



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة : علوم التسيير

التخصص : ادارة أعمال

دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة دراسة  
حالة مؤسسة الورود . الوادي .

تحت إشراف:

من اعداد الطلبة:

\* أ.د. مسغوني مني

أحلام شريط

مساعد مشرف الدكتور :

جميلة شمسة

\* زكرياء مسعودي

ناريمان سلطاني

هدى زايد

لجنة المناقشة

الرقم	الاسم واللقب	الجامعة	الرتبة	الصفة
01	عبد الرزاق بن علي	جامعة الشهيد حمه لخضر / الوادي	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
02	مني مسغوني	جامعة الشهيد حمه لخضر / الوادي	أستاذ تعليم عالي	مشرفا مقورا
03	روضة جديدي	جامعة الشهيد حمه لخضر / الوادي	أستاذ محاضر أ	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021م



قال تعالى :

"قالوا سبحانك لا علم لنا الا ما علمتنا انك أنت العليم الحكيم"

صدق الله العظيم

الآية 31 من سورة البقرة

## الاهداء

أشكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لإتمام هذا العمل المتواضع الحمد لله الذي وفقنا لهذا وما كنا لنصل إليه لولا فضل الله علينا ميسر الأعمال الذي أنار لنا الدرب وسخر لنا الأسباب ما يكفي لقطع ثمرة الجهد والاجتهاد.  
اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك و عظيم سلطانك على ما يسرت لي في هذا العمل المتواضع حتى خرج للنور، فسبحانك لا اله إلا أنت أستغفرك و أتوب إليك.

انطلاقاً من قول الرسول صلى الله عليه وسلم: "ومن صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئوه به، فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه"، أتقدم بجزيل الشكر الى أساتذتي المشرفين على هذا العمل اللذان أكن لهما كل الاحترام والتقدير " منى مسعوي " و " زكرياء مسعودي " جعل عملهما في ميزان حسنتهما و كما يطيب لنا أيضا أن نتقدم بالشكر الجزيل للجنة المناقشة على قبولهم مناقشة مذكريتي .

أتقدم بأسمى عبارات التقدير والاحترام الى الذي صدق فيهما قول العزيز "اخْفِضْ هُمَا جَنَاحَ الدُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا" صدق الله العظيم ، الى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب ، الى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظة سعادة ، الى من حصد الأشواك عن ليمهد لي طريق العلم الى القلب الكبير " والدي العزيز " أطال الله في عمره ، والى من أرضعني الحب والحنان ، الى رمز الحب وبلسم الشفاء ، الى القلب الناصع بالبياض ، الى من سهرت لترى أبنائها في المراتب العليا " والدتي الحبيبة " شفاها الله.

الى من لا تحلو الحياة الا بهم الى من شاركوني ظلمة الرحم " أخوتي الغاليين عنتر ونور الدين " والى أخواتي الغاليات " أمال وأسماء " والى نسيبي الغالي " هواري العمامرة " والى زوجة أخي " بثينة " أبناء أخوتي " أصيل وميار وضياء ولجين وأوس وصادق وصابرة " ، حفظهما الله من كل شر.

الى من ربطني بهم صلة الأخوة والصدقة الى كل من " مروة بن كواشي ، طالب أميرة ، بيكي اكرام ، بوصبيع مينا ، سلطاني ناريمان ، ريمي سيرين ، صالحى نسرين ، يسرى غرايسة ، شطي مروة ، زايد هدى ، وفاء شطي " أدام الله عشرتنا.

## الاهداء

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد اذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا

لمن كان عوننا لي أهدي ثمرة جهدي هذا:

الى قدوتي الأولى الى شجرتي التي لا تدبل الى الظل الذي آوي اليه في كل حين الى أعز وأغلى انسان في حياتي ،الذي أنارت دربي بنصائحها وكانت بحرا صافيا يجري بفيض الحب .والبسمة التي زينت حياتي ، الى من منحني القوة والعزيمة لمواصلة الدرب وكان سبب في مواصلة دراستي والذي مهما فعلت لا أوفيه حقه

الى الغالي على قلبي "أبي الحبيب"

الى من ذرفت دمع عيني من فرقاها الى الحبيبة الغالية التي تبقى على بالي ذكرها الى من أقول لها حتى ولم تكن معي ، قسما وربّي لن أنساك ، روح أمي الطاهرة رحمة الله عليها " أمي الغالية".

الى التي كانت خير سند لي في الحياة " أمي فريجة".

الى من شاركني مشوار حياتي بجلوها ومرها أخوتي الغاليين ( غنية ، ضياء ، شفاء ، لجين ، ريماس ، هديل ياسمين ، سميحة ) والى خالاتي العزيزات ( حياة وفتيحة ) ورفيقات دربي ( ميمي ، هدى ، نسرين ، غفران ، هناء ).

الى توأم روحي ورفيق دربي وزوجي العزيز " عماد".

الى كل من كان لهم أثر على حياتي ، والى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي.

ناريمان

## الاهداء

الحمد لله الذي وفقني الى هذا ولم أكن لأصل اليه لولا فضل الله علينا، أما بعد :

أهدي هذا العمل الى من هما قدوتي في الكفاح وحب العمل الى والديا الغاليان "أبي" و "أمي"  
والى كل أفراد عائلتي خصيصا " جدي " و " جدتي"  
الى من كانوا قوتي في ضعفي وسندي خلال مسيرتي الدراسية أخوتي وأخواتي ( عبد الرحمن ، عماد ،  
أيمن ، منال ، أميرة ، ريتاج )  
والى رفيق دربي وسندي زوجي الغالي " عبدو "  
والى صديقاتي التي تقاسمت معهن أجمل الأوقات  
( ميمي ، ناريمان ، غفران ، نسرين ، نهاد ، شيماء ، رحيل )  
والى الذين لم يخلوا علي بتوجيهاتهم ودعمهم طوال مسيرتي الدراسية.

## الاهداء

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا

لمن كان عوننا لي أهدي ثمرة جهدي هذا :

الى قدوتي الأولى الى شجرتي التي لا تدبل الى الظل الذي اوي اليه في كل حين الى اعز وأغلى انسانة  
في حياتي، التي أنارت دربي بنصائحها وكانت بحرا صافيا يجري بفيض الحب، والبسمة التي زينت  
حياتي، الى من منحتني القوة والعزيمة لمواصلة الدرب وكانت سبب في مواصلة دراستي والتي مهما  
فعلت لا اوفيها حقها الى الغالية عبي قلبي "امي الغالية"

الى من ذرفت دمع عيني من فراقه الى الحبيب الغالي الذي يبقى على بالي ذكره الى من أقول له حتى  
ولم يكن معي، قسما وربي لن انساه الى روح ابي الطاهرة رحمة الله عليه " ابي الغالي "

الى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس الى من هم سندي في الحياة اخوتي واخواتي نور الدين، سعيد،

ياسين، محمد، مفيدة، وصباح، عواطف، راوية، وصافية

الى توأم روحي ورفيقة الدرب التي شاركتني الحياة بجلوها ومرها "يمينه ميسه"

والى رفيقات دربي "أحلام واميمه"

والى كل من كان لهم أثر في حياتي، والى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي

أحلام



شكر وعرفان

"مرب أوزر عني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في

عبادك الصالحين"

سورة النمل . 19 .

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم أما بعد :

تتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى البروفيسورة الفاضلة "منى مسغوني" والدكتور الفاضل "نركباء مسعودي" على قبولهما لتأطير مذكرتنا وعلى الجهود المبذولة من طرفهما لإنجاز هذا العمل وعلى المتابعة الجدية لاستكمال هذا العمل . فنسأل الله العظيم رب العرش العظيم أن يجزيهم خير الجزاء .

وتوجه بالشكر أيضا للدكتورة الكريمة "دربال سميرة" على تقديمها للمساعدة وافادتنا بمجموعة من النصائح

وأيضا لمسؤولي مؤسسة الورد على حسن الاستقبال والمعاملة والتسهيل في تقديم المعلومات .

كما توجه أيضا لأعضاء اللجنة المناقشة على تفضيلهم وتصحيح هذه المذكرة .

كما لا يفوتنا أن نتوجه بالشكر الجزيل الى كل من ساعدنا في اتمام هذا العمل .

والحمد لله من قبل ومن بع

## الملخص :

تهدف هذه الدراسة الى قياس مساهمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في مؤسسة الورود للعطور بالوادي، حيث تم توزيع استبيان على عينة في المؤسسة محل الدراسة تتكون من 75 استبانة وتم استرجاع 55 استبانة ، كما تم اجراء مقابلة مع رئيس مصلحة الموارد البشرية من أجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة ، وقصد تحليل البيانات احصائيا باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS V25، توصلت الدراسة الى وجود علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في بعديها الاقتصادي والاجتماعي بمؤسسة الورود بالوادي ووجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات عينة الدراسة حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة تعود الى ( الجنس، العمر، المركز الوظيفي، الخبرة )في المؤسسة محل الدراسة , في حين توجد فروق ذات دلالة احصائية حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة تعود الى المؤهل العلمي في مؤسسة الورود بالوادي.

**الكلمات المفتاحية:** مسؤولية الاجتماعية، خلق القيمة المشتركة، خلق قيمة اقتصادية، خلق قيمة اجتماعية.

## Abstract:

This study aims to investigate the extent to which the dimensions of social responsibility contribute to creating shared value in the institution, where the study was conducted in the AL word foundation in the valley, and in order to collect the necessary data and information, an interview was conducted with the head of the human resources department, and a questionnaire was distributed to a sample consisting of 75 questionnaire and 55 questionnaire were retrieved, and after analyzing them statistically using the statistical program Spss, we found a relationship A statistically significant effect between social responsibility and economic value in the AL word foundation in the valley, and there are no statistically significant difference between the answers of the study sample on the contribution of social responsibility in creating shared value due to( gender, age, job position, experience) in the AL word foundation in the valley, while there are statistically significant differences between the answers of the study sample about the contribution of social responsibility to value creation the joint belongs to the scientific qualification in the AL word foundation in the valley.

**Key Word:** social responsibility, shared value creation, economic value creation, social value creation.

## قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
I	الاهداء
II	شكر وعرقان
V	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VIII	فهرس الجداول
IX	فهرس الأشكال
X	قائمة الملاحق
أ. ب. ث. ج.	مقدمة
<b>الفصل الأول : الأدبيات النظرية ( المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة ) والدراسات السابقة</b>	
2	تمهيد الفصل الأول .....
3	<b>المبحث الأول : الاطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة</b>
3	<b>المطلب الأول : ماهية المسؤولية الاجتماعية</b>
3	1. مفهوم وعناصر المسؤولية الاجتماعية
5	2. أهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية
7	3. أبعاد المسؤولية الاجتماعية
9	<b>المطلب الثاني : مفاهيم حول خلق القيمة المشتركة</b>
9	1. مفهوم خلق القيمة المشتركة
10	2. سيورة خلق القيمة المشتركة
12	<b>المطلب الثالث : العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة</b>
12	1. الفرق بين خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية
13	2. دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة
14	<b>المبحث الثاني : الدراسات السابقة</b>
14	<b>المطلب الأول : الدراسات في البيئات العربية</b>
20	<b>المطلب الثاني : الدراسات الأجنبية</b>
22	<b>المطلب الثالث : مقارنة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية</b>
24	<b>خلاصة الفصل الأول</b>
<b>الفصل الثاني : دراسة تطبيقية للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود . الوادي .</b>	
26	تمهيد الفصل الثاني .....
27	<b>المبحث الأول : بطاقة تعريفية لمؤسسة الورود بالوادي</b>
27	<b>المطلب الأول : تقديم مجموعة الورود</b>
28	<b>المطلب الثاني : تقديم شركة روائح الورود</b>
29	<b>المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للشركة ، عناصره</b>
29	1. الهيكل التنظيمي للشركة
30	2. عناصر الهيكل التنظيمي

32	المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية
32	المطلب الأول : عينة ومجتمع الدراسة ، وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة
32	1. عينة ومجتمع الدراسة
33	2. أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة
33	المطلب الثاني: ثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة
36	المبحث الثالث: عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات
36	المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة
40	المطلب الثاني : عرض وتحليل محاور الدراسة
48	المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
56	خلاصة الفصل الثاني
60	الخاتمة
63	المراجع
69	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
33	معامل ألفا كرو نباخ لأداة الدراسة	1 . 2
34	الاتساق الداخلي لأبعاد ومحاور الدراسة	2 . 2
35	الاتساق الداخلي لأبعاد ومحاور الدراسة	3 . 2
36	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	4 . 2
37	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	5 . 2
38	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	6 . 2
39	توزيع عينة الدراسة الخبرة	7 . 2
40	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي	8 . 2
41	مقياس ليكارت الخماسي	9 . 2
41	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول	10 . 2
42	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني للمحور الأول	11 . 2
43	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث للمحور الأول	12 . 2
44	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع للمحور الأول	13 . 2
45	ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المحور الأول	14 . 2
46	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات بعد خلق المنفعة الاقتصادية	15 . 2
47	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات بعد خلق المنفعة الاجتماعية	16 . 2
48	اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات الدراسة	17 . 2
49	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى	18 . 2
50	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية	19 . 2
50	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة	20 . 2
51	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة	21 . 2
52	نتائج اختبارات معاملات تضخم والتباين المسموح به لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	22 . 2
53	نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضية الرئيسية الثانية	23 . 2
55	نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة)	24 . 2

## فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
8	هرم المسؤولية الاجتماعية لCarroll	الشكل 1.1
13	تطور الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال	الشكل 2.1
29	الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورود	الشكل 1.2
36	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الشكل 2.2
37	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	الشكل 3.2
38	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	الشكل 4.2
39	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب الخبرة	الشكل 5.2
40	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي	الشكل 6.2
45	ترتيب الأهمية النسبة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية	الشكل 7.2

## قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
69	استبيان الدراسة	الملحق 01
75	قائمة لجنة المحكمين للاستبيان	الملحق 02
75	نتائج اختبار ألفا كرو نباخ	الملحق 03
75	نتائج اختبار الاتساق الداخلي	الملحق 04
75	نتائج توزيع عينة الدراسة	الملحق 05
77	نتائج اتجاه العام لإجابات عينة الدراسة	الملحق 06
79	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	الملحق 07
80	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى	الملحق 08
80	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية	الملحق 09
81	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	الملحق 10
82	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	الملحق 11
83	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	الملحق 12
83	نتائج اختبار فرضية الفروق	الملحق 13
84	وثيقة طلب تسهيل المعلومات	الملحق 14



المقدمة

تعتبر المؤسسة الاقتصادية المحرك الاساسي لكل اقتصاد، باعتبارها النواة الاساسية فيه، حيث تمارس نشاطها وسط محيط تختلف مميزاتة من مجتمع الى آخر.

ونظرا للتطورات المتسارعة اصبح دور المسؤولية محوريا في عملية التنمية، وتنبهت المؤسسة الى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو اكثر من نشاطات انتاجية ربحية عن طريق المشاركة في مشروعات التنمية المجتمعية، والعمل على تحسين الظروف المعيشية للعمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل، وهذا كله لا يأتي الا من خلال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، كونها أهم الادوات التي تعبر بها المؤسسة عن انتمائها الى المجتمع الذي يحتضنها. ان المسؤولية الاجتماعية هي الاداة الفعالة التي يمكن للمؤسسة من خلالها ان تنجح في دمج الاعتبارات الاجتماعية في نشاطها الاقتصادي، ويتجلى ذلك في التزامها بالتصرف اخلاقيا، والعمل المسؤول أمام اصحاب المصالح، والمجتمع ككل.

لقد تطور تركيز المؤسسة على الاهداف الاقتصادية الى مرتحل أكثر أهمية، من خلال البحث على الملامح نموذج جديد للأعمال يسمح بصياغة أداء اجتماعي موازي ومساند للأداء الاقتصادي ويدفع باتجاه تحقيق الاهداف الاقتصادية وتحسين صحة وحيوية المجتمعات جنيا الى جنب.

فنجاح اي مؤسسة اليوم اصبح لا يقاس لمدة ما تحققة من اهداف اقتصادية بل ما تحققة كذلك على المستوى الاجتماعي ومن هذا السياق ظهرت العديد من المفاهيم التي من شأنها ان تعزز القيمة الاقتصادية للمؤسسة، وتحقق المنفعة الاجتماعية في آن واحد.

ومنه هذه الدراسة ستتطرق الى ابراز أبعاد المسؤولية الاجتماعية ودورها في خلق القيمة المشتركة في مؤسسة الورود ومنه يمكن طرح اشكالية هذه الدراسة كما يلي:

### ب . الاشكالية :

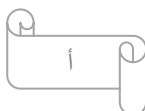
من خلال ما سبق يمكن طرح إشكالية دراستنا كالتالي :

الى أي مدى تساهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة لمؤسسة الورود بالوادي؟

ولأجل معالجة الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية الآتية :

● هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين البعد الخيري وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05؟

● هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين البعد الأخلاقي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05؟



• هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05؟

• هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05؟

• هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0,05) بين استجابات عينة الدراسة حول تأثير المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة) في مؤسسة الورود بالوادي؟

### ت . فرضيات الدراسة :

• توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الخيري وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

• توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الأخلاقي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

• توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

• توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

• لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين آراء أفراد عينة الدراسة المستجيبين حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة محل الدراسة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة المهنية).

### ث . مبررات اختيار الموضوع :

تم اختيار موضوع الدراسة وفق الاعتبارات الآتية :

1. محاولة اثراء المعارف والمكاسب حول المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة.
2. نظرا لحدائث الموضوع الذي سبب انشغالا وجدلا كبيرا في البحوث الأكاديمية والدراسات العلمية.

### ج . أهمية الدراسة :

- تستمد الدراسة أهميتها من خلال دراسة مدى دور المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها في خلق القيمة المشتركة (القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية) وتستمد أهميتها من خلال احتياجات المجتمع المتزايدة التي تتعمق أكثر فأكثر بين المناطق. ومن ناحية أخرى تساعد الدراسة لدعم الدراسات السابقة.

### ح . أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الى ابراز ما يلي :

- . تحليل دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود بالوادي كما تهدف الدراسة الى:
- . وضع الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية وما يتعلق بها.
- . الاطلاع على واقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة.
- . محاولة الكشف مستوى وأبعاد المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات القطاع الخاص من خلال مساهمتها في خلق القيمة المشتركة بأبعادها الاقتصادي والاجتماعي.

### خ . حدود الدراسة :

- الحدود الموضوعية : اقتصرت هذه الدراسة على مدى تطابق الجانب النظري مع أرض الواقع من خلال الدراسة الميدانية ومن ثم معرفة دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة.
- الحدود الزمنية : تم انجاز البحث بداية من 15 ديسمبر 2021 الى غاية 6 جوان 2022.
- الحدود المكانية : تم اجراء الدراسة في مؤسسة الورود بكوينين . الوادي.

### د . منهج الدراسة :

للإجابة على اشكالية الدراسة ومحاولة اختبار صحة الفرضيات بالتالي سنعتمد على المنهج الوصفي التحليلي والذي يسمح بدراسة وتحليل الظاهرة، مع العلم أن المنهج الوصفي التحليلي هو أحد المناهج العلمية الذي يتيح دراسة وتحليل وتفسير الظواهر النوعية، كما تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات الميدانية التي تم من خلالها استجواب مسؤولي وعمال مؤسسة الورود بهدف معرفة آرائهم حول متغيرات الدراسة.

### ذ . صعوبات الدراسة :

- . صعوبة التطبيق في برنامج الاحصائي SPSS؛
- . صعوبة حصول على مراجع تخص خلق القيمة المشتركة؛
- . قلة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع دمج بين برامج المسؤولية الاجتماعية، وخلق القيمة المشتركة.

## ر . هيكل وخطة البحث :

. بهدف الاجابة على الاشكالية المطروحة، تم تناول الموضوع من خلال فصلين :

**الفصل الأول :** يشمل الأدبيات النظرية والتطبيقية للمفاهيم المتعلقة بدور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية، حيث تم التطرق في المبحث الأول الى الاطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة والمبحث الثاني حول الدراسات السابقة (العربية، الأجنبية).

**الفصل الثاني :** يتضمن الاطار التطبيقي دراسة حالة لمؤسسة الورود - الوادي - بإسقاط الجانب النظري على مؤسسة الورود حيث سنتطرق الى دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة بقياس الأثر، وهذا بالتطرق إلى مبحثين ففي المبحث الأول يتم تحديد الأدوات والطرق المنتهجة في الدراسة، أما المبحث الثاني فيكون عرض لأبرز النتائج و اختبار الفرضيات.

## الفصل الأول

الأدبيات النظرية (المسؤولية الاجتماعية وخلق  
القيمة المشتركة) والدراسات السابقة

## تمهيد:

من المتعارف عليه أن المنظمة عبارة عن نظام مفتوح أي أنها تتأثر وتتؤثر بشكل مباشر وان تجاهلها للأحداث والضغوطات يعرضها للخطر في السوق التي تتواجد فيه ومن أهم هذه المتغيرات التي برزت في الآونة الأخيرة، مفاهيم لها علاقة بضرورة مراعاة منظمات الاعمال للجوانب الأخلاقية والاجتماعية اثناء قيامها بنشاطاتها حيث ان اهتمام منظمات الاعمال بالبعد الاجتماعي ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية، تعد هذه الأخيرة من المفاهيم الإدارية الحديثة حيث أن دورها لا يقتصر فقط على الخدمة مصالحها الذاتية وتحقيق الأرباح بل يتعدى ذلك الى تحقيق مصالح المجتمع الذي تعمل به فالمنظمات اليوم أصبحت مطالبة بالتوفيق بين المتطلبات الاجتماعية ولجانb الاقتصادية كخلق قيمة لهم كشرط لتحقيق نموها وضمان بقائها.

هذا ما نحاول معالجته في هذا الفصل بالتطرق الى مفاهيم المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة وعرض بعض الدراسات السابقة التي تطرق الى نفس الموضوع وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل الى مبحثين اساسين هما:

**المبحث الأول:** الاطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.

**المبحث الثاني:** الدراسات السابقة وموقع دراستنا منها.

## المبحث الأول: الاطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

سعت المؤسسات يعد ظهور المسؤولية الاجتماعية الى خلق تكامل داخل المؤسسة لتحقيق أهدافها على المدى البعيد عبر "خلق القيمة المشتركة"، وتعد خلق القيمة المشتركة مفهوم يسعى الى تحقيق أهداف المؤسسة على المدى القصير.

### المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية

لم تحظ المسؤولية الاجتماعية كمفهوم بتعريف محدد، لكونها تعد متغيرا حيويا أو ديناميكيا يتغير باستمرار ليتلاءم مع طبيعة المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وفيما يلي نذكر بعضا من أبرز هذه التعاريف.

