



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمزة لخضر - الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

الموضوع:

دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة

- دراسة حالة: مؤسسة رغوة الجنوب بتقوت -

إشراف الدكتورة:

د. ريم بن عيسى

إعداد الطالبات:

- نوال روي
- فوزية قدام
- دلال بن مبارك

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
بغداد بنين	جامعة الشهيد حمزة لخضر بالوادي	رئيسا
بن عيسى ريم	جامعة الشهيد حمزة لخضر بالوادي	مشرفا ومقررا
علي ذهب	جامعة الشهيد حمزة لخضر بالوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2024 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ
دَرَجَاتٍ ۖ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

[المجادلة: 11]

شكر وعرفان

﴿رَبِّ أَوْدَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَتِي وَأَنْ أَعْمَلَ
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾

[النمل: ١٩]

عندما يكون العمل رائعا، والعطاء مميزا . . . وحين يكون الإبداع منرجا سيصبح الشكر واجبا، والثناء لازما.

نتوجه بالشكر لله عز وجل على النعمة والهبة التي خصنا بها نحن طلبة النظام الكلاسيكي، وعلى القوة

والصبر اللذين أمرنا بهما لإنجاز هذا العمل التواضع.

ووفاء وتقدير واعترافا منا بالجميل . . . نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة الفاضلة: ريم بن عيسى

الشرفة على عملنا بتوجيهاتها ونصائحها، ونحيي فيها روح التواضع وطيب العاملة.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى الأساتذة الموقرين أعضاء لجنة المناقشة لفضلهم بقبول مناقشة وتصويب هذه الدراسة.

وإذ لا يفوتنا أن نشكر مسيري مؤسسة رغبة الجنوب بتقررت على حسن الاستقبال وتجاوبهم معنا ومساعدتهم لنا

من أجل إثراء موضوع بحثنا في الجزء التطبيقي، ونخص بالذكر: السير: عبد اللطيف بوعافية، والسير: جمال غرايسة

وكذا جميع العمال الذين تفاعلوا معنا بجمرية في تقديم آرائهم حول الاستبيان.

ونخص بالشكر الجزيل كل الأساتذة الذين قرموا لنا إرشادات وتوجيهات في دراستنا وخاصة لجنة تحكيم الاستبيان

كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى الأخت: آمال قسوم لإشرافها على إخراج وتنسيق المذكرة . . .

والشكر موصول لكل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إنجاز هذا العمل التواضع.

إهداء

الحمد لله الذي أنار لي درب العلم ووفقني لإتمام هذا العمل المتواضع رغم كل الصعاب،
أهري ثمرة جهري إلى:

ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب ومعنى الختان والتفاني .. إلى بسملة الحياة وسر الوجود ..

إلى أغلى الجباب أُمِّي الحبيبة

إلى اللذين فرقت بيني وبينهم الحياة ولكن ذكرهم في قلبي لا تموت رحمهما الله وأسكنهما الفردوس الأعلى ..
أبي وأخي أحمد .

إلى من قاسموني حلو الحياة ومرها وكانوا قوتي في وقت ضعفي وسنري خلال مسيري الراسية ...
إخوتي وأخواتي .

إلى عائلتي الصغيرة التي لا أستطيع العيش إلا بقربها وفي دنائها ...

زوجي الغالي وسنري في الحياة جعله الله ذخرًا لي والذي كان له دور كبير في هذا العمل

إلى أئمن هدية في الوجود .. أبنائي الأعزاء

إلى كل صديقائي العزيزات وزميلاتي في العمل، وجميع موظفي إدارة مستشفى سعد دحلب بجامعة
إلى من جمعني بهم الأقرار عبر طيات الحياة تاركة بصمات الحب والوفاء في ذكرياتي «رفيقتاي في إعداد مذكرة
التخرج»

إلى كل الأساتذة والعلمين الذين علموني ولو حرفًا من بداية الطور الابتنائي إلى نهاية الطور الجامعي ...

جزاهم الله كل خير

إلى كل من وسعهم قلبي ولم تسعهم ورقتي ..

إلى كل هؤلاء أهري هذه الدراسة راحية من الله العلي القدير أن تكون إضافة في مجال
العلم، وأن تكون من العلم النافع الذي يثمر عليه صاحبه .

نوال

إهداء

الحمد لله الذي أكرمني بفضله وأنان لي طريقتي ودربي، أما بعد لا يسعني في هذا الموقف إلا
أن أتقدم بإهداء ثمرة هذا العمل
إلى من قال فيهما الله تعالى:

وَاجْعَلْ لِيهِمَا حَبَاحَ الدَّلِّ مِنَ الْجَنَّةِ وَفِي رِجِّهِمَا كَمِ رِيَّانٍ صَبِغًا

[الإسراء: 23-24]

إلى روح أمي الغالية التي حملتني ومنحتني الحياة، وأحاطتني بمناخها وضحت وثابرت وجاهرت من أجل توفير حياة
هنية، إلى تلك الروح التي كل الكلمات لن توفيها حقها والتي غابت عن الحياة لكن ذكرها لم يغب عني، أسكنك الله
فسح جنانه ورزقك الفردوس الأعلى يا رب.

إلى سنري الغالي الذي تغرب سنين وسنين وأفنى كل حياته من أجل توفير لقمة العيش، وحياة هنية أبي الغالي
الحنون حفظه الله ورعاه وشفاه من كل سوء يا رب وأطال الله في عمره.

إلى أخواني: وردة، راضية، يسمينة، زهية، وميادة، وأخوأي جلال وزوبر

إلى فلزات كبري أولادي: إياد، رزان.

إلى زوجي الغالي وسنري في الحياة

إلى أولاد إخوتي كل واحد باسمه، وإلى أزواج أخواني.

إلى من صادفتني الحياة معهم زميلتي: نوال، دلال

إلى كل من يعرفني، إليك أنت يا من تقرأ إلهائي الآن.

فوزية

إهداء

الحمد والشكر لك إلهي أولاً وآخرًا، شكراً طيباً بطاعتك وبذكرك وطلب عفوكم، والفضل

والحمد والشكر لك أولاً وآخرًا على هذه النعمة.

إلى الوالدين الكريمين أمي الحبيبة وأبي الغالي.

إلى والدي الثانية أم زوجي

إلى زوجي الغالي وأبنائي إلى إخوتي وأخواتي جميعاً

إلى زوجات إخوتي وأخوات زوجي

إلى رفيقتي بالزكرة.

إلى السيد وكيل الجمهورية لدى محكمة جامعة

إلى زملائي وزميلاتي في العمل بالمحكمة، خاصة مصاحبة البريد وخليفة الإعلام الألي.

إلى عمال وعاملات مؤسسة رغوة الجنوب خاصة السيد بوعافية عبر اللطيف.

إلى الأستاذة المؤطرة

إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد حتى بالكلمة الطيبة أو التشجيع لإتمام هذا العمل.

إلى كل من تسعهم ذكري ولم تسعهم مذكرتي

دلال

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
.....شكر وعرفان	
.....إهداء	
.....إهداء	
.....إهداء	
I..... فهرس المحتويات	
III فهرس الجداول	
IV فهرس الأشكال	
V ملخص	
أ..... مقدمة	
1 الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة	
2 تمهيد	
2 المبحث الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية	
2 المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية	
6 المطلب الثاني: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية	
16 المطلب الثالث: ممارسات المسؤولية الاجتماعية	
28 المبحث الثاني: الإطار النظري للقيمة المشتركة	
28 المطلب الأول: تعريف خلق القيمة المشتركة	
33 المطلب الثاني: نموذج خلق القيمة المشتركة	
35 المطلب الثالث: سيرورة خلق القيمة المشتركة	
37 المبحث الثالث: علاقة المسؤولية الاجتماعية بالقيمة المشتركة	
37 المطلب الأول: دور أصحاب المصلحة في خلق القيمة	
38 المطلب الثاني: دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة	

38	المطلب الثالث: الفرق والتكامل بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.....
43	خلاصة الفصل.....
44	الفصل الثاني: دراسة حالة مؤسسة رغبة الجنوب بتقريت.....
45	المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة رغبة الجنوب بتقريت.....
45	المطلب الأول: لمحة عن مؤسسة رغبة الجنوب.....
46	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة.....
48	المطلب الثالث: مبادرات الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة رغبة الجنوب:.....
50	المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية.....
50	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة.....
51	المطلب الثاني: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة.....
53	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة.....
56	المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية.....
56	المطلب الأول: وصف خصائص عينة الدراسة.....
59	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضيات.....
74	المطلب الثالث: نتائج الدراسة.....
76	خلاصة الفصل.....
77	الخاتمة.....
82	قائمة المراجع.....
88	قائمة الملاحق.....

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
6	جدول رقم 1. أهمية المسؤولية الاجتماعية.....
8	جدول رقم 2. أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات
20	جدول رقم 3. طبيعة تأثير المسؤولية الاجتماعية في مختلف الأطراف المشاركة.....
36	جدول رقم 4. يمثل النتائج الاقتصادية حسب مستويات القيمة المشتركة.....
37	جدول رقم 5. احتياجات وتطلعات كل طرف مع مقدار مساهمته في خلق القيمة
38	جدول رقم 6. الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات
39	جدول رقم 7. أهم الفروقات بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة
50	جدول رقم 8. عينة الدراسة
52	جدول رقم 9. مجال المتوسط الحسابي المرجح (ليكارت الخماسي)
54	جدول رقم 10. ثبات أداة الدراسة
55	جدول رقم 11. معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغير خلق القيمة المشتركة
56	جدول رقم 12. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس
57	جدول رقم 13. توزيع عينة الدراسة حسب العمر
58	جدول رقم 13. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي
59	جدول رقم 15. توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة
60	جدول رقم 16. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة الدراسة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية
61	جدول رقم 17. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين
62	جدول رقم 18. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع
64	جدول رقم 19. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال
66	جدول رقم 20. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة
67	جدول رقم 21. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين
68	جدول رقم 22. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون
69	جدول رقم 23. استجابة عينة الدراسة حول القيمة المشتركة
71	جدول رقم 24. حساب معامل الارتباط بيرسون بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة
72	جدول رقم 25. حساب الانحدار الخطي البسيط

جدول رقم 26. حساب معاملات الارتباط بيرسون بين أبعاد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة 73

فهرس الأشكال

الشكل	الصفحة
شكل رقم 1. هرم كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.....	10
شكل رقم 2. مبادئ المسؤولية الاجتماعية.....	14
شكل رقم 3. أبعاد خلق القيمة المشتركة.....	33
شكل رقم 4. نموذج خلق القيمة المشتركة.....	34
شكل رقم 5. العناصر الثلاثة الأساسية لخلق القيمة المشتركة.....	34
شكل رقم 6. الهيكل التنظيمي لمؤسسة رغوة الجنوب بتقوت.....	46
شكل رقم 7. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس.....	56
شكل رقم 8. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر.....	57
شكل رقم 9. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي.....	58
شكل رقم 10. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة.....	59

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى البحث عن مدى مساهمة تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في مؤسسة رغوة الجنوب بتقوت واعتمدنا في ذلك على المسح المستندي للكتب والمجلات والدراسات السابقة، معتمدين على المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع 75 استبانة على عينة الدراسة استرجعنا منها 68 استبانة، كانت 6 منها غير صالحة للمعالجة.

ومن أجل التحليل الإحصائي والوصول إلى نتائج استخدمنا البرنامج الإحصائي SPSS v.21، وكأداة ثانية للدراسة قمنا بمقابلة مع رئيس مصلحة المحاسبة والمالية الذي أفادنا بمعلومات مهمة لإثراء موضوع دراستنا. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك التزاما نسبيا في مؤسسة رغوة الجنوب بكل من المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة، في حين يوجد هناك ارتباط طردي قوي ذو دلالة إحصائية بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في ذات المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، القيمة المشتركة، نموذج خلق القيمة.

Abstract:

This study aims to investigate the extent to which the adoption of social responsibility contributes to the creation of shared value in the Foam of the South Foundation in Touggourt. In doing so, we relied on a documentary survey of previous books, magazines and studies, relying on the descriptive and analytical approach. To achieve the objectives of the study, 75 questionnaires were distributed to the study sample. We retrieved 68 questionnaires, 6 of them were not valid for processing.

For statistical analysis and reaching results, we used the statistical program SPSS v.21, and as a second tool for the study, we conducted an interview with the head of the Accounting and Finance Department, who provided us with important information to enrich the subject of our study. The study found that there is a relative commitment in the South Foam Foundation to both social responsibility and the creation of shared value, while there is a strong direct correlation with statistical significance between commitment to social responsibility and the creation of shared value in the same institution.

Keywords : social responsibility, shared value, value creation model.

مقدمة

في ظل التغيرات المتسارعة والتحديات التي يعرفها الاقتصاد العالمي، المرتبطة أساساً بتزايد الحاجات الإنسانية من السلع والخدمات من جهة، وتناقص الموارد الطبيعية الداخلة في عملية إنتاجها من جهة أخرى، أصبح لزاماً على المؤسسات الاقتصادية - باعتبارها المحرك والمساهم الأساسي في النشاط الاقتصادي وخلق الثروة - إعادة التفكير في فكرة تعظيم الأرباح وضمان استمراريته التي ترتبط في جزء كبير منها بضرورة تبني استراتيجيات وسياسات تنموية تضمن تحقيق رفاهية الفرد من جهة والمحافظة على استدامة الموارد الطبيعية وعناصر الإنتاج من جهة أخرى، وعليه لابد من تحمل المؤسسة لمسؤولياتها الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والبيئية بما يضمن تدفق الأرباح والمحافظة على حقوق الأجيال اللاحقة في الموارد الطبيعية لتحقيق التنمية الاقتصادية.

وضمن هذا السياق فقد أصبح الدور الاجتماعي للمؤسسات يكتسب أهمية متزايدة، حيث سعى العديد منها إلى تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ بعين الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه، ولا شك أن المسؤولية الاجتماعية تعد حجر الزاوية وأداة مهمة للتخفيف من سيطرة العولمة وجموحها، كما أصبح الاهتمام بها مطلباً أساسياً للحد من الفقر من خلال التزام المؤسسات الاقتصادية بتوفير البيئة المناسبة، وعدم تبديد الموارد، والقيام بعمليات التوظيف والتدريب ورفع القدرات البشرية، ومساندة الفئات الأكثر احتياجاً، بحيث تصبح الأعمال الاقتصادية للشركات تحقق أرباحاً أكبر عندما تعمل على حل المشاكل الاجتماعية المرتبطة بتحقيق الربح، وهذا ما يشكل القيمة المشتركة التي تمثل النموذج الجديد للأعمال، حيث نجد علاقة طردية بين عملية خلق القيمة الاجتماعية وتحقيق القيمة الاقتصادية للشركات وهذا ما يعرف بعملية خلق القيمة المشتركة.

الإشكالية:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية إحدى المواضيع الهامة المطروحة حالياً، وعلى الرغم من تزايد اهتمام المؤسسات بها كجزء لا يتجزأ من السياسة العامة لها، إلا أن أغلبية رجال الأعمال يعتبرون أن مثل هذه البرامج سترهق ميزانية المؤسسة ولن تعود عليها بأي منفعة، وتعد في نظر الكثير منها برامج ثانوية يأتي ترتيبها في المقام الأخير بعد المكسب المادي، وترتكز المسؤولية الاجتماعية على مفهوم الالتزام اتجاه مجموعة من الأطراف داخل وخارج المؤسسة وهم: المساهمون، الموظفون، العملاء، الموردون، المجتمع، البيئة، وهم ما يعرفون بأصحاب المصلحة، وغالباً ما يتم التركيز على الأثر في المجتمع، إذ يجب على المؤسسة أن تمتلك أسس وقيم أخلاقية راسخة تنعكس في خططها وإستراتيجيتها إيجاباً على المجتمع الذي توجد فيه، وفي ظل تهميش أغلبية رجال الأعمال تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية والالتزام بها، وجب تسليط الضوء على نموذج جديد يسمح لهم بتحقيق أرباح أكبر من خلال القيام بنشاطات اجتماعية كفيلة بتحقيق النتائج الاقتصادية المرجوة أو أكثر.

ومن هذا المنطلق تتبلور إشكالية هذه الدراسة:

ما مدى مساهمة التزام المؤسسة محل الدراسة بمسؤوليتها الاجتماعية في خلقها للقيمة المشتركة؟

وتتفرع هذه الإشكالية إلى أسئلة فرعية هي:

- هل هناك التزام بالمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة قيد الدراسة؟
- هل هناك خلق للقيمة المشتركة بالمؤسسة قيد الدراسة؟
- هل هناك علاقة ارتباط بين التزام المؤسسة محل الدراسة بمسؤوليتها الاجتماعية وخلقها للقيمة المشتركة؟

الفرضيات:

لمعالجة الإشكالية المطروحة، نضع مجموعة من الفرضيات كإجابات مؤقتة للتساؤلات المطروحة وهي:

- **الفرضية الأولى:** تلتزم المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.
- **الفرضية الثانية:** هناك خلق للقيمة المشتركة بالمؤسسة قيد الدراسة.
- **الفرضية الثالثة:** هناك علاقة ارتباط بين التزام المؤسسة محل الدراسة بمسؤوليتها الاجتماعية وخلقها للقيمة المشتركة.

أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في تسليط الضوء على موضوع في غاية الأهمية وهو المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة، ففي ظل بروز العديد من المشاكل الاجتماعية من جهة وانخفاض أرباح الشركات من جهة أخرى تظهر الحاجة للتوجه نحو نموذج جديد للأعمال يسمح بتحقيق أرباح أكبر مع نمو أسرع، وفي نفس الوقت معالجة المشاكل الاجتماعية وتحسين صحة وحيوية المجتمعات وتقديمها بشكل أفضل.

كما أن الأهمية العلمية لهذا البحث تكمن في توضيح المفهوم الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية، حيث يجب التفرقة بين دعم العمل الخيري، ودعم الأهداف التنموية التي تسعى لتحقيقها منظمات المجتمع المدني. وأن أي مساهمة تجاه المجتمع لا بد أن تكون وفق خطة مدروسة ومدججة في السياسة العامة للمؤسسة.

أهداف البحث:

من خلال هذه الدراسة نحاول الوصول إلى الأهداف التالية:

- التعريف بالمسؤولية الاجتماعية وخاصة أنها من المفاهيم الحديثة التي تحتاج إلى البحث والدراسة.
- التعريف بنموذج جديد للأعمال، يسمح بخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية معا وهو خلق القيمة المشتركة.

- محاولة إيجاد مختلف المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة وإيجاد العلاقة بينهما.
- دراسة حالة مؤسسة رغوة الجنوب ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

دوافع اختيار الموضوع محل الدراسة:

- إن اختيارنا لهذا الموضوع كان نتيجة للعديد من الدوافع والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:
- موضوع حديث ويعرف انشغال وجدل كبير في البحوث الأكاديمية والدراسة العلمية.
- اقتران الموضوع بالواقع الاقتصادي
- رغبتنا في التعرف على الظاهرة محل الدراسة في جوانبها المختلفة كما أن الموضوع يتماشى وتخصصنا العلمي.
- طموح مختلف المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيق أفضل النتائج والتي عجزت الطرق التقليدية عن تحقيقها.
- الاقتراب من المؤسسة بهدف دراسة مدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية ومدى قدرتها على خلق قيمة مشتركة.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

- أ. **الحدود المكانية:** تمت هذه الدراسة في مؤسسة رغوة الجنوب الناشطة في مجال صناعة الإسفنج الموجه للأفرشة بالمنطقة الصناعية بمدينة بتقرت.
- ب. **الحدود الزمانية:** تمت هذه الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة بين 20 أفريل إلى 14 ماي 2024 بمعدل حصّة إلى حصتين خلال الأسبوع، وكان ذلك كافياً للحصول على المعلومات اللازمة لإثراء موضوعنا محل الدراسة وكذا توزيع الاستبيان على الموظفين واسترداده بعد الإجابة عليه.

صعوبات الدراسة:

- قلة الكتب الورقية المتعلقة بالموضوع وأغلبها على شكل مراجع في الأنترنت وصعوبة الحصول عليها أحياناً.
- الافتقار إلى الكتب والمراجع التي تناولت موضوع خلق القيمة المشتركة باعتباره مفهوماً جديداً وأغلبها في شكل مقالات وندوات وملتقيات.
- صعوبة توزيع الاستبيان ورفض بعض الموظفين الإجابة عليه. والمماثلة في إرجاع الاستبيانات الموزعة.
- تحفظ بعض المسؤولين في المؤسسة محل الدراسة على الإدلاء ببعض المعلومات ومنحنا بعض الملاحظات التي تدعم موضوعنا.

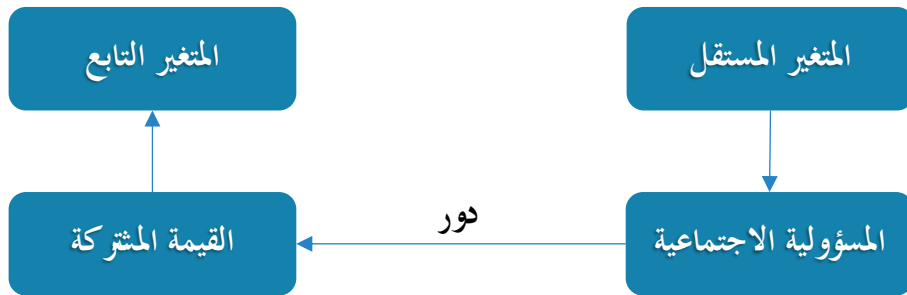
منهج وأسلوب الدراسة:

نظر لطبيعة الموضوع محل الدراسة وحتى نتمكن من اختبار الفرضيات والإجابة على الإشكالية المطروحة. اعتمدنا على المزج بين المنهج الوصفي والمنهج التحليلي:

أ. **المنهج الوصفي:** حيث أن الوصف يقوم على جمع معلومات وبيانات من مختلف المراجع والمصادر باللغتين العربية والأجنبية من أجل تكوين صورة متكاملة حول الظاهرة المدروسة.

ب. **المنهج التحليلي:** وذلك من خلال استعمال أداة الاستبيان وتحليل النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية، حيث اعتمدنا في تحليل النتائج على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

نموذج الدراسة:



الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية وكذا موضوع القيمة المشتركة، والعلاقة بينهما، وفيما يلي سنقدم عرض لبعضها:

1. **مقدم وهيبة بعنوان:** «تقييم مدى استجابة المؤسسات في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري»، 2014. هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية من الجانب النظري والتطبيقي خصوصا ومعرفة موقع المؤسسة الجزائرية من مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات واللم بالجوانب النظرية المتعلقة بها ومدى استجابتها للبرامج المرتبطة بها وتعريف رجال الأعمال بثقافة المسؤولية الاجتماعية وإبراز آثارها الإيجابية على المنظمة وعلى المجتمع ومختلف أصحاب المصلحة. وأهم النتائج هي أن المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة تمارس مسؤولياتها الاجتماعية اتجاه كل من المساهمين أو المالكين والزبائن انطلاقا من اعتبارهم أكثر الأطراف أهمية ويحصل باقي أصحاب المصلحة على درجة أقل اهتمام كما أظهرت النتائج أن متغيرات العمر والملكية والحجم وطبيعة النشاط لا تؤثر على المسؤولية الاجتماعية أهم التوصيات المستخلصة هي محاولة غرس ثقافة المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتنا وتطوير ممارستها بشكل صحيح.

2. د. إسحاق خرشي، مداخلة تحت عنوان: نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية، لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، مقدمة إلى الملتقى الدولي الثاني عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة يومي: 14 و15 نوفمبر 2016.

حيث تعرضت هذه المداخلات إلى تقديم مفهوم القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية التي تحسن في تنافسية الشركات مع تحقيق المنفعة الاجتماعية للمجتمعات، حيث تم تقديم مفهوم للقيمة المشتركة وسيرونها، كما تم اقتراح مجموعة من البرامج في العديد من القطاعات، وتم التوصل إلى أن هذه البرامج المقترحة تعمل على حل المشاكل الاجتماعية، وتلبية الحاجات المجتمعية وهذا ما يمثل أساس تحقيق الربح للمؤسسة، ويؤدي إلى خلق القيمة المشتركة.

3. دراسة (Michael E. Porter) بعنوان Banking On Shared Value How Banks Profit Rethinking their purpose. كان الهدف من الدراسة تحديد الدور الجديد اتجاه المجتمع الذي تمارس فيه النشاط وهذا من خلال مفهوم القيمة المشتركة من خلال دراسة 15 بنك في مختلف القارات وأهم النتائج التي توصلت إليها هي أن هذه البنوك تساهم في حل المشاكل وتلبية الحاجات الاجتماعية للمجتمعات من خلال العديد من البرامج المناسبة لخدمة المجتمع في نفس الوقت سمحت هذه البرامج بتحقيق وتحسين تنافسية البنوك من خلال تحقيق قيمة اقتصادية.

هيكل البحث:

بهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات تم تناول الموضوع في فصلين:

الفصل الأول: يشمل الإطار النظري المتعلق بمفاهيم المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية، أما في المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى الإطار النظري لخلق القيمة المشتركة، أما في المبحث الثالث تم التطرق إلى العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة.

الفصل الثاني: يتضمن دراسة حالة لمؤسسة رغبة الجنوب بتقترت حيث تم الاعتماد على الاستبيان لجمع المعلومات، حيث تناولنا في المبحث الأول تعريف عام حول مؤسسة رغبة الجنوب، أما المبحث الثاني فتم فيه تناول الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة، أما المبحث الثالث فتم فيه عرض وتحليل نتائج الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة

تمهيد:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية مطلب أخلاقي واجتماعي وشرط لتحقيق التنمية في أبعادها المختلفة، وهي ترتبط بجملة من المواصفات التي يجب أن تتحلى بها المؤسسات، ذلك أن الالتزام بهذه المسؤولية يحقق لها جملة من المزايا والمنافع وللمجتمع ككل، ومن هنا ظهر التكامل بين الاقتصاد والمجتمع والذي يفرض أن تكون قرارات المؤسسة تتبع مبدأ القيمة المشتركة التي أصبحت ضرورة ملحة في ظل وجوب تحمل المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية في سياق يجعل كافة قراراتها مقترنة بمصلحة المجتمع والبيئة، الأمر الذي جعلها في تحد لخلق القيمة الاقتصادية وكذا القيمة الاجتماعية في نفس الوقت.

وستتطرق في هذا الفصل إلى المفاهيم النظرية للموضوع من خلال تقسيمه إلى ثلاثة مباحث: حيث تناولنا في المبحث الأول الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية، وفي المبحث الثاني الإطار النظري للقيمة المشتركة أما في المبحث الثالث فتطرقنا إلى توضيح العلاقة بينهما.

المبحث الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية

يكتسي موضوع المسؤولية الاجتماعية اهتماما متزايدا يوما بعد يوم جراء التغيرات الجوهرية التي تمسه فهو عبارة عن تركيب معقد وليس مفهوم بسيط، وذلك بسبب احتوائه على جوانب ثقافية، أخلاقية، تجعل من الصعب تحديد مفهومه وتوحيده، وضبط معايير ممارسته. وسنحاول من خلال هذا المبحث إلقاء الضوء على بعض التعريفات والمفاهيم التي تمت دراستها حول المسؤولية الاجتماعية.

