



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

دور المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة

دراسة ميدانية على مؤسسة روايال مونديال الوادي

تحت إشراف:

د. بله باسي زكريا

إعداد الطلبة:

العويني فؤاد

حوامدي فيصل

مشاركة عبد السلام

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة	الرتبة
مصطفى عمار	أستاذ محاضر "أ" جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	رئيسا
بله باسي زكريا	أستاذ محاضر "أ" جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	مشرفا
عوادي مصطفى	أستاذ محاضر "أ" جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020



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

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

دور المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة

دراسة ميدانية على مؤسسة روايال مونديال الوادي

تحت إشراف:

د. بله باسي زكريا

إعداد الطلبة:

العويني فؤاد

حوامدي فيصل

مشاركة عبد السلام

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة	الرتبة
مصطفى عمار	أستاذ محاضر "أ" جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	رئيسا
بله باسي زكريا	أستاذ محاضر "أ" جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	مشرفا
عوادي مصطفى	أستاذ محاضر "أ" جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020

إهداء

إلى قائد الأمة سيد الأولين والآخرين المصطفى

صلوات ربي وسلامه عليه

إلى والدينا اللذان أرشدانا للعلم وللتربية وللعطاء والمحبة

إلى إخوتنا وأخواتنا وزوجاتنا وأبنائنا وبناتنا

إلى كل من علمنا حرف أو حكمة من مربين ومعلمين وأساتذة

إلى كل أساتذتنا أصدقائنا وزملائنا بالدفة

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات. والشكر له أولاً وقبل كل شيء أن أمدنا بالعون والصبر لإتمام هذا العمل والصلاة والسلام على أشرف المرسلين محمد وآله وصحبه أجمعين وعلى قوله صلى الله عليه وسلم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله ". نتقدم بجزيل الشكر أولاً للأستاذ الذي أشرف على إنجاز هذه المذكرة وصبر معنا وتقاسم معنا مشقة هذا العمل الأستاذ الدكتور بله باسي زكريا.

كما نتوجه بالشكر للأساتذة الذين سعوا لإعانتنا في إنجاز هذه المذكرة وكذا الأساتذة المحكمين.

الدكتورة روضة جديدي-الدكتورة سمية دربال

الدكتور مفيد عبد اللاوي-الدكتور مصطفىاوي عمار

الدكتور نصر ضو-الدكتور حسين مشاركة

كما نتوجه بالشكر لمسؤولي وعمال مؤسسة روايال مونديال بالوادي الذين سهلو لنا

القيام بالدراسة الميدانية

ونشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد



ملخص الدراسة:

تحاول هذه الدراسة التعرف على مدى خلق قيمة اقتصادية واجتماعية من خلال تبني المقاولاتية، حيث تطرقنا في الجانب النظري إلى مفهومي المقاولاتية والقيمة المشتركة وكذا الدراسات السابقة خاصة الأجنبية منها والتي أجمعت على ضرورة الاهتمام بالمقاولاتية وبخلق القيمة المشتركة.

وفي الجانب التطبيقي من هذه الدراسة اخترنا مؤسسة رويال مونديال بولاية الوادي للدراسة كنموذج مناسب نتيجة الفعل المقاولاتي الظاهري من خلال التوسع والنمو والمبادرة والتطوير، حيث استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي واستعملنا الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات و وزعنا 40 استبانة و استرجعنا 34 استبانة وبعد تحليلها احصائيا بـ (SPSS) توصلنا إلى وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المقاولاتية و خلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في مؤسسة رويال مونديال بالوادي و لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود إلى (الجنس , السن , المركز الوظيفي , الأقدمية) في مؤسسة رويال مونديال بالوادي. في حين توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود إلى المؤهل العلمي في مؤسسة رويال مونديال بالوادي.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية – خلق قيمة المشتركة – خلق قيمة اقتصادية – خلق قيمة اجتماعية –

Abstract

This research aims to define the level of forming economic and social value in adopting entrepreneurship. In the theoretical part, the research addresses the concepts of entrepreneurship and the shared value, in addition to the previous foreign studies which stressed the importance of entrepreneurship and the creation of shared value.

In the practical part of this study, Royale Mondiale enterprise in El Oued was chosen as a suitable example that shows the result of entrepreneurial action through expansion, growth, initiation, and improvement. To do so, the study used the descriptive analytical method besides questionnaire as a main tool to collect data, in which 40 surveys were distributed—34 were returned. After studying it statically using SPSS, the outcome shows the existence of an effective statistical relationship between entrepreneurship and forming economic and social values at Royale Mondiale in El Oued. Moreover, there are no differences in the answers of the distributed survey on the contribution of entrepreneurship in creating a shared value based on gender, age, employment status, and seniority in Royale Mondiale. However, there is a statistical difference in the answers of the survey on the contribution of entrepreneurship in creating shared value in relation to personal data and educational qualification in Royale Mondiale in, El Oued.

Key words: Entrepreneurship, Creating shared value, Creating economic value, Creating social value.



قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	الإهداء
II	شكر وعرفان
IV	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال البيانية
XI	قائمة الملاحق
أ-ز	المقدمة العامة
الفصل الأول	
الإطار النظري للمقاولاتية وخلق القيمة المشتركة والدراسات السابقة	
9	تمهيد
10	المبحث الأول: الإطار النظري للمقاولاتية وخلق القيمة المشتركة
10	المطلب الأول: مفاهيم عامة حول المقاولاتية
10	الفرع الأول: مفهوم المقاولاتية
18	الفرع الثاني: نماذج ومقاربات المقاولاتية
24	الفرع الثالث: معوقات المقاولاتية
25	المطلب الثاني: مفاهيم عامة حول خلق القيمة المشتركة
25	الفرع الأول: مفهوم القيمة المشتركة
37	الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة
45	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
45	المطلب الأول: الدراسات المحلية والعربية
45	الفرع الأول: الدراسات المحلية
47	الفرع الثاني: الدراسات العربية
48	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
50	المطلب الثالث: مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة
50	الفرع الأول: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

قائمة المحتويات

51	الفرع الثاني: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة
52	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني	
دراسة ميدانية على مؤسسة روايال موندريال بالوادي	
54	تمهيد
55	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية
55	المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة
55	المطلب الثاني: أساليب التحليل الإحصائي
55	المطلب الثالث: أدوات الدراسة
56	الفرع الأول: متغيرات الدراسة
56	الفرع الثاني: مستويات الإجابة وقياس وصدق وثبات أداة الدراسة
63	المطلب الرابع: الدراسة الوصفية
63	الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة
64	الفرع الثاني: توزيع أفراد الدراسة حسب الصفات الشخصية والمهنية
69	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة المتوصل إليها وتحليلها ومناقشتها
70	المطلب الأول: تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة
70	الفرع الأول: تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول أبعاد محور المقاولاتية
76	الفرع الثاني: تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعدي محور خلق القيمة المشتركة
80	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
80	الفرع الأول: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى
84	الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية
88	الفرع الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة
91	الفرع الرابع: اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة
95	الفرع الخامس: اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة
96	الفرع السادس: اختبار الفرضية الرئيسية السادسة
103	خلاصة الفصل
105	الخاتمة
111	قائمة المراجع
116	الملاحق

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
43	الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة	01
56	توزيع عدد الاستثمارات	02
56	درجات مقياس ليكارت الخماسي	03
57	معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات المخاطرة والدرجة الكلية	04
58	معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات الإبداع والابتكار والتميز والدرجة الكلية	05
59	معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات المبادرة والدرجة الكلية	06
59	معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات اقتناص الفرص والدرجة	07
60	معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات خلق قيمة اقتصادية والدرجة الكلية	08
61	معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات خلق قيمة اجتماعية والدرجة الكلية	09
62	معامل الارتباط بين كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لفقرات الاستبانة	10
62	معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لمحوري الدراسة وإجمالي الاستبانة	11
64	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	12
65	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	13
66	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	14
67	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	15
68	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوي الوظيفي	16
70	طول الفئات لخلايا سلم ليكارت الخماسي	17
70	نتائج تحليل عبارات بعد المخاطرة	18
72	نتائج تحليل عبارات بعد الإبداع والابتكار والتميز	19
73	نتائج تحليل عبارات بعد المبادرة	20
75	نتائج تحليل عبارات بعد اقتناص الفرص	21
76	نتائج تحليل عبارات بعد خلق القيمة الاقتصادية	22
78	نتائج تحليل عبارات بعد خلق القيمة الاجتماعية	23
81	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى (المقاولاتية - القيمة المشتركة)	24

قائمة المحتويات

82	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (المخاطرة - القيمة الاقتصادية)	25
83	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (المخاطرة - القيمة الاجتماعية)	26
84	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية (الابداع والابتكار والتميز - القيمة المشتركة)	27
86	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (للإبداع والابتكار والتميز - القيمة الاقتصادية)	28
87	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (للإبداع والابتكار والتميز - القيمة الاجتماعية)	29
88	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الثالثة (المبادرة - القيمة المشتركة)	30
89	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (للمبادرة - القيمة الاقتصادية)	31
91	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (للمبادرة - القيمة الاجتماعية)	32
92	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الرابعة (اقتناص الفرص - القيمة المشتركة)	33
93	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (لاقتناص الفرص - القيمة الاقتصادية)	34
94	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (لاقتناص الفرص - القيمة الاجتماعية)	35
95	نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الخامسة	36
97	نتائج اختبار لعينتين مستقلتين لأفراد عينة الدراسة حسب الجنس	37
98	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر (ANOVA)	38
99	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي (ANOVA)	39
100	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة (ANOVA)	40
101	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي (ANOVA)	41

قائمة المحتويات

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
19	نموذج shapero	01
20	النموذج الاستراتيجي للمقاولاتية	02
21	نموذج سيرورة المقاولاتية	03
29	نموذج ثنائي للقيمة المشتركة	04
30	نموذج ثلاثي للقيمة المشتركة	05
32	العلاقة بين الرأس المال الاجتماعي وخلق القيمة المشتركة	06
33	العلاقة بين التنمية المستدامة واستثمارات وأعمال المؤسسات	07
34	المفاضلة بين الخيارات الاستثمارات للمؤسسة (عوائد الاستثمار في أسفل الهرم)	08
40	يمثل هرم كارول (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية	09
43	يمثل التكامل بين دور المسؤولية الاجتماعية ودور خلق القيمة المشتركة	10
64	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	11
65	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	12
66	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	13
67	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	14
69	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي	15

قائمة المحتويات

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
116	الهيكل التنظيمي لمؤسسة روابال مونديال بالوادي	01
117	الاستبيان	02
121	قائمة المحكمين	03
122	مخرجات SPSS	04



المقدمة العامة

إن مجال الأعمال أخذ منحى متسارعا في التطور والتداخل خاصة مع المتغيرات الاقتصادية المعقدة والعولمة وبيئة خارجية غير مستقرة ومتغيرة باستمرار مما أدخل المؤسسات في سباق محموم من المنافسة الشديدة التي حتمت عليها التفكير في ما يمكنها من مجارات كل هذه العوامل وذلك من خلال فكر استراتيجي وممارسات إبداعية ومبتكرة واقتناص الفرص ولو كانت مخفوفة ببعض من المخاطرة المحسوبة والابتعاد عن التردد وأخذ زمام المبادرة لعدم تفويت الفرص وعدم تركها للغير وهو ما يمكن أن نجده بالمقاولاتية أو ريادة الأعمال كما يطلق عليها في المشرق العربي حيث أخذت حيزا كبيرا من الاهتمام خاصة من أصحاب المؤسسات أو من الذين يريدون الدخول لمجال الأعمال أو حتى من أصحاب القرار من خلال تسهيلات وتذليل الصعوبات التي تحول دون تطبيقها وخاصة بالنسبة للمؤسسات الناشئة مما جعل أصحاب الأفكار والمؤسسات يولون أهمية كبيرة للمقاولاتية والفكر المقاولاتي. رغم أهميته هذه الرؤية إلا أنها لم تأخذ بعين الاعتبار أو على الأقل بالقدر الكاف التكاليف البيئية والاجتماعية من موارد طبيعية متجددة أو غير متجددة والتلوث البيئي والاحتباس الحراري وحقوق أصحاب المصالح مما خلق بيئة غير متوازنة وغير مستدامة. وهو ما أدى بالتفكير من جديد بهذا الجانب دون المساس بالمكاسب الاقتصادية والقدرة التنافسية أي في المحصلة خلق قيمة اقتصادية وخلق قيمة اجتماعية في نفس الوقت وهو ما يطلق عليه بخلق القيمة المشتركة خاصة مع الأزمات الاقتصادية المتتالية والتي جعلت أغلب المؤسسات عاجزة ولو جزئيا عن تقديم إعانات مباشرة (المسؤولية الاجتماعية) مثل توقفها عن الإنتاج بسبب جائحة كورونا (كوفيد 19) وعليه بدأ التفكير في العوامل والمؤثرات التي تحقق لنا خلق القيمة الاجتماعية دون المساس بالقيمة الاقتصادية بل كيف تكون القيمة الاجتماعية عاملا رافعا ورافدا للقيمة الاقتصادية والقدرة التنافسية وليست كتكلفة كما ينظر إليه البعض. وبما أن المقاولاتية أو ريادة الأعمال هي التفكير بممارسات وطرق وأساليب مبتكرة والتفكير خارج الصندوق أي خارج المألوف والتميز الإيجابي، وعليه سنحاول التطرق لهذا العامل كمساهم محتمل في حل هذه المعضلة أو كعامل من عوامل الحل وهو ما سنقوم بدراسته من خلال تقديم الإشكالية التالية.

1. إشكالية الدراسة:

إلى أي مدى يمكن للمؤسسات الجزائرية أن تخلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية عن طريق تبني

الفكر المقاولاتي؟

للإجابة على الإشكالية نستعين بالأسئلة الفرعية التالية:

2. الأسئلة الفرعية:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة رويال مونديال بالوادي؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة رويال مونديال بالوادي؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمبادرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة رويال مونديال بالوادي؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاقتناص الفرص في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة رويال مونديال بالوادي؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة رويال مونديال بالوادي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الأقدمية) في مؤسسة رويال مونديال بالوادي؟

3. فرضيات الدراسة:

تنطلق فرضيات الدراسة من محاولة الإجابة على التساؤلات التي وردت في معالجة الإشكالية المنسجمة مع الطروحات النظرية ومفسرة لمتغيرات الدراسة، لنقوم باختبارها لاحقاً:

- **الفرضية الرئيسية الأولى:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة رويال مونديال بالوادي، وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة رويال مونديال بالوادي.

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة رويال مونديال بالوادي.

- **الفرضية الرئيسية الثانية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة رويال مونديال بالوادي، وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

-الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة

في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي، وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

- الفرضية الرئيسية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص

الفرص في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي، وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

-الفرضية الرئيسية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في

مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

- الفرضية الرئيسية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)

بين إجابات عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس،

السن، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، الأقدمية) في مؤسسة روايال مونديال بالوادي، وتتفرع منها الأسئلة الفرعية التالية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة

الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي تعزى إلى متغير الجنس.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى متغير العمر.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى متغير المؤهل العلمي.

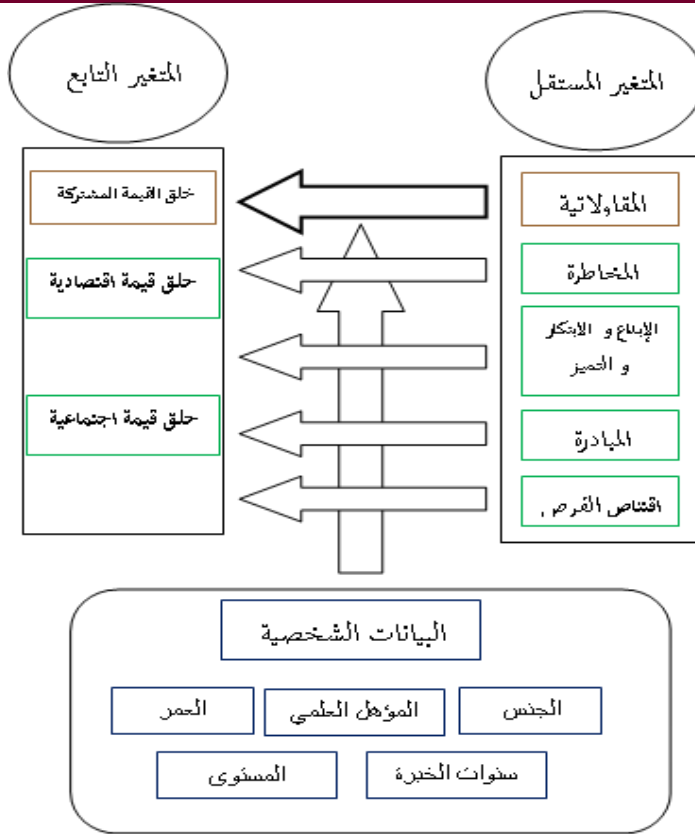
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى سنوات الخبرة.

5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى متغير المستوى الإداري (الوظيفي).

4. نموذج الدراسة:

على ضوء الإشكالية الرئيسية والإشكاليات الفرعية المطروحة والأهداف التي تصبو الدراسة لتحقيقها وضع مخطط توضيحي للمتغيرين المستقل والتابع حيث أن المتغير المستقل هو المقاولاتية والذي قسم بدوره إلى متغيرات فرعية (المخاطرة / الإبداع والابتكار والتميز / المبادرة / اقتناص الفرص) والمتغير التابع والمتمثل في خلق القيمة المشتركة والذي قسم بدوره إلى متغيرين فرعيين وهما (خلق قيمة اقتصادية / خلق قيمة اجتماعية).

مقدمة



المصدر: من إعداد الطلبة

5. أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيارنا للموضوع إلى عدة أسباب والدوافع أهمها:

- الموضوع يدخل ويندرج في صميم اختصاصنا، خاصة وأنه يتناول أبرز المواضيع في إدارة الأعمال الحديثة المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة.
- موضوع الساعة خلق القيمة الاجتماعية. خاصة في ظل جائحة كورونا (كوفيد19).
- الرغبة الذاتية في إثراء الموضوع.
- الولوج إلى مواضيع جديدة بمتغيرات جديدة.
- توقع انخراط المؤسسات في خلق القيمة المشتركة نتيجة الحوافز المقدمة والمتزايدة (قروض، تسهيلات وإعفاءات ضريبية،

6. أهداف الدراسة:

- التعرف على مفهوم المقاولاتية.
- التعرف على مفهوم خلق القيمة المشتركة.

-محاولة الكشف عن الدور الذي تؤديه المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة محل الدراسة.
-تحديد أي من أبعاد المقاولاتية له أكثر تأثيراً في خلق القيمة الاقتصادية وخلق القيمة الاجتماعية في المؤسسة محل الدراسة.

7. أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال دراسة أثر المقاولاتية على خلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية كما تستمد أهميتها أيضاً من الاحتياجات المجتمعية المتزايدة والفجوة التي تتعمق أكثر فأكثر بين مناطق الحضر ومناطق الظل وبين فئات المجتمع الواحد والتي مست سلبا فئة أسفل الهرم (المعوزين ومحدودي الدخل والفئات المحرومة). والسعي للرفع من مستوى مردودية المؤسسات وإشراك القطاع الخاص للمساهمة في تلبية هذه الاحتياجات بطرق مبتكرة وبالأخص مع تضاءل الموارد المالية العمومية والذي نتج عنه عجز في التغطية الشاملة للاحتياجات المجتمعية المتزايدة. وتفعيل ترشيد المقدرات الطبيعية في ظل استنزاف الموارد الطبيعية خاصة غير المتجددة منها والتغير المناخي اللذان أضحيا يهددان مبدأ الاستدامة في الصميم، وتعزيز الثقة بين المؤسسات الاقتصادية والبيئة الاجتماعية. ومن ناحية أخرى تسعى الدراسة لدعم الدراسات السابقة.

8. منهج البحث وأدواته:

من أجل الاستيعاب الجيد لموضوع الدراسة وفهم مكوناته والإحاطة بخصائصه وتحليل أبعاده، اعتمدنا في الجانب النظري على المنهج الوصفي التحليلي، وهذا لإدراك المفاهيم المتعلقة والمرتبطة بالمقاولاتية وكذا المفاهيم المتعلقة والمرتبطة بخلق القيمة المشتركة.

واعتمدنا في الجانب التطبيقي، على تطبيق تحليل معطيات الاستبانة من خلال دراسة مؤسسة روايال مونديال بالوادي بهدف معرفة واقع المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة من وجهة نظر عينة الدراسة، واستخراج النتائج والتوصيات.

أما فيما يخص أدوات الدراسة ومصادر البيانات فكانت كالآتي:

● **الدراسة النظرية (البحث المكتبي):** الهدف منها الوقوف على تناولته المراجع والمصادر العربية والأجنبية، وكذا ما توصلت إليه مختلف المداخلات والمقتنيات والمجلات والمقالات والمؤتمرات والمواقع الإلكترونية وكذا الدراسات السابقة خاصة الحديثة منها.

● الدراسة الميدانية: استخدام دراسة الحالة من خلال الاستمارة كأداة رئيسة في البحث، حيث وزعت الاستمارة على عمال وإطارات مؤسسة روابال مونديال بالوادي وأعقبتها عملية التحليل.

- الاستعانة ببرنامج (SPSS) لتحليل نتائج الاستبيان وحساب مختلف المؤشرات قصد الوصول إلى نتائج وتوصيات.

9. حدود البحث:

● **حدود المكان:** أجريت هذه الدراسة على مؤسسة روابال مونديال بالوادي.

● **حدود الزمان:** بداية الدراسة على مؤسسة روابال مونديال بالوادي من 02 ماي إلى 30 ماي 2021

10. الصعوبات:

- صعوبة صياغة أسئلة الاستبيان للعمال التنفيذيين لمعرفة مدى عمل المؤسسة بالمقاولاتية وخلق القيمة المشتركة التي هي في الأساس تكون على مستوى الاستراتيجية في الإدارة العليا، ولكن صيغت الأسئلة لمعرفة الاستراتيجية المنتهجة وتوجه الإدارة العليا من خلال ترجمة توجهها إلى الممارسات والمعاملات التي تدل عليه.

- صعوبة وجود عينة ملائمة (من ناحية العدد وتمثيلها للمجتمع محل الدراسة) للدراسة خاصة مع جائحة كورونا (كوفيد 19) وتزامنها مع شهر رمضان.

- ضيق الوقت خاصة مع متغيرات الموضوع من المواضيع الحديثة والقليلة المراجع.

11. خطة وهيكل الدراسة:

لإنجاز أهداف الدراسة قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين وذلك على النحو التالي:

- الفصل الأول وضع لتقديم مفاهيم المقاولاتية والقيمة المشتركة وكذا المفاهيم المرتبطة بهما والدراسات السابقة حيث قسم إلى مبحثين في المبحث الأول تناولنا مفهومي المقاولاتية والقيمة المشتركة والمفاهيم المرتبطة بهما وفي المبحث الثاني تطرقنا للدراسات السابقة المحلية والعربية والإنجليزية.

- والفصل الثاني تناولنا فيه الدراسة الميدانية مبحثين في الأول الإطار المنهجي للدراسة ومستويات الإجابة وقياس صدق وثبات أداة الدراسة وفي المبحث الثاني عرض نتائج الدراسة المتوصل إليها وتحليلها ومناقشتها.

الفصل الأول

الأدبيات النظرية والتطبيقية

للمقاوالاتية وخلق القيمة المشتركة

تمهيد:

شهدت المؤسسات في العقود الأخيرة سرعة رهيبية في التطور نتيجة التأقلم مع بيئة غير مستقرة ومتغيرة باستمرار مما حتم عليها الانتقال من الاستثمار في الموارد المادية فقط والاهتمام بها كمصدر وحيد للتميز إلى الاهتمام بالعنصر البشري والتفكير الاستراتيجي والذي يحدث الفارق في التسيير من التسيير التقليدي إلى التسيير الابتكاري والإبداعي من خلال تفعيل المقاولاتية والتي أصبحت تكتسي أهمية كبيرة لدى المؤسسات وذلك من خلال إبقاءها داخل حيز المنافسة والتميز واستغلال الفرص المتاحة نتيجة التسهيلات المقدمة للمقاولاتية بصفة عامة وللمؤسسات الناشئة بصفة خاصة.