### الفرع الأول: مفهوم وعناصر المسؤولية الاجتماعية

ينظر للمسؤولية الاجتماعية على انها الترجمة الحرفية للدور الذي تلعبه منظمات الاعمال في المجتمع، باعتبارها كيانات اقتصادية واجتماعية فانه يجب أن يكون هناك تقارب بين مصلحتها ومصلحة المجتمع ككل، ومن خلال مما سبق سوف نتطرق في هذا الفرع الى تعريف كلا من مفهوم وعناصر المسؤولية الاجتماعية.

#### أولا: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

شهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تغيرات جوهرية على مر الزمن ولا يزال يتطور مع تقدم المجتمع وتطور توقعاته، اذ لا يوجد تعريف يحظى بقبول عالمي فبالنسبة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية هناك العديد من التعاريف ويمكن تحديدها في ما يلي:

تعريف قاموس الفلسفة وعلم النفس لها بأنها: "وعي الفرد المرتبط بأساس معرفي بضرورة سلوكه سلوكا تطوعيا نحو الجماعة وله تأثير في تحديد مجرى الأحداث".<sup>1</sup>

المسؤولية الاجتماعية تعني: "مجموع استجابات الفرد الدالة على تعاطفه مع أفراد جماعته، و عمله على فهم مشكلاتهم و طرق حلها، و إنجاز أهدافها و بذل قصارى جهده في سبيل تحقيق أهداف المجتمع ورفع شأن الجماعة".<sup>2</sup>

#### 1. تعريف بعض الباحثين:

. عرف دراكر (Drucker1977): المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام المؤسسة اتجاه المجتمع العاملة به، وأن هذا

الالتزام يتسع باتساع شريحة أصحاب المصالح في هذا المجتمع العاملة به وتباين وجهاتهم".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> خولة طلحة، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي، الجزائر، 2015، ص 11.

<sup>2</sup> محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 54.

<sup>3</sup> طاهر أمينة، أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء الزبون في شركة تيلواز " الشلف " (الجزائر)، المجلد 08، العدد 04، الجزائر، 2020، ص 102.

. تعريف (STRIER -1979): حيث عرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "استجابة لتوقعات المجتمع من المنظمة التي يفرض عليها أن تبادر للقيام بها، لتتحمل مسؤوليتها اتجاه المجتمع وبصورة تفوق مستوى خضوعها للقانون، مع مراعاة عدم الاضرار بمصالح المنظمة وتحقيق عائد على الاستثمارات".<sup>1</sup>

. تعريف سوندرها هولميس (SUNDRA HOLMES): حيث اعتبر المسؤولية الاجتماعية على أنها: "التزاما من طرف منظمات الأعمال اتجاه الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة مثل محاربة الفقر، تحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث، و خلق فرص العمل، و حل مشكلة السكن والمواصلات وغيرها".<sup>2</sup>

وجاء تعريف الأكثر شمولاً وبه كانت هناك نقلة نوعية في اغناء وتوسيع مفهوم المسؤولية الاجتماعية في اطار البحوث الرائدة لكارول (Carroll) حيث رأى أنها "التزام المنشأة لأن تضع نصب عينيها خلال عملية صنع القرارات والآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين مختلف الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات".<sup>3</sup>

## 2. تعريف بعض المنظمات الدولية :

- تعريف البنك الدولي: المسؤولية الاجتماعية هي "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل".<sup>4</sup>
  - تعريف منظمة العمل الدولية : المبادرات الطوعية، التي تقوم بها المؤسسات، علاوة على ما عليها من التزامات قانونية، وهي طريقة تستطيع أن تبرر بها أية مؤسسة في تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة المعنيين، وتعد المسؤولية المجتمعية للمؤسسات تكملة للوائح الحكومية، أو الساسة المجتمعية، وليست بديلا عنهما.<sup>5</sup>
  - عرفها الاتحاد الأوروبي: "سلوك تقوم على أساسه الشركات بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل طوعي".<sup>6</sup>
- ومما سبق يمكننا أن نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية هي الالتزام الأخلاقي وتصرف المسؤول اتجاه مجموعة من الأطراف وهم أصحاب المصلحة ومن أهم الأطراف المستفيدة من برنامج المسؤولية الاجتماعية نجد كلا من المجتمع والبيئة، وهذا يعكس أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء ليعزز دور ومكانة المنظمات في المجتمع ليس فقط ككيان اقتصادي انما أيضا ككيان اجتماعي يساهم في حل مشكلات المجتمع والحفاظ على البيئة التي يعمل في اطارها.

<sup>1</sup> محمد فلاق، "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال"، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 44.

<sup>2</sup> مدحت محمد أبو النصر، "المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2015، ص 32.

<sup>3</sup> إباد أبو عودة، قياس التكاليف الاجتماعية ومدى مساهمتها بتحقيق الرفاهية الاجتماعية"، ماجستير المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 201، ص 44.

<sup>4</sup> أحمد نسيب، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأداء الشامل. دراسة عينية من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. ، مذكره دكتوراه (غير منشورة)، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة، جامعة أبو بكر بلقايد. تلمسان، 2021، ص 26.

<sup>5</sup> صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (من الألف الى الياء)، الطبعة 1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 17.

<sup>6</sup> الاسرج حسين، المسؤولية الاجتماعية للشركات، سلسلة جسر التنمية، منشورات المعهد العربي للتخطيط، العدد الستون، شباط، الكويت، 2010، ص 3. 4.

ثانيا : عناصر المسؤولية الاجتماعية

للمسؤولية الاجتماعية عناصر مرتبطة، يدعم كل منها الآخر ويتكامل معه وتمثل هذه العناصر في:

### 1. التعاون:

تهدف الى التعاون في عمل أو مسؤولية ما مع جهة أخرى، لتحقيق هدف مشترك قد يكون مباشر أو غير مباشر، التعاون اما اختياري كتعاون الأفراد في مساعدة المحتاجين أو أثناء الزلازل والكوارث الطبيعية أو اجباري حيث تكون صفة الاجبار العمل والظروف المحيطة به.<sup>1</sup>

### 2. المشاركة :

تعد مفهوما ديمقراطيا يقوم على ضرورة مشاركة أفراد المجتمع المحلي في تحقيق التنمية الاجتماعية، وهي أعلى درجات المسؤولية الاجتماعية وتكون المشاركة مشاركة الرأي العام، والمقترحات، والجهد والعمل، أو مشاركة مادية عن طريق مشروعات، تبرعات، أو المشاركة في عملية تخطيط، تنفيذ بهدف الوصول الى مستوى معين من تنمية أفضل. بما يساعد المؤسسة في اشباع حاجاتها، والوصول الى أهدافها وتحقيق رفاهيتها والمحافظة على استمرارها.<sup>2</sup>

### 3. الفهم :

ويتضمن فهم الفرد للجماعة والقوى النفسية المؤثرة في أعضائها، وفهمه لدوافع السلوك الذي تنتهجه خدمة لأهدافها وأيضا استيعابه للأسباب التي جعلته يتبنى موقفها، فالفهم الصحيح يدعم المشاركة من جانب الفرد في القيام بمسؤولياته وهو أيضا يشترط الالتزام بأخلاقيات المجتمع ومسايرة المعايير والاهتمامات الاجتماعية ومقاومة الضغوط، كما يشمل التقارب الفكري والمساهمة في المناقشة والوصول إلى النقاط التي يجب الاعتماد عليها للوصول للغاية التي تخدم المصلحة العامة.<sup>3</sup>

### 4. الاهتمام :

ونعني به الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي اليها الفرد - صغيرة كانت أم كبيرة - ذلك الارتباط يخالطه الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغ أهدافها، والخوف من أن تصاب بأي ظرف يؤدي الى اضعافها أو تفككها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> العقون آمنة، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء البيئي . دراسة حالة مؤسسة العسكرية للإسمنت .، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر . بسكرة، الجزائر، 2018، ص14.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق .

<sup>3</sup> منال محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية طبع-نشر-توزيع، الاسكندرية، مصر، 2014، ص 32 34

<sup>4</sup> ميسون محمد عبد القادر مشرف، التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة ، رسالة ماجستير، (غير منشورة)تخصص علم النفس - ارشاد نفسي، الجامعة الاسلامية - غزة، فلسطين، 2009، ص 114 .

## الفرع الثاني : أهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية

### أولا : أهمية المسؤولية الاجتماعية

تعد المسؤولية الاجتماعية احدى الآليات التي تستخدم في المجتمع المعاصر لتقديم كافة السبل لضمان الحياة بشكل أفضل لكافة فئات المجتمع المسؤولة وتحقق مزايا عدة من أهمها:<sup>1</sup>

◀ زيادة الوعي بالاندماج التام بين مؤسسات المجتمع ومختلف الفئات ذات المصلحة.

◀ تحسين نوعية الحياة في المجتمع، سواء من ناحية البنية التحتية أو من الناحية الثقافية والاجتماعية.

للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والدولة ويمكن الاشارة اليها في النقاط التالية:

#### 1 . بالنسبة للمجتمع :

◀ تحسين التنمية السياسية انطلاقا من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمؤسسات، بما يحقق الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.<sup>2</sup>

◀ زيادة الترابط الاجتماعي، وازدهار المجتمع على مختلف المستويات، كون المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بمفاهيم أساسية كتقليل السرية في العمل وزيادة الشفافية والصدق في التعامل.

◀ تعمل على الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفير نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص هو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وتحسين التنمية السياسية انطلاقا من زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمؤسسات، بما يحقق الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.<sup>3</sup>

#### 2 . بالنسبة للمؤسسة :

◀ عند اعداد عاملين ماهرين ثقافيا "ينبغي أن يتضمن عنصر المسؤولية الاجتماعية الأولية في اعداداتها فهي تقع في قلب الثقافة المنظمة؛<sup>4</sup>

◀ الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يحسن مناخ العمل ويبعث روح التعاون بين أطراف المؤسسة؛<sup>5</sup>

◀ تبرز المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المدراء عملا مميذا؛

◀ المسؤولية الاجتماعية تعني دقة انجاز العمل من قبل العاملين من خلال توفير الاحتياجات لهم ولضمان التمتع بحقوقهم وتلبي مصالحهم وتحقيق أهدافهم وخاصة تلك المتعلقة بالجوانب الاجتماعية والانسانية؛

<sup>1</sup> منار محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر الاسكندرية، 2014، ص 31

<sup>2</sup> عبد الرزاق مولاي، بوزيد سايح، دور الاقتصاد الاسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي: الاقتصاد الاسلامي: الواقع والرهانات، جامعة غرداية- الجزائر، 2011/ 02/ 24، ص 5-6.

<sup>3</sup> تامر البكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، دار البازوري، عمان، الأردن، 2006، ص 235

<sup>4</sup> قهواجي أمينة، حكيم وحسان، "دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة"، لمؤتمر الدولي الثالث عشر حول المسؤولية الاجتماعية، الجزائر، 15/ 11/ 2016، ص 6.5

<sup>5</sup> سهام عجاج، المسؤولية الاجتماعية كمدخل أساسي لتجسيد التنمية المستدامة ازاء العاملين : دراسة سوسيولوجية، مجلة الوافد جامعة سيدي بلعباس، المجلد 02، العدد 02، الجزائر، 2018، ص36.

◀ تحسين صورة المؤسسة لدى الزبائن؛

### 3. بالنسبة للدولة:

وتكمن أهمية المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للدول في <sup>1</sup>:

- ◀ المساهمة في التقدم التكنولوجي والقضاء على البطالة والآفات الاجتماعية التي تثقل كاهل الدولة؛
- ◀ تخفيف الأعباء الموجودة على عاتق الدولة، في أدائها لمهامها التعليمية والصحية والثقافية؛
- ◀ تعظيم عوائد الدولة جراء التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية، ووعيها بأهمية المساهمة العادلة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛

#### ثانيا: أهداف المسؤولية الاجتماعية

تتمثل أهداف المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية <sup>2</sup>:

- ✓ إثبات القدرة على تقديم المنتج أو الخدمة على الدوام بما يتفق ومتطلبات العملاء.
- ✓ زيادة رضا العملاء والعاملين عن طريق التنفيذ الفعال للنظام.
- ✓ تحسين القدرات والأداء العام للعمل لتلبية حاجيات ومتوقعات عملائها وأصحاب المصالح الآخرين.
- ✓ وضع وتقييم فعالية التدابير المتخذة من قبل المؤسسة من أجل التعريف بالسياسة والأهداف البيئية والاجتماعية والامتثال لها.
- ✓ الحد والتقليل من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الأفراد فيما يخص السلامة والصحة في العمل والمجتمع على حد سواء.
- ✓ إظهار للفئات المستفيدة أن سياسات المؤسسة تتوافق مع الحقوق الأساسية للعمل والمجتمع.
- ✓ المساعدة في تطوير حوار أكثر فعالية مع الأطراف المستفيدة بمساعدة المؤسسة لجمع مختلف احتياجاتهم وتطلعاتهم لتحسين الإدارة وتحقيق التوازن بين الأداء الاجتماعي والاقتصادي والبيئي.

#### الفرع الثالث : أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتمثل المسؤولية الاجتماعية في مجموعة الأنشطة أو الالتزامات الطوعية أو غير الطوعية التي تضطلع بها المؤسسة وتفي ببعض الاحتياجات والتي قد لا تعود على المؤسسة بفائدة اقتصادية مباشرة سواء كان الاضطلاع بهذه الأنشطة اختياريا أم تنفيذ لأحكام القوانين والأنظمة، وفي نفس السياق يشير (Carroll .1991) الى شمولية محتوى المسؤولية الاجتماعية تتمثل في أربعة أبعاد موضحة في الشكل التالي:

<sup>1</sup> عبد السلام محصول، سعاد مرزوق، المسؤولية الاجتماعية للشركات : مدخل لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة سونطوك-، الملتقى العلمي الدولي الثاني حول المؤسسة بين الضرورة الاقتصادية والتحديات البيئية، جامعة جيجل، الجزائر، يومي 24 - 25 أبريل 2017، ص4 .

<sup>2</sup> ياسر سعيد أبو هريدي، "دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية" ، رسالة ماجستير أكاديمية الإدارة و السياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى . فلسطين 2017، ص24، 23.

الشكل رقم 1 - 1: هرم المسؤولية الاجتماعية لCarroll



المصدر : مريم بعجوج، دور تبنى المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة للمؤسسة الاقتصادية "دراسة حالة المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان - القنطرة- بسكرة" للفترة (2010-2016) ،مذكرة ماستر، تخصص مالية المؤسسة، جامعة قاصدي مرباح .ورقة . ، الجزائر، 2018.

نلاحظ من خلال الشكل انه يجب على المنظمات ان تعمل على تحقيق اهداف اجتماعية بموازاة اهدافها الاقتصادية، وهذا يتم عن طريق ممارسة المسؤولية الاجتماعية، والتي اصبحت امرا حتميا في المنظمات المعاصرة. وقد حدد (Carrol) أربعة مكونات للمسؤولية الاجتماعية:

**1. البعد الاقتصادي :** يستند الى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي، حيث يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية يجب أن تؤخذ في اطار احترام قواعد المنافسة العادلة والخبرة، والاستفادة من التطور التكنولوجي بما لا يخلف ضررا في المجتمع والبيئة.<sup>1</sup>

**2. البعد القانوني :** يمثل التزام القوانين وأنظمتهم وتعليمات يجب أن لا تخرقها المؤسسات وأن تحترمها، عادة ما تحددها الدولة، وفي حالة عكس ذلك فإنها تقع في إشكالية قانونية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> تامر البكري، "أسس و مفاهيم معاصرة"، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان .الأردن، ط 1، 2006، ص233.

<sup>2</sup> أحلام عثمان، وآخرون، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مساهمة مؤسسات القطاع الخاص في تحقيق التنمية المستدامة . دراسة حالة مؤسسات القطاع الخاص لولاية

الوادي، مذكرة ماستر، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة حمه لخضر .الوادي ، الجزائر، 2018، ص 10

3. **البعد الأخلاقي** : أن تلتزم منظمة الأعمال بسلوكيات وتصرفات ونشاطات مبنية على أسس أخلاقية رفيعة سواء من حيث المعاملة أو التصرف مما يخلق جوا من الاحترام والابتعاد عن الحاق الأذى والضرر للآخرين.<sup>1</sup>

4. **البعد الخيري** : ويرتبط بمبدأ تطور نوعية الحياة بشكل عام وما يتفرع عن ذلك عناصر ترتبط بالذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملبس ونقل وغيرها من جوانب أخرى، اذن فالمسؤولية الاجتماعية تعمل ضمن مبادئها وأبعادها ، فان استناد أي بعد أو مبدأ على الآخر يمثل حالة واقعية، فلا يمكن أن تحقق المؤسسات ما تسعى اليه دون أن تكون قد قطعت شوطا في اطار مسؤولياتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية ومبادئها اتجاه المجتمعات التي تعمل بها.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني : مفاهيم حول خلق القيمة المشتركة

يعتبر موضوع القيمة المشتركة من المفاهيم والنماذج الجديدة التي كثر تداولها في المجال الاقتصادي، اذ اتسع دور المؤسسات من تركيزها على الجانب الاقتصادي ليشمل جوانب التنمية الاجتماعية.

### الفرع الأول : مفهوم خلق القيمة المشتركة

" يمكن تعريف مفهوم القيمة المشتركة على أنه سياسات وممارسات تشغيلية تعزز القدرة التنافسية للشركة بينما تعمل في نفس الوقت على النهوض بالظروف الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات التي تعمل فيها، يركز خلق القيمة المشتركة على تحديد وتوسيع الروابط بين التقدم المجتمعي والاقتصادي."<sup>3</sup>

تعرف على أنها " عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال خلق قيمة اجتماعية وهذا يمثل إحدى القوى الدافعة للإنتاجية، الابداع والنمو والطريقة الوحيدة لاسترجاع المؤسسة لشرعيتها في المجتمع". وتعرف أيضا على أنها " تحقيق الأرباح لحملة الأسهم وتحسين مستوى المعيشة للموردين، العمال والزبائن."<sup>4</sup>

وعرفت أيضا بأنها " وسيلة استراتيجية لتحقيق الاستدامة ثلاثية الأبعاد وبعبارة أخرى كن مستداما ماليا و بيئيا واجتماعيا."<sup>5</sup>

يعرف (porter& Kramer) مفهوم خلق القيمة المشتركة (Shared Value Creation) على أنها " السياسات والممارسات العملية التي تعزز تنافسية المؤسسة وتحسن في نفس الوقت في الشروط الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات التي تمارس فيها الشركة النشاط".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بلقايد محمد جواد، دور المسؤولية الاجتماعية و اخلاقيات الاعمال في الرفع من اداء الموارد البشرية . دراسة تطبيقية لعينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه في ادارة الأعمال و حوكمة الشركات، جامعة أبي بكر بلقايد . تلمسان ، الجزائر ، 2018 ، ص 19 .

<sup>2</sup> أحلام مقراني، أنيس هوام، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية . دراسة حالة اسمنت . تبسة . ، مذكرة ماستر ، تخصص ادارة أعمال المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2016-2017 ، ص 12.

<sup>3</sup> اسحاق خرشي، مساهمة الذكاء التنافسي في توجه العلامة التجارية نحو مفهوم خلق القيمة المشتركة في الأسواق ذات الدخل المنخفض – العلامة التجارية كوكاكولا أنموذجا

– مجلة أبعاد اقتصادية، العدد 06، الجزائر، 2016، ص 185. نقلا عن المرجع الأصلي . Porter. E & Kramer .MR (2011) the big idea; creating shared value. Harvard business review, p6

<sup>4</sup> محمد فلاح وآخرون ، "مساهمة الشركات الاقتصادية في بناء تنمية اقتصادية ومستدامة باستخدام نموذج خلق القيمة المشتركة" شركة التجارة Nestle

أنموذجا، عدد خاص المجلد رقم 01، الجزائر، أبريل 2018 ، ص 201.

<sup>5</sup> Rendal. J, " How Creating Shared Value is taking corporate social responsibility one step further, Google as a case study , Universidad da corona 2015 .P15-

ويمكن أن نعرفها على أنها " إدماج القيمة الاقتصادية للشركة مع المنفعة الاجتماعية جنباً لجنب عند اتخاذ المؤسسة لقرارات الاستثمار".<sup>2</sup>

من خلال ما سبق يمكننا أن نستنتج أن خلق القيمة المشتركة هي الاستثمار الايجابي في الاحتياجات مما يحقق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في نفس الوقت أي تحقق أرباحاً للمؤسسة وتساهم في تحسين حياة أفراد المجتمع.

### الفرع الثاني : سيرورة خلق القيمة المشتركة

اقترح Michael Porter ثلاثة عناصر أساسية لخلق القيمة المشتركة والمتمثلة في إعادة تصور المنتج والسوق وإعادة تعريف الانتاجية في سلسلة القيمة، بناء ودعم نمو العناقيد المساعدة، كلها مرتبطة مع بعضها البعض على النحو التالي:<sup>3</sup>

#### 1. إعادة تصور المنتج و السوق: (Reconceiving Product and Market)

تتعدد حاجيات المجتمع كالحاجة إلى التغذية الجيدة، أضرار بيئية أقل، الصحة و مساعدة المسنين، إلا أن هذا النوع من الحاجيات تم اهماله من طرف الأعمال التجارية و لسنوات عدة، أما في الاقتصاديات المعاصرة في الوقت الراهن تشهد المنتجات و الخدمات التي تلي الحاجيات الاجتماعية اهتماماً كبيراً من طرف الأعمال الاقتصادية كما يزداد الطلب عليها من طرف المجتمع.

من أجل خلق القيمة المشتركة نجد العديد من الشركات التي اتبعت خيار إعادة تصور المنتج و السوق مثل شركات صناعة الأغذية التي انتقلت من التركيز على الذوق و الجودة إلى التركيز على التغذية و الصحة الجيدة.

#### 2. إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة: (Redefining productivity in the value chain)

##### 2.1. استعمال الطاقة واللوجستيات: (Energy use and Logistics)

وهنا يتطلب الأمر من الشركة وجوب إعادة النظر في طريقة استغلال الطاقة في سلسلة القيمة سواء على مستوى عمليات النقل، قنوات التوزيع أو الخدمات المكتملة، كما يعاد تصميم النظام اللوجستي لخفض مسافات النقل وتبسيط عمليات المناولة.

##### 2.2. استعمال المواد: (Resource use)

يؤثر الاستخدام الأمثل للمواد باستخدام التكنولوجيا الحديثة على كل الأجزاء المكونة لسلسلة القيمة وينتقل هذا الأثر حتى إلى الموردين والموزعين مثل قيان شركة كوكا كولا بخفض نسبة استخدامها للمياه بنسبة 9% منذ سنة 2004.

<sup>1</sup> اسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات " منظور تحليلي " ، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، المجلد 04، العدد 01، جامعة حسنية بن بوعلي، الجزائر، 2020، ص 161 .

