



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



كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم إقتصادية

التخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسات

دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة

دراسة حالة مؤسسة سوف للدقيق - الوادي -

إشراف الأستاذة:

أ.د. مسغوني منى

إعداد الطالبات:

مجيدي هناء

باهي مروة

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	د. دربال سمية
مشرفا مقرر	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	أ.د. مسغوني منى
عضوا مناقشا	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	د. بلباسي زكريا

الموسم الجامعي: 2021 / 2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

مهما طال الزمن فإن لكل بداية نهاية ولكل تعب راحة ولكل جهد ثمرة وثمره جهدي هذه المذكرة التي أهديتها إلى:

إلى تاج راسي وعوني في هذه الحياة إلى الذي تعب لأرتاح وكافح لأنال ورباني

على الصبر والقوة والإيمان أبي الغالي "السعيد" حفظه الله لي وأطال الله في عمره.

إلى ملاكي في الحياة... إلى معنى الحب والحنان... إلى بسمتي وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها

بلسم جراحي إلى أغلي الأحباب... أمي الحبيبة.

إلى من كان الأول في مساندتي وإلى رفيق الدرب وصديق الأيام جميعا بحلوها ومرها زوجي الغالي

"محمد مناصير"

إلى من شاركوني تفاصيل الحياة أمضيت معهم أسعد الأوقات إلى أخواتي ودفعن البيت

"منيرة، أحلام، نسرين، صفاء" وإخوتي "وليد، مسعود، عبد الرحمان"

إلى براعم بيتنا "إبراهيم، محمد، نورهان، سراج الدين"

إلى من تقاسمت معهم ضحكتي وفرحتي وعملي هذا "مروة" أدامهم الله ذخرا لي

إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالعطاء إلى رياحين الحب والوفاء إلى أخواتي التي لم تلدهن أمي "آية، أماني، حسناء،

هدى"

إلى من تسعهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

إليك أنت الذي تصفح مذكرتي الآن

هنا .

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك، الله جلّ جلاله.

إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى الوالدين فلولهما لما وجدت في الحياة، ومنهما تعلمت الصمود، مهما كانت الصعوبات
أمي وأبي أطال الله في عمرهم، وإلا إلى أخوتي وأخواتي ولا سيّما زوجي الذي طال ما
وفر لي كل ما يساعدني على إكمال دراستي.

أهدي إليكم رسالة الماستر داعية المولى سبحانه وتعالى أن تكلل بنجاح والقبول من
جانب أعضاء لجنة المناقشة المبجلين.

مروة.

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين الذي أعاننا على إنجاز هذه الدراسة ، وبعدها يشرفنا أن
نتقدم بالشكر الجزيل وعظيم الامتنان للدكتورة الفاضلة مسغوني منى لما أولته من
اهتمام وما بذلته من جهد في متابعة الدراسة فلم تتوانى عن تقديم المشورة والنصح
لنا ، راجيينا من الله أن يجزيها خير الجزاء.

والشكر الموصول أيضاً إلى أعضاء هيئة التدريس في قسم العلوم الاقتصادية كما لم
يفوتنا أن نتقدم بشكر إلى أصدقائنا الذي كانوا خيرا عون لنا في دراستنا.
كما نشكر كل من ساهم في إنجاز هذا الجهد سواء بالتشجيع أو المساندة.



المخلص



الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في مؤسسة دقيق سوف، وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي، بحيث تم اختيار عينة مكونة من 40 عامل بمؤسسة دقيق سوف لإجراء الدراسة الميدانية، التي تم الاعتماد فيها على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ان البعد الأول الذي يخص البعد الاقتصادي إلى أنه لا يوجد أثر للبعد على خلق القيمة المشتركة للمؤسسة محل الدراسة. في حين ان البعد القانوني والبعد الأخلاقي والبعد الخيري لها أثر على خلق القيمة المشتركة للمؤسسة. كما اثبتت نتائج الدراسة انه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في مؤسسة محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية الاجتماعية، خلق القيمة الاقتصادية، منفعة الاجتماعية، خلق القيمة المشتركة.

Abstract

This study aims to find out the role of social responsibility in Creating Shared Value in the foundation of accurate suf, and we have relied on the descriptive and analytical approach, so that a sample of 40 workers in the foundation was selected to conduct the field study, in which the questionnaire was relied on as a main tool for collecting data and information, and the study reached the following results: the first dimension that relates to the economic dimension that there is no impact of the dimension on the creation of the shared value of the institution under study. While the legal dimension, the ethical dimension and the charitable dimension have an impact on the creation of the shared value of the institution. The results of the study also proved that there is a statistically significant relationship between social responsibility and the creation of shared value in the studied institution.

Key words: Social Responsibility, economic value creation, social benefit, Shared Value Creation.

الفهرس



إهداء	
إهداء	
الملخص	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
المقدمة أ-ج	
الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.	

تمهيد:	5
المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.	6
المطلب الأول: مدخل حول المسؤولية الاجتماعية	6
المطلب الثاني: المقاربات النظرية للقيمة المشتركة	15
المطلب الثالث: الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة	20
المبحث الثاني: الدراسات السابقة للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.	22
المطلب الأول: الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية):	22
المطلب الثاني: الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالمتغير التابع (خلق القيمة المشتركة):	25
المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسة الحالية والسابقة:	28

29 خلاصة الفصل:

الفصل الثاني: دراسة حالة مؤسسة دقيق سوف -الوادي-

31 تمهيد:

32 المبحث الأول: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية.

32 المطلب الأول: بطاقة تعريفية لمؤسسة

37 المطلب الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

39 المطلب الثالث: ثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة

40 المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات

40 المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

43 المطلب الثاني: عرض وتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

51 المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

59 خلاصة الفصل:

60 الخاتمة

64 قائمة المراجع

70 الملاحق

71 الملحق رقم (01): الاستبيان

76 الملحق رقم (02): قائمة لجنة المحكمين للاستبيان

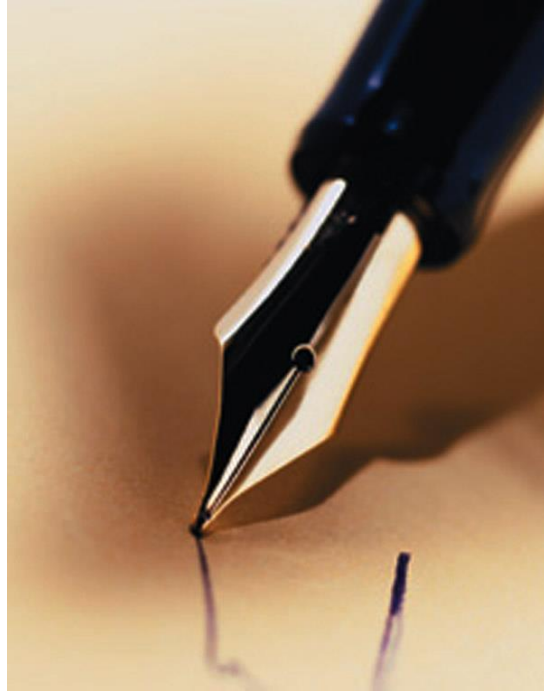
فهرس الجداول

الجدول رقم 01: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:	10
الجدول رقم 02: عناصر المسؤولية الاجتماعية والدور الاجتماعي للمؤسسة	12
الجدول رقم 03: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية	38
الجدول رقم 04: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بخلق قيمة مشتركة	38
الجدول رقم 05: مقياس ليكارت الثلاثي	39
الجدول رقم 06: معامل الثبات للاتساق الداخلي للفقرات المتغير المستقل والمتغير التابع	39
الجدول رقم 07: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد الاقتصادي	44
الجدول رقم 08: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد القانوني	45
الجدول رقم 09: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد الأخلاقي	46
الجدول رقم 10: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد الخيري	47
الجدول رقم 11: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب للآراء الخاصة بخلق القيمة المشتركة.	48
الجدول رقم 12: يمثل تحليل التباين	51
الجدول رقم 13: معاملات الارتباط بين المتغيرات المستقلة وخلق قيمة مشتركة	51
الجدول رقم 14: الارتباط الخطي بين المتغير المستقل والمتغير التابع	52
الجدول رقم 15: يمثل معاملات خط الانحدار البسيط	53
الجدول رقم 16: معاملات خط الانحدار المتعدد	53
الجدول رقم 17: اختبار T للعينات المستقلة بالنسبة للجنس	55
الجدول رقم 18: اختبار التباين الأحادي (Anova) لمتغيرات الدراسة وفقا لمتغير العمر	56
الجدول رقم 19: اختبار التباين الأحادي (Anova) لمتغيرات الدراسة وفقا لمتغير المستوى التعليمي	57
الجدول رقم 20: اختبار التباين الأحادي (Anova) لمتغيرات الدراسة وفقا لمتغير عدد سنوات الخدمة	58

فهرس الأشكال

- الشكل رقم 01: المفاهيم الثلاث للمسؤوليات: 7
- الشكل رقم 02: هرم "Carroll" للمسؤولية الاجتماعية 9
- الشكل رقم 03: نموذج خلق القيمة 18
- الشكل رقم 04: بطاقة فنية لشركة دقيق سوف-الوادي- 33
- الشكل رقم 05: مخطط يوضح الهيكل التنظيمي للشركة. 34
- الشكل رقم 06: مخطط يوضح مراحل الإنتاج. 36
- الشكل رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب الجنس 40
- الشكل رقم 08: تركيبة الأفراد حسب العمر 41
- الشكل رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليم 41
- الشكل رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخدمة 42
- الشكل رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب العمل المهني 43

المقدمة



المقدمة

لقد عرف الاقتصاد العالمي والوطني عدة تغيرات وتطورات في نشاطات وممارسات المؤسسات الاقتصادية، وهذا بعد ظهور منظمات دولية تسعى إلى ضبط قوانين تهدف إلى زرع أخلاقيات الأعمال والاهتمام بالجوانب الاجتماعية والبيئية، إذ أن هناك وجهتي نظر مختلفتين للمسؤولية الاجتماعية؛ تتمثل الأولى كون المؤسسات وحدات اقتصادية تهدف إلى زيادة الأرباح، أما الثانية فتري أن المؤسسات وحدات اجتماعية يجب أن تلعب دورا اجتماعيا متزايدا في بيئاتها.

فنجد عديد من المؤسسات التي بادرت إلى تحسين نوعية حياة عامليها، وإلى تحسين ظروف بيئة عملها، وتوفير العدالة الوظيفية، وغيرها من المبادرات الاجتماعية الداخلية والخارجية. حيث لم يعد تقييم المؤسسات يعتمد على ربحيتها فقط وخلق القيمة الاقتصادية، بل ظهرت مفاهيم معاصرة تساعد في خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في مختلف جوانب الحياة، ولعل من أبرز هذه المفاهيم مفهوم "المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بخلق قيمة المشتركة" للمؤسسات.

الإشكالية: من خلال ما سبق يمكن طرح إشكالية الدراسة كالآتي:

- ما مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في مؤسسة محل الدراسة؟
- باعتبار أن الإشكالية عبارة عن سؤال شامل، فقد حاولنا تفكيكه إلى تساؤلات فرعية تمثلت في:
- هل يوجد توافر لمستوى المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد توافر لخلق القيمة المشتركة في مؤسسة محل الدراسة؟
- هل توجد فروق جوهرية في أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد خلق القيمة المشتركة في المؤسسة محل الدراسة؟

■ هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في مؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية 0.05؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيرات الديمغرافية والتنظيمية؟

فرضيات الدراسة:

- هناك توافر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة.

- تسعى المؤسسة محل الدراسة إلى خلق القيمة المشتركة.
- توجد فروق جوهرية في أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد خلق القيمة المشتركة في المؤسسة محل

الدراسة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأبعاد خلق القيمة المشتركة.
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعود لمتغيرات الديمغرافية والتنظيمية.

مبررات اختيار الموضوع:

يعود اختيارنا لهذا الموضوع لعدة أسباب نذكر منها:

- يمثل موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة من انشغالات الساعة الراهنة.
- الاتجاه المتزايد للمؤسسات نحو تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- التعرف على مقارنة خلق القيمة المشتركة والتي تعتبر مرحلة ما بعد المسؤولية الاجتماعية.

أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الدراسة من خلال:

- عرض عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأهمية الالتزام بها.
- تسليط الضوء على موضوع في غاية الأهمية وهو القيمة المشتركة.

أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا إلى:

- التعرف على الخلفية النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومفهوم خلق القيمة المشتركة.
- محاولة الوصول إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي لها أثر في خلق القيمة.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود البحث فيما يلي:

- الحدود الموضوعية: اقتصر هذا البحث على دراسة دور المسؤولية الاجتماعية (كمتغير مستقل) في خلق القيمة المشتركة (كمتغير تابع).

- الحدود الزمانية: تم إنجاز هذه الدراسة في (4 أبريل 2022).

- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة الميدانية في مؤسسة سوف للدقيق بولاية الوادي.

صعوبات الدراسة:

- قلة المراجع التي تناولت موضوع مقارنة القيمة المشتركة.
- صعوبة الوصول إلى بعض المراجع المتخصصة وذات الصلة بالموضوع.

منهج البحث والأدوات المستخدمة:

من أجل الإلمام بمحتويات البحث ومعالجته بطريقة موضوعية تم التطرق إلى المنهج الوصفي والتحليلي باستخدام مختلف المراجع (الكتب، المقالات، المذكرات...) لجمع المعلومات النظرية الخاصة بمتغيرات الدراسة.

هيكل الدراسة:

بهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة، تم تناول الموضوع من خلال فصلين:

الفصل الأول: يشمل الأدبيات النظرية والتطبيقية للمفاهيم المتعلقة بدور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة، أما المبحث الثاني يخص الدراسات السابقة التي تناولت متغيري الدراسة.

الفصل الثاني: يتضمن دراسة حالة لمؤسسة دقيق سوف بحيث اعتمدنا في هذه الدراسة بشكل كبير على الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع المعلومات المستعملة في الدراسة. ففي المبحث الأول يتم تحديد الأدوات والطرق المنهجية في الدراسة، أما المبحث الثاني فيكون عرض لأبرز النتائج واختبار الفرضيات.

الفصل الأول

الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

- المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.
- المبحث الثاني: الدراسات السابقة للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.

تمهيد:

تعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من أبرز المفاهيم في الوقت الراهن، والتي ظهرت نتيجة تزايد الضغوط على المؤسسات، إذ نجد أن تقييمها لا يتوقف فقط على تحقيق الأرباح، بل أصبح الأمر يتعدى إلى تبني هذه المؤسسات دورا إيجابيا تجاه القوى العاملة والمجتمع الذي تعمل فيه كشرط أساسي لتحقيق النمو، فالمؤسسات تسعى إلى تجسيد المسؤولية الاجتماعية بشتى أبعادها. بحيث تهدف إلى تعظيم ثروتها وتحقيق رضا الأطراف المتعاملة معها، وهو مما أدى إلى تنامي الاهتمام بخلق القيمة.

بناء على ذلك يمكن تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالي:

المبحث الأول: مفاهيم حول المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.

المطلب الأول: مدخل حول المسؤولية الاجتماعية

الفرع الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لم تحظ المسؤولية الاجتماعية كمفهوم بتعريف محدد، لكونها تعد متغيراً حيويًا ديناميكيًا يتغير باستمرار ليتلاءم مع طبيعة المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وفيما يلي نذكر بعضاً من أبرز هذه التعاريف:

- يعد الباحث Bowen 1953 أول من تناول مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال كتابه "Social Responsibilities of Businessmen" فقد اعتبر أن الشركات الأمريكية تنشط في قلب الحياة السياسية والاجتماعية، وأن سلوكياتهم تأثر بشكل واسع في حياة الأفراد على مختلف المستويات.¹

- بينما عرفها Holmes 1985 على أنها التزام منظمة الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها.²

- أما Keith Davis يرى أن المسؤولية الاجتماعية تتمثل في تحقيق التوازن بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية، وذلك من خلال مواجهة التحديات الاجتماعية المختلفة.³

- وتعني المسؤولية الاجتماعية حسب البنك الدولي أنها التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة وبدوافع ذاتية في التنمية المستدامة من خلال العمل مع مكونات المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بما يخدم الاقتصاد والتنمية معاً.⁴

¹ فرعون محمد، أثر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أدائها المالي " حوصلة نظرية"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 11 - جامعة خميس مليانة، ص 293.

² بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، جامعة سطيف 01، 2012/2013، ص 58.

³ العايب عبد الرحمان، مساهمة إدماج البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة في تطوير إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 11 جوان 2012، جامعة سطيف، ص 11.