المطلب الأول: ماهية المسؤولية الاجتماعية.

ظهر مفهوم المسؤولية للمؤسسات منذ بدايات عصر الثورة الصناعية، ورغم أن هذا المصطلح لم يستعمل في ذلك الوقت، وكانت المسؤولية الاجتماعية تتم من خلال الهبات والمساعدات الخيرية المختلفة. وبدأ المفهوم الاصطلاحي يتبلور تدريجيا في العشرينات من القرن الماضي من خلال مجموعة من المبررين الذين عبروا صراحة عن أهمية هذا الموضوع، هؤلاء القادة ممن يساهمون في الأعمال الخيرية أبدوا فكرة أن المؤسسات عليها المساهمة في تحسين المستوى الاجتماعي، ثم أصبحت المسؤولية الاجتماعية حديث الرأي العام بدءاً من سنوات الثلاثينات من القرن العشرين، نتيجة للأزمة المالية العالمية آنذاك، حيث تزايد الضغط على المبررين وأصبح يتعين عليهم عدم الاهتمام فقط بالمالك وحملته الأسهم، إنما الاهتمام بأطراف أخرى، ومنهم العاملين والمستهلكين.¹

1- مقدم وهيب، بكار بشير، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفات الدولية أيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والتسيير، جامعة مستغانم، 2014، (7)، ص 10، 11.

وفي سنة 1953 أصدر (هاورد باون) كتابه «المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال»، ومع نهاية القرن العشرين ومع التطور السريع للمؤسسات وكذا التمييز بين الملكية والإدارة تم انتشار وتبني هذا المفهوم على نطاق أوسع.

وفي الفترة ما بين الستينات والسبعينات من القرن 20 ظهرت تحركات اجتماعية تهتم بمواضيع مثل: الأثر البيئي للمؤسسات، توجهاتها السياسية، المساواة في التعامل بين الجنسين، والتمييز العنصري.

وتميزت فترة التسعينات بالكثير من الفضائح والأزمات لكبرى المؤسسات العالمية فكان لها أثر اجتماعي وبيئي سلبي، مما أثار اهتمام الحكومات ووسائل الإعلام، وتزايد الاهتمام بموضوعات أخلاقيات الأعمال والتنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية. ويعتبر الميثاق العالمي من المبادرات الأولى في مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث وضع الاقتراح الأول للميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية من قبل الأمين العام للأمم المتحدة في 1999م، وأطلق الميثاق بمراحلته النهائية في مقر الأمم المتحدة في سنة 2000م، وهو مبادرة طوعية تتعلق بالمؤسسات يعرض تسهيلا وتعهدا من خلال عدة آليات: سياسة الحوار، المعرفة، الشبكات المحلية، ومشاريع الشراكة.

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية:

يوجد العديد من التعاريف للمسؤولية الاجتماعية، وكل تعريف ينظر لها من زاوية محددة، ولكن القاسم المشترك بين أكثر التعاريف هو أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات مفهوم تُدرج بموجبه المؤسسات الانشغالات الاجتماعية والبيئية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها، قصد تحسين أثرها في المجتمع.¹

وفيما يلي سيتم عرض مجموعة من التعاريف للمسؤولية الاجتماعية بتقسيمات مختلفة:

1.1. تعريفات المنظمات والتكتلات الدولية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أ. تعريف البنك الدولي: «هي مساهمة قطاع الأعمال في تحقيق الأهداف التنموية، وهي تشير إلى الأخذ بعين الاعتبار الانشغالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من قبل المؤسسات، بطريقة يتم من خلالها تعظيم العوائد وتخفيض الأضرار، وتحمل المسؤولية الاجتماعية الطابع التطوعي، كما يمثل الالتزام القانوني الحد الأدنى لهذه المسؤولية الاجتماعية».²

1- صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من الألف إلى الياء، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2015، الأردن، ص 16، 17.

2- وهيبة مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة وهران، 2014، ص 72.

ب. تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة: «هي الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المعالي والمجتمع ككل».¹

ج. تعريف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي: «تري أن مسؤولية المنظمات تنعكس من خلال فعالية الأعمال الملائمة التي تطورها مع المجتمعات التي تعمل فيها، ويتعلق العنصر الأساسي لمسؤولية المؤسسات بأنشطة الأعمال ذاتها».²

تعكس التعريفات السابقة توجه نحو الاستفادة من سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة، وحماية البيئة، كما اتجهت نحو تأكيد أهمية أخلاقيات الأعمال في ممارسة النشاط الاقتصادي، والمساهمة في تنمية المجتمع وحل مشكلاته، غير أنه لم يتم الإشارة إلى طبيعة هذه الممارسات المسؤولة اجتماعيا وكيفية أدائها.

2.1. تعريفات كتاب الإدارة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أ. تعريف **Drucker**: يقول إن المسؤولية الاجتماعية هي: «التزام المنظمة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وهذا الالتزام يتسع باتساع شرائح أصحاب المصالح في هذا المجتمع، وتباين توجهاتهم».³

ب. تعريف **جان باسكيروه Jean Pasquero**: والذي تدل في نظره المسؤولية الاجتماعية على «مجموعة من الالتزامات القانونية أو الطوعية التي تتعين على المفاولة أن تلتزم بها كي تجعل من نفسها نموذجا للمواطنة الجيدة يحتذى به في وسط معين».⁴

1- محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية: شركتي سوناطراك الجزائر وأرامكو السعودية أنموذجا، مجلة الباحث، العدد 12، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، 2012، ص 5.

2- Marie-Françoise Guyonnaud et Frédérique Milliard. Du management environnemental au développement durable des entreprises. France. ADEME. mars 2004، p 5.

3- نعمة عباس الخفاجي وظاهر محسن الغالي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2008. ص 289.

4- نور الدين شهبوني، عبد الله المتقي، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، المسؤولية المجتمعية للمنظمات: آليات الانتقال نحو تنمية مستدامة، إحالة ذاتية رقم 2016/126، 2016، ص 31.

ج. تعريف Holmes: «المسؤولية الاجتماعية هي التزام على منظمة الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل، وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها».¹

د. تعريف محمد الصيرفي: «إن فكرة المسؤولية الاجتماعية أصبحت توصف بمفهوم عقد بين المؤسسات والمجتمعات التي تعمل فيها، وينعكس هذا العقد من خلال تغيرات في توقعات تلك المجتمعات اتجاه إنجاز المشروعات الاجتماعية».²

من خلال ما سبق نلاحظ أن هذه التعريفات تشترك في ذكر مجموعة من الخصائص المميزة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، مثل كونها ممارسة طوعية وليست إجبارية وكذا الاهتمام بفئات معينة، وهم العاملون والمجتمع والبيئة، غير أن هذه التعاريف لم تحدد بدقة من هم أصحاب المصلحة المستفيدين من برامج المسؤولية الاجتماعية.

3.1. حصر تعريف شامل للمسؤولية الاجتماعية:

بعد استعراض جملة من التعريفات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، يمكن أن نخلص إلى تعريف جامع، حيث يتلخص مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في أداء المؤسسات لالتزاماتها الاقتصادية والقانونية والاجتماعية والأخلاقية والبيئية اتجاه أصحاب المصلحة، ونذكر منهم: المساهمون، الموظفون، العملاء الموردون، الحكومة والمجتمع بما تحتويه من أطراف فاعلة (منظمات المجتمع المدني، المؤسسات الأخرى، الهيئات الحكومية والبيئية).

فإذا كانت الالتزامات الاقتصادية والمتمثلة في الربح المادي واجبة التحقيق باعتبارها الهدف الرئيس من إنشاء المؤسسات، وإذا كانت الالتزامات القانونية كدفع الضرائب ومراعاة حقوق العمال واجبة التنفيذ لتجنب المتابعات القضائية، فإن الالتزامات الاجتماعية لا تملك قوة الإلزام، لذلك تعتبر أعمالاً طوعية تعتمد بشكل أساسي على ثقافة المنظمة ودرجة وعيها ومسؤولياتها الاجتماعية، كما يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي: «المساهمة العقلانية القائمة على المبادرة المخططة من المؤسسات في متطلبات مسؤولية الشراكة الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية المتكاملة، والمبنية على قوة العلاقة بين المؤسسات والمجتمع، بما يحقق الترابط المتوازن بين توقعات المجتمع من جانب وخطط وبرامج المؤسسات للبقاء والاستقرار والنمو من جانب آخر».

1- Jacques Iglaens, Assaad Akremi, Jean-Pascal Gond. La RSE vue par les salariés : Phare ou rétroviseur? Revue de gestion des ressources humaines. N° 82. Édition ESK. France. 2011. p 34.

2- محمد الصيرفي المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر. الإسكندرية، مصر، 2007، ص 18.

المطلب الثاني: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية.

أولاً- أهمية المسؤولية الاجتماعية.

قد تبدو برامج المسؤولية الاجتماعية للوهلة الأولى عائقاً سيثقل كاهل ميزانية المؤسسات، إلا أنه في الواقع يمكن أن تحمي المؤسسة عدة مكاسب من جراء ممارسة برامج المسؤولية الاجتماعية خاصة على المدى البعيد، وتظهر أهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

جدول رقم 1. أهمية المسؤولية الاجتماعية

المستفيد	الأهمية
المؤسسة	- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال. - تحسين مناخ العمل، كما تؤدي لبعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف العاملين. - المردود المالي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي والعلاقات الإيجابية في المجتمع من خلال مسؤولياتهم الاجتماعية. - استقطاب العمالة المميزة والاحتفاظ بها. - زيادة إنتاجية العاملين وكسب رضاهم وتحقيق ولائهم.
المجتمع	- الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع. - الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف الوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم في الاستقرار والشعور بالعدالة الاجتماعية. - تحسين نوعية الحياة في المجتمع، كالمساعدة في حل مشاكل البطالة والفقر وتحسين الخدمات الصحية والتعليمية، وزيادة المداخل والتعويضات للعاملين وعليه تحسين مستوى المعيشة. - تحقيق التفاعل والترابط الاجتماعي الإيجابي بين المؤسسة ومؤسسات المجتمع الأخرى.
الدولة	- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعويض عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسة بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية. - المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعاً بعيداً عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا القطاع.

المصدر: جميلة العمري، محمد زرقون. دور الأطراف الخارجية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة ورقلة، العدد 8، 2015، ص 204. ومحمد جودت ناصر، علي الخضر. المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، منشورات جامعة دمشق، 2013، ص 24. بتصرف

ثانياً- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

من بين الرواد الباحثين والإداريين الاجتماعيين الذين ركزوا على البعد الاجتماعي للمؤسسات نجد Carroll الذي قدم نموذجاً من أكثر النماذج شهرة، حيث يعتمد هذا النموذج في مجال المسؤولية الاجتماعية على أربعة أبعاد

أساسية هي: ¹

1. المسؤولية الاقتصادية:

تتضمن فكرة المسؤولية الاقتصادية بالدرجة الأولى فكرة التركيز على تحقيق الأرباح للمالكين والإدارة والعاملين والمساهمين فيها، كما عبر Drucker عن ذلك بقوله: «إن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتمثل أولاً في تحقيق الأرباح الاقتصادية التي تمكنها من تغطية التكاليف المستقبلية، لأنها إذا لم تستطع المؤسسة تحقيق هذه الأرباح فإنها لم تتمكن من تلبية أية مسؤوليات اجتماعية أخرى»، لهذا فإن المسؤولية الاجتماعية تركز على بعدين اقتصادي واجتماعي. ويرى الباحثون أن كلا البعدين مهم، ولا نستطيع أن نركز على واحد ونهمل الآخر، بل يجب أن يكونا في توازن مع بعض حتى تتحقق المسؤولية الاجتماعية إضافة إلى تحقيق الربح لباقي الأطراف التي تتأثر بقرارات المؤسسة، كتقديم منتجات للمستهلكين بأسعار مناسبة ووظائف بأجور عادلة للعاملين، كل ذلك يجب أن يتم في إطار الأنظمة واللوائح النافذة.

2. المسؤولية القانونية:

هناك من يرى أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام وواجب قانوني أي أن المؤسسات عند ممارستها لأنشطتها ووظائفها المختلفة يجب أن تكون متفقة ومتطابقة مع منظومة القوانين والتشريعات النافذة إلى جانب سعي هذه المؤسسات إلى تحقيق أهدافها الربحية.

3. المسؤولية الأخلاقية:

تتمثل المسؤولية الأخلاقية في ضرورة التزام المؤسسات عند قيامها بوظائفها ومهامها باتباع الأسس والقواعد التي تتفق مع منظومة القيم والضوابط والعادات والتقاليد واحترام التقاليد واحترام الثقافات الأساسية والفرعية دون إلحاق أي ضرر بالمجتمع ومكوناته.

4. المسؤولية الاجتماعية:

والمبدأ الأساسي في هذا البعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية هو البحث بشكل دائم عن الأساليب والطرق التي تساعد في تحسين نوعية الحياة للعاملين ولأفراد المجتمع، وذلك من خلال إسهاماتها الطوعية بأموالها وبرامجها لصالح المجتمع، وذلك عبر دعم برامج التنمية المحلية، وهذا ما يساهم في ضمان بقاء المؤسسة وازدهارها وتطورها وتحسين صورتها أمام المجتمع.

1- سميرة لغويل، نوال زمالى. المسؤولية الاجتماعية: المفهوم - الأبعاد - المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، العدد 27، ديسمبر 2016، ص 305.

ومن خلال هذه الأبعاد حسب Carroll نجد أنها أبعاد مترابطة ومتكاملة بحيث لا يجب على المؤسسة أن تركز على بعد، وتحمل البعد الآخر مثلاً ألا تركز على مسؤولياتها الاجتماعية دون أن تكون قد لبت مسؤولياتها الاقتصادية والقانونية والأخلاقية، ويوضح الجدول التالي خلاصة للممارسات الأكثر شيوعاً في دول العالم والتي يمكن أن تعتبر أبعاداً أساسية لمحتوى المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الأساسية والفرعية.

جدول رقم 2. أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات¹

البعد	العناصر الأساسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	• منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. • احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين.
	التكنولوجيا	• استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يمكن أن يوفرها. • استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.
القانوني	قوانين حماية المستهلك	• عدم استعمال مواد ضارة على اختلاف أنواعها. • حماية الأطفال صحياً وثقافياً. • حماية المستهلك من المواد المزيفة والمزورة.
	حماية البيئة	• منع تلوث المياه والهواء والتربة. • التخلص من المنتجات بعد استهلاكها. • منع الاستخدام التعسفي للموارد. • صيانة الموارد وتنميتها.
	السلامة والعدالة	• منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين. • تحسين ظروف العمل ومنع عمل الأحداث وصغار السن. • إصابات العمل. • التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي. • عمل المرأة وظروفها الخاصة. • المهاجرين وتشغيل غير القانونيين. • عمل المعوقين.
	المعايير الأخلاقية	• مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. • مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. • مراعاة حقوق الإنسان.
الأخلاقي	الأعراف والقيم الاجتماعية	• احترام العادات والتقاليد.

1- طاهر محسن الغالي. صالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. دار وائل النشر والتوزيع. ط4، 2015، ص82. بتصرف

• مكافحة المخدرات والممارسات اللاأخلاقية.		
• نوع التغذية. • الملابس. • الخدمات. • النقل العام. • الذوق العام.	نوعية الحياة	الاجتماعي

المصدر: طاهر محسن الغالي. صالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. دار وائل النشر والتوزيع. ط 4، 2015، ص82. بتصرف

شكل رقم 1. هرم كارول لأبعاد المسؤولية الاجتماعية.



المصدر: وهيبة مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2014، ص 80.

ثالثاً- مجالات المسؤولية الاجتماعية ونشاطاتها.

بالنسبة لمجالات المسؤولية الاجتماعية ونشاطاتها فقد تعددت واختلفت تبعاً لاختلاف التعريفات والمفاهيم وتنوعها من قبل الباحثين، كما تتغير وتختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية بناءً على درجة الضغط والطلب المستمر من قبل العاملين والمستهلكين والمجتمع المحلي: «وتشمل هذه النشاطات خدمات السكن والتأمين الصحي، التي تشير إلى أقسام العاملين بالإدارة وعائلاتهم»¹، كما تقدم المؤسسات خدمات أخرى تتعلق بالمنح الدراسية ودعم النشاطات الثقافية والاجتماعية والرياضية وهناك من الباحثين من يرى أن نشاطات المسؤولية الاجتماعية أوسع وتشمل حماية البيئة المحيطة بها بهدف رعايتها والحفاظة عليها من النواحي المادية والمعنوية وحماية المستهلك، ويشير تقرير جمعية المحاسبين في الو.م.أ إلى تصنيف الأنشطة والأعمال الاجتماعية إلى أربعة مجالات أساسية وهي:

1. مجال الانخراط والتفاعل مع المجتمع المحلي:

ويدل ذلك على الأعمال والأنشطة التي تسعى لتحقيق مصلحة المجتمع العام، ويشمل هذا المجال دعم الرعاية الصحية، وتقديم المواصلات والإسكان العام... الخ، ويشمل:

2. مجال القوى البشرية:

ويركز هذا المجال على تحسين القوى العاملة في المؤسسة وتطويرها وخدمتها، ويتضمن ذلك توفير فرص عمل متساوية، وبرامج تدريبية ملائمة وسياسات الترقية، والحفاظة على استقرار العاملين، وتوفير بنية عمل وظروف مناسبة.

3. مجال الموارد المادية والمساهمات البيئية:

ويشمل الجوانب التي تعمل على الاهتمام بالموارد الطبيعية والمادية وحماية البيئة من التلوث المائي والهوائي والوضائى، مع ضرورة استخدام الموارد الطبيعية بصورة اقتصادية وأخلاقية.²

1- منال محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية، 2014، ص 143

2- محمد جودت ناصر، علي الخضر، مرجع سابق ص24.

4. مجال المساهمات الخدمية والإنتاجية:

ويدل ذلك على قيام المؤسسة بالنشاطات التي تسعى لتحقيق رضا المستفيدين من خدماتها وبيعها والاستجابة لشكاوى المستفيدين وتحسين جودة المنتج وصدق المعلومات من خلال برامج توعية وإعلامية للمنتج.

ومن العرض السابق لمختلف المجالات والأنشطة للمسؤولية الاجتماعية تبين لنا أن مفهومها مفهوم متعدد الجوانب والأبعاد، وهناك من يركز على الجانب الأخلاقي والأدبي، أو الجانب القانوني أو الجانب الاقتصادي كوسيلة لتحقيق الأهداف المرسومة، إضافة إلى دعم القبول الاجتماعي، كما تبين أن أهم المجالات والنشاطات ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية، فهي التي تعطي المجتمع المحلي والمستفيدين والعاملين وعائلاتهم أحيانا والبيئة وغيرها.¹

رابعاً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

تستند المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على مجموعة من المبادئ الأساسية تتمثل في:²

1. مبدأ احترام سيادة القانون:

وهو أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة والمنفذة، طبقاً لإجراءات راسخة ومحددة، والإمام بها.

2. مبدأ احترام الأعراف الدولية:

وهو أن تحترم المؤسسة الاتفاقيات الدولية، والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات، والمواثيق، والقرارات، والخطوط الإرشادية، عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية المجتمعية.

3. احترام مصالح الأطراف المعنية (أصحاب المصلحة):

أي أن تقرر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعاً بالمصالح للأطراف المعنية، وتنوعاً في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية، وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

4. مبدأ السلوك الأخلاقي:

1- سميرة لغويل، نوال زمالي، مرجع سابق، ص306.

2- صالح الحموري، رولا المعاينة، مرجع سابق، ص71.

أي أن تتصرف المؤسسة في جميع الأوقات بشكل أخلاقي في معاملاتها من حيث الأمانة والعدل والتكامل وذلك فيما يتعلق بالأشخاص والحيوانات والبيئة والالتزام بتناول مصالح الأطراف المعنية.

5. مبدأ القابلية للمساءلة:

أي أن تكشف المؤسسة، وبشكل منتظم، للجهات المتحكمة والسلطات القانونية، والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمانة وإلى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات، ومن ضمنها الفحص والتدقيق الملائمين والأخذ في الإجراءات التصحيحية التي تتحمل مسؤوليتها بشكل مباشر وأيضا الآثار المتوقعة لما سبق على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة.

6. مبدأ الشفافية:

أن تفصح المؤسسة على نحو واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل المؤسسة، وأن تقدم المعلومات للجهات الرقابية في الوقت المناسب، وأن تكون معلومات فعلية، وأن تتاح على نحو واضح وموضوعي وذلك لتمكين الأطراف المعنية من تقييم تأثير قرارات وأنشطة المنظمة بدقة على مصالحهم والصلة الوثيقة

7. مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان:

أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. والشكل التالي يوضح مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

شكل رقم 2. مبادئ المسؤولية الاجتماعية.



المصدر: صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من الألف إلى الياء، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2015، الأردن، ص 21.

خامسا- المعايير المعتمدة لقياس المسؤولية الاجتماعية:

لا يوجد اتفاق موحد بين الباحثين والدارسين حول منظومة المعايير والمؤشرات التي يمكن استخدامها واتباعها لقياس درجات الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات. لكن الغالبية من هؤلاء الباحثين يؤكدون على ضرورة اعتماد المعايير والمؤشرات التالية:

1. مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة:

ويكون ذلك من خلال درجة التزام المؤسسات بتوفير الظروف والشروط الصحية للعاملين في بيئة العمل الداخلية، مع مراعاة لمسائل أخلاقيات العمل؛ كالعادلة والمساواة وتكافؤ الفرص والاهتمام باحتياجات العاملين ومتطلباتهم، إضافة إلى قيام الإدارة بمساعدة العاملين على تخطيط مسارهم الوظيفي وتطويره. وتوفير الشروط الملائمة لتحقيق العاملين ذواتهم¹، ويركز هنا هذا المؤشر على أن المؤسسة لا تركز إلا على الأجر الأساسي الذي تقدمه للعاملين، بل هنا يجب التركيز والاهتمام بخلق كافة العوامل اللازمة لتعميق الولاء والانتماء للعاملين، كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة عملهم.

2. مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:

وهنا تقوم المؤسسة باحترام معايير البيئة وحمايتها من خلال معالجة النفايات بكافة أشكالها واستخدام أعمال التنقية بالنسبة للمؤسسات الصناعية التي تنبعث منها الأدخنة والغازات الضارة بالصحة العامة والبيئة. وهي نقطة أساسية ومهمة حتى تحافظ المؤسسة على البيئة المحيطة بها والتي تعمل فيها، حيث تحاول جاهدة على رد الأضرار عن البيئة المحيطة والتي جاءت من نشاطها الصناعي، وقد تشمل أبعد من ذلك كتلوث الهواء والمياه والمزروعات وغيرها.

3. مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع:

ويكون من خلال درجة إسهام المؤسسات في التنمية الاجتماعية والمستدامة من خلال الترشيد في المشاركة والإسهام الفاعل في برامج الرعاية الصحية والتعليمية ومكافحة الفقر والبطالة من خلال المساهمات للمؤسسات الثقافية والرياضية والخيرية ومشاريع التوعية الاجتماعية.

4. مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: وذلك من خلال:

1- وهيبة مقدم. اقتصاديات البيئة والمسؤولية الاجتماعية: دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة، 2009، ص 17. متاحة على الرابط: www.iefpedia.com/arab/wp، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2024/04/01، على الساعة 22:10.

تفاعل المؤسسات بطريقة إيجابية مع قضايا البحوث العلمية بمختلف أشكالها بما يخدم ضمان التقدم والازدهار وتحقيق التميز في عموم ميادين الحياة، وذلك من خلال رعاية المبدعين والمبتكرين، وتأمين البيئة المناسبة والمستلزمات الضرورية التي تمكنهم من استثمار المعرفة بشكل فعال، وهنا تراعي المؤسسة في هذا المعيار كافة التكاليف التي تنصب في خدمة المستهلكين من رقابة وجودة الإنتاج، وتكاليف البحث والتطوير والمتابعة والتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق الرضا الوظيفي.

إضافة إلى ما تم ذكره فقد وصفت منظمة المقاييس الدولية معايير عالمية لقياس المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال إطلاق ما يسمى بالمواصفات العالمية القياسية للمسؤولية الاجتماعية تحت مسمى: «ISO 26000» وهو بمنزلة وثيقة يحدد فيها الدليل المرشد الموجه لكافة المؤسسات بخصوص المسؤولية الاجتماعية التي يفترض مراعاتها بموجب هذه الوثيقة، وتناولت هذه المواصفات المجالات الأساسية وهي: حقوق العمال، وأساليب ممارسة الأعمال، حقوق المستهلك ومتطلبات حمايته، ومنظومة حقوق الإنسان، والحفاظ على البيئة، والتنمية المستدامة، والمشاركة الاجتماعية. وتعد هذه المواصفات وثيقة مهمة ومحفزة للمؤسسات، وذلك من أجل الوصول لزيادة مستوى مسؤولياتها ونجاحها داخل المجتمع.

سادسا- خصائص المسؤولية الاجتماعية:

تتلخص أهم خصائص المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية:

1. تكامل السياسات المجتمعية والبيئية والاقتصادية في الأعمال الإدارية اليومية.
2. تقبل المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية لكونها واحدة من الأنشطة الأساسية الراسخة في أنشطة المؤسسة الإدارية والاستراتيجية.
3. عملية تشاركية تقوم بها المؤسسات لتعزيز القدرة التشاركية للتنمية.
4. تقوم بها مختلف المؤسسات بغض النظر عن طبيعة عملها.¹

المطلب الثالث: ممارسات المسؤولية الاجتماعية.

1- مصطفى عمر، صابرين فقير، أنيس دباب، المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ومساهمتها في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة: دراسة حالة المديرية العملية لاتصالات الجزائر- وكالة الوادي. جامعة الوادي، يومي 26 و 27 سبتمبر، 2021، ص4.

أولاً: الأطراف المعنية ببرامج المسؤولية الاجتماعية وإجراءات تنفيذها،

1. الأطراف المعنية ببرامج المسؤولية الاجتماعية:¹

لقد كان دور أصحاب المصلحة بارزا في المسؤولية الاجتماعية في السنوات الأخيرة، فحاولت الدراسات الحديثة صياغة مفاهيم شاملة تبرز أهمية الدور الذي يلعبه أصحاب المصلحة داخل المؤسسة فحسب مفهوم (Freeman, 1984) و (Jensen, 2001) أن أصحاب المصلحة (Stakeholder) هم «الأفراد الذين يتمتعون بصلاحيات تؤثر على نجاح أو فشل الشركة مثل: المساهمون، العملاء، المجتمع.. إلخ». وفيما يلي سنستعرض أهم أصحاب المصلحة.