<sup>2</sup> اسحاق خرشي، نحو نموذج جديد الاعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية" نموذج مقترح، الملتقى الدولي الثاني عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة يومي: 14 و15 نوفمبر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مخبر تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصناعات المحلية البديلة، جامعة حسنية بن بوعلي، شلف، الجزائر، 2016، ص06. نقلا عن : Christiansen.N, "Creating Shared Value Advisors", Lutry, Switzerland 2014 , P353

<sup>3</sup> اسحاق خرشي، مرجع سبق ذكره، ص 187 . 188.

### 3.2 . عمليات الشراء : (Procurement)

وهنا تقوم المؤسسة بمساعدة الموردين مثل توفير التكنولوجيا ومنح القروض من أجل رفع الانتاجية ومع ارتفاع إنتاجية المورد تنخفض أسعار التوريد لصالح المؤسسة.

### 4.2 . عمليات التوزيع : (Distribution)

و هنا يجب على الشركة إعادة فحص قنوات التوزيع وفقا لمفهوم القيمة المشتركة Google scholar مثل قيام بتوفير و توزيع النصوص الأكاديمية الانترنت حيث حقق أرباح كبيرة من نموذج التوزيع المعتمد على خفض حجم الأوراق و البلاستيك المستخدم .

### 5.2 . انتاجية الموظف : (Employee productivity)

ضمن هذا الاطار قامت العديد من الشركات بخفض تكلفة الموظف أو العامل من خلال خفض تكاليف الرعاية الصحية، وعلى عكس المتوقع اتضح أن الأيام التي يغيب فيها العامل تعمل على خفض إنتاجيته وتكلف الشركة أكثر من المنافع المحققة من خفض تكاليف الرعاية الصحية، لذا تعمل الشركات اليوم على رفع إنتاجية موظفيها من خلال توفير معظم الاحتياجات المهنية والاجتماعية، مثل قيام شركة بمساعدة موظفيها على التوقف عن التدخين من خلال برامج التوعية وهذا ما وفر للشركة 250 مليون دولار من تكاليف الرعاية الصحية بعائد قدره 2,71 دولار تم انفاقه على برامج التوعية من سنة 2002 الى غاية سنة 2008.

### 3 . التضامن لبناء ودعم نمو العناقيد المساعدة: (Enabling local cluster development)

لا يمكن للشركات أن تعمل في عزلة عن محيطها فهي تتأثر بالشركات الأخرى الناشطة في الصناعة وبالبنية التحتية المساعدة، العناقيد الموجودة، التركز الصناعي للمؤسسات، الهياكل اللوجستية للنشاطات المرتبطة وغير ذلك. تبرز العناقيد الصناعية في معظم الاقتصاديات الناشئة وتلعب دورا حاسما في رفع إنتاجية الابداع وتنافسية الشركات فمثلا يفرض انخفاض المستوى العلمي تكلفة تدريب إضافية، ضعف قطاع النقل يرفع التكلفة اللوجستية، كما تؤثر مستويات الفقر على الطلب حول المنتجات والخدمات، فعملية خلق القيمة المشتركة تتطلب بناء العناقيد المساعدة على تحسين إنتاجية المؤسسة.

### 4 . المتطلبات الضرورية لخلق القيمة المشتركة :

تتضمن عملية خلق القيمة المشتركة ضرورة توفر مجموعة من المتطلبات كالقدرة على تحمل المخاطر طويلة الأجل مع ادارة مالية قوية تسمح بالقيام باستثمارات قد لا تدر عائد إلا بعد 10 سنوات خاصة عند الاستثمار في المناطق المهمشة

والتي تفتقر الى البنى التحتية، القوى العاملة المؤهلة، نظام الاتصالات والموردين الممكن الاعتماد عليهم لتوريد احتياجات الشركة.

تتطلب عملية خلق القيمة المشتركة بضرورة فهم وتحديد الفائدة التي تعود على المجتمع في الأجل الطويل وكيفية تقاطع هذه المنافع مع المنافع الاقتصادية للشركة، كما تتطلب عملية خلق القيمة المشتركة أيضا عملية التخطيط لدمج مصالح المساهمين و الفوائد المجتمعية في خطط الأعمال الاستراتيجية للمؤسسة، بالإضافة الى الصبر والمثابرة.

### المطلب الثالث : العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و خلق القيمة المشتركة

#### الفرع الأول: الفرق بين خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية

نظرا لتداخل وتشابه كل من مفهوم خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية يجعل تحديد الفروق بينهما صعبا، وفيما يلي سنحاول توضيح أهم الفروق الرئيسية بين المفهومين على النحو التالي:<sup>1</sup>

◀ ترتكز المسؤولية الاجتماعية على مفاهيم المؤسسة المواطنة، الأعمال الخيرية، الاستدامة و غير ذلك و لها أربعة أبعاد بعد أخلاقي، بعد خيري وبعد قانوني و بعد اقتصادي و لكنها تمارس كنشاط تسويقي ثانوي كنتيجة للضغوطات الخارجية على المؤسسة، في حين ترتكز القيمة المشتركة على الثنائية (القيمة الاقتصادية - القيمة الاجتماعية) و هي أساس التنافس للمؤسسة ؛

◀ تمثل القيمة المشتركة الأساس في استثمارات المؤسسة و في تحقيق الأرباح و هي مرتبطة بالمؤسسة ككل في حين أن المسؤولية الاجتماعية لها أثر محدود في أرباح المؤسسة كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزء محدد في الميزانية؛

◀ تسعى المسؤولية الاجتماعية إلى تقديم بعض التبرعات و الأعمال الخيرية لمعالجة بعض المشاكل الاجتماعية أما عملية خلق القيمة المشتركة فهي تعمل على إعادة تعريف دور الشركات باعتبارها قوة كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع ؛

◀ لتحسين سمعتها و تغطية بعض الممارسات غير الأخلاقية (Defensive Approaches) تعتمد المسؤولية الاجتماعية على المقاربة الدفاعية في حين أن نقطة البداية لخلق القيمة المشتركة هي استغلال الموارد، المهارات و القدرات الإدارية لتحسين البعد الاجتماعي؛

◀ تتمحور فكرة خلق القيمة المشتركة حول فكرة مفادها بأن الشركات و الأعمال التجارية يمكن أن يكون لها أكبر أثر إيجابي على حل المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع اذا ما تم علاجها بنموذج جديد للأعمال و هذا ما يختلف تماما عن فكرة المسؤولية الاجتماعية؛

<sup>1</sup>محمد فلاق، وآخرون، خلق القيمة المشتركة وتصحيح مسار المسؤولية الاجتماعية كآلية لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني اشكالية استدامة المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة، جامعة حمه لخضر - الوادي، الجزائر، يومي 6-7 ديسمبر 2017، ص ص 6-7

يرتكز مفهوم القيمة المشتركة حول عملية إيجاد الفرصة و ليس المقايضة فهي تتعلق بكيفية خلق أثر اجتماعي ايجابي لتحقيق مستويات أداء عالية و لا تبحث عن حجم الأداء الاقتصادي الذي يجب أن يضحى به المستثمرون لخلق انطباع اجتماعي ايجابي؛

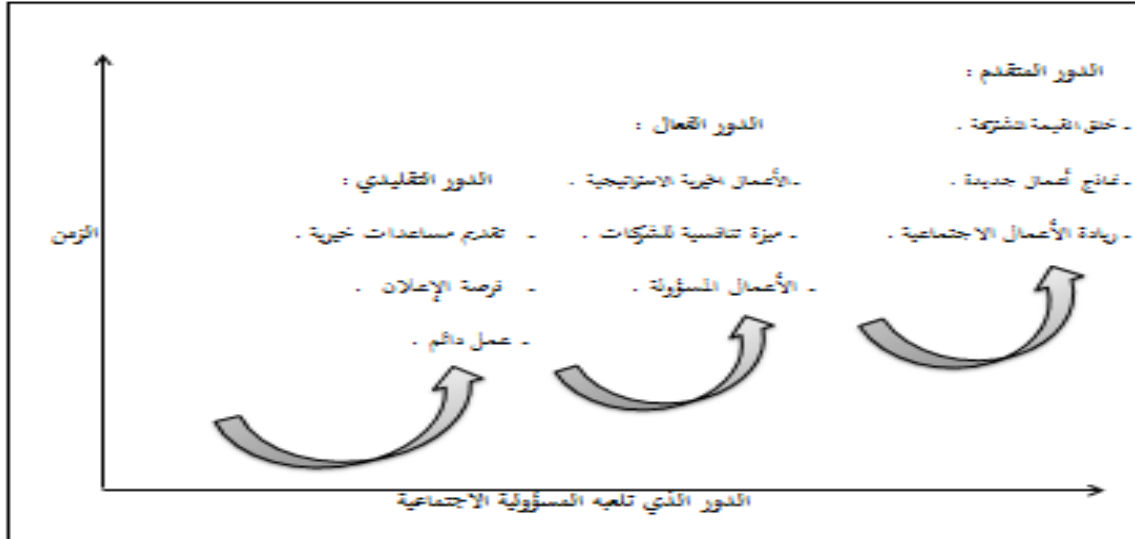
يكمن الفرق الأساسي في كون أن المسؤولية الاجتماعية تركز على القيام بأعمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة في حين أن القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي و البيئي في نشاطات الحرفة للمؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية؛

### الفرع الثاني : دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة

يرى كل من (Vyser,2010) و (Margolis and walsh ,2011) أن خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات هي أكثر من مجرد تحقيق الربح المالي، والمساهمة في إثراء حملة الأسهم والمدبرين التنفيذيين، بل يتعدى ذلك إلى تحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين البيئة الاقتصادية التي تعمل فيها الشركة بما في ذلك الاستثمار في البنية التحتية، خلق الوظائف...<sup>1</sup>

ومنه يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تحقق المزايا التالية : القيمة المالية، الميزة التنافسية، اتخاذ القرار الرشيد في الشراء، والشكل الموالي يبين بعض الأدوار التي تلعبها المسؤولية الاجتماعية.

الشكل رقم 2.1 : تطور الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال



Source : José Paz Rendal, How Creating Shared Value is taking Corporate Social Responsibility one step further,Google as a case study, Facultade de Economía Empresa, Universidade da Coruña, Spain, 2015,p1

<sup>1</sup> . مريم بعجوج، دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة للمؤسسة الاقتصادية"دراسة حالة المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان - القنطرة- بيسكرة" للفترة(2010-2016) ،مذكرة، تخصص مالية المؤسسة، جامعة قاصدي مرباح . ورقلة . ، الجزائر ، 2018، ص ص 16 - 17

بالتوافق مع الاتجاه الذي لاحظته كارول والذي تمت مناقشته سابقا، بدأ مايكل بورتر ومارك كارمر في التركيز على التقاطع بين الأعمال والمجتمع في نهاية التسعينات. في عام 1999 اصدر بورتر وكارمر اول منشور لهما حول موضوع اجندة الإهمال الخيرية جيدة "خلق القيمة" في هذا المقال، و وجدوا انه في حين ان المؤسسات الخيرية تعمل بشكل جيد، الا انها يمكن ان تعمل بشكل أفضل من خلال العمل بشكل استراتيجي وهكذا اقترح بورتر وكارمر ان تتبع المؤسسات العقلية الاستراتيجية لشركات الأعمال. يدعي بورتر و كارمر ان المؤسسات تعمل في مجال مساهمة في المجتمع، ويجب ان يكون هدفها " استخدام الموارد الخيرية النادرة الى اقصى حد ممكن. من اجل تحقيق الهدف جادل بورتر وكارمر بان المؤسسات يجب ان تتبع المبادئ الأساسية لاستراتيجية الأعمال: التخصص في عدد اقل من التحديات الاجتماعية واجراء المفاضلات، واختيار موقف فريد والتميز عن كفاءة، ووضع اهداف أساسية وقياس الأداء. علاوة على ذلك حددوا أربع طرق يمكن من خلالها للمؤسسات ان تخلق قيمة: اختيار المستفيدين الأكثر اعلية، والاشارة الى الممولين الاخرين، وتحسين أداء الحاصلين على المنح وتعزيز حالة المعرفة والممارسة.

وفقا ل بورتر وكارمر تتكون المسؤولية الاجتماعية للشركات الاستراتيجية من معالجة التأثير الاجتماعي للشركة والتأثير المجتمع في الشركة، انه يعني تحديد المشكلات الاجتماعية القريبة من الأعمال الأساسية للشركة وحلها وتحسينها مع تعزيز الوضع التنافسي للشركة وهو يتطلب استثمارا طويلا الاجل وتعديلات في التنظيم وعلاقات تقديم التقارير والخوافر ، ويسمح للشركات بإنشاء قيمة اقتصادية واجتماعية أي قيمة المشتركة وهم المفهوم الذي سيظوره بورتر في عام 2011 تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وبلغ ذروته في نموذج القيمة المشتركة كما موضح في الشكل السابق.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> José Paz Rendal, How Creating Shared Value is taking Corporate Social Responsibility one step further, Google as a case study, Facultade de Economía Empresa, Universidade da Coruña, Spain, 2015, p6

## المبحث الثاني : الدراسات السابقة

تناولت دراسات عديدة جانباً من موضوع دراستنا، حيث سنورد بعض الدراسات العربية والأجنبية التي تمكنا من الحصول عليها.

### المطلب الأول : الدراسات في البيئات العربية

سوف يتم في هذا المطلب عرض أهم ما توصلت إليه الدراسات التطبيقية السابقة والتي ناقشت متغير المسؤولية الاجتماعية ومتغير خلق القيمة المشتركة.

#### أولاً : دراسة خاصة بالمتغير المستقل : المسؤولية الاجتماعية

1. دراسة (بلقايد محمد جواد)<sup>1</sup> بعنوان: دور المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الاعمال في الرفع من اداء

#### الموارد البشرية- دراسة تطبيقية لعينة من مؤسسات الغرب الجزائري-

تهدف الدراسة الى معرفة مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وقد استخدمت طريقة المعادلات البنائية لتحليل النتائج، وتم التوصل الى أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين و المتمثلة في ( التوظيف، التكوين، التقييم، ظروف العمل، الأجور، المكافآت، الرعاية الصحية، حقوق الموظف، التحفيز الغير النقدي ) تؤثر إيجاباً على أداء الموارد البشرية كما ان ابعاد اخلاقيات الاعمال (الاستقامة، الموضوعية، النزاهة، الصدق و العدالة ) تعمل على الرفع من اداء الموارد البشرية.

2. دراسة (وليد عبدالرحمن عبدالله)<sup>2</sup> بعنوان: أثر الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تكلفة رأس المال في

#### الشركات الصناعية المساهمة العامة في دولة الكويت

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على اثر الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تكلفة رأس المال فني الشركات الصناعية المساهمة العامة فني دولة الكويت، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتم التوصل الى ضرورة اهتمام الشركات الصناعية الكويتية بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال ايجاد اقسام داخلية خاصة بالمسؤولية الاجتماعية وضرورة أن تأخذ الشركات الصناعية الكويتية المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع بعين الاعتبار واعتبارها من ضمن أهدافها.

<sup>1</sup> بلقايد محمد جواد، دور المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الاعمال في الرفع من اداء الموارد البشرية . دراسة تطبيقية لعينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2018.

<sup>2</sup> وليد عبدالرحمن عبدالله، أثر الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تكلفة رأس المال في الشركات الصناعية المساهمة العامة في دولة الكويت، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، 2016.

3. دراسة (رقية اسماعيل المعايطة)<sup>1</sup> بعنوان: أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمنظمات " دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات الأردنية "

تهدف الدراسة إلى اختبار أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية لشركة منجم الفوسفات الأردنية، وقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتم التوصل الى وجود أثر للمسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للشركة، أي أن التزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية ككل يعزز الصورة الذهنية للشركة، وأوصت الباحثة مدراء وصانعي القرار بالعمل على انشاء دائرة خاصة ضمن الهيكلة التنظيمية في شركة مناجم الفوسفات الأردنية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والعاملين والمساهمين وذلك من خلال تخصيص ميزانية مستقلة للقيام بالأنشطة الخاصة بها. وان لم تكون المنظمة على قناعة تامة بأن التزامها بالمسؤولية الاجتماعية لا يعني تكاليف زائدة بقدر ما تكون استثمار للاستمرارية والبقاء.

4. دراسة (رولا أحمد كريشان)<sup>2</sup> بعنوان: المسؤولية الاجتماعية وأثرها على استراتيجيات المنافسة دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية

تهدف الدراسة إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية وأثرها على استراتيجيات المنافسة في الشركات الصناعية في الأردن وقد استخدمت البرنامج الاحصائي للعلوم الاجتماعية، وتم التوصل الى مجموعة من النتائج تمارس الشركات الصناعية المسؤولية القانونية والمسؤولية الاخلاقية بدرجة عالية جدا وفي نفس الوقت تمارس الشركات الصناعية المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية الخيرية بدرجة عالية وتستخدم الشركات الصناعية استراتيجيات التمايز بدرجة عالية جدا كما تستخدم استراتيجيات قيادة التكلفة بدرجة عالية وتستخدم كذلك استراتيجيات التركيز على التكاليف بدرجة عالية.

5. دراسة (عبد الرحمن فالح العبادلة)<sup>3</sup> بعنوان: أثر الشفافية في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر موظفي الوظائف القيادية في المؤسسات العامة الأردنية

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر الشفافية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر الفئات القيادية في المؤسسات العامة الأردنية، وقد استخدم المنهج التحليلي الوصفي، وتم التوصل الى مستوى الشفافية في المؤسسات العامة الأردنية جاء مرتفعاً، وبمتوسط حسابي ( 3.54 )، كما توصلت الدراسة إلى أن مستوى المسؤولية الاجتماعية جاء مرتفعاً بمتوسط حسابي ( 3.81 )، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثراً للشفافية في كل أبعادها في المسؤولية الاجتماعية.

<sup>1</sup> رقية اسماعيل المعايطة، أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمنظمات " دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات الأردنية"، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، 2018.

<sup>2</sup> رولا أحمد كريشان، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على استراتيجيات المنافسة دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، 2012.

<sup>3</sup> عبد الرحمن فالح العبادلة، أثر الشفافية في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر موظفي الوظائف القيادية في المؤسسات العامة الأردنية، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، عدد 02، الاردن، 2019.

6. دراسة (محمد سعيد العمري وآخرون)<sup>1</sup> بعنوان: ال مسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية في المملكة

#### العربية السعودية

هدفت هذه الدراسة في تقييم الوضع الراهن للمؤسسات الصناعية بالمملكة العربية السعودية فيما يتعلق كل منها بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع، وقد استخدم أسلوب تحليل المسار كأحد تطبيقات نمذجة المعادلة البنائية، وتم التوصل الى أن مجالات المسؤولية القانونية هي أكثر المتغيرات تأثيرا في الصورة المجتمعية للمؤسسات الصناعية، وتبين أيضا أن النواحي المالية هي أكثر المتغيرات تأثيرا في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية، وأن مهارات المديرين المطلوبة للقيام بالأنشطة الاجتماعية هي أقل المتغيرات تأثيرا في مستوى أداء المسؤولية الاجتماعية.

7. دراسة (طاهر أمينة)<sup>2</sup> بعنوان: أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء الزبون في شركة تيلواز " الشلف "

#### الجزائر

هدفت الدراسة الى قياس أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء الزبائن، وقد استخدمت المنهج الاستقرائي و الاستنباطي، وتم التوصل الى وجود أثر لمساهمة المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الأربعة ( المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الطوعية على ولاء زبائن شركة "تيلواز".

8. دراسة (ابراهيم السيد محمد ابراهيم الجوهري و محمد نبيل حامد سليمان)<sup>3</sup> بعنوان: الافصاح عن أبعاد

المسؤولية الاجتماعية وقيمة المنشأة : دور خصائص مجلس الادارة " بالتطبيق على شركات المساهمة المقيدة بالبورصة المصرية "

تهدف هذه الدراسة الى اختبار دور خصائص مجلس الادارة وحجم المجلس واستقلالية أعضاء المجلس وتنوع المجلس كمتغيرات معدلة للعلاقة بين مستوى الافصاح عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية و قيمة المنشأة وقد استخدم الباحثان عينة اختبار من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية في فترة زمنية من 2015 حتى عام 2019، وتم التوصل النتائج الى وجود تأثير معنوي ايجابي لكل من حجم مجلس الادارة واستقلالية أعضاء مجلس وتنوع مجلس الادارة على العلاقة بين مستوى الافصاح عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية وقيمة المنشأة.

<sup>1</sup> محمد سعيد العمري وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية في المملكة العربية السعودية، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 04، العدد 02، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2018.

<sup>2</sup> طاهر أمينة، أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء الزبون في شركة تيلواز " الشلف "، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 08، العدد 04، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2020.

<sup>3</sup> ابراهيم السيد محمد ابراهيم الجوهري و محمد نبيل حامد سليمان، الافصاح عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية وقيمة المنشأة : دور خصائص مجلس الادارة " بالتطبيق على شركات المساهمة المقيدة بالبورصة المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 03، العدد 01، كلية التجارة، جامعة دمياط . مصر، 2022.

ثانيا : دراسات خاصة بالمتغير التابع : خلق القيمة المشتركة

1. دراسة (اسحاق خرشي)<sup>1</sup> بعنوان: خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات " منظور تحليلي "

تهدف هذه الدراسة الى تقديم خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات حتى تلتزم الشركات أكثر بالجانب الأخلاقي في ممارسة النشاط، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتم التوصل هذه الدراسة الى تقديم نموذج لخلق القيمة المشتركة بالإضافة الى اعتبار مفهوم القيمة المشتركة كمظلة لجميع مفاهيم أخلاقيات الأعمال والمتمثلة في المسؤولية الاجتماعية للشركات، المؤسسة المواطنة، نظرية أسفل الهرم، نظرية أصحاب المصالح، الاستدامة و المقاولاتية الاجتماعية.

2. دراسة (نايت عطية مريم)<sup>2</sup> بعنوان: محددات عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية

### الجزائرية وفقا لفرع نشاطها الصناعي- دراسة تطبيقية للفترة 2011 . 2014

تهدف هذه الدراسة لتحليل عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية ، وقد استخدمت التحليل العملي والتمييزي، وتم التوصل هذه الدراسة أن العوامل المحددة لعملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية هي : الأداء الاقتصادي، السياسات التشغيلية، تكلفة رأس المال، حجم المؤسسة والمردودية المالية، كما أن هذه العملية تختلف من مؤسسة لأخرى وفقا لفرع النشاط الصناعي الذي تنتمي اليه هذه المؤسسات والعوامل المميزة لهذا الاختلاف هي : السياسات التشغيلية وتكلفة رأس المال.

3. دراسة (شيباني عبد القادر و فلاق محمد)<sup>3</sup> بعنوان: واقع تبني منظمات الأعمال لنموذج خلق القيمة

### المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة "

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع خلق القيمة المشتركة في منظمات الأعمال ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم التوصل إلى أن استخدام منظمات الأعمال لنموذج القيمة المشتركة يساهم بشكل كبير في خلق المنفعة أو القيمة الاقتصادية بالموازاة مع خلق التنمية الاجتماعية، وبالتالي تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

<sup>1</sup> اسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات " منظور تحليلي "، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، المجلد 04 ، العدد01، جامعة حسبية بن علي، جامعة الشلف. الجزائر ، 2020.

