت نسبتها الترجيحية (٦١،١%) ممثلة الترتيب قبل الأخير في قائمة العبارات الممثلة للمحور (جدول ٨)، وهذا دليل قاطع على أن دخول التوثيق والعمل باحترافية مع الهيئات المتخصصة يستلزم إدارة متخصصة تصل بتفكيرها إلى هذه المرحلة، فكلما خضعت برامج المسؤولية الاجتماعية لإدارة متخصصة ذهب تفكيرها إلى توثيق أنشطتها، وتنظيم الملفات الخاصة بذلك.

ويمكن الربط بين النسبة الترجيحية لإجابات عينة الدراسة على العبارة رقم (٤) في المحور الأول "تتعاقد المؤسسة مع هيئات متخصصة لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة" والتي جاءت أمام أقل نسبة ترجيحية في عبارات المحور بنسبة (٧٢.٢%) يمكن الربط بينها وبين ما جاء من نتائج أمام العبارة رقم (١٨) في الرد على نتائج التساؤل الثاني والتي تتصل بـ "تخضع اتفاقيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في مجال الرياضة لمستوى محدد" والتي جاءت نسبتها الترجيحية (٥٢.٨%) ممثلة الترتيب الأخير في قائمة

العبارات الممثلة للمحور (جدول ٨)، حيث ان عدم وجود مستويات محددة ملزمة للمؤسسات لا يستدعي الاجتهاد من معظمها في تقديم برامجها بواسطة هيئات متخصصة، وتكتفي معظم المؤسسات بتقديم الدعم المادي أو الاجتهاد في تقديم برامج المسؤولية الاجتماعية بواسطة بعض العاملين بالمؤسسة.

وتتنفق هذه النتائج مع بعض ما جاء من نتائج بدراسة Walters&Tacon (2011) (٤٠) في عدم وجود نشاط أو مستوى بعينه يمكن أن يعتمد عليه في ترجيح برامج المسؤولية الاجتماعية لدى الجهات عينة دراستهما.

عرض نتائج التساؤل الثاني: ما واقع التخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية؟

جدول (٨)

النسبة الترجيحية وكا ٢١ حول واقع التخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية

الترتيب	كا	النسبة الترجيحية	لا		الى حد ما		نعم		العبرة
			نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	
١٤	*٧.٧٥	%٦١.١	%٥٤.٢	١٣	%٨.٣	٢	%٣٧.٥	٩	٦
١١	٣.٢٥	%٦٩.٤	%٣٧.٥	٩	%١٦.٧	٤	%٤٥.٨	١١	٧
١٢	٣.٢٥	%٦٩.٤	%٣٧.٥	٩	%١٦.٧	٤	%٤٥.٨	١١	٨
١٣	*١٢.٢٥	%٦٣.٩	%٥٤.٢	١٣	%٠.٠	٠	%٤٥.٨	١١	٩
٦	*٩.٠٠	%٨٣.٣	%٨.٣	٢	%٣٣.٣	٨	%٥٨.٣	١٤	١٠
٤	*٢٤.٢٥	%٩٣.١	%٠.٠	٠	%٢٠.٨	٥	%٧٩.٢	١٩	١١
١	*٤٢.٢٥	%٩٨.٦	%٠.٠	٠	%٤.٢	١	%٩٥.٨	٢٣	١٢
٣	*٢٨.٠٠	%٩٤.٤	%٠.٠	٠	%١٦.٧	٤	%٨٣.٣	٢٠	١٣

تابع جدول (٨) النسبة الترجيحية وكا ٢١ حول واقع التخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية

٩	٣.٢٥	%٧٣.٦	%١٦.٧	٤	%٤٥.٨	١١	%٣٧.٥	٩	١٤
١٠	*٤.٠٠	%٧٢.٢	%١٦.٧	٤	%٥٠.٠	١٢	%٣٣.٣	٨	١٥
٧	*٧.٧٥	%٨١.٩	%١٢.٥	٣	%٢٩.٢	٧	%٥٨.٣	١٤	١٦
٨	٥.٢٥	%٧٩.٢	%١٢.٥	٣	%٣٧.٥	٩	%٥٠.٠	١٢	١٧
١٥	*٧.٠٠	%٥٢.٨	%٥٨.٣	١٤	%٢٥.٠	٦	%١٦.٧	٤	١٨
٥	*٢٢.٧٥	%٩٠.٣	%٨.٣	٢	%١٢.٥	٣	%٧٩.٢	١٩	١٩
٢	*٣٧.٠٠	%٩٧.٢	%٠.٠	٠	%٨.٣	٢	%٩١.٧	٢٢	٢٠

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ * دال

يشير جدول (٨) الى وجود فروق دالة احصائيا بين استجابات عينة الدراسة فى عبارات الاهتمام والتخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية لصالح الاختيار نعم فيما عدا العبارات أرقام ٧، ٨، ١٤، ١٧ فهى غير دالة احصائيا .