وفي هذا السياق سنتطرق في هذا الفصل في المبحث الأول للمفاهيم الأساسية لكل من المقاولاتية (ريادة الأعمال) وخلق القيمة المشتركة والمفاهيم المرتبطة بهما في حين يخصص المبحث الثاني للتطرق إلى الدراسات السابقة التي عالجت أحد متغيرات الدراسة على الأقل والتعرف على أهدافها والنتائج المتوصل إليها وكذا البيئات ومجتمعات الدراسة لمعرفة آخر ما توصل إليه فيما يخص المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة وأوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

المبحث الأول: الإطار النظري للمقاولاتية وخلق القيمة المشتركة

في هذا المبحث سنتطرق لمفاهيم المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول المقاولاتية

أخذ الاعتناء بموضوع المقاولاتية في الآونة الأخيرة خاصة مع الاختلافات الكبيرة بين المفكرين بسبب تطور الأبحاث المتعلقة بالموضوع، حيث اختلفت التوجهات الفكرية بين الاقتصاديين والإداريين الذي يمثل أحد آليات الاقتصاد الذي يساهم في نموه وتطوره وتنوعه.

الفرع الأول: مفهوم المقاولاتية

تنوعت التعاريف ذات العلاقة بمفهوم وطبيعة المقاولاتية، حيث أخذ حيزا كبيرا مقارنة بالسنوات الماضية، فبعدها كان الاهتمام منصبا فقط على المؤسسات معينة وخاصة الكبيرة باعتبارها المولد الوحيد للثروة والوظائف، لكن سرعان ما تغيرت هذه النظرة بعد زيادة الاعتناء بقطاع المقاولاتية.

أولا - تعريف المقاولاتية:

اختلف الدارسون والمفكرون والباحثين حول تحديد التعريف المناسب للمقاولاتية نذكر منها:

1 - تعريف المقاولاتية

لغة: "المقولة في صيغة مبالغة على وزن مفاعلة تقتضي المشاركة من أطراف متعددة وأصل اشتقاقها الفعل قال يقول قولاً ومقالاً، وقاولة في أمره وتقاولة، فالمقولة معناها المفاوضة والمجادلة"¹

2- تعريف المقاولاتية اصطلاحاً:

هي الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها².

¹ - ريم لونيبي، "المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر". رسالة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف 2، الجزائر، السنة الجامعية: 2015، ص 32.

² - سفيان بدراوي، "ثقافة المقاول لدى الشباب الجزائري المقاول". رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علم الاجتماع والتنمية البشرية. قسم علم الاجتماع والتنمية البشرية. كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية جامعة أبي بكر بلقايد السنة الجامعية تلمسان: 2015 ص 34،

3-تعريف المختصين للمقاوالاتية:

عرف البروفيسور (Howard Stevenson) بجامعة (Harved) لمقاوالاتية على إنها "مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف الأفراد أو المنظمات ومتابعتها وتجسيدها"¹.

• عند 'Hisrich et Peters' " بيتر وهيسريش " تعرف على أنها نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية².

• هي عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة، وهذه الثروة تقدم عن طريق الأفراد الذين يتخذون المخاطرة في رؤوس أموالهم ومن هنا نصل إلى أربعة جوانب رئيسية:

• عملية إنشاء شيء جديد ذا قيمة.

• تخصص الوقت، الجهد والمال.

• حركية إنشاء واستغلال فرص أعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة، من أجل خلق القيمة أي أن المقاوالاتية تقوم على أساس الافتراضات التالية:

* وجود فرص .

* وجود فروق بين الناس.

* العلاقة بالمخاطرة

مرصد المقاولة العالمي (GEM) Global Entrepreneurship Monitor:

على أن المقاولة: محاولة جديدة في العمل أو خلق مغامرة جديدة وإنشاء منظمة جديدة أو توسيع المنظمة الحالية أو توسيع مجالات العمل الحالي من قبل الأفراد أو فرق الأفراد وتأسيس أعمال تجارية³

• أما Alian fayol "فقد حددها على أنها حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر، والتي تندمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تتخصص بتقبل الغير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة"⁴.

1 - علي عزوز، حسناء قاسم " أهمية المقاوالاتية في النشاط الاقتصادي للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلد 01 العدد 01 السنة 2019 ص56.

2 - فضيلة بوطورة، فاطمة زهراء "التعليم المقاوالاتي في الجامعة، الملتقى الوطني حول أهمية ودور دار المقاوالاتية في الجزائر، جامعة تبسة، سنة 2018، ص 3.

3 - عمر علي إسماعيل، "خصائص لزيادة في المنظمات الصناعية ومآثرها على الإبداع التقني". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية "، جامعة الموصل، العراق، العدد4، الصادرة في 2010، ص 70.

4 - صكري أيوب، "واقع التعليم المقاوالاتية في الجزائر الإنجازات والطموحات"، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، ميلة، الجزائر، العدد4 الصادر بتاريخ 2017، ص 14

ومنه تستنتج أن المقاولاتية هي ذلك النشاط الذي يقوم به الفرد يتمثل في خلق مجموعة من المخططات والإبداعات. يسعى لتطبيقها من أجل خلق ثروة إنتاجية وذلك يتحمل المخاطر والمجازفة باستعمال المهارات الفكرية والفنية لتحقيق أهداف المشروع.

من خلال جميع التعاريف المقدمة نستخلص أن المقاولاتية هي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في ظل إطار قانوني محدد، بهدف تحقيق الربح، وذلك يتحمل المخاطر والأخذ بالمبادرة والتعرف على فرص الأعمال بتفكير وممارسات مبتكرة، ومتابعتها لتحسينها على أرض الواقع.

ثانياً - خصائص المقاولاتية:

تعتبر المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية فهي تتميز بالإبداع

- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تأتي بالجديد، وبمعدلات عوائد مرتفعة، في حالة قبول المنتج في السوق.

- إمكانية النمو: تملك المقاولات قدرة قوية وإمكانية النمو.

- الأهداف الاستراتيجية: إن المشروع المقاولاتي عادة يذهب إلى بعد كبير حيث يرتبط بتطوير السوق.

- تتميز المقاولاتية بالفردية النسبية، المبادرة وتمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر ومستقل بدل الاعتماد على مجلس الإدارة، وهو ما يسمح له بتجسيد أفكاره على الواقع.

- زيادة متوسط دخل الفرد والتغيير في هياكل الأعمال والمجتمع تعمل المقاولات على زيادة متوسط الدخل الفردي.

- تسمح بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في مكاسب التنمية، مما يحقق العدالة في توزيع مكاسب التنمية.

- كما تتميز بتوجيه الأنشطة إلى مناطق مستهدفة "تستطيع الدولة أن تدعم الاتجاه المقاولاتي في أعمال معينة: الأعمال التكنولوجية"¹.

¹ - طارق أحد المقداد، "إدارة المشاريع الصغيرة الأساسيات والمواضيع المعاصرة (إدارة المشاريع)"، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2010-2011، ص 19.

ثالثا: أهمية المقاولاتية

تلعب المقاولاتية دورا مهما في اقتصاديات الدول، فوفقا ل: 'grigns and vermulin' فيرمولين وقرينز لا يمكن الفصل بين كلمة المقاولاتية والازدهار الاقتصادي وقد اقر الباحثون على ضرورة القيام بالمقاولاتية ليس فقط لتحقيق الاستقرار وإنما يتعدى ذلك إلى تحقيق النمو الاقتصادي ويمكن حصر الأهمية في:

● للمقاولاتية دور هام في خلق الوظائف، فعلى مدى عدد من السنوات وبالأخص منذ بداية السبعينات ظهرت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمصادر لخلق الوظائف.

● الابتكار والإبداع: إن أصحاب المشاريع يشكلون المحرك الرئيسي لعملية الابتكار، فمن خلال اقتناص الفرص التي لا يمكن أن يراها الفاعلين الاقتصاديون وكذلك تطوير التكنولوجيات والمفاهيم التي تولد أنشطة اقتصادية جديدة، فمفهوم الابتكار مهم جدا ويجعل المقاول ناقلا للتنمية الاقتصادية.

● المقاولاتية تشجع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة.

● وسيلة لإعادة الاندماج الاجتماعي للعمال الذين فقدوا مناصبهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم.

● وسيلة الإنتاج السلع والخدمات.

● تسعى إلى الرفع من مستويات الإنتاج.

● خلق ثروة إضافية وأسواق جديدة¹

رابعا: أهداف المقاولاتية

يمكن تلخيصها فيما يلي:

● استقطاب الشباب للعمل الحر، والمبادرات الفردية والأعمال المقاولاتية، واستثمار أموالهم وطاقتهم في مشروعات صغيرة.

● تحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح فهو هدف تسعى إليه المقاولاتية.

● عامل من عوامل الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي خاصة أثناء الأزمات.

● نشر ثقافة المقاولاتية في الأوساط العلمية.

¹ - سيد أحمد يوسف، "تأثير المهارات المقاولاتية على الطلبة الجامعيين". أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص المالية والمؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة تلمسان، السنة الجامعية 2018، ص 19.

- الاهتمام أكثر بالعلم والتكنولوجيا.
- العمل على تغيير اتجاهات جميع فئات المجتمع وغرس ثقافة العمل الحر في مختلف مجالاته.
- تنمية القدرات والمواهب وإتاحة الفرص للإبداع.
- توفير فرص أكثر ورؤية أوسع وأشمل للمقاولين.
- السعي إلى إنشاء مشروعات جديدة أو استحداث وحدات إدارية داخل المنشآت.
- تطبيق التجديد الاقتصادي الذي يشمل إعادة التفكير بالوجهات والفرص المتاحة للمنشآت.
- ترقية روح المبادرة، هم رجال الأعمال الذين يتميزون بكفاءة وجرأة، يتحملون مخاطر كبيرة وذلك في سبيل الاستثمار وابتكار المستقبل.¹

خامسا - الدور الاقتصادي للمقاولاتية:

"يمكن اعتبار المقاولاتية على أنها العمود الفقري للاقتصاد الوطني فقد بينت الإحصائيات المنشورة في الولايات المتحدة الأمريكية أن من بين 21 مليون مشروع هناك ما يقارب 20.5 مليون أي نسبة 98% من تلك الأعمال يمكن اعتبارها مشروعات مقاولاتية"²، وتعمل هذه المشروعات في كل المجالات الاقتصادية على الرغم من أن أغلبيتها تركز على التجارة والخدمات.

- نقل التكنولوجيا من خلال المبادرة والابتكار بسلع وخدمات جديدة بأساليب وتقنيات عمل جديدة.
- للمقاولاتية مرئية عالية في النشاط الاقتصادي، بحيث "يمكن أن تتجاوز قطاعات كثيرة خاصة القطاع الصناعي"³.
- إن النمو الاقتصادي والذي يعبر عنه بالنتائج المحلي الإجمالي PIB ومستوى التشغيل يكون نتيجة الديناميكية الاقتصادية والمتمثلة في الحركة المقاولاتية المساهمة في خلق وتوسيع المؤسسات.
- تساهم في تنمية الصادرات ودوران ميزان المدفوعات. قدرتها على تنمية رؤوس الأموال العائلية من خلال المدخرات الفردية والعائلية.

¹ . حمزة لفقير، "روح المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر". رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، السنة الجامعية: 2016-2017 ص19.

² - محمد علي الجودي، "نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2014 - 2015، ص 39.

³ - طارق أحمد المقداد، "إدارة المشاريع الصغيرة الأساسيات والمواضيع المعاصرة"، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2010-2011، ص19

- إيجاد أسواق جديدة من خلال استغلال الفرص في الأسواق، والبحث عن عملاء جدد وخلق طلب وعرض جديدين على المنتجات أو الخدمات في السوق.
- المساهمة في تحسين ميزان المدفوعات من خلال زيادة الإنتاج المحلي بدل الاستيراد وكذلك الذهاب إلى التصدير وجلب العملة الصعبة.
- زيادة مستوى الإنتاجية في الأعمال والأنشطة من خلال استغلال الموارد.

سادسا: المقاولانية والمفاهيم المتداخلة:

ارتبط مصطلح المقاولانية بمصطلحات أخرى لها صلة بموضوع المقاولانية حيث نجد منها:

1- الثقافة المقاولانية:

- إن الثقافة المقاولانية هو مفهوم يخضع لتأثير المحيط والعوامل الخارجية حيث تعرف على أنها:
- مجموعة القيم المشتركة المقسمة بين أطراف المجتمع والتي يستعملونها في التعاملات والتبادلات.
 - التوافق مع العوامل المحيطة، وتتضمن الثقافة كذلك الأفكار المشتركة بين مجموعات الأفراد وكذا اللغات التي يتم من خلالها إيصال الأفكار بها، وهو ما يجعل من الثقافة عبارة عن نظام سلوكيات مكتسبة.¹
- إن مفهوم ثقافة المقاولانية مرتبط بمفهوم الثقافة حيث يمكن تعريفها على أنها مجموع القيم والمعتقدات والتوقعات المشتركة التي تعد كدليل للأفراد، ينتج من خلالها معايير تؤثر بشكل كبير على سلوكيات الأفراد والمجموعات بإيجاد أفكار مبتكرة، إبداع في مجمل القطاعات ومحاولة تطبيقها في مجال استثمار رؤوس الأموال .
- وبهذا فان ثقافة المقاولة تشير إلى مجموعة القيم والرموز والمثل العليا والمعتقدات والافتراضات الموجهة والمشكلة للإدراك، والمساعدة في التعامل في مختلف الظواهر فهي تمثل روح المقاولة والسبب الرئيسي الفعلي لإنشائها.

1 بلقاسم ماضي. عبير حفيفي: "ثقافة المؤسسة والمقاولانية" مداخلة ضمن الملتقى الدولي الأول حول المقاولانية التكوين وفرص الأعمال. جامعة بسكرة. ص 14

أ- أهمية ثقافة المقاولاتية:

تمثل ثقافة المقاولاتية المحرك لإنشاء المقاولات، فالثقافة تلعب دورا هاما في تماسك الأعضاء، والحفاظ على هوية الجماعة وبقائها فالثقافة أداة فعالة في توجيه سلوك أفراد المجتمع ومساعدتهم على اكتشاف قدراتهم على الإبداع واكتساب الثقة بالنفس، من خلال تحريك الدوافع النفسية والمالية نحو المقاولاتية.

فمن خلال ما سبق يمكن تعريف ثقافة المقاولاتية على أنها: مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال وذلك بإيجاد أفكار مبتكرة جيدة، ابتكار في مجمل القطاعات الموجودة في مجمل القطاعات الموجودة إضافة إلى وجود هيكل تسييري تنظيمي، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين بالإضافة التخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم والمراقبة، كما أن هناك ثلاث أماكن لترسيخ فيها هذه الثقافة هي: العائلة، المدرسة، المؤسسة¹

ب: وظائف ثقافة المقاولاتية:

يعتقد "سكرنسان 'scrensen' وبيدرسون 'pederson'" أن الثقافة لها أربع وظائف:

- تستخدم الثقافة كأداة تحليلية للباحثين، حيث تساهم نماذج الثقافة في فهم التنظيمات الاجتماعية المعقدة.
- تستخدم الثقافة التغيير ووسيلة من وسائل التطوير.
- تستخدم الثقافة كأداة لتحسين سلوكيات محددة، وأيضا التهيئة فئات اجتماعية مستهدفة لنقل قيم محددة.
- ومن هنا نستنتج أن للثقافة المقاولاتية مجموعة من الوظائف أهمها:
- * تهيئة الإحساس بالكيان والهوية لدى الشباب.
- * المساعدة على تخفيض معدلات البطالة.

* تهيئة إطار مرحلي يساعد على فهم اتجاهات وأنشطة المقاولاتية، ويرشد لاتخاذ قرار الخوض في مجال المقاولاتية.

2-روح المقاولاتية

ازداد اهتمام الباحثين بدراسة روح المقاولاتية نظرا للأهمية الكبيرة في دعم وتشجيع المقاولاتية، ولأن هذا المصطلح حديث ومازال محل البحث لم يتم الوصول بعد إلى اتفاق موحد وشامل لذا ستعرض بعض التعريفات المتمثلة في:

¹ - أشواق بن قدور ومحمد بالخير، " أهمية نشاط ثقافة المقاولاتية وابعاش الحس المقاولاتي في الجامعة ". مجلة الاجتهاد الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 11 الصادر بتاريخ 11 جانفي 2017، ص 35.

عرف العديد من الباحثين روح المقاومة، نذكر منهم: " blot et stumpf"، بلوت وستاف والذان عرفها بأنها: إرادة تجريب أشياء جديدة أو القيام بالأشياء بشكل مختلف، لأنه توجد إمكانية التعبير.

واعتبر ' albert et marion'، ' البيرت وماريون' أن روح المقاومة تعود إلى الكفاءات المرافقة للعمل المقاولاتي، حيث تعتبر مجموعة من أفكار، طريقة تفكير وقدرة على ملاحظة، اكتشاف واستغلال فرصة.¹

يجب التفرقة بين مصطلحين غالبا ما يتم المزج بينهما في الاستعمال وهما روح المؤسسة وروح المقاومة.

حيث يعرفون روح المؤسسة بأنها مجموعة من المواقف العامة والإيجابية إزاء مفهوم المؤسسة والمقاول، أما روح المقاومة هو أشمل من مفهوم روح المؤسسة حيث أنها تترجم التوجه نحو البحث عن الفرصة والمبادرة الناشئة للقيمة، ويمكن أن تعني إطلاق الأفراد السلوكيات ملحوظة مثل تحمل المسؤولية.

وتتركز على 3 مرتكزات:

• المركز الأول: رؤية، حلم

• المركز الثاني: الخطر، الشجاعة

• المركز الثالث: الإقناع، الطاقة

"ان روح المقاولاتية هي عبارة واسعة الدلالات والمعاني تتعدى في مفهومها عملية إنشاء المؤسسات الفردية، لتشمل تطوير الكفاءات الفردية في تقبل إمكانية التغيير بروح منفتحة مما يمكن الأفراد تطوير أنفسهم واكتساب مهارات جديدة ناتجة عن الانتقال للميدان العلمي وتجريب الأفكار الجديدة وبالتالي كسر حاجز الخوف من التغيير واكتساب مرونة في التعامل مع المستجدات"².

هي مجموعة من المؤهلات والقدرات التي تميز الشخصية المقاولاتية، وتعكس سلوك وتصرف الشخصية المقاولاتية، حيث لم يتفق الباحثين على حصرها ولكن أمكننا أن نحصرها في:

• إيجاد الأفكار الجديدة التي تسمح برفع التحدي.

• استقرار المعلومات والتدقيق فيها.

• تحقيق أفضل الأهداف في أسوأ الظروف.

• التعامل مع حالات ومواقف عدم التأكد في المحيط.

• التعامل بمرونة.

¹ امال بعبط، " برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع وآفاق - " مذكرة لبليل شهادة الدكتوراه تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، السنة 2017، ص 30.

² - محمد علي الجودي، "نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي"، مرجع سبق ذكره، ص 17.

• تحمل المخاطرة ولا يخشى الفشل.

• اقتحام الغموض.

• اتخاذ القرارات الصائبة.

• **خلق القيمة:** حيث تعكس هذه القدرة إمكانيات المقاولانية الإبداعية في إيجاد توليفات جديدة للإمكانيات المتاحة وفي ظروف معينة لإنتاج سلع وخدمات، أو إدخال طرق عمل جديدة، إيجاد مصادر تمويل وتمويل جديدة، وصف طريقة تنظيمية جديدة¹.

"فالعلاقة بين المقاولانية وروح المقاولانية والأخذ بالمبادرة والعمل أو الانتقال للتطبيق فالذي يتمتع بروح المقاولانية يمتلك العزيمة في المبادرة بإنشاء جديدة بسبب الرغبة الجارحة للتغيير. وليس بالضرورة أن يكون لهؤلاء الأفراد دور في إنشاء مؤسستهم الخاصة، فهذهم هو تطوير القدرات وتجريب أفكارهم الجديدة، والتعامل بانفتاح مع التغييرات، فتوفر روح مقاولانية تؤدي بالأفراد إلى خلق مشاريع المقاولانية"²

الفرع الثاني: نماذج ومقاربات المقاولانية

أولاً: نماذج المقاولانية:

خلال العشرين السنة الأخيرة هناك العديد من النماذج التي تم افتراضها من أجل وصف وتفسير ظاهرة المقاولانية، الهدف هذا ليس تماما تقديم هذه النماذج لكن هو كشف النماذج التي تبدو أكثر حضورا، حيث أن هذه النماذج لها مكانة رئيسية تتمثل في مجموعة من العوامل الفاعلة لدى الفرد من أجل المساهمة في تكوين توجهه نحو المقاومة، فالتوجه يؤدي بعد ذلك إلى الفعل.

1 - نموذج shapero:

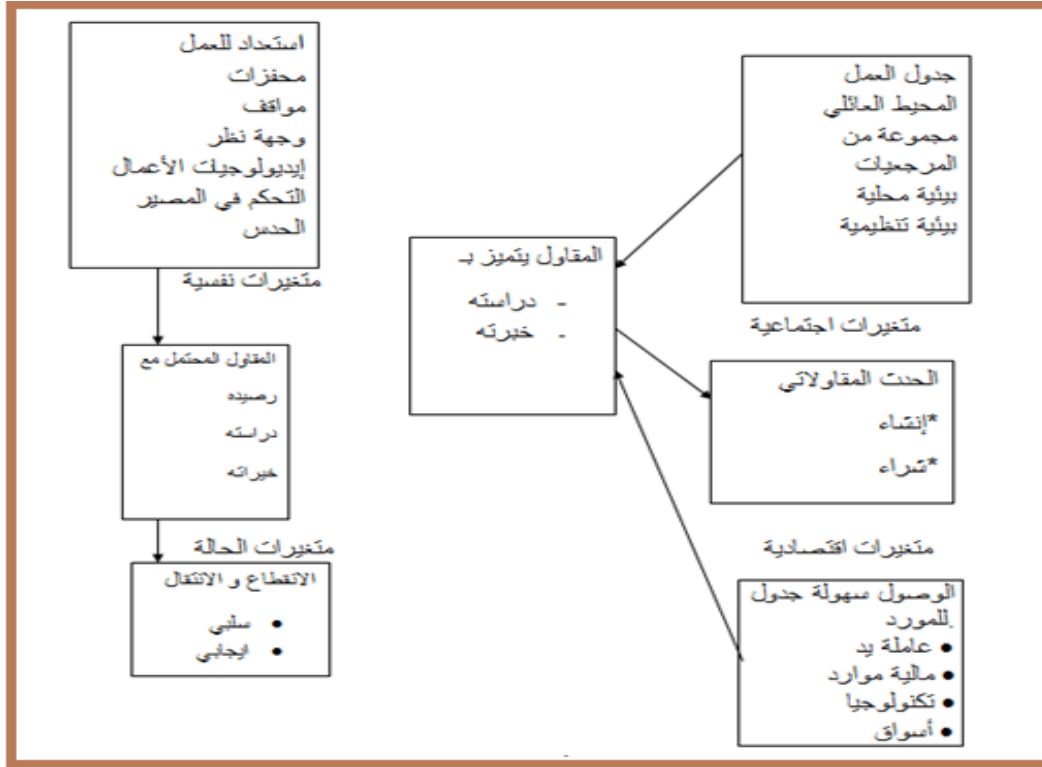
تعتبر أعمال Shapero في أقدم الأعمال في مجال المقاولانية التي لاقت قبولا كبيرا في الوسط العلمي وتتلخص هذه الأعمال في نموذج يسمح بالفهم الجيد لعملية إنشاء المؤسسة، فحسب Shapero إنشاء مؤسسة هي ظاهرة متعددة الأبعاد لها قوى رئيسة تتفاعل فيما بينها في العوامل الشخصية والمتغيرات الموقفية،

¹ - سمير محمد جلاب. على شطء، "واقع التعليم المقاولاني في الجزائر"، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، ميلة. الجزائر. العدد 3، الصادرة بتاريخ أكتوبر 2017ء ص 14

² - سفيان قبيط وهشام بومرمة، "ثقافة وروح المقاولانية لدى الشباب الجامعي"، مجلة إنماء للاقتصاد والتجارة، جامعة جيجل، عدد خاص 2018 ص 124.