<sup>2</sup> نايت عطية مريم، محددات عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية وفقا لفرع نشاطها الصناعي- دراسة تطبيقية للفترة 2011 . 2014، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 05 ، العدد 01 ،جامعة باجي مختار ، عنابة. الجزائر ، 2018 .

<sup>3</sup> شيباني عبد القادر و فلاق محمد، واقع تبني منظمات الأعمال لنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة شركة Novartis مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد03، العدد 03، جامعة بن بوعلي ، الشلف. الجزائر ، 2020 .

4. دراسة (سبخاوي عبدالقادر و قريشي الصغير)<sup>1</sup> بعنوان: مساهمة تئمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات " دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية للنفايات بالجزائر" تهدف هذه الدراسة إلى توسيع قاعدة المعرفة حول مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد أصبحت تتبناه العديد من الشركات العالمية، وقد استخدم استبانة لجمع البيانات، وتم التوصل الدراسة الى أن التئمين المادي للنفايات في الجزائر يساهم بحوالي 64 % في خلق القيمة المشتركة، وهي نسبة ليست بالقوية جدا مقارنة بالتجارب الدولية الرائدة، مما يعني إعادة النظر في هذا المجال.

5. دراسة (سويسي الهواري ورمضاني حميدة)<sup>2</sup> بعنوان: قياس أداء المؤسسة الاقتصادية الجزائرية من منظور خلق القيمة باستخدام مؤشرات الأداء الحديثة "دراسة حالة مجمع صيدال للفترة 2010. 2015" تهدف هذه الدراسة الى التعرف على واقع خلق القيمة المشتركة في منظمات الأعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، وقد استخدم الباحثان جملة من المؤشرات الحديثة لقياس خلق القيمة كمؤشر القيمة الاقتصادية المضافة ومؤشر القيمة السوقية المضافة، وتم التوصل الدراسة الى أن مجمع صيدال قادر على خلق قيمة مضافة لكل الأطراف المعنية وقدرته أيضا على خلق ورسملة قيمة سوقية بالبورصة.

6. دراسة (عبد اللطيف مصطفى ووسام أرحاب)<sup>3</sup> بعنوان: دور الادارة بالقيم في خلق القيمة في المؤسسة - دراسة حالة المؤسسة الجزائرية لصناعة الأنايب بغرداية. الجزائر تهدف الدراسة الى اسقاط الضوء على أهمية الجانب الأخلاقي للإدارة في خلق القيمة للمؤسسة وقد تم تحليل العلاقة بين تطبيق الادارة بالقيم في المؤسسة وتوفير عوامل خلق القيمة في المؤسسة، وتم التوصل الدراسة الى وجود علاقة ارتباط قوية بين مبادئ الادارة بالقيم و عوامل خلق القيمة في المؤسسة.

7. دراسة (تبابي رزيقة)<sup>4</sup> بعنوان: تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن تهدف الدراسة لتسليط الضوء على تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة، وقد استخدمت استبيان على عينة ميسرة، وتم التوصل الى ان نتائج رأس المال الفكري يؤثر إيجابيا وبدلالة احصائية، على خلق القيمة في شركة محبوبة للعجائن، كما تعتمد الشركة بشكل أساسي على رأس مال العلائقي لخلق القيمة.

<sup>1</sup> سبخاوي عبد القادر، قريشي حمد الصغير، "مساهمة تئمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات" دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية للنفايات بالجزائر"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 41، العدد 01، الجزائر، 2020.

<sup>2</sup> سويسي الهواري، رمضاني حميدة، قياس أداء المؤسسة الاقتصادية الجزائرية من منظور خلق القيمة باستخدام مؤشرات الأداء الحديثة "دراسة حالة مجمع صيدال للفترة 2010- 2015"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 10، العدد 02، جامعة غرداية، الجزائر، 2017.

<sup>3</sup> عبد اللطيف مصطفى و وسام أرحاب، دور الادارة بالقيم في خلق القيمة في المؤسسة - دراسة حالة المؤسسة الجزائرية لصناعة الأنايب بغرداية. الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 10، جامعة الشهيد حمه خضر. الوادي، الجزائر، جوان 2016.

<sup>4</sup> تبابي رزيقة، تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن، مجلة العلوم الادارية والمالية، المجلد 05، العدد 02، جامعة عنابة، الجزائر، 2021.

8. دراسة (بن عيشة كريمة و نجار حياة)<sup>1</sup> بعنوان: أثر المخاطر المالية على خلق القيمة في المؤسسة

#### الاقتصادية: دراسة لعينة من المؤسسات المدرجة في السوق المالي السعودي باستخدام نماذج Panel

تهدف هذه الدراسة لاختبار أثر المخاطر المالية على خلق القيمة لعينة مكونة من 30 مؤسسة مدرجة في السوق المالي السعودي خلال الفترة 2014-2018، تم استخدام متغير انحراف الصافي الدخل الى مجموع الأصول للتعبير عن المخاطر المالية والقيمة الاقتصادية المضافة للتعبير عن خلق القيمة، أما متغيرات الحجم، فرص النمو والمردودية المالية استخدمت كمتغيرات ظابطة، باتباع المنهج الوصفي التحليلي وبالاعتماد على نماذج بيانات السلاسل الزمنية المقطعية والاستعانة ببرامج التحليل، وتوصلت الدراسة الى أن افضل نموذج لتفسير الظاهرة هو نموذج الآثار الثابتة، وتم التوصل إلى أن أفضل نموذج لتفسير الظاهرة هو نموذج الآثار الثابتة وكما خلصت أيضا الى وجود أثر سلبي لكل من المخاطر المالية، الحجم وفرص النمو على خلق القيمة في المؤسسات، في حين لم يسجل أي أثر للمردودية المالية على خلق القيمة.

9. دراسة (العجال بوزيان وحليمة مرسللي)<sup>2</sup> بعنوان: تأثير حوكمة المؤسسة على عملية خلق القيمة

#### الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة "سوناطراك" فرع أرزيو

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور تطبيق نظام حوكمة المؤسسة في إدارة عملية خلق القيمة، وقد استخدم استبيان وزع على مجموعة من الموظفين، وتم التوصل الى أن عملية خلق القيمة الاقتصادية لا تتحقق دون ممارسات المعتمدة بالدرجة الأولى على نظام الحوكمة، وهذا ما دل على علاقة الارتباط القوية بين الحوكمة وعملية خلق القيمة على مستوى مؤسسة محل الدراسة.

11. دراسة (فاطمة بلقواسمي و أحمد بن يوسف ومحمد فلاق)<sup>3</sup> بعنوان: التوجه الذكي نحو تبني خلق القيمة

#### المشتركة كدعامة لاستدامة المؤسسات الاقتصادية - تقييم تجربة بنك الاسكندرية بمصر

تهدف الدراسة الى تبيان مساهمة التوجه الذكي نحو خلق القيمة المشتركة في استدامة المؤسسات الاقتصادية، وقد المنهج الوصفي التحليلي، وتم التوصل الى أن استراتيجية البنك تتضمن منهج خلق القيمة المشتركة ويتم تطبيق ممارستها بصورة مخطط لها.

<sup>1</sup> بن عيشة كريمة، نجار حياة، أثر المخاطر المالية على خلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية: دراسة لعينة من المؤسسات المدرجة في السوق المالي السعودي باستخدام نماذج البانل، المجلد 07، العدد 01، جامعة سوق أهراس. الجزائر، 2021.

<sup>2</sup> العجال بوزيان، حليمة مرسللي، تأثير حوكمة المؤسسة على عملية خلق القيمة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة "سوناطراك" فرع أرزيو، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، جامعة ابن باديس مستغام. الجزائر، ديسمبر 2021.

<sup>3</sup> فاطمة بلقواسمي، وآخرون، التوجه الذكي نحو تبني خلق القيمة المشتركة كدعامة لاستدامة المؤسسات الاقتصادية - تقييم تجربة بنك الاسكندرية بمصر، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 01، جامعة الشلف. الجزائر، 2022.

ثالثا: دراسات خاصة بالمتغير المستقل والمتغير التابع : ( المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة )

1. دراسة (فاطمة طاهري و نصيرة قوريش)<sup>1</sup> بعنوان: نسلته في المجتمع: خلق القيمة المشتركة من خلال

### المسؤولية الاجتماعية

هدفت الدراسة الى ابراز تأثير المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد للأعمال، وذلك من خلال ما حقق من القيمة الاجتماعية والقيمة الاقتصادية بشركة نسلته في خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية والتي تنتج عنها تحقيق ميزة تنافسية من خلال تخفيض التكاليف والرفع من جودة المواد الأولية التي تستعملها المؤسسة وبناء عناقيد وعلاقات متينة ومستدامة مع مورديها بصفة عامة.

### المطلب الثاني : الدراسات في البيئات الأجنبية

سنقوم في هذا المطلب بعرض أهم الدراسات الأجنبية التي تتطرق لأحد متغيري الدراسة الحالية.

1 دراسة ( Hamid Khurshid and Robin Stanley )<sup>2</sup> بعنوان: فحص آليات لخلق قيمة مشتركة من قبل الشركات الاسيوية.

تمحورت هذه الدراسة حول مشاريع خلق القيمة المشتركة لشركتين من الشركات متعددة الجنسيات أربع مؤسسات صغيرة ومتوسطة بآسيا. حيث اعتمدت على المقابلات شبه المنظمة مع مديري المؤسسات وأصحاب المصلحة كانت النتائج تتمحور حول أهمية الابتكار في جميع الحالات. وبالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسلط الضوء على أهمية أصحاب المصلحة الخارجيين في المساهمة بمعرفة الخبراء حيث هناك نوعان من الاختلاف بين النموذجين نموذج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات متعددة الجنسيات حيث اعتمدت الشركات متعددة الجنسيات بشكل شبه تام على الموارد الداخلية في حين اعتمدت الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير على الموارد الخارجية فيما يخص الابتكار.

2 دراسة (Sunny Ham and Others)<sup>3</sup> بعنوان: تأثير خلق القيمة المشتركة بسلوك وردات فعل العملاء

تمحورت الدراسة حول تأثير خلق القيمة المشتركة بسلوك وردات فعل العملاء والمستهلكين في مجال خدمة الإطعام. حيث توصلت إلى أن تصورات المستهلكين للمساهمة الاقتصادية لمؤسسة خدمات الإطعام تؤثر بشكل إيجابي على موقف علامتهم التجارية. وهو ما يدعمه هرم كارول من خلال القول إن المسؤولية الاجتماعية هي الأساس أو القاعدة كما كشفت الدراسة إلى أن مساهمات مؤسسات الخدمة الغذائية في القضايا الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي على سلوك المستهلكين اتجاه العلامة التجارية. كما توصلت الدراسة إلى أن تصورات المستهلكين عن خلق القيمة المشتركة أي أن

<sup>1</sup> فاطمة طاهري، نصيرة قوريش، "نسلته في المجتمع: خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية"، مجلة دراسات وأبحاث للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، مجلد 14، العدد 01، 2021.

<sup>2</sup>Hamid Khurshid and Robin Stanley Snell " Examining mechanisms for creating shared value by Asian firms ". ELSEVIER. Journal of Business Research (2021)

<sup>3</sup> Sunny Ham and Seoki Lee and Hyejin Yoon and Changsik Kim ." Linking creating shared value to customer behaviors in the food service context ". ELSEVIER . Journal of Hospitality and Tourism Management .(2020 )

المؤسسة تدمج خلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في نموذج أعمالها وممارساته يؤثر إيجابا على سلوك المستهلكين باتجاه العلامة التجارية.

3 دراسة (Mohamed Fellgue and Ishak Kherchi)<sup>1</sup> بعنوان: القيمة المشتركة في القطاع المصرفي

- خلق قيمة اقتصادية واجتماعية نماذج مصرفية رائدة-

تمحورت الدراسة إلى تقديم مفهوم القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال البنوك حيث يتم خلق القيمة الاجتماعية للمجتمع و في نفس الوقت تحقيق القيمة الاقتصادية للبنك، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم مفهوم القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال البنوك حيث يتم خلق القيمة الاجتماعية للمجتمع و في نفس الوقت تحقيق القيمة الاقتصادية للبنك، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم وصف مفهوم القيمة المشتركة و سيرورة دمجها في أعمال البنوك، كما تم تحليل البرامج المتبعة لدى البنوك الرائدة لخلق القيمة الاقتصادية و تحقيق المنفعة الاجتماعية ، وقد توصلت الدراسة الى تقديم نموذج لخلق القيمة المشتركة في القطاع البنكي.

4 دراسة (Daniela Venanzi)<sup>2</sup> بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للشركات وخلق القيمة المشتركة

تمحورت الدراسة الى توضيح محددات الشركة والتوجه نحو أصحاب المصلحة، لتحليل العلاقة بين قيمة المساهم وقيمة أصحاب المصلحة كأهداف ثابتة . وقد استخدمت عينة من الشركات الأوروبية المدرجة والتي من خلالها توصلت الى أن الشركة تسعى لإرضاء أصحاب المصلحة لتحقيق أداء ذو قيمة أفضل.

5 دراسة (Josefina Fernández-Guadaño and Jesús H. Sarria-Pedroza)<sup>3</sup> بعنوان: تأثير

المسؤولية الاجتماعية للشركات على خلق القيمة من منظور أصحاب المصلحة.

تمحورت الدراسة الى توضيح مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على خلق القيمة، وباستخدام منهج التأثيرات العشوائية المتزايدة، وتم التوصل إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها تأثير إيجابي وهام على توزيع القيمة لصالح الدولة، لها تأثير سلبي على الموظفين وليس لها تأثير على أصحاب المصلحة الآخرين.

6 دراسة (Sasan Ghasemi, Mohammad Nazemi, and Tooraj Hajirahimian)<sup>1</sup>

بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للشركات الى التأسيس القيمة المشتركة

<sup>1</sup> Mohamed Fellgue and Ishak Kherchi. Shared value in banking sector: Creating an economic and social value "Leading banks models" University of Chlef – Algeria(2015) ,

<sup>2</sup> Daniela Venanzi , Corporate social responsibility and value creation " Determinants and mutual relationships of European listed firms " , University of Rome Tre , Italy, 2006

<sup>3</sup> Josefina Fernández-Guadaño and Jesús H. Sarria-Pedroza Impact of Corporate Social Responsibility on Value Creation from a Stakeholder Perspective, University, E-28223 Madrid, Spain .2018

تمحورت الدراسة الى شرح ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في شركة المباركة للحديد ودراسة عملية التحول من ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى خلق قيمة مشتركة. وقد استخدم البيانات والملاحظات والمستندات للحصول على البيانات المطلوبة، وتم التوصل الى أن تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات في الفترات الأربع الرئيسية في تاريخ شركة المباركة للصلب، تلاها مناقشة حول كيفية تحول الشركة نحو خلق قيمة مشتركة، وتعد هذه من بين الدراسات الأولى من نوعها التي تتناول تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات وعملية التحول في صناعة تصنيع عملاقة في إيران.

7 دراسة ( Mesghouni Mouna and others )<sup>2</sup> بعنوان: أثر تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين

في خلق القيمة المشتركة - دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية النشطة في مجال النظافة العامة ومعالجة النفايات والصرف الصحي في ورقلة.

تمحورت الدراسة إلى اختبار أثر تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين في خلق قيمة مشتركة، استخدم طريقة تحليل الانحدار البسيط والمتعدد لاكتشاف العلاقة بين متغيرات الدراسة، تظهر النتائج أن هناك ميلاً إلى تبني المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين وعلاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة.

8 دراسة ( Mouna Mesghouni and others )<sup>3</sup> بعنوان: إيجاد قيمة مشتركة في المسؤولية الاجتماعية

للجزائريين منظمات الأعمال الجزائرية.

تمحورت الدراسة الى توفير قيمة مشتركة كنموذج أعمال جديد للشركات الجزائرية لخلق قيم اقتصادية تعمل على تحسين القدرة التنافسية، تم استخدام طريقة تحليل الانحدار البسيط والمتعدد لاكتشاف العلاقة بين متغيرات هذه الدراسة مع اقتراح النموذج الأمثل، وتوصلت الى وجود نزعة لتبني المسؤولية الاجتماعية و علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة من الشركات بينما تخلق قيمة للمجتمعات.

### المطلب الثالث : مقارنة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية

<sup>1</sup> Sasan Ghasemi, Mohammad Nazemi, and Tooraj Hajirahimian, From Corporate Social Responsibility (CSR) to Creating Shared Value (CSV): Case Study of Mobarakeh Steel Company, Global Business and Management Research: An International Journal Vol. 6, No. 1, Iran, (2014)

<sup>2</sup> Mesghouni Mouna, Barka Mouhammed, Azza Lazhar , The impact of adopting social responsibility towards employees in the creation of shared value - A study of a sample of economic enterprises active in public hygiene and waste treatment and sanitation in Ouargla , El-Bahith Review 07/12/2018,

<sup>3</sup> Mouna Mesghouni, Assma Youcef, Aicha Selma Kiheli, Lamia Amani, Safia Seddiki, Find a Shared Value in the Social Responsibility of Algerian Business Organizations, International Journal of Economics and Financial Issues, 9(3) , 2019

سنحاول الدراسة من خلال هذا المطلب ابراز موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة وذلك باكتشاف عن أوجه الاختلاف والتشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

### 1. أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :

1. كل الدراسات السابقة المذكورة تناولت أحد متغيري الدراسة الحالية المسؤولية الاجتماعية أو خلق القيمة المشتركة
2. تتشابه الدراسات السابقة المذكورة مع الدراسة الحالية أن أغلبها استعملت العينات بأعداد متفاوتة.
3. تتشابه الدراسات السابقة المتناولة مع الدراسة الحالية أن أغلبها استعملت الأساليب الإحصائية والبرامج الالكترونية.

### 2. أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :

- ❖ من حيث البيئة: الدراسات السابقة أجريت على بيئات متنوعة عربية وأجنبية ووطنية وأما الدراسة الحالية ووطنية محلية أجريت على عينة مؤسسة الورود بولاية الوادي.
- ❖ من حيث الهدف: الدراسات السابقة الذكر تدرس متغير واحد من أحد متغيري دراستنا في حين دراستنا درست المسؤولية الاجتماعية كمتغير مستقل ومتغير خلق القيمة المشتركة كمتغير تابع.
- ❖ من حيث الأبعاد: اختلفت الدراسات السابقة عن دراستنا في تحديد الأبعاد المدروسة لكل من متغيري الدراسة المسؤولية الاجتماعية (اقتصادي، خيري، أخلاقي، قانوني) والقيمة المشتركة (قيمة اجتماعية / قيمة اقتصادية).
- ❖ من حيث المحتوى: تطرقت بعض الدراسات السابقة للفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة ولم تتطرق لعنصر التكامل بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في حين تطرقت له دراستنا واستنبط من خلال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومفهوم خلق القيمة المشتركة.
- ❖ ونلاحظ أن مجال الاستفادة من الدراسات السابقة :

1. توسع وتعمق أكثر في مفهومي المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.
2. من حيث إثراء إشكالية الدراسة والاستفادة في كيفية التحليل للوصول للنتائج المطلوبة.
3. التعرف على الأساليب الإحصائية والبرامج المستعملة لتحديد ما يناسب الدراسة.
4. قاعدة لانتقاء المراجع خاصة الحديثة منها.

## خلاصة الفصل الأول :

من خلال هذا الفصل الذي تطرقت فيه الدراسة الى ابراز الاطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة حيث تم التوصل من خلالها الى أن:

أن المسؤولية الاجتماعية هي عبارة عن مبادرات ومساهمات من قبل المؤسسة وأصحاب المؤسسة اتجاه المجتمع المتواجدة به وتهدف هذه المبادرات الى القضاء على المسافات بين الأطراف وخلق علاقات قوية بينهما. ففي المؤسسات صناعات انتاجية بتمازج الطبيعة الاقتصادية و الاجتماعية فيها تعمل على تبني معايير خاصة للوفاء بمتطلبات المسؤولية الاجتماعية بحكم طبيعتها الاجتماعية، وكما تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية في ( خيرية، أخلاقية، اقتصادية، قانونية )، وتعتبر أيضا التزام ووفاء ومواطنة وشراكة، بحيث للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالغة بالنسبة للدولة والمجتمع والمؤسسة.

كما تعتبر عملية خلق القيمة المشتركة نتيجة نهائية لتداخل عدة أبعاد في المؤسسة، ينتج الأول من قيمة الاقتصادية والثاني من المنفعة الاجتماعية.

. خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية هي أكثر من مجرد تحقيق للربح والمساهمة في اثناء حملة الأسهم، يل يتعدى ذلك الى تحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين البيئة الاقتصادية التي تعمل فيه المؤسسات.

## الفصل الثاني :

دراسة حالة مؤسسة الورود - كوينين -

الوادي

## تمهيد :

بعد التطرق في الإطار النظري لمتغيرات الدراسة المتمثلة في أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة سنحاول في الجانب التطبيقي للدراسة أن نبين مدى مساهمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال البعد الخيري والبعد الأخلاقي والبعد القانوني والبعد الاقتصادي في خلق كل من المنفعة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية بمؤسسة الورود بالوادي ، وسيتم التطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية :

- المبحث الأول: بطاقة تعريفية لمؤسسة الورود بالوادي؛
- المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية؛
- المبحث الثالث: عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات؛

## المبحث الأول: بطاقة تعريفية لمؤسسة الورود بالوادي

سنحاول من خلال هذا المبحث تقديم عام عن مؤسسة الورود بالوادي من خلال عرض موجز عن مجموعة الورود بالإضافة لنشأتها وأهم نشاطاتها لنخلص في الأخير إلى الهيكل التنظيمي للشركة.

## المطلب الأول: تقديم مجموعة الورود

تقع مجموعة الورود بالمنطقة الصناعية بكوينين . دائرة الوادي . ولاية الوادي، وتترع على مساحة قدرها 25000 م<sup>2</sup> (مربع)، ويشغل بها أكثر من 500 عامل وعاملة<sup>1</sup> . وتتشكل مجموعة الورود من 07 شركات من أهمها :

1. شركة روائح الورود **Parfums Wouroud** الشركة الأم (شركة عطور ورود ) سنة 1963 وتعتبر أولى شركات المجموعة وأكثرها عراقية في الجزائر تواصل صنع العطور منذ النشأة.