1.1. المسؤولية اتجاه العاملين:

وذلك من خلال توفير فرص عمل متكافئة لجميع الأفراد دون التفرقة بينهم حسب الجنس أو اللون أو العرق، وإعداد برامج تدريب لكل العاملين لزيادة مهاراتهم، وإتباع سياسة للترقية وتحقيق رضاهم الوظيفي، وإتباع نظام أجور وحوافز يحقق لهم مستوى معيشي مناسب، يتفق مع المستويات الموجودة في المؤسسات الأخرى²، وعلى المؤسسة أن تحسن الخدمات اتجاهها وذلك من خلال:

- توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، والإنفاق على بعض العاملين الراغبين في إكمال دراساتهم العليا، وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية.
- المساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين بنسبة معينة من رواتبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب بعد الخروج على المعاش.
- وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين.
- وضع نظم للرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات، ودفع نفقات الأدوية الطبية للعاملين.
- وضع نظم للحوافز والمكافآت سواء في المناسبات الدينية أو غيرها.
- إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم ماديا في الحصول على سكن مناسب.
- توفير وسائل الانتقال من مناطق السكن إلى أماكن العمل والعكس.
- المساعدة ماديا في تأدية المناسك الدينية مثل الحج والعمرة.
- إقامة مصايف للعاملين أو مساعدتهم ماديا في القيام برحلات ترفيهية ورياضية.

1-Henri Servals, Anne Tamayo. The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness Management Science. Vol. 159. N° 5. May 2013. p104.

2محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية 2016، ص 57، 58

- توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث في الشركة.
- توزيع حصة على العاملين من الأرباح السنوية الموزعة.

2.1. المسؤولية اتجاه العملاء أو المستهلكين:¹

نتيجة للثورة التسويقية أصبح المستهلك في قمة اهتمامات أي منظمة، والجميع يتنافس على تحقيق تلبية مطالبه، فتحسين جودة التعامل مع العملاء يزيد من أرباح المنظمة ويحسن سمعتها في قطاع الأعمال، ومن أهم الأنشطة التي تقدمها منظمة الأعمال للعملاء والمستهلكين:

- توفير المعلومات الصادقة والكافية من السلع والخدمات للمساعدة في اتخاذ قرار الشراء.
- توفير منتجات وخدمات عالية الجودة مراعية في ذلك ظروف الصحة والسلامة.
- الإعلان والترويج الصادق والأمين عن منتجات وخدمات المنظمة.
- حسن التعامل مع العميل من طرف رجال البيع.
- توفير خدمة ما بعد البيع والالتزام بتاريخ الضمان.
- إصدار فواتير صحيحة بالمواصفات الحقيقية للمنتج.
- الاستماع لشكاوى العملاء ودراساتها والتعامل معها لجدية ومحاولة حلها.
- الدراسة المستمرة لحاجات ورغبات المستهلكين والعمل على تلبيتها.

3.1. المسؤوليات اتجاه الموردين:

العلاقة بين المنظمة والموردين هي إحدى المحددات الهامة لنجاحها، فبعلقتها الحسنة معهم تستفيد من ميزة تنافسية هامة، كما يجب على المؤسسات تقوية الروابط مع الموردين لنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بينهم. وتتمثل مسؤولية المؤسسة اتجاههم فيما يلي:

- اختيار أفضل مورد يمكنه منح تسهيلات في الدفع قد لا تحصل عليها المنظمات المنافسة لها.
- توطيد العلاقة بين المنظمة ومورديها بحرصها على الالتزام بالاتفاقات المبرمة.
- تحسين الشروط التفاوضية مع الموردين وسداد مستحقاتهم في الوقت المتفق عليه.
- منح التسهيلات التبادلية بين الطرفين لضمان استمرارية التعامل بينهما لأطول فترة ممكنة.

4.1. المسؤولية اتجاه المساهمين:

1- مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، مرجع سابق، ص 85

تتمثل مسؤولية المنظمة اتجاه المساهمين في:¹

- الحصول على المعلومات الخاصة بالمنظمة في الوقت المناسب وبصورة منتظمة.
- السماح لهم بالمشاركة الفعالة والتصويت في الاجتماعات العامة للمساهمين، وإحاطتهم علما بالقواعد التي تحكم اجتماعاتهم من أهمها قواعد التصويت.
- معاملة المساهمين معاملة متكافئة ومنحهم حقوقهم المالية بكل شفافية.
- الحق في المشاركة والحصول على معلومات عن القرارات المتصلة بالتغيرات في المنظمة.

5.1. المسؤولية اتجاه المجتمع:

يتمثل هذا النوع من الأنشطة في الخدمات التي تقدم النفع العام لأفراد المجتمع، والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية ومنها:

- خلق حوار مشترك بين المؤسسات والقوى الفاعلة في المجتمعات المحلية بحيث تتحقق شراكة كاملة تسعى للحفاظ على حقوق كافة الأفراد.
- تزويد الأفراد بالأكل والشرب واللبس خصوصا في المناسبات الدينية مثل شهر رمضان.
- التبرعات للمؤسسات والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية لتمويل وتوفير احتياجات الأعضاء والأهالي المحتاجين.
- إقامة المعاهد التعليمية والفنية ومنح تبرعات للطلبة المحتاجين، وتشجيعهم على مواصلة دراساتهم العليا في الداخل والخارج، وإقامة مختبرات بحث في الجامعات.
- دعم المجالات الصحية من خلال إقامة المستوصفات الطبية، وغرف العمليات وبناء المستشفيات خصوصا للأمراض الخطيرة، والتكفل بعلاج المرضى في الخارج.
- المساهمة في الأنشطة البيئية كإقامة الحدائق الخضراء ونافورات المياه للحفاظ على البيئة ومقاومة التلوث.
- المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات والحرائق.
- قيام المنظمة بدفع الضرائب من دون تزوير أو تهرب، وهذا يعتبر إسهاما اجتماعيا لمساعدة الدولة في تمويل الخدمات الاجتماعية والإنفاق على البنى التحتية الأساسية.
- المشاركة في دعم الأنشطة الرياضية والتبرع للأندية الرياضية، وتوفير البنى التحتية ومرافق الملاعب الرياضية، والمتنزهات لصالح الأطفال والنساء وكبار السن.

6.1. المسؤولية اتجاه البيئة:

1- طارق عبد العال حماد. حوكمة المؤسسات: المفاهيم، المبادئ، التجارب، تطبيقات الحوكمة في المصارف، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص 40-41.

إن حماية البيئة هي أحد المحددات الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة، وهي أيضا جزء لا يتجزأ من المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، حفاظا على الموارد الطبيعية من التدهور وضمانا لحق الأجيال القادمة في نصيب عادل من تلك الموارد. يمكن للمؤسسات أن تلعب دورا بارزا في حماية البيئة، من خلال تحسين أدائها البيئي، واستخدام تقنيات وأساليب الحد من التلوث. ومن بين الأنشطة البيئية:

- استخدام تكنولوجيا أكثر تطور لا تؤثر بالحيط.
- والحد من انبعاث الغازات.
- استخدام قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي.
- إيجاد وسائل بديلة أو طاقة بديلة للمحروقات مثل الطاقة الشمسية وغيرها.
- الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون.

وفيما يتعلق بعلاقة المؤسسات المسؤولة اجتماعيا ومختلف الأطراف المشاركة فلقد لخصتها دراسة حسين هادي غيزة وماهر ناجي علي في الجدول الموالي:

جدول رقم 3. طبيعة تأثير المسؤولية الاجتماعية في مختلف الأطراف المشاركة.

الأطراف المتأثرة	طبيعة التأثير
الملاك	تعظيم الأرباح، تعظيم قيمة السهم، تموقع أخلاقي مسؤول اجتماعيا للعلامة التجارية، زيادة قيمة الوحدة الاقتصادية، سلامة الموقف القانوني والأخلاقي.
الموظفون	أجور ومرتبات مجزية، فرص ترقية متاحة وجيدة، تدريب وتطوير مستمر، عدالة وأخلاقيات في إدارة الموارد البشرية، عدالة وظيفية، مشاركة في اتخاذ القرارات، ظروف عمل صحية مناسبة.
الزبائن	منتجات بأسعار مقبولة وبالجودة المطلوبة، وسائل متاحة وميسورة للحصول على المنتج أو الخدمة. إعادة تدوير جزء من الأرباح لصالح فئات من الزبائن، التزام أخلاقي بعدم خرق قواعد العمل أو السوق، منتجات آمنة عند الاستعمال، التزام أخلاقي مسؤول، خدمات ما بعد البيع، إعلان صادق وأمين.
الموردون	استمرار التعامل العادل، أسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة، تدريب الموردين على مختلف أساليب تطوير العمل، تطوير استخدام المواد المجهزة، تسديد الالتزام والصدق في التعامل.
المنافسون	منافسة عادلة ونزيهة وعدم الإضرار بمصالح الآخرين، عدم سحب العاملين من الآخرين بطرق غير نزيهة.
جماعات الضغط	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والنقابات، التعامل الصادق مع الصحافة ووسائل الإعلام. الصدق والشفافية في نشر المعلومات.
المجتمع	دعم البنى التحتية، احترام العادات والتقاليد، وعدم خرق القواعد العامة والسلوك، محاربة الفساد الإداري والرشوة، دعم المراكز العلمية ومؤسسات التعليم، دعم مؤسسات المجتمع المدني، دعم الأنشطة الاجتماعية.

المصدر: حسين هادي غيزة وماهر ناجي علي، تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم العالية في قرارات مستخدمي هذه القوائم دراسة تطبيقية واستطلاعية، مجلة العربي للعلوم الاقتصادية والمالية جامعة الكوفة، ص 153.

2. إجراءات تنفيذ المسؤولية الاجتماعية:

من أجل تنفيذ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة لا يكفي مجرد التعبير عنها، أو الإبلاغ عن الالتزام بها من طرف المؤسسة، بل يجب أن يتم من خلال ممارسات فعلية تتطلب التجديد، والتغيير والتنسيق بين برامج المسؤولية الاجتماعية، والسياسة العامة للمؤسسة، فيصبح الهدف الذي تسعى إليه هذه الأخيرة أبعد من مجرد تحقيق الأرباح، بل تلجأ للممارسات المسؤولة اجتماعيا، دون أن تحمل متطلبات مختلف أصحاب المصالح من موظفين، مساهمين، زبائن.. الخ.

وحتى يتم تنفيذ المسؤولية الاجتماعية، تتخذ المؤسسة مجموعة من الإجراءات والتي تتمثل في:¹

- تكوين لجان من قبل مجلس الإدارة معنية بالأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية بغية عرض الخطط الاستراتيجية.
- تعمل هذه اللجان على تقديم التطور.
- وتوفير التوجيه بشأن المسائل التي تنشأ في مجال الممارسات الاجتماعية.
- التزام المؤسسة بما تمثله وما تصرح به من القيام بمسؤوليات وممارسات وبأدائها الفعلي والطريقة الأمثل لتحقيق ذلك من خلال وضع هيكل إداري ينسق بين الالتزامات في مجال المسؤولية الاجتماعية وبين مهمتها، حجمها، نشاطها وثقافتها، وكذا التحديات التي تواجهها عند القيام بعملية التخطيط على المدى الطويل.
- إدماج أنشطة المسؤولية الاجتماعية ضمن الأنشطة العامة للمؤسسة، والسهر على متابعتها من قبل مسؤول إداري معين.
- تعميم أساليب المسؤولية الاجتماعية لتشمل جميع مستويات التنظيم وليس المستوى الإداري فقط من خلال تناول القضايا المتصلة بتوصيف الوظائف، الترقية، المكافآت، وأهداف الأداء بمشاركة جهود أفراد المؤسسة لتصبح مسؤولة اجتماعيا.
- تشكيل فرق عمل لإدارة مشروع دمج المسؤولية الاجتماعية في قلب إدارة منظمة الأعمال، مع أهمية إشراك كل العاملين في عملية التنفيذ.
- تحويل برامج المسؤولية الاجتماعية إلى خطط وظيفية وتنفيذية قابلة للقياس والتنظيم.

1- نوال ضيائي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010، ص 119.

- تخصيص ميزانية مستقلة لبرامج المسؤولية الاجتماعية، وإعطائها الاستقلالية لدعم برامجها، مع فصل هذه الميزانية عن الميزانية الأساسية لكيلا تتأثر بعوامل الربح والخسارة.

ثانيا: متطلبات نجاح المسؤولية الاجتماعية ومعوقات تنفيذها،

1. متطلبات نجاح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:¹

لكي تنجح المؤسسات في تطبيق المسؤولية الاجتماعية لا بد لها من توافر عوامل رئيسية التي يتم وضعها وتنظيمها قبل القيام بتنفيذ مثل هذه البرامج ومن بينها ما يلي:

1. على المؤسسة الإيمان بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع فلا بد من توافر قناعة من قبل مسؤولي الإدارة والعاملين حول أهمية هذا الدور، وهذا الأمر واجب على المؤسسات اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه.
2. أن يكون هذا النشاط جزءاً مهماً من نشاط المؤسسة، يتم متابعته من قبل رئيس المؤسسة، فيتم متابعة النشاط وإعداد الإستراتيجية المطلوبة لتحقيق النشاط التجاري.
3. على المؤسسات أن تقوم بتحديد استراتيجية واضحة اتجاه الدور الاجتماعي الذي تسعى إلى تبنيه، والعمل الذي تسعى إليه من أجل مساهمتها في معالجة المجتمع بدل الشكاوى والانتقادات السلبية الموجودة.
4. من أكبر المعوقات التي تواجه المؤسسات الراغبة بالمساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية هي رغبتها في المساهمة بمشاريع كبيرة وضخمة وذات إنجازات عالية، ولا ضرر في أن يكون التعويض على الأمد البعيد، ولكي يتم البدء في مثل هذه البرامج يجب أن تكون الانطلاقة من خلال أهداف صغيرة تتوسع مع مرور الزمن لتحقيق مشاريع وبرامج كبيرة.
5. جعل هذه البرامج الاجتماعية قائمة بذاتها في تغطية كافة مصاريفها بنفسها من أجل استمرارها بتقديم خدمات للمجتمع.
6. على المؤسسات أن تعين مسؤولاً خاصاً لهذا النشاط، وتحدد له أهدافاً ومخططات المطلوب تنفيذها ويكون مرتبطاً ارتباطاً مباشراً بالإدارة العليا ويمنح له الصلاحيات المطلوبة.
7. عدم الإعلان عن البرامج الاجتماعية إلا بعد البدء في تنفيذها، لأن كثيراً من البرامج يعلن عنها ولكن لا تستمر لعدم استطاعة المسؤولين تنفيذها وفق ما تم الإعلان عنه، مما يؤدي إلى توقف مثل هذه البرامج مستقبلاً.
8. العمل على القيام بهذه البرامج بأداء متميز وقوي وجودة عالية من أجل الإسهام في تقديم الخدمات اللازمة للمجتمع ورفع مستوى رفاهيته.

1- منار سلمان إبراهيم الدليمي، دور الدولة في دعم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: دراسة تحليلية مقارنة، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، 2020، ص 7.

9. أن تعمل هذه البرامج على تحقيق التعاون والتنسيق مع ما هو موجود من برامج وأنشطة مشابهة وسابقة حتى لا يتم تكرار الجهد وصرف الأموال وضياع الوقت في برامج قائمة.
10. كل مؤسسة أو شركة كبيرة أو صغيرة قادرة على أن تقدم شيئاً للمجتمع من غير النظر إلى حجم البرنامج الذي يقدم بل بالنظر إلى الأهمية العائدة للمجتمع.

2. معوقات تنفيذ المسؤولية الاجتماعية:

هناك العديد من العقبات التي تحول دون انتشار تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات نذكر منها:

1.2. المعوقات الاقتصادية:¹

وتتمثل أساساً في تلك الحواجز التي تحول دون نشر المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات ومنها: اختلاف طريقة التفكير حيث أن الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية يتلخص أساساً في الأداء الاجتماعي على المدى الطويل، في حين أن طريقة تفكير مسيري المؤسسات تكون في المدى القصير بسبب الضغوط الهائلة الممارسة عليهم من حيث السعر والجودة، والتسليم في الوقت المحدد فهم يرون بأن هذه المسؤولية الاجتماعية هي عبء على المؤسسة وتؤدي إلى هدر المزيد من الوقت والمال.

2.2. المعوقات الإدارية: يمكن تلخيصها في الآتي:

- إهمال الإدارات العليا لعملية إشراك المستويات الإدارية الأخرى في عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية.
- عدم وجود اتصال فعال بين الإدارات والجمهور.²
- ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الإدارة العليا اتجاه المجتمع والبيئة والمحيط، وضعف الاهتمام بالجوانب الاجتماعية.
- ضعف الخبرة لدى المسؤولين على إدارات وأقسام المنظمات فيما يتعلق بالمسائل الاجتماعية والأخلاقية.
- عدم احتواء معظم المنظمات على إدارة للعلاقات العامة.

1- حدة سلطاني. المؤسسة وإشكالية التوفيق بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق أهدافها الاقتصادية: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للدهان - وحدة سوق أهراس والمؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز - قلمة، مذكرة ماستر، تخصص العلوم الاقتصادية، جامعة قلمة سنة 2018، ص 29.

2 - مدحت أبو النص ياسمين، مدحت محمد، التنمية المستدامة، المجموعة العربية للتدريب والنشر القاهرة، ط 1، 2017، ص 81.

3.2. المعوقات المالية: يمكن اختصارها في الآتي:

- هدف أغلبية المنظمات هو تحقيق وتعظيم الأرباح فقط.
- الاعتقاد السائد لدى بعض المنظمات بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى خفض أرباح المؤسسة وبالتالي إضعافها في المنافسة الدولية.
- نقص الموارد المالية الأمر الذي يحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية.
- صعوبة الجمع بين الرغبة الجارحة في تحقيق الأرباح، وتغطيتها عبر الزمن من جهة، ومشاركة المؤسسة في الأعمال الاجتماعية من جهة أخرى.

4.2. المعوقات القانونية: وتتلخص فيما يلي:

- عدم الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة.
 - عدم وضع دستور اجتماعي أخلاقي في المؤسسات، كالذي يتم تطبيقه في المنظمات العظمى في العالم.
 - عدم الامتثال للقوانين والتشريعات في سبيل تحقيق المكاسب المادية.
 - عدم تخوف المنظمات غير المستجيبة للمسؤولية الاجتماعية من الإدانة.
- إذن فإن المسؤولية الاجتماعية هي التزام أخلاقي من قبل المديرين دون أن تفرضه القوانين والأنظمة، بل تختمه متطلبات المنفعة المجتمعية العامة، الأمر الذي جعلها اختيارية، وبالتالي ضعف الاهتمام بها والاستجابة لمتطلباتها.

ثالثاً: دور الحكومات في توجيه وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

لقد تفاوتت الحكومات بتطبيقها للسياسات العامة نحو المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فهناك من اتبع السياسات العامة ذات التدخلات الناعمة غير الملزمة لتحفيز المؤسسات نحو تأدية مسؤوليتها الاجتماعية، بينما حكومات أخرى قامت بإتباع سياسات عامة ملزمة تفرض على المؤسسات قيوداً توجيهية لتنفيذ المسؤولية نحو المجتمعات والبيئة.

ويمكن للحكومات توجيه ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من خلال السياسة العامة عبر ثلاث مداخل أساسية وهي:¹

1- منار سلمان إبراهيم الدليمي، مرجع سابق، ص 9.

1. **المدخل المعلوماتي:** الذي مصدره المعرفة، ويعتمد على العقلانية والإقناع ومن أمثلته: الحملات الإعلانية، مواقع الشبكة العالمية للإنترنت، والتدريب.

2. **المدخل الاقتصادي:** ويعتمد على التأثير من خلال الأدوات المالية، ومن أمثلتها: الإعفاءات الضريبية والمكافآت، والضرائب.

3. **المدخل القانوني:** ويتضمن الخيارات المرغوبة من الحكومة باستخدام السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، ومن أمثلتها: الأنظمة والقوانين والتشريعات، ويمكن للحكومة المزج بين مدخليين أو أكثر من أجل تعزيز مبادرات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وتأسيس قاعدة سياسات عامة صلبة تنطلق منها هذه المبادرات نحو رؤية واضحة.

وتجدر الإشارة إلى أنه من أجل إنجاز أفضل النتائج فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية يجب أن تترك في بادئ الأمر للمؤسسات لتضع لها أنظمة وإجراءات، لكن إذا لم تتصرف كما هو متوقع، يجب هنا ألا تتدخل الحكومة لإلزام هذه المؤسسات بذلك، وفي حالة عدم استجابتها يكون دور الحكومة في استخدام الجوانب القانونية مع اللجوء إلى العقوبات ضد غير الملتزمين بها.

فقد تطلعت كافة الدول إلى وضع استراتيجيات لدعم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من أجل رفع المستوى الاقتصادي للدولة، ولم يعد تقييم المؤسسات يعتمد على نسبة أرباحها، ولا تعتمد في بناء سمعتها على مركزها المالي فقط، فقد ظهر عدد من المفاهيم الحديثة التي تساعد على بناء بيئة عمل قادرة على التفاعل مع التطورات السريعة التي تحدث في الجوانب الاقتصادية والإدارية والتكنولوجية في مختلف أنحاء العالم. وفي بداية التسعينات من القرن الماضي ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يأخذ أبعاد أكبر، ولم يعد الأمر يتعلق بالأنشطة التطوعية أو التبرعات والهبات بل تعداه ليصبح برامج وخططا استراتيجية.

إن دعم الدولة للمؤسسات يجب أن يكون من خلال برامج وسياسات خاصة بهذه المؤسسات وأن يكون موجها في إطار دعمه، بدءاً بالتخلي عن جميع القيود الهيكلية والمالية والإدارية... الخ التي تعترض سبيله، والتي تحد من مردودية مؤسساته وتحّد من فرص تدعيمها وتعقد من إجراءات تأسيسها وتمويلها وتشجيعها للإنتاج والتصدير. هذا بالإضافة إلى توفير المساعدات المالية والتي تتمثل في القروض التمويلية والإعانات وإنشاء الهيئات المسؤولة عن ضمان مخاطر الائتمان المصرفي لهذه المؤسسات من أجل مواجهة مشاكل الضمانات التي تشترطها البنوك مقابل منح القروض، كما يجب على الدعم الحكومي أن يتناول البنى التحتية والتي تشترط أن تكون منظمة، من أجل تسهيل دور المؤسسات في الرفع من مستوى تنمية المجتمع، إضافة إلى تقديم استشارات اقتصادية وفنية، والتي تشمل تزويد الأفراد بخدمة التعريف بالمهارات الضرورية والأعمال من أجل إدارة مؤسساتهم، إضافة إلى المسائل المتعلقة بالاستغلال واختبار الآلات والمعدات وبناء المصانع، والاستشارات الإدارية المتعلقة بالتخطيط، والعمل كهمزة وصل

بين المؤسسات المختلفة من أجل تحقيق المنفعة العامة، وقد تفاوت مدى استجابة الحكومة اتجاه المسؤولية الاجتماعية بين خمس سلوكيات أساسية وهي:

1. **الملاحظة:** وذلك بترك المؤسسات تطور وتطبق وتؤمن بالمسؤولية وفق قوى السوق.
2. **التعاون:** توفير المعلومات والمساعدة التقنية.
3. **التمكين:** تفعيل المبادرات بتحفيز المؤسسات.
4. **الإقرار:** وضع أفضل الممارسات بتبني المعايير.
5. **التشريع:** وذلك بصياغة مبادرات كمتطلبات تشريعية.

ولتوضيح أكثر قام أحد الباحثين بتحديد هذا الدور في اتجاهين أساسيين وهما:

أولاً-التدخل المباشر للحكومة: ويشمل:

1. وضع الرؤية والأهداف لدور القطاع الخاص.
2. وضع إطار عام للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وذلك بوضع حدود المسؤولية الاجتماعية، وكذلك حوافز قانونية واقتصادية.
3. وضع قواعد السوق، وذلك بتوجيه السياسات المالية، وممارسات التوظيف والإدارة البيئية وأخيراً التصدير والتعاقد والاستثمار.

ثانياً-التدخل غير المباشر: ويشمل ما يلي:

1. التسهيلات.
 2. توسيع النطاق (تطوير الخبرات، تبني أفضل الخبرات، توفير الموارد).
 3. التنسيق بين الأطراف ذات العلاقة في المسؤولية الاجتماعية.
 4. إدارة الصراع من حيث وضع الاستراتيجيات، الآليات، الإجراءات.
- وقد شهدت عدد من الدول العربية عقد العديد من المؤتمرات والندوات التي تهدف إلى لتحقيق المسؤولية الاجتماعية وتهتم بها، بمشاركة المؤسسات الحكومية والخاصة، وعدد من كبار المختصين في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بدعم من قبل المنظمات الدولية وأهمها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، لذا العديد من المؤسسات العربية أصبحت تعي مسؤوليتها الاجتماعية وتتبنى هذه البرامج بقوة، كالمؤسسات المحلية الرائدة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات النظرة المستقبلية، مما سبق يمكن أن نستنتج أن الجهود التي تبذلها الحكومة يكون الغرض منها دعم وتطوير المجتمع، وتوجيه هذا الدعم وفق صيغ وآليات مختلفة، وقد كان وقعها وتأثيرها محسوساً، ولولاها لأصبحت الأمور أكثر تعقيداً. وأن موضوع المسؤولية الاجتماعية ليس بالشيء الهين، لأنه في الواقع يهدف إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية والعيش الكريم لبني البشر، الذي هو جوهرها وغايتها المثلى إلا أن هذه الجهود لا تعكس الإمكانيات

الفعالية للاقتصاد الوطني، بما أنها تعتبر غير كافية بالنظر للتطور السكاني بتركيبته وتوسعه الجغرافي، لذلك فإن من الضروري توجيه الاهتمام والفاعلية والرشاد في استخدام الإمكانيات المادية والمالية، وذلك يجعل مؤسسات الدولة أكثر مساءلة وأكثر استجابة للأفراد من خلال:

- تسهيل عملية حصول الأفراد، وبخاصة الطبقة الكادحة، على خدمات سريعة وكفؤة من الإدارة العامة.
- تبسيط الإجراءات وجعلها شفافة للعملاء.
- تقوية وتحفيز الإدارة العامة لتيسير أداء الخدمات العامة.
- تركيز الإجراءات العامة على الأولويات الاجتماعية.
- تطبيق القانون نحو الأفضل مما ينعكس بالإيجابية على دخل الفرد، والحد من الفساد لأنه يضعف من إمكانية تحفيظ أعداد الفقراء، إضافة إلى تعزيز منظمات الخدمة القانونية الأكثر فاعلية في المجتمع.
- تعزيز دور المجتمع المحلي للتقليل من التلوث البيئي، فإنه يعود بالفائدة على الأفراد والفقراء بالأخص لأنهم أقل حماية في المجتمع.

المبحث الثاني: الإطار النظري للقيمة المشتركة

يعد خلق القيمة من المفاهيم السائدة سابقا، والتي تركز على تحقيق أهداف المؤسسة على المدى القصير، وبعد ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية سعت المؤسسات الكبرى إلى خلق تكامل فعال داخل المؤسسة، لتحقيق أهدافها على المدى الطويل استنادا إلى «خلق القيمة المشتركة» بالتفاعل مع أصحاب المصلحة.

المطلب الأول: تعريف خلق القيمة المشتركة.