الاجتماعية، الاقتصادية تؤثر على المقاول المقبل على إنشاء مؤسسة. و" يعد Shapero و Sokol من الرواد الأسطوريين الذين اهتموا بالعناصر المفسرة لاختيار المقاولاتية"¹

الشكل (01): نموذج shapero



المصدر: محمد قوجيل " دراسة وتحليل سياسات دست العقارية في الجرد" أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية وقسم علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة قاصدي مباح، ورقلة، السنة الجامعية، 2016

فحسب هذا المخطط نقدم تفسير لكل هذه المتغيرات:

المقاول هو ذلك الشخصي الذي يتميز بقدرات شخصية، فنية وإدارة أعمال فحسب هذا المخطط فإن الخطوة الأولى التي يقوم بها المقاول في مساره نحو إنشاء مؤسسة تستوجب خبراته السابقة ويعتمد على دراساته فالمقاول حسب نموذج شابيرو يتأثر بمتغيرات مختلفة منها:

1 - بن أشنهو سيدي محمد، يوسف سيد أحمد، بن حبيب عبد الرزاق " نموذج Shapero و Sokol للنوعية المقاولاتية " مجلة المؤسسات الجزائرية، العدد 2018/13

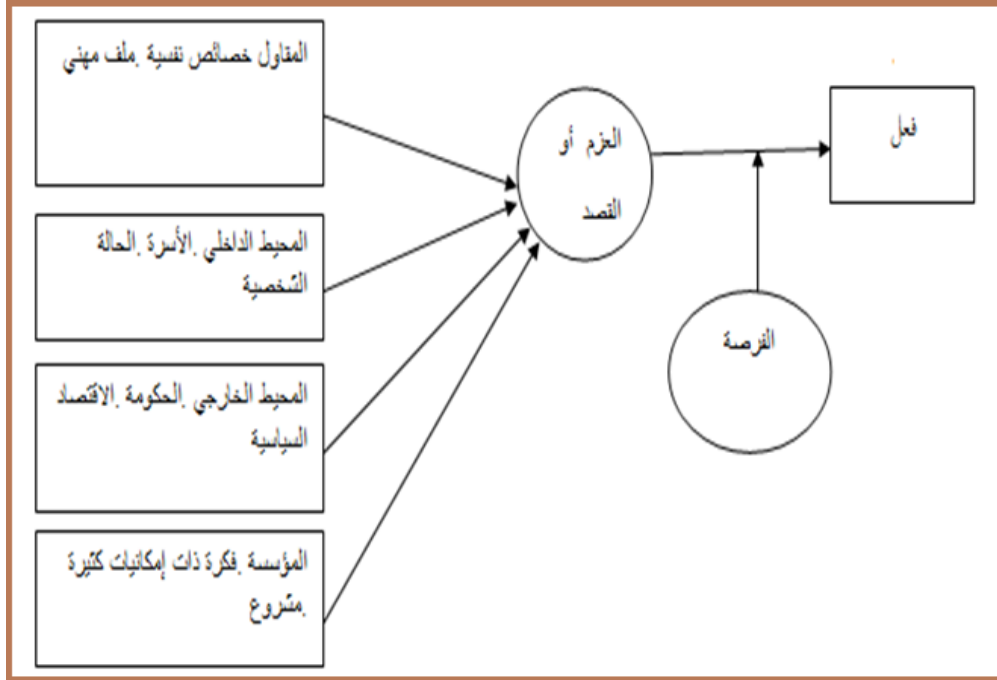
متغيرات اجتماعية واقتصادية

- المحيط العائلي: الذي يساهم بشكل كبير في تشجيع الفرد لتحقيق أفكاره في مجال المقاولاتية حيث أنها قد تكون صفة وراثية عن الجد والأب، كما تساهم البنية المحلية والتنظيمية في إبراز وتحديد توجه المقاولاتي.
- من الناحية الاقتصادية: يجب أن تتوفر الموارد المالية والهياكل التنظيمية وذلك لتطبيق فكرة إنشاء مؤسسة.
- المتغيرات النفسية: كما أن الحالة النفسية لها دور هام في شخصية المقاول يتميز بها داخليا تتمثل في وجهات نظر: الإقناع، المسؤولية، الجنس، وجهات نظر مختلفة اتخاذ قرارات صارمة.
- متغيرات الحالة: تتمثل بدورها في نجاح المشروع أو فشله ففي حالة نجاح المشروع يستمر ويتطور إلى الأمام أما في حالة فشله فيتوقف المشروع¹

2- النموذج الاستراتيجي للمقاولاتية: ويمكن توضيحه في الشكل الموالي: الشكل رقم (02):

النموذج الاستراتيجي للمقاولاتية:

الشكل (2): النموذج الاستراتيجي للمقاولاتية



المصدر: امال بعيط، "برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر-واقع وآفاق -" مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، السنة 2017. ص 8

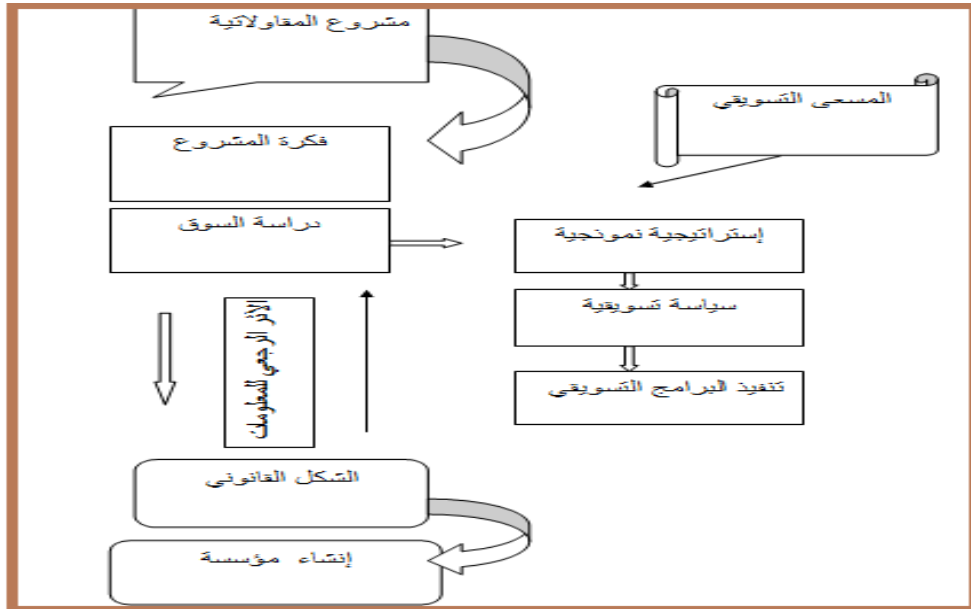
¹ محمد قوجيل، "دراسة وتحليل دعم المقاولاتية في الجزائر" رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم العلوم التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم التجارية والعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقة، السنة الجمعة 2015-2016 ص 44.

من الشكل السابق نلاحظ النموذج مكون من:

- **الفرد المقاول:** يركز هذا النموذج على الفرد المقاول لأنه المحور الأساسي في توليد العزم على فعل المقاول، وهذا يتطلب منه امتلاك بعض الخصائص النفسية التي يتصف بها المقاول، كما أن ملفه الشخصي عامل مهم جدا فهو يشمل المسار الأكاديمي والتكوين الذي يشكل مسار معرفي أولي ضروري للمقاولاتية.
- **المحيط الداخلي:** وضعية المقاول في إطار زمني محدد ويشمل الوضعية العائلية، المالية والاجتماعية.
- **المشروع:** قد يملك الفرد خصائص نفسية للمقاول في إطار داخلي مشجع يتمثل في عائلة محفزة وموارد وعلاقات اجتماعية يمكنه استخدامها في مسعاه، كما يتواجد في محيط خارجي محفز، "إلا أنه مع عدم توفر فكرة أو مفهوم يدفعه للعمل والصبر عليه، بحيث يمنحه ماله ومهاراته ووقته ولا يمكن أن نقول أن هناك سيورة مقاولاتية"¹، فهذا هو مشروعه الذي يجب أن يكون مرنا وقابلا للتوجيه من أجل خلق قيمة مرتبطة بالإبداع وميزة تنافسية مستدامة.

3 - نموذج سيورة المقاولاتية:

الشكل (3): نموذج سيورة المقاولاتية



المصدر: امال بيط، "برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع وآفاق" - مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، السنة 2017، ص9

¹ - امال بيط، "برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع وآفاق" - مرجع سبق ذكره، ص8.

وما نستخلصه من الشكل أن سيرورة المقاولاتية تسمح بالمصادقة على فكرة المشروع، قد تكون ملائمة وتمثل مشروعا واعداء، وقد تتخللها بعض الثغرات أين يبرز خطر الاستثمار، لذلك تبرز هذا أهمية معرفة المقاول للسوق وتغييراته للتأكد من مصداقية هذه الفكرة، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية:

$$\text{فكرة (idae) = حاجات (besoin) + وسائل (moyens)}$$

إن الوقت الذي ينقضي بين تحويل الفكرة الجديدة إلى مشروع مبتكر يسمى بالقصور الابتكاري (Innovation Lag) الذي يعني أنه كلما زادت تلك الفترة تزايد قصور العملية الابتكارية وارتفعت تكاليف إنشاء المشاريع الجديدة

بعدها يتم التقييم التفصيلي للأفكار الابتكارية وذلك استنادا إلى عدة معايير منها مدى تماشي الفكرة مع أهداف واستراتيجية المشروع ومدى الحاجة إلى مهارات تسويقية لتطبيقها وتوفير الموارد المالية اللازمة لوضعها موضع التنفيذ وغيرها.

ثانيا: مقاربات المقاولاتية:

"ليس محمدا لدى الباحثين أي تاريخ لظهور المقاولاتية كممارسة عملية، إذ قد يكون أول سلوك مقاولاتي قد ظهر في المجتمعات البدائية"¹، تطورت البحوث في مجال المقاولاتية من خلال ثلاثة تيارات فكرية رئيسية والتي بدورها اختلفت في تناولها لهذا المجال، إلا أنها مكتملة لبعضها البعض.

1- المقاربة الوظيفية للاقتصاديين (الوصفية):

اهتمت المقاربة الوظيفية للاقتصاديين بآثار المقاولاتية وبذور المقاول في تنمية النظام الاقتصادي، ففي هذا السياق يقول كل من Stevenson. لو 1990

Carlos Jarillo: اهتم الباحثون بنتائج أعمال المقاول وليس المقاول أو حتى نشاطاته في حد ذاتها. يعتبر R Cantillon و J.B.Say. و J.A. Shumpeter من الرواد الذين اهتموا بنشاطات المقاول وسعوا إلى تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه هذا الأخير في دفع مجلة التنمية الاقتصادية، غير أن من كان له الفضل في إدخال هذا المفهوم إلى النظرية الاقتصادية هو R Cantillon الذي عرف المقاول، وقسم المجتمع إلى ثلاث فئات :

- الملاك الذين يعيشون في استقرار مالي.
- العمال.

¹ - حمزة لفقيه، "روح المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر". مرجع سبق ذكره ص 28

• المقاولين.

أما J . B .Say يرى أن المقاول حجر الزاوية في العملية الاقتصادية كما أنه وسيط بين مختلف مستويات المنتجين وبين المنتجين والمستهلكين وهذا المقاول يمكن أن يكون مزارعا، صناعيا، أو تاجرا، وقد ركز على المقاول الصناعي.¹

فلقد كان استعمال هذه المقاربة التحليل المقاول في البدايات إلى غاية سنوات السبعينات من القرن العشرين، إذ كانت المقاول تعتبر من طرف الاقتصاديين كتنفسير مقيد لفهم التطور الاقتصادي، إلا أن بعض الباحثون لم يشاطروا هذا الرأي مثل: H. Leibenston 1968 الذي يرى أنه من غير الممكن تأسيس نموذج كامل ومفصل للتطور الاقتصادي له علاقة بالمقاول، ويرى أن نظرية المنافسة تكفي لوحدها من أجل تفسير التطور الاقتصادي ولا داعي لوجود مجال المقاول ويفسر هذا بأنه ناتج عن إغفال وإخفاء النور الحيوي للمقاول، وبهذا أصبحت العلوم الاقتصادية في منء عن تفسير العديد من الظواهر في مجال المقاول لأنه بمجرد أولا تحديد العوامل السلوكية لظاهرة المقاولاتية.

2 - المقاربة السلوكية: ظهرت هذه المقاربة لتفادي الفجوات التي وقعت فيها المقاربة الأولى والله لكثرة اهتمام المقاربة الأولى بدور المقاول فقط، حيث تم إهمال ونسيان بأن النجاح لا يرتبط فقط بالخصائص والصفات الشخصية، بل يتضمن أيضا تأثير العائلة التي نشأ فيها تلك المقاول والمجتمع الذي استلهم منه ثقافته، فالمبادرة الفردية لا معنى لها بدون ظروف اجتماعية، اقتصادية، وسياسية مشجعة على المقاول.

فالمقاربة تأسست في علم النفس وذلك من خلال الأعمال R Cantillon ووضع الباحث فرضية أن السمة النفسية مستقرة ما إذا احتضنها محيط مشجع للمقاول فهي تهي الأفراد لاختيار المقاول كمسار مهني.²

3 - مقارنة فرصة الأعمال: تركز هذه المقاربة على فكرة فرصة المقاولاتية حيث تعتبر المقاولاتية أنها انتهاز أو بالأحرى استغلال للفرص التي يجب على المقاول اكتشافها ثم تقييمها وأخيرا المباشرة في استغلالها من المفكر Venktaranum أو في ظل هذه المقاربة تكون المقاولاتية محصورة في إنتاج السلع والخدمات.

¹ أمينة قايد، " تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين ". أطروحة لنيل شهادة دكتوراة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة معسكر، السنة الجامعية 2016-2017، ص ص 6-7.

² - امال بعبط، " برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر _ واقع وآفاق _" مرجع سبق ذكره ص 5.

4- مقارنة إنشاء المنظمات: تنطلق هذه المقاربة من فكرة المقاولاتية هي إنشاء تنظيمات جديدة في الحد الأدنى وقد تجاوزت الرؤية الحديثة للمقاولاتية في هذا الإطار فكرة إنشاء المؤسسات إلى فكرة بروز التنظيمي المؤسساتي، أي بروز أشكال جديدة لتعليم انطلاقا من مؤسسة قائمة من قبل.

5 - مقارنة خلق القيمة: تعتبر المقاولاتية كأداة لخلق قيمة جديدة بالنسبة للفرد أو المجتمع ككل فقد عرف (bruyat) كموضوع علمي للبحث في الثنائية القرد وخلق القيمة.

6- أما Roustad أكد أن المقاولاتية في المسار الحركي لخلق ثروة إضافية فركز في تعريفه على إنشاء القيمة المضافة وذلك سواء عبر إنتاج سلع وخدمات جديدة أو عبر إدخال تحويلات على سلع وخدمات موجودة من قبل كما يربط المقاولاتية بعامل المخاطرة .

7- مقارنة الإبداع: ترتبط بشكل كبير بالإبداع، وتعود جذور هذه المبادرة الاقتصادي Shaumpter الذي اظهر خمس أنواع من الإبداع¹

الفرع الثالث: معوقات المقاولاتية

يواجه نمو وتطور المشروعات المقاولاتية في جميع أنحاء العالم مجموعة من المشكلات التي تتفاوت من دولة إلى أخرى ومن قطاع إلى آخر وهي فترة زمنية إلى أخرى، وعبر مراحل المشروع ذاته وتذكرها في:

- صعوبة الحصول على التمويل في بدء المشروع، وصعوبة زيادة رأس المال في مراحل التطوير.
- ارتفاع كلفة رأس المال في كافة الأغراض والتمويل.
- ارتفاع معدلات التضخم وتأثير ذلك في ربحية المشروع وقدرته على المنافسة.
- منافسة المنتجات المستوردة ومنتجات المنظمات الكبيرة في ذات المجال.
- عدم القدرة على إتباع استراتيجية تسويقية واضحة وشاملة بسبب ارتفاع كلف التسويق.
- عدم ملائمة بعض التشريعات والقوانين.
- المشكلات تتعلق بجودة الإنتاج مما يؤثر في القدرة التنافسية.
- ضعف قدرات أصحاب المشروعات المقاولاتية في النواحي المالية والإدارية والتسويقية.

¹ - مجدوب محوصي، "إستراتيجية الذكاء الاقتصادي استدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر"، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد 4، الصادر في جوان 2017، ص22.

● عدم قناعة أصحاب المشروعات في التدريبات وإمكانية تطوير المهارات.

● ضعف التسويق وعدم القدرة على التجديد وتحديث قنوات التوزيع بصورة مستمرة¹.

المطلب الثاني: مفاهيم عامة حول خلق القيمة المشتركة

وستتناول مفهوم القيمة المشتركة ثم نتطرق للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

الفرع الأول: مفهوم القيمة المشتركة

أولاً: نشأة القيمة المشتركة

حسب توجه كارول، بدأ مايكل بورتر ومارك كرامر في التركيز على التداخل والتقاطع والتكامل بين الأعمال والبيئة المجتمعية وكان ذلك في نهاية التسعينات.

في عام 1999 نشر كل من "Porter² and Kramer³" أولاً منشور لهما حول موضوع "أجندة الأعمال الخيرية الجديدة: خلق القيمة" حيث ناقشوا في هذا المقال أنه وبالرغم من أن المؤسسات الخيرية تعمل بشكل جيد، إلا أن عملها بشكل استراتيجي يمكنها من العمل بشكل أفضل، وهنا اقترح "Porter and Kramer" أن تنتهج المؤسسات العقلية والسلوك الاستراتيجي للمؤسسات الأعمال. ويدعي كل منهما أن المؤسسة موجودة في "عمل المساهمة في المجتمع" وعليه يجب أن يكون هدفها هو "استخدام الموارد الخيرية النادرة إلى أقصى إمكاناتها"⁴

من أجل تحقيق هذا الهدف، أكد "Porter and Kramer" بأن المؤسسات يجب أن تتبع المبادئ الأساسية الاستراتيجية للأعمال حيث تستثمر في جزء من التحديات الاجتماعية والمفاضلة بينها. واختيار ما يمكن المؤسسة من التميز من خلاله وبكفاءة. مع وضع وتحديد الأهداف الرئيسية وقابلية قياس الأداء حيث حددوا أربعة طرق يمكن للمؤسسة من خلالها خلق القيمة:

1. اختيار المستفيد الأكثر فاعلية للحصول على المنح.

¹ إيثار عبد الهادي محمد، "دور الريادة منظمات الأعمال في التنمية الاقتصادية" الملتقى الدولي حول المنظمات الاقتصادية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، نوفمبر 2011 ص، ص 17، 18.

² - مايكل يوجين بورتر من مواليد 23 مايو 1947، هو أكاديمي أمريكي معروف بنظرياته في الاقتصاد واستراتيجية الأعمال والأسباب الاجتماعية.

³ - مارك كرامر باحث رائد وكاتب ومتحدث ومستشار في استراتيجيات التأثير الاجتماعي. اشتهر بأنه المؤلف المشارك لمقالات أساسية حول التأسيس لقيمة مشتركة، والتأثير الجماعي، والعمل الخيري التحفيزي.

⁴ - Porter, M. E, and Krame, M. R. " Philanthropy's new agenda: creating value". Harvard business.1999. P 126

2. توسيع دائرة التمويل عن طريق ممولين آخرين.

3. تحسين أداء متلقي المنح.

4. النهوض بحالة المعرفة والممارسة.

ونظرا للاستجابة والفاعلية والايجابية حول مقالهم أنشأ "Porter and Kramer" في عام 2000 مجموعة استراتيجية المؤسسة (FSG) لمساعدة المؤسسات على تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية.

ولم يتوقفا عند هذا الحد بل واصلا بنشر " الميزة التنافسية للأعمال الخيرية للشركات " في عام 2002 مع التركيز على مبادرات الصالح العام التي تنبثق من القطاع الربحي، وخاصة تبرعات الشركات، حيث انتقدوا مساهمات المؤسسات والشركات لكونها " غير مركزة ومجزأة " ¹

في 2006 وسعا أفكارهما من خلال مقالهما الصادر سنة 2006 بعنوان (الاستراتيجية والمجتمع: الرابط بين الميزة التنافسية والمسؤولية الاجتماعية للشركات) وحددت أربع حجج لاعتمادها بعد تحليل المسؤولية الاجتماعية للشركات وهم الالتزام الأخلاقي والاستدامة والسمعة وترخيص العمل. وتبقى جميعها تركز على نفس نقطة الضعف وهي " التوتر بين الأعمال والمجتمع ".

كما وضع أربع مبررات سائدة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. ينتج عنها نوعين بارزين من المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

1. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المتجاوبة: وتكون في الأساس كردة فعل لتحسين سمعة المؤسسة وتكون نتيجة تخصيص ميزانية لها.

2. المسؤولية الاجتماعية الاستراتيجية: تكون ضمن إستراتيجية المؤسسة أي متضمنة في جميع أعمال وممارسات المؤسسة وكذا جميع المستويات وجميع المراحل من تطوير توريد وإنتاج وتسويق.

رغم أن النوع الأول يعتبر ضروري فمن خلال النوع الثاني يمكن للمؤسسات الدمج بين الأعمال والمجتمع ويمكن أن تكون لها أكبر تأثير.

وفقا لـ (Porter and Kramer 2006) "تتكون المسؤولية الاجتماعية للشركات الاستراتيجية من معالجة التأثير الاجتماعي للشركة وتأثير المجتمع في الشركة. أي بعد تحديد المشاكل الاجتماعية التي تنتظر حلولاً تحدد المؤسسة

¹ - Porter, M. E., and Kramer, M. R. "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy". Harvard Business Review. 2002. P 2.

المشكلة القريبة من الأعمال الأساسية للمؤسسة والتي تمكن المؤسسة من وضع تنافسي من خلال حلها أو مما يتطلب استثمارا طويلا الأجل¹ مما يمكن المؤسسة من تحقيق قيمة اقتصادية تنافسية واجتماعية في نفس الوقت أي قيمة مشتركة وهو مفهوم طوره " Porter and Kramer " بشكل أكبر في عام 2011 . والذي قدم فيه تعريف للقيمة المشتركة والذي سنتطرق إليه لاحقا بشيء من التفصيل.

يدافع بورتير وكرامر سنة 2011 عن التعاون بين القطاعين الخاص والعام وبدل من المفاضلة بين الأعمال (القيمة الاقتصادية أو الربحية) أو المجتمع (المسؤولية الاجتماعية أو القيمة الاجتماعية) التركيز على إدماجهما وتحقيقهما معا ضمن سياق معين خاصة وأن المؤسسات تعتبر المحرك الأقوى للتغيير الاجتماعي من خلال عدة نقاط ليس أقلها تقليص نسبة البطالة ورفع النمو وتقليص نسبة التضخم و..... لذا وجب خلق القيمة المشتركة بهدف خلق القيمة الاجتماعية وخلق القيمة الاقتصادية في نفس الوقت.

هكذا تطور مفهوم القيمة المشتركة عبر عدة سنين من خلال مقالات متواصلة من طرف Porter and Kramer .

ثانيا: تعريف القيمة المشتركة

عرف كل من Michael E. Porter و Mark R. Kramer مفهوم القيمة المشتركة "SHARED VALUE" بما يلي:

" يمكن تعريف مفهوم القيمة المشتركة على أنه سياسات وممارسات تشغيلية تعزز القدرة التنافسية للشركة بينما تعمل في نفس الوقت على النهوض بالظروف الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات التي تعمل فيها. يركز خلق القيمة المشتركة على تحديد وتوسيع الروابط بين التقدم المجتمعي والاقتصادي"²

وعرفت أيضا بأنها " وسيلة استراتيجية لتحقيق الاستدامة ثلاثية الأبعاد وبعبارة أخرى كن مستداما ماليا وبيئيا واجتماعيا"³

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 "⁴

¹ - Porter, M.E., and Kramer M.R. "Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility". Harvard Business Review.2006. P 1

² _Porter .M.E & Kramer .M "Creating Shared Value" Harvard Business Review: 2011 .P6.

³ _Rendal. J, " How Creating Shared Value is taking corporate social responsibility one step further, Google as a case study , universidade da coruna 2015 .P15.

⁴ _ Schmitt.J," Social Innovation for Business Success" Springer Fachmedien Wiesbaden, Germany2014, p22.

ويمكن أن نعرفها على أنها " إدماج القيمة الاقتصادية للشركة مع المنفعة الاجتماعية جنباً لجنب عند اتخاذ المؤسسة لقرارات الاستثمار "1

يمكن أن نستنتج أن خلق القيمة المشتركة هو الاستثمار الإيجابي في الاحتياجات الاجتماعية والبيئية مما يحقق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في نفس الوقت أي يحقق أرباحاً للمؤسسة وتحسين الحياة لأفراد المجتمع.