2. شركة الوليد للطباعة والتغليف: **El walide Emballages & edition** أنشئت في 06 جانفي سنة 1998 برأسمال اجتماعي يقدر ب 200.000.000 دج ، بداية الاستغلال كانت في 01 مارس 2001 ، تهتم بكل الأنشطة المتعلقة بالتغليف والطباعة من مادة البلاستيك والزجاج ومن اهم ما تتميز به :

- توفرها على خط تحويل وتلوين وزخرفة الزجاج (معالجة السطوح) التي كانت بالأمس القريب تتم خارج الوطن ، وبالعملة الصعبة ، والذي تحتاجه شركة روائح وعطور الورود وشركات اخرى ويعتبر هذا الخط الوحيد في شمال افريقيا ( هذا الى غاية سنة 2004 ) ، حيث يتميز بتكنولوجيا جديدة ونظيفة.

- كانت مصنوعات البلاستيك الخاصة بصناعة العطور تأتي من أوروبا ومن بريطانيا وإيطاليا على الخصوص والآن تنتج على مستوى شركة الوليد

3. شركة الوفاء للتعمير والبناء: **El wafa Urbanisme** أنشئت في 19 جويلية 2000 برأس مال اجتماعي يقدر ب 10.000.000 دج ، وهي تهتم بكل الأنشطة التي تختص بأشغال البناء والتعمير .

4. شركة الورود لمواد التجميل والصابون: **Wouroud Cosmetics** أنشئت في 08 جانفي 2001 برأس مال اجتماعي يقدر ب 10.000.000 دج ، تقوم بالأنشطة التالية : صناعة صابون الزينة ، ومختلف مواد التجميل ، ولقد تم انشاء هذه الشركة بهدف التكامل بينها وبين الشركة الأم ( شركة روائح الورود) .

<sup>1</sup>. محمد البشير الجديدي ، دليل مجموعة الورود ، الوليد للتغليف والطباعة ، الوادي ، الجزائر ، 2004 ، ص 06.

## المطلب الثاني: تقديم شركة روائح الورود

سنحاول من خلال هذا المطلب عرض موجز عن شركة روائح الورود من خلال تأسيسها وأهم نشاطاتها

## أولا: تأسيسها

يعود تاريخ التأسيس هذه الشركة الى الشكرة الأم (شركة عطور الورود)، التي تم تأسيسها سنة 1963، تعتبر أول شركة في الجزائر متخصصة في صناعة العطور، حيث قام بتأسيسها مجموعة من الشركاء، وكان مقرها في الجزائر العاصمة، ثم بعد ذلك انفرد بها أحد الشركاء، وقام بنقلها الى ولاية الوادي، أين أعلن عن انشاء شركة روائح الورود في 15 جويلية 1983 بالمنطقة الصناعية بكوينين.

## ثانيا: أنشطتها

تقوم الشركة بتصميم ، تطوير ، انتاج وتسويق مواد العطور التالية :

- ماء التزيين Eaux de toilette

- مزيل الروائح Déodorants

-مناديل معطرة Pochette parfumées

ولقد مرت تشكيلة منتجات الشركة ، قبل أن تصل الى ما هي عليه الآن بأربعة اجيال :

1. الجيل الأول (1986): حيث عمدت الشركة الى انتاج اولى منتجاتها ، والمتمثلة في ماء التزيين ، وقد بدأت

بالمنتجات التالية :

## Oscar- Sixième sens

2. الجيل الثاني (1990): حيث توجهت الشركة الى انتاج مزيل الروائح، وذلك في توسيع تشكيلة منتجاتها .

3. الجيل الثالث (1995): منتجات جديدة من ماء التزيين ذات التكنولوجيا المتطورة، متمثلة أساسا في:

Mawja ،Danésia ،Borane ،Elu

4. الجيل الرابع (2000) : انتاج منتجات من ماء التزيين ، تحت اسم Magic (منتج خاص بالأطفال) و

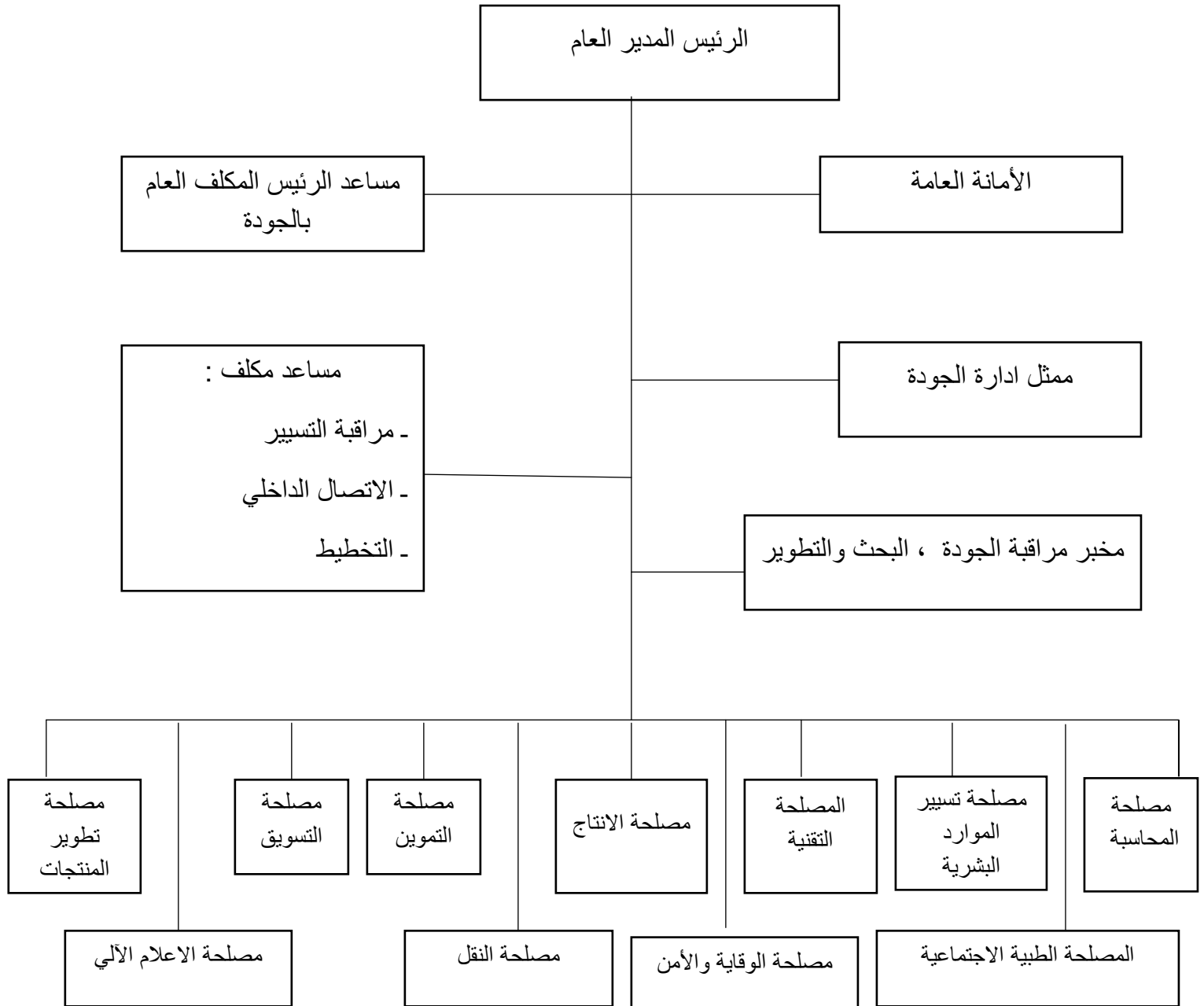
Plutô (منتج موسمي) .

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للشركة ، عناصره

أولاً: الهيكل التنظيمي للشركة

يمكن أن نبين الهيكل التنظيمي للشركة من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم (1.2) : الهيكل التنظيمي لشركة روائح الورود



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على المعلومات المقدمة من قبل المؤسسة

### ثانيا : عناصر الهيكل التنظيمي

ان الهيكل التنظيمي لمؤسسة الورود مقسم تقسيما وظيفيا حيث توزع فيه المسؤوليات، وتوضح فيه المهام بكل وضوح، كما يعتبر هذا التنظيم الاطار الذي تعمل فيه المؤسسة.

**1. المدير العام :** يقوم بالإشراف على السير الحسن لجميع نشاطات المؤسسة ويشرف على جميع العمليات في الداخل والخارج، وله الحق في اتخاذ القرار ومراقبة جميع العمال داخل المؤسسة.

### 2. الأمانة العامة :

- مساعدة المدير العام في مهامه؛
- متابعة السير الحسن للنشاط في غيابه؛
- استقبال المكالمات الداخلية والخارجية.

### 3. مساعدة الرئيس المكلف العام بالجودة :

- رفع التقارير إلى المدير العام حول سير نظام الجودة؛
- الربط والتنسيق بين مسؤولي نظام إدارة الجودة لمؤسسة الورود؛
- متابعة سير نظام إدارة الجودة ونشر حالة تقدم المشروع وتعليقها.

### 4. مخبر مراقبة الجودة للبحوث والتطوير :

وهذا المخبر مجهز بأحدث الوسائل لمراقبة جودة المنتجات ويسير من طرف ذوي كفاءة وخبرة.

### 5. مصلحة المحاسبة والمالية:

- تطبيق السياسة المالية للمؤسسة؛
- إعداد الميزانيات؛
- تنظيم وترتيب وحفظ مختلف الوثائق المحاسبية ( فواتير، وصول استلام).

### 6. مصلحة تسيير موارد بشرية :

- عملية توظيف واعداد الأجور؛
- تجهيز وثائق التأمين الخاصة بالعمال؛
- تحفيز ومكافئة العاملين؛

### 7. المصلحة التقنية :

- القيام بتصليح مناطق الخلل الموجودة داخل ورشة الإنتاج أو خارجها؛
- الصيانة والمتابعة الدورية لمختلف الآلات الإنتاجية؛

### 8 . المصلحة التجارية :

- تقوم بعرض وبيع منتجات المؤسسة؛
- دراسة السوق وتقدير المبيعات؛
- القيام بتركيب مختلف التجهيزات الكهربائية داخل المؤسسة.

### 9. مصلحة الانتاج :

- تتكفل هذه المصلحة بالإشراف على عمليات الإنتاج؛
- تحتوي على مخبر لمراقبة النوعية.

### 10 . مصلحة تطوير المنتجات :

- العمل على خلق أو تطوير منتجات الجديدة؛
- المساهمة في تصميم المنتجات الجديدة ( العطر، شكل القارورة، التغليف، الاسم).

### 11 . مصلحة الامدادات :

- تقوم بمتابعة حركة التصدير؛
- متابعة نقل الموارد المصدرة والمستوردة؛
- الاتصال بوكالة العبور الدولية فيما يخص عمليتي التصدير والاستيراد.

### 12 . مصلحة التسويق :

- متابعة وتحليل تطورات أسعار السوق، ومختلف أنواع المنتجات المنافسة الوطنية والدولية؛
- تجميع وبث مختلف المعلومات التجارية والتسويقية التي تهم المؤسسة؛
- إعداد وتنفيذ مختلف المشاركات في المعارض الوطنية والدولية.

## المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

يتم التطرق في هذا المبحث إلى عرض مفصل للمنهجية والإجراءات التي تم الاعتماد عليها في تنفيذ الدراسة دراسة وجهات نظر على موظفي مؤسسة العطور والورود بالوادي حيث تحديد مجتمع وعينة الدراسة، وأداة الدراسة لإجابات بيانات العينة على محاور الاستبيان، والأساليب المعتمدة في المعالجة الإحصائية.

## المطلب الأول: عينة ومجتمع الدراسة ، وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

## الفرع الأول: عينة الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب أن نبين عينة الدراسة بالإضافة لأدوات جمع البيانات المتمثلة في " الاستبيان".

## أولاً: عينة الدراسة

نظراً لأهمية موضوع الدراسة لكونه من المفاهيم الحديثة للتسيير ومن أجل الحصول على النتائج الأكثر صدق وواقعية، تم تحديد فئة معينة من مجتمع الدراسة التي نرى فيها متطلبات الدراسة، يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من الموظفين مؤسسة الورود بالوادي.

تم توزيع 75 استمارة على عينة الدراسة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، وبعد الفترة الزمنية امتدت حوالي أسبوع، ثم جمع هذه الاستبيانات حيث تم استرداد 60 استمارة منها، وبعد مراجعة الاستبيانات المسترجعة تبين أنه 55 استمارة فقط صالحة للمعالجة الإحصائية.

## ثانياً: تصميم أداة الدراسة " الاستبيان "

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان الذي صمم خصيصاً لجمع البيانات لأغراض الدراسة، والتي تقوم على أساس إعداد الأسئلة المرتبطة والمكملة لبعضها البعض حول إشكالية الدراسة وفرضياتها، لتجيب عليها عينة الدراسة، ويتم بعد ذلك تفرغها وتبويبها وتحليلها واستخلاص النتائج منها للوصول إلى أهداف الدراسة وقد تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة أجزاء:

- الجزء الأول: البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة وتمثلت في: الجنس؛ العمر؛ المؤهل العلمي؛ الخبرة في المنصب الوظيفي؛
- الجزء الثاني: محاور الدراسة

المحور الأول: ضم (23) عبارة يتعلق أبعاد المسؤولية الاجتماعية مقسم إلى أربعة أبعاد:

- البعد الأول: البعد الخيري قسم إلى خمسة عبارات؛
- البعد الثاني: البعد الأخلاقي قسم إلى خمسة عبارات؛

- البعد الثالث البعد القانوني قسم إلى خمسة عبارات؛
- البعد الرابع البعد الاقتصادي قسم إلى ثمانية عبارات؛
- المحور الثاني: تعلق خلق القيمة المشتركة يحتوي على اثني عشر عبارات.
- المحور الثاني: ضم (12) عبارة يتعلق أبعاد خلق القيمة المشتركة قسم إلى بعدين هما:
  - البعد الأول: خلق المنفعة الاقتصادية قسم إلى ستة عبارات؛
  - البعد الثاني: خلق المنفعة الاجتماعية قسم إلى ستة عبارات؛

#### الفرع الثاني: أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

يعتمد أسلوب التحليل الإحصائي على نوع المشكلة محل القياس والتحليل ونوع البيانات وفيما يلي توضيح أهم الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة.

#### أولاً: الأساليب الوصفية

- التكرار والنسب المئوية: للتعرف بالتفصيل على السمات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو بعد.
- الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو بعد.

#### ثانياً: الأساليب الاستدلالية

- معامل الثبات ألفا كرو نباخ: وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة؛
- معامل الارتباط بيرسون: لتأكيد الصدق وإثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، كما تم استخدام معامل الارتباط لتحديد العلاقة والارتباط بين متغيرات الدراسة.
- معامل الانحدار البسيط: معرفة درجة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع على حدا

#### المطلب الثاني: ثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة

يتم في هذا المطلب معرفة مدى الاعتماد على استبيان الدراسة من خلال اختبار ثبات وصدق الاستبيان .

#### أولاً: حساب معامل الثبات ألفا كرو نباخ

سنحاول من خلال هذا الجزء أن نبين مدى ثبات الاستبيان ومصدقيه للعمل في الموضوع من خلال حساب معامل ألفا كرو نباخ حيث كلما كان معامل ألفا أكبر من 0.6 كلما كان الاستبيان صالحاً للدراسة.

الجدول رقم (1.2): معامل ألفا كرو نباخ لأداة الدراسة

معامل ألفا كرو نباخ	عبارات الاستبيان
0.960	35

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

لقد تبين أن معامل الثبات (Cronbach's alpha) يساوي 0.960 بالنسبة لكل الاستبيان، وهو أكبر من المعامل 0.60 ما يدل على ثبات أداة الدراسة هذا يعني أن هناك صدق وثبات في المحاور وبالتالي يمكن القول أن الاستبيان يتمتع بالثبات.

### ثانيا: الاتساق الداخلي للاستبيان

مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة من خلال حساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد المتغير والدرجة الكلية له لكل من المتغير المستقل والمتغير التابع والجداول التالية توضح ذلك.

#### 1. مصفوفة الارتباط لأبعاد المتغير المستقبل أبعاد المسؤولية الاجتماعية

مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة من خلال حساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد المتغير والدرجة الكلية له للمتغير المستقل والجداول التالية توضح ذلك.

الجدول رقم (2.2): يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد ومحاور الدراسة

الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان		أبعاد ومحاور الدراسة
مستوى المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	
0.000	0.785**	البعد الأول: البعد الخيري
	0.909**	البعد الثاني: البعد الأخلاقي
0.000	0.782**	البعد الثالث: البعد القانوني
0.000	0.806**	البعد الرابع: البعد الاقتصادي
**دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها		

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن هناك ارتباط بين أبعاد المتغير المستقل: البعد الخيري؛ البعد الأخلاقي؛ البعد القانوني؛ البعد الاقتصادي حيث قدرت قيمة مستوى المعنوية بين المتغيرين (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفروض وبالتالي هناك اتساق داخل لأبعاد المتغير المستقل.

#### 2. مصفوفة الارتباط لأبعاد المتغير المستقبل أبعاد القيمة المشتركة

مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة من خلال حساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد المتغير والدرجة الكلية له للمتغير التابع والجداول التالية توضح ذلك.

الجدول رقم (2 . 3): يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد ومحاور الدراسة

الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان		أبعاد ومحاور الدراسة
مستوى المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	
0.000	0.912**	البعد الأول: خلق المنفعة الاقتصادية
0.000	0.919**	البعد الثاني: خلق المنفعة الاجتماعية
**دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها		

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن هناك ارتباط بين أبعاد المتغير التابع: بعد القيمة الاقتصادية؛ بعد القيمة الاجتماعية حيث قدرت قيمة مستوى المعنوية بين المتغيرين (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المفروض وبالتالي هناك اتساق داخل لأبعاد المتغير المستقل.

### المبحث الثالث: عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات

من خلال في هذا المبحث الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة من خلال عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة من حيث الجنس؛ العمر؛ المؤهل العلمي؛ الخبرة في المنصب الوظيفي؛ المركز الوظيفي، بالإضافة عرض عبارات محاور الدراسة.

#### المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق لعرض وتحليل الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة كما يلي.

#### أولاً: الخصائص الشخصية لعينة الدراسة

تتمثل هذه الخصائص في الجنس، العمر والمؤهل العلمي حيث تم التوصل إلى النتائج التالية:

#### 1. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم(2.4): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
67.3%	37	ذكر
32.7%	18	أنثى
100%	55	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عينة الدراسة تتوزع حسب متغير الجنس حيث نجد نسبة 67.3% لصالح الذكور في حين 32.7% لصالح الإناث ما يدل على أن مؤسسة محل الدراسة تتعامل مع جميع فئات المجتمع مهما اختلف الجنس. كما هو مبين في الشكل الموالي :

الشكل رقم (2.2): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتضح من الجدول والشكل السابقين أن الذكور (32) عامل ما يمثل نسبة 68 % في حين الإناث (18) عاملة وهو ما يمثل نسبة 32 % وهذا راجع لطبيعة عمل واختصاص المؤسسة من حيث أن العمل يتطلب بعض الجهد العضلي وأن لديهم أعمال كثيرة خارج المؤسسة أي ينتقل العمال إلى المكان لتلبية خدمة ما ويرجع أيضا إلى تواجد المؤسسة في مكان بعيد على منطقة سكنية وهو ما لا تتقبله البيئة المحلية المحافظة. وعليه فالإناث عملهم داخل المؤسسة وخاصة في الإدارة.

## 2. توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

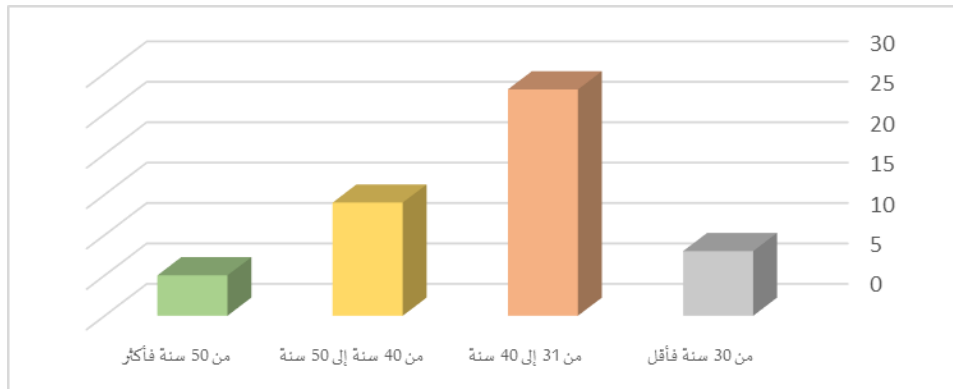
الجدول رقم (2.5): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة %
من 30 سنة فأقل	8	14,5%
من 31 إلى 40 سنة	28	50,9%
من 40 سنة إلى 50 سنة	14	25,5%
من 50 سنة فأكثر	5	9,1%
المجموع	55	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الفئات العمرية تتعامل مع المؤسسة محل الدراسة هي الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بتكرار 28 ونسبة 50.9 %، تليها الفئة العمرية من 40 إلى 50 بتكرار 14 ونسبة 25.5 %، في حين الفئة أقل من 30 سنة بتكرار 8 أفراد ونسبة 14.5 %، أما الفئة من 50 سنة فأكثر بتكرار 5 ونسبة 9.1 % من المجموع الإجمالي للنسب كما مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (2.3): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

### 3. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

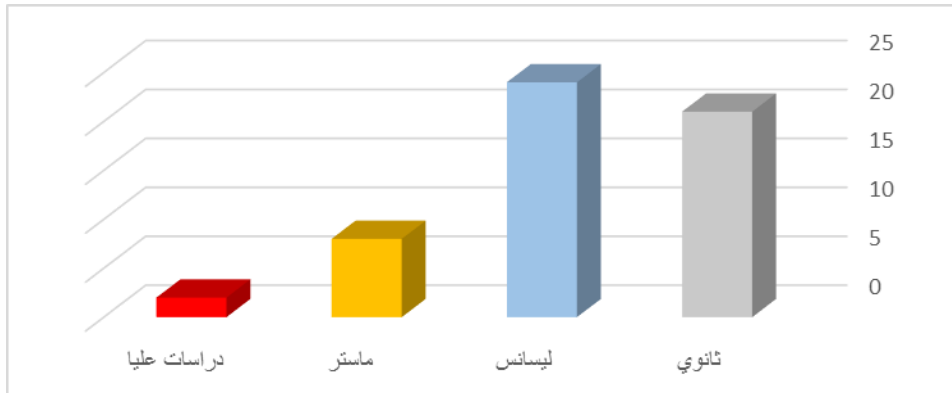
الجدول رقم (2 . 6): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