إن مصطلح القيمة عرف انتشارا كبيرا في البحوث الأكاديمية، حيث يعرفها (Porter,1985) على أنها: «المبلغ الذي يكون المشترون على استعداد لدفعه، مقابل ما توفره لهم الشركة من سلع، فتكون الشركة تحقق الربح». ومع التطورات الاقتصادية أصبح هذا المفهوم مرتبط بمفهوم آخر هو خلق القيمة.¹

أولا-تعريف خلق القيمة:

وفقا للإطار التحليلي الذي اعتمدته نظرية الوكالة، فإن مفهوم خلق القيمة يقوم على نهج تعاقدية (منظمة، أصحاب المصلحة) بحيث يتم تكليف المديرين من قبل المساهمين بإدارة رأس المال المستثمر والمحتفظ به من قبلهم في المؤسسة، ولذلك فإن الهدف الرئيسي لفريق إدارة الشركة هو خلق قيمة للمساهمين، أي تحقيق أقصى قدر ممكن الثروة قصيرة وطويلة الأجل لمالكي الشركة، أي المساهمين فيها.

وفي هذا السياق هناك آراء (اتجاهات) مختلفة عن مفهوم خلق القيمة منها: وفق النظرية الكلاسيكية أي من منظور المساهمين (Shareholders) لـ (Milton Friedman, 1970)، ومن منظور أصحاب المصلحة (Stakeholders) للباحثين (Archie Carroll & Edwan Freeman,1984) وهناك منظور آخر وفق النظرية العقلية والسلوكية، حيث نجد أن خلق القيمة وفق النظرية الكلاسيكية يتجسد عند تحقيق الربح أو عائد للمساهمين (Stakeholders Value) على المدى القصير، وهذا ما يعارضه منظور أصحاب المصلحة بحيث يفترضون أن خلق القيمة يكون من طرف أصحاب المصلحة، أي أنها تستخدم كمكافأة مساهمات هذه الفئة الأخيرة أو تعظيم قيمة الأسهم على المدى الطويل، بالإضافة إلى النظريتين السابقتين ترى النظرية السلوكية والعقلية أن خلق القيمة يكون من خلال الابتكار، التعلم وتحقيق الرشادة الكاملة.

ثانيا- أبعاد خلق القيمة:

1- مريم بعجوج، دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان - القنطرة بيسكرة للفترة 2010-2011، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018، ص 3، 4.

يعتبر خلق القيمة نتيجة نهائية لعملية مستمرة في المؤسسة تتداخل فيها كل الأنشطة، وتتعدد الأطراف التي تعمل المؤسسة على إرضائها، فبذلك تنطلق عملية خلق القيمة داخل المؤسسة، من كيفية تسييرها لمهامها ومواردها بأنواعها، وعلاقاتها مع الموظفين والعاملين فيها، وهي ما يسمى بالقيمة التنظيمية التي تنعكس بالسلب أو الإيجاب على منتجاتها، والتي تؤثر على قيمتها تجاه الزبائن وهي البعد الثاني للقيمة، إضافة إلى تأثير آليات تسيير القيمة المنتظرة من طرف المساهمين على قيمتها في السوق المالي أي على القيمة التساهمية، وبالتالي تتمثل الأبعاد فيما يلي:¹

1. خلق القيمة التساهمية:

يعود مفهوم خلق القيمة التساهمية للمؤسسة لأعمال (فيشر، 1930) الذي عرّف قيمة الاستثمار بأنها مجموع القيم الحالية للعوائد المالية المحققة من الاستثمار، وتنقسم هذه العوائد إلى ثلاثة أقسام حسب أعمال (مودجلياني وميلر، 1966) عوائد الأصول الموجودة عند التقييم ومصاريف الضرائب المستقبلية المقتصدة نتيجة الديون والمطروحة من التكاليف في النتيجة وعوائد الاستثمارات المستقبلية.

كما قدم كل من (Sharpe, 1964)، و (Lintner, 1965) في إطار «نموذج تقييم الأصول المالية» (MEDAF)، العلاقة بين المخاطر الخاصة التي يتحملها المستثمر والعائد على الاستثمار، وهو مفهوم كان له انتشارا واسعا في القطاع الخاص، خاصة بعد صدور كتاب (Alfred Rappaport, 1986) الذي ربط بين القيمة التساهمية والميزة التنافسية للمؤسسة (حسب ما جاء به ميشال بورتر)، وهو ما أدى إلى زيادة اهتمام المؤسسات بهذا المفهوم، والذي ظهر في ميدان التطبيق بعد أعمال (Tom Copeland & Mckinsey, 1990) اللذين أوضحا أهمية تعظيم المؤسسة لقيمتها التساهمية والتي تعود بالفضل على القيمة لجميع الأطراف الآخذة.

2. خلق القيمة من منظور الزبون:

إن قيمة المنتج من وجهة نظر الزبون تعني المنفعة التي يحققها له مقارنة بالسعر المدفوع مقابل ذلك، إذ يعرف (ميشال بورتر) في كتابه «الميزة التنافسية» قيمة المنتج بالنسبة للزبون بأنها: «السعر الذي يقبل دفعه مقابل ذلك المنتج آخذا بعين الاعتبار المنفعة المحققة وتميزه عن باقي المنتجات المعروضة».

ويمكن صياغة هذه العلاقة: القيمة من منظور:

$$\text{الزبون} = \text{المنفعة} - \text{التكاليف}.$$

1- أرحاب هلال وسام، دور الإدارة بالقيم في خلق القيمة بالمؤسسة الاقتصادية (دراسة لعينة من المؤسسات للفترة ما بين 2011 و2015)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، تخصص دراسات مالية، 2017، صص 24-39.

كذلك تعتبر القيمة حكم شخصي يختلف من زبون إلى آخر حول ما أنتجته المؤسسة، استنادا إلى عدة معايير ذاتية مختلفة، ولكون أذواق ورغبات الزبائن متعددة ومختلفة من شخص لآخر، فإن قيمة المنتج تختلف باختلاف تلك العوامل، إلا أنه يمكن تحديد أهم العناصر المكونة لقيمة السلعة / الخدمة والمتمثلة في: جودة المنتج وسرعة الاستجابة (الوقت الفاصل بين الطلب على المنتج والحصول عليه)، وتكلفته (سعره)، درجة تلبية احتياجات الزبون ومدة حياة المنتج النسبية، والتي تميزه عن باقي المنتجات المعروضة في السوق والخدمات المرفقة للمنتج... إلخ، في حين أن تعريف «معيار أيزو (8402)» يركز على مجموعة خصائص تتوفر في المنتج وتسمح بإشباع رغبات الزبون، أي إضافة عامل آخر مكون للقيمة، لتصبح العلاقة من الشكل: قيمة الزبون = الجودة / التكلفة.

3. القيمة التنظيمية:

يعرفها (Morin Savoie & Beaudin, 1994) على أنها: حكم شخص أو مجموعة حول المؤسسة (أنشطتها، منتجاتها، نتائجها...)، من خلال تحقيقها للنتائج المستهدفة.

ويعرفها (Steers, 1997) على أنها قدرة المؤسسة على استخدام مواردها النادرة والتمينة بكفاءة بهدف إنجاز مهامها وأنشطتها لتحقيق نتائج معينة (فعالية).

تعرف القيمة التنظيمية كنوعية تشغيل وتسيير للمؤسسة، أي القيمة الناتجة عن كفاءة التسيير الاستراتيجي والتكتيكي لأنشطة المؤسسة من أجل التحكم وتحسين الثنائية تكلفة/إيراد.

فالقدر على خلق قيمة تنظيمية تكمن في إنتاجية المؤسسة من خلال دمج عناصر الإنتاج المادية والمعنوية، حيث تتلقى عناصر الإنتاج مقابل مساهمتها في العملية الإنتاجية، وبهذا تنتج قيمة متبادلة بين المؤسسة والمتعاملين معهم، وتسعى المؤسسة في إطار تعظيم القيمة التنظيمية إلى خفض تكاليف تشغيلها، فهي إذن تعتمد على كفاءاتها أي استعدادها للتسيير والتنظيم، كما أن أي أداء سيء للتشغيل وإدارة المؤسسة تتولد عنه تكاليف خفية تعرقل قيمة المؤسسة، وهذا الأداء السيء يستطيع أن يكون مقدرًا باحتساب تكاليف خفية ولكن موجودة بعيدا عن نظام المعلومات للمؤسسة.

ثالثا- تعريف وأبعاد خلق القيمة المشتركة:

تركز القيمة المشتركة على تعظيم القيمة التنافسية لحل المشاكل الاجتماعية من خلال إيجاد عملاء وأسواق جدد، الترشيد في التكاليف، والاحتفاظ بالمواهب.

ترجع جذور مفهوم القيمة المشتركة إلى فكرة دمج القضايا والالتزامات الاجتماعية في آليات الاقتصاد الرأسمالي لتعظيم الأرباح والفوائد لكل من المؤسسة والمجتمع، ما يتيح التوفيق في تحقيق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في نفس الوقت. ولكي يتضح مفهومها سنعرض بعض التعاريف للقيمة المشتركة:

1. تعريف القيمة المشتركة:

القيمة المشتركة (Valeur Partagée) هو مفهوم لنظام أعمال طرح لأول مرة في مجلة جامعة هارفارد بيزنس ريفيو في مقالة بعنوان: «الاستراتيجية والمجتمع: العلاقة بين الميزة التنافسية والمسؤولية الاجتماعية للشركات»، ثم توسع المفهوم في مقال بعنوان: «إيجاد القيم المشتركة: إعادة تعريف الرأسمالية ودور المؤسسات في المجتمع»، الذي كتبه مايكل بورتر ومارك كرامر حيث يعرف (Kramer & Porter) القيمة المشتركة على أنها: «سياسات وممارسات تشغيلية تعزز القدرة التنافسية للشركة وفي نفس الوقت تعمل على تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات التي تعمل فيها المؤسسة النشطة».¹

إن خلق القيمة المشتركة تسمح بالنمو المشترك والتنمية لكليهما (المؤسسات والمجتمع). إن إنشاء قيمة مشتركة هو ممارسة خلق قيمة اقتصادية بطريقة تخلق أيضا قيمة للمجتمع من خلال تلبية احتياجاته وتحدياته وهو طريقة جديدة لتحقيق نجاح اقتصادي، تركز القيمة المشتركة على النوع الصحيح من الأرباح وهي الأرباح التي تخلق فوائد مجتمعية بدلا من تقليلها.²

كما عرفها آدم سميت على أنها: «عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال خلق قيمة اجتماعية وهذا يعد أحد القوى الدافعة للإنتاجية، والإبداع والنمو وهي الطريقة الوحيدة لاسترجاع المؤسسة شرعيتها في المجتمع».

وعرفت أيضا بأنها طريقة لمزاولة الأنشطة التجارية، التي لا تعتبر البيئة والمجتمع كفضاءات خارجية فقط، وإنما جزء لا يتجزأ من العمل، بحيث يصبح التفكير في تحسين رفاهية المجتمع إحدى خطوات التفكير في كيفية تحقيق نتائج عمل أفضل.³

وتعرف القيمة المشتركة كونها عمل تقوم به المؤسسات من خلال إعادة تقييم الاحتياجات الأساسية للمجتمع، والانسجام مع ما تريد أن تلعبه من دور في تلبية هذه الاحتياجات، وبذلك يكون هناك اتصال متزامن عند إنشاء القيمة المشتركة وارتباط بين القيم الاقتصادية والقيم الاجتماعية، فهي تركز على أوجه الترابط بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية.

1- Piotr Wojcik, How Creating Shared Value Differs from Corporate Social Responsibility, Journal of Management and Business Administration. Central Europe”, Vol. 24 No 2, 2016, p 2 ،

2- World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering. Vol: 10, No: 8, 2016, p 2445.

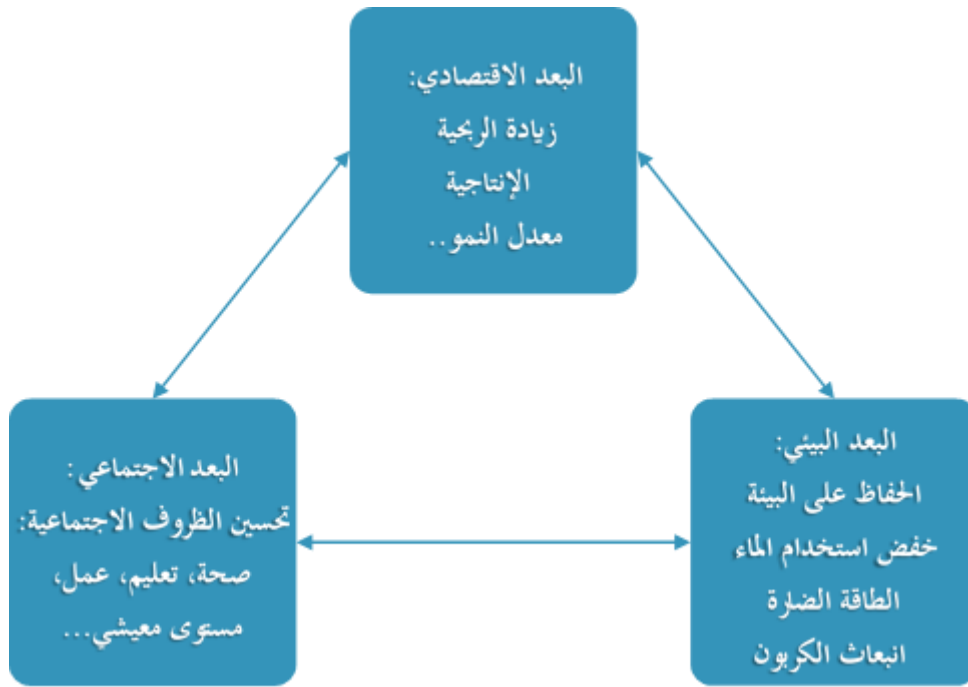
3- غربي عادل، العناقيد الصناعية ودورها في خلق القيمة المشتركة في بيئة منظمات الأعمال بالجزائر-دراسة حالة المؤسسات الصيدلانية. أطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، تخصص مقاولاتية، جامعة حمه لخضر الوادي، 2023، ص

من خلال التعاريف السابقة يمكننا استخلاص تعريف للقيمة المشتركة على أنها "عملية متداخلة تقوم بها المؤسسة من أجل تحقيق قيمة اقتصادية والمتمثلة في رفع تنافسياتها وتعظيمها للأرباح والفوائد، من خلال استغلال حاجات ومتطلبات اجتماعية وتلبيةها وبالتالي تحقيق قيمة اجتماعية تتمثل في تحقيق رغبات ومتطلبات أصحاب المصلحة والمجتمع معا.

2. أبعاد خلق القيمة المشتركة:

من خلال تعاريف خلق القيمة المشتركة التي تعتبر عملية إدماج القيمة الاقتصادية للمؤسسة مع المنفعة الاجتماعية جنباً إلى جنب عند اتخاذ المؤسسة قراراتها الاستثمارية من جهة، وكذا مبادئ القيمة المشتركة التي تدمج البعد الاجتماعي والبيئي في نشاطات المؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية من جهة أخرى، وبالتالي يمكن تحديد أبعاد القيمة المشتركة كما في الشكل التالي:

شكل رقم 3. أبعاد خلق القيمة المشتركة



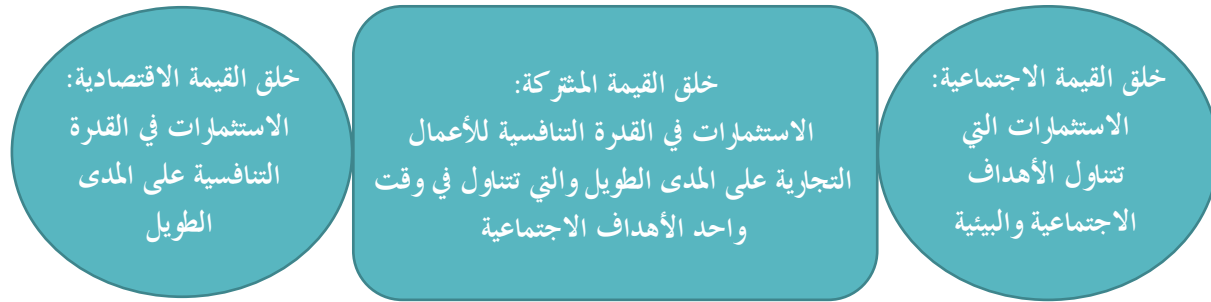
المصدر: ترمجة إيمان، مطرف عواطف، مساهمة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة -شركة المراعي أنموذجا-مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 06/العدد 02، جامعة باجي مختار عنابة، 2023، ص 94،95.

المطلب الثاني: نموذج خلق القيمة المشتركة

تتمثل القيمة المشتركة في تحقيق القيمة الاقتصادية من جهة، وتحقيق المنافع الاجتماعية من جهة أخرى بمعنى أنه يوجد تداخل بين الأهداف الاقتصادية، والأهداف الاجتماعية كما هو موضح في الشكل التالي:¹

1- عبد القادر شيباني، محمد فلاق، واقع تبني منظمات الأعمال لأنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة -شركة Navartis أنموذجا-مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 03/العدد 03، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2020، ص48،49.

شكل رقم 4. نموذج خلق القيمة المشتركة



Source: Bockstette. V & Stamp. M, 2011, p4

نلاحظ من خلال الشكل أن عملية خلق القيمة المشتركة تستلزم تداخل القيم الاقتصادية والقيم الاجتماعية معاً، وأن على أي منظمة اقتصادية تسعى للنجاح والتطور وتحقيق التنافسية على المدى الطويل أن تستثمر وتحقق الأهداف الاجتماعية والبيئية، فتحقق الهدف الأول مرتبط بتحقيق الهدف الثاني وبالتالي تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة.

ويهدف نموذج خلق القيمة المشتركة إلى خلق القيمة لثلاث عناصر أساسية، والاهتمام بها والحرص على تحقيق التكامل بين خدماتها وتحقيق عائد للمنظمة وتتمثل هذه العناصر في: حملة الأسهم، المجتمع، البيئة.¹

شكل رقم 5. العناصر الثلاثة الأساسية لخلق القيمة المشتركة



Source: Tougar, Rizky&Yuanita,2018, P 9

1- فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، محمد فلاق، التوجه الذكي نحو تبني خلق القيمة المشتركة كدعامة لاستدامة المؤسسات الاقتصادية -تقييم تجربة بنك الإسكندرية-مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16/ العدد 01، جامعة الشلف الجزائر، 2022، ص 379.

المطلب الثالث: سيورة خلق القيمة المشتركة.

اقتراح Michael Porter ثلاث مراحل أساسية يتوجب على المؤسسات الاقتصادية إتباعها لخلق القيمة الاقتصادية والاجتماعية، كما يمكن أن تركز المؤسسة بشكل أكبر على مرحلة معينة أكثر من الأخرى، وهذا حسب خصوصية المؤسسة ومتطلبات السوق (Peter. M. E& Kramer.M,2011, P6).¹

1. إعادة تصور المنتج والسوق (Reconceiving Product And Market):

وهنا تقوم المؤسسة بالاستخدام الأمثل لوظيفة البحث والتطوير، من أجل تقديم مستويات جديدة من الإبداع والابتكار على مستوى المنتجات، بحيث يعاد تصميمها حتى تلبي حاجة اجتماعية غير مشبعة تحل مشكل يواجه المجتمع، أو تحل مشكلة متعلقة بالبيئة والحفاظ عليها.

2. إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة (Redefining Productivity In The Value Chain):

بعد إعادة تصميم المنتج تتجه المؤسسة إلى إعادة تعريف مفهوم الإنتاجية على مستوى سلسلة القيمة، بحيث تبحث المؤسسة عن مصادر خفض التكلفة أو خلق القيمة وهذا على مستوى كل نشاط من الأنشطة الأساسية أو الأنشطة الداعمة، ومن بين مداخل تحقيق ذلك هو البحث عن كيفية خفض الفائض من المياه المستخدمة، خفض نسبة استخدام الكهرباء، خفض نسبة انبعاث الكربون، رفع إنتاجية العامل وكل هذا دون خفض الكميات المنتجة.

3. بناء العناقيد الصناعية المدعمة (Building Supportive Industry Clusters):

بعد إعادة تصميم المنتج وإعادة تعريف مفهوم الإنتاجية على مستوى سلسلة القيمة، يتوجب على المؤسسات التوجه نحو إنشاء شبكة علاقات مع كل الأطراف المؤثرة على سيورة العمل على مستوى المؤسسة، بحيث تتجه المؤسسة إلى إبرام اتفاقيات وشراكة مع معظم أصحاب المصالح كالدولة والجهات الحكومية، المنظمات غير الحكومية، الموردين والبنوك، جمعيات حماية المستهلك حتى تستفيد المؤسسة من الأثر الجماعي للقيام بالأعمال، ويختلف تحقيق القيمة المشتركة حسب الاستراتيجيات التي تتعامل بها الشركة، ويمكنها تحقيق مزايا اقتصادية واجتماعية استنادا إلى الآليات التي وضعها بورتر، كما هو موضح في الجدول التالي:²

1- إسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات -منظور تحليلي-، مجلة الامتياز في بحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 04/ العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2020، ص 161، 162.

2- بن الشيخ محمد، تأثير الخصائص الشخصية للمسير القائد على تبني مقارنة القيمة المشتركة للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسستي موبيليس واتصالات الجزائر-ورقة للفترة 2012/2016) مذكرة ماستر. كلية العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، تخصص مالية مؤسسة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2019، ص 9.

جدول رقم 4. يمثل النتائج الاقتصادية حسب مستويات القيمة المشتركة

مستويات القيمة المشتركة	إعادة تصور المنتج والسوق	إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة	بناء العناقيد الصناعية المدعمة
النتائج الاقتصادية	- زيادة الدخل. - زيادة الحصة السوقية. - تحسين الربحية.	- تحسين الإنتاجية. - تعظيم الربح. - تخفيض التكاليف التشغيلية.	- تخفيض التكاليف. - تعظيم الربحية.

Source: Michal. E. Porter and Others, Measuring Shared Value, How to Unlock Value by Linking Social and Business, Fsg, P3.

في حين أن النتائج الاجتماعية والبيئية تتمثل فيما يلي:¹

- تحسين التعليم والتغذية.
- تقليل انبعاثات الكربون.
- تخفيض استهلاك الطاقة والمياه.
- تحسين مهارات العمل ودخل الموظفين.
- زيادة خلق فرص العمل.

1- فيروز بوشويط، حبيبة بن زغدة، دور المعرفة لدى الرأسمال البشري في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة -دراسة حالة مؤسسة الخزف الصحي بالميلية ولاية جيجل-مجلة التنظيم والعمل، المجلد 11/العدد 4، جامعة جيجل الجزائر، 2023 ص 12.

المبحث الثالث: علاقة المسؤولية الاجتماعية بالقيمة المشتركة

من خلال ما تم التطرق إليه من مفاهيم حول المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة نجد أن إدراج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات كان بغية الحفاظ على مصالح أصحاب المصلحة وتحقيق ربحية المؤسسة واستمراريتها في السوق ومنه تحقيق خلق قيمة على المدى الطويل.

المطلب الأول: دور أصحاب المصلحة في خلق القيمة.

إن أغلبية المؤسسات تعمل مع أصحاب المصالح من خلال تقديم المنح، حيث تحقق المؤسسات المانحة المزايا الاجتماعية للمنظمات التي تدعمها وتخلق المؤسسة قيمة عندما تولد أنشطتها مزايا اجتماعية تتجاوز مجرد القوة الشرائية لمنحها والجدول أدناه يوضح احتياجات وتطلعات كل فرد مع مقدار مساهمته في خلق القيمة.

جدول رقم 5. احتياجات وتطلعات كل طرف مع مقدار مساهمته في خلق القيمة

أصحاب المصلحة	تطلعاتهم واحتياجاتهم	مساهماتهم في خلق القيمة
المساهمون	توزيعات الأرباح والرفع من قيمة الأسهم	زيادة رأس المال، التقليل من خطر الديون
العمال	المداديل والأمن الوظيفي والتكوين	تنمية رأس المال البشري، الابتكار التعاون
العملاء	النوعية. الخدمات، السلامة والأسعار	الولاء، تحسين السمعة
الموردون	علاقة توريد مستقرة ومستدامة	الكفاءة، انتظام مواعيد التسليم
البيئة	الحد من التلوث	الالتزام بالتشريعات البيئية
الحكومة	احترام القوانين التشغيل والجبابة	الترخيص والاعتماد الدعم بسياسة الاقتصاد الكلي
المجتمع	مكافحة الفقر والبطالة	كفالة حقوق الأجيال المستقبلية
جماعات الضغط المختلفة	المساهمة في رفاه المجتمع الشفافية واحترام القيم	الشرعية والترخيص بالعمل

المصدر: مريم بعجوج، دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة للمؤسسة الاقتصادية، ص 15-16.

وبالرغم من مساهمة كل فئة في خلق القيمة إلا أن بروز تلك القيمة المضافة لن تتم إلا بدمج جهود كل الأطراف مع المؤسسات استراتيجية داعمة مثل:¹

1- مريم بعجوج، المرجع السابق ص 16.

- زيادة تمييز المؤسسة عن منافسيها من خلال تفاعل عدة محددات مثل التطور التكنولوجي المعرفة السوقية.
- تخصيص التكاليف من خلال التحكم في عوامل الإنتاج والاستغلال الأمثل لها والرفع من الإنتاجية.
- تحقيق كفاءة تسييرية لارتباطها بمختلف أنشطة المؤسسة.

المطلب الثاني: دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة

يرى كل من (Vyser, 2010) و (Margolis & Walsh, 2011) أن خلق القيمة من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات هي الأكثر من مجرد تحقيق الربح المالي، والمساهمة في إنماء جملة الأسهم والمديرين التنفيذيين بل يتعدى ذلك إلى تحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين البيئة الاقتصادية التي تعمل فيها الشركة بما في ذلك الاستثمار في البنية التحتية، خلق الوظائف.

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

جدول رقم 6. الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات

الدور المتقدم	الدور الفعال	الدور التقليدي
خلق قيمة مشتركة	الأعمال الخيرية الاستراتيجية	تقديم مساعدات خيرية
نماذج أعمال جديدة	ميزة تنافسية للشركات	فرصة الإعلان
ريادة الأعمال الاجتماعية	الأعمال المسؤولية	عمل دائم

المصدر: مريم بعجوج، دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة للمؤسسة الاقتصادية، ص 15-16.