ثالثاً: قياس القيمة المشتركة

بما أن القيمة المشتركة هي عبارة عن اشتراك أم إدماج أو تقاطع بين خلق القيمة الاقتصادية وخلق القيمة الاجتماعية لهذا يكون قياس النتائج من حيث القيمة أمراً ضرورياً لنجاح القيمين معا أي تحقق القيمة المشتركة. حيث إثبات العلاقة بين الأعمال الاقتصادية والاجتماعية من خلال نتائج ملموسة بحيث يدعم المستثمرون القيمة المشتركة وبدعم القيمة المشتركة تتكون منافع اقتصادية واجتماعية قابلة للنمو وقابلة للتكرار مع التحسين والتطور بصفة مدمجة في استراتيجية المؤسسة.

رغم أنه لا يوجد مقياس محدد يمكن أن نقيس به القيمة المشتركة ولكن كانت عدة محاولات مختلفة للقياس نتاج اختلاف الرؤى.

عمليات القياس حلقة مستمرة من أربعة خطوات تبني وتطور ممارسة قياس الأعمال والمسؤولية الاجتماعية أي القيمة الاقتصادية والقيمة الاجتماعية وهي كالاتي²:

1. **تحديد القضايا الاجتماعية لاستهدافها:** حيث تقوم المؤسسة بإنشاء قائمة هرمية من الاحتياجات الاجتماعية الغير الملبات والتي تدخل ضمن أعمالها الأساسية مرتبة حسب الفرص التي تقدمها للمؤسسة من خلال زيادة الأرباح وتقليل التكاليف.
2. **تقديم دراسة جدوى:** حيث يكون البحث في كيفية تحويل العمل في حل المشكلة الاجتماعية إلى رفع المركز التنافسي للمؤسسة وتصميم نموذج الأعمال المناسب لتحقيق ذلك والخروج بالقرار الذهاب أو عدم الذهاب أي بمعنى آخر تكون تلبية الحاجات الاجتماعية ضمن استراتيجية المؤسسة.
3. **تتبع التقدم:** يتم تتبع التقدم المحقق مقابل الأهداف المحددة سلفاً.

¹ _ Christiansen.N, "Creating Shared Value Advisors", Lutry, Switzerland 2014 , P353.

² _ Rendal. J ، ، " How Creating Shared Value is taking corporate social responsibility one step further ، Google as a case study " ، Op . Cit . P24.

4. قياس النتائج وفتح قيم جديدة: حيث نحدد مدى تحقق الأهداف وفي حال تحققها يمكن تصميم طرق من خلالها تعزز الفوائد وتوسعها لتشمل مجالات أخرى وإذا لم تتحقق الأهداف بالنسبة المقبولة يكون حينها تحليل الخطأ الذي أحدث الفجوة وإعادة تصميم البرنامج.

رابعاً: نموذج خلق القيمة المشتركة:

إن خلق القيمة المشتركة يكون نتاج تحقيق القيمة الاقتصادية والمنافع الاجتماعية¹ أي تلبية الاحتياجات الاجتماعية أو بصفة أدق تحسين الحياة في نفس الوقت أي تقاطع بين الأهداف الاقتصادية والأهداف الاجتماعية كما هو موضح في الشكل (1)

الشكل (4): نموذج ثنائي للقيمة المشتركة



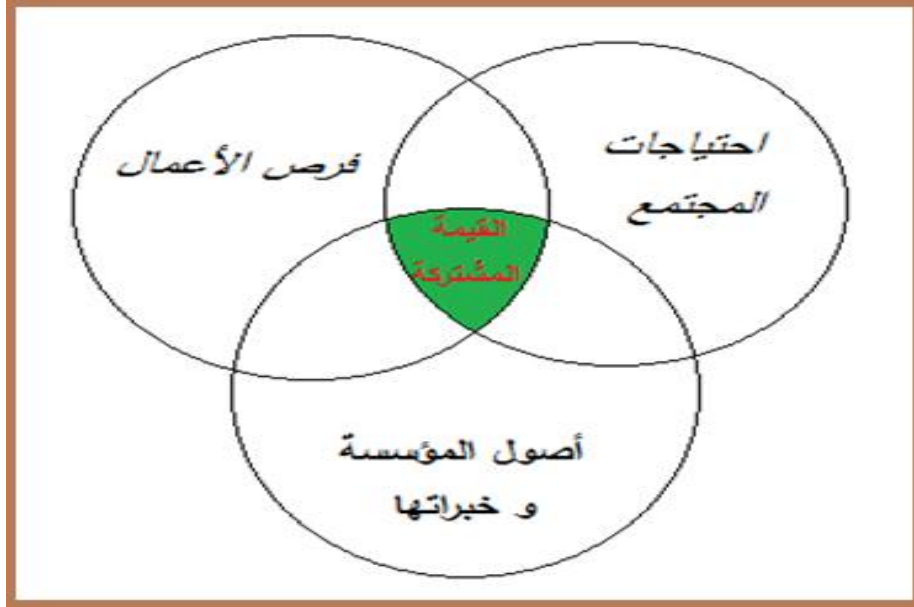
المصدر: شيباني عبد القادر وفلاق محمد "واقع تبني منظمات الأعمال لأنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. شركة Novartis أنموذجا" - مجلة الاقتصاد والبيئة المجلد 03 العدد 03 أكتوبر 2020 ص48

من خلال الشكل رقم: (4) تظهر بوضوح أن عملية خلق القيمة المشتركة لا تتأني إلا بتقاطع أو تحقق القيمتين الاقتصادية والاجتماعية في نفس الوقت، وأن أي مؤسسة تسعى للاستمرار والاستدامة يجب عليها أن تستثمر في الحاجات الاجتماعية والبيئية أي تستثمر في تحسين الحياة وبالتالي تربط بين تحقيق الهدفين مما يمكنها من تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

1 - شيباني عبد القادر وفلاق محمد "واقع تبني منظمات الأعمال لأنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. شركة Novartis أنموذجا" - مجلة الاقتصاد والبيئة المجلد 03 العدد 03 أكتوبر 2020 ص48.

في حين أن هناك من رأى نموذج للقيمة المشتركة بقليل من التعمق حسب الشكل (2)

الشكل (5): نموذج ثلاثي للقيمة المشتركة



Renata Mrema " How to Create a Shared Value Business Model"14 Nouvenber 2018

Cite. <https://latitudefiftyfive.com/blog/creating-shared-value> 30 Mars 2021

من الشكل: (05) السابق نرى أن القيمة المشتركة هي مجال التقاطع أو التداخل بين احتياجات المجتمع وأصول وخبرات المؤسسة أو بالأحرى مجال اختصاص أعمالها والفرص المتاحة لتحقيق القيمة الاقتصادية أو تحقيق المردود.

ونلاحظ الفرق بين النموذجين الأول والثاني حيث أن الأول اقتصر على تقاطع القيمة الاقتصادية والاجتماعية في حين الثاني عبر عن القيمة الاجتماعية باحتياجات المجتمع أي ما يحتاجه المجتمع وليس ما يفيد المجتمع أنيا فقط لأنه قد تكون أعمال مفيدة للمجتمع أنيا وعدم وجودها ليس بالتأثير الكبير في حين يكون في أمس الحاجة إلى احتياجات أخرى ربما تعمل على الاستدامة أو تحسين الحياة خاصة بالنسبة للأعمال التي تعمل إلى تفادي مشكلات تكون بادرة لمشكلات أكبر تعقيدا مستقبلا مثل حل مشكلات بيئية أو صحية أو تربية أو تعليمية مما يجنب المجتمع الأعباء البيئية مستقبلا ويخلق جيلا ذا صحة جيدة وجيلا بعيد عن الإجرام والممارسات اللاأخلاقية التي قد تعيق التنمية مستقبلا ولا تنسف بيئة الأعمال فحسب بل تنسف المجتمع بأكمله ليس ابتداء من مقدراته فقط بل يتعدى الأمر لتمامسكه الاجتماعي. وأيضا يكون الاستثمار في اختصاص المؤسسة.

في حين عبر في النموذج الأول عن القيمة الاقتصادية ولكن عبر عنها في النموذج الثاني بأكثر دقة وتفصيل وذلك من خلال فرص الأعمال وأصول المؤسسة وخبراتها أي أن المؤسسة تبحث عن الفرص التي ستحقق لها عوائد في مجال تخصصها أي مجال أعمالها والذي في العادة تكون لها فيه أصول وخبرات متراكمة.

كما أن من خلال الشكل (05) يمكن أن لاحظ منطقة التقاطع والتي تمثل القيمة المشتركة بالنسبة للمؤسسة في حين المنطقة البقية من احتياجات المجتمع يمكن أن تتقاطع مع فرص وأصول وخبرات مؤسسات أخرى والتي بدورها تغطي نسبة أو جزء من احتياجات المجتمع أي تلبية جزء آخر من احتياجات المجتمع مما يتأكد أنه ولتغطية نسبة كبيرة من احتياجات المجتمع من منطلق خلق القيمة المشتركة يجب أن تنخرط في العملية العديد من المؤسسات المختلفة الأصول والخبرات أي المختلفة التخصصات.

خامسا: مصطلحات ذات صلة بالقيمة المشتركة

1. ريادة الأعمال الاجتماعية ورأس المال الاجتماعي:

ريادة الأعمال الاجتماعية: يمكننا تعريف ريادة الأعمال الاجتماعية على أنها منهج لحل المشاكل التي تواجه المجتمع بأفكار جديدة ومبدعة أو تطوير فكرة موجودة مسبقا بهدف حل مشاكل مجتمع ما بطريقة مستدامة وريادية، والريادة الاجتماعية تهدف إلى تطوير المؤسسات وإقامة مشروعات اقتصادية تنموية متكاملة ومستقلة ماليا لضمان الاستمرارية والاستدامة¹.

رأس المال الاجتماعي: هو مصطلح اجتماعي يدل على قيمة وفاعلية العلاقات الاجتماعية ودور التعاون والثقة بين عناصر المجتمع في تحقيق الأهداف الاقتصادية. يتكون رأس المال الاجتماعي من المؤسسات والشبكات والأعراف الاجتماعية والقيم والعلاقات فيما بين المجموعات المختلفة في مجتمع مما يؤثر على مستوى الثقة والتعاون في التفاعلات الاجتماعية.²

1 - محمد جابر عباس محمد "ريادة الأعمال الاجتماعية كأحد الآليات المبتكرة لتحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية" مجلة الخدمة الاجتماعية، العدد 57، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، 2017 ص20

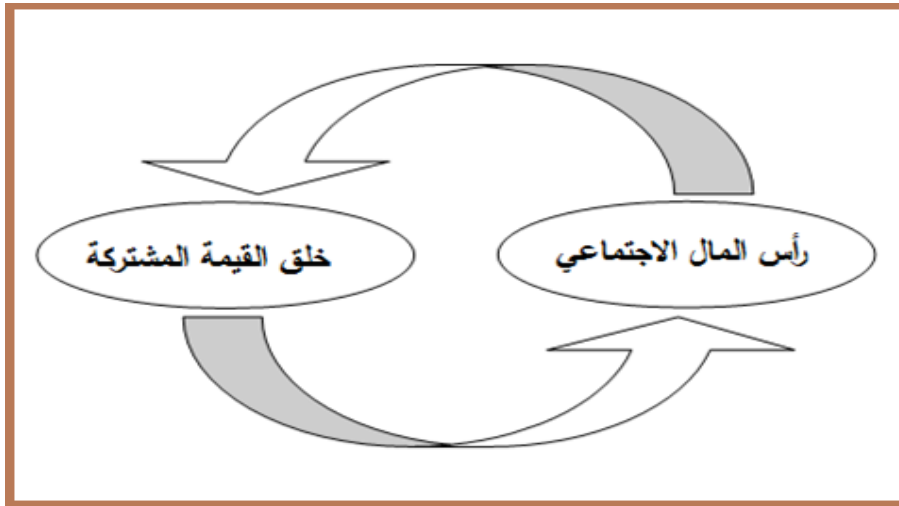
2 _ المؤتمر الإقليمي لمنظمة العمل الدولية بشأن الإقتصاد الإجتماعي، "استجابة افريقيا للأزمة العالمية"، أكتوبر 2009

ويعرفه البنك الدولي: (فإنه المقصود برأس المال الاجتماعي جملة المعايير المؤسسية السائدة بمجتمع ما والقادرة على صياغة وتشكيل نوعية الحياة للفرد في هذا المجتمع وهو أقرب ما يكون للمادة اللاصقة أو الغراء التي تشد أطراف المجتمع لبعضه البعض وتمنع انهياره وسقوطه)¹.

ولرأس المال الاجتماعي دور كبير في تقليل التكاليف التي تتحملها المؤسسة ويتمثل هذا التقليل في عدة أوجه نذكر منها تخفيف وتسريع المعاملات بسبب الثقة بين المؤسسة ومحيطها.

ومن هنا ندرك العلاقة بين خلق القيمة المشتركة ورأس المال الاجتماعي فهي علاقة تبادل المنفعة حيث أن المؤسسات بتبنيها خلق القيمة المشتركة فإنها تبني حل بعض المشكلات المجتمعية مما يعزز الثقة والترابط بين أفراد المجتمع والمؤسسات وبالتالي تعزيز رأس المال الاجتماعي وتحسين حياة الفرد من جميع النواحي سواء الصحية أو التعليمية أو المهنية ومن جهة أخرى كلما كان هناك رأس مال اجتماعي يخلق للمؤسسة تعدد الفرص الاستثمارية من خلال توافرها في هذا المجتمع من خلال المستوى الصحي والتعليمي والمهني وكذا تخفيض تكاليف المعاملات و..... وهذا ما يمكن أن نلخصه في الشكل التالي.

الشكل (6): العلاقة بين الرأس المال الاجتماعي وخلق القيمة المشتركة



المصدر: من إعداد الطلبة

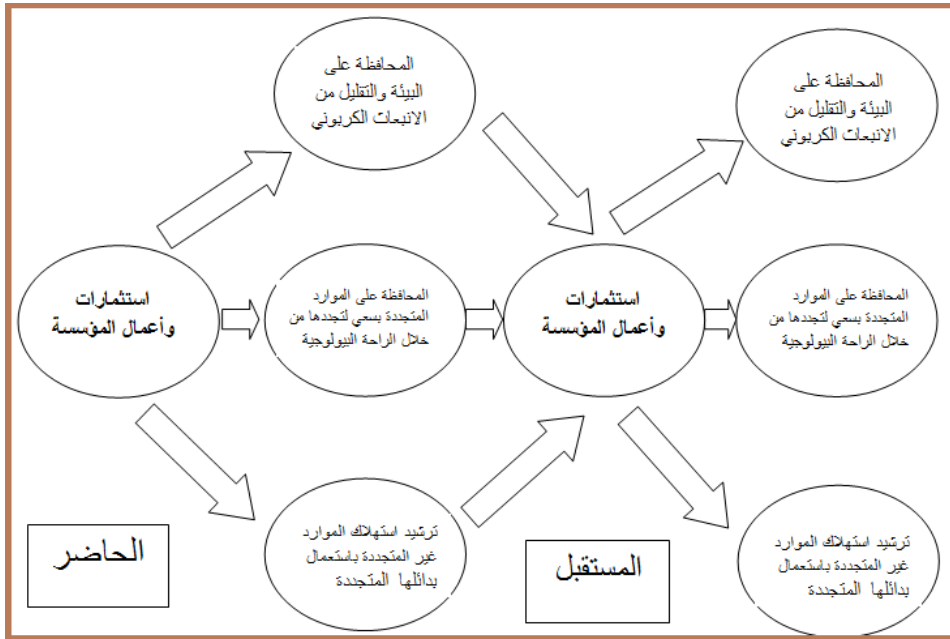
¹ _ طلعت مصطفى السروجي "رأس المال الاجتماعي" مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة 2009 ص 12

2. التنمية المستدامة:

يقصد بالتنمية المستدامة هي التنمية التي تلبى احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها، لذلك فإنها عملية تغيير حيث يجري استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات وتكييف التنمية التقنية والتطوير المؤسسي بتناسق يعزز الإمكانيات الحاضرة والمستقبلية في تلبية احتياجات البشر وتطلعاتهم¹ نحو مستقبل أفضل.

بمعنى أن التنمية المستدامة تسعى إلى الحفاظ على الموارد واستدامتها لأجيال الغد وهذا ما سيكون مهمة القيمة المشتركة التي من مهامها خلق قيمة اجتماعية، إذا فالأولى أن تحافظ على القيم الاجتماعية الموجودة واستدامتها من خلال تخفيض الانبعاث الكربوني وعدم الإخلال باحتياجات الأجيال القادمة سواء من خلال ترشيد استهلاك الموارد التي مصيرها النفاذ أو بعقلانية استهلاك الموارد المتجددة مثل عدم صيد الأسماك فترة التكاثر مما يؤدي إلى استدامة تواجدها وبالتالي استدامة عمل المؤسسات وتحقيقها مردود اقتصادي من خلال الاستثمار في خلق قيمة اجتماعية باستهداف الاستدامة سواء للطبيعة أو مقدراتها المتجددة منها أو غير المتجددة. وهذا ما يمكن أن نعتبره خلق قيمة مشتركة. وسنحاول تلخيص ما سبق في الشكل التالي:

الشكل (7): العلاقة بين التنمية المستدامة واستثمارات وأعمال المؤسسات



المصدر: من إعداد الطلبة

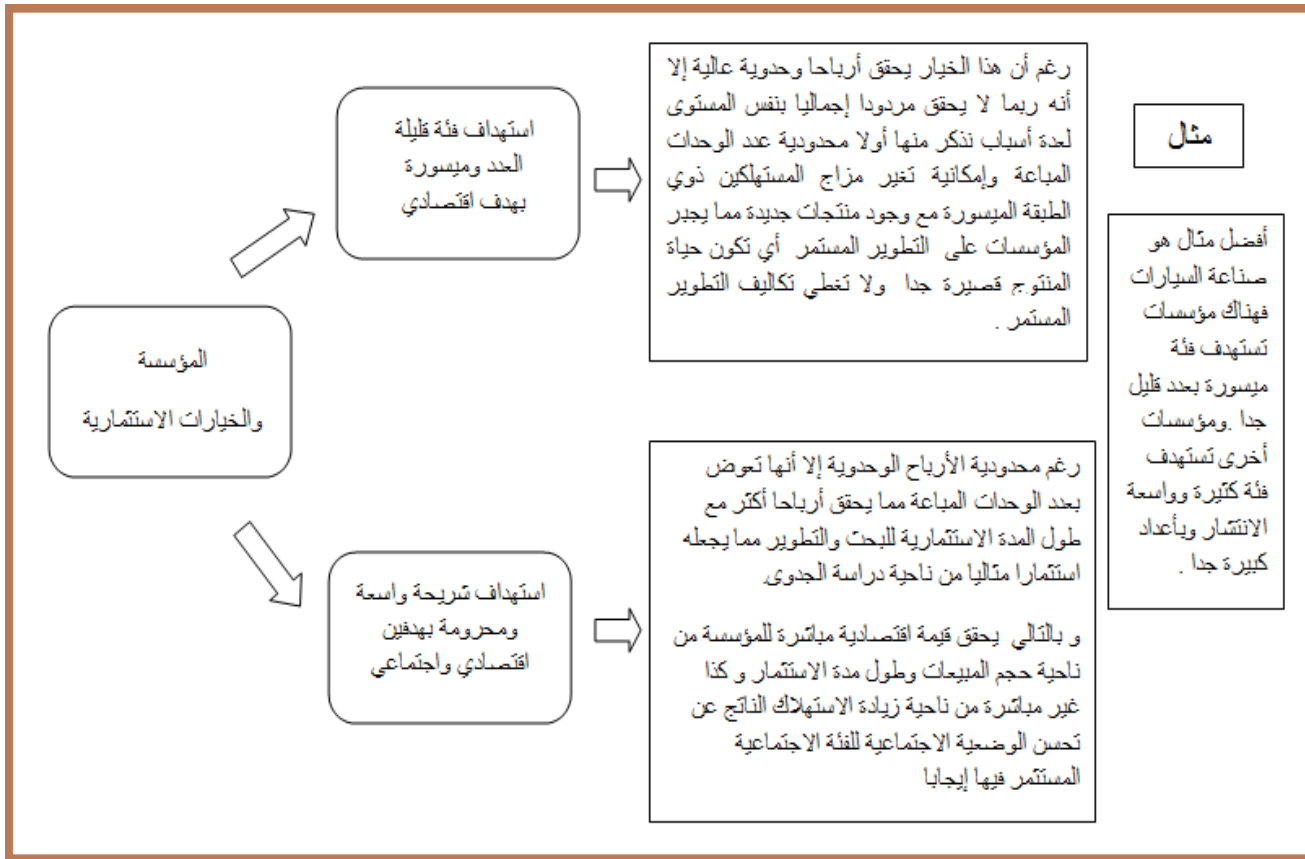
¹ - مبي عطية خزام خليل. "التنمية الاجتماعية في إطار المتغيرات العالمية والمحلية". الألكندرية المكتب الجامعي الحديث 2012. ص 77

3. نظرية أسفل الهرم:

إن مفهوم نظرية أسفل الهرم يتمحور حول فكرة أن المؤسسة يمكن أن تحقق أرباحا أكبر بالعمل مع الفقراء وذوي الدخل المحدود هذا من أجل توسيع نشاط المؤسسة وتحقيق النمو.¹

بعد معرفة المقصود بمفهوم أسفل الهرم ندرك أن هذه الفئة تعاني من مشاكل اجتماعية والراجع أساسا لحدودية الموارد لديها خاصة المالية وفي نفس الوقت فإنها شريحة كبيرة جدا مما يعطي للمؤسسة فرصة استثمارية من خلال المشاكل الاجتماعية التي تعانيها هذه الفئة من المجتمع وهذا ما يمثل الاستثمار الإيجابي في المشكلات الاجتماعية أي خلق قيمة اجتماعية لتحقيق أو خلق قيمة اقتصادية وهو ما نطلق عليه خلق القيمة المشتركة.

الشكل (8): المفاضلة بين الخيارات الاستثمارات للمؤسسة (عوائد الاستثمار في أسفل الهرم)



المصدر: من إعداد الطلبة

1 - إسحاق خرشي "خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشراكات"، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد العدد 1. جامعة حسنية بن بوعلي الشلف 2020 ص 166.

4. نظرية المواطنة للمنظمة:

"تعتمد هذه النظرية في مفهومها للمواطنة على المجتمع الذي تنتسب إليه هذه المواطنة"¹ حيث تترجم إلى استراتيجيات وممارسات باعتبار جميع تصرفاتها تنطلق المؤسسة من مسؤولياتها الاجتماعية كمواطن صالح وتطور تلك الممارسات إلى تحسين علاقتها وتبادل الثقة مع جميع أصحاب المصلحة.

سادسا: مراحل أو آليات خلق القيمة المشتركة

بعدما تعرفنا عن القيمة المشتركة وأنه من خلالها تكون قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية وهو المطلوب ولكن ما هي الخطوات أو الآليات التي تحقق لنا ما سبق ذكره، حيث يمكن خلق قيمة اقتصادية من خلال الاستثمار في خلق القيمة الاجتماعية. حسب بورتر وكرامر "هناك ثلاثة مراحل أساسية تمكننا من ذلك وهي"².

1. إعادة تصور المنتجات والأسواق:

رغم التقدم الهائل والكم الهائل من المؤسسات والمنتجات والتي بعضها أو أكثرها لم يخطر ببال أسلافنا إلا أنه لا تزال هناك فجوة اجتماعية لا يستهان بها خاصة في مجال الصحة، والتغذية المتوازنة والمفيدة وكذا الأضرار البيئية المترتبة عن السلوكيات الغير سليمة خاصة من طرف بعض المؤسسات. وهي احتياجات غير ملبات مع أنها ضرورية بالنسبة للمجتمع واستدامة مجال الأعمال وهي فرصة بالنسبة للمؤسسات التي يجب عليها استغلالها من خلال استخدام الإبداع والابتكار والتطوير على مستوى المنتجات أو على مستوى الأسواق أو على مستواهما معا، بحيث يطور المنتج ليشمل فئة من الزبائن غير مشمولة بالمنتجات السابقة سواء من ناحية كمية التعليب أي عدم القدرة على شراء معلبات بحجم كبير نظرا لسعرها الغير ملائم لهم أو للمحدودية احتياجاتهم لكمية المنتج، أو عن طريق نوعية المنتج نفسه أو عن طريق كفاءة المنتج لحل المشكل الاجتماعي وهذا ما فعلته بعض المؤسسات بالاستثمار في نقص التغذية عند الأطفال خاصة بالمناطق الفقيرة وذلك بتسويق منتجات تحل الإشكال المستعصي بميزة وصوله إلى فئة من الزبائن جديدة ومناسبة مع إمكانياتهم، كما حولت بعض مؤسسات الإسمنت معلباتها إلى ميزة جديدة إضافية حيث وزن كيس الإسمنت 25 كيلو غرام بدل 50 كيلو غرام فقط مما يحافظ على صحة العمال وما يسببه لهم كيس 50 كيلوغرام من مشاكل صحية، خاصة للبيئات التي تفتقد للوسائل

¹ _ عايد عبد الله العصيمي "المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة"، الطبعة الأولى، عمان، دار البارزي العلمية للنشر، 2015، ص 16

² _ Porter .M.E & Kramer ."Creating Shared Value" Op . Cit ،P7

العصرية للشحن والتفريغ . مما يخلق قيمة اجتماعية وقيمة اقتصادية للمؤسسة بزيادة الطلب على المنتج بوزن التعليب الجديد.

2. إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة:

أصلا فإن القيمة المشتركة تسعى إلى خلق القيمة سواء الاقتصادية أو الاجتماعية مما يحتم إعادة تصور جديد وهو خلق القيمة والتي يجب أن تراعى فيها جميع التكاليف بما فيها التكاليف البيئية والموارد الطبيعية القابلة للنفاد. وعليه فإن المؤسسة تسعى إلى خفض التكلفة إلى أقصى حد ممكن من خلال إعادة النظر على مستوى كل نشاط سواء كان رئيسي أو فرعي، مثل ترشيد استعمال المياه والطاقة ورفع مردودية العمال وهنا لا نقصد بهذا استغلالهم بل يعني رفع مردوديتهم من خلال التحفيز والتدريب لأداء أعمالهم على أحسن وجه مما يساهم في تطوير مهاراتهم وبالتالي رفع نسبة الكفاءات المهنية سواء بالنسبة للمؤسسة أو بالنسبة للمجتمع، كما يؤدي هذا لحفظ سلامة العمال الجسدية والنفسية دون المساس بمستوى كمية ونوعية الإنتاج بل تسعى لزيادة الكمية أو النوعية مما يقدم قيمة اقتصادية وأخرى اجتماعية متمثلة في الاستدامة من خلال المحافظة على الموارد الطبيعية خاصة التي مآلها النفاذ مثل المناجم وكذا المحافظة على المياه والتقليل من الانبعاث الكربوني الناتج عن ترشيد استهلاك مصادر الطاقة وسلسلة شبكة النقل .

3. بناء العناقيد الصناعية المدعمة:

إن كل مؤسسة تكون في بيئة معينة (حكومية / تنافسية / بنية تحتية / مؤسسات داعمة / مجتمع /) حيث تسعى إلى الاستثمار في هذه البيئة إلى أقصى حد مع فكرة رابح رابح وعليه وجب على المؤسسة نسج علاقات متينة بينها وبين أصحاب المصالح وخاصة المؤثرين منهم على مسار وسيرورة عملها بحيث تجعلهم يدركون أن المؤسسة تعطي وتحل ولو جزء من هواجسه وأن أي خلل في المؤسسة من عجز أو توقف سيؤثر عنهم سلبا مما يجعل المؤسسة تستفيد من (الاستثمار الاجتماعي) وأن التعامل معه على أنه استثمار أو سيجلب معه عوائد تفوق بكثير عوائد الاستثمار الاقتصادي في بيئة مشحونة وغير مستقرة، وعليه فإن الربط الإيجابي أو الاستثماري بينهما سيجلب مزايا ومردود ونتائج جيدة بالأخص من خلال تخفيض التكاليف المالية الناتجة عن تخفيض التكاليف المجتمعية والتكاليف البيئية . وعند انفصال المؤسسة عن محيطها يتضاءل تأثيرها في حل هذه المشكلات. حيث تعتمد المؤسسة على الأصول المتوفرة في المجتمع مثل المستوى التعليمي والمستوى المعيشي من خلال تكوين شبكة من الموردين للمؤسسة من البيئة المحلية تمكنها من حل مشكل اجتماعي وكذا تحقيق فوائد

اقتصادية من خلال النوعية المطلوبة من المنتجات المعدة مسبقا على مقاسها وكذا الكمية المطلوبة في الوقت المناسب مثل مصنع قطن يساعد المزارعين على زراعة القطن بالقروض أو بالعتاد والتوعية والدورات لتكون النوعية جيدة. ونفس الشيء بالنسبة لبيئتنا فمؤسسات التمور بالمنطقة إذا شجعت أصحاب النخيل من خلال قروض أو بعتاد يسهل عملهم وكذا دورات بكيفية متابعة المحصول من البداية إلى آخر عملية من خلال مهندسين فلاحين وفلاحين أصحاب خبرة. مما ينتج عنه زيادة زراعة النخيل وبالتالي زيادة كمية الإنتاج بالنوعية والمواصفات المطلوبة. مما يخلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية.

وإن مفهوم القيمة المشتركة والذي يركز على الروابط بين التقدم المجتمعي والاقتصادي أي الاستثمار في الحاجيات المجتمعية لتحقيق قيمة اقتصادية لديه القدرة على التهيئة وتحديد معالم القفزة الجديدة من النمو العالم.

الفرع الثاني: المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

لتداخل مفهومي المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة سنحاول تناول أوجه التكامل وأوجه الاختلاف بينهما.

أولا: فكرة المسؤولية الاجتماعية

إن الضغوط التي مورست على المؤسسات وخاصة الكبرى منها واتهامها بأنها تستنزف المقدرات الطبيعية خاصة غير المتجددة منها وأشياء أخرى تخص العمال والمجتمع والضغط أساسا ناتجة لعدة أسباب أخرى خاصة منها توسع دائرة التعليم والثقافة مما جعل المؤسسات تفكر في أسلوب جديد لأنها ليست كيانات منفصلة بل هي مرتبطة ببيئة اجتماعية وطبيعية وحب عليها التكيف الايجابي معها ومع أصحاب المصالح، هذا الأسلوب يمكن المؤسسات من المحافظة على البيئة والاستدامة وتكون أكثر إنسانية ومواطنة. وهذه المحاور التي يجب أن تترجم إلى أعمال تقوم بها المؤسسة لتغطية احتياجات اجتماعية يحتاجها المجتمع. وتنتظر المؤسسة تحقيق عوائد من خلال هذا النهج ويكون نتاج تحسين النظرة للمؤسسة من طرف أصحاب المصالح. وعلى الرغم من هذا كله إلا أن هناك من يرى أن هدف المؤسسة هو جني الأرباح ويرى أن المسؤولية الاجتماعية تعتبر تكاليف وأعباء تتحملها المؤسسة. مما يطرح إشكالية كيف يمكن للمؤسسة أن تحقق مكاسب من خلال تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية أو بالأحرى كيف يمكن للمؤسسة أن تجعل المسؤولية الاجتماعية استثمارا يحقق مكاسب. كما يمكن أن نطرح الإشكال من زاوية أخرى ما هي التكاليف التي ستحملها المؤسسة لو لم تطبق المسؤولية الاجتماعية. وما يترتب عن تطبيقها في تحسين نوعية الحياة وتعزيز القيم الإنسانية والمواطنة والقيم الاجتماعية والاستدامة من خلال ترشيد

الموارد الطبيعية خاصة غير المتجددة منها وتخفيض الانبعاث الكربوني إلى أدنى حد، ودرجات عالية من الشفافية على جميع مستويات المؤسسة (الصفقات، المنتجات،).

ثانيا: تعريف المسؤولية الاجتماعية

تعددت تعاريف للمسؤولية الاجتماعية ولكن سنأخذ بعضها ومن خلالها يمكن أن نأخذ تصور عن المسؤولية الاجتماعية.

تعريف أول: " هي مجموعة من السلوكيات المادية والمعنوية التي تقدم المنظمات من خلالها على خدمة المجتمع المتواجدة فيه"¹

تعريف ثان: " نقصد بالمسؤولية الاجتماعية الأعباء والالتزامات التي يتوجب على الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين التقيد بها ومراعاتها أثناء ممارستهم لمصالحهم الذاتية وفق إطار المصلحة العامة"²

تعريف ثالث: " هي مجموعة من الواجبات أو التصرفات التي تقوم بها المنظمة من خلال قراراتها بزيادة رفاهية المجتمع والعناية بمصالحه إضافة إلى مصالحها الخاصة "³

وعرفها Schermerhom " إجبار المؤسسات للعمل بطريقة لخدمة ذوي الاهتمام الداخليين والخارجيين والأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة "⁴

وفي الأخير يمكن أن نلخص أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي مراعاة هذه المؤسسات للمصلحة العامة وذلك بزيادة تغطية حاجيات المجتمع بصفة عامة من خلال الاستهداف الإيجابي لفئاته جميعها خاصة المحلية منها سواء الداخلية أو الخارجية بما فيها بيئة العمل خاصة الطبيعية منها أو على الأقل عدم الإضرار بهذه البيئة سواء الداخلية أو الخارجية أو ما يعرف بأصحاب المصالح.

¹ _ عمر وصفي عقيلي. " الإدارة أصول وأسس ومفاهيم " الطبعة الأولى . عمان. دار زهران للنشر والتوزيع 2007. ص 80

² _ صبحي العتيبي. "تطور الفكر والأساليب في الإدارة ". الطبعة الأولى. عمان. دار الحامد للنشر، 2004. ص 250

³ _ صالح مهدي محسن العامري وطاهر محسن منصور العاليي. "الإدارة والأعمال ". الطبعة الثانية. عمان. دار وائل للنشر. 2006 ص 93

⁴ - Jhon R. Schermerhom ، " **Management** " 7th ed ، Published by Wiley and Sons ، Incorporated ، John ، New York ، U.S.A.2002. P.158.

ومن الأحسن أن تكون المؤسسة مبادرة بها " تشير هذه الاستراتيجية إلى أن المؤسسة تأخذ زمام المبادرة في توفير المتطلبات والخدمات الاجتماعية¹"

ثالثاً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لقد حدد "كارول"² أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وهي:

1. **البعد الاقتصادي:** وهو بمثابة الأرباح التي تحققها المؤسسة والذي يؤثر مباشرة في المسؤولية الاجتماعية لأنه بدون أرباح ومع الخسائر يصعب جدا تنفيذ المسؤولية الاجتماعية بصفة عادية وهذا ما لمسناه في الأزمات مثل أزمة كوفيد 19 حين توقفت العديد من المؤسسات على دفع رواتب العمال ناهيك عن الامتيازات الأخرى أو التوقف عن دفع جزء من الراتب نتيجة توقف عملية الإنتاج.
2. **البعد القانوني:** وهو تطبيق المؤسسة القوانين السارية المفعول في جميع النواحي (البيئية / عدم عمالة الأطفال / حقوق العمال /.....).
3. **البعد الأخلاقي:** وهو تحلي المؤسسة بالتصرفات والممارسات الأخلاقية في جميع أعمالها من حيث الشفافية والعدل والأمانة وعدم الضرر بأي فئة.
4. **البعد الخيري:** وهو تصرف المؤسسة كمواطن صالح يؤثر ويتأثر بمحيطه ويساهم في تحسين نوعية الحياة في المجتمع.

1 - مشري سعاد، "دور الالتزام التنظيمي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية بمؤسسة Condor ببرج بوعريو" رسالة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع

التنظيم والموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016-2017، ص 189

2. أرشي كارول أستاذ فخري في كلية تيري للأعمال بجامعة جورجيا، أجرى الدكتور كارول بحثاً حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات لعقود. وهو المؤلف المشارك الأول، مع آن ك. بوخولتز، من الأعمال والمجتمع: الأخلاق والاستدامة وإدارة أصحاب المصلحة.

الشكل (9) :يمثل هرم كارول (Carroll) للمسؤولية الاجتماعية



"The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward" Source: Carroll Archie . July • Business- Horizons 'The Moral Management of Organizational Stakeholders' .p 405 •1991 •August

هناك من حدد ثلاث أبعاد للمسؤولية الاجتماعية: " يوجد ثلاث أبعاد رئيسية للمسؤولية الاجتماعية وهي: البعد الاجتماعي والبعد الاقتصادي والبعد البيئي " .¹

" إن فئات أصحاب المصلحة لهم اهتمامات مختلفة، إلا أن هذه الاهتمامات ومهما كان اختلافها فإنها تتموقع ضمن ثلاثة أبعاد جوهرية وهي الاجتماعي والاقتصادي والبيئي "²

" وتجدر الإشارة أن المسؤولية الاجتماعية الشاملة هي محصلة أبعادها الأربع "³

¹ فاتن باشا: " اتجاه القادة الإداريين نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات- " دراسة حالة مجتمع سونلغاز بسكرة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه. قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016-2017، ص 152.

² محمد فلاق: " مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال " . دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو " 9000 " . أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه. قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، 2013-2014 و ص 30

³ زاهية توام، زراي سعاد: "تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج شركات عالمية " . مجلة الميادين الاقتصادية العدد 1 (2020). جامعة الجزائر. ص 26

ومن الواضح أن البعد البيئي والاجتماعي متضمنان من خلال المسؤولية القانونية والأخلاقية والخيرية حسب كارول، ويبقى السؤال مطروحا كيف يمكن للمؤسسات خلق القيمة الاجتماعية بجميع أبعادها من خلال بيئة المؤسسة وأصحاب المصالح وهو ما سنحاول سنوضحه في النقطة التالية:

رابعاً: خلق القيمة من خلال بيئة المؤسسة وأصحاب المصالح

أغلبية المؤسسات تعمل مع أصحاب المصالح من خلال تقديم المنح، حيث تحقق المؤسسات المناحة المزايا الاجتماعية من المنظمات التي تدعمها وتخلق المؤسسة قيمة عندما تولد أنشطتها مزايا اجتماعية تتجاوز مجرد القوة الشرائية لمنحها. ويمكن القيام بذلك بأربع طرق حيث يمكن من خلالها خلق القيمة.¹

1. اختيار المستفيد الأكثر فاعلية للحصول على المنح:

وهو اختيار من يقدم أكبر قيمة بأقل تكلفة بمعنى آخر ما هي المنظمة التي تختارها المؤسسة لتقدم لها المنحة حيث لهذه المنظمة القدرة للوصول للمستحقين ولها القدرة الإبداعية في تحقيق أكبر قيمة بأقل تكاليف مثل ما تقوم به العديد من الجمعيات الخيرية في بيئتنا المحلية سواء على المستوى الوطني أو الولائي خاصة الصحية منها حيث عوض أن تتكفل بجميع المرضى في العيادات الخاصة مما يخلق القيمة ولكن بتكلفة كبيرة جدا تقوم وفي حالات خاصة وعندما يكون أصحاب مرض معين بعدد كبير بشراكة مع المؤسسة الصحية العمومية وبتوأمة مع مؤسسات صحية أخرى بإجراء عمليات جراحية خلال أيام ويحضر لها مسبقا بجميع التفاصيل سواء تحليل طبية. نقل. ضبط قوائم بكامل التفاصيل وغيرها. وهنا تنتهي العملية بأكثر قيمة خاصة مع جلب متخصصين للقيام بها في تلك الأيام الطبية وبأقل تكاليف. أو تعالج مشكلة مستفحلة عن طريق التوعية ندوات ملصقات وغيرها مما يجنب أو يقلل منها وهو ما يوفر تكاليف ترصد لحل مشاكل أخرى. وهنا تتضح جليا أهمية اختيار أفضل الحاصلين على المنح.

2. توسيع دائرة التمويل عن طريق ممولين آخرين:

إذا كانت المؤسسة ماهرة في اختيار المؤسسة الخيرية فيمكنها تضخيم القيمة التي تحققها من خلال اتخاذ خطوات إضافية لتثقيف وجذب المتبرعين الآخرين لزيادة العائد الخيري. وهو ما يوضحه إلى حد ما المثال السابق في النقطة الأولى فإنه كلما تشاركت عدة أطراف في عمل خيري منظم هادف كلما حقق أكبر قيمة بأقل تكلفة

¹ - Porter ، M. E. ، and Kramer ، M. R. . "Philanthropy's new agenda: creating value". Op . Cit . P 123.

بعبارة أخرى وفيما يخص التمويل فإنه كلما تعدد الممولين كلما كبرت القيمة الخيرية وهذا ما يجب أن تسعى إليه المؤسسة.

3. تحسين أداء متلقي المنح:

وهو الانتقال من دور الممول إلى دور الشريك وبالتالي تحسين أداء المستفيد من المنح. أي تدريب المنظمات المكلفة بتسيير المنح لزيادة المردودية الاجتماعية مثل التدريب على المحاسبة القانونية إعداد الميزانيات، سرعة تقديم الخدمة لأن الوقت مهم جدا في أغلب الأحيان، أو كيفية تنظيم دورة تكوينية للعامة أو لفئة معينة قصد الوقاية من الوقوع في مشكل اجتماعي.

4. النهوض بحالة المعرفة والممارسة:

وذلك من خلال تمويل أبحاث ودراسة المجال بعمق مثل وضع أجندة جديدة وتغيير المزاج العام لصالح البيئة أو المنتجات الخضراء أو السير نحو طريقة للتغذية الصحية والابتعاد عن مسببات الأمراض سواء الجسدية أو النفسية أو لصالح التكفل الدراسي ومقت التسرب المدرسي ...

خامسا: الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

لمعرفة الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة يجب أولا معرفة ماذا نعني بالمسؤولية الاجتماعية وماذا نعني بخلق القيمة المشتركة وهو ما فصلنا فيه سابقا.

وكما ذكرنا سابقا هناك عدة تعاريف للمسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة وعليه سيترتب عنه الكثير من الفروق الناتجة عن اختلاف زاوية الرؤية بين الباحثين وكذا أوجه التشابه وربما التكامل فيما بينهما لتحسين نوعية الحياة وسنحاول ذكر أهمها بداية بذكر الفروق:

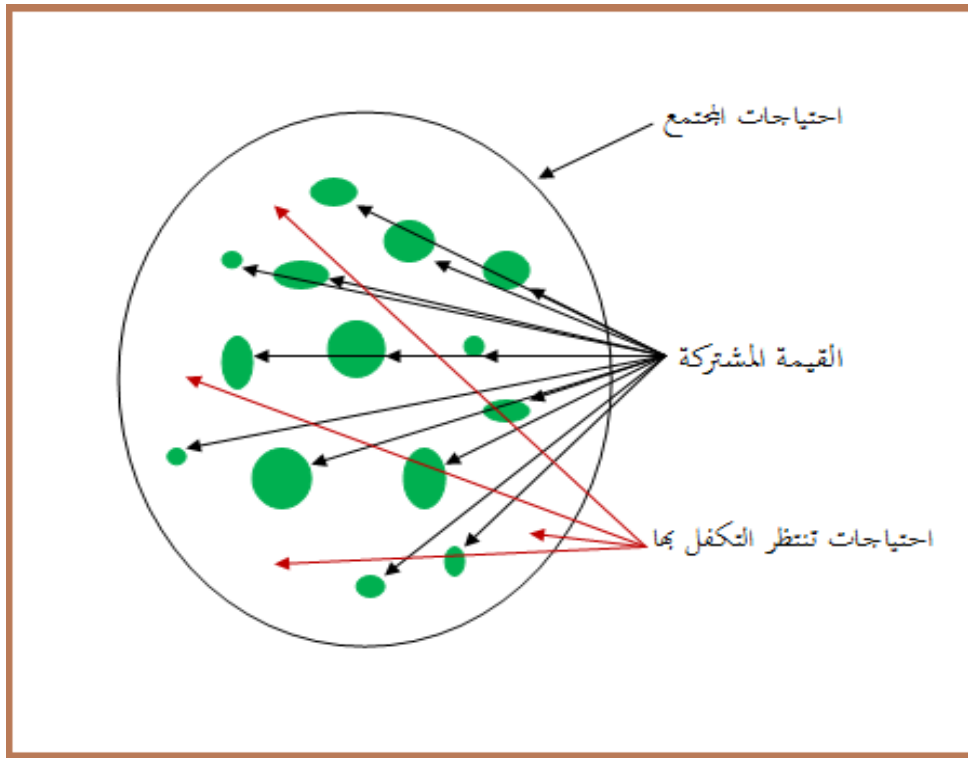
الجدول رقم (01): الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

عنصر المقارنة	المسؤولية الاجتماعية	خلق القيمة المشتركة
الحافز	أن تتميز المؤسسة بالمسؤولية والعطاء	أن تكون المؤسسة أكثر تنافسية
اختيار القضايا	المساهمة في حل القضايا الاجتماعية	تطوير وتحسين الموقع الاستراتيجي
القيمة الاجتماعية	طلب المزيد من الموارد لمعالجة القضايا الاجتماعية	حلول طويلة الأجل
القيمة الاقتصادية	السمعة الجيدة والمؤسسة المواطنة لتفادي الضغوط	أرباح طويلة الأجل قابلة للقياس
السبب	الإلزامية: ضغط المحيط والمنافسة لتحسن الوضعية	ميزة تنافسية استراتيجية
العنصر المساهم	الحاجيات والضغط الخارجي لتحسين صورة المؤسسة	البعد الاستراتيجي
المظهر	برامج ومبادرات وحملات توعوية وتطوعية	نموذج جديد للأعمال
مجال النشاط	نفس مجال النشاط مع العمل الخيري والتبرع بالأموال	البحث عن الدخول إلى أسواق جديدة
رسالة المؤسسة	قيم الشركة والشركة المواطنة	تصميم سلع وخدمات تلي حاجيات اجتماعية وبيئية وفي نفس الوقت عائد مالي للشركة
الالتزام الاستراتيجي	توظيف العمال والاحتفاظ بهم	خلق العناقيد المحلية لتعظيم الفوائد الاقتصادية والمنافع الاجتماعية للمجتمع من خلال دعم الموردين المحليين

المصدر: إسحاق خرشي "خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات"، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد العدد 1 . جامعة حسبية بن بوعلوي الشلف 2020 ص 165

سادسا: التكامل بين دور خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية

الشكل (10): يمثل التكامل بين دور المسؤولية الاجتماعية ودور خلق القيمة المشتركة



المصدر: من إعداد الطلبة

يوضح الشكل السابق التكامل بين خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية وهو ما سنوضحه بشرح مفهوم الشكل بالتفصيل. حيث الدائرة الكبيرة تمثل احتياجات المجتمع، الأقراص تمثل ما حقق من خلال خلق القيمة المشتركة للمؤسسات على اعتبار كل قرص يمثل ما حققته مؤسسة ما من خلق قيمة اجتماعية. ولكن نلاحظ أنه ورغم البقع المغطاة كثيرة (تمثل القيمة الاجتماعية الناتجة عن خلق القيمة المشتركة) إلا أن الفراغ أو البياض ما زال سائدا وهو ما يمثل الاحتياجات المجتمعية التي تنتظر التكفل بها سواء عن طريق خلق القيمة المشتركة أو عن طريق المسؤولية الاجتماعية. حيث سواء كانت ستحقق بالقيمة المشتركة أو لا فالوقت مهم وتلبيتها إلى حين تحققها بخلق القيمة المشتركة يعتبر أكثر من ضرورة وهذا ما تتكفل به المسؤولية الاجتماعية إلا حين توفرها عن طريق القيمة المشتركة. وفي حالة عدم توفرها عن طرق خلق القيمة المشتركة لعدة أسباب ربما أهمها صعوبة وجود فرصة اقتصادية في المشكل الاجتماعي فهنا نجد المسؤولية الاجتماعية تتكفل بالأمر.

وعليه ورغم النقلة النوعية بالتفكير الجديد "Porter and Kramer" بخلق القيمة المشتركة ولكن لا يمكن التخلي عن المسؤولية الاجتماعية فهي تكمل ما عجزت عن تحقيقه القيمة المشتركة أو مازال في طريق التحقيق عن طريقها.

وفي المقابل وملاحظتنا للشكل السابق أنه كلما زادت القيمة المشتركة (زادت البقعة المغطاة من الأقراص) كلما تقلصت البقع البيضاء مما يقلص مساحة عمل المسؤولية الاجتماعية في تلبية الاحتياجات الاجتماعية ويخفف عنها الضغط وبالتالي تغطية نسبة أكبر واقعا وأن تصل للتشبع نظريا وهو ما يمكن أن نسميه تحسين الحياة وتحقيق الرفاهية الاجتماعية. مثال كلما تقلصت البطالة نتيجة خلق القيمة المشتركة يعني تقلص فئة عديمي الدخل خاصة إذا كانوا من ذوي الاحتياجات الخاصة مما يقلص عبء أو دائرة عمل المسؤولية الاجتماعية وبالتالي تكون لها نسبة تغطية أكبر وفاعلية أكبر. نفس الأمر بالنسبة للتلوث كلما كان للقيمة المشتركة دور في تقليل نسبة التلوث كلما تقلص العبء على المسؤولية الاجتماعية وبالتالي تكون بفاعلية أكبر وتصل إلى أعلى نسبة تغطية وبأقل تكاليف.