النسبة %	التكرار	المؤهل العلمي
38,2%	21	ثانوي
43,6%	24	ليسانس
14,5%	8	ماستر
3,6%	2	دراسات عليا
<b>%100</b>	<b>55</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات العينة نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تتوزع بأغلبية مستوى تعليمي ليسانس بتكرار 24 ونسبة 43.6%، تليها مستوى تعليمي ثانوي بتكرار 21 ونسبة 38.2% في حين ماستر بتكرار 08 ونسبة 14.5%، أما المستوى التعليمي دراسات عليا بتكرار 2 ونسبة 3.6% من المجموع الإجمالي للنسب ما نفسر ذلك على أن هذا يرجع لطبيعة العمل لأن المؤسسة تحتاج الجامعيين والتقنيين الساميين تحتاجهم المؤسسة في مهام محددة وأما العمال المهنيين وهم أساس العمل سواء في المؤسسة أو تقديم الخدمات خارجها والمهنيين أغلبهم بداية عملهم في سن مبكرة أي عدم إكمال الدراسة هذا ما يفسر نسبتهم العالية أما أصحاب الدراسات العليا فتفسير قلتهم هو أن عملهم في الأغلب يكون في الإدارة العليا وبعدد قليل مقارنة مع العدد الإجمالي الفئة المستجوبة ذات وعي بموضوع الدراسة كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (2 . 4): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

ثانيا: البيانات الوظيفية لعينة الدراسة

1. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة

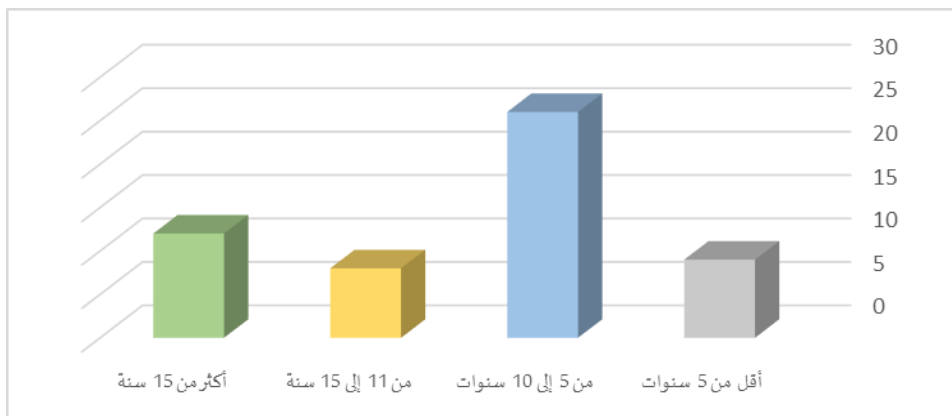
الجدول رقم (7.2): توزيع عينة الدراسة الخبرة

الخبرة	التكرار	النسبة %
أقل من 5 سنوات	9	16,4%
من 5 إلى 10 سنوات	26	47,3%
من 11 إلى 15 سنة	8	14,5%
أكثر من 15 سنة	12	21,8%
المجموع	55	%100

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة المستجوبة بأغلبية سنوات خبرة من 5 إلى 10 سنوات بتكرار 26 ونسبة 47.3% هم الذين في الغالب أنهم دخلوا الميدان في بداية عملهم مع توسع المؤسسة ، تليها أكثر من 15 سنوات بتكرار 12 ونسبة 21.8% وهو راجع لطبيعة عمل المؤسسة بدرجة كبيرة حيث يتطلب العمل مهنية كبيرة وخبرة كبيرة لا تتأني بسهولة مما يستدعي من صاحب العمل المحافظة على أصحاب الخبرة بالتحفيز ومن جانب آخر فإن العمال الذين يتقنون العمل داخل المؤسسة أو في هذا الجانب صعب أن يتحولوا للعمل في مجال آخر والذي في الأغلب سيكونون بدون خبرة وبالتالي بأجر ، في حين أقل من 5 سنوات بتكرار 9 ونسبة 16.4% يكون أسباب ارتفاعها نفس أسباب ارتفاع الفئة ذات الخبرة أكثر من 5 . 10 سنوات ، أما من 11 إلى 15 سنة بتكرار 08 ونسبة 14.5% من المجموع الإجمالي للنسب كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (5.2): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

## 2. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي

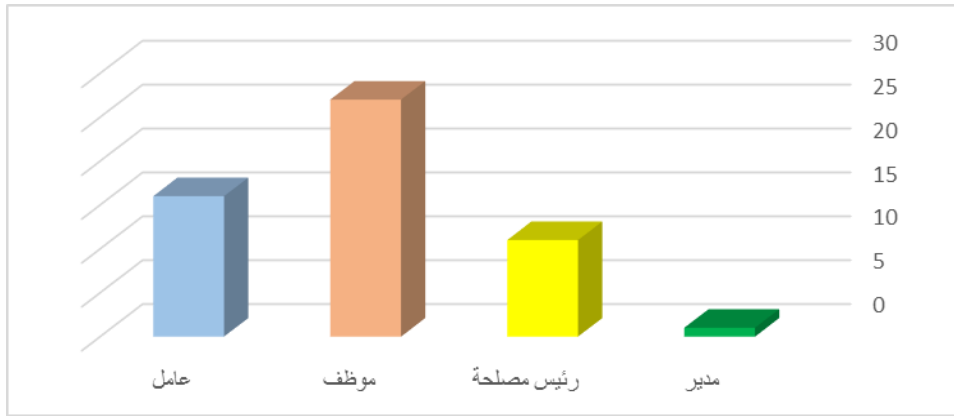
الجدول رقم (2. 8): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي

النسبة %	التكرار	الوظيفة
1,8%	1	مدير
20%	11	رئيس مصلحة
49,1%	27	موظف
29,1%	16	عامل
%100	55	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال النتائج المبينة في الجدول توزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي حيث نلاحظ أن أغلبية عينة الدراسة من فئة موظف بتكرار 27 ونسبة 49.1% ما يفسر هذا هو طبيعة عمل المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها والتي تعتمد أساسا على العمال المهنيين في حين، تليها برتبة عامل بتكرار 16 ونسبة 29.1%، في حين فئة رئيس مصلحة بتكرار 11 ونسبة 20%، أما مدير بنسبة 1.8% من المجموع الإجمالي للنسب، كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (2. 6): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

## المطلب الثاني: عرض وتحليل محاور الدراسة

نقدم من خلال هذا الجزء تقدير الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة وذلك من خلال تقييم دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الورود بولاية الوادي، وذلك بحساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالإضافة لحساب المتوسط النسبي التشتت لإجابات عينة الدراسة والجدول التالي يوضح ذلك. وقبل التطرق لتحليل لجميع عبارات المتغير المستقل، نوضح مقياس ليكارت الخماسي الذي من خلاله نبين الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

الجدول رقم (2 . 9): مقياس ليكارت الحماسي

الاتجاه العام للعينة	المتوسط الحسابي للمستويات الموافقة
غير موافق بشدة	]1.79 - 1]
موافق	]2.59 - 1.80]
محايد	]3.39 - 2.60]
موافق	]4.19 - 3.40]
موافق بشدة	]5 - 4.20]

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على الاعتماد على المرجع: إيهاب عبد السلام محمود، تحليل البرنامج الإحصائي SPSS، الطبعة الأولى، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 22.

### أولاً: تحليل عبارات المحور الأول "أبعاد المسؤولية الاجتماعية"

سنحاول من خلال هذا الجزء تحليل عبارة كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية، من خلال تحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

#### 1. البعد الأول: البعد الخيري

الجدول رقم (2 . 10): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول

الاتجاه العام للعينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	البيانات
مرتفع	4,20	0,025	1. تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية
مرتفع	3,85	0,095	2. تشجع ادارة المؤسسة اقامة الندوات وورشات العمل لمنظمات المجتمع المدني الداعمة لحقوق الانسان.
مرتفع	3,63	0,296	3. تقدم مؤسستكم تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة.
مرتفع	3,76	0,290	4. تقدم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والفيضانات والحرائق وغيرها.
مرتفع	3,83	0,273	5. تساهم المؤسسة في احياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية بتقديم هدايا معتبرة
مرتفع	3,8582	0,02392	البعد الأول: البعد الخيري

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من الجدول أعلاه، الذي يتضمن عبارات البعد الأول البعد الخيري، وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (3.85) و بدرجة تطبيق مرتفع حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الأول موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.63-4.20) حيث :

العبارة رقم 01 : احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.20) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية.

**العبارة رقم 02:** جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (3.85) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة، أي تشجع إدارة المؤسسة إقامة الندوات وورشات العمل لمنظمات المجتمع المدني الداعمة لحقوق الانسان، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تساهم المؤسسة في احياء الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية بتقديم هدايا معتبرة " بمتوسط حسابي (3.83) .

**العبارة رقم 04 :** بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.76) ما يدل على أنه تقدم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والفيضانات والحرائق وغيرها.

**العبارة رقم 03 :** بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي(3.63) أي تقدم المؤسسة تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة.

## 2. البعد الثاني: البعد الأخلاقي

الجدول رقم (2 . 11): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني للمحور الأول

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	0,078	3,94	6. تتمتع المؤسسة بالنزاهة في استقطاب العاملين من منافسيها
مرتفع	0,069	4,07	7. تتوافق أهداف المؤسسة مع قيم وأخلاقيات المجتمع
مرتفع	0,982	4,12	8. تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في التعاملات (بيع وشراء)
مرتفع	0,051	4,07	9. تراعي المؤسسة حقوق الإنسان المنصوص عليها عالميا
مرتفع	0,290	4,00	10. تحترم المؤسسة العادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع الذي تنشط
مرتفع جدا	0,93863	4,0436	البعد الثاني: البعد الأخلاقي

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير معطيات الجدول أعلاه أن عبارات البعد الثاني البعد الأخلاقي وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.04) و بدرجة تطبيق مرتفع جدا حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الثاني موافقون عليها بدرجة (مرتفعة جدا) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.94-4.12) حيث :

**العبارة رقم 08:** احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.12) أي أنه تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في التعاملات (بيع وشراء). **العبارة رقم 09:** جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.07) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة جدا، أن المؤسسة تراعي حقوق الإنسان المنصوص عليها عالميا

**العبارة رقم 07 :** تتوافق أهداف المؤسسة مع قيم وأخلاقيات المجتمع بمتوسط حسابي (4.07) .

**العبارة رقم 10:** بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.00) ما يدل على أن المؤسسة تحترم العادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه .

العبارة رقم 06 : بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (3.94) أي تتمتع المؤسسة بالنزاهة في استقطاب العاملين من منافسيها.

### 3. البعد الثالث: البعد القانوني

الجدول رقم (2 . 12): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثالث للمحور الأول

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع جدا	0,843	4,34	11. تلتزم المؤسسة بالقوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية وأمراض وحوادث العمل.
مرتفع جدا	0,778	4,36	12. تلتزم المؤسسة بتوفير حقوق العمال من خدمات اجتماعية (كضمان النقل من وإلى موقع العمل وتقديم تسهيلات للحصول على السكن ...).
مرتفع جدا	0,070	4,23	13. تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة.
مرتفع	0,090	4,18	14. تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة.
مرتفع جدا	0,980	4,23	15. توفر المؤسسة الرعاية الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي.
مرتفع جدا	0,76339	4,2727	البعد الثالث: البعد القانوني

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن عبارات البعد الثالث البعد القانوني وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.27) و بدرجة تطبيق مرتفع جدا حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 4.20 إلى 5 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الثالث موافقون عليها بدرجة (مرتفعة جدا) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (4.18-4.36) حيث :

**العبارة رقم 12:** احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.36) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة جدا على أنه تلتزم المؤسسة بتوفير حقوق العمال من خدمات اجتماعية (كضمان النقل من وإلى موقع العمل وتقديم تسهيلات للحصول على السكن ...).

**العبارة رقم 11:** جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.34) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة جدا، على أن المؤسسة تلتزم بالقوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية وأمراض وحوادث العمل، في حين بالمرتبة الثالثة العبارة " تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة " بمتوسط حسابي (4.23) .

**العبارة رقم 15 :** جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.23) ما يدل أنه توفر المؤسسة الرعاية الصحية للعاملين بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي.

**العبارة رقم 14:** بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (4.18) ما يثبت على أنه تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة.

## 4. البعد الرابع: البعد الاقتصادي

الجدول رقم (2. 13): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع للمحور الأول

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	0,948	4,09	16. دائما ما تحقق المؤسسة أرباحا اقتصادية.
مرتفع	0,159	3,90	17. المؤسسة بتوطيد علاقاتها مع المؤسسات المنافسة.
مرتفع	0,768	4,23	18. تسعى المؤسسة إلى زيادة فوائدها الاقتصادية مع احترام المنتجات المنافسة.
مرتفع	0,881	4,23	19. تتميز منتجات المؤسسة بالتنوع الجيدة والسعر المناسب.
مرتفع	0,095	4,20	20. تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.
مرتفع	0,918	4,16	21. السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن.
مرتفع	0,910	4,20	22. تساهم المؤسسة في تقليص نسبة البطالة بتوفير فرص عمل لأفراد المجتمع المحلي.
مرتفع	0,950	4,20	23. تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها.
مرتفع	<b>0,74728</b>	<b>4,1545</b>	<b>البعد الرابع: البعد الاقتصادي</b>

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن فقرات البعد الرابع الاقتصادي وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي (4.15) و بدرجة تطبيق مرتفع حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الرابع موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.90-4.23) حيث :

**العبارة رقم 18:** احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.23) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه تسعى المؤسسة إلى زيادة فوائدها الاقتصادية مع احترام المنتجات المنافسة.

**العبارة رقم 19:** جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.23) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة ، على أنه تتميز منتجات المؤسسة بالتنوع الجيدة والسعر المناسب .

**العبارة رقم 20:** تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية" بمتوسط حسابي (4.20) .

**العبارة رقم 22:** جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.20) ما يدل على أن تساهم المؤسسة في تقليص نسبة البطالة بتوفير فرص عمل لأفراد المجتمع المحلي.

**العبارة رقم 17:** بالمرتبة الثامنة وبمتوسط حسابي (3.90) ما يثبت على أن المؤسسة بتوطيد علاقاتها مع المؤسسات المنافسة.

وفيما يلي جدول يلخص ترتيب أبعاد المحور الأول حسب أهميتها بالمؤسسة محل الدراسة.

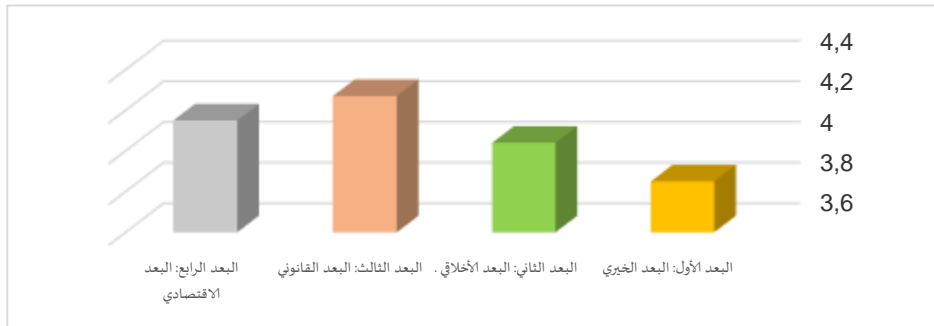
الجدول رقم (2 . 14): ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد المحور الأول

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد المسؤولية الاجتماعية
<u>4</u>	0,023	3,85	البعد الأول: البعد الخيري
<u>3</u>	0,938	4,04	البعد الثاني: البعد الأخلاقي
<u>1</u>	0,763	4,27	البعد الثالث: البعد القانوني
<u>2</u>	0,747	4,15	البعد الرابع: البعد الاقتصادي
//	<b>0,71401</b>	<b>4,0823</b>	المسؤولية الاجتماعية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن اتجاهات جميع أفراد العينة تقع المجال مرتفع لجل أبعاد المسؤولية الاجتماعية، حيث نجد البعد الثالث البعد القانوني أكثر تطبيقاً بالمؤسسة محل الدراسة بمتوسط حسابي (4.27) وانحراف معياري قدر بـ (0.763)، يليه البعد الرابع البعد الاقتصادي بمتوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (0.747)، ثم البعد الثاني البعد الأخلاقي بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.04) وانحراف معياري (0.938)، في حين البعد الخيري بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.85)؛ وانحراف معياري (0.023) حسب أهميتهم النسبية. أما المتوسط الحسابي العام لمحور الدراسة للمسؤولية الاجتماعية قد بلغ (4.08) وانحراف معياري قدره (0.714)، ومنه نستنتج أن مستوى استجابة المؤسسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية المؤسسة محل الدراسة مرتفع كما هو في الشكل الموالي :

الشكل رقم (2 . 7): ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

ثانيا: تحليل عبارات المحور الثاني " خلق القيمة المشتركة "

سنحاول من خلال هذا الجزء تحليل عبارة كل بعد من أبعاد خلق القيمة المشتركة، من خلال تحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

1. البعد الأول: بعد خلق المنفعة الاقتصادية

الجدول رقم (2.15): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات بعد خلق المنفعة الاقتصادية

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع جدا	0,699	4,25	24. تهتم المؤسسة بشكاوى الزبائن واقتراحاتهم وتحرص على حلها بصفة عاجلة.
مرتفع	0,051	3,92	25. تسعى المؤسسة لتصدير منتجاتها إلى الخارج أو لزيادة كمية التصدير.
مرتفع	0,136	3,92	26. المؤسسة غير متعثرة ماليا (أي تسدد أجور عمالها بانتظام. تسدد مستحقات مورديها....).
مرتفع	0,037	4,12	27. تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب نفاد الإمدادات (مثل نفاد المواد الأولية....).
مرتفع	0,076	4,09	28. الهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح.
مرتفع	0,041	4,09	29. لم تتأثر أجور العمال إثر جائحة كورونا .
مرتفع	<b>0,78809</b>	<b>4,0697</b>	<b>البعد الأول: بعد المنفعة الاقتصادية</b>

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات لبعدها القيمة الاقتصادية وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي الاجمالي قدر بـ (4.06) و بدرجة تطبيق مرتفع حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال موافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة)؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الأول موافقون عليها بدرجة (مرتفعة) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.92-4.25) حيث :

**العبارة رقم 24:** احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.25) أي أنهم يؤكدون وبدرجة مرتفعة على أنه المؤسسة تهتم بشكاوى الزبائن واقتراحاتهم وتحرص على حلها بصفة عاجلة .

**العبارة رقم 27:** جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.12) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة، أي تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب نفاد الإمدادات (مثل نفاد المواد الأولية....).

**العبارة رقم 29 :** لم تتأثر أجور العمال إثر جائحة كورونا " بمتوسط حسابي (4.09) .

**العبارة رقم 28 :** بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.09) ما يدل على أنه الهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح.

العبارة رقم 26: بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (3.92) أي المؤسسة غير متعثرة ماليا (أي تسدد أجور عمالها بانتظام. تسدد مستحقات مورديها ....) .

## 2. البعد الثاني: خلق المنفعة الاجتماعية

الجدول رقم (2. 16): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات بعد خلق المنفعة الاجتماعية

الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع	0,869	4,14	30. تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية وصديقة للبيئة.
مرتفع	0,012	4,10	31. تسعى المؤسسة لإيصال منتجاتها إلى مناطق تفتقد فيها هذه المنتجات.
مرتفع	0,910	4,20	32. تعمل المؤسسة على تجميل المنطقة المحيطة بها، بتشجيرها وزيادة المساحات الخضراء.
مرتفع	0,990	4,01	33. تقدم المؤسسة دمج وحسن معاملة عمال ذوي الاحتياجات الخاصة في المؤسسة.
مرتفع	0,185	3,96	34. تطبق مؤسستك نظام لحماية بيئة يهدف الى الاستهلاك العقلاني للطاقة والحفاظ الموارد الطبيعية غير المتجددة.
مرتفع	0,069	4,07	35. تتجنب المؤسسة الأعمال المضرّة بالبيئة.
مرتفع	<b>0,82082</b>	<b>4,0848</b>	<b>البعد الثاني: بعد المنفعة الاجتماعية</b>

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير معطيات الجدول أعلاه، أن عبارات البعد الثاني بعد المنفعة الاجتماعية وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي قدر بـ (4.08) و بدرجة تطبيق مرتفع جدا حيث المتوسط الحسابي له ضمن مجال الموافقة (من 3.41 إلى 4.20 درجة) وانحراف معياري تقترب من الواحد مما يدل على تقارب اجابات افراد العينة؛ إذ نجد أن إجابة المستجوبين على عبارات البعد الثاني موافقون عليها بدرجة (مرتفعة جدا) فالمتوسط الحسابي لعباراته محصور بين (3.96-4.20) حيث:

العبارة رقم 32: احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي (4.20) أي أنه تعمل المؤسسة على تجميل المنطقة المحيطة بها، بتشجيرها وزيادة المساحات الخضراء.

العبارة رقم 30 : جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.14) وموافقون في إجاباتهم عليها بدرجة مرتفعة ، أن المؤسسة تقدم منتجات ذات جودة عالية وصديقة للبيئة.

العبارة رقم 31 : تسعى المؤسسة لإيصال منتجاتها إلى مناطق تفتقد فيها هذه المنتجات بمتوسط حسابي (4.10) .

العبارة رقم 35 : بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.07) ما يدل على أن تتجنب المؤسسة الأعمال المضرّة بالبيئة .

العبارة رقم 34: بالمرتبة السادسة وبمتوسط حسابي (3.96) أي تطبق مؤسسة نظام لحماية بيعة يهدف الى الاستهلاك العقلاني للطاقة والحفاظ الموارد الطبيعية غير المتجددة.

### المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

بعد تحليل البيانات الأولية من الاستبيان، سيتم في هذا المبحث اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال تبيان مدى قبولها أو رفضها، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

### أولاً: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

يهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار التوزيع ألعندالي للبيانات، هذا الأخير الذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، والذي يؤثر بدوره على اختيار الاختبارات المطلوبة لاختبار الفرضيات. والجدول الموالي يلخص أهم النتائج التي تم التوصل لها في اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

الجدول رقم (2.17): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات للدراسة

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		محاور الدراسة
Sig	قيمة Z	
0.128	0.167	المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية
0.120	0.131	المحور الثاني: خلق القيمة المشتركة

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

من خلال الجدول أعلاه، نجد مستوى المعنوية لكل من المحور الأول: 0.128، والمحور الثاني: 0.120 وهما أكبر من 0.05؛ وبالتالي فإن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي. ومنه نستنتج أن بيانات جميع أبعاد الاستبيان تتوزع طبيعياً، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعملية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعملية للإجابة على الفرضيات الموضوعية.

### ثانياً: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

#### 1. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الخيري وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

■ الفرضية الصفرية ( $H_0$ ): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الخيري وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

- الفرضية البديلة ( $H_1$ ): توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الخيري وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول رقم (18.2): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة ( sig )	معامل التفسير $R^2$	قيمة F	قرار الاختبار
0.289	0.002	0.172	11.006	( $H_1$ )
معادلة نموذج الانحدار البسيط:				
$Y = 2.927 + 0.298x_1 + e_i$				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه يساهم البعد الخيري في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود بالوادي، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ( $B=0.289$ ) دالة إحصائية أقل من ( $0.05$ )، كما بلغ معامل التفسير ( $R^2=0.172$ ) ما يدل على أن البعد الخيري يساهم في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود بالوادي بنسبة ( $17.2\%$ ) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية ( $F=11.006$ ) بمستوى دلالة أقل من ( $0.05$ ).