المطلب الثالث: الفرق والتكامل بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة:

أولاً- الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة:

من خلال التعاريف السابقة للمسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة يترتب عن ذلك الكثير من الفروق الناتجة من اختلاف زاوية الرؤية بين الباحثين وكذا أوجه التشابه وربما التكامل فيما بينهما لتحسين نوعية الحياة وسنحاول ذكر أهمها في الجدول التالي:

جدول رقم 7. أهم الفروقات بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

المسؤولية الاجتماعية	خلق القيمة المشتركة
تحقيق فائدة اجتماعية واقتصادية وفعل الخير	تحقيق فائدة اقتصادية واجتماعية مع الأخذ بعين الاعتبار التكاليف التي تنطوي عليها
العمل الخيري والاستدامة	الشراكة، خلق قيمة للمجتمع
تغيير الممارسات التجارية استجابة للضغوط الخارجية	ترتبط ارتباطا وثيقا بالقدرة التنافسية
تحدد حسب العناصر الخارجية أو التفضيلات الفردية	تحدد اعتمادا على احتياجات الشركة ومصممه داخليا
لا تتعلق بزيادة الأرباح	مرتبطة بقوة بتعظيم الأرباح
التأثير المالي مقيد يتعلق بالميزانية المخصصة للمشاريع وتأثير الشركة وينظر إليها على أنها تكلفة	التأثير المالي كبير على الميزانية الإجمالية ينظر إليها على أنها ربح
ترتكز على مفاهيم المؤسسة المواطنة والأعمال الخيرية والاستدامة	ترتكز على الثنائية القيمة الاقتصادية والقيمة الاجتماعية
لها أثر محدود في أرباح المؤسسة، كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزء محدد من الميزانية	تمثل الأساس في استثمارات المؤسسة وفي تحقيق الأرباح وهي مرتبطة بالمؤسسة ككل
ترتكز على القيام بأعمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة	يتعلق بدمج الأثر الاجتماعي والبيئي في الأعمال التجارية باستخدام التكامل لدفع القيمة الاقتصادية
عبارة عن برامج ومبادرات	نموذج جديد للأعمال
قيم المؤسسات ومواطنة المؤسسات	تصميم منتجات وخدمات جديدة تلبي الاحتياجات الاجتماعية وز البيئة مع توفير عائد مالي في الوقت نفسه
تقديم المساهمات العينية والعمل التطوعي	الوصول إلى أسواق جديدة
استدامة المؤسسات	تحسين قدرات الموردين (المهارات، المعرفة، الإنتاجية)
توظيف الموظفين والاحتفاظ بهم	إنشاء مجموعات محلية لتعزيز الفوائد الاقتصادية والاجتماعية على مستوى المجتمع المحلي والاستفادة منها
تعبير عن القيام بشيء منفصل عن الأعمال التجارية	نشر أصول المؤسسات لتحقيق الحجم وتشجيع الاستثمار
الامتثال للمعايير المجتمعية والوطنية والدولية	إعادة تكوين سلسلة القيمة وتأمينها خلال الضغط على شركاء جدد أو أفضل لتحسين الإنتاجية

تتطلب الكثير من الموارد من أجل تقديمها إلى المجتمع في شكل تبرعات وإعانات مالية والعائد غير مضمون ويصعب قياسه	تعتمد على كل موارد المؤسسة ونتائجها قابلة للقياس
--	--

المصدر: سيخاوي عبد القادر الجيلاني. مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر: دراسة ميدانية بمجمع صيدال، ص 34-35.

من خلال ما ذكر بالجدول وعند التركيز على البعد الاجتماعي يصبح من الصعب الفصل بين بعض المفاهيم مثل المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة إلا أنه يمكن حصر الفرق بينهما في النقاط التالية:¹

- المسؤولية الاجتماعية تركز على مفاهيم المؤسسة المواطنة الأعمال الخيرية الاستدامة وغير ذلك ولها ثلاثة أبعاد بعد بيئي وبعد اجتماعي وبعد اقتصادي ولكنها تمارس كنشاط تسويقي كنتيجة للضغوطات الخارجية على المؤسسة في حين تركز القيمة المشتركة على الثنائية القيمة الاقتصادية والقيمة الاجتماعية وهي أساس التنافس للمؤسسة.
- تمثل القيمة المشتركة الأساس في استثمارات المؤسسة وتحقيق الأرباح وهي مرتبطة بالمؤسسة ككل في حين أن المسؤولية الاجتماعية لها أثر محدود في أرباح المؤسسة كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزء محدد من الميزانية.
- تسعى المسؤولية الاجتماعية إلى تقديم بعض التبرعات والأعمال الخيرية لمعالجة بعض المشاكل الاجتماعية أما عملية خلق القيمة المشتركة فهي تعمل على إعادة تعريف دور المؤسسات باعتبارها قوة كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع.
- تعتمد المسؤولية الاجتماعية على المقاربة الدفاعية (Defensive Approaches) لتحسين سمعتها وتغطية بعض الممارسات غير الأخلاقية في حين أن نقطة البداية لخلق القيمة المشتركة هي استغلال الموارد والمهارات والقدرات الإدارية لتحسين البعد الاجتماعي.
- تتمحور فكرة خلق القيمة المشتركة حول فكرة مفادها أن المؤسسات والأعمال التجارية يمكن أن يكون لها أثر إيجابي على حل المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع إذا ما تم علاجها بنموذج جديد للأعمال وهذا يختلف تماما عن فكرة المسؤولية الاجتماعية.

1- إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد لأعمال المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، الملتقى الدولي الثاني عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة جامعة حسيبة بن بوعلي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير الشلف نوفمبر 2016.

- يركز مفهوم القيمة المشتركة حول عملية إيجاد الفرصة وليس المقايضة فهي تتعلق بكيفية خلق أثر اجتماعي إيجابي لتحقيق مستويات أداء عالية ولا تبحث عن حجم الأداء الاقتصادي الذي يجب أن يضحى به المستثمرون لخلق انطباع اجتماعي إيجابي.
- لا يعبر مفهوم القيمة المشتركة عن الأعمال الاقتصادية أو الاجتماعية التي لا تهدف إلى تحقيق الربح بشكل مباشر أو غير مباشر وإنما تعبر عن الأعمال التي يعتبر تحقيق الأرباح كمحفز أساسي للنمو وهذا على عكس المسؤولية الاجتماعية التي لا تهدف دائما إلى تحقيق الربح.
- يكمن الفرق الأساسي في كون أن المسؤولية الاجتماعية تركز على القيام بأعمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة في حين أن القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي والبيئي في نشاطات الحرفية للمؤسسة في تحقيق قيمة اقتصادية.

إذن فالقيمة الاجتماعية تمثل الناتج عن خلق القيمة المشتركة إلا أنه هناك بعض الاحتياجات الاجتماعية الباقية التي تنتظر التكفل بها سواء عن طريق خلق القيمة المشتركة أو عن طريق المسؤولية الاجتماعية حيث سواء ستحقق بالقيمة المشتركة أولا فالوقت مهم وتلبيتها إلى حين تحققها بخلق القيمة المشتركة يعتبر أكثر ضرورة وهذا ما تتكفل به المسؤولية الاجتماعية إلى حين توفرها عن طريق القيمة المشتركة وفي حالة عدم توفرها عن طرق خلق القيمة المشتركة لعدة أسباب ربما أهمها صعوبة وجود فرصة اقتصادية في الشكل الاجتماعي فهنا نجد المسؤولية الاجتماعية تتكفل به،

ثانيا- التكامل بين دور خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية:¹

وعليه ورغم النقلة النوعية بالتفكير الجديد (Potter & Kramer) بخلق القيمة المشتركة ولكن لا يمكن التخلي عن المسؤولية الاجتماعية فهي تكمل ما عجزت عن تحقيقه القيمة المشتركة أو مازال في طريق التحقيق عن طريقها وهنا نجد أنه كلما زادت القيمة المشتركة تقلص دور المسؤولية الاجتماعية في تلبية الاحتياجات الاجتماعية ويخفف عنها الضغط وبالتالي تغطية نسبة أكبر واقعا وأن تصل إلى تحقيق التشبع نظريا وهو ما يمكن أن نسميه تحسين الحياة وتحقيق الرفاهية الاجتماعية مثل كلما نقصت البطالة نتيجة خلق قيمة مشتركة تقلصت فئة عديمي الدخل مما يقلص عبء أو دائرة عمل المسؤولية الاجتماعية وبالتالي تكون لها نسبة تغطية فعالة و أكبر ومنه يمكن القول كلما تطورت وانتشرت فكرة خلق القيمة المشتركة بين المؤسسات كلما ارتفعت نسبة تلبية الاحتياجات المجتمع وبالتالي يتركز عمل المسؤولية الاجتماعية في تلبية بقية الاحتياجات التي لم تحققها القيمة المشتركة مما يخفف عنها

1- العويني فؤاد وحوامدي فيصل ومشارة عبد السلام، دور المقاولانية في خلق القيمة المشتركة مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي جامعة الشهيد حمه لخضر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2020-2021 ص 44 بتصرف.

الضغط ويسمح لها بتحقيق نسبة أكبر من الاحتياجات وما يكون في مجمل العملية تكامل وتبادل الأدوار بين خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية في تغطية أكبر مساحة ممكنة من الاحتياجات الاجتماعية وبالتالي تحسين نوعية الحياة.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى الجانب النظري لكل من المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة، وكذا العلاقة بينهما، حيث تشير المسؤولية الاجتماعية إلى كونها التزاما أخلاقيا بين المؤسسة من جهة، وأصحاب المصالح، والمجتمع عامة من جهة أخرى، بحيث تسعى المؤسسة من خلال هذا الالتزام الأخلاقي إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع، بما من شأنه أن يجعلها طرفا فاعلا ومساهما في تنمية المجتمع وخدمته.

إن الاهتمام بجوهر المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يحول هذه الأخيرة من مجرد أعمال خيرية تطوعية بسيطة إلى تنفيذ مشاريع تنموية قابلة للتقسيم والقياس والمقارنة، ترقى بالمجتمعات التي تحتضنها إلى أرقى المستويات.

الفصل الثاني:

دراسة حالة مؤسسة رغبة الجنوب بتقريت

تمهيد

بعد الانتهاء من الدراسة النظرية التي قمنا بها حول موضوع «دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة»، سيتم في هذا الفصل إسقاط المفاهيم على أرض الواقع، وقد وقع اختيارنا على «مؤسسة رغوة الجنوب» الناشطة في مجال صناعة الإسفنج الموجه للأفرشة بالمنطقة الصناعية بتقوت، والتي قام موظفوها بتزويدنا بالمعلومات الضرورية لإثراء موضوع مذكرتنا، كما قاموا بالإجابة على الأسئلة الموجهة لهم في شكل استبيان الذي قمنا بإعداده لاختبار فرضيات بحثنا، وسيتم بلورة كل ذلك من خلال ثلاثة مباحث كالتالي:

في المبحث الأول سنتطرق إلى تقديم عام لمؤسسة رغوة الجنوب. في حين سيتناول المبحث الثاني الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية. كم سنقوم بعرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات كمبحث ثالث.

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة رغوة الجنوب بتقوت.

تعتبر شركة رغوة الجنوب بتقوت استثمارا رائدا في الجنوب الجزائري، فقد استطاعت على مر السنين ولوج الأسواق الإفريقية، وفرض علاماتها التجارية منذ تأسيسها، وتعمل شركة رغوة الجنوب على تقديم خدمات نوعية لربائنها، أفرشة بمختلف الأشكال والأحجام تلبي احتياجات السوق الوطنية، وحتى السوق العالمية أحيانا.

المطلب الأول: لمحة عن مؤسسة رغوة الجنوب

أولا- التعريف بالمؤسسة:

تأسست مؤسسة رغوة الجنوب سنة 1984، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة مختصة بصناعة الإسفنج وتحويله، إلا أنها دخلت في الإنتاج الفعلي 1985/01/01م تقع في المنطقة الصناعية بتقوت، وتتربع على مساحة 16500 م² برأس مال قدره 221 مليون دج، تتمثل منتجاتها في الأفرشة الإسفنجية بكل أبعادها وأنواعها، يبلغ عدد عمالها 194 عاملا منهم 118 نساء و76 رجال.

وتعد مؤسسة رغوة الجنوب من المؤسسات ذات الأداء المتطور والمتزايد، وهذا ما يفسر زيادة حجم المبيعات وارتفاع حجم الأجور خلال السنوات 2010، 2012، 2011، بعد ما مرت بمرحلة حرجة من سنة 2008 إلى غاية 2010 والتي سرعان ما استطاعت تداركها والخروج منها بأقل المخاطر ذلك لأنها تعتبر أحد أقطاب الوحدات الصناعية والتجارية في المنطقة.

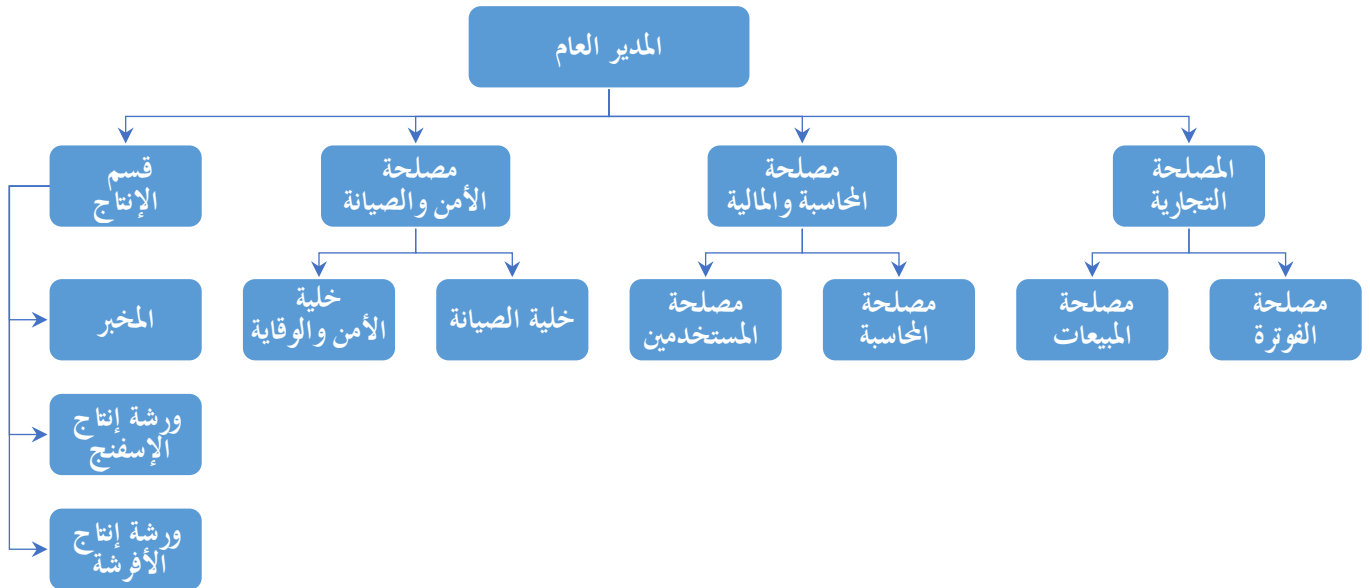
ثانيا- أهداف المؤسسة.

تسعى المؤسسة لتحقيق العديد من الأهداف أهمها:

1. تلبية احتياجات السوق الوطنية من الأفرشة الإسفنجية بكل أبعادها وأنواعها، وتصدير الفائض للخارج.
2. البحث والعمل على تطوير الإنتاج لمواجهة المنافسة، وإرضاء حاجيات الزبائن المختلفة.
3. العمل على النهوض بقطاع الصناعة.
4. التحكم في التكاليف والاستغلال العقلاني للموارد لزيادة المردودية.
5. تحقيق الميزة التنافسية.
6. رفع القدرة الإنتاجية للمؤسسة وتطوير نشاطات المؤسسة المختلفة.
7. توازن العلاقات بين أصحاب المصلحة سعياً لتحقيق متطلبات كل منهم.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

شكل رقم 6. الهيكل التنظيمي لمؤسسة رغوة الجنوب بتقوت



المصدر من إعداد الطالبات اعتماداً على وثائق المؤسسة

من خلال الهيكل التنظيمي للمؤسسة يمكن شرح الأقسام التي تحتوي عليها المؤسسة كما يلي:

المدير العام: هو المسؤول الذي يعمل على التنسيق بين الهياكل الموجودة، ومن مهامه التقييم والمراقبة الداخلية لأعمال مصالح المؤسسة وذلك باستعمال التقنيات والمعايير الناجعة بهدف التسيير الأحسن لجميع مصالحها. كما يقوم بتطبيق الاستراتيجيات المسطرة للمؤسسة، وأيضاً إمضاء الاتفاقيات والشراكات وتندرج تحت سلطته ما يلي:

1. **المصلحة التجارية:** من مهامها القيام بإعداد دراسة السوق من خلال معرفة: أسعار الشراء، المنافسين الزبائن والموردين بالإضافة إلى متابعة واختيار المشاريع التي في حدود إمكانيات المؤسسة، كما تهتم بتمويل المؤسسة بالعتاد والمواد الأولية في الوقت المناسب، وتتفرع هذه المصلحة إلى:

أ. **مصلحة المبيعات:** هي خلية تابعة للمصلحة التجارية يتم على مستواها تنفيذ جميع المعاملات التجارية كالبيع والشراء والتحصيل.

ب. **مصلحة الفوترة:** هي الخلية الثانية للمصلحة التجارية، يتم فيها إعداد الفواتير الخاصة بالمبيعات.

2. **مصلحة المحاسبة والمالية:** تعتبر هذه المصلحة بمثابة النهر الذي تصب فيه جميع الوديان فهي المسير الرئيسي للمؤسسة، وتنقسم إلى مصلحتين:

أ. **مصلحة المحاسبة:** ومن مهامها:

- القيام بالتسجيلات المحاسبية مهما كان نوعها من أجل الحصول على لميزانية الختامية.
- تحضير المراسلات بين المؤسسة والمتعاملين الخارجيين (البنوك والإدارة الجبائية).
- مراقبة الخزينة المالية للمؤسسة.
- السهر على مراقبة صحة المعلومات القادمة من طرف مختلف المديريات للشركة.
- يقوم قسم المالية بالدفع للموردين والتكفل بإجراءات التأمين المختلفة والعمليات الجبائية.
- تسديد أجور العمال عن طريق البنك.
- تقديم قروض للموظفين.
- ب. **مصلحة المستخدمين، وهي المصلحة المختصة بشؤون الموظفين، ويتم على مستواها:**
- التوظيفات الجديدة.
- الخصم في حالة الغياب.
- تسوية الإحالة على التقاعد.
- منح العطل للموظفين.... الخ

3. **مصلحة الأمن والصيانة:** وتنقسم هذه المصلحة إلى خليتين هما:

أ. **خلية الأمن والوقاية** حيث تقوم هذه الخلية بالسهر على أمن الشركة من المخاطر وذلك بالتدخل والاتصال بالمصالح المعنية، كما تعتبر همزة وصل بين المتعاملين والزوار بمختلف مديريات الشركة

ب. **خلية الصيانة:** حيث يتم على مستوى هذه الخلية المتابعة والحفاظ على سلامة المعدات والأدوات من أي عطب أو خلل مهما كان.

4. **قسم الإنتاج:** يتم في هذا القسم إنتاج خليط من المواد الأولية، ثم تصنيعه على شكل إسفنج، ومن ثم قصه بأحجام وأبعاد مختلفة وفي الأخير خياطته على شكل أفرشة جاهزة للاستعمال، وينقسم إلى ورشات مختلفة وهي:

- أ. **المخبر:** ويتم فيه إعداد المزيج وتقديم نتائج التحاليل لضمان جودة المنتجات.
- ب. **قسم إنتاج الإسفنج:** ويعد القسم الذي يقدم فيه الإسفنج بالشكل النهائي قبل عملية الشحن والبيع.
- قسم إنتاج الأفرشة:** ويعد القسم الذي تقدم فيه الأفرشة للمعاينة النهائية قبل عملية الشحن والبيع

المطلب الثالث: مبادرات الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة رغوة الجنوب:

من أهم النشاطات الاجتماعية التي تساهم بها مؤسسة رغوة الجنوب لخلق القيمة المشتركة نذكر ما يلي:

- تسعى مؤسسة رغوة الجنوب جاهدة إلى استقطاب أحسن الإطارات والكفاءات بغرض الحصول على أحسن مردودية بكل نزاهة ومصداقية واتباع معايير معينة للتوظيف.
- تقدر ساعات العمل في مؤسسة رغوة الجنوب بسبع ساعات في اليوم فقط بدوام واحد، وهي فترة قليلة مقارنة مع المؤسسات الخاصة الأخرى حيث تحدد في فصل الشتاء من 07:00 إلى 14:00 وفي فصل الصيف من 06:00 إلى 13:00 زوالاً، وهذا ما يعتبر نقطة إيجابية في صالح العمال.
- تقوم المؤسسة ببعض النشاطات الرياضية لموظفيها، وأحياناً مع مؤسسات أخرى لكسر روتين العمل.
- يستفيد عمال رغوة الجنوب من قفة رمضان كل سنة من طرف المؤسسة متمثلة في مواد غذائية كمساعدة اجتماعية لصالح الموظف.
- يمكن لأي موظف في مؤسسة رغوة الجنوب الاستفادة من قروض مصغرة أو من تسبيقات على الراتب عند الحاجة على أن يخصم من راتبه في الشهر الموالي مباشرة في حدود ضوابط للموضوع (انظر الملحق رقم 03).
- قامت مؤسسة رغوة الجنوب بالتعاقد مع مصحات طبية خاصة وكذا صيدليات خاصة من أجل استفادة موظفيها وذويهم من الخدمات الصحية والأدوية بمساهمة مادية من المؤسسة.
- بالنسبة لمصلحة المخبر تخضع لإجراءات وقائية خاصة، فيمنع منعاً باتاً دخولها من طرف أي زائر سواء من داخل المؤسسة أو خارجها إلا للضرورة القصوى، ويتطلب ذلك لباساً واقياً خاصاً، أما بالنسبة للبيولوجيين الذين يقومون بتحضير الخليط الخاص بصنع الإسفنج وهي مرحلة حساسة جداً نظراً لخطورة المواد الأولية المستخدمة فيجب عليهم ارتداء لباس وأقنعة خاصة بالعملية، إضافة إلى شرب كمية معتبرة من مادة الحليب قبل الشروع في العملية، وبعد الانتهاء من العملية والتي تستغرق حوالي ساعة من الزمن يتوجب عليهم، الاغتسال في مكان العمل ثم شرب كمية أخرى من الحليب تجنباً لتأثيرات المواد الأولية على الرئتين والجسم بأكمله.

- تلتزم المؤسسة بتقديم كافة التصريحات الخاصة بموظفيها في مصالح الضمان الاجتماعي، وذلك لضمان حقوقهم الاجتماعية لدى الدولة (انظر الملحق رقم 04).
- تفاديا لمشكلة تسريح العمال وزيادة نسبة البطالة في فترة اجتياح فيروس كورونا قامت مؤسسة رغوة الجنوب بتقسيم العمال إلى فوجين بحيث يعمل كل فوج لمدة 15 يوم، ويستفيد من نصف راتبه رغم الضغوطات والمشاكل التي واجهتها المؤسسة مع قوانين الدولة.
- تقوم المؤسسة بتوفير منتجات بمواصفات خاصة بالمرضى وبمعايير تحت الطلب.
- تلتزم المؤسسة بإخراج زكاة مالها سنويا للمحتاجين نقدا.
- تحصلت المؤسسة على العديد من الشهادات الشرفية على المستوى الوطني والدولي اعترافا لها على مجهوداتها المبذولة على حسن التنفيذ وجودة منتوجاتها وذلك نتيجة لاستعمالها لأجود وأغلى المواد الأولية والتكنولوجيات الحديثة.
- قامت المؤسسة بتجربة لإنتاج نوع جديد من الإسفنج مضاد للحريق وهذا الإنجاز الأول من نوعه في الجزائر، وقد نجحت التجربة وسيتم تسويقها في القريب العاجل.
- تمنع المؤسسة التدخين في محيطها منعا باتا وتؤكد على ضرورة ذلك.
- احترام القانون في كل تفاصيله سواء اتجاه العمال أو المجتمع أو البيئة أو المستهلك. وكذا في تطبيق معايير الجودة بالقوانين والمقايير اللازمة بحذافيرها

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

تتطلب عملية تصميم الدراسة الميدانية توفر مجموعة من الوسائل اللازمة لذلك، كاستمارة البحث والبرنامج الذي يتم استخدامه لمعالجة وتحليل البيانات التي يتم جمعها إحصائياً، إضافة إلى أدوات التحليل الإحصائي والاستدلالي المستخدمة، وأخيراً قياس مدى ثبات وصدق المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة البحث.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة.

لا بد من تحديد المجتمع والعينة المأخوذة منه لتطبق عليها الدراسة بغية الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها، لا سيما وأن البحوث الوصفية تسمح بتقدير خصائص المجتمع من خلال خصائص العينة المأخوذة منه.

أولاً- مجتمع الدراسة :

حسب المقاربة الميدانية لهذه الدراسة فإن الموضوع يتعلق بمدى تبني المؤسسة محل الدراسة لمعايير المسؤولية الاجتماعية ومدى مساهمة هذه الأخيرة في خلق القيمة المشتركة، حيث يتكون مجتمع الدراسة في مؤسسة رغوة الجنوب من 194 عاملاً منهم 118 نساء و76 رجال، يملكون مؤهلات علمية وخبرات مختلفة.

ثانياً- عينة الدراسة:

نظراً لصعوبة تغطية كل أفراد المجتمع بالدراسة، نتيجة إعراض بعض العمال عن الإجابة على أسئلة الاستمارة، وصعوبة مسح جميع مجتمع الدراسة، فقد تم الاقتصار على دراسة عينة تمثيلية للمجتمع بطريقة عشوائية بسيطة من موظفي مؤسسة رغوة الجنوب بتقوت ووزعت استمارة الدراسة على عينة تتكون من 75 عاملاً، حيث تم استرجاع 68 استمارة، تم استبعاد 06 منها لعدم صلاحيتها للتحليل نتيجة عدم اكتمال إجاباتها أو تعدد الإجابات على نفس العبارة، فكانت عدد الاستمارات الصالحة للتحليل 62 استمارة بنسبة 82% من الاستمارات الموزعة، وفي ما يلي جدول يبين عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة، وغير القابلة للمعالجة الإحصائية:

جدول رقم 8. عينة الدراسة

العدد	الاستبيانات
75	عدد الاستبيانات الموزعة
68	عدد الاستبيانات المسترجعة
06	عدد الاستبيانات الملغاة
62	عدد الاستبيانات الصالحة

المصدر: من إعداد الطالبات أعضاء البحث.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة

أولاً: أدوات الدراسة.

بغرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة بأداتين وهما:

1. **المقابلة:** حيث قمنا بمقابلتين مع مسؤول مصلحة المحاسبة والمالية في المؤسسة، والذي قدم لنا معلومات وتوضيحات لإثراء موضوعنا، وتطبيقاته على أرض الواقع والتي كانت كمنطلق لدعم دراستنا لإيجاد تفسيرات علمية وللتوصل في الأخير إلى استنتاجات تمكننا بدورها من الإجابة على التساؤلات التي تم طرحها في دراستنا
 2. **الاستمارة:** والتي أعدت خصيصاً لتحقيق هدف الدراسة وهي من بين أدوات جمع المعلومات، وقد تم إعداد هذه الاستمارة بعدما تم تحديد أبعاد الموضوع ومكوناته، وإدراك أهمية المعلومات المطلوبة وعلاقتها بالموضوع، والتعرف على مجتمع الدراسة وقد تم إعداد الاستمارة (أنظر الملحق رقم 01) على النحو التالي:
- القسم الأول:** خاص بالأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية، وتضم العناصر التالية: العمر، الجنس، المستوى الدراسي، سنوات الخبرة.

القسم الثاني: شمل على محورين كما يلي:

- **المحور الأول:** العبارات الخاصة بقياس مدى التزام المؤسسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، وتضمنت 30، عبارة ولقد تم تقسيم هذا المحور إلى 06 أبعاد جزئية حسب أصحاب المصلحة المستفيدين من الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك بغرض قياس مدى التزام المؤسسة محل الدراسة بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه كل طرف منهم، وكان التقسيم كالآتي:

- **البعد الأول:** المسؤولية اتجاه المالكين: وتتضمن على 5 عبارات .
- **البعد الثاني:** المسؤولية اتجاه المجتمع: وتتضمن 5 عبارات .