ويتضح أيضا أن أعلى نسبة ترجيحية لواقع الاهتمام والتخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية. كانت للعبارة " تحدد المؤسسة برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة في ضوء توجهات التطوير بالمملكة بنسبة ترجيحية ٩٨.٦% وأقل نسبة ترجيحية كانت للعبارة تخضع اتفاقيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في مجال الرياضة لبنود قانونية ملزمة بنسبة ٥٢.٨%.

ويمكن تفسير حصول العبارة رقم (١٢) " تحدد المؤسسة برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة في ضوء توجهات التطوير بالمملكة" على الترتيب الأول. نظراً لنظام الإدارة في المملكة والذي يضع اعتباراً مهماً لأولي الأمر وتوجهاتهم والسعي الدائم من قبل المؤسسات الاقتصادية للوصول إلى إثبات الولاء للفكر والهدف والدخول في المنظومة الطبيعية للمجتمع، إضافة إلى ما لاحظته الباحث من تكاتف واضح مع مؤسسات الدولة حين يتطلب الأمر ذلك، وهذه ظاهرة يراها الباحث صحية ومطلوبة حتى لا تعزف كل جهة منفردة مما يشنت الجهد ويضيع المكاسب الممكن أن يجنيها الطرفين لو تم عمل المؤسسات بصورة متلاحمة ومتناغمة في ضوء الأهداف والخطط العامة للدولة، كما تتفق معها وتؤكد نفس المعنى والتفسير ما جاء بآراء عينة الدراسة حول العبارة رقم (١٣) " تحدد برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في مجال الرياضة في ضوء تطلعات الجمهور" وحصولها على الترتيب الثالث في النسب الترجيحية الأعلى لعبارات المحور.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه مركز مراس للاستشارات (٢٠١١م) (٢٦) إلى أن من أهم أهداف المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات يمكن أن تتمثل في سعيها إلى تنمية المهارات لدى أفراد المجتمع، ومساندة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية، كما تتفق هذه النتيجة مع ما جاء بدراسة Ngwenya (2010) (٣٧) والتي أظهرت أن أهم محفزات برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات يأتي منها "مساندة الدولة في تطبيق استراتيجياتها".

وما جاء بنتائج هذه الدراسة أمام العبارة رقم (٢٠) "تدخل برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة ضمن اهتمام المسؤولين بالمؤسسة" والتي جاءت في الترتيب الثاني لعبارات المحور، يتفق مع ما أظهرته نتائج دراسة الزهراني (٢٠١٠) (٢٨) والتي جاء من أهم نتائجها اهتمام الإدارات الحديثة للقطاع الخاص ببرامج المسؤولية الاجتماعية، ودراسة

المعهد الدولي لاقتصاد البيئة والصناعة (٢٠٠٧) (٢٧) والتي كان من أهم نتائجها ارتباط برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات بمدى الاهتمام والقناعة الموجودة لدى رجال الأعمال. ويمكن تفسير ذلك بأن برامج المسؤولية الاجتماعية لم يعد ينظر إليها على أنها ظهور ومظهر فقط بل أصبحت تدخل في بؤرة التفكير الإداري تحقياً لتطلعات المجتمعات، ومن ثم أصبحت تشكل أولوية مهمة من متطلبات البقاء والاستمرار والتميز لإدارة أي مؤسسة تهدف إلى الربح بمظاهره الإيجابية.

بينما جاءت أقل نسبة ترجيحية لواقع الاهتمام والتخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية أمام العبارة رقم (١٨) "تخضع اتفاقيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في مجال الرياضة لمستوى محدد" والتي جاءت في الترتيب الأخير لعبارات المحور بنسبة ترجيحية (٥٢.٨%)، في حين سبقتها في الترتيب قبل الأخير العبارة رقم (٦) "توجد إدارة متخصصة لبرامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة" بنسبة ترجيحية (٦١.١%).