- بناء عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الخيري وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

## 2. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الأخلاقي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- الفرضية الصفرية ( $H_0$ ): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الأخلاقي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.
- الفرضية البديلة ( $H_1$ ): توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الأخلاقي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول رقم (19.2): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التفسير R <sup>2</sup>	قيمة F	قرار الاختبار
0.551	0.000	0.493	51.570	(H <sub>1</sub> )
معادلة نموذج الانحدار البسيط: $Y = 1.849 + 0.551 x_2 + e_i$				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن المسؤولية الأخلاقية التي تتبناها المؤسسة محل الدراسة تساهم في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود بالوادي ذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت (B=0.551) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير (R<sup>2</sup>=0.493) ما يدل على البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية يساهم بنسبة (49.3%) في خلق قيمة المشتركة حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (F=51.570) بمستوى دلالة أقل من (0.05).

- بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الثانية: نرفض الفرضية الصفرية (H<sub>0</sub>) نقبل الفرضية البديلة (H<sub>1</sub>) توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الأخلاقي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

### 3. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

- نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05. نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:
- الفرضية الصفرية (H<sub>0</sub>): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.
- الفرضية البديلة (H<sub>1</sub>): توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول رقم (20.2): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة

معامل الانحدار (B)	مستوى الدلالة (sig)	معامل التفسير R <sup>2</sup>	قيمة F	قرار الاختبار
0.749	0.000	0.776	80.483	(H <sub>1</sub> )
معادلة نموذج الانحدار البسيط: $Y = 0.876 + 0.0.749x_3 + e_i$				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من خلال نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة، على أنه توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05. وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت (B=0.749) ذات دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ( $R^2=0.776$ ) ما يعني البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية يساهم بنسبة (77.6%) في خلق قيمة المشتركة حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة ، كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (F=80.483) بمستوى دلالة أقل من (0.05).

■ بناء عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

#### 4. نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

■ الفرضية الصفرية ( $H_0$ ): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

■ الفرضية البديلة ( $H_1$ ): توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول رقم (21 . 2): ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة

قرار الاختبار	قيمة F	معامل التفسير $R^2$	مستوى الدلالة (sig)	معامل الانحدار (B)
( $H_1$ )	43.041	0.448	0.000	0.660
معادلة نموذج الانحدار البسيط:				
$Y= 1.336+0.660x_4+e_i$				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من خلال نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة أنه توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05. وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت (B=0.660) ذات دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ( $R^2=0.448$ ) ما يعني ان البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية يساهم بنسبة (44.8%) في خلق قيمة المشتركة حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة ؛ كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (F=43.041) بمستوى دلالة أقل من (0.05).

- بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

ثالثا: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.  
نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- الفرضية الصفرية ( $H_0$ ): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.
- الفرضية البديلة ( $H_1$ ): توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

لمعرفة مدى تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، البعد الأخلاقي، البعد الخيري) وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي، استخدمنا تحليل الانحدار المتعدد ( Multiple Regression Analysis) لكن قبل ذلك لابد من التأكد من ملائمة البيانات تحليل الانحدار المتعدد وأنه لا وجود لمشكلة التعدد الخطي بين الأبعاد الفرعية البعد القانوني، البعد الاقتصادي، البعد الأخلاقي، البعد الخيري وذلك من خلال إجراء اختبار معامل تضخم التباين (Inflation factor Variance – VIF) واختبار التباين المسموح (Tolerance) لكل من بعد من أبعاد المتغير المستقل كما هو مبين في الجداول التالية:

الجدول رقم (2 . 22) : نتائج اختبارات معاملات تضخم والتباين المسموح به لأبعاد المسؤولية الاجتماعية

العلاقة الخطية بين المتغيرات		الأبعاد	المتغير المستقل
التباين المسموح	معامل التضخم		
0.500	2.000	البعد الخيري	أبعاد المسؤولية الاجتماعية
0.323	3.095	البعد الأخلاقي	
0.411	2.435	البعد القانوني	
0.457	2.188	البعد الاقتصادي	

المصدر: مخرجات SPSS V25

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيم معامل تضخم التباين (VIF) جميع أبعاد المتغير المستقل أبعاد المسؤولية الاجتماعية (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، البعد الأخلاقي، البعد الخيري) تقل عن (10) حيث قدرت بـ (2.001) ، (3.095) ، (2.435) ، (2.188) على التوالي أما قيم التباين المسموح جاءت أكبر من (0.05) حيث قدرت بـ (0.500) ، (0.323) ، (0.411) ، (0.457)، لكل من البعد القانوني، البعد الاقتصادي، البعد الأخلاقي، البعد الخيري على التوالي وبناء عليه نستنتج عدم وجود ارتباط بين أبعاد المتغير المستقل "أبعاد المسؤولية الاجتماعية" ولهذا يمكن استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد لمعرفة العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2 . 23): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضية الرئيسية الثانية

المتغير	معاملات	الخطأ المعياري (S.E)	معامل الانحدار (Beta)	قيمة (T) المحسوبة	مستوى المعنوية الجزئية (Sig)
الثابت	0,565	0,373	//	1,515	0,000
البعد الخيري	0,719	0,681	0,726	1,235	0,000
البعد الأخلاقي	0,751	0,710	0,720	2,279	0,027
البعد القانوني	0,753	0,720	0,769	3,771	0,000
البعد الاقتصادي	0,723	0,716	0,755	1,317	0,004
معامل التفسير ( $R^2$ )	0.682	معادلة نموذج الانحدار المتعدد:			
معامل الارتباط (R)	0.826	$Y=0.565+0.719 x_1+0.751 x_2+0.753 x_3+0.723 x_4+ e_i$			
مستوى الدلالة (F)	26.809	*: ذات دلالة إحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ )			
مستوى المعنوية الكلية	0.000*				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

يتضح من خلال معطيات الجدول أعلاه توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05، حسب وجهة نظر عينة الدراسة إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (F=26.809)، وهي دالة عند مستوى معنوية ( $0,000^*$ )؛ كما بلغ معامل التفسير ( $R^2=0.682$ ) مما يشير إلى أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية تفسر ما قيمته (68.2%) من التغيرات التي تحدث في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود بالوادي.

ويتضح من نفس الجدول أعلاه وجود أثر دال إحصائيا عند مستوى معنوية  $(\alpha \leq 0.05)$  لكل من (البعد القانوني، البعد الاقتصادي، البعد الأخلاقي والبعد الخيري) على خلق القيمة المشتركة إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة للأبعاد على التوالي: (1.515)؛ (1.235)؛ (2.279)؛ (3.771)؛ (1.317) بمستوى معنوية  $(0.000^*)$ ؛  $(0.027^*)$ ؛  $(0.000^*)$ ؛  $(0.004^*)$  على التوالي وهي قيم أقل من مستوى المعنوية المفروض والذي يبلغ (0.05).

❖ بناء عليه قرار اختبار الفرضية: انه يوجد أثر دال احصائيا ذو تأثير معنوي بين المتغيرات المدروسة وعليه نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي عند مستوى معنوية 0.05.

#### ثانيا: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

**نص الفرضية:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين آراء أفراد عينة الدراسة المستجيبين حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة محل الدراسة تعزي للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة المهنية).

**الفرضية الصفرية ( $H_0$ ):** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين آراء أفراد عينة الدراسة المستجيبين حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة محل الدراسة تعزي للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة المهنية).

**الفرضية البديلة ( $H_1$ ):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين آراء أفراد عينة الدراسة المستجيبين حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة محل الدراسة تعزي للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة المهنية).

للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقا لاختلاف متغيرات

الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي) تم استخدام تحليل التباين الأحادي ( One-way

ANOVA) لتوضيح دلالة الفروق في إجابات عينة أفراد عينة الدراسة، النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول (24 . 2): نتائج تحليل التباين الأحادي لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الديمغرافية

الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة

المتغير	المصدر	مجموع المربعات	قيمة F	مستوى المعنوي Sig
الجنس	بين المجموعات	0.367	0.673	0.416
	خلال المجموعات	28.922		
العمر	بين المجموعات	1.177	0.712	0.549
	خلال المجموعات	28.113		
المؤهل العلمي	بين المجموعات	0.308	0.181	0.909
	خلال المجموعات	28.982		
الخبرة المهنية	بين المجموعات	1.144	0.691	0.562
	خلال المجموعات	28.145		
المركز الوظيفي	بين المجموعات	2.785	1.786	0.161
	خلال المجموعات	26.505		

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن قيم مستوى المعنوية المصاحبة لإحصائية F، جاءت أكبر من 0.05 بالنسبة لمتغيرات الديمغرافية الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية والمركز الوظيفي أي لا توجد فروق معنوية في متوسطات إجابات أفراد العينة وبهذا نقبل فرضية الصفرية عند مستوى دلالة 5%، فيما يتعلق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين آراء أفراد عينة الدراسة المستجيبين لهذه الدراسة حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة محل الدراسة

بناءً عليه نتائج اختبار الفرضية: نقبل الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) نرفض الفرضية البديلة ( $H_1$ ) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين آراء أفراد عينة الدراسة المستجيبين حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة محل الدراسة تعزي للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة المهنية).

## خلاصة الفصل الثاني :

تم التوصل من خلال الدراسة النظرية على واقع مؤسسة الورود للعطور بالوادي، وبعد التحليل الاحصائي للاستبانة المتحصل عليها من أفراد العينة، تبين لنا أن المؤسسة المدروسة تتبنى المسؤولية الاجتماعية خلال معاييرها وتوصلنا الى أن هناك التزام في تبني المسؤولية الاجتماعية من خلال، أبعادها (الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي، الخيري)، وكانت النتيجة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وخلق لقيمة المشتركة ثو وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة اقتصادية وبين كل بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة اجتماعية، كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة تعزى إلى ( الجنس أو العمر أو المستوى الوظيفي أو سنوات الخبرة ) في حين أظهرت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية وخلق القيم المشتركة تعزى للمؤهل العلمي.



الخاتمة

## الخاتمة :

ان التزام منظمات الاعمال بالأداء الاجتماعي يمثل الخيار الأفضل لنجاحها في بيئتها، حيث ان نجاح أي منظمة اليوم أصبح لا يقاس بمدى ما تحققه من اهداف اقتصادية فقط، وانما ما تحققه كذلك على المستوى الاجتماعي، وهو ما يدفع بها ان ارادت البقاء والاستمرارية الى ان تدمج الاعتبارات الاجتماعية بشكل تدريجي ومتواصل ضمن استراتيجياتها.

من هنا أصبح النجاح في المزج بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كأداة لتحقيق اهداف المنظمة وكوسيلة للتخلي بالقيم الجوهرية التي تجعلها مواطنا صالحا في المجتمع تحديا حقيقيا للمنظمة امام هذا الزخم من التطورات والتغيرات اللامتناهية، ويتجسد هذا التحدي في خلق ما يعرف بالقيمة المشتركة والتي تمثل أساس القاسم المشترك بين القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية.

الدور الاجتماعي للمؤسسة يحتم عليها ان تسهم إيجابا في الحياة الاجتماعية، كأن تساهم في خلق مناصب العمل وتحسين مستوى المعيشة، ومن ثم ترجمة هذه الممارسات الى منافع مادية له وللمجتمع ككل، عندها فقط تنجح الى حد كبير في الموازنة بين أهدافها الاقتصادية وتبنيها للمسؤولية الاجتماعية .

وبناء على هذا تمحور موضوع دراستنا في دور المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة الورود بالوادي. حيث تم الانطلاق في البحث بالتفصيل في الجوانب النظرية، التي من خلالها تم تحديد ماهية المسؤولية الاجتماعية ومفاهيم حول خلق قيمة مشتركة وصولا الى العلاقة بينهم.

قمنا بإسقاط الجانب النظري لمعرفة مدى دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة مشتركة في مؤسسة الورود بالوادي من خلال توزيع استبيان على عينة تتكون من 75 استبانة وتم استرجاع 55 استبانة وقد تم تحليلها باستخدام SPSS. V25 باستخدام المنهج الوصفي التحليلي باستخدام برنامج

وإننا من خلال هذه الدراسة حاولنا الاجابة على الاشكالية المطروحة " الى أي مدى تساهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة لمؤسسة الورود . الوادي؟" فتوصلنا الى ما يلي:

## أولا: اختبار الفرضيات

## الفرضية الأولى:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابات عينة الدراسة حول وجود علاقة بين البعد الخيري وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي وهو ما يُثبت صحة الفرضية الأولى وذلك بالاعتماد على نتيجة المعامل الانحدار التي تم توصل اليها والتي بلغت 0.289 دالة إحصائية أي اقل من 0.05، كما بلغ

معامل التفسير 0.172، ما يدل على أن البعد الخيري يساهم في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود بالوادي بنسبة (17.2%).

#### الفرضية الثانية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابات عينة الدراسة حول وجود علاقة بين البعد الاخلاقي وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي وهو ما يُثبت صحة الفرضية الثانية وذلك بالاستناد على قيمة الانحدار التي بلغت 0.551 دالة إحصائية أي اقل من 0.05، كما بلغ معامل التفسير 0.493، ما يدل على أن البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية يساهم بنسبة (49,3%) في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة الورود بالوادي.

#### الفرضية الثالثة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابات عينة الدراسة حول وجود علاقة بين البعد القانوني وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة الورود بالوادي وهو ما يُثبت صحة الفرضية الثالثة وذلك بالاستناد على معامل الانحدار الذي بلغ 0.749، في حين بلغ معامل التفسير 0.776 وهذا ما يعني أن البعد القانوني يساهم بنسبة (77.6%)، في خلق القيمة المشتركة حسب إجابات دراسة العينة المستجوبة.

#### الفرضية الرابعة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابات عينة الدراسة حول وجود علاقة بين البعد الاقتصادي وخلق قيمة مشتركة وهو ما يُثبت صحة الفرضية الرابعة وذلك بالاعتماد على قيمة الانحدار التي بلغت 0.660، في حين بلغ معامل التفسير 0.448، ما يعني أن البعد الاقتصادي يساهم في خلق القيمة المشتركة بنسبة (44.8%).

#### الفرضية الخامسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين آراء أفراد عينة الدارسة المستجيبين حول مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة محل الدراسة تعزي للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الخبرة المهنية) وهو ما يُثبت صحة الفرضية وذلك من خلال أن قيم مستوى المعنوية المصاحبة لإحصائية F، جاءت أكبر من 0.05 بالنسبة لمتغيرات الديمغرافية أي لا توجد فروق معنوية في متوسطات إجابات أفراد العينة.

## ثانياً: نتائج الدراسة

1. النتائج النظرية: تتلخص النتائج النظرية التي توصلنا لها من خلال الأدبيات النظرية في النقاط التالية:

- ◀ هناك مفاهيم عديدة لمفهوم "المسؤولية الاجتماعية" قد تختلف التعابير لكنها تتقارب في المضمون، ومع ذلك تعريفها بأنها: "ما تقوم به المؤسسات وتقدمه للمجتمع طبقاً لتوقعاته مع ضمان مراعاة حقوق الانسان وقيم المجتمع وأخلاقياته والالتزام بالقوانين ومكافحة الفساد والشفافية والافصاح."
- ◀ نال مفهوم المسؤولية الاجتماعية اهتمام معظم المؤسسات المعاصرة، وقامت العديد من الوكالات الدولية بدورها في نشر هذا المفهوم.
- ◀ المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة متكاملان كل منهما يكمل الآخر فكلما فعلت القيمة المشتركة خففت العبء عن المسؤولية الاجتماعية وضيقت مساحة عملها مما يؤدي الى تقديم دور أفضل، والمسؤولية الاجتماعية تغطي الحاجيات الاجتماعية التي لم تغطيها القيمة المشتركة.

2. نتائج تطبيقية: نذكر النتائج التي توصلنا إليها تبعاً بحسب النماذج التي قُدرت في الدراسة الميدانية في النقاط التالية:

- مؤسسة الورود بالوادي تعمل وفق المسؤولية الاجتماعية.
- تسعى المؤسسة من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية الى تحقيق خلق القيمة المشتركة.
- للمسؤولية الاجتماعية تأثير طردي على خلق قيمة اجتماعية وقيمة اقتصادية وبالتالي لها تأثير طردي على خلق القيمة المشتركة.
- لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تأثير طردي على أبعاد خلق القيمة المشتركة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة الورود بالوادي تعزي إلى المتغيرات (الجنس، العمر، الأقدمية، الخبرة المهنية).
- المؤسسة التي كانت محل الدراسة مستجيبة للمسؤولية الاجتماعية وفقاً للأبعاد، حيث أن المؤسسة كانت مرتكزة عن البعد القانوني وهو مرتفع جداً بنسبة (3.771)، ثم يليه البعد الأخلاقي وهو مرتفع بنسبة (2.279)، ثم يليه البعد الاقتصادي بنسبة (1.317)، ثم يليه البعد الخيري وهو منخفض بنسبة (1.235).

## ثالثاً: توصيات الدراسة

على ضوء النتائج المتوصل إليها، يمكن اقتراح التوصيات التالية:

1. الاهتمام بدراسة موضوع المسؤولية الاجتماعية والتشديد على ضرورة تبنيتها .
2. نوصي المؤسسة بالمساهمة في النشاطات الخيرية ، وكذا مشاركتها في دعم البنى التحتية للمجتمع ، هذا إضافة الى النشاطات التي تختص بها المؤسسة مثل : توفير فرص العمل
3. مواصلة الاهتمام بالقيمة الاجتماعية والنظر اليها كاستثمار وليس كتكلفة .
4. زيادة الاستثمار في الاحتياجات الاجتماعية لخلق القيمة المشتركة .
5. مواصلة البرمجة أو المشاركة في مؤتمرات وملتقيات حول المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة .
6. تقديم التحفيزات المختلفة والمكافآت للإنجاز الاجتماعي .

#### رابعاً : آفاق الدراسة

1. دور القيمة المشتركة في المسؤولية الاجتماعية .
2. أثر خلق القيمة المشتركة على مردود المؤسسة .
3. أثر البيئة الاجتماعية على النهوض بعد الفشل .

# قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية :

الكتب :

- إيهاب عبد السلام محمود، تحليل البرنامج الإحصائي SPSS، الطبعة الأولى، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- ثامر البكري، "أسس و مفاهيم معاصرة"، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط 1، 2006.
- ثامر البكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2006.
- حسنية غنيمي عبد المقصود، المسؤولية الاجتماعية لطفل ما قبل المدرسة، القاهرة: دار الفكر العربي، 2010.
- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003.
- محمد فلاق، "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال"، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، 2016.
- محمد البشير الجديدي، دليل مجموعة الورود ، الوليد للتغليف والطباعة ، الوادي ، الجزائر ، 2004 .
- مدحت محمد أبو النصر، "المسؤولية الاجتماعية للشركات و المنظمات"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2015 .
- منار محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر الاسكندرية ، 2014.
- صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات ( من الألف الى الياء )، الطبعة 1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2015 .

الأطروحات والمذكرات :

- أحمد نسيب، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الأداء الشامل . دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية . ، مذكرة دكتوراه ( غير منشورة)، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة، جامعة أبو بكر بلقايد. تلمسان
- أحلام عثمان، وآخرون، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مساهمة مؤسسات القطاع الخاص في تحقيق التنمية المستدامة . دراسة حالة مؤسسات القطاع الخاص لولاية الوادي ،مذكرة ماستر، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات ، جامعة حمه لخضر . الوادي، الجزائر ،2018،
- أحلام مقراني، أنيس هوام ،دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة اسمنت . تبسة .،مذكرة ماستر تخصص ادارة أعمال المؤسسات ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة العربي التبسي ، تبسة ، الجزائر، 2016/2017.
- إباد محمد عودة،"قياس التكاليف الاجتماعية ومدى مساهمتها بتحقيق الرفاهية الاجتماعية"، ماجستير المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008.
- العقون آمنة، أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء البيئي . دراسة حالة مؤسسة البسكرية للإسمنت .، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر . بسكرة، الجزائر ،2018.
- العويني فؤاد، وآخرون، دور المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة . دراسة ميدانية على مؤسسة روابال مونديال الوادي . ،مذكرة ماستر ( غير منشورة)، ادارة أعمال، جامعة الوادي . الجزائر،2020.
- بلقايد محمد جواد دور المسؤولية الاجتماعية و اخلاقيات الاعمال في الرفع من اداء الموارد البشرية . دراسة تطبيقية لعينة من مؤسسات الغرب الجزائري رسالة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2018.
- خولة طلحة، المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015.
- رقية اسماعيل المعاينة، أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمنظمات " دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات الأردنية"، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، 2018.

- رولا أحمد كريشان، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على استراتيجيات المنافسة دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، 2012.
- طاهر أمينة، أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء الزبون في شركة تيلواز " الشلف " (الجزائر)، المجلد 08، العدد04،الجزائر،2020.
- مريم بعجوج، دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة للمؤسسة الاقتصادية"دراسة حالة المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان - القنطرة- ببسكرة "للفترة(2010-2016 ) ،مذكرة ماستر ، تخصص مالية المؤسسة ،جامعة قاصدي مرباح . ورقلة . ، الجزائر، 2018.
- ميسون محمد عبد القادر مشرف، التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، تخصص علم النفس - ارشاد نفسي، الجامعة الاسلامية - غزة، فلسطين، 2009.
- وليد عبدالرحمن عبدالله، أثر الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تكلفة رأس المال في الشركات الصناعية المساهمة العامة في دولة الكويت، رسالة ماجستير ،جامعة آل البيت، 2016.
- ياسر سعيد أبو هريدي، "دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير أكاديمية الإدارة و السياسة للدراسات العليا،جامعة الأقصى . فلسطين، 2017.
- **المقالات المنشورة :**
- ابراهيم السيد محمد ابراهيم الجوهري و محمد نبيل حامد سليمان، الافصاح عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية وقيمة المنشأة : دور خصائص مجلس الادارة " بالتطبيق على شركات المساهمة المقيدة بالبورصة المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 03، العدد 01،كلية التجارة، جامعة دمياط . مصر، 2022.
- اسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات " منظور تحليلي"، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، المجلد 04، العدد 01،جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، 2020.
- اسحاق خرشي، محمد فلاق، مساهمة الذكاء التنافسي في توجه العلامة التجارية نحو مفهوم القيمة المشتركة في الأسواق ذات الدخل المنخفض - العلامة التجارية كوكا كولا أنموذجا - ،مجلة أبعاد اقتصادية، العدد 06، الجزائر، 2016
- الاسرح حسين، المسؤولية الاجتماعية للشركات، جسر التنمية، منشورات المعهد العربي للتخطيط، العدد الستون، شباط، الكويت، 2010.
- العجال بوزيان، حليلة مرسللي، تأثير حوكمة المؤسسة على عملية خلق القيمة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة "سوناطراك" فرع أرزيو، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد06، العدد02، جامعة ابن باديس مستغانم . الجزائر، ديسمبر 2021.
- بن عيشة كريمة، نجار حياة، أثر المخاطر المالية على خلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية: دراسة لعينة من المؤسسات المدرجة في السوق المالي السعودي باستخدام نماذج البانل، المجلد 07، العدد01،جامعة سوق أهراس . الجزائر، 2021.
- تباري رزيقة، تأثير رأس المال الفكري على خلق القيمة في الشركات الصغيرة والمتوسطة دراسة ميدانية على شركة محبوبة للعجائن، مجلة العلوم الادارية والمالية، المجلد 05، العدد 02، جامعة عنابة، الجزائر، 2021.
- سيخاوي عبد القادر، قريشي حمد الصغير، "مساهمة تئمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات " دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية للنفايات بالجزائر"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 41، العدد 01، 2020 .
- سهام عجاس، المسؤولية الاجتماعية كمدخل أساسي لتجسيد التنمية المستدامة ازاء العاملين : دراسة سوسيولوجية، مجلة الوافد جامعة سيدي بلعباس، المجلد 02، العدد 02، 2018 .