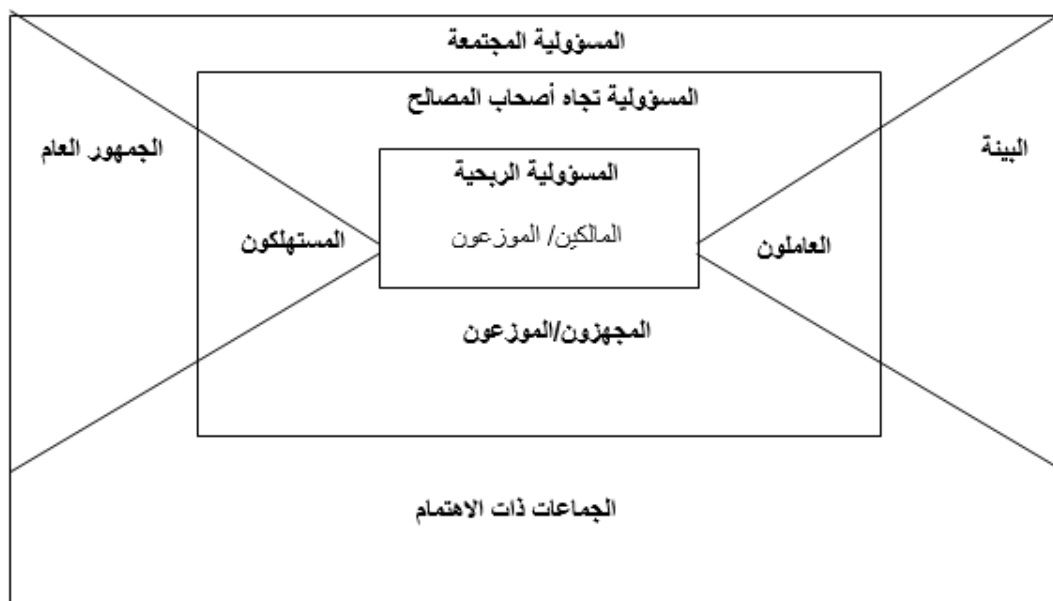
⁴ رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق، 2011، ص 6. <https://www.csr.sa.net>

-وعرفها BerkoWitz1997 في ثلاث مفاهيم أساسية:¹

- ✓ المسؤولية اتجاه تحقيق الأرباح: وتشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت تتمثل في تحقيق الأرباح للمالكيين وحملة الأسهم والمسؤولية القاصرة مؤيدة للأفكار Friedman.
- ✓ المسؤولية اتجاه أصحاب المصالح: تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين عاملين مجهزين، موزعين.
- ✓ المسؤولية اتجاه المجتمع: ويشير إلى ضرورة الاهتمام بالبيئة والمجتمع ككل، وذلك من خلال الاهتمام بما تطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل جماعة السلام الأخضر، والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية اتجاه البيئة مثل التسويق الأخضر.

وقد حدد BerkoWitz1997 المفاهيم الثلاث للمسؤوليات في الشكل التالي:

الشكل رقم 01: المفاهيم الثلاث للمسؤوليات:²



¹ غلاب فاتح. ختيري وهيبة، التجارب الدولية والعربية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة،

العدد 01، المجلد 05، جامعة محمد بوضياف المسيلة، جامعة يحي فارس المدينة، 2020، ص16. <https://www.asjp.cerist.dz>

² نورا محمد عماد الدين أنور، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، دراسة تطبيقية مقدمة إلى مركز الأبحاث السنوية، 2010، ص05.

المصدر: نورا محمد عماد الدين أنور، ص05

- وفي ضوء التعريفات السابقة يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنها مجموعة الواجبات أو التصرفات التي تقوم بها المنظمة من خلال قراراتها بزيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه إضافة لمصالحها الخاصة.

الفرع الثاني: أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية

أولاً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

❖ اختلفت وجهات نظر الكتاب والباحثين في محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية فوضعوا لها مسميات متباينة، ولكنها حددت في أربعة أبعاد كما أشار لها "Carroll" بأنها حاصل مجموع الأبعاد الأربعة كما يظهر في المعادلة التالية¹:

المسؤولية الاجتماعية للمنظمات = المسؤولية الاقتصادية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية الخيرية

✓ **البعد الاقتصادي:** ويستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي، حيث يشتمل على مجموعة من عناصر المسؤولية الاجتماعية يجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرية والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي وبما لا يلحق ضرراً في المجتمع والبيئة.²

✓ **البعد القانوني:** أي على منظمة الأعمال احترام القوانين والتشريعات المطبقة في المجتمع العاملة به، والابتعاد عن الأعمال الغير شرعية والتقييد به ومن خلال هذا الالتزام ستكسب المنظمة احترام الآخرين.³

¹ محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني المنظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية، رسالة للحوّل على درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية العلوم الإدارية، يونيو 2008، ص51.

² تومي عبد الكريم، تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات النفطية، مذكره لإستكمال شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.2017، ص8.

³ بلقايد محمد جواد، دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2019، ص19.

✓ **البعد الأخلاقي:** يفترض في إدارة منظمات الأعمال أن تستوعب الجوانب القيمية والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها، وفي حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم تؤطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها.

يعتبر أمرا ضروريا لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع وقبولها فعلى المنظمة أن تكون ملتزمة بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه.¹

✓ **البعد الخيري أو الإنساني:** الذي يشمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع، ولا تهدف إلى الربح. كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها.²

الشكل رقم 02: هرم "Carroll" للمسؤولية الاجتماعية³



¹ عمر رويحي فيسة، عيسى معزوي، دور ركائز الحوكمة في ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، مدرسة الدراسات العليا للأعمال، الجزائر، 2018، ص7.

² مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران، 2013/2014، ص80.

³ موسى قاسم، وآخرون، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 01، 2014، ص42.

المصدر: موسى قاسم القريوتي وآخرون، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، العدد 1، 2014، ص 42.

❖ كما للمسؤولية الاجتماعية لها ثلاثة أبعاد رئيسية وهي¹:

✓ البعد الاقتصادي: والذي يعني خلق الثروة وتحقيق التنمية الاقتصادية

✓ البعد الاجتماعي: الذي يركز على احترام إنسانية كل أصحاب المصلحة (المساهمون، الموظفون، الزبائن...).

✓ البعد البيئي: ويعني حماية البيئة والمورد والطبيعة.

❖ وتتضمن أيضا عدة أبعاد أخرى مترابطة ومتكاملة فيما بينها لتشكل في نهاية المطاف فلسفة المسؤولية

الاجتماعية التي تسعى المنظمة إلى تبنيها بما

يحقق لها الأهداف المرجوة وتتمثل هذه الأبعاد فيما يلي²:

الجدول رقم 01: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

أبعاد المسؤولية الاجتماعية			
المسؤولية اتجاه المجتمع	المسؤولية اتجاه حماية المستهلك	المسؤولية الأخلاقية	المسؤولية اتجاه حماية البيئة
❖ انجاز المشاريع الأساسية.	❖ التبيين	❖ تناسق أهداف المؤسسة	❖ الالتزام بالتشريعات البيئية.
❖ تقديم الهبات والتبرعات.	❖ السعر	❖ مع أهداف المجتمع.	❖ الاقتصاد في استخدام الموارد.
❖ توفير فرص العمل للنساء والمعاقين.	❖ الضمان	❖ عدم احتكار المنتجات.	❖ الاقتصاد في استخدام مصادر الطاقة.
❖ المساهمة في دعم	❖ التعبئة	❖ وجود دليل عمل أخلاقي للمنظمة.	❖ تجنب مسببات التلوث.
	❖ التوزيع	❖ تشجيع العاملين على	
	❖ الإعلان		

¹ وهيبة مقدم، الحاجة إلى تصميم لوحة قيادة من أجل دمج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال وقياس الأداء تجاهها، ورقة علمية، جامعة قاصدي مرباح، ورقة، ص 06.

² ليلي ريمة هيدوب وآخرون، الحوكمة كآلية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل المواصفات الدولية ايزو 26000، مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية، المجلد 04 العدد 01، جامعة قاصدي مرباح، ورقة، 2018، ص 40.

❖ الأنشطة الثقافية والحضارية.	❖ المقاييس والأوزان	❖ الإبلاغ عن الممارسات السلبية.	❖ آلية التخلص من النفايات.
❖ المساهمة في دعم الاقتصاد المحلي.	❖ النقل والتخزين	❖ عدم التحايل بالأسعار.	❖ المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للمواد الخام والطاقة.

المصدر: ليلي ريمة هيدوب وآخرون، ص40.

ثانيا: عناصر المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل عناصر المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

✓ **الاهتمام:** هو أساس العلاقة الاجتماعية والدافع الأساسي للأفضل والعمل إيجابيا، وهو أساس المسؤولية

الاجتماعية الأخرى كالمشاركة والتعاون.¹

✓ **الفهم:** وينقسم إلى شقين، الأول فهم الفرد للجماعة، والثاني فهم الفرد للمغزى الاجتماعي لأفعاله

ويقصد بالشق الأول فهم الفرد للجماعة، أي فهمه في حالتها الحاضرة من ناحية، وفهم لمؤسساتها ومنظماتها وعاداتها وقيمها ووضعها الثقافي وتاريخها، وأما الشق الثاني من الفهم، وهو فهم الفرد للمغزى الاجتماعي لأفعاله، فالمقصود به أن يدرك الفرد آثار أفعاله وتصرفاته وقراراته على الجماعة، أي فهم القيمة الاجتماعية لأي فعل أو تصرف اجتماعي يصدر عنه.²

✓ **المشاركة:** ويقصد بها اشتراك الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الاهتمام، وما يتطلبه الفهم من أعمال

تساعد الجماعة في إشباع حاجاتها، وحل مشكلاتها والوصول إلى أهدافها، وتحقيق رفاهيتها، والمحافظة على استمرارها وتظهر المشاركة قدر الفرد وقدرته على القيام بواجباته وتحمل مسؤولياته بضمير حي وروح صافية، وإرادة ثابتة.³

¹ حدوح عبد القادر، المعيار، مجلة فصلية أكاديمية دولية محكمة ماهرة، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الوشرسي، تيسميسلت، المجلد11، العدد2، ص171، 2020.

² ميسون محمد عبد القادر مشرف، التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة لاستكمال شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009، ص 114.

³ سلوى محمد عمار، فاعلية برنامج مقترح قائم على التعلم الخدمي لتدريس القضايا المعاصرة، جامعة الفيوم، العدد05، 2016، ص27،

ويؤكد الباحثون على الترابط، والتكامل بين عناصر المسؤولية الاجتماعية الثلاثة لأن كل منها ينمي الآخر ويدعمه، فالاهتمام يحرك الفرد إلى فهم الجماعة، وكلما زاد فهمه زاد اهتمامه، كما أن الاهتمام، والفهم ضروريان للمشاركة، والمشاركة نفسها تزيد من الاهتمام وتعمق من الفهم، ولا يمكن أن تتحقق المسؤولية الاجتماعية عند الفرد إلا بتوفير عناصرها الثلاثة.

كما يمكن تحديد عناصر أخرى وهي موضحة في الجدول التالي¹:

الجدول رقم 02: عناصر المسؤولية الاجتماعية والدور الاجتماعي للمؤسسة

العنصر	الدور الاجتماعي
المالكون	تعظيم قيمة السهم، تحقيق أكبر ربح، رسم صورة جيدة.
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، تدريب وتطوير، ظروف عمل مناسبة (إسكان، نقل، رواتب).
الزبائن	منتجات ذات نوعية، أسعار مناسبة، إعلان صادق.
المنافسون	منافسة عادلة نزيهة، عدم سحب عاملين بطرق نزيهة.
الموردون	المشاركة في التعامل، الصدق في التعامل، تسديد الالتزامات المالية.
المجتمع	خلق فرص عمل جديدة، احترام العادات والتقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصدق والمساهمة في حالة الكوارث.
البيئة	الاستخدام الأمثل للموارد، الحد من التلوث، تدعيم المنتجات الخضراء وغير ضارة، حماية البيئة.
الحكومة	الالتزام بالتشريعات والقوانين، المساهمة في حل القضايا الاجتماعية، تسديد الالتزامات الضريبية وعدم التهرب، المساهمة في البحث والتطوير، المساعدة في إعادة التأهيل والتدريب.
جماعات الضغط	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والبيئة، احترام دور النفايات العمالية وحسن التعامل معها، التعامل الصادق مع الصحافة.

المصدر: زهية عبا، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية في المؤسسة،

أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2019، ص71.

¹ زهية عبا، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية في المؤسسة، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2019، ص71.

الفرع الثالث: استراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية

أولاً: أسباب تبني المسؤولية الاجتماعية

هناك العديد من أسباب التي ساهمت في تبني فكرة المسؤولية الاجتماعية من طرف حكومات بعض الدول ومن طرف المؤسسات ذاتها منها ما يلي¹:

- ✓ ظهور مجموعات الضغط (حماية المستهلك، حماية البيئة، نقابات العمالية، المنظمات الحكومية وغير الحكومية) التي تنادي بالاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها وتتدخل في عمل المؤسسات التي تضر بها وإلزامها على تلافي ذلك وإسهام في إيجاد الحلول لها من خلال البحث وتقديم المساهمات المالية.
- ✓ تجنب التدخل الحكومي في قرارات المؤسسة، حيث أن عدم استجابة المؤسسة إلى ضغوطات الرأي العام والمجتمع في التعامل مع المشكلات الاجتماعية قد يعرضها إلى عقوبات.
- ✓ الرغبة في استمرار المؤسسة واقتناعها بأنها لا يمكن أن تنمو وتتطور في مجتمع مليء بالمشكلات الاجتماعية والبيئية.

✓ ظهور القوى السياسية والنقابات العمالية وتدخلها في القضايا الاجتماعية المتعلقة بأفراد المؤسسة من حيث الرعاية الصحية والمهنية والاجتماعية اللائقة.

- ✓ الرغبة في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهور المجتمع.
- ✓ تحقيق فكرة الانتماء والولاء لدى أفراد المؤسسة من خلال الاهتمام بمشاكلهم الاجتماعية والمهنية والصحية مما يساعد على رفع روحهم المعنوية مما ينعكس على زيادة إنتاجيتهم.
- ✓ تطور الفكر الإداري والأخذ بفكرة التسيير المتكامل من خلال الاهتمام المتوازن بجميع الأطراف المهمة بالمؤسسة.

ثانياً: فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية

في ظل تزايد الاهتمام المتزايد بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، يثور التساؤل حول الأسباب التي تشجع المنظمات على الالتزام بهذه المسؤولية خاصة في ضوء ما تنطوي عليه من أعباء مالية ومادية. وتشير التجارب الدولية إلى أن أهمية تبني الدور الاجتماعي يتمثل فيما يلي:

¹ ليلي ريمة هيدوب، مرجع سبق ذكره، ص39.

✓ **تحسين الأداء المالي:** البحوث التي أجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات، قد بينت وجود صلة حقيقية بين الممارسات المسؤولية اجتماعيا للشركات والأداء المالي الايجابي.

✓ **تخفيض تكاليف التشغيل:** هنالك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف مثل تقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغيير المناخ العالمي أو التقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية، كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها. والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الموارد البشرية.

✓ **تحسين سمعة المنظمات:** والتي تبنى على أساس الكفاءة في الأداء، والنجاح في تقديم الخدمات، والثقة المتبادلة بين المنظمات وأصحاب المصالح ومستوى الشفافية الذي تتعامل به هذه المنظمات ومدى مراعاتها للاعتبارات البيئة واهتمامها بالاستثمار البشري ويسهم التزام المنظمات بمسؤوليتها الاجتماعية بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها.¹

✓ **تعزيز المبيعات وولاء العملاء:** إن العودة بصورة ملحوظة إلى تامين النقاء البيئي والمنتجات الطبيعية قد دفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة، على الرغم من أن منظمات الأعمال التجارية يجب عليها أن في بالمقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجودة السلع وتوفرها، وسلامتها وملاءمتها، فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء أو عدم الشراء بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة، وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثيا.

✓ **زيادة الإنتاجية والجودة:** إن الجهود التي تبذلها المنظمات في سبيل الاطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء وتعزز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.

✓ **زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم:** المنظمات المسؤولة اجتماعيا يسهل عليها تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والمحافظة عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب. ويتم في الغالب

¹ أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، مداخلة الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، 2012، ص 7.

تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة ولهذا السبب، ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات منسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض من حيث القيم ويعزز بيئة العمل.¹

المطلب الثاني: المقاربات النظرية للقيمة المشتركة

الفرع الأول: مفهوم خلق القيمة وأنواعها

أولاً: مفهوم خلق القيمة:

- ظهر مفهوم خلق القيمة في منتصف التسعينات باعتباره مفهوماً استراتيجياً تم استخدامه في الولايات المتحدة الأمريكية بشكل واسع كمعيار لأداء الإدارة،² فالحاق مصطلح خلق إلى القيمة يؤكد بأن القيمة لا تأتي من عدم بحيث يقصد بها على أنها عملية متنوعة بمعنى الزيادة (زيادة القيمة) ف Acontratio ألقى القيمة على أنها عملية نقصان مع الوقت وهذه الفكرة طبقها على قيمة المنظمة والتي تعني أن خلق قيمة المنظمة يرجع إلى تحسين نوعية التسيير والتشغيل والمؤسسة.³

- حيث عرفه "الفريد ماريشال" على أنه رأس المال المستثمر ماروب في الفارق بين العائد على الاستثمار وتكلفة رأس المال، كما يعرفه "الربح المتبقي المتاح للمساهمين بعد حسم مكافأة رأس المال.

- كما تعرف أنها عملية الزيادة في القيمة، فهي تزود المؤسسة بمزايا تنافسية التي تعتبر وسيلة تمويل، لهذا يجب تطويرها وضمان إستمراريتها وبقائها ويجب أن تخدم المساهمين ومختلف الأطراف ذات المصلحة.⁴

ثانياً: أنواع خلق القيمة

يعتبر خلق نتيجة نهائية لعملية مستمرة في المؤسسة تتداخل فيها كل الأنشطة، وتتعدد الأطراف التي تعمل المؤسسة على إرضائها، ومن هنا نتناول كل من البعد المالي والتنظيمي وبعد الزبون:

¹ فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، أطروحة دكتوراه، جامعة أكلي محمد أولحاج، لبويرة، 2018.2019، ص33.

² شعبان محمد عقيل، قدرة مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة مقابل مؤشرات الأداء التقليدية على تفسير التغيير في القيمة السوقية للأسهم، مذكرة الحصول على درجة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة 2015، ص

³ بن قيراط عبد العزيز، إدارة الموارد البشرية وخلق القيمة، ماجستير، جامعة العقيد الحاج لخضر، باتنة، 2008.2009، ص08.

⁴ بن ناصر محمد، بوزناد مروان، خلق قيمة اقتصادية من خلال الإدارة البيئية في المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2020.2021، ص37.39.

✓ خلق القيمة التساهمية:

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

كما قدم كل من " (1965) Lintner، (1964) Sharpe " في إطار نموذج تقييم الأصول المالية، العلاقة بين المخاطر الخاصة التي يتحملها المستثمر والعائد على الاستثمار وهو مفهوم كان له انتشار واسع في القطاع الخاص، خاصة بعد صدور كتاب " (1986) Alfred Rapp port " الذي ربط بين القيمة التساهمية والميزة التنافسية للمؤسسة (حسب ما جاء به ميشال بورتير)، وهو ما أدى إلى زيادة اهتمام المؤسسات بهذا المفهوم، والذي ظهر في ميدان التطبيق بعد أعمال " Tom Copeland et McKinsey " الذي أوضح أهمية تعظيم المؤسسة لقيمتها التساهمية والتي تعود بالفضل على القيمة لجميع الأطراف الآخذة.¹

✓ خلق القيمة من منظور الزبون:

القيمة حسب ما يراها الزبون تعتمد على مفهوم الجودة التي يراها سلعة أو خدمة ذات جودة لأنه يلبي حاجاته المعلنة، أي محاولة التوفيق بين القيمة والزبائن، والجودة لا تنحصر فقط في العوامل الأصلية الجوهرية للمنتج ولكن تغطي عدة الأبعاد مثل الخدمات المتاحة ما بعد البيع، السعر المرونة...وعليها أيضا التحكم في التكاليف لكي تحافظ على هامشها الربحي.

إذا خلق القيمة يأتي من تعظيم العلاقة: جودة/ تكاليف، وتعتبر قيمة الزبون هي قيمة نسبية لأنها تختلف من زبون لآخر.²

¹ أرحاب هلال وسام، دور الإدارة بالقيم في خلق القيمة بالمؤسسة الاقتصادية دراسة لعينة في المؤسسات للفترة ما بين 2015.2011، أطروحة دكتوراه، جامعة غرداية، 2016.2017، ص 24.25.

² بن قيراط عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص2.

✓ القيمة التنظيمية:

يعرفها " Morin. Savoie et Beaudin (1994) " على أنها حكم شخص أو مجموعة حول المؤسسة (أنشطتها، منتجاتها، نتائجها...)، من خلال تحقيقها للنتائج المستهدفة.¹

ويعرفها Steers1997: على أنها قدرة المؤسسة على استخدام مواردها النادرة والتمينة بكفاءة وبهدف إنجاز مهامها، وأنشطتها لتحقيق نتائج معينة (فعالية).²

الفرع الثاني: خلق القيمة المشتركة: المفهوم والأبعاد

أولاً: مفهوم خلق القيمة المشتركة

هو مفهوم لنظام أعمال طرحته لأول مرة مجلة جامعة هارفارد بيزنس ريفو في مقاله بعنوان " الإستراتيجية والمجتمع " وبعدها توسعت بالمفهوم في يناير 2011 بمقال متابع بعنوان "إيجاد القيم المشتركة" كتبه مايكل بورتر (وهو مرجع رائدة في الاستراتيجيات التنافسية ورئيس معهد الإستراتيجية والتنافسية في كلية هارفارد للأعمال)، ومارك كيرمر (منذ كلية كيندي في جامعة هارفارد والمؤسس المشارك لمؤسسة "FSG") والذين فصلا بالمادة والرؤية والأمثلة من الشركات التي طورت صلات عميقة بين استراتيجيات أعمالهم ومواطنة الشركات "CSR".³

وقد عرفها كل من Porter & kramer هي سياسات وممارسات تشغيلية تعزز القدرة التنافسية للشركة مع تقدمها في وقت واحد لظروف البيئية والاجتماعية في المجتمعات التي تعمل فيها بحيث تركز القيمة المشتركة على تحديد وتوسيع الاتصالات بين التقدم الاجتماعي والاقتصادي.⁴

¹Nancy Heppell. Le roulement du personnel et la performanceorganisant: leffetmodérateur des pratiques de gestion des ressources humaines.(Mémoire presente a la faculte des etudessuperieures en vue de Maitres Sciences), Facultefes arts et sciences ,Ecole de relations industrielles ,Universite de Montreal , 2011 ,p26.

²رحاب هلال وسام ، مرجع سبق ذكره، ص 39.

³<https://Ar.m.wikipedia.org/wiki> , 27/03/2022.

⁴P131.2011 ،Harvard Business Review ، **Creating Shared Value** ، Mark R. Kramer ،Michael E. Porter

وتعرف أيضا على أنها عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال خلق قيمة اجتماعية وهذا يمثل إحدى القوى الدافعة للإنتاجية الإبداع والنمو والطريقة الوحيدة لاسترجاع المؤسسة لشرعيتها في المجتمع. كما تعرف على أنها "تحقيق الأرباح لحملة الأسهم وتحسين مستوى المعيشة للموردين، العمال والزبائن".¹

حيث تعبر القيمة المشتركة عن القيام بالأعمال الخيرية لصالح المجتمع وإما تبحث عن تحقيق الأرباح من خلال حل مشاكل المجتمع وهذا ما يمثل أعلى مستويات الرأس مالية حيث تسمح القيمة المشتركة بتطور المجتمعات بشكل أفضل ونمو المؤسسات بشكل أسرع.

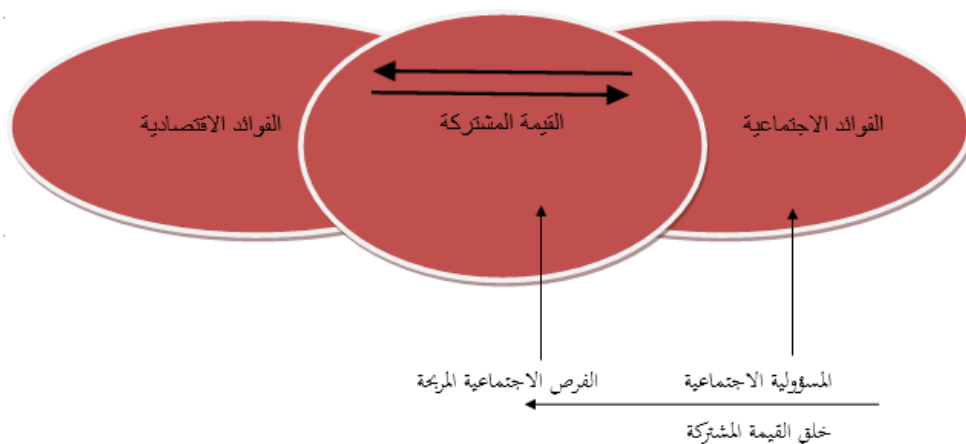
من خلال التعاريف السابقة نستخلص تعريف شامل للقيمة المشتركة والتي تعبر عن مفهوم لنموذج جديد للأعمال أين يمكن للشركات تحقيق القيمة الاقتصادية جنبا إلى

جنب مع تحقيق القيمة الاجتماعية للمجتمعات للمساهمة في بناء اقتصاد عادل وتضامني.

والشكل الموالي يوضح نموذج لخلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية

الاجتماعية:²

الشكل رقم 03: نموذج خلق القيمة



المصدر: فاطمة طاهري، نصيرة قوريش، خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، عدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2019.2020، ص 47.

¹ محمد فلاق وآخرون، مساهمة الشركات الاقتصادية في بناء تنمية اقتصادية مستدامة باستخدام نموذج خلق القيمة المشتركة "شركة Nestle أنموذجاً" مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، عدد خاص، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2018، ص 131.

² فاطمة طاهري، نصيرة قوريش، خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، عدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2019.2020، ص 74.

ثانيا: آليات خلق القيمة المشتركة:

اقترح كل من ثلاثة آليات أساسية لخلق القيمة المشتركة وهي كالتالي:

✓ **إعادة تصور المنتج والسوق:** وهنا يتم تلبية الحاجيات الاجتماعية غير المشبعة إعادة تصور المنتج والسوق وتكييف المنتج لتلبية حاجيات السوق الجديد والممثل للمجتمعات، بمعنى تكييف منتجات المؤسسة على حسب حاجيات المجتمع، بحيث يساهم المنتج المقدم في تلبية حاجة اجتماعية أو له القدرة على حل بعض مشاكل المجتمع. من أجل خلق القيمة المشتركة نجد العديد من المؤسسات التي اتبعت خيار إعادة تصور المنتج والسوق مثل مؤسسات صناعة الأغذية التي انتقلت من التركيز على الذوق والجودة إلى تركيز على التغذية الصحية الجيدة.¹

✓ **إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة:** بواسطة تعزيز القدرات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية لأعضاء سلسلة التوريد.²

بحيث تعتبر هذه الآلية هي الركيزة الثانية لخلق القيمة المشتركة، وهذه الخطوة تتطلب من الشركات تحديد مجال التحسينات داخل سلسلة القيمة من أجل خفض التكاليف في كل نشاط من أنشطة سلسلة القيمة، أو إنشاء قيمة في كل نشاط لسلسلة القيمة في الشركة.

إن سلسلة القيمة التي تقدمها أي مؤسسة تقدم العديد من الفرص لخلق قيمة مشتركة من خلال تعزيز إنتاجية سلسلة القيمة أو من خلال إيجاد سبل جديدة للتعاون مع الشركات الأخرى من خلال تطبيق أساليب جديدة للتعاون مثل زيادة القدرة على الوصول إلى المدخلات، أو تقاسم التكنولوجيا، أو توفير التمويل، كما يجب مراعاة الجانب السفلي من سلسلة القيمة، ومن الأمثلة على ذلك اكتشاف قنوات توزيع جديدة أقل تأثيرا على البيئة.³

¹ إسحاق خرشي، مداخلة نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بو علي، الشلف، ص7.8.

² Andrew Carne and Others. Contesting The value of "Creating Shared Value ،University of California ، Berkeley ،Vol 56 ،2014.

³ سيخاوي عبد القادر، مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020.2021، ص26.

✓ بناء العناقيد الصناعية المدعمة: حسب (Porter) فإن العناقيد الصناعية هي ظاهرة اقتصادية يتم وضعها في سياق التنافس بين العديد من الشركات التي تتنافس وتتعاون في نفس الوقت للحصول على مزايا اقتصادية مختلفة (Simmil) إلى أن العناقيد الصناعية هي تركيز لشبكة المنتجين في منطقة جغرافية واحدة تربطها قواسم مشتركة وتعمل تحت نفس ظروف السوق.

ويبرز بناء العناقيد الصناعية كآلية من آليات خلق القيمة المشتركة من خلال رفع الإنتاجية وزيادة الإبداع في المنتج ورفع تنافسية المؤسسات.¹

المطلب الثالث: الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

نظرا لتداخل وتشابه كل من مفهوم القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية يجعل تحديث الفروق بينهما صعبا وفيما يلي أهم الفروق بينهما:

✓ تمثل القيمة المشتركة الأساس في استثمارات المؤسسة وفي تحقيق الأرباح وهي مرتبطة بالمؤسسة ككل في حين أن المسؤولية الاجتماعية لها أثر محدود في أرباح المؤسسة كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزء محدد في الميزانية.

✓ تسعى المسؤولية الاجتماعية إلى تقديم بعض التبرعات والأعمال الخيرية لمعالجة بعض المشاكل الاجتماعية أما عملية خلق القيمة المشتركة فهي تعمل على إعادة تعريف دور المنظمات باعتبارها قوة كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع.

✓ 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 فيها 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 في نشاط المؤسسة في حين أن القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي والبيئي في نشاطات الحرفة للمؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية.¹

¹ سيخاوي عبد القادر، قرشي محمد الصغير، مساهمة تبيين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات، مجلة الأعمال والدراسات الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020، ص484.

- ✓ تركز المسؤولية الاجتماعية على مفاهيم المؤسسة المواطنة، الأعمال الخيرية، الاستدامة وغير ذلك ولها ثلاثة أبعاد بعد بيئي، بعد اجتماعي وبعد اقتصادي ولكنها تمارس كنشاط تسويقي ثانوي كنتيجة لضغوطات الخارجية على المؤسسة، في حين تركز القيمة المشتركة على الثنائية (القيمة الاقتصادية-القيمة الاجتماعية) وهي أساس التنافس للمؤسسة.
- ✓ تعتمد المسؤولية الاجتماعية على المقاربة الدفاعية لتحسين سمعتها وتغطية بعض الممارسات غير الأخلاقية في حين أن نقطة البداية لخلق القيمة المشتركة هي استغلال الموارد، المهارات والقدرات الإدارية لتحسين البعد الاجتماعي.
- ✓ يركز مفهوم القيمة المشتركة حول عملية إيجاد الفرصة وليست المقايضة فهي تتعلق بكيفية خلق أثر اجتماعي ايجابي لتحقيق مستويات أداء عالية ولا تبحث عن حجم الأداء الاقتصادي الذي يجب أن يرضي به المستثمرون لخلق انطباع اجتماعي ايجابي.
- ✓ تتمحور فكرة خلق القيمة المشتركة حول فكرة مفادها بأن الشركات والأعمال التجارية يمكن أن يكون لها أكبر أثر ايجابي على حل المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع إذا ما تم علاجها بنموذج جديد للأعمال وهذا ما يختلف تماما عن فكرة المسؤولية الاجتماعية.²

¹ شيباني عبد القادر، فلاق محمد، واقع تبني منظمات الأعمال لنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة - شركة Novartis أنموذجا- مجلة الاقتصاد والبيئة، العدد 03، جامعة حسنية بوعلي، الشلف، 2020، ص 49.

² محمد فلاق وآخرون، الملتقى الوطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر، 2017، 2018، ص 7.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة.

المطلب الأول: الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية):

1-دراسة نعيمة منصور محمد القطراني بعنوان: معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في

المنظمات النفطية الليبية.¹

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى معرفة القيادات الإدارية في المنظمات النفطية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وقد تم معالجة هذا الموضوع على المنهج الوصفي الاستكشافي وكانت من أهم نتائج الدراسة كالتالي:

- ✓ تساهم القوانين المعمول بها في الدولة في الحد من تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ تشعر الإدارة العليا في المنظمات قيد الدراسة بأن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى إضعاف مستوى الأداء.