- **البعد الثالث:** المسؤولية اتجاه أخلاقيات الأعمال: وتتضمن 5 عبارات .
- **البعد الرابع:** المسؤولية اتجاه البيئة: تندرج تتضمن 5 عبارات .
- **البعد الخامس:** المسؤولية اتجاه العاملين: تتضمن 5 عبارات.
- **البعد السادس:** المسؤولية اتجاه القانون: تتضمن 5 عبارات .

- **المحور الثاني:** العبارات التي تقيس مدى خلق القيمة المشتركة، من خلال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتتضمن 10 عبارات.

وكان مجموع العبارات المكونة للاستمارة 40 عبارة، تم إفراغها وفق مقياس ليكارت الخماسي المعتمد إحصائياً، والذي يأخذ الدرجات التالية: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات) غير موافق (درجتين) غير موافق بشدة (درجة واحدة) محايد (3 درجات)

جدول رقم 9. مجال المتوسط الحسابي المرجح (ليكارت الخماسي)

مستوى الموافقة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
منخفضة جداً	أقل من 1.80	أقل من 36%
منخفضة	من 1,80 إلى 2,59	من 36% إلى 51.9%
متوسطة	من 2,60 إلى 3,39	من 52% إلى 67.9%
مرتفعة	من 3,40 إلى 4,19	من 68% إلى 67.9%
مرتفعة جداً	أكبر من 4.20	% أكبر من 84

وهذا يعطي دلالة واضحة على أن المتوسطات التي تقل عن (1.80) تدل على وجود درجة منخفضة جداً من الموافقة على الفقرة أو المحور أو البعد بمعنى وجود درجة مرتفعة جداً من الرفض، أما المتوسطات التي تتراوح بين (1.08-2.59) فهي تدل على درجة منخفضة من الموافقة بمعنى درجة مرتفعة من الرفض على الفقرات أو الأبعاد أو المحاور، بينما المتوسطات التي تتراوح بين (2.60-3.39) فهي تدل على وجود درجة متوسطة من الموافقة أو وجود درجة حيادية تجاه الفقرة أو البعد أو المحور المقصود، كما أن المتوسطات التي تساوي أو تزيد عن (4.20) تدل على وجود درجة مرتفعة جداً من الموافقة، وهذا التقسيم تم تحديده وفق مقياس ليكارت الخماسي الذي تم اعتماده في الدراسة.

ثانياً- أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.
- حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لتحديد استجابات أفراد عينة الدراسة تجاه عبارات الدراسة.
- اختبار معامل الارتباط بيرسون لدراسة علاقة الارتباط بين محاور الدراسة.
- معامل ألفا كرونباخ: لقياس ثبات الاستبيان.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

قبل الشروع في عملية التحليل واستخلاص النتائج، يجب التأكد من مدى صدق وثبات العبارات التي تضمنتها الاستمارة، حتى تكون النتائج ذات مصداقية وأكثر واقعية.

أولاً- صدق أداة الدراسة:

صدق الدراسة هو مدى قدرة أداة الدراسة على قياس ما أعدت لقياسه، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال ما يلي:

1. صدق المحكمين:

بعد بناء الاستمارة المستخدمة في هذه الدراسة، تم التأكد من صحة محتواها، وذلك من خلال عرضها بعد تطوير الشكل الأولي لها على عدد من المحكمين المختصين، للتأكد من تغطيتها لجوانب الموضوع الأساسية، ومن وضوحها وسلامة صياغتها، لتخدم الغرض الذي وضعت من أجله. ومن ثم تم تعديل الأداة بناءً على ملاحظاتهم، حيث تم حذف بعض العبارات، وتعديل البعض الآخر، وكذا إعادة صياغة بعض الفقرات، لتصبح أكثر وضوحاً لدى أفراد العينة، وبالتالي أكثر صدقاً في قياس موضوع الدراسة.

2. صدق الاتساق الداخلي:

يقصد باتساق عبارات الاستمارة وصدقها مدى انسجام عبارات الاستمارة وملاءمتها للتفسير وقياس ما أعدت لقياسه، ومدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه.

ولمعرفة مدى اتساق عبارات الاستمارة وصدقها، تم حساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson Corrélation)، وقد تبين صدق واتساق عبارات ومحاور أداة الدراسة وصلاحياتها للتحليل.

ثانياً- ثبات أداة الدراسة:

إن ثبات الأداة هو الاتساق في نتائج الأداة المستعملة، ويقصد به إمكانية الحصول على نفس النتائج فيما لو أعيد استخدام نفس الأداة مرة ثانية على نفس العينة لتحليل نفس الظاهرة.

ولقياس مدى ثبات الاستمارة تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، وجاءت نتائجه كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم 10. ثبات أداة الدراسة

الأبعاد	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين	0,910	5
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	0,685	5
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال	0,906	5
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	0,493	5
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	0,835	5
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون	0,880	5
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية	0,903	30

المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة معامل الثبات لمتغير الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية قد بلغت (90 %) وهي نسبة مرتفعة وتفي بأغراض الدراسة، أي أن هناك نسبة عالية من الثبات وبالتالي يوجد استقرار في نتائج الاستبيان حول الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وعدم تغيرها بشكل كبير لو تم إعادة توزيعه على أفراد العينة، أما بالنسبة للأبعاد، فقد تراوحت بين (49 % و 91 %) ومعظمها نسب مقبولة.

جدول رقم 11. معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغير خلق القيمة المشتركة

عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	
10	0,837	خلق القيمة المشتركة

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة معامل الثبات قد بلغت (83%) وتعد نسبة مرتفعة وتفي بأغراض الدراسة، أي أن هناك نسبة عالية من الثبات وبالتالي يوجد استقرار في نتائج الاستبيان حول خلق القيمة المشتركة وعدم تغيرها بشكل كبير لو تم إعادة توزيعه على أفراد العينة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

يتم من خلال هذا المبحث تحليل البيانات المتحصل عليها، واستخلاص النتائج النهائية، وذلك باستخدام أدوات الإحصاء الوصفي والاستدلالي

المطلب الأول: وصف خصائص عينة الدراسة

للتعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية، وجاءت النتائج كالتالي:

1. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:

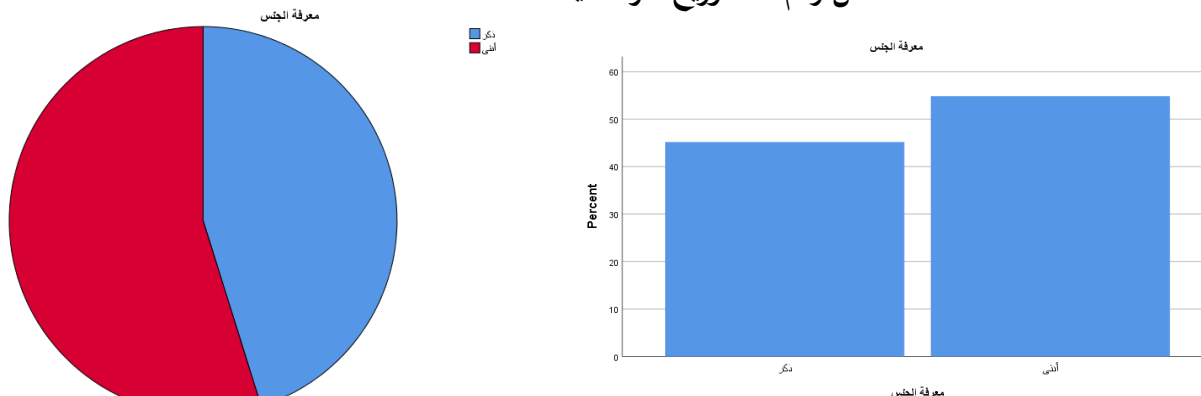
جدول رقم 12. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	28	45,2%
أنثى	34	54,8%
المجموع	62	100%

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة (45,2%) من أفراد العينة كانوا من الذكور، ونسبة (54,8%) كانوا من الإناث، حيث تبين أن أغلب أفراد العينة من فئة الإناث وهذا قد يعود لطبيعة العمل في المؤسسة بحيث تحتاج لتوظيف النساء كونهن لديهن طاقة كبيرة وقدرة على العمل تحت الضغط، وبما أن المؤسسة مختصة بصناعة الأفرشة بأنواعها وهذه المهنة تجذب الإناث بصفة أكبر من الذكور، وتتطلب نوعا من الصبر والتركيز، لذلك نجد أن أغلب موظفيها إناث.

شكل رقم 7. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج SPSS

2. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر:

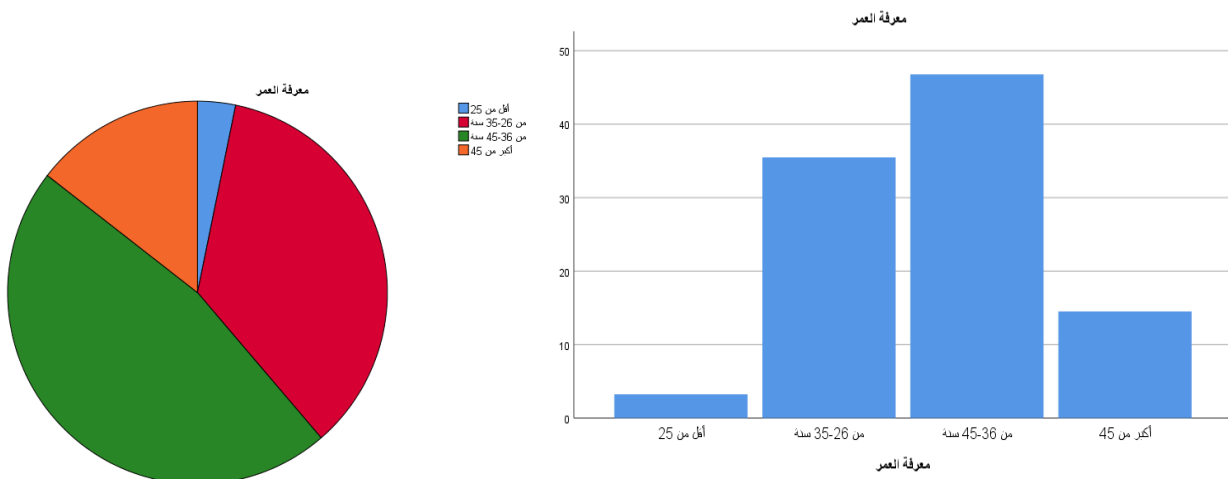
جدول رقم 13. توزيع عينة الدراسة حسب العمر

النسبة المئوية	التكرارات	السن
3,2%	2	أقل من 25 سنة
35,5%	22	من 25 إلى 35 سنة
46,8%	29	من 36 إلى 45 سنة
14,5%	9	أكثر من 45 سنة
100%	62	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة (3,2%) من أفراد العينة كانت أعمارهم (أقل من 25 سنة)، و(35,5%) منهم تراوحت أعمارهم بين (25 إلى 35 سنة)، و(46,8%) منهم تراوحت أعمارهم بين (36 إلى 45 سنة)، بينما نسبة (14,5%) فقد بلغت أعمارهم (أكثر من 45 سنة)، حيث تبين أن أغلب أفراد العينة فاقت أعمارهم الـ 25 سنة، وعلى الرغم من أن العمل في المؤسسة شاق ويتطلب الفئة الشبابية بشكل أكثر إلا أن المؤسسة تحافظ على موظفيها حتى في سن كبير وذلك لخبرتهم وكفاءتهم في العمل.

شكل رقم 8. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج SPSS

3. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي:

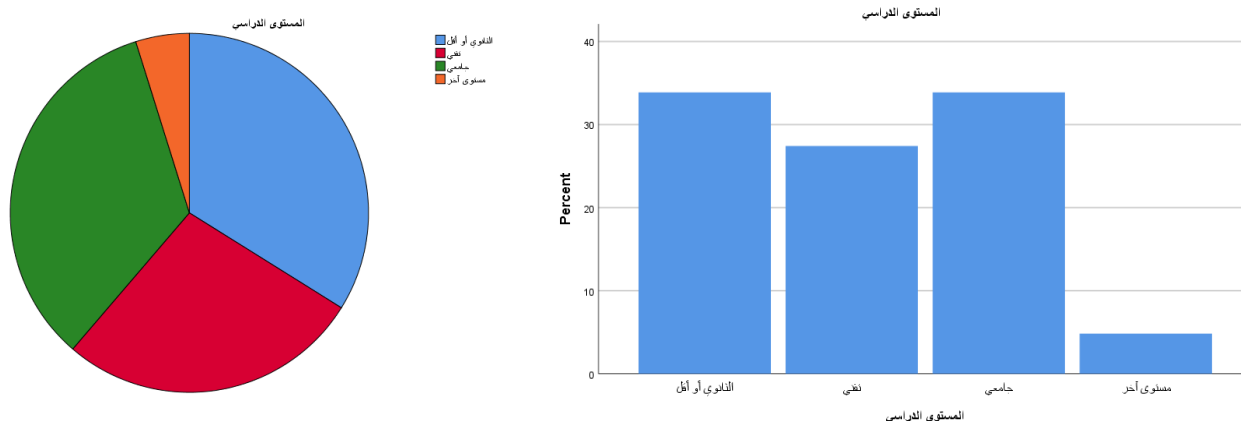
جدول رقم 14. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى الدراسي
33,9%	21	ثانوي أو أقل
27,4%	17	تقني
33,9%	21	جامعي
4,8%	3	مستوى آخر
100%	62	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (33,9%) من أفراد العينة لديهم مستوى ثانوي أو أقل، و(27,4%) منهم لديهم مستوى تقني، بينما (33,9%) منهم لديهم مستوى جامعي، وأقل نسبة وهي (4,8%) فكانت للذين لديهم مستوى آخر، حيث تبين أن عينة الدراسة لديهم مستويات تعليمية متنوعة ومختلفة، فالعمل في المؤسسة يجمع موظفين من كل المستويات وذلك لأن المؤسسة تعمل على امتصاص البطالة ولذلك فإنها تحاول توظيف العاملين بمختلف فئاتهم وتحاول توفير مناصب عمل لهم كل حسب مستواه الدراسي.

شكل رقم 9. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي



المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج SPSS

4. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة:

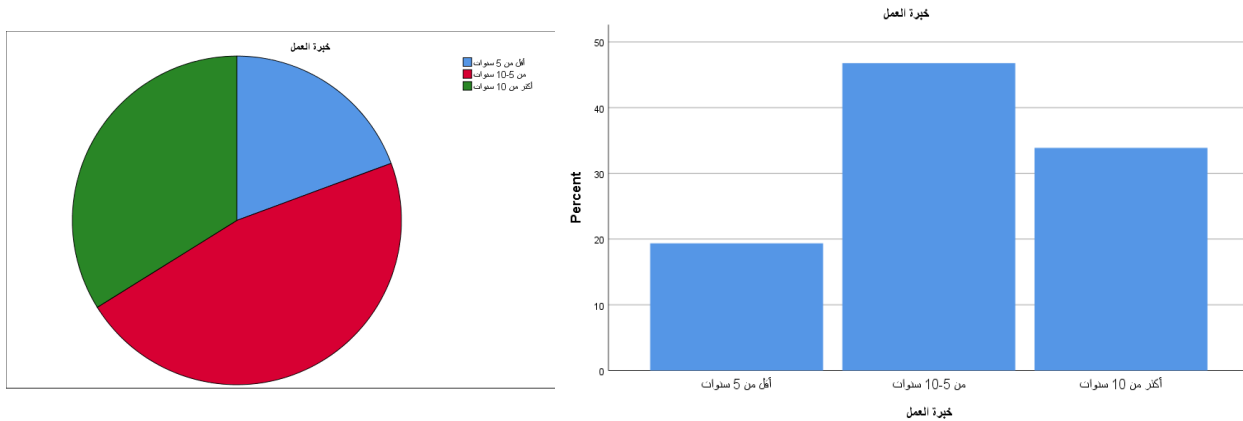
جدول رقم 15. توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة

سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	12	19,4%
من 5 إلى 10 سنوات	29	46,8%
أكثر من 10 سنوات	21	33,9%
المجموع	62	100%

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج ال SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة (19,4%) من أفراد العينة لديهم خبرة في العمل (أقل من 5 سنوات)، و(46,8%) منهم لديهم خبرة (من 5 إلى 10 سنوات)، بينما الذين لديهم خبرة (أكثر من 10 سنوات) فقد قدرت نسبتهم ب (33,9%)، حيث نلاحظ أن أغلب أفراد العينة لديهم خبرة طويلة في مجال العمل وبما أن العمل في المؤسسة يتطلب الخبرة والدقة في العمل فإن المؤسسة تسعى دوما إلى التمسك بموظفيها ذوي الخبرة من خلال توفير ظروف العمل المناسبة، وتعمل على الحفاظ عليهم بدلا من خسارتهم وتوظيف من هم أقل منهم خبرة.

شكل رقم 10. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج SPSS

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضيات.

1. اختبار الفرضية الأولى:

للإجابة على السؤال الأول والذي نصه: "هل تلتزم مؤسسة رغوة الجنوب بمبادئ المسؤولية الاجتماعية؟" تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، وفقا لكل مجال من مجالات الدراسة والمتمثلة في (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون)، وكذلك المجال الكلي والجداول الآتية توضح ذلك:

جدول رقم 16. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة الدراسة حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية

رقم الفقرة	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين	1,92	0,73	منخفض
2	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	2,60	0,68	متوسط
3	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال	2,23	1,00	منخفض
4	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	2,03	0,51	منخفض
5	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	3,35	0,76	متوسط
6	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون	1,90	0,71	منخفض
	المتوسط العام للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية	2,34	0,50	منخفض

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر الجدول رقم (16) أن المتوسطات الحسابية للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية جاءت وعلى المستوى الكلي بدرجة منخفضة، بمتوسط حسابي (2,34) وانحراف معياري (0,50)، أما على مستوى الأبعاد والمتمثلة في (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون) فقد جاءت أيضا بدرجة منخفضة، باستثناء البعدين (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين) فقد كان كل منهما بدرجة متوسطة.

وقد أشارت نتائج التحليل إلى أن درجة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة رغوة الجنوب منخفضة، وقد يدل ذلك على أن المؤسسة لا تدرك أهمية المسؤولية الاجتماعية وأن عليها الالتزام بالمسؤولية اتجاه كل من مستثمريها، مستهلكيها وموظفيها والمجتمع والبيئة المحيطة بها حيث أن أنشطة مؤسسة رغوة الجنوب في مجال المسؤولية الاجتماعية قد اقتصر على مجالات من بينها العمل الخيري واهتمامها بالمجتمع والبيئة المحيطة

بما بحيث تعمل على توزيع قفة رمضان كل سنة كمساعدة اجتماعية لصالح الموظف، كما أنها تهتم بمسؤوليتها تجاه الموظفين فيها بشكل كبير سواء من الناحية الطبية والوقائية، أو من الناحية المادية أو تنظيم أوقات العمل بشكل مناسب لهم وهذا ما نلاحظه من خلال الجدول السابق حيث كان الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع بدرجة متوسطة مقارنة بالأبعاد الأخرى والتي كانت بدرجة منخفضة، كما أنها تهتم بمجال الرياضة بحيث تقوم المؤسسة ببعض النشاطات الرياضية لموظفيها، وأحيانا بالتنسيق مع مؤسسات أخرى لكسر روتين العمل، في حين نلاحظ أنه ومن خلال إجابات عينة الدراسة أن التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون واتجاه البيئة واتجاه المالكين واتجاه أخلاقيات الأعمال كانت بدرجة ضعيفة. ومنه الفرضية الأولى "تلتزم مؤسسة رغوة الجنوب بمبادئ المسؤولية الاجتماعية" محققة نسبيا.

وفيما يلي عرض تفصيلي للعبارات التي تقيس درجة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة رغوة الجنوب وفقا لكل مجال من المجالات وهي كما يلي:

أ. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين:

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة من العبارات المتمثلة في استجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم 17. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين

رقم الفقرة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	تسعى المؤسسة إلى تحقيق الأرباح وتعظيمها بطرق شفافة	1,91	0,81	منخفض
2	تحتزم المؤسسة مبدأ عدم إلحاق الضرر بالمنافسين حتى وإن تخلت على ربحها	2,09	1,01	منخفض

3	تقوم المؤسسة باقتناء أحدث التكنولوجيات لتسهيل الأعمال وزيادة مداخيلها	1,82	0,73	منخفض
4	تعمل المؤسسة على تدعيم مركزها التنافسي في السوق	1,87	0,81	منخفض
5	تسعى المؤسسة دائما إلى الاستغلال الأمثل للموارد من أجل التقليل من تكاليفها وزيادة إيراداتها	1,93	0,86	منخفض
	المتوسط العام لمجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين	1,92	0,73	منخفض

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر من الجدول (17) أن المتوسط العام لمجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين جاء بدرجة منخفضة وبمتوسط حسابي بلغ (1,92) وانحراف معياري (0,73)، وقد احتلت الفقرة رقم (2) والتي نصها "تتكرم المؤسسة مبدأ عدم إلحاق الضرر بالمنافسين حتى وإن تخلت على ربحها" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,09) وبدرجة منخفضة، في حين جاءت الفقرة رقم (5) والتي نصها "تسعى المؤسسة دائما إلى الاستغلال الأمثل للموارد من أجل التقليل من تكاليفها وزيادة إيراداتها" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (1,93) وبدرجة منخفضة، تليها الفقرة رقم (1) والتي نصها "تسعى المؤسسة إلى تحقيق الأرباح وتعظيمها بطرق شفافة" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (1,91) وبدرجة منخفضة، ثم الفقرة رقم (4) والتي نصها "تعمل المؤسسة على تدعيم مركزها التنافسي في السوق" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1,87) وبدرجة منخفضة، بينما الفقرة رقم (3) والتي نصها "تقوم المؤسسة باقتناء أحدث التكنولوجيات لتسهيل الأعمال وزيادة مداخيلها" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (1,82) وهي أيضا بدرجة منخفضة.

وقد أشارت النتائج إلى أن مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين احتل المرتبة الخامسة مقارنة بمجالات الدراسة الأخرى وقد يدل ذلك على أن المؤسسة لا تولي أهمية كبيرة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين بحيث جاءت بدرجة منخفضة حسب إجابات أفراد العينة، حيث تبين أن المؤسسة لا تهمها مصلحة المالكين بقدر ما تهمها مصلحة المتعاملين معها، بحيث تضع المجتمع ومتطلباته في مركز اهتماماتها عند اتخاذ القرارات، بحيث تربط مصالحها بمصالح المجتمع وترتبط معه بالتزامات معينة.

ب. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع:

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات المتمثلة في استجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم 18. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الفقرة
منخفض	1,04	2,30	تساهم المؤسسة في تقديم المساعدات الخيرية مثل التبرع للجمعيات، مساعدة المرضى..... إلخ	1
متوسط	1,28	2,69	تساهم المؤسسة في التخفيف من مشكلة البطالة من خلال توفير مناصب العمل	2
مرتفع	0,93	3,48	تقوم المؤسسة بتوظيف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة	3
منخفض	0,90	2,32	كانت للمؤسسة مبادرات اجتماعية خاصة في فترة اجتياح فيروس كورونا	4
منخفض	0,95	2,24	تقوم المؤسسة بدعم النشاطات الرياضية	5
متوسط	0,68	2,60	المتوسط العام لبعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر من الجدول (18) أن المتوسط العام لمجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع جاء بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ (2,60) وانحراف معياري (0,68)، وقد احتلت الفقرة رقم (3) والتي نصها "تقوم المؤسسة بتوظيف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3,48) وبدرجة مرتفعة، في حين جاءت الفقرة رقم (2) والتي نصها "تساهم المؤسسة في التخفيف من مشكلة البطالة من خلال توفير مناصب العمل" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2,69) وبدرجة متوسطة، ثم الفقرة رقم (4) والتي نصها "كانت للمؤسسة مبادرات اجتماعية خاصة في فترة اجتياح فيروس كورونا" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2,32) وبدرجة منخفضة، تليها الفقرة رقم (1) والتي نصها "تساهم المؤسسة في تقديم المساعدات الخيرية مثل التبرع للجمعيات، مساعدة المرضى..... إلخ" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2,30) وبدرجة ضعيفة، بينما الفقرة رقم (5) والتي نصها "تقوم المؤسسة بدعم النشاطات الرياضية" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (2,24) وهي أيضا بدرجة منخفضة.

وقد أشارت النتائج إلى أن مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع احتل المرتبة الثانية مقارنة بمجالات الدراسة الأخرى وقد يدل ذلك على أن المؤسسة تولي أهمية للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع فهي تعي أن وظيفتها لا يجب أن تنحصر في ممارسة أعمالها المخصصة لها فقط، بل يجب أن تؤدي دورها الكامل الذي ينبع من قيم مجتمعتها، وهذا ما يجعلها تساهم بشكل فعال وإيجابي في تحسين المجتمع وتطويره من خلال الاستثمار في مشاريع ذات عائد تنموي، وتقديم الدعم المباشر وغير المباشر للمؤسسات الخيرية واحترام القوانين

السائدة في المجتمع وتعزيز القيم الأخلاقية والتكافل الاجتماعي، والعمل على مواجهة الأزمات والكوارث، بالإضافة إلى العمل على توفير فرص عمل لأفراد المجتمع بمختلف فئاتهم حيث لاحظنا أن الفقرة " تقوم المؤسسة بتوظيف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة " تحصلت على أعلى متوسط حسابي حيث كانت بدرجة مرتفعة، وهذا يدل على أن المؤسسة تهتم فعلاً بتحسين المجتمع وامتصاص البطالة فيه.

ج. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال:

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات المتمثلة في استجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم 19. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال

رقم الفقرة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	تتوافق أهداف المؤسسة مع القيم الأخلاقية للمجتمع ومراعاة حقوق الإنسان	2,08	1,01	منخفض
2	تتمتع المؤسسة بالنزاهة في استقطاب العاملين من منافسيها	2,22	1,16	منخفض
3	تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في التعاملات (بيع وشراء)	2,53	1,37	منخفض
4	تحتزم المؤسسة العادات والتقاليد والعرف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه	2,17	1,13	منخفض
5	تؤكد المؤسسة على العاملين بضرورة التحلي بأخلاقيات العمل	2,16	1,17	منخفض
	المتوسط العام لبعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال	2,23	1,00	منخفض

المصدر: من إعداد الطالبات اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر من الجدول (19) أن المتوسط العام لمجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال جاء بدرجة منخفضة وبمتوسط حسابي بلغ (2,23) وانحراف معياري (1)، وقد احتلت الفقرة رقم (3) والتي نصها "تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في التعاملات (بيع وشراء)" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,53) وبدرجة منخفضة، في حين جاءت الفقرة رقم (2) والتي نصها "تتمتع المؤسسة بالنزاهة في استقطاب العاملين من منافسيها" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2,22) وبدرجة ضعيفة، بينما الفقرة رقم (4) والتي نصها " تحتزم المؤسسة العادات والتقاليد والعرف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه " فقد جاءت في المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي

(2,17) وهي أيضا بدرجة منخفضة، ثم الفقرة رقم (5) والتي نصها "تؤكد المؤسسة على العاملين بضرورة التحلي بأخلاقيات العمل" فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2,16) وبدرجة منخفضة، وأخيرا الفقرة رقم (1) والتي نصها " تتوافق أهداف المؤسسة مع القيم الأخلاقية للمجتمع ومراعاة حقوق الإنسان " بمتوسط حسابي (2,08) وبدرجة منخفضة أيضا.