وهذه النتيجة لا تحتاج إلى عناء في التفسير، فالمدقق في العبارتين يجد ارتباطاً طردياً بينهما، فكلما كانت هناك مستويات محددة مطلوب تنفيذها ببرامج المسؤولية الاجتماعية. كلما تطلب الأمر وجود إدارة متخصصة تعمل على تنفيذها وإدارتها في ضوء هذه الأهداف والمستويات المحددة، فالإدارة بالأهداف تتطلب بيئة إدارية محترفة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء بدراسة Walters & Tacon (2011) (٤٠) والتي أظهرت عدم وجود نشاط أو مستوى بعينه يمكن أن يعتمد عليه في ترجيح برامج المسؤولية الاجتماعية لدى الجهات عينة الدراسة، وكذا دراسة الزهراني (٢٠١٠) (٢٨) التي أظهرت عدم وجود أقسام خاصة بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات عينة الدراسة التي أجريت بنفس الظروف البيئية للدراسة الحالية.

عرض نتائج التساؤل الثالث: مجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية؟

جدول (٩)

النسبة الترجيحية وكا ٢١ مجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية

الترتيب	كا	النسبة الترجيحية	لا		الى حد ما		نعم		العبارة
			نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	
٤	*٧.٧٥	%٨١.٩	%١٢.٥	٣	%٢٩.٢	٧	%٥٨.٣	١٤	٢١
١٣	٣.٢٥	%٥٦.٩	%٥٠.٠	١٢	%٢٩.٢	٧	%٢٠.٨	٥	٢٢
٧	٣.٢٥	%٧٦.٤	%٢٠.٨	٥	%٢٩.٢	٧	%٥٠.٠	١٢	٢٣
٥	*٧.٠٠	%٧٧.٨	%٢٥.٠	٦	%١٦.٧	٤	%٥٨.٣	١٤	٢٤
١١	٠.٢٥	%٦٥.٣	%٣٧.٥	٩	%٢٩.٢	٧	%٣٣.٣	٨	٢٥
١٢	٠.٢٥	%٦٥.٣	%٣٣.٣	٨	%٣٧.٥	٩	%٢٩.٢	٧	٢٦
١٤	*١٥.٢٥	%٤٨.٦	%٧٠.٨	١٧	%١٢.٥	٣	%١٦.٧	٤	٢٧
١٥	*١٢.٢٥	%٤٨.٦	%٦٦.٧	١٦	%٢٠.٨	٥	%١٢.٥	٣	٢٨
١٧	*٢٧.٠٠	%٤١.٧	%٨٣.٣	٢٠	%٨.٣	٢	%٨.٣	٢	٢٩
٢٠	*٣٦.٧٥	%٣٧.٥	%٩١.٧	٢٢	%٤.٢	١	%٤.٢	١	٣٠
٢	*٣٧.٠٠	%٩٧.٢	%٠.٠	٠	%٨.٣	٢	%٩١.٧	٢٢	٣١
٣	*٣٧.٠٠	%٩٧.٢	%٠.٠	٠	%٨.٣	٢	%٩١.٧	٢٢	٣٢
٨	٣.٢٥	%٧٦.٤	%٢٠.٨	٥	%٢٩.٢	٧	%٥٠.٠	١٢	٣٣
١٠	١.٧٥	%٦٨.١	%٢٥.٠	٦	%٤٥.٨	١١	%٢٩.٢	٧	٣٤
١٦	*١٥.٢٥	%٤٨.٦	%٧٠.٨	١٧	%١٢.٥	٣	%١٦.٧	٤	٣٥
٦	٤.٠٠	%٧٧.٨	%١٦.٧	٤	%٣٣.٣	٨	%٥٠.٠	١٢	٣٦
١	*٤٨.٠٠	%١٠٠.٠	%٠.٠	٠	%٠.٠	٠	%١٠٠.٠	٢٤	٣٧
١٨	*٣١.٧٥	%٤٠.٣	%٨٧.٥	٢١	%٤.٢	١	%٨.٣	٢	٣٨
٩	٣.٢٥	%٧٦.٤	%١٦.٧	٤	%٣٧.٥	٩	%٤٥.٨	١١	٣٩
١٩	*٣١.٧٥	%٣٨.٩	%٨٧.٥	٢١	%٨.٣	٢	%٤.٢	١	٤٠

قيمة كا الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ = ٥.٩٩ دال *

يشير جدول (٩) الى وجود فروق دالة احصائيا بين استجابات عينة الدراسة في مجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية لصالح الاختيار نعم فيما عدا العبارات أرقام (٢٢، ٢٣، ٢٥، ٢٦، ٣٣، ٣٤، ٣٦، ٣٩) فهي غير دالة احصائيا.