2-دراسة ضيافي نوال، بعنوان: المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة والموارد البشرية.²

تمثلت أهداف الدراسة في تأصيل المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية وتوعية المؤسسات بأهمية تبنيها نظراً لمساهمتها في تطوير المجتمع ومعالجة مشاكله ، وعرض عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال وأهمية الالتزام بها نظراً لمساهمتها في خلق مجتمع داخلي متماسك ، التعرف على واقع تبني المؤسسات الجزائرية للمسؤولية الاجتماعية ومدى التزامها بها ، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج وصفي تحليلي والثاني تطبيقي أما النتائج التي تم التوصل إليه من خلال الدراسة برغم من تباين التعاريف حول المسؤولية الاجتماعية لم يمنع المؤسسات الجزائرية من تحديد ممارستها اتجاه مختلف الأطراف المستفيدة وخاصة اتجاه مواردها البشرية:

- ✓ الاهتمام الواسع الذي تولّيه المؤسسات الجزائرية الخاصة للمسؤولية الاجتماعية لمختلف أبعادها.
- ✓ المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن تحظى بالاهتمام.

¹ نعيمة منصور محمد القطراني، معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بنغازي، 2016.

² ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010، 2009.

3-دراسة لنا محمد هيثم هبرة وبعنوان: مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الميزة

التنافسية.¹

تمثلت أهداف هذه الدراسة إلى تحديد مدى التزام مؤسسة الجودة التجارية بالمسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

- ✓ تلتزم المؤسسة محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية وفق مجالاتها الأنفة الذكر وبدرجة كبيرة.
- ✓ وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين مجالات المسؤولية الاجتماعية وبين بعد التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة.
- ✓ وجود علاقة قوية جداً ذات دلالة إحصائية بين مجالات مسؤولية الاجتماعية وبين بعد التسليم كأحد أبعاد لميزة التنافسية في الشركة.

4-دراسة ل MikolajSlezak بعنوان:

From Traditional to Strategic CSR Systematic Literature Review²

إن فكرة المسؤولية الاجتماعية هي عنصر مهم للغاية بحيث تركز هذه الدراسة على مفهوم CSR وجوانبه المختلفة الهدف منها هو وصف وإثارة مسألة مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، مع التركيز على جوانبه الإستراتيجية بحيث تستند هذه الدراسة إلى مراجعة الأدب المنهجي في البداية، تقدم طريقة الدراسة وعملية أخذ العينات إلى إستراتيجيات وربطها بالإستراتيجية الكبرى للشركات. وتوصلت إلى عدة نتائج:

- ✓ ملاحظة أهمية متزايدة ومناقشة حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتحويلها بشكل خاص إلى إستراتيجية مناسبة تربطها بأنشطة المؤسسة الأخرى.
- ✓ يجب على المديرين دمج افتراضات المسؤولية الاجتماعية للشركات في استراتيجيات حازمة.
- ✓ يمكن أن يولد هذا النوع من العمليات فوائد للشركات والمجتمعات والبيئة والطبيعية.

¹ لنا محمد هيثم هبرة، مدى الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة أعده لنيل درجة الماجستير، جامعة تشرين، 2016.2017.

² MikolajSlezak ،From Traditional to Strategic CSR: Systematic Literature Review ،Journal of Corporate Responsibility and Leadership ،Issue1 ،Nicolaus Copernicus University In torun ،Polanda ،2020 ،p52.

5-دراسة Hana ANOUAR، بعنوان:

La Responsabilite Sociale des Entreprises et Son impact sur leur Performance Financiere Corporate social responsibility and its impact on their financial performance¹.

أصبحت قضية المسؤولية الاجتماعية للشركات أكثر موضوعية من أي وقت مضى. في عالم التطور الدائم لم تعد ربحية الشركات الشاغل الوحيد للمديرين، مدفوعا بالمستهلكين الذين يتزايد انتقادهم وتطلبهم من الشركات، للوهلة الأولى، يبدو الأداء المالي (FP) مخالفا لمنطق المسؤولية الاجتماعية للشركات، تحدد المسؤولية الاجتماعية موقف المؤسسة بالنسبة لبيئتها في حين أن فكرة الأداء تتساءل في بعض الأحيان ارتباطا دقيق بين صياغة الموارد وتحقيق نتيجة أو أكثر. من أبرز نتائج المتوصل إليها:

- ✓ ينظر مؤيدو النظرة الأساسية لأصحاب المصالح في أن أصحاب المصلحة هو شرط أساسي لتحسين الأداء المالي للشركة. وبالتالي ترتبط PS و PF بشكل إيجابي.
- ✓ يشير المعارضون. من هذه النظرية إلى وجود صلة سلبية بين PS و PF .

¹ Hana ANOUAR «La Responsabilite Sociale des Entreprises et Son impact sur leur Performance Financiere Corporate social responsibility and its impact on their financial performance ، Doctorante en science de gestion ،Laboratoire de recherche prospective en finance et gestion ، EncgcasablancaUniversite ،Maroc .2022 ،

المطلب الثاني: الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالمتغير التابع (خلق القيمة المشتركة):

1-دراسة لإسحاق خرشي 2020، بعنوان خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات "منظور تحليلي".¹

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات حتى تلتزم الشركات أكثر بالجانب الأخلاقي في ممارسة النشاط، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم وصف مفهوم القيمة المشتركة وسيرورة دمجها في المؤسسة كما تم تحليل جميع المفاهيم المرتبطة بأخلاقيات الأعمال للشركات، وكانت من أبرز نتائجها:

✓ يركز مفهوم القيمة المشتركة على فكرة الاستثمار في مجموع التحديات البيئية والاجتماعية لمحاولة تحقيق الأرباح.

✓ إن مفهوم خلق القيمة المشتركة يدعم مفهوم أخلاقيات الأعمال بإضافة البعد الاقتصادي لمجموع الممارسات الاجتماعية والبيئية، هذا ما يقدم مفهوم جديد لأخلاقيات الأعمال.

✓ هناك اختلاف كبير بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومفهوم خلق القيمة المشتركة من حيث الحافز، القيمة المحققة، مجال النشاط، رسالة المؤسسة وحجم الالتزام.

2-دراسة لهاشمي عباسية 2008، بعنوان الدور المحوري لتسيير الموارد البشرية في خلق القيمة لجميع الأطراف الآخذة.²

نظرا لأهمية خلق القيمة في المؤسسة هدفت هذه الدراسة للبحث عن المصادر الكفيلة بتحقيق هذا المطلب الأساسي وفي هذا الإطار تعتبر الموارد المتاحة لها.

- اختلافها وتنوعها- أهم هذه المصادر لكن التطور الكبير الذي مس البعد الإنساني في المؤسسة، جعل الموارد البشرية في مقدمة هذه المصادر لذلك فإن الهدف الرئيسي الذي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه على امتداد

¹ إسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات " منظور تحليلي"، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد الإدارة، العدد 01، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف، 2020.2019، ص 157.ص171.

² هاشمي عباسية، الدور المحوري لتسيير الموارد البشرية في خلق القيمة لجميع الأطراف الآخذة، مجلة ابحاث اقتصادية وإدارية، العدد3، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008. ص104.ص122.

كافة مراحل تطور اقتصادها بدء بمرحلة اقتصاد الإنتاج وانتهاء بالمرحلة الراهنة وهي اقتصاد المعارف وهو ضمان البقاء والاستمرار في السوق، وكانت من أبرز نتائجها:

✓ يجب على المؤسسة أن تخلق القيمة لجميع شركائها لتضمن بقائها واستمرارها في السوق، وأن تكتفي بتعظيم ثروة المساهمين فحسب.

✓ يلعب تسيير الموارد البشرية دورا محوريا في خلق القيمة لجميع الأطراف لأن هذه القيمة تتوقف أساسا على الأداء الجيد والمتكامل للمؤسسة، وهذا بدوره أصبح مرهونا اليوم بنوعية الموارد البشرية وكيفية تسييرها.

3-دراسة ل: د. نايت عطية مريم، بعنوان محددات عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات

الصناعية الجزائرية وفقا لفروع نشاطها الصناعي.¹

تهدف هذه الدراسة لتحليل عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية وذلك من خلال الكشف عن العوامل المحددة لهذه العملية ومدى اختلافها وفقا لفروع النشاط الصناعي الذي تنتمي إليه هذه المؤسسات وذلك بالاعتماد على مجموعة من المتغيرات الكمية المعبرة عن عملية خلق القيمة وهي المؤشرات التقليدية والحديثة لقياس خلق القيمة. وتوصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج:

✓ من خلال تحليل عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية بينت النتائج أن العوامل المحددة لهذه العملية على مستوى هذه المؤسسات هي: الأداء الاقتصادي، المردودية المالية، السياسات التشغيلية، حجم المؤسسة وتكلفة رأس المال.

✓ تفسر كذلك عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية بقدرتها على توليد مردودية لأموالها المستثمرة.

✓ تختلف عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية باختلاف فرع النشاط الصناعي الذي تنشط فيه المؤسسة والعامل المميز هو مؤشر القيمة الحالية الصافية هذا الأخير يعبر عن السياسات التشغيلية وتكلفة رأس المال.

¹ د. نايت عطية مريم، محددات عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية وفقا لفرع نشاطها الصناعي، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 01، جامعة باجي مختار، عنابة، 2018، ص 710.

4-دراسة: (Aicha Selem Kiheli، Asma Youcef، Mesghoni Mouna، Lamia

(Safia Seddiki، Amani) 2019: بعنوان:

Find ashared Value in the Soucial Responsibility of Algerian Business Organizations. International Journal of economics and Financial.¹

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم قيمة مشتركة كنموذج أعمال جديد للمؤسسات الجزائرية لإنشاء القيم الاقتصادية التي تصدر تكوين الشركات أثناء إنشاء قيم للمجتمعات. هذه الفكرة التي نراها كموازنة أعباء الاجتماعية وضعت على تلك الشركات في يد واحد، وضمانها لزيادة القيمة التنافسية من ناحية أخرى.

كما أنها تسعى للمساهمة في المعرفة النظرية من خلال تحرير مفاهيم CSR و CSV وتوفير إطار مفاهيمي أولي لتحليل CSV بشكل خاص، من خلال إبراز الروابط النظرية واستكشاف العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات ومفاهيم CSR و CSV في قطاع اقتصادي هام.

وتوضح النتيجة الإحصائية أن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأعمال مرتبطة بمسؤولية الشركات والعمال القوية، وليس فقط لمساعدة أصحاب المصلحة المجتمعات من خلال برامج التنمية، والغرض أيضا من خلال الترخيص الاجتماعي، والموقف الجيد للشركات، وتسلط الضوء على النتائج أيضا:

✓ الارتباط القوي بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والقيمة المشتركة، وتستمد هذه العلاقة من أهمية عملاء المسؤولين الاجتماعيين والتنمية المحلية حيث يسمحون بإنشاء القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية.

5-دراسة ل: Marnus Botha بعنوان: 2.OperationalisingShared Value

تحدد هذه الدراسة المفاهيم المختلفة المتعلقة بدور الأعمال التجارية في المجتمع وكيف تتفطى القيمة المشتركة نفسها. وتضمنت تحليلا نوعيا للعديد من المنظمات الوطنية والمتعددة الجنسيات المتورطة في القيمة المشتركة، مع التركيز بشكل خاص على تفعيل القيمة المشتركة والنجاح المرتبطة به. كما تناولت أيضا المطالبات التي تم إجراؤها ضد السلامة وقيمتها المشتركة والصلاحية من خلال النتائج التنظيمية.

¹MounaMasghoni، AssmaYoucef، Aicha Selma Kiheli، Lamia Amani، SafiaSeddiki، Find a shared Value in the Social Responsibility Of Algerian Business Organiwations، International Journal Of Economics And Financial. VOL (9) Issue 3، 142، 153.

²Marnus Botha، Operationalising shared Value، University Of Pretoria، the requirements For the degree of Master، 2018، p2.p110

أشارت النتائج إلى أن القيمة المشتركة زادت نجاح المنظمة مع العديد من الارتباطات الإيجابية المحددة بين القيمة الاقتصادية والاجتماعية، وساهم دمج النتائج في اتخاذ إطار معزز معايير ذات قيمة مشتركة مع مرونة (SVF) ومعايير القياس بالنظر إلى عدم زيادة القيمة المشتركة بشكل عملي فإن الدراسة وبالتالي توفر مساهمة في كل من الأعمال والأوساط الأكاديمية.

أشارت الارتباطات الإيجابية القوية إلى أنه من خلال معالجة القضايا المجتمعية، يمكن للمنظمة أن تخلق قيمة اجتماعية في وقت واحد.

المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسة الحالية والسابقة:

📌 نلاحظ من خلال الدراسات السابقة والدراسة الحالية وجود نقاط تشابه:

✓ اشتركت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الهدف والغاية المرجوة من الدراسة والتي تمثلت في التعريف بمقاربة القيمة المشتركة.

✓ تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في المنهج المتبع في الدراسة، فجميع هذه الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وهذا لملائمته مع طبيعة الدراسة.

✓ لجوء الباحثين إلى أداة الاستبيان أو المقابلة لقياس المتغيرات النوعية وهذا ما تم الاعتماد عليه في دراستنا.

✓ الدراسة الحالية والدراسات السابقة كلها تسعى إلى البحث عن العلاقة التي تربط بين خلق القيمة والمسؤولية الاجتماعية.

📌 أما نقاط الاختلاف نذكرها:

✓ هناك اختلاف بين طبيعة نشاط المؤسسة محل الدراسة وبين مؤسسات الدراسات السابقة.

✓ اختلاف طبيعة بيئة الأعمال، والالتزامات التي تخضع لها مؤسسة محل الدراسة اتجاه أصحاب المصلحة مقارنة بمؤسسات الدراسات السابقة.

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل تقديم مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها، بحيث تعرضنا لماهيتها وعناصرها وكذا استراتيجيات تبنيها كما تناولنا مقارنة القيمة المشتركة من خلال تعريفها وعرض كيفية سيرورتها وأخيرا أشرنا للفرق بينها وبين المسؤولية الاجتماعية حيث اتضح لنا أن المسؤولية الاجتماعية تركز على مفاهيم المؤسسة من المواطنة، والأعمال الخيرية وغير ذلك ولكنها تمارس نشاط تسويقي نوعي كنتيجة للضغوطات الخارجية على المؤسسة في حين تركز القيمة المشتركة على الثنائية (القيمة الاقتصادية، القيمة الاجتماعية). وهي أساس التنافس.

الفصل الثاني

دراسة حالة مؤسسة سوف للدقيق-الوادي-

- المبحث الأول: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية.
- المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها.

تمهيد:

بعد التطرق إلى الإطار النظري في الفصل السابق دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على المؤسسة محل الدراسة بتقسيمه إلى مبحثين:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية، أين سيتم التركيز على التعريف بالمؤسسة محل الدراسة وتبيين مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة، والتحقق من ذلك عبر طرح استمارة استبيان وزعت على عينة من موظفي وعمال المؤسسة.

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات؛

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية.

من أجل تدعيم الجانب النظري للموضوع ومحاولة توضيحه أكثر، سيتم التطرق في هذا الفصل إلى دراسة تطبيقية في مؤسسة سوف للدقيق وذلك استنادا إلى المعلومات والبيانات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

المطلب الأول: بطاقة تعريفية لمؤسسة

الفرع الأول: التعريف بمؤسسة سوف للدقيق

هي مؤسسة ذات المسؤولية المحدودة تابعة للخواص، جاءت تسميتها نسبة لتسمية المنطقة التي تقع فيها، وقد تم تأسيسها في 1999/12/21 بمساهمة ثلاثة شركاء، وتقع المؤسسة في الناحية الغربية من وادي سوف حيث يحدها من الشرق مؤسسة صناعة الشكولاتة سابقا وتحدها غربا حظائر ومباني للخواص أما شمالا فيحدها الطريق الرابط بين الطريق الوطني رقم 03 والطريق الوطني رقم 16 ويحدها جنوبا مباني سكنية، تقدر مساحتها ب 9000م مقسمة منها 600 م لممارسة العملية الإنتاجية و 480 م مخصصة لمخازن المواد منها 20 م للإدارة.

ويتمثل نشاط المؤسسة في عمليتي الإنتاج والبيع لكل من الفرينة والسميد والنخالة والمسلات حيث تشتري المؤسسة احتياجاتها من المواد الأولية والمتمثلة في القمح بنوعية اللين والصلب من تعاونية الحبوب والخضر الجافة بأوماش ب بسكرة حيث تستخدم من القمح الصلب 68% في إنتاج السميد، و 10 % في إنتاج المسلات، و 18% في إنتاج النخالة الصفراء، و 04 % فضلات.