ويمكن أن نلخص ما سبق فيما يلي (واقعا كلما تطورت وانتشرت فكرة خلق القيمة المشتركة بين المؤسسات كلما ارتفعت نسبة تلبية احتياجات المجتمع وبالتالي يتركز عمل المسؤولية الاجتماعية في تلبية بقية الاحتياجات مما يخفف عنها الضغط ويسمح لها بتحقيق نسبة أكثر من الاحتياجات وما يكون في مجمل العملية

تكامل وتبادل الأدوار بين خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية في تغطية أكبر مساحة ممكنة من الاحتياجات الاجتماعية وبالتالي تحسين نوعية الحياة).

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

اختلفت الدراسات في هذا المجال بين المحلية والعربية والأجنبية وهذا ما سنتناول بعض منها.

المطلب الأول: الدراسات المحلية والعربية

في هذا المطلب سنتناول بعض الدراسات المحلية والعربية السابقة التي من بينها:

الفرع الأول: الدراسات المحلية

من بين الدراسات المحلية التي تناولت جانبا أو من الدراسة ما يلي:

1. دراسة فاطمة طاهري، نصيرة قوريش (2021)¹: بعنوان "نستله في المجتمع: خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية": هدفت الدراسة إلى إبراز تأثير المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد للأعمال، وذلك من خلال ما حقق من القيمة الاجتماعية والقيمة الاقتصادية بشركة نستله في خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية والتي نتج عنها تحقيق ميزة تنافسية من خلال تخفيض التكاليف والرفع من جودة المواد الأولية التي تستعملها المؤسسة وبناء عناقيد وعلاقات متينة ومستدامة مع مورديها بصفة خاصة وأصحاب المالح بصفة عامة .

2. - دراسة إسحاق خرشي (2020)²: بعنوان " خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال " منظور تحليلي": تهدف الدراسة إلى تقديم مفهوم خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للمؤسسة لكي تقدم اهتماما بالجانب الأخلاقي في ممارساتها، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم وصف مفهوم متغيري الدراسة خلق القيمة المشتركة وأخلاقيات الأعمال للمؤسسات وأغلب المفاهيم المرتبطة بهما، وكذا سيرورة ومراحل خلق القيمة المشتركة في

¹ - فاطمة طاهري، نصيرة قوريش، "نستله في المجتمع: خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية" مجلة دراسات وأبحاث للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية. مجلد 13، العدد 1، 2021

² - إسحاق خرشي، " خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال " منظور تحليلي" مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 4، العدد 01(2020).

المؤسسات كما اعتبرت أن مفهوم خلق القيمة المشتركة وشامل لجميع مفاهيم أخلاقيات الأعمال، كما توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن مفهوم خلق القيمة المشتركة يدعم مفهوم أخلاقيات الأعمال بإدراج البعد الاقتصادي للممارسات الاجتماعية والبيئية

3- دراسة سبخاوي عبد القادر وقريشي محمد الصغير (2020)¹: بعنوان "مساهمة تلمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات " : حيث تطرقت الدراسة إلى تقديم مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد وإسقاط النموذج على مجال تلمين النفايات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها، التلمين المادي يساهم بنسبة 61 بالمائة من التلمين الذي يحصل في خلق القيمة المشتركة وهي نسبة لازالت تحت المطلوب مما يدل أن رسكلة النفايات في الجزائر ما زالت بعيدة من حيث خلق القيمة المشتركة مقارنة مع الدول المتقدمة .

4- دراسة ريغي سارة (2019)² بعنوان " استعمال آلية التسويق الإبداعي لتوجيه خريجي الجامعات نحو المقاولاتية الجزائرية نموذجا " هدفت الدراسة إلى إبراز أثر استعمال التسويق الإبداعي في توجيه خريجي الجامعات الجزائرية نحو المقاولاتية حيث كانت عينة الدراسة (414) طالبا، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها الحث على تكثيف جهود إلى دار المقاولاتية بالتعاون مع المؤسسات المرافقة للترويج للفكر المقاولاتي، وأن هناك ترويج لدار المقاولاتية للفكر المقاولاتي بطرق إبداعية (ملصقات، مداخلات،) مصممة بشكل إبداعي، وأوصت بأنه يجب تكوين خاص لمدرين قصد الترويج للفكر المقاولاتي وتقديم تحفيزات للطلبة ومرافقتهم على أرض الواقع وإدراج، كما توصلت إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية للبيانات الشخصية (الجنس، الخبرة،.....) والتوجه المقاولاتي.

5- دراسة علي عزوز. حسناء قاسم (2019)³: بعنوان " أهمية المقاولاتية والنشاط الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " ، تناولت الدراسة مفاهيم حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمفاهيم النظرية للمقاول والمقاولاتية ودراسة أهمية المقاولاتية في النشاط الاقتصادي واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقدمت توصيات أهمها إعادة النظر في التوزيع الجغرافي للمؤسسات

1 - سبخاوي عبد القادر، قريشي محمد الصغير، "مساهمة تلمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات " دراسة ميدانية بالوكالة

الوطنية للنفايات بالجزائر " مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 1 مكرر 1، 2020

2 - ريغي سارة، " استعمال آلية التسويق الإبداعي لتوجيه خريجي الجامعات نحو المقاولاتية الجزائرية نموذجا " أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص تسويق صناعي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية 2019.

3 - علي عزوز، حسناء قاسم، " أهمية المقاولاتية والنشاط الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEC)، المجلد 1، العدد 1، 2019.

الصغيرة والمتوسطة ووجوب إصلاحات تساعد الاستثمار خاصة في القطاع الخاص وإزالة الحواجز التي تقع كعقبات في وجه المقاولاتية وأهمها الفساد الإداري وضعف البنية التحتية ويجب أن تستفيد المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من المساعدة لكي تكون لها القدرة على التنافسية من خلال تقديم استشارات وتدريب في المجال القانوني والمحاسبي و.....

الفرع الثاني: الدراسات العربية

نتناول بعض الدراسات العربية التي تناولت جانبا من موضوع الدراسة:

1- دراسة أ.د. عبد العزيز شويش، رائد حامد تركي النمراوي¹ (2019): بعنوان " تأثير زيادة الأعمال في تعزيز مؤشرات الأداء المالي وفق أنموذج PATROL". حيث قدمت الدراسة إبراز تأثير أبعاد زيادة الأعمال في مؤشرات الأداء المالي، وركزت على مصرف الإسكان للتأكد من نسبة تبنيه أبعاد زيادة الأعمال من خلال التحليلات والإحصاءات قد بينت النتائج أن هناك علاقة تأثير بين زيادة الأعمال والأداء المالي، وأوصت الدراسة بضرورة تبني أبعاد ومؤشرات مالية حديثة ومبتكرة وتبني زيادة الأعمال لغرض تحقيق أداء متميز للمصارف لتحقيق ميزة تنافسية.

2. - دراسة محمد خليفة الشريدة² (2019): بعنوان " القدرة التنبؤية للتفكير ما وراء المعرفي مهارات زيادة الأعمال لدى طلبة الدراسات العليا ". هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى التفكير ما وراء المعرفي ومهارات زيادة الأعمال والقدرة على التنبؤية للتفكير ما وراء المعرفي لدى عينة من طلبة الدراسات العليا في جامعة أم القرى بالسعودية حيث كانت الدراسة على عينة 174 طالبا، وكانت النتائج أن الطلبة يمتلكون مستوى أعلى من المتوسط من مهارات زيادة الأعمال كما كانت النتيجة أنه يمكن التنبؤ بالدرجة الكلية لمقياس مهارات زيادة الأعمال من خلال الدرجة الكلية للتفكير ما وراء المعرفي.

3. سعدية حايث كاظم السلطاني، بشرى محمد علوان³ (2018): بعنوان " زيادة الأعمال وانعكاساتها على المرتكزات الفلسفية للفاعلية المنظمة ". هدفت الدراسة إلى توضيح تأثير

1 - أ.د. عبد العزيز شويش، رائد حامد تركي النمراوي، " تأثير زيادة الأعمال في تعزيز مؤشرات الأداء المالي وفق أنموذج PATROL " مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 47 ج 1، 2019

2 - محمد خليفة الشريدة، " القدرة التنبؤية للتفكير ما وراء المعرفي مهارات زيادة الأعمال لدى طلبة الدراسات العليا " مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، المجلد 17، العدد 4، 2019.

3 - سعدية حايث كاظم السلطاني، بشرى محمد علوان. " زيادة الأعمال وانعكاساتها على المرتكزات الفلسفية للفاعلية المنظمة " مجلة جامعة كربلاء العلمية، العراق، المجلد 16، العدد 3، 2018

استراتيجية قيادة الأعمال في تحقيق الفاعلية المنظمة، حيث كانت عينة الدراسة 50 طبيباً من مستشفى الحلة وكانت أهم النتائج وجود علاقة تأثير وارتباط بين أبعاد قيادة الأعمال والفاعلية المنظمة في مؤسسة الدراسة.

4. - ا.م.د. عمر حضيرات¹ (2011): بعنوان " الريادة الاقتصادية والمشروعات الصغيرة في الأردن ". هدفت الدراسة إلى تحليل ظاهرة الريادة والمشروعات الصغيرة خاصة من ناحية دورها في التنمية الاقتصادية وإبراز دورها في توفير فرص عمل، وتوصلت الدراسة إلى أن الريادة والمشروعات الصغيرة ركن هام من أركان الاقتصاد، وأوصت الدراسة بضرورة سن التشريعات الحكومية اللازمة لتسهيل عمل المشاريع الريادية خاصة الصغيرة ومنها والقابلة للنمو، وعقد مؤتمرات بجمع الباحثين في المجال لبلورة أفكار جديدة يمكن للريادين التفاعل معها.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

1. Hamid Khurshid and Robin Stanley Snell: (2021)² " Examining mechanisms for creating shared value by Asian firms

بحثت هذه الدراسة مشاريع خلق القيمة المشتركة لشركتين من الشركات متعددة الجنسيات و3 مؤسسات صغيرة ومتوسطة بآسيا. حيث اعتمدت على المقابلات شبه المنظمة مع مديري المؤسسات وأصحاب المصلحة. وكانت النتائج تتمحور حول أهمية الابتكار في جميع الحالات. وبالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسلط الضوء على أهمية أصحاب المصلحة الخارجيين في المساهمة بمعرفة الخبراء حيث هناك نوعان من الاختلاف بين النموذجين نموذج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات متعددة الجنسيات حيث اعتمدت الشركات متعددة الجنسيات بشكل شبه تام على الموارد الداخلية في حين اعتمدت الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير على الموارد الخارجية فيما يخص الابتكار.

2. Sunny Ham and Seoki Lee and Hyejin Yoon and Changsik Kim(2020)³ ." Linking creating shared value to customer behaviors in the food service context "

¹ - ا، م، د. عمر حضيرات " الريادة الاقتصادية والمشروعات الصغيرة في الأردن " المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، السنة التاسعة العدد 30. 2011

² - Hamid Khurshid and Robin Stanley Snell " **Examining mechanisms for creating shared value by Asian firms** ". ELSEVIER. Journal of Business Research. 129 (2021) .

³ - Sunny Ham and Seoki Lee and Hyejin Yoon and Changsik Kim ." **Linking creating shared value to customer behaviors in the food service context** ". ELSEVIER . Journal of Hospitality and Tourism Management . 43 (2020)

هدفت الدراسة إلى دراسة تأثير خلق القيمة المشتركة بسلوك وردات فعل العملاء والمستهلكين في مجال خدمة الإطعام. حيث توصلت إلى أن تصورات المستهلكين للمساهمة الاقتصادية لمؤسسة خدمات الإطعام تؤثر بشكل إيجابي على موقف علامتهم التجارية. وهو ما يدعمه هرم كارول من خلال القول أن المسؤولية الاقتصادية هي الأساس أو القاعدة كما كشفت الدراسة إلى أن مساهمات مؤسسات الخدمة الغذائية في القضايا الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي على سلوك المستهلكين باتجاه العلامة التجارية. كما توصلت الدراسة إلى أن تصورات المستهلكين عن خلق القيمة المشتركة أي أن المؤسسة تدمج خلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في نموذج أعمالها وممارساته يؤثر إيجاباً على سلوك المستهلكين باتجاه العلامة التجارية. وقد وجدت الدراسة تأثيراً سلبياً للاعتدال يفسر ميل المستهلكين إلى البعد الاجتماعي أكثر من التركيز على البعد الاقتصادي. كما وفرت الدراسة نتائج آثار عملية على المديرين حيث تشجعهم على تنفيذ استراتيجية خلق القيمة المشتركة لتعزيز تصورات عملائهم للمساهمة الاجتماعية للمؤسسة على موقفهم اتجاه العلامة التجارية.

3. Maribel Guerrero and Jorge Espinoza-Benavides (2021)¹. " Does entrepreneurship ecosystem influence business re-entries after failure? " Springer .International Entrepreneurship and Management Journal 2021

تهدف الدراسة إلى تحديد عناصر النظام البيئي لريادة الأعمال التي تعزز أو تعرقل العودة إلى ريادة الأعمال بعد الفشل. كما تهدف إلى تقليل الحواجز الفردية حيث قامت بدراسة عنصريين. دور النظم البيئية عبر عملية ريادة الأعمال والمحددات الفردية والتنظيمية والمعاصرة لإعادة الإدخالات الجديدة بعد فشل الأعمال.

حيث قامت الدراسة بتقديم مفهوم فشل الأعمال أو الخروج وإلى ماذا يرجع نظرياً (الإستراتيجية. قانونية. مالية). ومن بين الاقتراحات التي قدمتها هي أن النظم البيئية لريادة الأعمال تتميز بسياسات عامة وبرامج تم تصميمها لتقليل تكاليف فشل الأعمال حيث توفر ظروف مواتية لإعادة الدخول من جديد واعتبرت أن الفشل يمثل خبرة. واقترحت أن النظم البيئية لريادة الأعمال تتميز بنظام مالي حيث أن المستثمرون الذين قيموا بشكل إيجابي تجربة الفشل سيوفرون بيئة مواتية لإعادة الدخول من جديد. وأوصت أيضاً بأن دعم البيئة التحتية المادية والمهنية والتوجيهية (حاضنات الأعمال. بيئة تحتية داعمة. مرشدين لديهم تجارب سابقة في فشل الأعمال. كما أن النظام البيئي لريادة الأعمال يتميز بنظام التعليم العالي الذي يعزز رأس المال البشري. كما أن النظام البيئي لريادة الأعمال يتميز بالمجتمعات التي لم تعاقب فشل الأعمال وتوفر شروط مواتية لإعادة الدخول من جديد من خلال نشر المعرفة حول فشل الأعمال بين الوكالات والوسطاء والمستثمرين والجامعات.

¹ - Maribel Guerrero and Jorge Espinoza-Benavide. " Does entrepreneurship ecosystem influence business re-entries after failure? " Springer .International Entrepreneurship and Management Journal 2021.

4. Zheng Ye and Jianzhuang Zheng and Ruiyi Tu . " Network evolution analysis of e-business entrepreneurship: big data analysis based on taobao intelligent information system " Springer . Information Systems and e-Business Management 2020¹

بينت الدراسة إطاراً تحليلياً لتطور شبكة ريادة الأعمال في قرية تاوباو " taobao " بالصين استناداً إلى البيانات الضخمة لنظام المعلومات الذكي في تاوباو من 2007 إلى 2016 . حيث بعد تحليل البيانات ببرنامج " Gephi " وهو برنامج يقوم بتحليل الشبكات الاجتماعية . كانت النتائج كالتالي: المحلات التجارية عبر الأنترنت التي ظهرت بداية بدرجة تركيز عالية والتي أظهرت موارد تقنية مهمة وقوة داخل الشبكة كان لها تأثير تجريبي وحافز لريادة الأعمال على المتاجر الأخرى حيث أدى ذلك إلى تعزيز قوة بنية المجتمع الشبكي لريادة الأعمال وتحسين أداء النقل ونموذجية شبكة " التعارف " كما أبرزت كثافة شبكة تنظيم المشاريع في قرية تاوباو نموذج ملائم لمحلات بيع المنتجات الزراعية وذلك للحصول على التنمية المستدامة وطويلة الأجل. كانت الدراسة على هذه القرية "taobao" في الصين التي هي وراء نمو رهيب للأعمال الإلكتروني حيث يقوم نظام المعلومات بالحصول على البيانات الضخمة ومعالجتها وتطبيقها. وهذه القرية هي قرية نموذجية تجارية إلكترونية حيث تتجاوز نظام المبيعات التقليدي إلى المبيعات عبر الأنترنت والنتيجة كانت نظام موزع على 24 منطقة ثم العبور إلى 2118 قرية "taobao" في الصين كنموذج بحلول أوت 2017 والتي أدت إلى زيادة سريعة لمستخدمي الأنترنت في المناطق الريفية وظهور قادة الأعمال الإلكترونية الريفية. حيث تغلب على عامل الموقع الجغرافي حيث أن الصيغة هي مكونة من سلسلة من المستهلكين والمرددين والمصنعين والمزارعين وغيرهم من الشركاء المنتشرين في مناطق جغرافية مختلفة ولكن يستخدمون واحدة من أكثر منصات الأعمال الإلكترونية للمنافسة والتعاون. وتوصلت إلى أنها توفر بيئة للابتكار واقتناص الفرص وتميزت بسرعة نقل المعلومة.

المطلب الثالث: مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

الفرع الأول: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

أولاً: أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

1. كل الدراسات السابقة المذكورة تناولت أحد متغيري الدراسة الحالية المقاولاتية (ريادة الأعمال) أو القيمة المشتركة.
2. تتشابه الدراسات السابقة المذكورة مع الدراسة الحالية أن أغلبها استعملت العينات بأعداد متفاوتة.
3. تتشابه الدراسة الدراسات السابقة المتناولة مع الدراسة الحالية أن أغلبها استعملت الأساليب الإحصائية والبرامج الإلكترونية.

¹ - Zheng Ye and Jianzhuang Zheng and Ruiyi Tu . " Network evolution analysis of e-business entrepreneurship: big data analysis based on taobao intelligent information system " Springer . Information Systems and e-Business Management 2020

4. الدراسة الحالية تتشابه مع الدراسة الأجنبية الخامسة من حيث المتغير الأول المقاولاتية (ريادة الأعمال) كما تلامس جزئياً المتغير الثاني من حيث التطرق للزيادة السريعة لمستخدمي الأنترنت في المناطق الريفية وظهور قادة الأعمال الإلكترونية الريفية.

ثانياً: أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

1. من حيث البيئة: الدراسات السابقة أجريت على بيئات متنوعة عربية وأجنبية أو محلية وطنية وأما الدراسة الحالية وطنية محلية أجريت على عينة بمؤسسة رويال موندريال بولاية الوادي.
2. من حيث الهدف: الدراسات السابقة الذكر تدرس متغير واحد من أحد متغيري دراستنا في حين دراستنا تدرس متغير المقاولاتية كمتغير مستقل ومتغير خلق القيمة المشتركة كمتغير تابع.
3. من حيث الأبعاد: اختلفت الدراسات السابقة عن دراستنا في تحديد الأبعاد المدروسة لكل من متغيري الدراسة المقاولاتية (ريادة الأعمال) إلى (المخاطرة / الإبداع والابتكار والتميز/ المبادرة / اقتناص الفرص) والقيمة المشتركة (قيمة اجتماعية / وقيمة اقتصادية).
4. من حيث المحتوى: تطرقت بعض الدراسات السابقة للفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة ولم تطرق لعنصر التكامل بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في حين تطرقت له دراستنا واستنبط من خلال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ومفهوم خلق القيمة المشتركة.

الفرع الثاني: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة

1. تعمق أكثر في مفهومي متغيري دراستنا المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة.
2. من حيث إثراء إشكالية الدراسة والاستفادة في كيفية التحليل للوصول للنتائج المطلوبة.
3. التعرف على الأساليب الإحصائية والبرامج المستعملة لتحديد ما يناسب الدراسة.
4. قاعدة لانتقاء المراجع خاصة الحديثة منها.
5. التعرف على التجارب الابتكارية الحديثة لتوظيف المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة في المؤسسات ضمن بيئات مختلفة.

خلاصة الفصل الأول

من خلال الفصل الأول تطرقنا للأدبيات النظرية لمتغيري الدراسة حيث تناولنا المفاهيم المتعلقة بالمقاولانية وأيضا المفاهيم المتعلقة بالقيمة المشتركة وكذا المصطلحات ذات الصلة بهما ثم تطرقنا إلى بعض الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة وتدرس أحد متغيري الدراسة على الأقل، والذي تبين لنا من خلاله خاصة الدراسات السابقة الأجنبية أن لديهم اهتمام كبير بمتغيري الدراسة وقد استثمروا فيهما وحققوا نتائج كبيرة جدا من أهمها النهوض بمناطق كاملة من الركود والانعزال والتبعية إلى مناطق اقتصادية ذات حركة تجارية وصناعية كبيرة جدا مما أثر على تلك المناطق وساكنيها إيجابا.

ثم تناولنا ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة التي تطرقت لأحد متغيري الدراسة على الأقل وكذا أوجه التشابه بينهما من مجتمع الدراسة إلى الأدوات المستعملة وكذا أهدافها والنتائج المتوصل إليها. وقد اتفقت جميعها على أنها تدعو لتفعيل المقاولانية وخلق القيمة المشتركة والعمل بهما من أجل الاستدامة والمحافظة على سمعة المؤسسة التي يمكن أن يستثمر فيها إيجابيا.



الفصل الثاني

دراسة ميدانية على مؤسسة

روايال مونديال بالوادي

تمهيد:

بعدما تناولنا في الفصل الأول إلى مفهومي المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة وكذا بعض الدراسات السابقة المتعلقة بمهما سنقوم في الفصل الثاني بدراسة ميدانية باستثمار ما تحصلنا عليه من إلمام بالمفهومين السابقين حيث ستكون الدراسة على مؤسسة روايال موندريال بالوادي الرائدة في الصناعات البلاستيكية الحديثة (مطابخ، حمامات، تجهيز مستشفيات،). من أجل دراسة إلى أي مدى يمكن لمؤسسة روايال موندريال بالوادي أن تخلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية من خلال تبني الفكر المقاولاتي، سندرس الجوانب المتعلقة بالمقاولاتية وخلق القيمة الاقتصادية والقيمة الاجتماعية لدى المؤسسة محل الدراسة من خلال الإجابة على الإشكالية المطروحة بناء عليه قسمنا الفصل لمبحثين المبحث الأول خصص للطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية حيث تناولنا الإطار المنهجي للدراسة وأساليب التحليل الإحصائي المستعملة وكذا أدوات الدراسة أما المبحث الثاني قمنا بعرض نتائج الدراسة المتوصل إليها وتحليلها ومناقشتها من خلال تفسير اجابات أفراد العينة وكذا دراسة التأثير بين محاور المقاولاتية ومحوري خلق القيمة المشتركة من خلال تحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية

لأن الأدوات والأساليب والطريقة لها أهمية في الإنجاز والوصول لهدف الدراسة وعلية سنتناولها لاختيار أفضلها.

المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تعد المنهجية المتبعة أداة تواصل وربط بين ما هو متحقق من تراكم معرفي سواء كان نظريا أو تطبيقيا وإمكانية الاستفادة من التراكم وتفعيله في المؤسسات وتعتمد المنهجية المتبعة على ما توصل إليه ذلك التراكم الذي ينبغي أن يخضع للتحقيق والاختبار في المؤسسات للاستفادة منه مستقبلا وعادة ما تفرض طبيعة الموضوع على الباحث اختبار المنهج المتبع والأدوات التي تساعد على ذلك وأهمها طبيعة البيانات التي ستجمع والأساليب المعتمدة لاختبار الفرضيات حيث رست الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف التعبير عن الظاهرة والتبيان للخصائص أما الكمي فسيكون بتوضيح التأثير والترابط بين المتغيرات.