- سويسسي الهواري، رمضاني حميدة، قياس أداء المؤسسة الاقتصادية الجزائرية من منظور خلق القيمة باستخدام مؤشرات الأداء الحديثة "دراسة حالة مجمع صيدال للفترة 2010.2015، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 10، العدد 02، جامعة غرداية، الجزائر، 2017.
- طاهر أمينة، أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء الزبون في شركة تيلواز " الشلف " الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 08، العدد 04، جامعة حسيبة بن بوعللي، الشلف، الجزائر، 2020.
- عبد الرحمن فالح العبادلة، أثر الشفافية في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر موظفي الوظائف القيادية في المؤسسات العامة الأردنية، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، عدد 02، الاردن، 2019.
- عبد اللطيف مصطفى ووسام أرحاب، دور الادارة بالقيم في خلق القيمة في المؤسسة - دراسة حالة المؤسسة الجزائرية لصناعة الأنايبب بغرداية - الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 10، جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي ، الجزائر، جوان 2016.
- علالي مليكة، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية، أبحاث اقتصادية وادارية، العدد 22 ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2017 .
- فاطمة بلقواسمي، وآخرون، التوجه الدكي نحو تبني خلق القيمة المشتركة كدعامة لاستدامة المؤسسات الاقتصادية - تقييم تجربة بنك الاسكندرية بمصر، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 01، جامعة الشلف . الجزائر، 2022.
- فاطمة طاهري، نصيرة قوريش، "نستله في المجتمع: خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية " ،مجلة دراسات وأبحاث للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 14، العدد 01، 2021.
- محمد سعيد العمري وآخرون، المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية في المملكة العربية السعودية ، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 04، العدد 02، جامعة الملك سعود ،المملكة العربية السعودية، 2018.
- نايت عطية مريم، محددات عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية وفقا لفرع نشاطها الصناعي – دراسة تطبيقية للفترة 2011 . 2014، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 05، العدد 01، جامعة باجي مختار، عنابة . الجزائر، 2018.
- **مداخلات المنتقيات والمؤتمرات :**
- طاهر محسن المنصور الغالي ،صالح مهدي محسن العامري، "تباين الأهداف المتوخاة من تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الحكومية والخاصة"، مداخلة لقسم إدارة الأعمال –جامعة الزيتونة وجامعة البترا، عمان –الأردن، 14/09/2006 .
- عبد السلام محصول، سعاد مرزق، المسؤولية الاجتماعية للشركات : مدخل لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة سونطراك-، الملتقى العلمي الدولي الثاني حول المؤسسة بين الضرورة الاقتصادية والتحديات البيئية، جامعة جيجل، يومي 24 – 25 أفريل 2017.
- عبد الرزاق مولاي، بوزيد سايج، دور الاقتصاد الاسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات، الملتقى الدولي: الاقتصاد الاسلامي: الواقع والرهانات، جامعة غرداية – الجزائر، 23 . 24 / 02 / 2011 .
- قهواجي أمينة، حكيم وحسان، "دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة "المؤتمر الدولي الثالث عشر حول المسؤولية الاجتماعية، الجزائر، 14 . 15 / 11 / 2016 .
- محمد فلاق، وآخرون، خلق القيمة المشتركة وتصحيح مسار المسؤولية الاجتماعية كآلية لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة حمه لخضر . الوادي ، الجزائر، يومي 6 . 7 ديسمبر 2017.
- **المقابلات الشفوية :**
- مكّي عبد العزيز، رئيس مصلحة الموارد البشرية مؤسسة الورود بالوادي، دور ابعاد المسؤولية في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة، الوادي، 2022.

• المراجع الأجنبية :

- Christiansen.N, "Creating Shared Value Advisors", Lutry, Switzerland 2014
- Hamid Khurshid and Robin Stanley Snell " Examining mechanisms for creating shared value by Asian firms ". ELSEVIER. Journal of Business Research, 2021.
- Josefina Fernández-Guadaño and Jesús H. Sarria-Pedroza Impact of Corporate Social Responsibility on Value Creation from a Stakeholder Perspective, University, E-28223 Madrid, Spain, 2018.
- José Paz Rendal, How Creating Shared Value is taking Corporate Social Responsibility one step further, Google as a case study, Facultade de Economía Empresa, Universidade da Coruña, Spain, 2015.
- Porter. E & Kramer .MR (2011) the big idea; creating shared value. Harvard business review.
- Rendal. J, " How Creating Shared Value is taking corporate social responsibility one step further, Google as a case study , universidade da coruna 2015.
- Mouna Mesghouni, Assma Youcef, Aicha Selma Kiheli, Lamia Amani, Safia Seddiki, Find a Shared Value in the Social Responsibility of Algerian Business Organizations, International Journal of Economics and Financial Issues, 9(3) , 2019.
- Mesghouni Mouna, Barka Mouhammed, Azza Lazhar , The impact of adopting social responsibility towards employees in the creation of shared value – A study of a sample of economic enterprises active in public hygiene and waste treatment and sanitation in Ouargla , El-Bahith Review 07/12/2018.
- Sasan Ghasemi, Mohammad Nazemi, and Tooraj Hajirahimian, From Corporate Social Responsibility (CSR) to Creating Shared Value (CSV): Case Study of Mobarakeh Steel Company, Global Business and Management Research: An International Journal Vol. 6, No. 1, Iran , 2014.
- Sunny Ham and Seoki Lee and Hyejin Yoon and Changsik Kim ." Linking creating shared value to customer behaviors in the food service context ". ELSEVIER . Journal of Hospitality and Tourism Management ,2020.



ملاحق

الملحق رقم ( 01 ) : استبيان الدراسة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التسيير

## استبيان

تحية طيبة وبعد ...

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي صممت لأجل القيام بدراسة علمية من أجل إتمام مشروع مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص ادارة أعمال و المعنونة بـ **دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الورود . الوادي .** ، وذلك من خلال اجابتمكم الصريحة على جميع الأسئلة بوضع علامة (X) مرة واحدة فقط أمام الخيار الذي ينطبق على رأيكم في كل عبارة من عبارات الاستبيان، مع العلم أن مساهمتكم في الإجابة بدقة سيعطي مصداقية أفضل، وأن رأيك سوف يعامل بسرية تامة، ولن يستخدم إلا لأغراض هذه الدراسة.

شاكرين تعاونكم وثقتكم، وتفضلوا بفائق الاحترام والتقدير

تحت اشراف :

الطالبة :

\* أ د .منى مسغوني

زايد هدى . شريط أحلام

شمسة جميلة . سلطاني ناريمان

متغيرات الدراسة:

- المسؤولية الاجتماعية : هي التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل .
- خلق القيمة المشتركة : تعمل على تعزيز الظروف الاقتصادية و الاجتماعية في المجتمعات التي تعمل فيها ، بحيث تركز على تحديد وتوسيع الروابط بين التقدم الاجتماعي والاقتصادي .

القسم الأول : البيانات الشخصية

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية و الوظيفية بغرض تحليل منكم التكرم بوضع اشارة (X) النتائج فيما بعد ، لذا نرجو في المربع المناسب لاختياركم .

1. الجنس :  ذكر  أنثى

2. العمر :  من 30 سنة فأقل  من 31 الى 40 سنة

من 40 الى 50 سنة  من 50 سنة فأكثر

3. المؤهل العلمي :  ثانوي فأقل  ليسانس  ماستر

دراسات عليا

4. الخبرة في المنصب الحالي :  اقل من 5 سنوات  من 5 الى 10 سنوات

من 11 الى 15 سنة  أكثر من 15 سنة

5. المركز الوظيفي :  مدير ،  رئيس مصلحة ،  موظف ،

عامل

القسم الثاني : متغيرات الدراسة

المحور الأول : المسؤولية الاجتماعية

فيما يلي عدد من العبارات لقياس أبعاد المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتكم، الرجاء تحديد درجة موافقتك على كل هذه العبارات، وذلك بوضع علامة ( X ) فالمكان المناسب لاختيارك.

الرقم	الفقرات	مقياس الاستجابة			
		موافق بشدة	موافق	غير موافق	محايد
<b>1 . البعد الخيري</b>					
01	تقدم المؤسسة مساعدات وتبرعات للمشاريع الخيرية				
02	تشجع ادارة المؤسسة اقامة الندوات وورشات العمل لمنظمات المجتمع المدني الداعمة لحقوق الانسان .				
03	تقدم مؤسساتكم تسهيلات ومساعدات لأداء مناسك الحج والعمرة .				
04	تقدم المؤسسة مساعدات مادية في حالة حدوث الكوارث الطبيعية كالزلازل والفيضانات والحرائق وغيرها .				
05	تساهم المؤسسة في احياء الأعياد				

					والمناسبات الدينية والوطنية بتقديم هدايا معتبرة .
<b>2 . البعد الأخلاقي</b>					
					<b>06</b> تتمتع المؤسسة بالنزاهة في استقطاب العاملين من منافسيها
					<b>07</b> تتوافق أهداف المؤسسة مع قيم وأخلاقيات المجتمع
					<b>08</b> تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في التعاملات (بيع وشراء)
					<b>09</b> تراعي المؤسسة حقوق الانسان المنصوص عليها عالميا.
					<b>10</b> تحترم المؤسسة العادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع الذي تنشط فيه.
<b>3 . البعد القانوني</b>					
					<b>11</b> تلتزم المؤسسة بالقوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية وأمراض وحوادث العمل.
					<b>12</b> تلتزم المؤسسة بتوفير حقوق العمال من خدمات اجتماعية ( كضمان النقل من وإلى موقع العمل وتقديم تسهيلات للحصول على السكن ... ) .
					<b>13</b> تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة.
					<b>14</b> تأخذ المؤسسة توجيهات منظمات حماية المستهلك بكل جدية وصرامة .
					<b>15</b> توفر المؤسسة الرعاية الصحية للعاملين

					بالتصريح بهم لدى مصالح الضمان الاجتماعي .
<b>4 . البعد الاقتصادي</b>					
					<b>16</b> دائما ما تحقق المؤسسة أرباحا اقتصادية.
					<b>17</b> المؤسسة بتوطيد علاقاتها مع المؤسسات تهتم المنافسة.
					<b>18</b> تسعى المؤسسة إلى زيادة فوائدها الاقتصادية مع احترام المنتجات المنافسة.
					<b>19</b> تتميز منتجات المؤسسة بالتنوع الجيدة والسعر المناسب.
					<b>20</b> تسعى المؤسسة لتحسين أجور العاملين بهدف الرفع من قدرتهم الشرائية.
					<b>21</b> السياسة السعرية مدروسة وفق الدخل المتوسط للزبائن .
					<b>22</b> تساهم المؤسسة في تقليص نسبة البطالة بتوفير فرص عمل لأفراد المجتمع المحلي .
					<b>23</b> تسعى المؤسسة لتعظيم إيراداتها بالتحكم في تكاليفها .

المحور الثاني : خلق القيمة المشتركة

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق بشدة	محايد
<b>1 . بعد القيمة الاقتصادية</b>						
<b>01</b>	تهتم المؤسسة بشكاوى الزبائن واقتراحاتهم وتحرص على حلها بصفة عاجلة.					
<b>02</b>	تسعى المؤسسة لتصدير منتجاتها إلى الخارج أو					

					لزيادة كمية التصدير .
					<b>03</b> المؤسسة غير متعثرة ماليا (أي تسدد أجور عمالها بانتظام تسدد مستحقات مورديها .....).
					<b>04</b> تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب نفاذ الامدادات (مثل نفاذ المواد الأولية ...).
					<b>05</b> الهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح.
					<b>06</b> تقوم المؤسسة بتجديد عتادها عند الضرورة (مثل تجديد آلات كثيرة الأعطال ...).
<b>2 . بعد المنفعة الاجتماعية</b>					
					<b>07</b> تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية وصديقة للبيئة .
					<b>08</b> تسعى المؤسسة لإيصال منتجاتها إلى مناطق تفتقد فيها هذه المنتجات .
					<b>09</b> تعمل المؤسسة على تجميل المنطقة المحيطة بها ، بتشجيرها وزيادة المساحات الخضراء.
					<b>10</b> تقدم المؤسسة دمج وحسن معاملة عمال ذوي الاحتياجات الخاصة في المؤسسة.
					<b>11</b> تطبق مؤسستك نظام لحماية بيئة يهدف الى الاستهلاك العقلاني للطاقة والحفاظ الموارد الطبيعية غير المتجددة .
					<b>12</b> تتجنب المؤسسة الأعمال المضرة بالبيئة .

الملحق رقم ( 02 ) : قائمة لجنة المحكمين للاستبيان

المحكم	الجهة
د. دربال سمية	أستاذة بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية " جامعة حمه لخضر بالوادي "
أ.د. مسغوني منى	أستاذة بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية " جامعة حمه لخضر بالوادي "
د. زكرياء مسعودي	أستاذ بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية " جامعة حمه لخضر بالوادي "

الملحق رقم (03): نتائج اختبار ألفا كرو نباخ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	55	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,960	35

الملحق رقم (04): نتائج اختبار الاتساق الداخلي

Correlations

		xx1	xx2	xx3	xx4	xxx1
xx1	Pearson Correlation	1	,685**	,331*	,430**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,000	,014	,001	,000
	N	55	55	55	55	55
xx2	Pearson Correlation	,685**	1	,649**	,619**	,909**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000

	N	55	55	55	55	55
xx3	Pearson Correlation	,331*	,649**	1	,698**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000		,000	,000
	N	55	55	55	55	55
xx4	Pearson Correlation	,430**	,619**	,698**	1	,806**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000
	N	55	55	55	55	55
xxx1	Pearson Correlation	,785**	,909**	,782**	,806**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		mm1	mm2	mmm2
mm1	Pearson Correlation	1	,676**	,912**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	55	55	55
mm2	Pearson Correlation	,676**	1	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	55	55	55
mmm2	Pearson Correlation	,912**	,919**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### الملحق رقم (05): نتائج توزيع عينة الدراسة

		الجنس			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	ذكر	37	67,3	67,3	67,3
	أنثى	18	32,7	32,7	100,0
Total		55	100,0	100,0	

		العمر			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	فأقل سنة 30 من	8	14,5	14,5	14,5
	سنة 40 إلى 31 من	28	50,9	50,9	65,5
	سنة 50 إلى سنة 40 من	14	25,5	25,5	90,9
	فأكثر سنة 50 من	5	9,1	9,1	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

		العلمي. المؤهل			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	21	38,2	38,2	38,2
	ليسانس	24	43,6	43,6	81,8
	ماستر	8	14,5	14,5	96,4
	عليا دراسات	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

		الخبرة			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنوات 5 من أقل	9	16,4	16,4	16,4
	سنوات 10 إلى 5 من	26	47,3	47,3	63,6
	سنة 15 إلى 11 من	8	14,5	14,5	78,2
	سنة 15 من أكثر	12	21,8	21,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

		الوظيفي. المركز			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مدير	1	1,8	1,8	1,8
	مصلحة رئيس	11	20,0	20,0	21,8
	موظف	27	49,1	49,1	70,9
	عامل	16	29,1	29,1	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

## الملحق رقم (06): نتائج اتجاه العام لإجابات عينة الدراسة

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
x1	55	4,2000	,02560
x2	55	3,8545	,09575
x3	55	3,6364	,29620
x4	55	3,7636	,29047
x5	55	3,8364	,27314
xx1	55	3,8582	,02392
x6	55	3,9455	,07872
x7	55	4,0727	,06900
x8	55	4,1273	,98234
x9	55	4,0727	,05153
x10	55	4,0000	,29099
xx2	55	4,0436	,93863
x11	55	4,3455	,84367
x12	55	4,3636	,77850
x13	55	4,2364	,07089
x14	55	4,1818	,09021
x15	55	4,2364	,98062
xx3	55	4,2727	,76339
x16	55	4,0909	,94815
x17	55	3,9091	,15907
x18	55	4,2364	,76893
x19	55	4,2364	,88115
x20	55	4,2000	,09545
x21	55	4,1636	,91820
x22	55	4,2000	,91084
x23	55	4,2000	,95063
xx4	55	4,1545	,74728
xxx1	55	4,0823	,71401
Valid N (listwise)	55		

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
xx1	55	3,8582	,02392
xx2	55	4,0436	,93863
xx3	55	4,2727	,76339

xx4	55	4,1545	,74728
xxx1	55	4,0823	,71401
Valid N (listwise)	55		

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
m1	55	4,2545	,69969
m2	55	3,9273	,05153
m3	55	3,9273	,13618
m4	55	4,1273	,03735
m5	55	4,0909	,07622
m6	55	4,0909	,04124
mm1	55	4,0697	,78809
m7	55	4,1455	,86961
m8	55	4,1091	,01238
m9	55	4,2000	,91084
m10	55	4,0182	,99053
m11	55	3,9636	,18577
m12	55	4,0727	,06900
mm2	55	4,0848	,82082
mmm2	55	4,0773	,73648
Valid N (listwise)	55		

الملحق رقم (07): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
xxx1	,167	55	,128	,931	55	,104
mmm2	,131	55	,120	,926	55	,112

a. Lilliefors Significance Correction

## الملاحق رقم (08): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,415 <sup>a</sup>	,172	,156	,67647

a. Predictors: (Constant), xx1

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,037	1	5,037	11,006	,002 <sup>b</sup>
	Residual	24,253	53	,458		
	Total	29,290	54			

a. Dependent Variable: mmm2

b. Predictors: (Constant), xx1

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,927	,359		8,159	,000
	xx1	,298	,090	,415	3,318	,002

a. Dependent Variable: mmm2

## الملاحق رقم (09): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 <sup>a</sup>	,493	,484	,52924

a. Predictors: (Constant), xx2

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,445	1	14,445	51,570	,000 <sup>b</sup>
	Residual	14,845	53	,280		
	Total	29,290	54			

a. Dependent Variable: mmm2

b. Predictors: (Constant), xx2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,849	,318		5,808	,000
	xx2	,551	,077	,702	7,181	,000

a. Dependent Variable: mmm2

**الملحق رقم (10): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 <sup>a</sup>	,603	,595	,46843

a. Predictors: (Constant), xx3

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17,660	1	17,660	80,483	,000 <sup>b</sup>
	Residual	11,630	53	,219		
	Total	29,290	54			

a. Dependent Variable: mmm2

b. Predictors: (Constant), xx3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	,876	,362		2,419	,019
	xx3	,749	,084	,776	8,971	,000

a. Dependent Variable: mmm2

الملحق رقم (11): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 <sup>a</sup>	,448	,438	,55224

a. Predictors: (Constant), xx4

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,126	1	13,126	43,041	,000 <sup>b</sup>
	Residual	16,163	53	,305		
	Total	29,290	54			

a. Dependent Variable: mmm2

b. Predictors: (Constant), xx4

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,336	,424		3,149	,003
	xx4	,660	,101	,669	6,561	,000

a. Dependent Variable: mmm2

## الملحق رقم (12): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826 <sup>a</sup>	,682	,657	,43160

a. Predictors: (Constant), xx4, xx1, xx3, xx2

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,976	4	4,994	26,809	,000 <sup>b</sup>
	Residual	9,314	50	,186		
	Total	29,290	54			

a. Dependent Variable: mmm2

b. Predictors: (Constant), xx4, xx1, xx3, xx2

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,565	,373		1,515	,000		
xx1	,719	,681	,726	1,235	,000	,500	2,001
xx2	,751	,710	,720	2,279	,027	,323	3,095
xx3	,753	,720	,769	3,771	,000	,411	2,435
xx4	,723	,716	,755	1,317	,004	,457	2,188

a. Dependent Variable: mmm2

## الملحق رقم (13): نتائج اختبار فرضية الفروق

## ANOVA

mmm2

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,367	1	,367	,673	,416
Within Groups	28,922	53	,546		
Total	29,290	54			

## ANOVA

mmm2

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,177	3	,392	,712	,549
Within Groups	28,113	51	,551		
Total	29,290	54			

## ANOVA

mmm2

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,308	3	,103	,181	,909
Within Groups	28,982	51	,568		
Total	29,290	54			

## ANOVA

mmm2

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,144	3	,381	,691	,562
Within Groups	28,145	51	,552		
Total	29,290	54			

## ANOVA

mmm2

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2,785	3	,928	1,786	,161
Within Groups	26,505	51	,520		
Total	29,290	54			

الملحق رقم (14): وثيقة طلب تسهيل الحصول على المعلومات

الوادي في: 1-7 فيفري 2022

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

الرقم: ..... رقم. م. ب. ع. ق. ب. ع. ك. 2022/2021

إلى السيد: .....  
الورود.....

## الموضوع: طلب تسهيل الحصول على معلومات

في إطار إعداد مذكرة التخرج التي يقوم بها طلبة ماستر قسم علوم التسيير للحصول على المعلومات النظرية في الوسط العلمي المهني.

- نطلب من سيادتكم إمكانية استقبال الطلبة الآتية أسمائهم:
- اسم واللقب: ..... تاريخ ومكان الميلاد: ..... رقم التسجيل: 171739065878
  - اسم واللقب: ..... تاريخ ومكان الميلاد: ..... رقم التسجيل: 171739080921
  - اسم واللقب: ..... تاريخ ومكان الميلاد: ..... رقم التسجيل: 171739065145
  - اسم واللقب: ..... تاريخ ومكان الميلاد: ..... رقم التسجيل: 171739065156

- التخصص: إدارة أعمال
- موضوع البحث: دور المسؤولية الإجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة
- الأستاذ المشرف: .....  
.....

في مؤسستكم وذلك لمدة: ..... يوما.

ابتداء من: .....

إلى غاية: .....