أما المبيعات فهي تباع كل منتج في مواصفات وأوزان مختلفة، فالسميد يتفرع عن سميد ممتاز وآخر عادي وثالث رطب حيث تتم تعبئة هذه المنتجات في أكياس مختلفة الأوزان وذلك تبعا لطبيعة الطلب، في حين تقوم المؤسسة بتوزيع منتجاتها عبر قنوات توزيع مختلفة.

* مؤسسة سرولكس لإنتاج العجائن.

* مؤسسة كيبا لإنتاج العجائن.

* تجدر الإشارة أن في إطار توسيع نشاط المؤسسة، أنه يتم إنجاز ورشة لصناعة العجائن والكسكس قيد الإنجاز.

الشكل رقم 04: بطاقة فنية لشركة دقيق سوف-الوادي-

- اسم المؤسسة: شركة سوف للدقيق SARL SOUF SEMOULE
- الشكل القانوني: شركة ذات مسؤولية محدودة.
- رأس المال الاجتماعي: 50.000.000.00
- عدد العمال: 40 عامل.
- نشاطها: إنتاج وبيع مادة السميد والفريشة والنخالة.
- معدل الضريبة الخاضعة له: الضريبة على أرباح الشركات 19 IBS %.
- كمية الإنتاج في السنة: مادة الفريشة 198000 قنطار، مادة السميد 66528 قنطار.

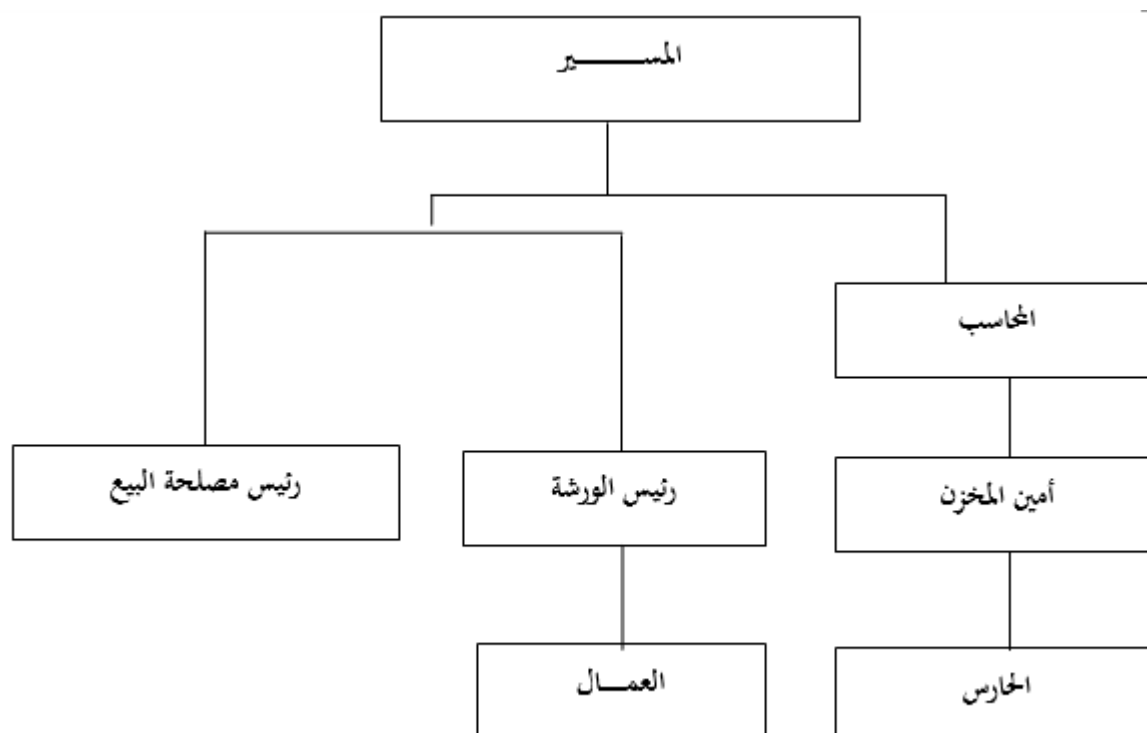
المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على وثائق المؤسسة

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للشركة.

تشكل هيكل المؤسسة كالتالي:

- (1) المدير: وهو صاحب المؤسسة والمشرف عليها.
- (2) المحاسب: ويهتم بالأمور المالية كسعر المبيعات والأرباح وغيرها.
- (3) رئيس مصلحة البيع: تنحصر مهمته في التعامل مع الزبائن.
- (4) رئيس الورشة: نحصر عمله على تنظيم الإنتاج داخل الورشة.
- (5) العمال: يقومون بعملية الإنتاج داخل المؤسسة وينقسمون إلى فوجين الأول يعمل في ورشة إنتاج السميد والثاني في ورشة إنتاج العلاف.

الشكل رقم 05: مخطط يوضح الهيكل التنظيمي للشركة.



المصدر: وثائق مقدمة من طرف إدارة المؤسسة.

الفرع الثالث: هياكل المؤسسة ومراحل إنتاجها.

أولاً: هياكل وتركيبات الشركة.

تحتوي المؤسسة على عدة تركيبات وهياكل والتي تم إنجازها من طرف مؤسسات أجنبية فالتركيب الخاص لإنتاج السميد أنجز من طرف المؤسسة الإيطالية (Iporchpo) أما التركيب الخاص بإنتاج الدقيق فلقد أنجز من طرف مؤسسة تركية (Irmak) وللمؤسسة هياكل وتركيبات عديدة منها:

- (1) مطحنة لطحن القمح الصلب ب 600 قنطار.
- (2) مطحنة لطحن القمح اللين ب 1200 قنطار.
- (3) مطحنة لطحن كل من القمح الصلب واللين بسعة 500 قنطار.
- (4) خزان رئيسي 10000 قنطار ويضم أربعة أجزاء.
- (5) خزان للقمح الصلب ذو سعة 5000 قنطار.
- (6) خزان للقمح اللين ذو سعة 5000 قنطار.
- (7) مخزن (مستودع) ذو سعة ألف قنطار من المنتجين.

(8) ورشتان لإنتاج السميد والدقيق وأخرى لإنتاج العجائن قيد التركيب.

(9) مبنى إداري.

(10) خزان للماء.

(11) الجسر الوزن.

(12) شاشة مراقبة.

ثانيا: توضيح مراحل الإنتاج.

تتكون عملية الإنتاج من عدة مراحل وهي:

(1) مرحلة التنظيف: وتتضمن هذه المرحلة ما يلي:

* **وزن القمح:** عند وصول المواد الولية للمؤسسة يتم نقلها بوسائلها الخاصة ووزنها بالجسر الوزن ثم تفريغها ووزن الشاحنة فارغة لمعرفة كمية المواد الواردة.

* **التنظيف الأولي:** يتم فيها نقل المواد الأولي من المطمور الأرضي للخزان الرئيسي مروراً بآلات التنظيف حسب نوعية القمح.

* **التنظيف الثاني:** يتم تنقية القمح وفرزه بآلات متخصصة، كالألة التي تقوم بفرز نوع معين من الفضلات المتضمنة للقمح.

(2) **مرحلة التحضير:** ويتم في هذه المرحلة تبليل القمح بعد عملية التنظيف الثانية حيث يكون القمح مصفى ومنقى فيوضع في خزان خاص، إذ تقاس درجة الرطوبة لمعرفة كمية الماء الواجب إضافته للقمح (لكل نوعية قمح درجة رطوبة خاصة).

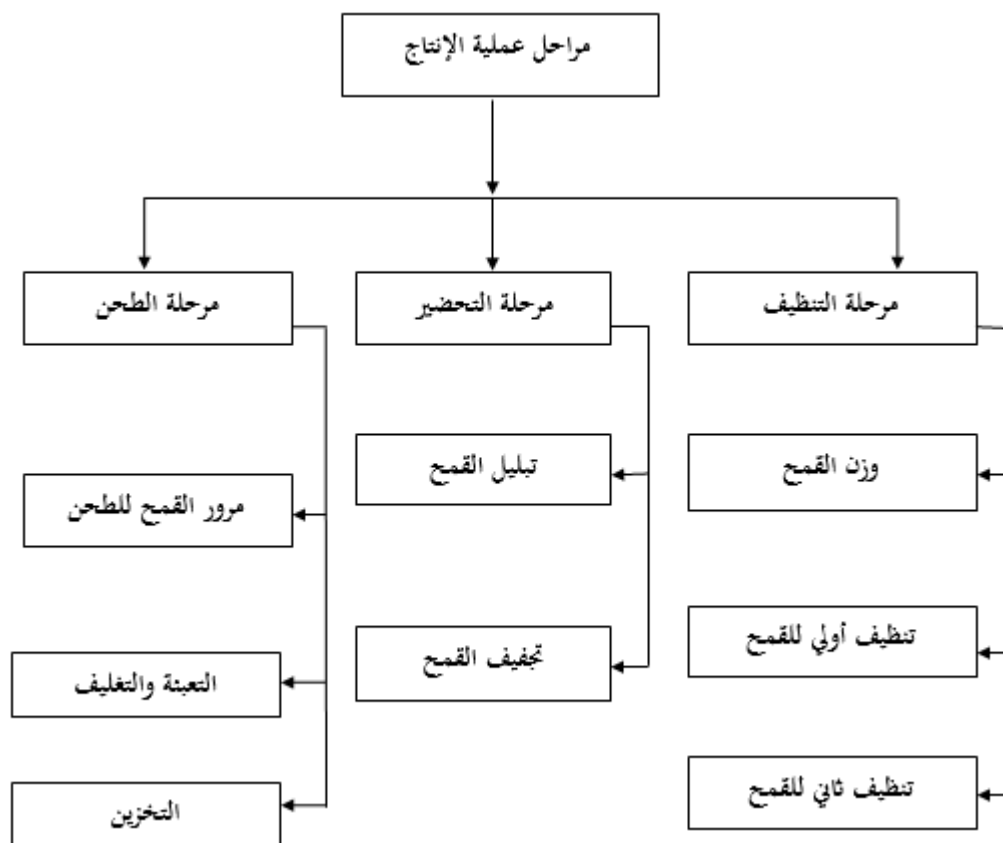
(3) **مرحلة الطحن:** وتظم المراحل التالية:

* **مرحلة مرور القمح للطحن:** وتتمثل هذه المرحلة في نقل القمح المهيأ للطحن عبر الآلات المتخصصة حيث يتم فيها طحنه.

* **مرحلة التعبئة والتغليف:** ويقصد بها تعبئة المنتجات التامة الصنع (السميد، الفرينة، السمالات، والنخالة) في أكياس خاصة في أوزان مختلفة.

* مرحلة التخزين: بعد التعبئة في أكياس هذه الأكياس للمخزن في انتظار بيعها.

الشكل رقم 06: مخطط يوضح مراحل الإنتاج.



المصدر: من إعداد الطالبات والاعتماد على وثائق مقدمة من طرف إدارة المؤسسة.

المطلب الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

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

الفرع الأول: عينة ومجتمع الدراسة وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

أولاً: عينة ومجتمع الدراسة

تم توزيع 40 استمارة على عينة الدراسة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، وبعد الفترة الزمنية ثم جمع هذه الاستبيانات حيث تم استرداد 40 استمارة منها، وبعد مراجعة الاستبيانات المسترجعة تبين أنه 40 استمارة صالحة للمعالجة الإحصائية.

ثانياً: أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

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

- التكرار والنسب المئوية: للتعرف بالتفصيل على السمات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو بعد.
- الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو بعد.
- معامل الثبات ألفا كرو نباخ: وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة؛
- معامل الارتباط بيرسون: لتأكيد الصدق وإثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، كما تم استخدام معامل الارتباط لتحديد العلاقة والارتباط بين متغيرات الدراسة.
- معامل الانحدار البسيط: معرفة درجة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع على حدا.

الفرع الثاني: تصميم أداة الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان الذي صمم خصيصاً لجمع البيانات لأغراض الدراسة، والتي تقوم على أساس إعداد الأسئلة المرتبطة والمكملة لبعضها البعض حول إشكالية الدراسة وفرضياتها، وقد تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة أجزاء:

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

- الجزء الثاني: محاور الدراسة

المحور الأول: ضم (21) عبارة تتعلق أبعاد المسؤولية الاجتماعية مقسم إلى أربعة أبعاد:

- البعد الأول: البعد الاقتصادي قسم إلى 05 عبارات؛
- البعد الثاني: البعد القانوني قسم إلى 07 عبارات؛
- البعد الثالث: البعد الأخلاقي قسم إلى 05 عبارات؛
- البعد الرابع: البعد الخيري قسم إلى 04 عبارات؛

والجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بعبارات المسؤولية الاجتماعية.

الجدول رقم 03: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية

العبارات	الروح المقاولاتية
من 01 إلى 05	البعد الاقتصادي
من 06 إلى 12	البعد القانوني
من 13 إلى 17	البعد الأخلاقي
من 18 إلى 21	البعد الخيري

- المصدر: من إعداد الطالبات بناء على بيانات الاستبيان

المحور الثاني: ضم (20) عبارة تتعلق أبعاد خلق القيمة المشتركة قسم إلى بعدين هما:

- البعد الأول: خلق المنفعة الاقتصادية قسم إلى 09 عبارات؛
- البعد الثاني: خلق المنفعة الاجتماعية قسم إلى 11 عبارات؛

والجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بعبارات خلق القيمة المشتركة.

الجدول رقم 04: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بخلق قيمة مشتركة

العبارات	خلق قيمة مشتركة
من 23 إلى 42	خلق قيمة مشتركة

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على الاستبيان

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكارت الثلاثي كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 05: مقياس ليكارت الثلاثي

غير موافق	محايد	موافق	الاستجابة
1	2	3	الدرجة
1,79 - 1	2.59 - 1.8	3.39 - 2.6	المجال

المصدر: عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، دار الوفاء،

السعودية، ص 17

المطلب الثالث: ثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة

ومن هنا قمنا باعداد استبيان به محورين، حيث كان المحور الأول يوضح المسؤولية الاجتماعية والمحور الثاني حول خلق القيمة المشتركة، حيث اعتمد في الجانب النظري للإلمام متغيرات الدراسة من تعاريف وأسس ومبادئ من أجل ضبط وتحكيم الاستبيان، إلى أن أصبحت أداة القياس جاهزة، فتم عرضها على المؤطر وأبدى رأيه فيها من حيث الشكل والمضمون من ملاحظات وتوجيهات، ثم تم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين.

سنحاول من خلال هذا الجزء أن نبين مدى ثبات الاستبيان ومصادقته من خلال حساب معامل ألفا كرو نباخ حيث كلما كان معامل ألفا أكبر من 0.6 كلما كان الاستبيان صالحا للدراسة.

الجدول رقم 06: معامل الثبات للاتساق الداخلي للفقرات المتغير المستقل والمتغير التابع

معامل ألفا كرو نباخ	اسم المتغير
0,801	المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية)
0,812	المتغير التابع (خلق قيمة مشتركة)
0.875	معامل ألفا كرو نباخ الكلي

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة ومخرجات نظام (SPSS22)

لقد تبين ان معامل ثبات حسب اختبار ألفا كرونباخ Cronbach لمعامل ألفا للاستبانة ككل (0.875)، وبالتالي تتمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال يتيح لها تحقيق أهداف الدراسة وإمكانية ثبات النتائج التي تسفر عنها.

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات

من خلال في هذا المبحث سيتم عرض وتحليل لنتائج الدراسة من خلال عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة من حيث الجنس؛ العمر؛ المؤهل العلمي؛ الخبرة في المنصب الوظيفي؛ المركز الوظيفي، بالإضافة عرض عبارات محاور الدراسة. واختبار فرضيات الدراسة.

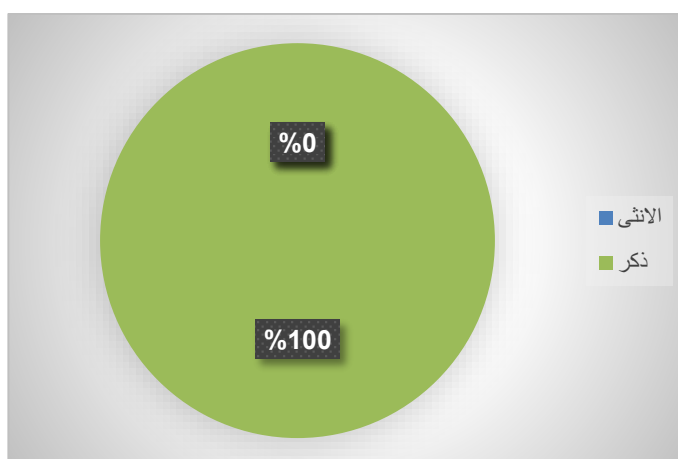
المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

الفرع الأول: المتغيرات الديموغرافية

من أجل تحديد عينة الدراسة قمنا بتمثيل القسم الأول الخاص بالبيانات الشخصية والتي تصف عينة الدراسة باستخدام برنامج SPSS22 وبرنامج EXCEL.