المطلب الثاني: أساليب التحليل الإحصائي

نظرا لأهمية الأساليب الإحصائية واختيار أنسبها للوصول لأهداف الدراسة وتحليل البيانات المتوفرة، فقد استعملنا مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية برنامج (SPSS)، والمتمثلة في مجموعة الأساليب الإحصائية التالية:

- تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمفردات الدراسة المتمثلة في الصفات الشخصية، وتحديد استجابة أفراد العينة اتجاه عبارات محاور الدراسة بالاستناد إلى:
- التكرار والنسب المئوية لوصف خصائص أفراد العينة.
- حساب معامل الارتباط بيرسون (Pearson).
- حساب معامل (ألفا كرونباخ)، وذلك لقياس الثبات.
- تحليل التباين لتحديد الاختلاف بين إجابات أفراد العينة.

المطلب الثالث: أدوات الدراسة

لوصول للأهداف المعلنة من الدراسة والمنهج المتبع والظروف المحيطة والوقت الضيق للدراسة، حددنا الاستبانة كأفضل أداة لتحقيق المطلوب في ظل صعوبة بقية الأدوات من مقابلات شخصية وغيرها. وقد صممنا الاستبانة على عدة أسس أهمها أهداف الدراسة والمتغيرين المستقل والتابع وكذا بعض الدراسات السابقة في بعض جزئياتها ونصائح وتوجيهات الأستاذ المشرف والأساتذة المحكمين.

الجدول (02): توزيع عدد الاستثمارات

النسبة المئوية	العدد	توزيع الاستثمارات
% 100	40	عدد الاستثمارات الموزعة
% 85	34	عدد الاستثمارات المسترجعة
% 85	34	عدد الاستثمارات الصالحة للدراسة
% 00	00	عدد الاستثمارات الملغاة

المصدر: إعداد الطلبة

الفرع الأول: متغيرات الدراسة:

1. المتغير المستقل: هو المقاولة وقد قسم للأبعاد الأربعة التالية:

__ المخاطرة __ الإبداع والابتكار والتميز __ المبادرة __ اقتناص الفرص

1. المتغير التابع: هو خلق القيمة المشتركة وقد قسم للبعدين التاليين:

__ خلق قيمة اقتصادية __ خلق قيمة اجتماعية

الفرع الثاني: مستويات الإجابة وقياس وصدق وثبات أداة الدراسة

أولاً: مستويات الإجابة

لتحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج دقيقة لها من خلال الإجابة عن الأسئلة. تم تحديد درجات الإجابة على فقرات الاستمارة باختيارنا لمقياس ليكارت الخماسي (Likert - type scal)

وذلك لمعرفة توجهات العاملين من خلال إجاباتهم ووضع الإشارة (X) أمام الإجابة التي يرى أنها توافق توجهه وقد كانت حسب المعايير التالية:

الجدول (03): درجات مقياس ليكارت الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

المصدر: محمد عبد حسين الطائي " المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال ". دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2016، ص 287

ثانيا: صدق الاستثمار

يعبر صدق أو ثبات الاستثمار عن قدرة أداة البحث على قياس المراد قياسه:

حيث نقصد بالصدق أن العبارات الموجودة في الاستثمار تقيس ما يهدف الباحث الوصول إليه أو ما يريد قياسه، أما الثبات فيقصد به الحصول على النتائج نفسها عند تكرار عملية القياس عدة مرات. ولاختبار صدق الأداة المستعملة اتبعنا ما يلي:

1. **الصدق الظاهري:** حيث عرضت الأداة والمتمثلة في الاستبانة على مجموعة من المحكمين¹ وعددهم (6) حكما من أعضاء هيئة التدريس لكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير وكذا محكما من كلية الآداب واللغات الأجنبية للتأكد من مدى صدقية الفقرات ووضوح مقاصدها وكذا سلامتها اللغوية وقدرتها على تحقيق هدف الدراسة من خلال قياس متغيرات الدراسة، وقد أعيد النظر في بعض الفقرات وصياغتها من جديد عملا لآراء ونصائح المحكمين مما يعطي للاستبانة أكثر توازنا وأكثر فاعلية لتحقيق الأهداف المرصودة.

2. **صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة:** بعد عرض الأداة على المحكمين وتعديل البعض منها حسب الملاحظات المقدمة تم إجراء اختبار الاتساق الداخلي باستعمال معامل الارتباط بيرسون (Pearson) بين كل عبارة ومحورها ثم الدرجة الكلية للمحاور.

1-2 - الاتساق الداخلي للمحور الأول: المقاولاتية

- الاتساق الداخلي لبعده المخاطرة:

الجدول (04): معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات المخاطرة والدرجة الكلية

رقم	العبارة	معامل بيرسون	قيمة sig
01	تخاطر المؤسسة من أجل تعظيم الأرباح	0.673	0.000
02	تتحمل المؤسسة المسؤولية في حالة الفشل	0.403	0.009
03	لا تتردد المؤسسة في اتخاذ بعض القرارات الحاسمة التي ترى أنها مفيدة لها	0.738	0.000
04	لا تتردد المؤسسة بإنتاج منتجات جديدة ولفئة جديدة من الزبائن ترى أنها ستحقق لها أرباحا	0.718	0.000
05	تتنبأ المؤسسة غالبا بالمخاطر المستقبلية لتفاديها	0.753	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

¹. أنظر الملحق رقم 3

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المخاطرة والدرجة الكلية لعباراتها والذي أنتج أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية وعليه نستطيع القول أن عبارات البعد الأول المخاطرة صادقة لما وضعت لقياسه ولهذا كانت كل عباراته غير معنية بالحذف.

- الاتساق الداخلي لبعد الإبداع والابتكار والتميز:

الجدول (05): معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات الإبداع والابتكار والتميز والدرجة الكلية

الترتيب	الأبعاد	العبارات	معامل بيرسون	قيمة sig
01	الإبداع والابتكار والتميز	تمتلك المؤسسة آليات تسويق (طرق بيع) متميزة	0.667	0.000
02		تمتيز منتجات وخدمات المؤسسة بالتجديد والإبداع المستمر	0.835	0.000
03		تسعى المؤسسة إلى التفوق والتميز عن باقي المنافسين	0.834	0.000
04		تدعم المؤسسة الأفكار الجديدة والإبداعية مهما كان مصدرها	0.823	0.000
05		تسعى المؤسسة للخروج عن المألوف في تحسين منتجاتها وخدماتها	0.816	0.000
06		تسعى المؤسسة لتطوير طرق تنظيمية جديدة تمكنها من تحقيق أهدافها	0.589	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات الإبداع والابتكار والتميز والدرجة الكلية لعباراتها والذي أنتج أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية وعليه نستطيع القول أن عبارات البعد الثاني الإبداع والابتكار والتميز صادقة لما وضعت لقياسه ولهذا كانت كل عباراته غير معنية بالحذف.

- الاتساق الداخلي لبعء المبادرة:

الجدول (06): معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات المبادرة والدرجة الكلية

رقم	الأبعاد	العبارات	معامل بيرسون	قيمة sig
01	المبادرة:	أمتلك هامش حرية لاتخاذ بعض القرارات ضمن مهامى	0.767	0.000
02		لدى الرغبة في العمل ضمن فريق عمل بالمؤسسة	0.775	0.000
03		أقبل التغيير والتكيف حسب الظروف لصالح المؤسسة	0.907	0.000
04		أقبل أداء مهام جديدة في المؤسسة	0.833	0.000
05		لدى الإمكانية لتقييم ومعالجة بعض المشكلات الطارئة في المؤسسة	0.929	0.000
06		تقوم المؤسسة بتحفيز وتشجيع أصحاب المبادرات والأفكار الهادفة	0.812	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المبادرة والدرجة الكلية لعبارتها والذي أنتج أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية وعليه نستطيع القول أن عبارات البعد الثالث المبادرة صادقة لما وضعت لقياسه ولهذا كانت كل عباراته غير معنية بالحذف.

- الاتساق الداخلي لبعء اقتناص الفرص:

الجدول (07): معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات اقتناص الفرص والدرجة الكلية.

رقم	الأبعاد	العبارات	معامل بيرسون	قيمة sig
01	اقتناص الفرص	تعطي المؤسسة أهمية كبيرة لعنصر الوقت	0.790	0.000
02		تستغل المؤسسة مواردها (إمكانياتها) أحسن استغلال	0.737	0.000
03		للمؤسسة القدرة على تقدير حاجات السوق (تقدر الطلب عن منتجاتها) سواء من ناحية الكمية أو النوعية	0.843	0.000
04		تتابع المؤسسة تغيرات البيئة الخارجية باستمرار	0.717	0.000
05		المؤسسة سباقة في اكتشاف فرص جديدة واقتناصها (مثل أسواق جديدة. منتجات بشكل جديد)	0.861	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات اقتناص الفرص والدرجة الكلية لعباراتها والذي أنتج أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية وعليه نستطيع القول أن عبارات البعد الرابع اقتناص الفرص صادقة لما وضعت لقياسه ولهذا كانت كل عباراته غير معنية بالحذف.

1-2 – الاتساق الداخلي للمحور الثاني: خلق القيمة المشتركة

- الاتساق الداخلي لبعد خلق قيمة اقتصادية:

الجدول (08): معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات خلق قيمة اقتصادية والدرجة الكلية.

رقم العبارة	العبارة	معامل بيرسون	قيمة sig
01	تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب قلة المبيعات	0.340	0.025
02	تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب نفاذ الإمدادات (مثل نفاذ المواد الأولية....)	0.663	0.000
03	الهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح	0.653	0.000
04	تقوم المؤسسة بتجديد عتادها عند الضرورة (مثل تجديد آلات كثيرة الأعطال...)	0.871	0.000
05	تسعى المؤسسة لتصدير منتجاتها إلى الخارج أو لزيادة كمية التصدير	0.902	0.000
06	المؤسسة غير متعثرة ماليا (أي تسدد أجور عمالها بانتظام . تسدد مستحقات مورديها	0.803	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات خلق قيمة اقتصادية والدرجة الكلية لعباراتها والذي أنتج أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية وعليه نستطيع القول أن عبارات البعد الخامس خلق قيمة اقتصادية صادقة لما وضعت لقياسه ولهذا كانت كل عباراته غير معنية بالحذف.

- الاتساق الداخلي لبعده خلق قيمة اجتماعية:

الجدول (09): معامل الارتباط Pearson بين كل عبارة من عبارات خلق قيمة اجتماعية والدرجة الكلية

الرقم	العبارة	معامل بيرسون	قيمة sig
01	تتجنب المؤسسة الأعمال المضرّة بالبيئة	0.630	0.000
02	تقوم المؤسسة بعملية التعريف بمخاطر العمل للعمال	0.677	0.000
03	توفر لك المؤسسة نظام أمن للوقاية من الحوادث	0.587	0.000
04	تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية وصديقة للبيئة	0.698	0.000
05	تسعى المؤسسة لإيصال منتجاتها إلى مناطق تفتقد فيها هذه المنتجات	0.712	0.000
06	تقدم المؤسسة الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية والثقافية والرياضية	0.725	0.000
07	تلتزم المؤسسة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة في المجتمع المحلي	0.790	0.000
08	تساهم المؤسسة في عمليات التشجير خاصة بداخلها ومحيطها	0.722	0.000
09	تقدم المؤسسة خدمات لعمالها (مثل النقل والرحلات، والصحة.....)	0.744	0.000
10	تعمل المؤسسة بالاحتياطات والتدابير الصحية والوقائية جراء جائحة كورونا	0.386	0.012
11	تعمل المؤسسة على ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية (مثل عدم تبذير الماء.....)	0.678	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات خلق قيمة اجتماعية والدرجة الكلية لعباراتها والذي أنتج أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية وعليه نستطيع القول أن عبارات البعد السادس خلق قيمة اجتماعية صادقة لما وضعت لقياسه ولهذا كانت كل عباراته غير معنية بالحذف.

- صدق الاتساق لمحاور الدراسة: يبين مدى ارتباط كل بعد من أبعاد الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.

الجدول (10): معامل الارتباط بين كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لفقرات الاستبانة

قيمة sig	معامل بيرسون	المحاور
0.000	0.803	المخاطرة
0.000	0.890	الإبداع والابتكار والتميز
0.000	0.893	المبادرة
0000.	0.903	اقتناص الفرص
0.000	0.945	خلق قيمة اقتصادية
0.000	0.917	خلق قيمة اجتماعية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط بين كل محور من محاور الدراسة والدرجة الكلية لعبارات الاستبيان والذي أنتج أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية وعليه نستطيع القول أن محاور الدراسة صادقة لما وضعت لقياسه وهذا ما يؤكد الصدق الهيكلي أو البنوي لأداة الدراسة.

ثالثا: ثبات أداة الدراسة

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة نقوم باستعمال معامل (ألفاكرونباخ) لكل محور ويليه عبارات الاستبانة ككل.

الجدول (11): معامل الثبات (ألفاكرونباخ) لمحوري الدراسة وإجمالي الاستبانة

معامل الثبات (ألفاكرونباخ)	عدد العبارات	المحاور
0.937	22	المقاولاتية
0.912	17	القيمة المشتركة
0.960	39	المتغيرين معا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من الجدول السابق نلاحظ أن معاملات الثبات الثلاث الممثلة للمتغيرات ممتازة جدا وهي أكبر من 0.60 بل تقارب الواحد. وبلغ معامل الثبات (ألفاكرونباخ) لكامل عبارات الاستبانة 0.960 وهي نسبة ثبات ممتازة جدا يمكن الاعتماد عليها في الدراسة.

المطلب الرابع: الدراسة الوصفية

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة:

1. مجتمع الدراسة:

مؤسسة روايال مونديال (Royale Mondiale) بالوادي بها 45 عاملا ومؤسسة روايال مونديال (Royale Mondiale) بتوزر بدولة تونس بها 20 عاملا وهما يتبعان لنفس المالك ويعملان في نفس الاختصاص والذي تطور فيما بعد في سنة 2017 بفتح مؤسسة لصناعة المادة الأولية الأساسية محليا بدل استيرادها من تركيا وتموين بها المؤسسات سواء الموجودة بالجزائر أو الموجودة بتونس وكذا تموين مؤسسات وطنية تستعمل هذه المادة الأولية نفسها. ولكن دراستنا اقتضت على مؤسسة روايال مونديال (Royale Mondiale) بالوادي والمختصة في تصنيع وتركيب المطابخ بكل الأحجام والألوان وتصنيع تجهيزات الحمامات بكل الألوان وتغليف الجدران والأسقف وتجهيز المستشفيات العمومية والخاصة كما تصنع الأثاث العام، خزائن، غرف أطفال، مكاتب،..... وهيكلها التنظيمي لخص في الشكل توضيحي ضمن الملاحق (الملحق رقم 1) وهي مؤسسة وجدت مطلع سنة 2000 الأولى محليا والثانية وطنيا، وانفردت بالأسبقية في التخصص محليا في ميدان المطابخ والحمامات باستعمال مادة (PVS) البولي فينيل كلوريد وهي مادة بلاستيكية كثيرة الاستعمال وهو من أكثر المنتجات الثمينة للصناعة.

2. عينة الدراسة:

يعتبر اختيار العينة من أهم المراحل في الدراسات حيث تكون العينة تمثل المجتمع الأكبر وتكون نتائجها تماثل أو تعكس نتائج الدراسة في حالة دراسة المجتمع كاملا والذي يصعب أو يستحيل فعله. يتمثل مجتمع الدراسة في مؤسسة روايال مونديال (Royale Mondiale) بالوادي إذ وزع الاستبيان على فئات مختلفة حيث تم توزيع (40) استبيان واسترجع (34) استبيانا وهو ما يمثل نسبة 85% من الاستبانات الموزعة.

تتضمن الاستبانة جزء من العبارات التي تعني الخصائص الشخصية والمهنية للعينة (الجنس. العمر. سنوات الخبرة. المؤهل العلمي. المستوى الوظيفي) وهي ذات أهمية في الدراسة من حيث معرفة خصائص عينة الدراسة وكذا المساعدة في حل البعض من الإشكاليات الفرعية المعتمدة على الخصائص الشخصية والمهنية للعينة وعليه سنقوم بدراسة العينة المعنية بالاستبيان.

الفرع الثاني: توزيع أفراد الدراسة حسب الصفات الشخصية والمهنية

أولاً: توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الجنس

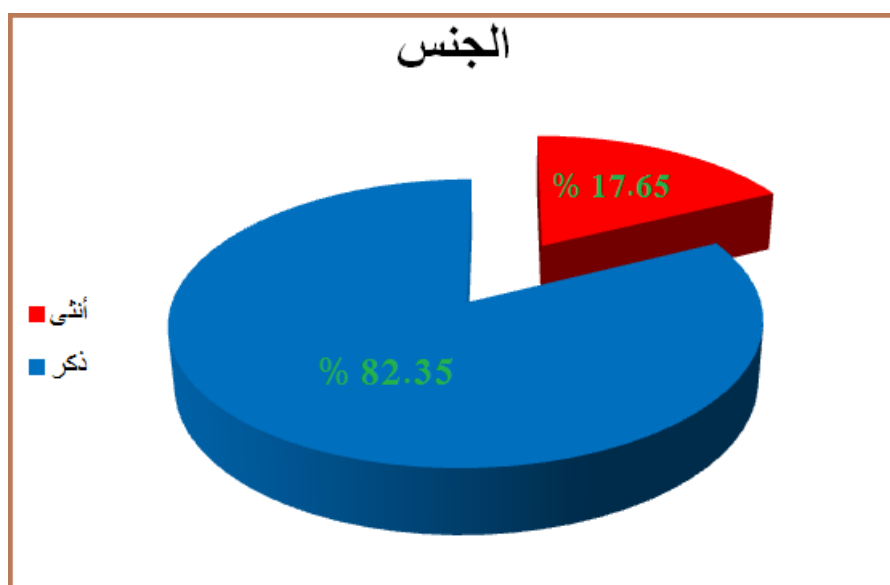
الجدول (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
82.35 %	28	ذكر
17.65 %	06	أنثى
100 %	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على برنامج SPSS نسخة 25

كما يمكن أن نوضح توزيع الدراسة حسب الجنس من خلال الشكل التالي:

الشكل (11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

يتضح من الجدول والشكل السابقين أن الذكور (28) عاملاً ما يمثل نسبة 82.35 % في حين أن الإناث (06) عاملات وهو ما يمثل نسبة 17.65 % وهذا راجع لطبيعة عمل واختصاص المؤسسة من حيث أن العمل يتطلب بعض الجهد العضلي وأن لديهم أعمال كثير خارج المؤسسة أي ينتقل العمال إلى المكان لتلبية الخدمة (منازل، محلات، فنادق،) وهو ما لا تتقبله البيئة المحلية المحافظة. وعليه فالإناث عملهم داخل المؤسسة وخاصة في الإدارة.

ثانيا: توزيع أفراد الدراسة حسب متغير العمر:

الجدول (13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

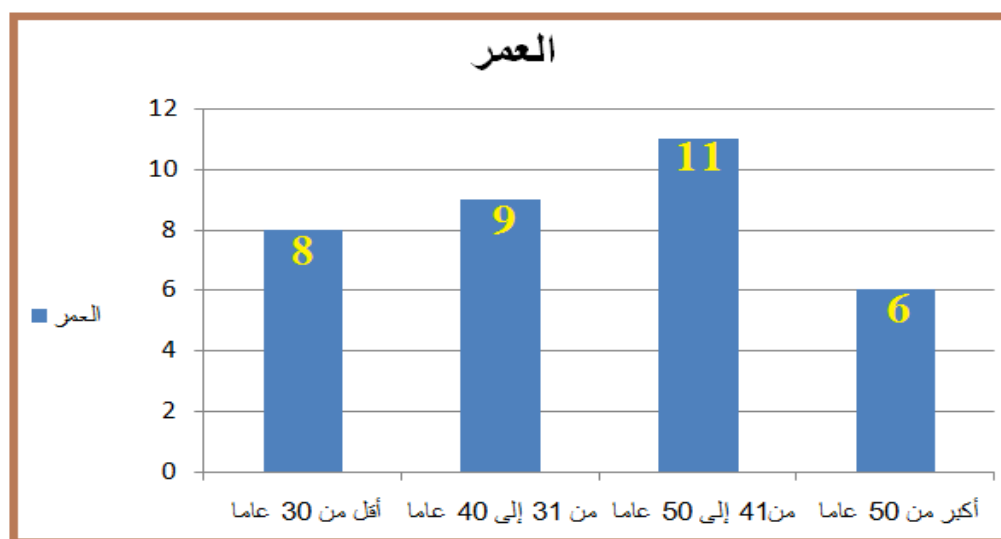
النسبة	التكرار	الفئة
23.53 %	8	أقل من 30 عاما
26.47 %	9	من 30 إلى 40 عاما
32.35 %	11	من 41 إلى 50 عاما
17.65 %	6	أكبر من 50 عاما
100 %	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على برنامج SPSS نسخة 25

اعتماد على محتوى الجدول السابق يمكن أن نوضح أكثر توزيع عينة الدراسة بناء على العمر بالشكل

التالي:

الشكل (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

يتضح من الجدول والشكل السابقين أن أكبر نسبة للعمال هي فئة العمر من 41 إلى 50 عاما بنسبة 32.35 % ثم تليها الفئة العمرية من 30 إلى 40 عاما بنسبة 26.47 % ثم نسبة الفئة العمرية أقل من 30 عاما بنسبة 23.53 % ثم أدنى نسبة البعيدة نسبيا عن النسب الأخرى هي الفئة العمرية أكبر من 50 عاما. وهذا يمكن أن يفسره طبيعة عمل المؤسسة التي تتطلب خبرة ومهارة عالية وصبر مع الجهد العضلي والحركية حيث نجد الصفتين يمكن توفرهما في الفئتين العمريتين من 30 إلى 40 عاما ومن 41 إلى 50 عاما في حين أن الفئة

العمرية أقل من 30 عاما تقل عندها نسبة تراكمية الخبرة والفئة أكبر من 50 عاما يقل لديها وجود القدرة العضلية والحركية الدائمة. ويمكن أيضا تفسير قلة الفئة العمرية أقل من 30 عاما أن المتحصل على الخبرة يصعب عليه الخروج من المؤسسة لمزاولة عمل آخر كما يصعب عن صاحب العمل التفريط فيه وإغراءه بالامتيازات نظرا لخبرته الطويلة في الميدان وربما المؤسسة كل هذا يستدعي قلة التوظيف بالمؤسسة خاصة للفئة العمرية أقل من 30 عاما.

ثالثا: توزيع أفراد الدراسة حسب المؤهل العلمي

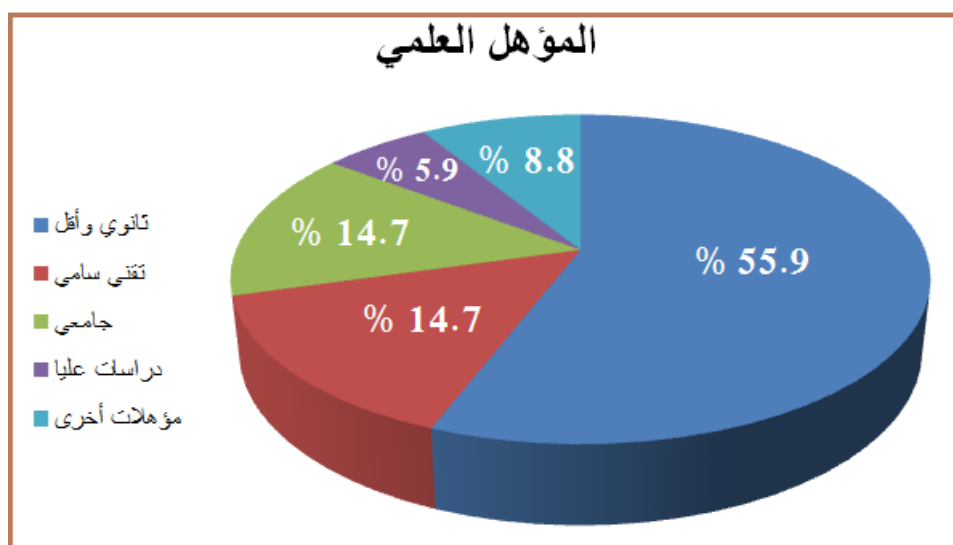
الجدول (14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	الفئة
55.9 %	19	ثانوي وأقل
14.7 %	5	تقني سامي
14.7 %	5	جامعي
5.9 %	2	دراسات عليا
8.8 %	3	مؤهلات أخرى
100.0 %	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

بناء على مخرجات SPSS يمكن أن نوضح أكثر توزيع العينة حسب المؤهل العلمي حسب الشكل التالي:

الشكل (13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

يتضح من الجدول الشكل السابقين أن الفئة صاحبة المؤهل العلمي ثانوي فما أقل احتلت المرتبة الأولى بنسبة 55.9 % في حين كانت المرتبة الثانية بنسبة 14.7% لكل من المؤهل العلمي جامعي وتقني سامي في حين مؤهلات أخرى بنسبة 8.8 % وأخيرا دراسات عليا كانت أقل نسبة ب 5.9%. وكل هذا يرجع لطبيعة العمل لأن المؤسسة تحتاج للعمال المهنيين وهم أساس العمل سواء في المؤسسة أو تقديم الخدمات خارجها والمهنيين أغلبهم بداية عملهم في سن مبكرة أي عدم إكمال الدراسة هذا ما يفسر نسبتهم العالية في حين الجامعيين والتقنيين الساميين تحتاجهم المؤسسة ولكن بدرجة أقل وفي مهام محددة أما أصحاب الدراسات العليا فتفسير قلتهم هو أن عملهم في الأغلب يكون في الإدارة العليا وبعدد قليل مقارنة مع العدد الإجمالي.