ويتضح أيضا أن أعلى نسبة ترجيحية لمجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية. كانت

للعبارة "المساهمة في الأنشطة الرياضية لدور الأيتام يدخل ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة" بنسبة ترجيحية (١٠٠.٠%) وأقل نسبة ترجيحية كانت للعبارة "رعاية اللجنة الأولمبية السعودية يدخل ضمن اهتمامات إدارة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة" بنسبة (٣٧.٥%).

ويرى الباحثان أن هذه النسب المرتفعة أمام العبارات الحاصلة على النسب الترجيحية الثلاث الأعلى. جاءت نتيجة طبيعية نظراً لما لهذه العبارات من تدليل قوي على مستوى القيمة والتصاقها بالبعد المعنوي والقيمي الذي يحثنا عليه ديننا الحنيف وتؤكد عليه كل الأعراف والتقاليد المجتمعية لمجتمعاتنا، كما أن أفضل وأقصر طريقة لكسب الرأي العام تأتي بالوصول إلى أكبر قاعدة جماهيرية من خلال الأحياء والمدارس وجمعيات الرعاية .. وغيرها من البيئات التي تشكل مناخاً خصباً لنمو الخبر وتناقله بسرعة.

وتتفق هذه النتائج مع ما جاء بدراسة Ngwenya (2010) (٣٧) والتي جاء من ضمن أهم نتائجها التأكيد على أن برامج المسؤولية الاجتماعية يأتي في أولوية اهتماماتها العمل على المساهمة في إحداث التكامل الاجتماعي، والتنمية الاقتصادية للبيئة، وتحقيق الرضا الفوري، إضافة إلى الفوائد المعنوية الأخرى.

كما أن تقديم الدعم المادي للأندية الرياضية ورعاية الأبطال الرياضيين أصبحت واقع ملموس وظاهرة مؤكدة بالمملكة العربية السعودية، ولا يخفى على أحد ما تشهده الساحة الرياضية السعودية من طفرة كبيرة في مستوى البطولات التي تنظم بالمملكة وخاصة في كرة القدم وألعاب القوى، وما شهدته الرعاية لهذه البطولات من ارتفاع ملحوظ في مقابلها المادي والصرف على الأندية بمبالغ طائلة، والملاحظ أن معظم الشركات والمؤسسات الاقتصادية يشغل أصحابها مكاناً في العضوية الشرفية بأحد الأندية الكبرى ومن ثم يكون وجوده بهدفين أحدهما تقديم الدعم بكافة أشكاله، وثانيهما يمكن أن يتمثل في ضمان الانتشار والتأكيد على وجود مساحة دائمة في أخبار النادي حول مؤسسته تضمن له الاستمرار في الوجود على ساحة الصحافة والإعلام مما يلعب دوراً إيجابياً ومؤثراً في سمعة المؤسسة التي يترأسها.

بينما جاءت أقل نسبة ترجيحية لمجالات المساهمة لبرامج المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية أمام العبارة رقم (٣٠) "رعاية اللجنة الأولمبية السعودية يدخل ضمن اهتمامات إدارة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة" والتي جاءت في الترتيب الأخير لعبارات المحور بنسبة ترجيحية (٣٧.٥%)، في حين سبقتها في الترتيب قبل الأخير العبارة رقم (٤٠) "توفر المؤسسة الظروف والامكانيات المناسبة لممارسة العاملين بها للأنشطة الرياضية" بنسبة ترجيحية (٣٨.٩%)، في حين جاءت في الترتيب الثامن عشر

لعبارات المحور العبارة رقم (٣٨) "المساهمة في الأنشطة الرياضية لكبار السن يدخل ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة" بنسبة ترجيحية (٤٠.٣%).