وقد أشارت النتائج إلى أن مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال احتل المرتبة الثالثة مقارنة بمجالات الدراسة الأخرى، وقد يدل ذلك على أن المؤسسة لا تولي أهمية كبيرة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال بالرغم من أنها مهمة للغاية لنمو المؤسسة ونجاحها، حيث أن أخلاقيات الأعمال تؤدي إلى علاقات إيجابية بين الموظفين والعملاء والمجتمع وهذه العلاقات بدورها تعود بالفائدة لصالح المؤسسة، كما أن أخلاقيات الأعمال تساهم بإيجابية في صحة المجتمع ورفاهيته، حيث يساعد تبني القيم الأخلاقية المرتبطة بالنزاهة والشفافية والمساءلة في ضبط أداء الموظفين وتعزيز القدرة على اتخاذ قرارات مسؤولة اجتماعيا اتجاه أصحاب المصلحة.

د. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة:

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة من العبارات المتمثلة في استجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم 20. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

رقم الفقرة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	تعتمد المؤسسة على طرق وآلات مسالمة للبيئة	1,77	0,63	منخفض جدا
2	تتبع المؤسسة أساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تساعد على التقليل من المخلفات	1,79	0,81	منخفض جدا
3	تساهم المؤسسة في حملات التشجير والنشاطات الصديقة للبيئة	3,30	1,08	متوسط
4	تعتبر حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة المؤسسة	1,93	1,14	منخفض
5	تمنع المؤسسة التدخين داخل محيطها	1,35	0,70	منخفض جدا
	المتوسط العام لبعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	2,03	0,51	منخفض

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر من الجدول (20) أن المتوسط العام لمجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة جاء بدرجة منخفضة وبمتوسط حسابي بلغ (2,03) وانحراف معياري (0,51)، وقد احتلت الفقرة رقم (3) والتي نصها "تساهم المؤسسة في حملات التشجير والنشاطات الصديقة للبيئة" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3,30) وبدرجة متوسطة، في حين جاءت الفقرة رقم (4) والتي نصها "تعتبر حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة المؤسسة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (1,93) وبدرجة منخفضة، بينما الفقرة رقم (2) والتي نصها "تتبع المؤسسة أساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تساعد على التقليل من المخلفات" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (1,79) وبدرجة منخفضة جدا، ثم جاءت الفقرة رقم (1) والتي نصها "تعتمد المؤسسة على طرق وآلات مسالمة للبيئة" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1,77) وبدرجة منخفضة جدا، أما الفقرة رقم (5) والتي نصها "تمنع المؤسسة التدخين داخل محيطها" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (1,35) وهي أيضا بدرجة منخفضة جدا.

وقد أشارت النتائج إلى أن مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة احتل المرتبة الرابعة مقارنة بمجالات الدراسة الأخرى، وقد يدل ذلك على أن المؤسسة لا تولي أهمية كبيرة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة بحيث تحصلت كل فقرات هذا البعد على متوسطات منخفضة إلى منخفضة جدا باستثناء الفقرة "تساهم المؤسسة في حملات التشجير والنشاطات الصديقة للبيئة" فكانت بدرجة متوسطة وعلى الرغم من أن البيئة أحد العناصر المهمة في المسؤولية الاجتماعية والتي لا بد للمؤسسات أن تأخذها بعين الاعتبار خلال نشاطها، من خلال اختيار

طرق إنتاجهم بشكل يقلل من تفريغ النفايات السامة والعمل على استهلاك طاقة أقل، وكذلك اختيار المواد المستخدمة في الإنتاج بشكل سليم مع العمل على إعادة تدوير المنتجات غير الصالحة.

هـ. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين:

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات المتمثلة في استجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم 21. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

رقم الفقرة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	توفر المؤسسة مناخ عمل ملائم لعمالها من أجل أداء المهام بسهولة (النقل، الإطعام، أماكن الاستراحة)	3,27	0,96	متوسط
2	تلتزم المؤسسة بمبدأ تكافؤ الفرص بين جميع العمال	3,19	1,09	متوسط
3	تعترف المؤسسة بعمل النقابات العمالية وتستمع لطلباتهم	3,41	0,91	مرتفع
4	تعمل المؤسسة على تكريم وتحفيز العمال المتفوقين والمبدعين في العمل	3,45	1,06	مرتفع
5	تستفيد عائلات العمال من مزايا تمنحها المؤسسة كالمخيمات الصيفية وتكريم الأبناء المتفوقين	3,45	0,89	مرتفع
	المتوسط العام لبعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين	3,35	0,76	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر من الجدول (21) أن المتوسط العام لمجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين جاء بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ (3,35) وانحراف معياري (0,76)، وقد احتلت الفقرة رقم (5) والتي نصها " تستفيد عائلات العمال من مزايا تمنحها المؤسسة كالمخيمات الصيفية وتكريم الأبناء المتفوقين " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3,45) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (4) والتي نصها " تعمل المؤسسة على تكريم وتحفيز العمال المتفوقين والمبدعين في العمل " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3,45) وبدرجة مرتفعة أيضا، في حين جاءت الفقرة رقم (3) والتي نصها " تعترف المؤسسة بعمل النقابات العمالية وتستمع لطلباتهم " في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,41) وبدرجة مرتفعة، بينما الفقرة رقم (2) والتي نصها " توفر المؤسسة مناخ عمل ملائم لعمالها من أجل أداء المهام بسهولة (النقل، الإطعام، أماكن الاستراحة) " فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3,27) وبدرجة

متوسطة، في حين جاءت الفقرة رقم (2) والتي نصها "تلتزم المؤسسة بمبدأ تكافؤ الفرص بين جميع العمال" في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي (3,19) بدرجة متوسطة.

وقد أشارت النتائج إلى أن مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين احتل المرتبة الأولى مقارنة بمجالات الدراسة الأخرى، وقد يدل ذلك على أن المؤسسة تلتزم اجتماعيا اتجاه العاملين بحيث تبين من خلال إجابات عينة الدراسة أن المؤسسة تولي أهمية للمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين بدرجة متوسطة، حيث أن المؤسسة تدرك تماما أن الالتزام بها له أثر إيجابي على عمال المؤسسة، وأن كل ما ينفق على رعاية العامل صحيا واجتماعيا وترفيهيا يعد استثمارا للمؤسسة، لأنه على قدر ما يتمتع به العامل من إشباع حاجاته الصحية والجسمية والنفسية على قدر ما يزداد إنتاجه بالكف والكيف.

و. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون:

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات المتمثلة في استجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم 22. استجابة عينة الدراسة حول بعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون

رقم الفقرة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة	1,77	0,83	منخفض جدا
2	تحرص المؤسسة على تقديم التصريحات اللازمة لمصالح الضمان الاجتماعي والخاصة بعمالها	1,72	0,75	منخفض جدا
3	تلتزم المؤسسة بالقوانين التي تعمل على حماية العمال من المخاطر وتوفير الرعاية الصحية لهم	1,74	0,82	منخفض جدا
4	تحتزم المؤسسة قوانين المنافسة	2,14	0,95	منخفض
5	تحتزم المؤسسة قانون حماية المستهلك	2,11	0,97	منخفض
	المتوسط العام لبعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون	1,90	0,71	منخفض

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر من الجدول (22) أن المتوسط العام لمجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون جاء بدرجة منخفضة وبمتوسط حسابي بلغ (1,90) وانحراف معياري (0,71)، وقد احتلت الفقرة رقم (4) والتي نصها "تحتزم

المؤسسة قوانين المنافسة " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,14) وبدرجة منخفضة، في حين جاءت الفقرة رقم (5) والتي نصها " تحترم المؤسسة قانون حماية المستهلك " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2,11) وبدرجة منخفضة أيضا، بينما العبارة رقم (1) والتي نصها " تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة " فقد جاءت في المرتبة الثالثة وبتوسط حسابي (1,77) بدرجة منخفضة جدا، تليها الفقرة رقم (3) والتي نصها " تلتزم المؤسسة بالقوانين التي تعمل على حماية العمال من المخاطر وتوفير الرعاية الصحية لهم " في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1,74) وبدرجة منخفضة جدا، في حين جاءت الفقرة رقم (2) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1,72) وبدرجة منخفضة جدا.

وقد أشارت النتائج إلى أن مجال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون احتل المرتبة السادسة والأخيرة مقارنة بمجالات الدراسة الأخرى، وقد يدل ذلك على أن المؤسسة لا تلتزم بشكل كبير بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون، حيث تبين من إجابات أفراد العينة والتي جاءت معظمها بدرجات منخفضة إلى منخفضة جدا، أن المؤسسة لا تولي أهمية للقوانين التي تفرضها الدولة والتي تعد واجبا قانونيا ملزما على المؤسسة من أجل دفع ورفع الأضرار التي قد تحدثها بالبيئة أو بالمستهلكين، وعلى الرغم من أنه لا توجد جهود مباشرة من الدولة الجزائية تتعلق بممارسة المسؤولية الاجتماعية إلا أن هناك قوانين وتشريعات من شأنها ضمان حماية المستهلك والعمال والبيئة تسعى الدولة إلى تجسيدها في المؤسسات الاقتصادية، حيث يعتبر تطبيق هذه القوانين والتشريعات بمثابة مسؤولية اجتماعية اتجاه القانون.

2. اختبار الفرضية الثانية:

للإجابة على السؤال الثاني والذي نصه: " هل هناك خلق للقيمة المشتركة بمؤسسة رغوة الجنوب؟".

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول خلق القيمة المشتركة بمؤسسة رغوة الجنوب، والجدول الآتي توضح ذلك:

جدول رقم 23. استجابة عينة الدراسة حول القيمة المشتركة

رقم الفقرة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	تؤدي الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة إلى تعظيم أرباحها وزيادة حصتها السوقية	1,90	0,94	منخفض
2	إن التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية يساعدها على جذب موارد بشرية كفؤة ومميزة	2,35	1,05	منخفض

3	تعتبر المسؤولية الاجتماعية ميزة تنافسية للمؤسسة تميزها عن الآخرين	2,33	1,02	منخفض
4	تلبى المؤسسة معظم الاحتياجات المهنية والاجتماعية لعمالها بغرض رفع قدرتهم الإنتاجية	2,62	1,32	متوسط
5	الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تساهم في تحسين صورتها وسمعتها	2,25	1,05	منخفض
6	تعمل المؤسسة على توسيع قاعدتها الإنتاجية من خلال إنشاء فروع جديدة في المناطق البعيدة والفقيرة	2,74	1,34	متوسط
7	تخصص مؤسستكم جزء من منتجاتها لتلبية حاجات خاصة لبعض الزبائن كالمرضى	1,69	0,71	منخفض جدا
8	ساهمت التكنولوجيا العالية في تخفيض تكاليف الإنتاج في كل مراحله	1,95	0,75	منخفض
9	إن الالتزام الجيد بالمسؤولية الاجتماعية يزيد من فرص المؤسسة في الحصول على شهادات للمواصفات والمعايير الدولية	2,04	0,96	منخفض
10	تساهم المؤسسة من خلال إنتاج منتجات صديقة للبيئة في تنمية الاقتصاد الدائري	2,87	1,29	متوسط
	المتوسط العام لخلق القيمة المشتركة	2,27	0,68	منخفض

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ويظهر من الجدول (23) أن المتوسط العام لخلق القيمة المشتركة جاء بدرجة منخفضة ومتوسط حسابي بلغ (2,27) وانحراف معياري (0,68)، وقد احتلت الفقرة رقم (10) والتي نصها " تساهم المؤسسة من خلال إنتاج منتجات صديقة للبيئة في تنمية الاقتصاد الدائري " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2,87) وبدرجة متوسطة، في حين جاءت الفقرة رقم (6) والتي نصها " تعمل المؤسسة على توسيع قاعدتها الإنتاجية من خلال إنشاء فروع جديدة في المناطق البعيدة والفقيرة " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2,74) وبدرجة متوسطة، بينما الفقرة رقم (4) والتي نصها " تلبى المؤسسة معظم الاحتياجات المهنية والاجتماعية لعمالها بغرض رفع قدرتهم الإنتاجية " فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2,62) وبدرجة متوسطة، تليها الفقرة رقم (2) التي نصها " إن التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية يساعدها على جذب موارد بشرية كفؤة ومميزة " جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2,35) وانحراف معياري (1,05) وبدرجة منخفضة، ثم جاءت الفقرة رقم (3) والتي نصها " تعتبر المسؤولية الاجتماعية ميزة تنافسية للمؤسسة تميزها عن الآخرين " في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2,33) وانحراف معياري (1,02) وبدرجة منخفضة، وبعدها جاءت الفقرة رقم (5) التي نصها " الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تساهم في تحسين صورتها وسمعتها " في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2,25) وانحراف معياري (1,05) وبدرجة

منخفضة أيضا، في حين جاءت الفقرة رقم (9) والتي نصها "إن الالتزام الجيد بالمسؤولية الاجتماعية يزيد من فرص المؤسسة في الحصول على شهادات للمواصفات والمعايير الدولية" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (2,04) وانحراف معياري (0,96) وبدرجة منخفضة، ثم الفقرة رقم (8) والتي نصها "ساهمت التكنولوجيا العالية في تخفيض تكاليف الإنتاج في كل مراحله" في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (1,95) وانحراف معياري (0,75) وبدرجة منخفضة، بعدها الفقرة رقم (1) التي نصها "تؤدي الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة إلى تعظيم أرباحها وزيادة حصتها السوقية" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (1,90) وانحراف معياري (0,94) وبدرجة منخفضة، بينما جاءت الفقرة رقم (7) والتي نصها "تخصص مؤسستكم جزء من منتجاتها لتلبية حاجات خاصة لبعض الزبائن كالمريض" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1,69) وانحراف معياري (0,71) وبدرجة منخفضة جدا.

وقد أشارت نتائج التحليل إلى أن خلق القيمة المشتركة بمؤسسة رغوة الجنوب منخفضة، وقد يدل ذلك على أن المؤسسة وعلى الرغم من كل الجهود التي تبذلها والأنشطة الاجتماعية المتنوعة والتي تسعى من خلالها إلى تحسين حصتها السوقية وتحسين سمعتها مع ربط ذلك بمصالح المجتمع وذلك بالسعي إلى إيجاد إمكانية لخلق قيمة مالية من خلال تلبية الاحتياجات المجتمعية بحيث تقوم على مبدأ أنه لا ربح للمنظمة دون ربح للمجتمع، أي يجب البحث عن الفرص المالية المتاحة من خلال مراعاة الاحتياجات المجتمعية، إلا أن النتائج تبين أن القيمة المشتركة في المؤسسة كانت منخفضة.

ومنه الفرضية الثانية "هناك خلق للقيمة المشتركة بمؤسسة رغوة الجنوب" محققة نسبيا.

3. اختبار الفرضية الثالثة:

للإجابة على السؤال الأول والذي نصه: "هل هناك علاقة ارتباط بين التزام مؤسسة رغوة الجنوب بمسؤوليتها الاجتماعية وخلقها للقيمة المشتركة؟"، تم احتساب معاملات الارتباط بيرسون، والانحدار الخطي البسيط، والجداول الآتية توضح ذلك:

جدول رقم 24. حساب معامل الارتباط بيرسون بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

درجة المعنوية sig	معامل الارتباط بيرسون	
0,000	0,791**	المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) أن قيمة الدلالة الإحصائية (sig) قد بلغت (0,00) وهي أقل من (0,05) إذن يوجد ارتباط دال إحصائيا بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في مؤسسة رغوة الجنوب

ومن خلال قيمة معامل الارتباط والتي قدرت ب (0,79) وهي قيمة موجبة، إذن نقول هناك ارتباط طردي بين المتغيرين أي أنه كلما زاد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كلما زاد خلق القيمة المشتركة فيها، وبما أن هذه القيمة أكبر من (0,7) إذن نقول هناك ارتباط طردي قوي بين المتغيرين، وهذه النتيجة متوقعة لأن التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية يحقق لها مزايا عديدة من أهمها خلق القيمة المشتركة، حيث أن التزام المؤسسة بالسلوك الأخلاقي والعمل على تحسين جودة حياة العاملين لديها، ومساهمتها في التنمية الاقتصادية مع الالتزام بالشفافية واحترام البيئة والمجتمع ككل يحقق لها قيمة مستدامة، بحيث تحقق قيمة اقتصادية لها وفي الوقت نفسه تحقق منافع للمجتمع الذي تنشط فيه.

ومنه الفرضية الثالثة " هناك علاقة ارتباط بين التزام مؤسسة رغوة الجنوب بمسؤوليتها الاجتماعية وخلقها للقيمة المشتركة " محققة.

جدول رقم 25. حساب الانحدار الخطي البسيط

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	تعديل R ²	خطأ التقدير
1	0,791	0,625	0,619	0,412

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول رقم (25) أن معامل الارتباط الخطي بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة هو (0,79) أي أن هناك ارتباط طردي قوي كما هو مبين في الجدول السابق، أما القوة التفسيرية فقد بلغت (0,62) بمعنى أن (62 %) من خلق القيمة المشتركة الذي يكون في المؤسسة محل الدراسة يعود إلى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

حيث أصبح خلق القيمة المشتركة ضرورة ملحة في ظل وجوب تحمل المؤسسة الاقتصادية لمسؤوليتها الاجتماعية في سياق يجعل كافة قراراتها مقترنة بمصلحة المجتمع والبيئة، وفي نفس الوقت فإن خلق المؤسسة لقيمة مشتركة يمكن أن ينفع المجتمع الذي تنشط فيه وفي الوقت نفسه تعزز قدرتها التنافسية.

حيث أن خلق القيمة المشتركة يجمع بين تحقيق القيمة الاقتصادية للمؤسسة من جهة وتحقيق المنافع الاجتماعية من جهة أخرى فأى مؤسسة تسعى للنجاح وتحقيق الميزة التنافسية على المدى الطويل عليها أن تستثمر وتحقق الأهداف الاجتماعية والبيئية، وبالتالي فإن المؤسسة عند التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية فإنها تخلق القيمة المشتركة بصورة غير مباشرة وبدون دراية أو تخطيط مسبق لها، أو أنها تلتزم بمسؤوليتها الاجتماعية وهي مدركة بأنها الطريقة الفعالة لخلقها للقيمة المشتركة، حيث أنها ومن خلال معالجتها للقضايا الاجتماعية من خلال سلوك المصلحة الذاتية أي أن الأمر لا يتعلق بفعل الخير من أجل الخير بل فعل الخير من أجل تحقيق النجاح الاقتصادي.

والنسبة المتبقية وهي (38 %) ترجع لعوامل أخرى مثل تعظيم المردودية المالية للمساهمين ربما قد تتمثل في التركيز على تخفيض التكاليف، وتحصيل عوائد أكبر، أو من خلال استحداث عمليات إدارية أكثر كفاءة وفعالية مقارنة بالمنافسين.

جدول رقم 26. حساب معاملات الارتباط بيرسون بين أبعاد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

خلق القيمة المشتركة		
درجة المعنوية sig	معامل الارتباط بيرسون	
0,000	0,468**	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين
0,000	0,557**	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع
0,000	0,542**	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال
0,000	0,476**	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة
0,000	0,607**	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين
0,000	0,552**	الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ وجود ارتباط دال إحصائيا بين أبعاد المتغير المستقل المسؤولية الاجتماعية (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون) والمتغير التابع خلق القيمة المشتركة، وقد كانت أكبر قيمة ارتباط بين (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين وخلق القيمة المشتركة) حيث بلغت (60%)، تليها قيمة الارتباط بين (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع وخلق القيمة المشتركة) والتي بلغت (55%)، في حين أن

أقل نسبة ارتباط فقد كانت بين (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين وخلق القيمة المشتركة) حيث بلغت (46%).

المطلب الثالث: نتائج الدراسة

1. الفرضية الأولى: "تلتزم مؤسسة رغوة الجنوب بمبادئ المسؤولية الاجتماعية"

للتحقق من صحة الفرضية أو عدمها قمنا باحتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، وفقا لكل مجال من مجالات الدراسة والمتمثلة في (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون)، وكذلك المجال الكلي وقد تم التوصل إلى أن المتوسطات الحسابية للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية جاءت وعلى المستوى الكلي بدرجة منخفضة، بمتوسط حسابي (1,92) وانحراف معياري (0,73)، أما على مستوى الأبعاد والمتمثلة في (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون) فقد جاءت أيضا بدرجة منخفضة، باستثناء البعدين (الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين) فقد كان كل منهما بدرجة متوسطة.

ومن خلال هذه النتائج نقول إن الفرضية الأولى "تلتزم مؤسسة رغوة الجنوب بمبادئ المسؤولية الاجتماعية" محققة نسبيا.

2. الفرضية الثانية: "هناك خلق للقيمة المشتركة بمؤسسة رغوة الجنوب"

للتحقق من صحة الفرضية أو عدمها قمنا باحتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول خلق القيمة المشتركة بمؤسسة رغوة الجنوب وقد تم التوصل إلى أن المتوسط العام لخلق القيمة المشتركة جاء بدرجة منخفضة وبمتوسط حسابي بلغ (2,27) وانحراف معياري (0,68).

ومن خلال هذه النتائج نقول إن الفرضية الثانية "هناك خلق للقيمة المشتركة بمؤسسة رغوة الجنوب" محققة نسبيا.

3. الفرضية الثالثة: "هناك علاقة ارتباط بين التزام مؤسسة رغوة الجنوب بمسؤوليتها الاجتماعية وخلقها للقيمة المشتركة"

للتحقق من صحة الفرضية أو عدمها قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في مؤسسة رغوة الجنوب، وقد تم التوصل إلى أنه يوجد ارتباط طردي قوي ذو دلالة إحصائية بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في مؤسسة رغوة الجنوب حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (sig) (0,00) وهي أقل من (0,05)، وقدرت قيمة معامل الارتباط (0,79).

ومن خلال هذه النتائج نقول إن الفرضية الثالثة " هناك علاقة ارتباط بين التزام مؤسسة رغوة الجنوب بمسؤوليتها الاجتماعية وخلقها للقيمة المشتركة " محققة.

خلاصة الفصل:

تم في هذا الفصل إسقاط ما تم التطرق إليه في الجانب النظري، وهذا لمعالجة الإشكالية المطروحة وتحديد الإجابة المنطقية والواقعية لها، ولتحقيق هذا الهدف تم إعداد استمارة خصيصا لهذا الغرض، وزعت على عينة من مجتمع الدراسة في مؤسسة رغوة الجنوب بتقوت وبعد اختبار الاستبيان تبين أنه يتمتع بدرجة كبيرة من الصدق والثبات.

وقد بينت نتائج اختبار الفرضيات أن مستوى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في مؤسسة رغوة الجنوب كان منخفضا، وأن الفرضية محققة نسبيا، كما أن هناك علاقة طردية قوية بينهما.

الخاتمة

الخاتمة

إن التزام المؤسسات بالأداء الاجتماعي يمثل الخيار الأفضل لنجاحها في بيئتها، والذي أصبح لا يقاس بما تحقّقه من أهداف اقتصادية فقط، وإنما ما تحقّقه على المستوى الاجتماعي كذلك، وهو ما يدفع بها إن أرادت البقاء والاستمرارية إلى دمج الاعتبارات الاجتماعية بشكل تدريجي ومتواصل ضمن استراتيجياتها.

ومن هنا أصبح النجاح في المزج بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كأداة لتحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية وكوسيلة للتخلي بالقيم الجوهرية التي تجعلها مواطنا صالحا في المجتمع، تحديا حقيقيا للمؤسسة أمام هذا الزخم من التطورات والتغيرات اللامتناهية، ويتجسد هذا التحدي في خلق ما يعرف بالقيمة المشتركة، والذي يمثل أساسا القاسم المشترك بين القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية.

وقد اهتمت هذه الدراسة بمعرفة مدى مساهمة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة بمؤسسة رغبة الجنوب بتفرت التي حاولنا من خلالها إسقاط دراستنا النظرية على واقع المؤسسة. وبعد معالجتنا لجوانب الموضوع النظرية منها والتطبيقية توصلنا إلى النتائج التالية:

النتائج النظرية:

- عرف مفهوم المسؤولية الاجتماعية تطورا عبر عدة مراحل زمنية، بدءا من اعتباره عملا خيريا تطوعيا ووصولاً إلى ماهي عليه اليوم واعتبارها أبعد من مجرد عبء تتحمله المؤسسات بل هي وسيلة من وسائل الديمومة وتحقيق أهدافها الاقتصادية.
- لم يتم التوصل إلى تعريف موحد ودقيق للمسؤولية الاجتماعية، لكن يمكن الإجماع على أنها مراعاة المؤسسات للاهتمامات الاجتماعية والبيئية في استراتيجياتها على نحو تطوعي، وهو ما يحقق الترابط المتوازن بين تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة وبين توقعات المجتمع الذي يحتضنها.
- برامج المسؤولية الاجتماعية تغطي أربع مستويات جوهرية هي المسؤولية الاقتصادية، المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيرية والالتزام بها مجتمعة يعتبر مثاليا لتكون المؤسسة مسؤولة اجتماعيا.

- مفهوم القيمة المشتركة يأتي بعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية ويهدف إلى الاستثمار في المشاكل والحاجات الاجتماعية بدل الاقتصار على القيام بالأعمال الخيرية والتبرعات التي ترتبط بالحالة الاقتصادية للمؤسسة.
- ما تخلفت عن التكفل به المؤسسة من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية يعتبر فرصة كبيرة تستثمر فيه لتحقيق قيمة مشتركة.
- خلق القيمة المشتركة منهج جديد للمؤسسات يتجاوز مرحلة المسؤولية الاجتماعية من خلال الاستثمار في الحاجات المجتمعية لتحقيق استدامة الأعمال وتحقيق مزيد من الربح والنمو المستقبلي.
- نموذج خلق القيمة المشتركة يعمل على إدخال تحسينات وتطويرات مستمرة في المنتجات وتطويرها وتشجيع الابتكار فيها من خلال نظام رائد الجودة ويعمل على تقديم منتجات مميزة وبمواصفات ذات جودة عالية وعالمية بأخف التكاليف وزيادة الأداء التنافسي.
- يوفر خلق القيمة المشتركة فرصا تجارية وفوائد متعددة للمجتمعات ومنظمات الأعمال والدولة من خلال منح فرص مقاربة لكل أفراد المجتمع للتطور والنجاح والتكفل بالفئات الهشة والضعيفة بالمجتمع من خلال رفع معدلات التوظيف وخلق علاقات جيدة مع المساهمين وأصحاب المصالح.

النتائج التطبيقية:

- غياب ثقافة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لدى مسيري مؤسسة الجنوب ومحدودية اطلاعهم على الموضوع، وهذا ما لمسناه من خلال دراستنا الميدانية.
- تطبيق نموذج خلق القيمة المشتركة في المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة كان نسبيا بسبب انخفاض مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية.
- التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية اتجه المجتمع من خلال التبرعات والمساعدات المالية والتوظيف والمبادرات التي قامت بها من خلال جائحة كورونا خاصة عدم تسريح العمال وانتهاج منهج تخفيض من الأجر فقط وتخفيض أيام العمل واعتماد نظام المناوبة حفاظا على دخل الأسر والتقليل من البطالة.
- انخفاض مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية اتجه العاملين والموظفين مما قد يخلق عدم الرضا الوظيفي لديهم فينعكس على مردودهم ومن ثم على الإنتاج والقدرة التنافسية للمؤسسة.

- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة رغبة الجنوب ليس أولوية مقصودة، وكل ما تحقق منه كان يغلب عليه الطابع الإنساني أكثر.

التوصيات:

- الفهم الجيد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وتبنيها وكيفية تطبيقها لخلق قيمة مشتركة بالمؤسسة.
- عدم الاقتصر في ممارسة المسؤولية الاجتماعية على التبرعات والحملات الإعلانية والمبادرات الخيرية بل يجب أن تمتد إلى إشباع الحاجيات التي لم تحققها من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية وحل المشاكل من خلال استراتيجية تبني خلق قيمة مشتركة.
- على المؤسسة تبني المسؤولية الاجتماعية وتطويرها اتجاه العمال خاصة لتحقيق رضا وظيفي ومن ثم تحقيق التحفيز على المد والعطاء والإنتاج ولتحقيق قيمة واستمرارية تنافسية في السوق والحفاظ على الكفاءات الموجودة واعتبارها جزء لا يتجزأ من سياستها العامة التي يجب أن تحرص على أدائها بشكل جيد.
- على المؤسسة الاطلاع على التجارب الرائدة في مجال ممارسة المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة والتعرف عليها والاستفادة منها.
- تبني المسؤولية الاجتماعية بالطرق الصحيحة من طرف المؤسسة وخلق قيمة مشتركة لتحقيق مكانة أفضل في السوق الوطنية والعالمية.
- على المؤسسة التعامل بشكل جدي مع برامج المسؤولية الاجتماعية لخلق قيمة مشتركة لأن إهمالها يضعف قدرتها التنافسية وصورتها وسمعتها.

آفاق الدراسة:

- إجراء دراسات حول القيمة المشتركة في مؤسسات أخرى خاصة في الجنوب للتعريف بها وبأثرها في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسة في السوق.
- إجراء دراسات حول التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في الجزائر لنموذج خلق القيمة المشتركة.

- وضع الدولة لقوانين وتنظيمات وتحفيزات للمؤسسات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة والتعريف بهما من خلال الملتقيات والدورات التكوينية وهذا ما لمسناه مؤخرا إلا أنه ليس بالقدر الكافي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. المراجع العربية:

أولاً- الكتب:

1. صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات من الألف إلى الياء، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2015، الأردن.
2. طارق عبد العال حماد. حوكمة المؤسسات: المفاهيم، المبادئ، التجارب، تطبيقات الحوكمة في المصارف، الدار الجامعية، مصر، 2005.
3. طاهر محسن الغالي. صالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. دار وائل النشر والتوزيع. ط4، 2015.
4. محمد الصيرفي المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر. الإسكندرية، مصر، 2007.
5. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية 2016.
6. مدحت أبو النصر ياسمين، مدحت محمد، التنمية المستدامة، المجموعة العربية للتدريب والنشر القاهرة، ط 1، 2017.
7. منال محمد عباس، المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دار المعرفة الجامعية، 2014.
8. نعمة عباس الخفاجي وطاهر محسن الغالي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2008.

ثانياً- المذكرات والرسائل الجامعية:

9. حدة سلطاني، المؤسسة وإشكالية التوفيق بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق أهدافها الاقتصادية: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للدهان - وحدة سوق أهراس والمؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز - قلمة، مذكرة ماستر، تخصص العلوم الاقتصادية، جامعة قلمة سنة 2018.

10. عادل غربي، العناقيد الصناعية ودورها في خلق القيمة المشتركة في بيئة منظمات الأعمال بالجزائر: دراسة حالة المؤسسات الصيدلانية. أطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، تخصص مقاولاتية، جامعة حمه لخضر الوادي، 2023.
11. عبد القادر الجيلاني سيخاوي. مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر: دراسة ميدانية بمجمع صيدال، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، 2021.
12. محمد بن الشيخ، تأثير الخصائص الشخصية للمسير القائد على تبني مقارنة القيمة المشتركة للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مؤسستي موبيليس واتصالات الجزائر-ورقلة للفترة 2012/2016، مذكرة ماستر. كلية العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، تخصص مالية مؤسسة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2019.
13. فؤاد العويني وحوامدي فيصل ومشاركة عبد السلام، دور المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة الشهيد حمه لخضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2021.
14. مريم بعجوج، دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة المركب الصناعي التجاري مطاحن الزيبان - القنطرة بيسكرة للفترة 2010-2011، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018.
15. منار سلمان إبراهيم الدليمي، دور الدولة في دعم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات: دراسة تحليلية مقارنة، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، 2020.
16. نوال ضيائي، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010.
17. هلال وسام أرحاب، دور الإدارة بالقيم في خلق القيمة بالمؤسسة الاقتصادية: دراسة لعينة من المؤسسات للفترة ما بين 2011 و2015، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص دراسات مالية، 2017.
18. وهيبة مقدم، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، رسالة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة وهران، 2014.

ثانيا- المجالات والدوريات:

19. إسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات: منظور تحليلي، مجلة الامتياز في بحوث الاقتصاد والإدارة، 04 (01)، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2020.
20. إيمان تريمة، عواطف مطرف، مساهمة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة: شركة المراعي أنموذجا، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، 06 (02)، جامعة باجي مختار عنابة، 2023.
21. جميلة العمري، محمد زرقون. دور الأطراف الخارجية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة ورقلة، العدد 8. 2015.
22. حسين هادي غيزة وماهر ناجي علي، تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم العالية في قرارات مستخدمي هذه القوائم: دراسة تطبيقية واستطلاعية، مجلة العربي للعلوم الاقتصادية والمالية، جامعة الكوفة.
23. سميرة لغويل، نوال زماي. المسؤولية الاجتماعية: المفهوم- الأبعاد- المعايير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، العدد 27، ديسمبر 2016.
24. عبد القادر شيباني، محمد فلاق، واقع تبني منظمات الأعمال لأنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة - شركة Navartis أنموذجا، مجلة الاقتصاد والبيئة، 03 (03)، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2020.
25. فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، محمد فلاق، التوجه الذكي نحو تبني خلق القيمة المشتركة كدعامة لاستدامة المؤسسات الاقتصادية: تقييم تجربة بنك الإسكندرية، مجلة العلوم الاجتماعية، 16 (01)، جامعة الشلف، الجزائر، 2022.
26. فيروز بوشويط، حبيبة بن زغدة، دور المعرفة لدى الرأسمال البشري في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة الخزف الصحي بالميلية ولاية جيجل، مجلة التنظيم والعمل، 11 (4)، جامعة جيجل الجزائر، 2023.
27. محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية: شركتي سوناطراك الجزائر وأرامكو السعودية أنموذجا، مجلة الباحث، العدد 12، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2012.
28. محمد جودت ناصر، علي الخضر. المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، منشورات جامعة دمشق، 2013.

29. نور الدين شهبوني، عبد الله المتقي، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، المسؤولية المجتمعية للمنظمات: آليات الانتقال نحو تنمية مستدامة، إحالة ذاتية رقم 2016/126، 2016.
30. وهيبة مقدم، بشير بكار، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفات الدولية أيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والتسيير، جامعة مستغانم، 2014، (1)7.

ثالثا- الملتقيات والمؤتمرات:

31. إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد لأعمال المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، الملتقى الدولي الثاني عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، جامعة حسيبة بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الشلف نوفمبر 2016.
32. عمر مصطفى، صابرين فقير، أنيس دباب، المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ومساهمتها في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة: دراسة حالة المديرية العملية لاتصالات الجزائر - وكالة الوادي. جامعة الوادي، يومي 26 و 27 سبتمبر، 2021.

رابعا- المواقع الإلكترونية:

33. وهيبة مقدم. اقتصاديات البيئة والمسؤولية الاجتماعية: دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة، 2009. متاحة على الرابط: www.iefpedia.com/arab/wp، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2024/04/01 الساعة 22:10.

2. المراجع الأجنبية:

1. Jacques Iglaens, Assaad Akremi, Jean-Pascal Gond. La RSE vue par les salariés: Phare ou rétroviseur ? Revue de gestion des ressources humaines. N° 82. Édition ESK. France. 2011. p 34.
2. Marie-Françoise Guyonnaud et Frédérique Milliard. Du management environnemental au développement durable des entreprises. France. ADEME. mars 2004, p 5.
3. Henri Servais, Anne Tamayo. The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness Management Science. Vol. 159. N° 5. May 2013.p104.
4. Piotr Wojcik, How Creating Shared Value Differs from Corporate Social Responsibility, Journal of Management and Business Administration. Central Europe'', Vol. 24 No 2, 2016, p 2 ,
5. World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering. Vol: 10, No: 8, 2016, p 2445.

قائمة الملاحق

ملحق رقم (01): نموذج استبانة الدراسة

جامعة الشهيد حمه لخضر

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وأما بعد: في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات بعنوان: «دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة». نتوجه إليكم بفائق الاحترام والتقدير، راجين منكم الإجابة على عباراته بصدق وموضوعية وشاكرين لتعاونكم لإنجاح هذه الدراسة، وذلك بوضع علامة (X) أمام الخانة التي تعكس رأيكم بمصادقية، علما أن المعلومات التي ستقدمونها ستحاط بالسرية التامة، ولن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

تحت إشراف الأستاذة:

من إعداد الطلبة:

بن عيسى ريم

- روبي نوال

- قدام فوزية

- بن مبارك دلال

المعلومات الشخصية:

الجنس	☐ ذكر	☐ أنثى
العمر	☐ أقل من 25	☐ من 26-35
المستوى الدراسي	☐ الثانوي أو أقل	☐ جامعي
خبرة العمل	☐ أقل من 5 سنوات	☐ من 5-10 سنوات
	☐ أكثر من 10 سنوات	☐ من 46 فما فوق
	☐ من 36-45 سنة	☐ مستوى آخر
	☐ من 35-46 سنة	☐ تقني

المحور الأول: مدى تبني المسؤولية الاجتماعية

محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	موافق	موافق بشدة	العبارة
					الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين
					01 تسعى المؤسسة إلى تحقيق الأرباح وتعظيمها بطرق شفافة
					02 تحترم المؤسسة مبدأ عدم إلحاق الضرر بالمنافسين حتى وإن تخلت على ربحها
					03 تقوم المؤسسة باقتناء أحدث التكنولوجيات لتسهيل الأعمال وزيادة مداخيلها
					04 تعمل المؤسسة على تدعيم مركزها التنافسي في السوق
					05 تسعى المؤسسة دائماً إلى للاستغلال الأمثل للموارد من أجل التقليل من تكاليفها وزيادة إيراداتها
					الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع
					01 تساهم المؤسسة في تقديم المساعدات الخيرية مثل التبرع للجمعيات، مساعدة المرضى..... إلخ
					02 تساهم المؤسسة في التخفيف من مشكلة البطالة من خلال توفير مناصب العمل
					03 تقوم المؤسسة بتوظيف الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.
					04 كانت المؤسسة مبادرات اجتماعية خاصة في فترة اجتياح فيروس كورونا
					05 تقوم المؤسسة بدعم النشاطات الرياضية
					الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أخلاقيات الأعمال
					01 تتوافق أهداف المؤسسة مع القيم الأخلاقية للمجتمع ومراعاة حقوق الإنسان
					02 تتمتع المؤسسة بالنزاهة في استقطاب العاملين من منافسيها
					03 تؤكد المؤسسة على ضرورة الصدق والوضوح في التعاملات (بيع وشراء)
					04 تحترم المؤسسة العادات والتقاليد والعرف السائد في المجتمع الذي تنشط فيه
					05 تؤكد المؤسسة على العاملين بضرورة التحلي بأخلاقيات العمل
					الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

					01	تعتمد المؤسسة على طرق وآلات مسالمة للبيئة
					02	تتبع المؤسسة أساليب حديثة في تصميم المنتجات بطريقة تساعد على التقليل من المخلفات
					03	تساهم المؤسسة في حملات التشجير والنشاطات الصديقة للبيئة
					04	تعتبر حماية البيئة من أهم مرتكزات ثقافة المؤسسة
					05	تمنع المؤسسة التدخين داخل محيطها
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين						
					01	توفر المؤسسة مناخ عمل ملائم لعمالها من أجل أداء المهام بسهولة (النقل، الإطعام، أماكن الاستراحة)
					02	تلتزم المؤسسة بمبدأ تكافؤ الفرص بين جميع العمال.
					03	تعترف المؤسسة بعمل النقابات العمالية وتستمع لطلباتهم
					04	تعمل المؤسسة على تكريم وتحفيز العمال المتفوقين والمبدعين في العمل
					05	تستفيد عائلات العمال من مزايا تمنحها المؤسسة كالمخيمات الصيفية وتكريم الأبناء المتفوقين
الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه القانون						
					01	تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة
					02	تحرص المؤسسة على تقديم التصاريحات اللازمة لمصالح الضمان الاجتماعي والخاصة بعمالها
					03	تلتزم المؤسسة بالقوانين التي تعمل على حماية العمال من المخاطر وتوفير الرعاية الصحية لهم
					04	تحتزم المؤسسة قوانين المنافسة
					05	تحتزم المؤسسة قانون حماية المستهلك.

المحور الثاني: خلق القيمة المشتركة

العبارة	موافق بشدة	موافق	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد
01 تؤدي الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة إلى تعظيم أرباحها وزيادة حصتها السوقية					
02 إن التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية يساعدها على جذب موارد بشرية كفؤة ومميزة					
03 تعتبر المسؤولية الاجتماعية ميزة تنافسية للمؤسسة تميزها عن الآخرين					
04 تلبي المؤسسة معظم الاحتياجات المهنية والاجتماعية لعمالها بغرض رفع قدرتهم الإنتاجية					
05 الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة تساهم في تحسين صورتها وسمعتها					
06 تعمل المؤسسة على توسيع قاعدتها الإنتاجية من خلال إنشاء فروع جديدة في المناطق البعيدة والفقيرة					
07 تخصص مؤسستكم جزء من منتجاتها لتلبية حاجات خاصة لبعض الزبائن كالمريض					
08 ساهمت التكنولوجيا العالية في تخفيض تكاليف الإنتاج في كل مراحله					
09 إن الالتزام الجيد بالمسؤولية الاجتماعية يزيد من فرص المؤسسة في الحصول على شهادات للمواصفات والمعايير الدولية					
10 تساهم المؤسسة من خلال إنتاج منتجات صديقة للبيئة في تنمية الاقتصاد الدائري					

ملحق رقم (02): مخرجات التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

المسؤولية الاجتماعية ودورها في خلق القيمة المشتركة

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
اتجاه_المالكين	62	1,9290	,73426
تجاه_المجتمع	62	2,6097	,68848
اخلاقيات_الاعمال	62	2,2355	1,00590
تجاه_البيئة	62	2,0323	,51622
تجاه_العاملين	62	3,3581	,76919
تجاه_القانون	62	1,9000	,71861
N valide (liste)	62		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
تقوم التي الإجتماعية الأنشطة تؤدي بها المؤسسة إلى تعظيم أرباحها وزيادة حصتها السوقية	62	1,9032	,69447
بالمسؤولية المؤسسة التزام إن الإجتماعية بسا عداها على جذب موارد بشرية كفوة ومميزة	62	2,3548	1,05732
ميزة الإجتماعية المسؤولية تعتبر تنافسية للمؤسسة تميزها عن الآخرين	62	2,3387	1,02339
الإحتياجات معظم المؤسسة تلبي المهنية والإجتماعية لعمالها بغرض رفع قدرتهم الإنتاجية	62	2,6290	1,32113
بها تقوم التي الإجتماعية الأنشطة المؤسسة تساهم في تحسين صورتها وسمعتها	62	2,2581	1,05482
فأعدتها توسيع على المؤسسة تعمل الإنتاجية من خلال إنشاء فروع جديدة في المناطق البعيدة و الفقيرة	62	2,7419	1,34207
منتجاتها من جزء مؤسستكم تخصص لتلبية حاجات خاصة لبعض الزبائن كالمريض	62	1,6935	,71492
تخفيض في العالوية التكنولوجيا ساهمت تكاليف الإنتاج في كل مراحله	62	1,9516	,75590
بالمسؤولية الجيد الإلتزام إن الإجتماعية يزيد من فرص المؤسسة في الحصول على شهادات للمواصفات والمعايير الدولية	62	2,0484	,96543
إنتاج خلال من المؤسسة تساهم منتجات صديقة للبيئة في تنمية الإقتصاد الأثري	62	2,8710	1,29923
N valide (liste)	62		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الأرباح تحقيق إلى المؤسسة تسعى ونعطيها بطرق شفافة	62	1,9194	,81579
إلحاق عدم مبدأ المؤسسة تحترم الضرر بالمنافسين حتى وإن خلت على ربحها	62	2,0968	1,01964
أحدث بإقتناء المؤسسة تقوم التكنولوجيا لتسهيل الأعمال وزيادة مداخيلها	62	1,8226	,73605
مركزها تدعيم على المؤسسة تعمل التنافسي في السوق	62	1,8710	,81951
الإستغلال إلى دائما المؤسسة تسعى الأمثل للموارد من أجل التقليل من تكاليفها وزيادة إيراداتها	62	1,9355	,86595
المساعدات تقديم في المؤسسة تساهم التجربة مثل التبرع للجمعيات، مساعده المرضى.... إلخ	62	2,3065	1,04941
مشكلة من التخفيف في المؤسسة تساهم البطالة من خلال توفير مناصب العمل	62	2,6935	1,28788
الأشخاص بتوظيف المؤسسة تقوم ذوي الاحتياجات الخاصة	62	3,4839	,93637
إجتماعية مبادرات للمؤسسة كانت خاصة في فترة إجتياح فيروس كورونا	62	2,3226	,90126
الأنشطة بدعم المؤسسة تقوم الرياضية	62	2,2419	,95274
القيم مع المؤسسة أهداف تتوافق الأخلاقية للمجتمع ومراعاة حقوق الإنسان	62	2,0806	1,01300
إستقطاب في بالنزاهة المؤسسة تتمتع العاملين من منافسيها	62	2,2258	1,16534
الصدق ضرورة على المؤسسة تؤكد والوضوح في التعاملات (بيع و شراء) والتقاليد العادات المؤسسة تحترم	62	2,5323	1,37564
والعرف السائد في المجتمع الذي تتنشط فيه	62	2,1774	1,13837
بضرورة العاملين على المؤسسة تؤكد التحلي بأخلاقيات العمل	62	2,1613	1,17618
آلات وطرق على المؤسسة تعتمد مساهمة للبيئة	62	1,7742	,63812
تصميم في حديثة أساليب المؤسسة تنتج المنتجات بطريقة تساعد على التقليل من المخلفات	62	1,7903	,81255
التشجير حملات في المؤسسة تساهم والأنشطة الصديقة للبيئة	62	3,3065	1,08021
مركزات أهم من البيئة حماية تحترق ثقافة المؤسسة	62	1,9355	1,14335
محيطها داخل التدخين المؤسسة تمنع مائكم عمل مناح المؤسسة توفر	62	1,3548	,70355
لعمالها من أجل أداء المهام بسهولة (الإستراحة أماكن، الإطعام، النقل)	62	3,2742	,96103
بين الفرص تكافؤ بمبدأ المؤسسة تلتزم جميع العمال	62	3,1935	1,09901
اللقابات بعمل المؤسسة تحترف العمالية وتستمتع لطلباتهم	62	3,4194	,91523
وتحفر تكريم على المؤسسة تعمل العمال المتقويين والمبدعين في العمل	62	3,4516	1,06629
مزايا من العمال عائلات تستفيد تمنحها المؤسسة كالمعاشات الصغيرة وتكريم الأبناء المتقويين	62	3,4516	,89950
القوانين تطبق على المؤسسة تحرص والتشريعات التي تفرضها الدولة	62	1,7742	,83802
تقديم على المؤسسة تحرص التصريحات اللازمة لمصالح الضمان الإجتماعي والخاصة بعمالها	62	1,7258	,75029
تعمل التي بالقوانين المؤسسة تلتزم على حماية العمال من المخاطر وتوفير الرعاية الصحية لهم	62	1,7419	,82850
المنافسة قوانين المؤسسة تحترم	62	2,1452	,95552
المستهلك حماية قانون المؤسسة تحترم	62	2,1129	,97686
N valide (liste)	62		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
المسؤولية_الاجتماعية	62	2,3441	,50208
القيمة_المستركة	62	2,2790	,66804
N valide (liste)	62		

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	62	100,0
Exclue ^a	0	,0
Total	62	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,903	30

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	62	100,0
Exclue ^a	0	,0
Total	62	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,837	10

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,910	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,685	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,906	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,493	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,835	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,880	5

Corrélations

		المسؤولية_الاجتماعي ة	القيمة_المشتركة
المسؤولية_الاجتماعية	Corrélation de Pearson	1	,791**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	62	62
القيمة_المشتركة	Corrélation de Pearson	,791**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	62	62

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		انجاء_المالكين	نجاه_المجتمع	احافيات_الاعمال	نجاه_البيئة	نجاه_العاملين	نجاه_القانون	القيمة_المشتركة
انجاء_المالكين	Corrélation de Pearson	1	,241	,541**	,409**	,237	,408**	,468**
	Sig. (bilatérale)		,059	,000	,001	,063	,001	,000
	N	62	62	62	62	62	62	62
نجاه_المجتمع	Corrélation de Pearson	,241	1	,189	,455**	,450**	,336**	,557**
	Sig. (bilatérale)	,059		,142	,000	,000	,008	,000
	N	62	62	62	62	62	62	62
احافيات_الاعمال	Corrélation de Pearson	,541**	,189	1	,317*	,357**	,324*	,542**
	Sig. (bilatérale)	,000	,142		,012	,004	,010	,000
	N	62	62	62	62	62	62	62
نجاه_البيئة	Corrélation de Pearson	,409**	,455**	,317*	1	,332**	,529**	,476**
	Sig. (bilatérale)	,001	,000	,012		,008	,000	,000
	N	62	62	62	62	62	62	62
نجاه_العاملين	Corrélation de Pearson	,237	,450**	,357**	,332**	1	,201	,607**
	Sig. (bilatérale)	,063	,000	,004	,008		,117	,000
	N	62	62	62	62	62	62	62
نجاه_القانون	Corrélation de Pearson	,408**	,336**	,324*	,529**	,201	1	,552**
	Sig. (bilatérale)	,001	,008	,010	,000	,117		,000
	N	62	62	62	62	62	62	62
القيمة_المشتركة	Corrélation de Pearson	,468**	,557**	,542**	,476**	,607**	,552**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	62	62	62	62	62	62	62

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الانحدار الخطي البسيط

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,791 ^a	,625	,619	,41225

a. Prédicteurs : (Constante), المسؤولية_الاجتماعية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	17,026	1	17,026	100,185	,000 ^b
	Résidus	10,197	60	,170		
	Total	27,223	61			

a. Variable dépendante : القيمة_المشتركة

b. Prédicteurs : (Constante), المسؤولية_الاجتماعية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	-,188	,252		-,744	,460
المسؤولية_الاجتماعية	1,052	,105	,791	10,009	,000

a. Variable dépendante : القيمة_المشتركة

معرفة العمر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide من أقل 25	2	3,2	3,2	3,2
سنة من 26-35	22	35,5	35,5	38,7
سنة من 36-45	29	46,8	46,8	85,5
من أكبر 45	9	14,5	14,5	100,0
Total	62	100,0	100,0	

معرفة الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	28	45,2	45,2	45,2
أنثى	34	54,8	54,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

المستوى الدراسي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل أو الثانوي	21	33,9	33,9	33,9
تفقي	17	27,4	27,4	61,3
جامعي	21	33,9	33,9	95,2
آخر مستوى	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

خبرة العمل

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنوات من 5 أقل	12	19,4	19,4	19,4
سنوات من 5-10	29	46,8	46,8	66,1
سنوات من 10 أكثر	21	33,9	33,9	100,0
Total	62	100,0	100,0	

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

MOUSSE DU SUD

Bon d'Acompte

Matricule :

Nom & Prénom :

Date d'Acompte :

Montant d'Acompte :DA

SignatureComptabilitéBénéficiaire

ملحق رقم (04): تصريح بالاشتراك لدى مصالح الضمان الاجتماعي (صفحة 2/1)

SECURITE SOCIALE CNAS CNAS TOUGGOURT			DESTINATAIRE SARL LA MOUSSE DU SUD NOUVELLE ZONE INDUSTRIELLE BP 278 TOUGGOURT	
CODE AGENCE	DATE DE RECEPTION	PERIODE DE COTISATION	NUMERO COTISANT	CLASSE
15500		MARS (03) 2024	55519619 38	01

DECLARATION DE COTISATIONS

A fournir au plus tard le :					même avec la mention néant	
CODE	NATURE DES COTISATIONS	DECOMPTE DES COTISATIONS			MOUVEMENT DU PERSONNEL	
		ASSIETTE	TAUX	MONTANT	ENTREE	SORTIE
R98 R22	FNPOS REGIME GENERAL REGIME GENERAL	3 333 360,73 3 333 360,73	0,5% 34,5%	16 666,80 1 150 009,45	0 0	0
					EFFECTIF TOTAL EN EXERCICE	
					104	
TOTAL DES COTISATIONS DUES..				1 166 676,25		

ENTREE : Nombre de travailleurs embauchés durant la période de cotisation.

SORTIE : Nombre de travailleurs débauchés durant la période de cotisation.

EFFECTIF TOTAL : Nombre de travailleurs en exercice à la fin de la période de cotisation.

BORDEREAU DE VERSEMENT DES COTISATIONS				
JOURNEE	CANAL	PERIODE	Montant versé à déduire	0.00
	13	MARS (03) 2024	Montant de versement	0.00
IDENTIFICATION COTISANT 55519619 38			Montant en lettres : UN MILLION CENT SOIXANTE-SIX MILLE SIX CENTS SOIXANTE-SEIZE DINAR(S) ET VINGT-CINQ CENTIME(S)	
SARL LA MOUSSE DU SUD NOUVELLE ZONE INDUSTRIELLE BP 278 TOUGGOURT				

Certifiée exacte à : TOUGGOURT

Le : 27/04/2024

Cachet et signature du cotisant



ملحق رقم (04): تصريح بالاشتراك لدى مصالح الضمان الاجتماعي (صفحة 2/2)

ETAT DES MOUVEMENTS DES SALARIES

Période : MARS (03) 2024

AGENCE : CNAS TOUGGOURT

Numéro Employeur : 55519619 38

Nom ou Raison Sociale : SARL LA MOUSSE DU SUD NOUVELLE ZONE INDUSTRIELLE BP 278
TOUGGOURT

Aucun mouvement déclaré (EMS néant).

Certifié exacte à : TOUGGOURT le : 27/04/2024



Cachet et signature du cotisant

ملحق رقم (05): قائمة الأساتذة المحكمين للاستبانة



جامعة الشهيد حمزة لخضر
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات



قائمة الأساتذة المحكمين للاستبانة

الرقم	اسم الأستاذ المحكم	الرتبة	مؤسسة الانتماء
01	د. أحمد تي	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي
02	د. عيشوش محمد الحافظ	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي
03	د. زكريا بلباسي	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الوادي
04	د. زكية محلوس	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الوادي