أولاً/ توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الشكل رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب الجنس



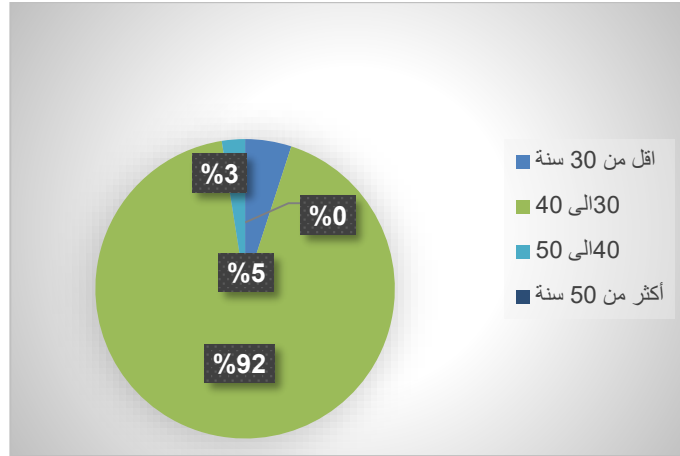
المصدر: إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة ومخرجات نظام (xl)

يتبين لنا من الشكل أعلاه أن جنس ذكر التي تمثل فئة أعلى نسبة بـ (100%) من حجم العينة وهذا راجع إلى أن مؤسسة سوف للدقيق تستقطب عمال ذكور أكثر من الإناث وذلك بسبب المسؤوليات الوظيفية الإضافية التي يكلف بها الذكر أكثر من الأنثى.

ثانيا/ توزيع أفراد العينة حسب العمر

حتى تكون النتائج أكثر وضوحا قمنا بتمثيلها في الرسم البياني التالي:

الشكل رقم 08: تركيبة الأفراد حسب العمر



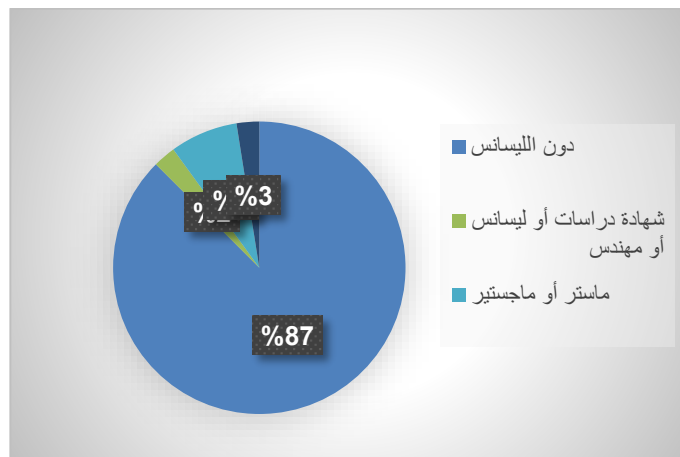
المصدر: إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة ومخرجات نظام (xl)

- يتبين لنا من الشكل أعلاه أن الفئة العمرية التي تتراوح بين (30 سنة إلى 40 سنة) التي تمثل فئة الشبابي أعلى نسبة بـ (92%) من حجم العينة وهذا راجع إلى أن المهارات التي تتمتع بها هذه الفئة إلى جانب قدرتها على تحمل الأعباء.

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليم:

قمنا بتمثيل نتائج الدراسة في الرسم البياني التالي:

الشكل رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليم



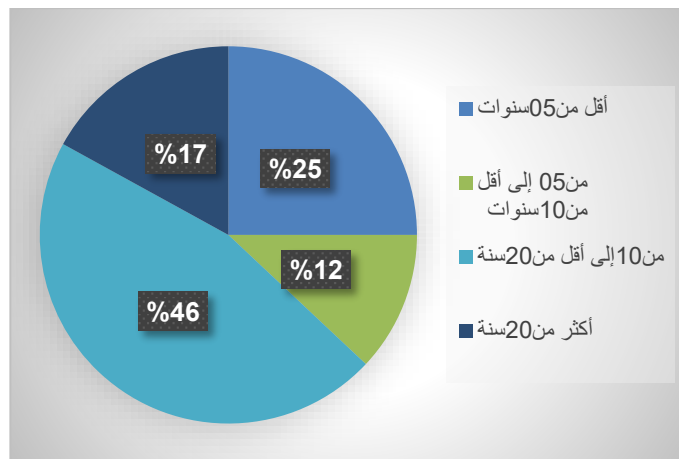
المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات (Excel)

من خلال الشكل نلاحظ أن المستوى التعليمي الذي غلب أفراد العينة الإحصائية هو المستوى ليسانس بنسبة 87% ثم يليه شهادة ماستر أو ماجستير وهذا يعود لما تتطلبه وظيفة لدى المؤسسة من ومهارات تواصلية واجتماعية ومؤهلات تقنية معا.

رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخدمة:

من خلال مخرجات (Excel) على ضوء نتائج الاستبانة تحصلنا على النتائج التي سنعرضها في الرسم البياني التالي:

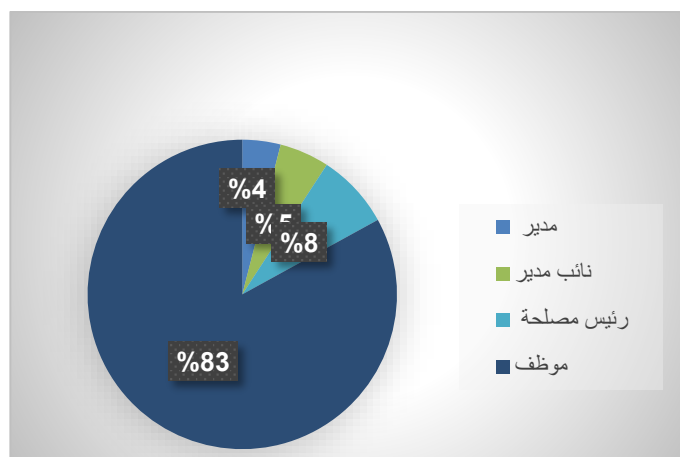
الشكل رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخدمة



المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات (Excel)

نلاحظ أن أغلبية الموظفين تتراوح عدد سنوات الخدمة لديهم من 10 الى اقل من 20 سنة بنسبة 46%. تليها نسبة 25% التي تمثل الموظفين الذين تتراوح سنوات الخدمة لديهم أقل من خمسة سنوات، و17% من الموظفين تتراوح عدد سنوات الخدمة لديهم أكثر من 20 سنة. تهتم باستقبال العمال الجدد وتهتم بالعمال وتوفر لهم وسائل الراحة.

خامسا: توزيع أفراد العينة حسب العمل المهني:
الشكل رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب العمل المهني



المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات (Excel)

نلاحظ أن المستوى الوظيفي الذي غلب على أفراد العينة الإحصائية هي موظف بنسبة 83% ثم تليها رئيس المصلحة بنسبة 08% أما نسبة الوظيفة الأقل تمثلت في وظيفة إطار نائب مدير بنسبة 05% ومدير بنسبة 04%.

المطلب الثاني: عرض وتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

نقدم من خلال هذا الجزء تقدير الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة وذلك من خلال تقييم دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة محل الدراسة، وذلك بحساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالإضافة لحساب المتوسط النسبي التشتت لإجابات عينة الدراسة والجدول التالي يوضح ذلك. وقبل التطرق لتحليل لجميع عبارات المتغير المستقل.

الفرع الأول: تحليل عبارات المحور الأول "أبعاد المسؤولية الاجتماعية"

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

1-البعد الاقتصادي:

الجدول رقم 07: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد الاقتصادي

الرقم	العبارات	موافق		محايد		غ موافق		Mea n	β	RII	
		%	F	%	F	%	F				
1	تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى ربح بطرق شفافة	85	43	15	6	0	0	1.15	67,0	0.36	موافق
2	تسعى المؤسسة للوصول إلى مستوى عال من الكفاءة في الأداء	70	28	30	12	0	0	1.3	0.46	82,0	موافق
3	تحرص المؤسسة على توفير منتجات لكل الزبائن دون انقطاع	70	28	15	6	15	6	4	95,0	8,0	موافق
4	تعمل المؤسسة بخلق فرص عمل لأفراد المجتمع	40	16	60	24	0	0	74,3	08,1	75,0	محايد
5	تتحرى المؤسسة الصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية بأساليب واضحة وغير ملتوية	47	19	37	15	15	6	47,4	64,0	89,0	موافق
	البعد الاقتصادي										
								4	1.03	0.80	موافق

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه فإن العبارة (5) "تتحرى المؤسسة الصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية بأساليب واضحة وغير ملتوية " سجلت بمتوسط حسابي بنسبة 4.47 وانحراف معياري 0.64 وأهمية نسبية مرتفعة جداً 89 % وبذلك تقدر نتيجة المتوسط الحسابي العام لهذا البعد بمتوسط حسابي 1.03 وانحراف معياري 0.80 وهذا يدل على أن المؤسسة ذات مصداقية اتجاه تعاملاتها وتهتم بالمسؤولية الاجتماعية.

2- البعد القانوني:

الجدول رقم 08: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد القانوني

6	تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة	13	32.5	12	30	15	37	89.3	86.0	78.0	غ موافق
7	تلتزم المؤسسة بالقوانين التي تستهدف الحفاظ على البيئة	15	37.5	11	27.5	14	35	32.4	57.0	86.0	موافق
8	تلتزم المؤسسة بتوفير حقوق العامل من خدمات اجتماعية كتوفير وسائل نقل العمال وتقديم تسهيلات للحصول على السكن	11	27.5	29	72.5	0	0	05.4	03.1	81.0	محايد
9	تحرص المؤسسة عن توفير المعلومات عن كافة منتجاتها	6	15	34	85	0	0	87.3	90.0	77.0	محايد
10	تعمل المؤسسة على التصريح لدى مصالح الضمان الاجتماعي وتقديم الإعانات عند الوفاة أو العجز.	20	50	20	50	0	0	18.4	76.0	84.0	محايد
11	تسعى المؤسسة للحد من كل أشكال التلوث البيئي	10	25	24	60	6	15	84.3	12.1	77.0	محايد
12	تضع المؤسسة قوانين لحماية المستهلك	20	50	13	32.5	7	17.5	16.4	88.0	83.0	موافق
	البعد القانوني							47.4	0.65	0.89	محايد

يظهر من خلال الجدول أعلاه فإن أعلى نسبة متوسط حسابي توافق العبارة رقم (7) "تلتزم المؤسسة بالقوانين التي تستهدف الحفاظ على البيئة" متوسط حسابي 4.32 وانحراف معياري 0.57 وأهمية نسبية

مرتفعة 86% وتقدر نتيجة المتوسط الحسابي العام لهذا البعد ب 47.4 وانحراف معياري 0.65 وهذا يدل على أن المؤسسة تعمل للحفاظ على بيئتها.

3- البعد الأخلاقي:

الجدول رقم 09: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد الأخلاقي

13	تتوافق رسالة المؤسسة وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع	7	17.5	14	35	19	47.5	97.3	88.0	79.0	غ موافق
14	تمتلك المؤسسة دليلا أخلاقيا واضحا ومعلن عنه لجميع العاملين لديها	2	5	18	45	20	50	79.3	09.1	76.0	غ موافق
15	تتحمل المؤسسة اتجاه أفراد المجتمع ككل ولا تميز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو الدين	11	27.5	14	35	15	37.5	03.4	02.1	81.0	غ موافق
16	تتحمل المؤسسة الأضرار التي يتعرض لها العملاء في المؤسسة	11	27.5	13	32.5	16	40	13.4	87.0	83.0	غ موافق
17	تقوم المؤسسة بعمل جلسات حوار مع أصحاب المصالح والاستماع لرغباتهم وإدارة علاقتها مع هذه الفئة	13	34	1	10	4	10	13.4	99.0	83.0	موافق
البعد الأخلاقي											
								23.4	0.85	0.84	غ موافق

من خلال الجدول يتضح لنا أن عبارة رقم 16 "تتحمل المؤسسة الأضرار التي يتعرض لها العملاء في المؤسسة" سجلت أعلى نسبة متوسط حسابي 4.13 وانحراف معياري 0.87 وأهمية نسبية مرتفعة 83% وبلغ إجمالي متوسط الحسابي للمحول نسبة 23.4 وانحراف معياري 0.85 وهذا يدل على التجانس القوي للإجابات أفراد العينة حول المسؤولية الاجتماعية.

4- البعد الخيري:

الجدول رقم 10: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول البعد الخيري

18	تساهم المؤسسة في إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع مثل (مدارس، مستشفيات، مساجد...)	2	5	32	80	6	15	37.4	85.0	87.0	محايد
19	تقدم المؤسسة تسهيلات لأداء مناسك الحج والعمرة	12	30	16	40	12	30	47.3	46.1	69.0	محايد
20	تقدم المؤسسة المساعدات والتبرعات للمشاريع الخيرية (مراكز الطفولة، مراكز رعاية المسنين، قفة رمضان... إلخ)	19	50	6	16	4	10	66.3	07.1	73.0	موافق
21	تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل للنساء ولذوي الاحتياجات الخاصة.	17	44	6	15	3	8	89.3	00.1	78.0	موافق
البعد الخيري											
								4.13	0.85	0.82	موافق
المسؤولية الاجتماعية											
								4.17	0.82	0.85	موافق

المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS22).

يظهر لنا من خلال الجدول أنّ العبارات رقم (18) "تساهم المؤسسة في إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع" هي أعلى نسبة بمتوسط حسابي 4.37 وانحراف معياري 0.85 وأهمية نسبية مرتفعة 87% وإجمالي متوسط الحسابي بلغ 4.13 وانحراف معياري 0.85 إذن فالمؤسسة تسعى لتوفير أحسن الخدمات اتجاه المجتمع.

الفرع الثاني: تحليل عبارات المحور الثاني " خلق القيمة المشتركة

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

الجدول رقم 11: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب للآراء الخاصة بخلق القيمة المشتركة.

الرقم	العبارات	موافق		محايد		غ موافق		Me an	β	RII
		%	F	%	F	%	F			
1	تسعى مؤسساتكم الى تقديم منتجات بأسعار منخفضة	30	12	55	22	15	6	16.4	85.0	83.0 موافق
2	موافقة الجرد المادي للرد المعنوي يساعد في مصداقية القوائم المالية	50	20	50	20	10	4	87.3	09.1	77.0 موافق
3	تؤدي برامج الرقابة على الجودة المعتمدة من طرف المؤسسة إلى زيادة كفاءة أداء المنتج	37	14	18	7	0	0	26.4	76.0	85.0 محايد
4	تهدف المؤسسة الى زيادة حصتها السوقية	58	22	8	3	0	0	26.4	60.0	85.0 موافق
5	لدى المؤسسة طريقة معينة للتعريف بمنتجاتها وكيفية الاستخدام الأمثل لها	47	18	8	3	5	2	11.4	95.0	82.0 موافق
6	تهتم إدارة المؤسسة بشكاوى الزبائن وتحرص على حلها بصورة عاجلة.	32.5	13	30	12	37	15	89.3	86.0	78.0 غ موافق
7	تهتم المؤسسة بتوطيد علاقاتها مع المؤسسات المنافسة.	37.5	15	27.5	11	35	14	32.4	57.0	86.0 موافق
8	المؤسسة تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستويات الأجور.	27.5	11	72.5	29	0	0	05.4	03.1	81.0 محايد

9	تسعى المؤسسة إلى زيادة فوائدها الاقتصادية مع احترام المؤسسات المنافسة.	6	15	34	85	0	0	87.3	90.0	77.0	محايد
10	تدفع المؤسسة تعويضات مناسبة للزبون في حال تعرضه لأضرار جراء استخدامه لمنتجاتها.	20	50	20	50	0	0	18.4	76.0	84.0	محايد
11	تقوم المؤسسة على عمل تشجير وتجميل المناطق المحيطة بها	10	25	24	60	6	15	84.3	12.1	77.0	محايد
12	العمل على تحقيق أقصى أرباح بطرق شفافية	20	50	13	32.5	7	17.5	16.4	88.0	83.0	موافق
13	تستخدم المؤسسة تقنيات ملائمة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء، وللتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.	32	80	2	5	6	15	37.4	85.0	87.0	موافق
14	تقدم المؤسسة الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية مثل جمعيات حماية الطفولة ودور المسنين ومراكز رعاية المعاقين والمستشفيات.	12	30	16	40	12	30	47.3	46.1	69.0	محايد
15	تساهم المؤسسة في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس ومستشفيات وطرق وبرايم إسكان.	19	50	6	16	4	10	66.3	07.1	73.0	موافق
16	تقدم المؤسسة المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات.	17	44	6	15	3	8	89.3	00.1	78.0	موافق
17	تعمل المؤسسة على تجنب	7	17.5	14	35	19	47.5	97.3	88.0	79.0	غ موافق

										مسببات التلوث (الأرض، الهواء، المياه...)	
18	تساهم المؤسسة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.	2	5	18	45	20	50	79.3	09.1	76.0	غ موافق
19	حصلت المؤسسة من قبل على أحد المواصفات والمعايير الدولية البيئية.	11	27.5	14	35	15	37.5	03.4	02.1	81.0	غ موافق
20	تمول حملات التوعية في مجالات حماية البيئة وحسن استغلال مواردها الطبيعية.	11	27.5	13	32.5	16	40	13.4	87.0	83.0	غ موافق
								4.14	0.88	0.82	موافق

المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS22).