ويمكن تفسير ما جاء من نتائج للعبارة رقم (٣٠) "رعاية اللجنة الأولمبية السعودية يدخل ضمن اهتمامات إدارة المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة" والتي جاءت في الترتيب الأخير من مجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة، يمكن تفسير ذلك بأن اللجنة الأولمبية بالمملكة تعتمد في ميزانيتها على الإعانة أو الدعم الحكومي بشكل شبه كامل، إضافة إلى ما يخصص لها من دخل المباريات، ورسوم الانتساب والاشتراكات، ويأتي في آخرها التبرعات والهبات يوافق عليها مجلس الإدارة.

كل ذلك يمهّد لتفسير النتيجة الواردة فميزانية اللجنة الأولمبية السعودية المقدمة من الدولة يكفي لتحقيق الأهداف وتنفيذ النشاط بشكل كاف، ويؤكد على ما جاء بنتائج المحور الأول من هذه الدراسة من تركيز الاهتمام في برامج المسؤولية الاجتماعية على الجانب الاجتماعي، وتتفق هذه النتائج مع ما جاء بدراسة مركز مراس للاستشارات الإدارية (٢٠١١) (٢٦) التي أجريت بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية وأظهرت أن البرامج الاجتماعية تأتي في مقدمة برامج المسؤولية الاجتماعية التي تقدم لعينة المستفيدين، وما جاء بدراسة الزهراني (٢٠١٠) (٢٨) والتي أجريت بمدينة جدة بالمملكة العربية السعودية وأظهرت أن الجانب الاجتماعي ببرامج المسؤولية الاجتماعية يأخذ النصيب الأكبر في أولوية الاهتمام للإدارات الحديثة للقطاع الخاص.

كما أن رياضة كبار السن لا تصل إلى مستوى الاهتمام الجيد ببيئة المملكة مما يفسر عدم إقبال المؤسسات الاقتصادية على دعم برامجها التي تكاد لا تذكر قياساً بأنشطة مراكز ونوادي الأحياء والتي سبق وأن احتلت مكانة متميزة من الاهتمام في إستجابات عينة الدراسة على نفس المحور.

وما استرعى الانتباه ما ظهر من ترتيب متدني للعبارة رقم (٤٠) "توفر المؤسسة الظروف والإمكانات المناسبة لممارسة العاملين بها للأنشطة الرياضية" بنسبة ترجيحية (٣٨.٩%) فقط، وترتيبها التاسع عشر لعبارات المحور البالغة عشرون عبارة، على الرغم من المستوى الاقتصادي المتميز للمؤسسات عينة الدراسة، واهتمام ثلاث مؤسسات فقط من عينة الدراسة بتوفير الإمكانيات اللازمة للعاملين بها لممارسة الرياضة، وهذا يتفق مع ما جاء من نتائج بدراسة علق (٢٠٠٠م) (١)، والتي أظهرت أن من معوقات ممارسة المسؤولية الاجتماعية بشكل جيد قد يعود إلى نقص الإمكانيات والمنشآت بالمؤسسة.

ودفع بالباحث إلى مراجعة بعض أفراد عينة الدراسة بعد تحليل النتائج لتفسير ذلك، واتضح للباحث أن النسبة الأكبر من نوعية المؤسسات عينة الدراسة تعمل بمجالات الخدمات والأغذية والتجارة، وأن معظم العاملين في تلك المؤسسات يغلب على عملهم الطبيعة الميدانية، مما يمكن أن يشكل عائقاً للتجمع في مكان واحد في فترة معينة لممارسة النشاط الرياضي، والتفكير الاقتصادي يحتم التخلي عن المكان الذي لا يمكن استغلاله بنسبة ٨٠% على الأقل من الوقت، مما أدى إلى قيام معظم تلك المؤسسات بعقد اتفاقيات شراكة مع أندية الصحة واللياقة المنتشرة بشكل لافت للنظر بالمملكة وبمستويات عالمية، للحصول على خصومات متميزة لاشتراك أعضائها مما قد يكون بديلاً متميزاً لتوفير الخدمة للأعضاء في الوقت والمكان الذي يتناسب وظروف كل منهم.