من خلال النتائج الموضحة في الجداول أعلاه فإننا نسجل مستويات متجانسة في الاتجاه، حيث أن أعلى قيمة للمتوسط الحسابي كانت للعبارة رقم (13) "تستخدم المؤسسة تقنيات ملائمة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء، ولتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع." بمتوسط حسابي 4.37، وبانحراف معياري 0.85 وأهمية نسبية مرتفعة جدا 87% وهذا يدل على أن المؤسسة سوف للدقيق تحافظ على المحيط الذي تعمل بيه وتساهم في نظافة البيئة والمحافظة عليها، وتليها العبارة رقم (7) " تهتم المؤسسة بتوطيد علاقاتها مع المؤسسات المنافسة" بمتوسط حسابي 4.32، وبانحراف معياري 0.57 وأهمية نسبية 86%، ثم العبارة رقم (3) " تؤدي برامج الرقابة على الجودة المعتمدة من طرف المؤسسة إلى زيادة كفاءة أداء المنتج" بمتوسط حسابي 4.26 وانحراف معياري 0.76 وأهمية نسبية 85%، وبنفس المتوسط الحسابي للعبارة رقم (4) " تهدف المؤسسة إلى زيادة حصتها السوقية" لكن بانحراف معياري 0.60 وبنفس الأهمية النسبية، ثم العبارة رقم (10) " تدفع المؤسسة تعويضات مناسبة للزبون في حال تعرضه لأضرار استخدامه لمنتجاتها" بمتوسط حسابي 4.18 وانحراف معياري 0.76 وأهمية نسبية 84%، وفي المرتبة الأخيرة العبارة رقم (14) "تقدم المؤسسة الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية مثل جمعيات حماية الطفولة ودور المسنين ومراكز رعاية المعاقين والمستشفيات" حيث كان متوسطها الحسابي 3.47 وانحرافها المعياري 1.46 وأهمية نسبية 69%، وبلغ إجمالي المتوسط الحسابي للمحور نسبة 4.14 التي تعادلها عبارة موافق في سلم ليكارت

الثلاثي وانحراف معياري 0.88 يدل على التجانس القوي لأفراد العينة حول خلق القيمة وبذلك تسعى المؤسسة إلى خلق القيمة من خلال الاهتمام بمختلف المجالات والفئات.

المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

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

الفرع الاول: نتائج اختبار تحليل التباين

بهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين ومعاملات الارتباط. والجدول الموالي يلخص أهم النتائج التي تم التوصل لها.

الجدول رقم 12: يمثل تحليل التباين

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة الاختبار F فيشر	قيمة الاحتمال Sig
الانحدار	2.136	1	2.136	20.074	b0.000
البواقي	3.830	36	0.106		
المجموع	5.966	37			

المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.22).

من خلال الجدول نلاحظ أن Sig=0.000 وهي أصغر من (a≤0.05)، وبهذا يكون نموذج ملائم لقياس العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

الجدول رقم 13: معاملات الارتباط بين المتغيرات المستقلة وخلق قيمة المشتركة

خلق قيمة المشتركة		Y
القيمة الاحتمالية (Sig)	ارتباط بيرسون	X
0.000	%87	البعد الاقتصادي
0.726	%57	البعد القانوني
0.000	%60.7	البعد الأخلاقي
0.000	%61.2	البعد الخيري

المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.22).

من خلال استقراء قيم العلاقات الظاهرة في الجدول أعلاه نلاحظ وجود علاقة طردية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع "خلق قيمة مشتركة"، وقد بلغت أكبر قيمة ارتباط طردية متوسطة بين خلق قيمة مشتركة وميل البعد الاقتصادي حيث سجلت (87%) عند مستوى (0.000)، وهذا يشير إلى أنه كلما زادت القيمة المشتركة بقيمة واحدة تحسن متغير البعد الاقتصادي بنسبة (13%)، ونفس التعليق بالنسبة للمتغيرات التابعة الأخرى.

الفرع الثاني: نتائج اختبار الفرضيات

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وخلق قيمة مشتركة بمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

H0: لا يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H1: يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الجدول رقم 14: الارتباط الخطي بين المتغير المستقل والمتغير التابع

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد R^2	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري للتقدير
1	0.584a	0.340	0.326	0.358

المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.22).

نلاحظ أن معامل الارتباط ($R = 0.598$) والذي يدل على وجود ارتباط إيجابي أي «علاقة طردية متوسطة» بنسبة (59.8%) بين مسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة، كما نلاحظ أن معامل التحديد يساوي (0.326) أي أن المتغير المستقل يؤثر بنسبة (32.6%) في المتغير التابع لدى مؤسسة سوف للدقيق، والنسبة المتبقية (67.4%) تفسر أنه يوجد عوامل أخرى تؤثر أيضا في خلق القيمة المشتركة.

الجدول رقم 15: يمثل معاملات خط الانحدار البسيط

قيمة الاحتمال Sig	اختبار قيمة ستودنت T	المعاملات المعيارية	المعاملات غير المعيارية		النموذج
		Beta	الخطأ المعياري	B	
0.000	7.536		0.346	2.611	1 الثابت
0.000	4.480	0.598	0.085	0.383	المسؤولية الاجتماعية

المصدر: إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة مخرجات نظام (SPSS22).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للمتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) هي (Sig=0.000) وهي أصغر من ($a \leq 0.05$) أي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة للفرضية الرئيسية الأولى، أي يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$). وهذا ما أكدته الفرضية الرئيسية الأولى.

الفرع الثالث: اختبار الفرضيات الفرعية

في هذه الخطوة نستخدم معامل الخط الانحدار المتعدد لاختبار الفرضيات عند مستوى دلالة معنوية ($a = 0,05$). اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS22، كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم 16: معاملات خط الانحدار المتعدد

قيمة الاحتمال Sig	اختبار قيمة ستودنت T	المعاملات المعيارية	المعاملات غير المعيارية		النموذج
		Beta	الخطأ المعياري	B	
0.000	7.078		0.554	3.923	الثابت
0.352	0.034	0.006	0.141	0.235	البعد الاقتصادي
0.001	3.773	0.532	0.097	0.367	البعد القانوني
0.000	5.778	0.694	0.118	0.679	البعد الأخلاقي
0.004	1.037	0.170	0.153	0.159	البعد الخيري

المصدر: إعداد الطالبات بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS.22).

تحليل نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

H0: لا يوجد أثر للبعد الاقتصادي على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$).

H1: يوجد أثر للبعد الاقتصادي على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للمتغير التابع (بعد الاقتصادية) هي ($\text{Sig}=0.352$) وهي أكبر من ($a \leq 0.05$) أي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية، أي لا يوجد أثر للبعد الاقتصادي على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" وهذا ما لم تأكده الفرضية الأولى.

2- تحليل نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية):

H0: لا يوجد أثر للبعد القانوني على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$).

H1: يوجد أثر للبعد القانوني على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للمتغير التابع (بعد القانوني) هي ($\text{Sig}=0.001$) وهي أصغر من ($a \leq 0.05$) أي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، يوجد أثر للبعد القانوني على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" وهذا ما أكدته الفرضية الثانية.

3- تحليل نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة):

H0: لا يوجد أثر للبعد الاخلاقي على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$).

H1: يوجد أثر للبعد الاخلاقي على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للمتغير التابع (بعد الأخلاقي) هي ($\text{Sig}=0.000$) وهي أصغر من ($a \leq 0.05$) أي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، أي يوجد أثر للبعد الاخلاقي على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" وهذا ما أكدته الفرضية الثالثة.

4- تحليل نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

H0: لا يوجد أثر للبعد الخيري على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H1: يوجد أثر للبعد الخيري على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للمتغير التابع (البعد الخيري) هي ($\text{Sig}=0.004$) وهي أصغر من ($\alpha \leq 0.05$) أي نرفض الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، أي يوجد أثر للبعد الخيري على خلق قيمة مشتركة في مؤسسة سوف للدقيق "الوادي" وهذا مالم تأكده الفرضية الرابعة.

2- اختبار فرضية (الفروقات):

- لا توجد فروقات تُعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، عدد سنوات الخدمة، العمل المهني).

- توجد فروقات تُعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، عدد سنوات الخدمة، العمل المهني).

اختبار الفرضية 1-2:

H0: لا توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى للجنس.

H1: توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى للجنس.

الجدول رقم 17: اختبار T للعينات المستقلة بالنسبة للجنس

متغيري الدراسة	الجنس	العدد	T	F	Sig
المسؤولية الاجتماعية	ذكر	40	-0.989	5.650	0.323
	أنثى	0			
خلق قيمة مشتركة	ذكر	40	1.270	0.456	0.504
	أنثى	0			

المصدر: إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة ومخرجات نظام (SPSS22)

التعليق: لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار Independent-Samples T-Test، نلاحظ من الجدول أعلاه أنها لا توجد فروق عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمسؤولية الاجتماعية حيث كان مستوى الدلالة المعنوية يساوي ($\text{Sig}=0.323$) أكبر من ($\alpha \leq 0.05$).
أما بالنسبة للرقابة الداخلية فنلاحظ عدم وجود فروق عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغير الجنس، حيث كان مستوى الدلالة المعنوية أكبر من ($\alpha > 0.05$) أي أن الاختلاف في الجنس لا يؤثر على خلق قيمة مشتركة

اختبار الفرضية 2-2:

H0: لا توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى للعمر.

H1: توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى للعمر.

الجدول رقم 18: اختبار التباين الأحادي (Anova) لمتغيرات الدراسة وفقا لمتغير العمر

متغيري الدراسة	التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	Sig
المسؤولية الاجتماعية	بين المجموعات	0.354	3	0.177	0.436	0.650
	داخل المجموعات	14.212	35	0.406		
	المجموع	14.566	38			
خلق قيمة مشتركة	بين المجموعات	0.672	3	0.336	2.222	0.123
	داخل المجموعات	5.294	35	0.151		
	المجموع	5.966	38			

المصدر: إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة ومخرجات نظام (SPSS22)

التعليق: نلاحظ من الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق عند مستوى الدلالة المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى لمتغير العمر حيث كان مستوى الدلالة المعنوية أكبر من ($\alpha > 0.05$) أي أن الاختلاف في الأعمار لا يؤثر على متغيري الدراسة.

اختبار الفرضية 2-3:

H0: لا توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى للمستوى التعليمي.

H1: توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى للمستوى التعليمي.

الجدول رقم 19: اختبار التباين الأحادي (Anova) لمتغيرات الدراسة وفقا لمتغير المستوى التعليمي

متغيري الدراسة	التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	Sig
المسؤولية الاجتماعية	بين المجموعات	0.125	3	0.063	0.152	0.860
	داخل المجموعات	14.441	35	0.413		
	المجموع	14.566	38			
خلق قيمة مشتركة	بين المجموعات	0.107	3	0.053	0.318	0.729
	داخل المجموعات	5.860	35	0.167		
	المجموع	5.966	38			

المصدر: إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة ومخرجات نظام (SPSS22)

التعليق: نلاحظ من الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق عند مستوى الدلالة المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري

الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي حيث كان مستوى الدلالة المعنوية أكبر من ($\alpha > 0.05$) أي أن

الاختلاف في المستوى التعليمي لا يؤثر على متغيري الدراسة.

اختبار الفرضية 2-5:

H0: لا توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى لعدد سنوات

الخدمة.

H1: توجد فروقات عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري الدراسة تعزى لعدد سنوات الخدمة.

الجدول رقم 20: اختبار التباين الأحادي (Anova) لمتغيرات الدراسة وفقا لمتغير عدد سنوات الخدمة

متغيري الدراسة	التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	Sig
المسؤولية الاجتماعية	بين المجموعات	0.882	3	0.294	0.730	0.541
	داخل المجموعات	13.684	34	0.402		
	المجموع	14.566	37			
خلق قيمة مشتركة	بين المجموعات	0.212	3	0.071	0.418	0.471
	داخل المجموعات	5.754	34	0.169		
	المجموع	5.966	37			

المصدر: إعداد الطالبات بناء على نتائج الدراسة ومخرجات نظام (SPSS22)

التعليق: نلاحظ من الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق عند مستوى الدلالة المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتغيري

الدراسة تعزى لمتغير عدد سنوات الخدمة حيث كان مستوى الدلالة المعنوية أكبر من ($\alpha > 0.05$) أي أن

الاختلاف في عدد سنوات الخدمة لا يؤثر على متغيري الدراسة.

خلاصة الفصل:

يتضح لنا من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على مؤسسة دقيق سوف، والتي كان الهدف منها إسقاط الجزء النظري لمتغيري الدراسة، المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة على مؤسسة دقيق سوف بولاية الوادي، بحيث في هذا الفصل محاولة معرفة دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة بالاعتماد على المقابلة التي استخلصنا منها تبني المؤسسة لنظام الإدارة المتكامل الذي تحقق بواسطته المؤسسة مجموعة من الأهداف (الاقتصادية، البيئية، الاجتماعية)، كما قمنا بدراسة استطلاعية لأفراد عينة الدراسة للحصول على معلومات إضافية عن درجة التزام المؤسسة بتبني المسؤولية الاجتماعية من خلال معاييرها وتوصلنا إلى أن هناك التزام في تبني المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها، ثم قمنا بدراسة علاقة الارتباط بينها وبين مقارنة القيمة.

الخاتمة



الخاتمة

تسعى المؤسسات إلى بناء صورة جيدة حول مؤسستها، أي أخذ مكانة في المحيط الذي تنشط فيه، ومن أجل أن تحظى المؤسسات بهذه الخاصية عليها العمل والجد من أجل الوصول إلى هذه الغاية، ولقد تكلم الكتاب والباحثين وأصحاب المؤسسات في كتبهم ومنشوراتهم حول هذا المقصد، والسبل المثلى لتحقيقه، حيث أن أغلب هؤلاء ركزوا على المسؤولية الاجتماعية بصفة عامة، باعتبارها كإحدى الأدوات التي تجعلها تأخذ سمعة معتبرة في المجتمع، وإلى جانب هذه الغاية يوجد ما يسمى بخلق القيمة المشتركة والتي تسمح بتحقيق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، وبالتالي تعد القيمة المشتركة عامل مهم للمؤسسات وعلى هذا الأساس حاولنا في داستنا هذه التطرق إلى دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة وتم التوصل إلى النتائج التالية:

نتائج الدراسة النظرية:

تمثلت فيما يلي:

- يرتبط مفهوم القيمة المشتركة بكيفية خلق أثر اجتماعي ايجابي لتحقيق مستويات أداء عالية وانطباع اجتماعي ايجابي.
- التوصل إلى أن مفهوم القيمة المشتركة يعد نموذج جديد للأعمال بتحقيق القيمة الاجتماعية للمجتمعات والقيمة الاقتصادية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
- تسعى مقارنة القيمة المشتركة لتحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية.