استنتاجات الدراسة:

- أعلى نسبة ترجيحية لأهداف المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية كانت للهدف "تستخدم برامج المسؤولية الاجتماعية في الرياضة بغرض الدعاية للمؤسسة".
- أعلى نسبة ترجيحية لواقع الاهتمام والتخطيط لبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية. كانت للعبارة "تحدد المؤسسة برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الرياضة في ضوء توجهات التطوير بالمملكة".
- أعلى نسبة ترجيحية لمجالات المساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة لدى المؤسسات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية. كانت للعبارة "المساهمة في الأنشطة الرياضية لدور الأيتام يدخل ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة".

توصيات الدراسة:

- توعية المؤسسات الاقتصادية إلى ضرورة توثيق برامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة.
- ضرورة سن القوانين الملزمة للمؤسسات الاقتصادية في القيام بدور المسؤولية الاجتماعية.
- إلزام المؤسسات الاقتصادية بضرورة وجود إدارة مختصة تهتم ببرامج المسؤولية الاجتماعية.
- التأكيد على المؤسسات الاقتصادية في تهيئة الظروف والامكانيات المناسبة لممارسة الرياضة للأفراد العاملين فيها وتشجيعهم على الممارسة، أو توفير البديل الأمثل.
- إجراء دراسات أخرى لتقييم المسؤولية الاجتماعية تجاه الرياضة في جهات أخرى.
- إجراء دراسات أخرى تستهدف تقويم برامج المسؤولية الاجتماعية في اتجاه الرياضة.

المراجع:

١. أحمد عليق (٢٠٠٠). تقويم البرامج الاجتماعية بمراكز شباب القرى (دراسة ميدانية)، قسم التخطيط الاجتماعي، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان: مصر.
٢. اشرف عبد الرحمن، نهلة قنديل (٢٠٠٩). تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية داخل الشركات وأثرها على ولاء العملاء للعلامة التجارية دراسة ميدانية على شركات المحمول في ج.م.ع. ورقة علمية مقدمة في المؤتمر العلمي الثالث عشر تحت مسمى التوجيهات الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص تجاه المشكلات الاقتصادية والاجتماعية. مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ووزارة الدولة للتنمية الإدارية: القاهرة.
٣. إقبال أبو دوم، أحمد عبد الرحمن (٢٠٠٦). "إدارة المعرفة والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، جامعة أم درمان الإسلامية/ كلية الدعوة، قسم الأديان والدراسات الإستراتيجية، مجلة مؤتمر الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، جامعة العلوم التطبيقية.
٤. إيهاب يونس (٢٠١٠). دور الدولة والمسؤولية الاجتماعية للشركات. المجلة المصرية للدراسات التجارية. ج٤٣، (٣)، ٢٥٧-٣١٢.
٥. بهاء الدين سعد (نوفمبر ٢٠٠٩). المسؤولية الاجتماعية للجامعات الخاصة من وجهة نظر الإدارة دراسة تطبيقية على الجامعات الخاصة المصرية، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر القومي السنوي الثالث عشر لمركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس: مصر
٦. ثامر البكري (٢٠٠١). التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان، ص ٢٤.
٧. جميل الضويحي (١٤٢٣هـ). المسؤولية الاجتماعية، مكتبة المداد: الجوف، السعودية.
٨. حسين الأسرج (٢٠١٢). المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والآفاق من أجل التنمية في الدول العربية. مجلة الكويت الاقتصادية، (٢٣). ٥٦-٩١.
٩. دلال الدوسري (١-٣ ديسمبر ٢٠١٣). المسؤولية الاجتماعية في الرياضة. ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الرابع للمسؤولية الاجتماعية للشركات، الدوحة، قطر.
١٠. شهاب الطه (2002). المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية للمنظمات الانتاجية في توفير مبدأ حماية المستخدم بالتطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة الموصل .
١١. طاهر الغالبي، صالح العامري (٢٠١٠). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. الأعمال والمجتمع. الأردن: دار وائل.
١٢. عبد الرحمن الفنيطير (١٤٢٢هـ). العمل الإداري التطوعي ودوره في تحقيق أهداف الأندية الرياضية دراسة تطبيقية على الأندية الرياضية في منطقة الرياض. رسالة

- ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، معهد الدراسات العليا، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية: الرياض.
١٣. عبود نجم ٢٠٠٦، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، الوراق للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ص ٢٠١-٢٠٢.
١٤. عسكر الحارثي (٢٠٠٩). تجربة المملكة العربية السعودية في ترسيخ أسس المسؤولية الاجتماعية. ورقة عمل مقدمة في الملتقى العربي الأول حول المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، مجلس المسؤولية الاجتماعية بالرياض، مركز البحوث والدراسات: الرياض.
١٥. علي النملة (٢٠١٠). المسؤولية الاجتماعية: شمولية المفهوم وحدائة المصطلح. مجلة الدرعية، العدد ٨١، ٤٦-٩٨.
١٦. عنابي عيسى، الزهرة قسول (٢٠١٢، فبراير). إدارة السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال. ورقة عمل مقدمة في الملتقى الدولي الثالث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة بشار: الجزائر.
١٧. فالج الحوري، ممدوح الزيادات، هاييل عابنه (٢٠١٤). إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية. مجلة شؤون اجتماعية، ج ٣١، (١٢١)، ١١٥ - ١٤٨.
١٨. فتحي النادي (٢٠٠٨). المسؤولية الاجتماعية للإدارة في الدول النامية ودورها في تنمية القدرات الإبداعية للعاملين (حالة عملية من مصر)، الإدارة، مجلة إتحاد جمعيات التنمية الإدارية، المجلد ٤٥، العدد الثالث، يناير، ٢٠٠٨، ص ٣٥.
١٩. فؤاد الحمدي (٢٠٠٣). الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاسها على رضا المستهلك دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية. رسالة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية: العراق.
٢٠. اللجنة الأولمبية الدولية (٢٠١٣). الميثاق الأولمبي، طبع من قبل: Didwedo S.a.ri: لوزان، سويسرا.
٢١. محمد الزامل (١٤١١هـ). الأندية الرياضية ودورها في خدمة الشباب. الدراسة الفائز في المسابقة المفتوحة، إدارة البرامج الأدبية والمكتبات: الرياض.
٢٢. محمد الشيمي (٢٠٠٩). التأهيل العلمي والتعميق العلمي للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص. ورقة علمية مقدمة في المؤتمر العلمي الثالث عشر تحت مسمى التوجيهات الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص تجاه المشكلات الاقتصادية والاجتماعية. مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ووزارة الدولة للتنمية الإدارية: القاهرة.

٢٣. محمد المعاضيدي (2005) ، اثر اخلاقيات العمل في تعزيز ادارة المعرفة" ، دراسة لآراء عينة من تدريسيي جامعة الموصل ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة الموصل .
٢٤. محمد عياش (١٤٣١هـ). المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية طبيعتها وأهميتها. المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، مجموعة البنك الإسلامي للتنمية: جدة.
٢٥. محمد فلاق (٢٠١٣). المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية شركتي "سوناطراك الجزائرية، أرامكو السعودية" أنموذجاً. مجلة الباحث، ج (١٢) . ٢٩-٣٨.
٢٦. مركز مراس للاستشارات (٢٠١١). واقع برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات السعودية بمدينة الرياض. الرياض: مجلس المسؤولية الاجتماعية بالرياض.
٢٧. ناصر الزهراني (١٤٣٠هـ). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص دراسة اجتماعية لإسهامات المؤسسات الخاصة في العمل الاجتماعي بمدينة جدة. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز: جدة.
٢٨. وكالة إمباكت (٢٠١٣). تقرير وكالة "إمباكت سي إس آر" للحلول المستدامة والمسؤولية الاجتماعية في القطاع الرياضي: قطر.
٢٩. يوسف عواد (٢٠١٠). دليل المسؤولية المجتمعية للجامعات. جامعة القدس المفتوحة: القدس.
- 30.Akansel, Burcak. Ates, Evrim. Tapan, Pinan & Ozden, Yasemin. (2010). Implementation of CSR at European Football Clubs. FIFA/CIES Programme in Sport Management, Bahcesehir University: Istanbul.
- 31.Anthony Rosa et outre, (2005). Guide pratique du développement durable , AFNOR, paris,
- 32.Athanasopoulou, P. Douvis, J. & Kyriakis, V (2011). Corporate Social Responsibility (CSR) in Sport: Antecedents and Consequences. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 1(4)-(2011). ISSN: 2223-814X.
- 33.Joël Ernult, Arvind Ashta, (2007) Développement durable, responsabilité sociétale de l'entreprise, théorie des parties prenantes : Évolution et perspectives, Groupe ESC Dijon Bourgogne, Cahiers du CEREN21,.