نتائج الدراسة الميدانية:

حيث خلصت الدراسة التطبيقية إلى ما يلي :

- تم التوصل في الفرضية الرئيسية الأولى أنه لا يوجد أثر للبعد الاقتصادي على خلق قيمة مشتركة لمؤسسة سوف للدقيق وهذا لم تؤكد الفرضية الأولى. ($\alpha=0.05$)
- تم التوصل في الفرضية الجزئية الأولى إلى أنه توجد فروق عند مستوى دلالة معنوية لمتغيري الدراسة للجنس.
- توصلنا في الفرضية الرئيسة الثانية أنه يوجد أثر للبعد القانوني على خلق قيمة مشتركة لمؤسسة محل الدراسة وهذا ما أكدته الفرضية الثانية. ($\alpha=0.05$)

- تم التوصل في الفرضية الجزئية الثانية أنه توجد فروق عند مستوى دلالة معنوية لمتغيري الدراسة تعزى للعمر .
 - يوجد أثر للبعد الأخلاقي على خلق قيمة مشتركة للمؤسسة محل الدراسة وهذا ما أكدته الفرضية الثالثة. ($\alpha=0.05$)
 - تم التوصل في الفرضية الجزئية الثالثة أنه توجد فروق عند مستوى دلالة معنوية لمتغيري الدراسة تعزى للمستوى التعليمي.
 - يوجد أثر للبعد الخيري على خلق قيمة مشتركة للمؤسسة سوف للدقيق وهذا لم تؤكد الفرضية الرابعة. ($\alpha=0.05$)
 - تم التوصل في الفرضية الجزئية الرابعة أنه توجد فروق عند مستوى دلالة معنوية لمتغيري الدراسة تعزى لعدد سنوات الخدمة
- توصيات الدراسة:**

بناءً على ما توصلنا إليه في نتائج نوصي بما يلي:

- عدم الاكتفاء بالأعمال الخيرية والتبرعات والإعلانات من طرف الشركات العاملة في القطاع الاقتصادي في إطار المسؤولية الاجتماعية بل يجب عليها أن تبحث عن الحاجيات المجتمعية الغير مشبعة والمشاكل الاجتماعية وتدمجها في إستراتيجيتها وفق مقارنة القيمة المشتركة.
- على المؤسسة تقوية الروابط بينها وبين أصحاب المصالح.
- على المؤسسات الإطلاع على تجارب الشركات الرائدة في مجال خلق القيمة المشتركة والتعرف على برامجها من أجل الاستفادة منها.
- الرفع من القدرة التنافسية من خلال إنشاء علاقات مع المجتمع المدني.

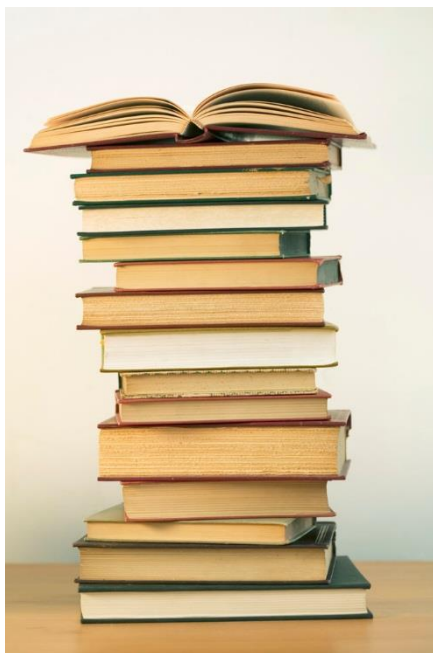
آفاق الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة، نرى أن هناك العديد من المجالات التي يمكن أن تشكل أساساً لبحوث مستقبلية:

- خلق القيمة المشتركة كآلية لتحفيز منظمات الأعمال في تبني المسؤولية الاجتماعية.
- دور المورد البشري في تبني المسؤولية الاجتماعية لخلق القيمة المشتركة.

- دراسة مقارنة حول أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة لمؤسسات مختلفة القطاع.
دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وفق نموذج خلق القيمة
المشتركة.

قائمة المراجع



أولاً: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب:

1. عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، دار الوفاء، السعودية.

ب- الرسائل والاطروحات:

1. أرحاب هلال وسام، دور الإدارة بالقيم في خلق القيمة بالمؤسسة الاقتصادية دراسة لعينة في المؤسسات للفترة ما بين 2015.2011، أطروحة دكتوراه، جامعة غرداية، 2016.2017.
2. بلقايد محمد جواد، دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في الرفع من أداء الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.
3. بن قيراط عبد العزيز، إدارة الموارد البشرية وخلق القيمة، ماجستير، جامعة العقيد الحاج لخضر، باتنة، 2008.2009.
4. زهية عبا، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن الممارسات الوظيفية في المؤسسة، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2019.
5. سبخاوي عبد القادر، مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020.2021.
6. بوسلامي عمر، دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، جامعة سطيف 01، 2012/2013.
7. فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، أطروحة دكتوراه، جامعة أكلي محمد أولحاج، لبويرة، 2018.2019.
8. مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران، 2013/2014.
9. شعبان محمد عقيل، قدرة مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة مقابل مؤشرات الأداء التقليدية على تفسير التغيير في القيمة السوقية للأسهم، مذكرة الحصول على درجة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة 2015،
10. ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2009، 2010.

11. لينا محمد هيثم هبرة، مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير، جامعة تشرين، 2016.2017.
12. محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني المنظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية، رسالة للحوّل على درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية العلوم الإدارية، يونيو 2008.
13. ميسون محمد عبد القادر مشرف، التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة لاستكمال شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009.
14. نعيمة منصور محمد القطراني، معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الدولية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بنغازي، 2016.
15. بن ناصر محمد، بوزناد مروان، خلق قيمة اقتصادية من خلال الإدارة البيئية في المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2021.2020.
16. تومي عبد الكريم، تقييم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات النفطية، مذكره لاستكمال شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.2016.
17. نورا محمد عماد الدين أنور، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، دراسة تطبيقية مقدمة إلى مركز الأبحاث السنوية، 2010.

ج- المجالات والدوريات:

1. إسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات " منظور تحليلي"، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد الإدارة، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.
2. إسحاق خرشي، مداخله نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.
3. أم كلثوم جماعي، سمير بن عبد العزيز، مداخله الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار.
4. دحدوح عبد القادر، المعيار، مجلة فصيلة أكاديمية دولية محكمة مجهزة، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، المجلد 11، العدد 2، 2020.

5. نايت عطية مريم، محددات عملية خلق القيمة على مستوى المؤسسات الصناعية الجزائرية وفقا لفرع نشاطها الصناعي، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 01، جامعة باجي مختار، عنابة، 2018.
6. سلوى محمد عمار، فاعلية برنامج مقترح قائم على التعلم الخدمي لتدريس القضايا المعاصرة، جامعة الفيوم، العدد 05، 2016.
7. سيخاوي عبد القادر، قريشي محمد الصغير، مساهمة تثمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات، مجلة الأعمال والدراسات الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020.
8. شيباني عبد القادر، فلاق محمد، واقع تبني منظمات الأعمال لنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة - شركة Novartis أنموذجا- مجلة الاقتصاد والبيئة، العدد 03، جامعة حسيبة بوعلي، الشلف، 2020.
9. العايب عبد الرحمان، مساهمة إدماج البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة في تطوير إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 11 جوان 2012، جامعة سطيف.
10. غلاب فاتح. ختيري وهيب، التجارب الدولية والعربية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 01، المجلد 05، جامعة محمد بوضياف المسيلة، جامعة يحي فارس المدينة، 2020، ص16. <https://www.asjp.cerist.dz>
11. فاطمة طاهري، نصيرة قوريش، خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، عدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2019.2020، ص74.
12. فرعون محمد، أثر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أدائها المالي " حوصلة نظرية"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 11 - جامعة خميس مليانة.
13. ليلي ريمة هيدوب وآخرون، الحوكمة كآلية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل المواصفات الدولية ايزو 26000، مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية، المجلد 04 العدد 01، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018.
14. محمد فلاق وآخرون، مساهمة الشركات الاقتصادية في بناء تنمية اقتصادية مستدامة باستخدام نموذج خلق القيمة المشتركة " شركة Nestle أنموذجا" مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، عدد خاص، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2018.

15. موسى قاسم، وآخرون، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 01، 2014.
16. هاشمي عباسية، الدور المحوري لتسيير الموارد البشرية في خلق القيمة لجميع الأطراف الآخذة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 3، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008.
17. وهيبية مقدم، الحاجة إلى تصميم لوحة قيادة من أجل دمج المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال وقياس الأداء تجاهها، ورقة علمية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
18. عمر روبحيفيسة، عيسى معزوي، دور ركائز الحوكمة في ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، ورقة علمية، مدرسة الدراسات العليا للأعمال، الجزائر، 2018.
19. محمد فلاق وآخرون، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر، 2017، 2018.
20. رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق، 2011. <https://www.csr.sa.net>

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Andrew Carne and Others. Contesting The value of "Creating Shared Value ، University of California ،Berkeley ،Vol 56 ،2014 .
2. Hana ANOUAR ،La Responsabilite Sociale des Entreprises et Son impact sur leur Performance Financiere Corporate social responsibility and its impact on their financial performance ،Doctorante en science de gestion ،Laboratoire de recherche prospective en finance et gestion ،Encg casablanca Université ، Maroc ،2022 .
3. <https://Ar.m.wikipedia.org/wiki> ،27/03/2022.
4. Marnus Botha ،Operationalising shared Value ،University Of Pretoria ،the requirements For the degree of Master ،2018 ،p2.p110
5. Mikolaj Slezak ،From Traditional to Strategic CSR: Systematic Literature Review ،Journal of Corporate Responsibility and Leadership ،Issue 1 ، Nicolaus Copernicus University In torun ،Polanda ،2020 ،p52 .
6. Mouna Masghoni ،Assma Youcef ،Aicha Selma Kiheli ،Lamia Amani ، Safia Seddiki ،Find a shared Value in the Social Responsibility Of Algerian Business Organisations ،International Journal Of Economics And Financial. VOL (9) Issue 3 ،142 ،153.

7. Nancy Heppell. Le roulement du personnel et la performanceorganisat:leffetmoderateur des pratiques de gestion des ressources humaines.(Mémoire presente a la faculte des etudessuperieures en vue de Maitrees Sciences) ‘Facultefes arts et sciences ‘Ecole de relations industrielles ‘Universite de Montreal ‘2011 .
8. Harvard Business Review ‘Creating Shared Value ‘Mark R. Kramer ‘Michael E. Porter, 2011
9. AKadin O.P.2011. Development of a MALTI - Criteria Approach for the Selection ofSustairable Materials for Building Projects PLiD thesis. University of Wolverhampton UK

الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم الاقتصاد

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أتوجه إليكم بفائق الاحترام والتقدير، راجية حسن تعاونكم لإنجاح هذه الدراسة التي تتعلق بالتعرف على " دور المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة" من إعداد الطلبات مجيدي هناء وباهي مروة تحت إشراف الدكتورة مسغوني منى. وذلك كمتطلب بالحصول على شهادة ماستر في الاقتصاد تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات من جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي آمل منكم الدعم والتعاون من خلال

المشاركة في استكمال تعبئة الاستبيان وإعادته إلينا، مع العلم أن المعلومات التي سنحصل عليها هي لغرض البحث العلمي فقط، وسوف تحفظ بالسرية التامة.
ملاحظة: يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أولاً: معلومات عامة

الجنس	ذكر	أنثى		
العمر	أقل من 30 سنة	من 30 إلى أقل من 40 سنة	من 40 إلى أقل من 50 سنة	50 سنة وأكثر
مستوى التعليم	دون الليسانس	شهادة دراسات أو ليسانس أو مهندس	ماستر أو ماجستير	دكتوراه
الخبرة	أقل من 05 سنوات	من 05 إلى أقل من 10 سنوات	من 10 إلى أقل من 20 سنة	أكثر من 20 سنة
الوظيفة	مدير	نائب مدير	رئيس مصلحة	موظف

ثانياً: العبارات المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية

الرقم	العبارات	موافق	محايد	غير موافق
	البعد الاقتصادي			
01	تعمل المؤسسة على تحقيق أقصى ربح بطرق شفافة			
02	تسعى المؤسسة للوصول إلى مستوى عال من الكفاءة في الأداء			
03	تحرص المؤسسة على توفير منتجات لكل الزبائن دون انقطاع			
04	تعمل المؤسسة بخلق فرص عمل لأفراد المجتمع			
05	تتحرى المؤسسة الصدق في جميع تعاملاتها الاقتصادية بأساليب واضحة وغير ملتوية			
	البعد القانوني			
06	تحرص المؤسسة على تطبيق القوانين والتشريعات التي تفرضها الدولة			
07	تلتزم المؤسسة بالقوانين التي تستهدف الحفاظ على البيئة			
08	تلتزم المؤسسة بتوفير حقوق العامل من خدمات اجتماعية كتوفير وسائل نقل العمال وتقديم تسهيلات للحصول على السكن			

09	تحرص المؤسسة عن توفير المعلومات عن كافة منتجاتها		
10	تعمل المؤسسة على التصريح لدى مصالح الضمان الاجتماعي وتقديم الإعانات عند الوفاة أو العجز		
11	تسعى المؤسسة للحد من كل أشكال التلوث البيئي		
12	تضع المؤسسة قوانين لحماية المستهلك		
	البعد الأخلاقي		
13	تتوافق رسالة المؤسسة وأهدافها مع أهداف وقيم المجتمع		
14	تمتلك المؤسسة دليلا أخلاقيا واضحا ومعلن عنه لجميع العاملين لديها		
15	تتحمل المؤسسة اتجاه أفراد المجتمع ككل ولا تميز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو الدين		
16	تتحمل المؤسسة الأضرار التي يتعرض لها العملاء في المؤسسة		
17	تقوم المؤسسة بعمل جلسات حوار مع أصحاب المصالح والاستماع لرغباتهم وإدارة علاقتها مع هذه الفئة		
	البعد الخيري		
18	تقدم المؤسسة المساعدات والتبرعات للمشاريع الخيرية (مراكز الطفولة، مراكز رعاية المسنين، قفة رمضان... إلخ)		
19	تقدم المؤسسة تسهيلات لأداء مناسك الحج والعمرة		
20	تساهم المؤسسة في إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع مثل (مدارس، مستشفيات، مساجد...)		
21	تساهم المؤسسة في توفير مناصب عمل للنساء ولذوي الاحتياجات الخاصة.		

ثالثا: العبارات المتعلقة بخلق القيمة المشتركة

الرقم	العبارة	موافق	محايد	غير موافق
	القيمة الاقتصادية			
23	تسعى مؤسستكم إلى تقديم منتجات بأسعار منخفضة			
24	تسعى المؤسسة إلى تقديم منتجات متميزة.			
25	تؤدي برامج الرقابة على الجودة المعتمدة من طرف المؤسسة إلى زيادة كفاءة أداء المنتج			
26	تهدف المؤسسة إلى زيادة حصتها السوقية			
27	لدى المؤسسة طريقة معينة للتعريف بمنتجاتها وكيفية الاستخدام الأمثل لها .			
28	تهتم إدارة المؤسسة بشكاوى الزبائن وتحرص على حلها بصورة عاجلة .			
29	تهتم المؤسسة بتوطيد علاقاتها مع المؤسسات المنافسة.			
30	المؤسسة تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستويات الأجور .			
31	تسعى المؤسسة إلى زيادة فوائدها الاقتصادية مع احترام المؤسسات المنافسة.			
	المنفعة الاجتماعية			
32	تدفع المؤسسة تعويضات مناسبة للزبون في حال تعرضه لأضرار جراء استخدامه لمنتجاتها.			
33	تقوم المؤسسة على عمل تشجير وتجميل المناطق المحيطة بها			
34	العمل على تحقيق أقصى أرباح بطرق شفافية			
35	تستخدم المؤسسة تقنيات ملائمة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء، وللتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.			
36	تقدم المؤسسة الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية مثل جمعيات حماية الطفولة ودور المسنين ومراكز رعاية المعاقين والمستشفيات.			

37	تساهم المؤسسة في انجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس ومستشفيات وطرق وبرامج إسكان.		
38	تقدم المؤسسة المساعدة المادية في حالة الكوارث الطبيعية مثل الزلازل والفيضانات.		
39	تعمل المؤسسة على تجنب مسببات التلوث (الأرض، الهواء، المياه...)		
40	تساهم المؤسسة مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة .		
41	حصلت المؤسسة من قبل على أحد المواصفات والمعايير الدولية البيئية .		
42	تمول حملات التوعية في مجالات حماية البيئة وحسن استغلال مواردها الطبيعية .		

شكرا جزيلاً لكم على تعاونكم

الملحق رقم (02): قائمة لجنة المحكمين للاستبيان

المحكم	الجهة
بن عيسى ريم	أستاذ محاضر أ بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية بجامعة الوادي
عقبة ريمي	أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية بجامعة الوادي
محيريق عدنان	أستاذ محاضر أ بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية بجامعة الوادي