رابعا: توزيع أفراد الدراسة حسب سنوات الخبرة:

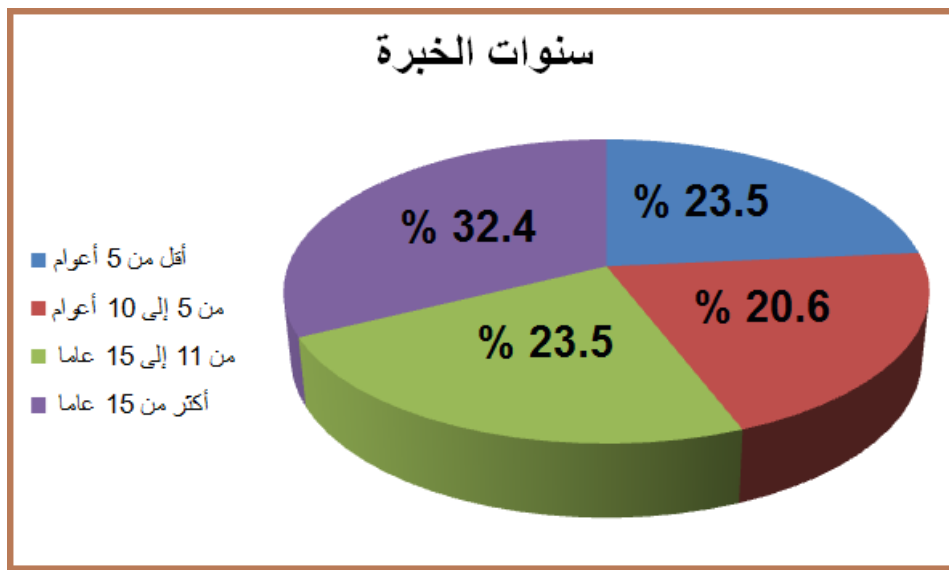
الجدول (15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	الفئة
23.5%	8	أقل من 5 أعوام
20.6%	7	من 5 إلى 10 أعوام
23.5%	8	من 11 إلى 15 عاما
32.4%	11	أكثر من 15 عاما
100.0%	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

بناء على الجدول السابق يمكن توضيح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة عبر الشكل التالي:

الشكل (14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

واضح من الجدول السابق أن أكبر نسبة هي الفئة ذات الخبرة أكثر من 15 عاما بنسبة 32.4 % وهو راجع لطبيعة عمل المؤسسة بدرجة كبيرة حيث يتطلب العمل مهنية كبيرة وخبرة كبيرة لا تتأتى بسهولة مما يستدعي من صاحب العمل المحافظة على أصحاب الخبرة بالتحفيز ومن جانب آخر فإن العمال الذين يتقنون العمل داخل المؤسسة أو في هذا الجانب صعب أن يتحولوا للعمل في مجال آخر والذي في الأغلب سيكونون بدون خبرة وبالتالي بأجر أقل ثم تأتي الفئة من 11 إلى 15 عاما والفئة أقل من 5 سنوات بنسبة 23.5 % بالنسبة للفئة من 11 إلى 15 عاما يكون أسباب ارتفاعها نفس أسباب ارتفاع الفئة ذات الخبرة أكثر من 15 عام أما تفسير وجود نسبة مرتفعة من أصحاب الخبرة أقل من 5 أعوام هو راجع لتطور خدمات المؤسسة وتوسع سوقها وزيادة الطلب على سلعتها وخدماتها مما تطلب الزيادة في العمال الذين لديهم القابلية للعمل ولو بخبرة محدودة. وأخيرا يترتب أصحاب الفئة من 5 إلى 10 أعوام وهم الذين في الغالب أنهم دخلوا الميدان بعد الفئة الثانية بين 11 و 15 عاما خبرة والذين كانت بداية عملهم مع توسع المؤسسة مما يتطلب عدد كبير من العمال ثم ركود (وهو ما يفسر ضعف نسبة فئة من 5 إلى 10 أعوام) ثم فترة نمو المؤسسة والمبيعات والطلب تتبعها فترة إدخال عمالة جديدة (وهو ما يفسر ارتفاع نسبة فئة أقل من 5 أعوام).

خامسا: توزيع أفراد الدراسة حسب المستوى الإداري (الوظيفي):

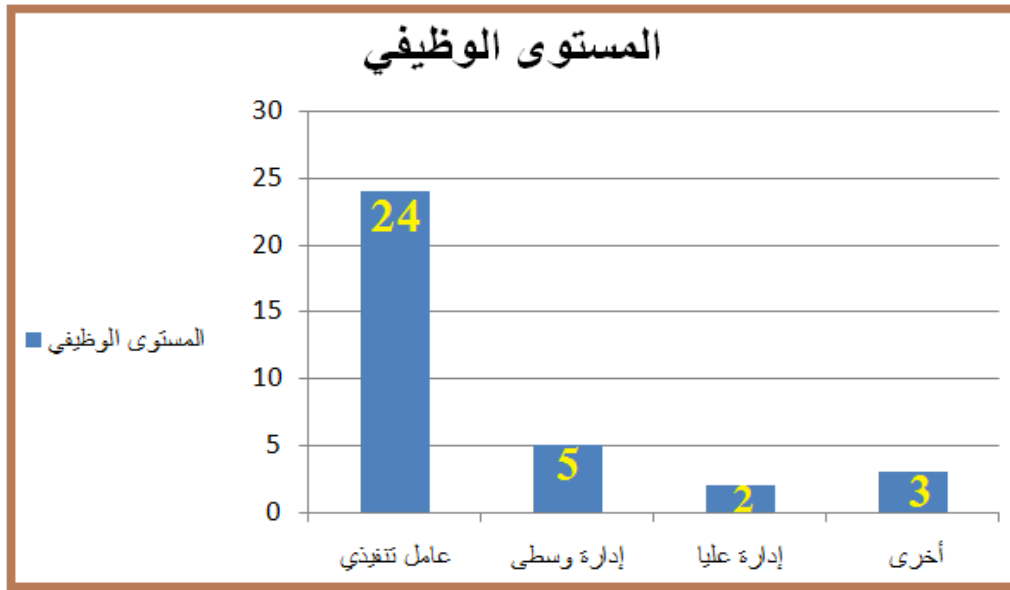
الجدول (16): ملخصا لأفراد عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي

النسبة	التكرار	الفئة
70.6%	24	عامل تنفيذي
14.7%	5	إدارة وسطى
5.9%	2	إدارة عليا
8.8%	3	أخرى
100%	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

بناء على الجدول السابق يمكن توضيح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي عبر الشكل التالي:

الشكل (15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطلبة اعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 25

يوضح كل من الجدول والشكل السابقين أن عدد العمال التنفيذيين هو (24) ما يمثل نسبة 70.6% وهو ما يمثل أكبر نسبة وبأكثر من بقية النسب بكثير وما يفسر هذا هو طبيعة عمل المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها والتي تعتمد أساساً على العمال المهنيين في حين بقية الرتب إدارة وسطى التي بها (5) عمال ما يمثل نسبة 14.7% والإدارة العليا والتي بها (2) فردين بنسبة 5.9% ووظائف أخرى بها (3) ما يمثل نسبة 8.8% كلها رافدة لفئة العمال التنفيذيين بالقيام بالأعمال الإدارية من تنظيم رواتب وفواتير وتنسيق وغيرها من الأعمال الرافدة للعمل الأصلي الذي يقوم به العمال التنفيذيين.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة المتوصل إليها وتحليلها ومناقشتها

في هذا الجزء سنحاول تحديد اتجاه آراء أفراد العينة حول محاور الدراسة من خلال الإجابة عن أسئلة الاستبانة، فبعد جمع الاستمارات تم ترميزها حسب الآراء بإعطاء قيمة معينة من 01 إلى 05 حسب درجات ليكارت الخماسي المتطرق إليه سابقاً.

وتم حساب الحدود العليا والدنيا لكل فئة من فئات مقياس ليكارت الخماسي كالآتي:

$$\text{طول المدى: } 4 = 5 - 1 \text{ (أكبر قيمة نطرح منها أقل قيمة)}$$

$$\text{طول الخلية: } 0.8 = 4 \div 5$$

الحد الأعلى للخلية: $0.8 +$ أقل قيمة في المقياس

النتيجة موضحة في الجدول التالي:

الجدول (17): طول الفئات لخلايا سلم ليكارت الخماسي

الاتجاه		المتوسط الحسابي
ضعيف جدا	غير موافق بشدة	من 01 إلى 1.80
ضعيف	غير موافق	من 1.81 إلى 2.60
متوسط	محايد	من 2.61 إلى 3.40
مرتفع	موافق	من 3.41 إلى 4.20
مرتفع جدا	موافق بشدة	من 4.21 إلى 5

المصدر: من إعداد الطلبة

المطلب الأول: تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة.

الفرع الأول: تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول أبعاد المقاولاتية:

سنقوم بتحليل كل بعد من أبعاد المقاولاتية على حدى وتحليل العبارات بشكل منفرد كالاتي:

أولا - تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعد المخاطرة

الجدول (18): نتائج تحليل عبارات بعد المخاطرة

رقم	الأبعاد	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبي الوزني	قيمة T	قيمة sig
01	المخاطرة	تخاطر المؤسسة من أجل تعظيم الأرباح	3.44	1.236	0.68	2.08	0.045
02		تتحمل المؤسسة المسؤولية في حالة الفشل	3.82	0.834	0.76	5.75	0.000
03		لا تتردد المؤسسة في اتخاذ بعض القرارات الحاسمة التي ترى أنها مفيدة لها	4.26	0.618	0.85	11.92	0.000
04		لا تتردد المؤسسة بإنتاج منتجات جديدة ولفئة جديدة من الزبائن ترى أنها ستحقق لها أرباحا	4.15	0.857	0.83	7.80	0.000
05		تتنبأ المؤسسة غالبا بالمخاطر المستقبلية لتفاديها	4.00	0.985	0.80	5.92	0.000
0.000		المخاطرة	3.935	0.596	0.78	9.14	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من الجدول السابق نلاحظ ونستنتج ما يلي:

- 1- تشير نتائج العبارة الأولى من المخاطرة أن الوسط الحسابي هو 3.44 وهو محصور بين (3.41 و4.20) والانحراف المعياري هو 1.236 وقيمة T تساوي 2.08 ومستوى المعنوية 0.045 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.68 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تخاطر من أجل تعظيم الأرباح.
- 2- تشير نتائج العبارة الثانية من المخاطرة أن الوسط الحسابي هو 3.82 وهو محصور بين (3.41 و4.20) والانحراف المعياري هو 0.834 وقيمة T تساوي 5.75 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.76 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تتحمل المسؤولية في حالة الفشل.
- 3- تشير نتائج العبارة الثالثة من المخاطرة أن الوسط الحسابي هو 4.26 وهو محصور بين (4.21 و5) والانحراف المعياري هو 0.618 وقيمة T تساوي 11.92 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.85 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة لا تتردد في اتخاذ بعض القرارات الحاسمة التي ترى أنها مفيدة لها.
- 4- تشير نتائج العبارة الرابعة من المخاطرة أن الوسط الحسابي هو 4.15 وهو محصور بين (3.41 و4.20) والانحراف المعياري هو 0.857 وقيمة T تساوي 7.80 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.83 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة لا تتردد بإنتاج منتجات جديدة ولفئة جديدة من الزبائن ترى أنها ستحقق لها أرباحا.
- 5- تشير نتائج العبارة الخامسة من المخاطرة أن الوسط الحسابي هو 4.00 وهو محصور بين (3.41 و4.20) والانحراف المعياري هو 0.985 وقيمة T تساوي 5.92 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تتنبأ غالبا بالمخاطر المستقبلية لتفاديها.

ثانيا - تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعد الإبداع والابتكار والتميز

الجدول (19): نتائج تحليل عبارات بعد الإبداع والابتكار والتميز

الرقم	الأبعاد	العبارات	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	الوزن النسبي	قيمة T	قيمة sig
01	الإبداع والابتكار والتميز	تمتلك المؤسسة آليات تسويق (طرق بيع) متميزة	3.97	0.627	0.79	9.02	0.000
02		تميز منتجات وخدمات المؤسسة بالتجديد والإبداع المستمر	4.18	0.576	0.83	11.91	0.000
03		تسعى المؤسسة إلى التفوق والتميز عن باقي المنافسين	4.32	0.589	0.86	13.10	0.000
04		تدعم المؤسسة الأفكار الجديدة والإبداعية مهما كان مصدرها	4.12	0.927	0.82	6.80	0.000
05		تسعى المؤسسة للخروج عن المألوف في تحسين منتجاتها وخدماتها	4.00	0.778	0.80	7.49	0.000
06		تسعى المؤسسة لتطوير طرق تنظيمية جديدة تمكنها من تحقيق أهدافها	4.21	0.538	0.84	13.05	0.000
		الإبداع والابتكار والتميز	4.132	0.517	0.82	12.77	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من الجدول السابق نلاحظ ونستنتج ما يلي:

- 1- تشير نتائج العبارة الأولى من الإبداع والابتكار والتميز أن الوسط الحسابي هو 3.97 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.627 وقيمة T تساوي 9.02 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.79 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تمتلك آليات تسويق (طرق بيع) متميزة.
- 2- تشير نتائج العبارة الثانية من الإبداع والابتكار والتميز أن الوسط الحسابي هو 4.18 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.576 وقيمة T تساوي 11.91 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.83 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تميز منتجاتها وخدماتها بالتجديد والإبداع المستمر.
- 3- تشير نتائج العبارة الثالثة من الإبداع والابتكار والتميز أن الوسط الحسابي هو 4.32 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.589 وقيمة T تساوي 13.10 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من

0.05 والوزن النسبي لها هو 0.86 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تسعى إلى التفوق والتميز عن باقي المنافسين.

4- تشير نتائج العبارة الرابعة من الإبداع والابتكار والتميز أن الوسط الحسابي هو 4.12 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.927 وقيمة T تساوي 6.80 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.82 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تدعم الأفكار الجديدة والإبداعية مهما كان مصدرها.

5- تشير نتائج العبارة الخامسة من الإبداع والابتكار والتميز أن الوسط الحسابي هو 4.00 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.778 وقيمة T تساوي 7.49 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تسعى للخروج عن المألوف في تحسين منتجاتها وخدماتها.

6- تشير نتائج العبارة السادسة من الإبداع والابتكار والتميز أن الوسط الحسابي هو 4.21 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.538 وقيمة T تساوي 13.05 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.84 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تسعى لتطوير طرق تنظيمية جديدة تمكنها من تحقيق أهدافها.

ثالثا - تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعد المبادرة:

الجدول (20): نتائج تحليل عبارات بعد المبادرة

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة T	قيمة sig
01	أمتلك هامش حرية لاتخاذ بعض القرارات ضمن مهامي	3.38	1.371	0.67	1.62	0.113
02	لدي الرغبة في العمل ضمن فريق عمل بالمؤسسة	4.03	0.717	0.80	8.37	0.000
03	أقبل التغيير والتكيف حسب الظروف لصالح المؤسسة	4.03	1.087	0.80	5.52	0.000
04	أقبل أداء مهام جديدة في المؤسسة	3.73	1.153	0.74	3.62	0.001
05	لدي إمكانية لتقييم ومعالجة بعض المشكلات الطارئة في المؤسسة	3.38	1.155	0.67	1.93	0.062
06	تقوم المؤسسة بتحفيز وتشجيع أصحاب المبادرات والأفكار الهادفة	3.76	0.741	0.75	6.01	0.000
	المبادرة	3.719	0.869	0.74	4.82	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من الجدول السابق نلاحظ ونستنتج ما يلي:

- 1- تشير نتائج العبارة الأولى من المبادرة أن الوسط الحسابي هو 3.38 وهو محصور بين (2.61 و 3.40) والانحراف المعياري هو 1.371 وقيمة T تساوي 1.62 ومستوى المعنوية 0.113 وهو أكبر من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.67 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة متوسطة أي أن أفراد العينة المدروسة محايدون على أنهم يمتلكون هامش حرية لاتخاذ بعض القرارات ضمن مهامهم.
- 2- تشير نتائج العبارة الثانية من المبادرة أن الوسط الحسابي هو 4.03 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.717 وقيمة T تساوي 8.37 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن لديهم الرغبة في العمل ضمن فريق عمل بالمؤسسة.
- 3- تشير نتائج العبارة الثالثة من المبادرة أن الوسط الحسابي هو 4.03 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 1.087 وقيمة T تساوي 5.52 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أنهم يتقبلون التغيير والتكيف حسب الظروف لصالح المؤسسة.
- 4- تشير نتائج العبارة الرابعة من المبادرة أن الوسط الحسابي هو 3.73 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 1.153 وقيمة T تساوي 3.62 ومستوى المعنوية 0.001 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.74 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أنهم يقبلون أداء مهام جديدة في المؤسسة.
- 5- تشير نتائج العبارة الخامسة من المبادرة أن الوسط الحسابي هو 3.38 وهو محصور بين (2.61 و 3.40) والانحراف المعياري هو 1.155 وقيمة T تساوي 1.93 ومستوى المعنوية 0.062 وهو أكبر من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.67 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة متوسطة أي أن أفراد العينة المدروسة محايدون على أن لديهم الإمكانية لتقييم ومعالجة بعض المشكلات.
- 6- تشير نتائج العبارة السادسة من المبادرة أن الوسط الحسابي هو 3.76 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.741 وقيمة T تساوي 6.01 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.75 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تقوم بتحفيز وتشجيع أصحاب المبادرات والأفكار الهادفة.

رابعا - تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعد اقتناص الفرص

الجدول (21): نتائج تحليل عبارات بعد اقتناص الفرص

الرقم	الأبعاد	العبارات	الحسابي المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة T	قيمة sig
01	اقتناص الفرص	تعطي المؤسسة أهمية كبيرة لعنصر الوقت	4.35	0.691	0.87	11.41	0.000
02		تستغل المؤسسة مواردها (إمكاناتها) أحسن استغلال	4.12	0.769	0.82	8.47	0.000
03		للمؤسسة القدرة على تقدير حاجات السوق (تقدر الطلب عن منتجاتها) سواء من ناحية الكمية أو النوعية	4.06	0.776	0.81	7.95	0.000
04		تتابع المؤسسة تغيرات البيئة الخارجية باستمرار	4.00	0.739	0.80	7.89	0.000
05		المؤسسة سباقة في اكتشاف فرص جديدة واقتناصها (مثل أسواق جديدة . منتجات بشكل جديد)	4.00	0.985	0.80	5.92	0.000
		اقتناص الفرص	4.105	0.629	0.82	10.25	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من الجدول السابق نلاحظ ونستنتج ما يلي

- 1- تشير نتائج العبارة الأولى من اقتناص الفرص أن الوسط الحسابي هو 4.35 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.691 وقيمة T تساوي 11.41 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.87 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تعطي أهمية كبيرة لعنصر الوقت.
- 2- تشير نتائج العبارة الثانية من اقتناص الفرص أن الوسط الحسابي هو 4.12 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.769 وقيمة T تساوي 8.47 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.82 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تستغل مواردها (إمكاناتها) أحسن استغلال.
- 3- تشير نتائج العبارة الثالثة من اقتناص الفرص أن الوسط الحسابي هو 4.06 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.776 وقيمة T تساوي 7.95 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.81 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة القدرة على تقدير حاجات السوق (تقدر الطلب عن منتجاتها) سواء من ناحية الكمية أو النوعية.

4- تشير نتائج العبارة الرابعة من اقتناص الفرص أن الوسط الحسابي هو 4.00 وهو محصور بين (3.41 و4.20) والانحراف المعياري هو 0.739 وقيمة T تساوي 7.89 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تتابع تغيرات البيئة الخارجية باستمرار.

5- تشير نتائج العبارة الخامسة من اقتناص الفرص أن الوسط الحسابي هو 4.00 وهو محصور بين (3.41 و4.20) والانحراف المعياري هو 0.985 وقيمة T تساوي 5.92 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة سباقه في اكتشاف فرص جديدة واقتناصها (مثل أسواق جديدة. منتجات بشكل جديد).

الفرع الثاني: تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعدي محور القيمة المشتركة:

سنقوم بتحليل كل بعد من أبعاد القيمة المشتركة على حدى وتحليل العبارات بشكل منفرد كالاتي:

أولا - تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعد خلق القيمة الاقتصادية

الجدول (22): نتائج تحليل عبارات بعد خلق القيمة الاقتصادية

رقم العبارة	الأبعاد	العبارات	الحسابي	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة T	قيمة sig
01	خلق القيمة الاقتصادية	تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب قلة المبيعات	4.03	0.62	0.80	9.57	0.000	
02		تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب نفاد الإمدادات (مثل نفاد المواد الأولية.....)	4.09	0.66	0.81	9.49	0.000	
03		الهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح	4.00	0.69	0.80	8.37	0.000	
04		تقوم المؤسسة بتجديد عتادها عند الضرورة (مثل تجديد آلات كثيرة الأعطال)	3.50	1.10	0.70	2.63	0.013	
05		تسعى المؤسسة لتصدير منتجاتها إلى الخارج أو لزيادة كمية التصدير	3.26	1.10	0.65	1.39	0.173	
06		المؤسسة غير متعثرة ماليا (أي تسدد أجور عمالها بانتظام . تسدد مستحقات مورديها)	3.94	0.98	0.79	5.58	0.000	
		خلق القيمة الاقتصادية	3.80	0.64	0.76	7.27	0.000	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من الجدول السابق نلاحظ ونستنتج ما يلي:

1- تشير نتائج العبارة الأولى من خلق القيمة الاقتصادية أن الوسط الحسابي هو 4.03 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.62 وقيمة T تساوي 9.57 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب قلة المبيعات.

2- تشير نتائج العبارة الثانية من خلق القيمة الاقتصادية أن الوسط الحسابي هو 4.09 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.66 وقيمة T تساوي 9.49 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.81 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تسعى إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب نفاذ الإمدادات (مثل نفاذ المواد الأولية.....)

3- تشير نتائج العبارة الثالثة من خلق القيمة الاقتصادية أن الوسط الحسابي هو 4.00 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.69 وقيمة T تساوي 8.37 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة المهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح.

4- تشير نتائج العبارة الرابعة من خلق القيمة الاقتصادية أن الوسط الحسابي هو 3.50 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 1.10 وقيمة T تساوي 2.63 ومستوى المعنوية 0.013 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.70 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تقوم بتجديد عتادها عند الضرورة (مثل تجديد آلات كثيرة الأعطال (....

5- تشير نتائج العبارة الخامسة من خلق القيمة الاقتصادية أن الوسط الحسابي هو 3.26 وهو محصور بين (2.61 و 3.40) والانحراف المعياري هو 1.10 وقيمة T تساوي 1.39 ومستوى المعنوية 0.173 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.65 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة متوسطة أي أن أفراد العينة المدروسة محايدون على أن تسعى المؤسسة لتصدير منتجاتها إلى الخارج أو لزيادة كمية التصدير.

6- تشير نتائج العبارة السادسة من خلق القيمة الاقتصادية أن الوسط الحسابي هو 3.94 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.98 وقيمة T تساوي 5.58 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.79 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة غير متعثرة ماليا (أي تسدد أجور عمالها بانتظام. تسدد مستحقات مورديها.....)

ثانيا - تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة حول بعد خلق القيمة الاجتماعية:

الجدول (23): نتائج تحليل عبارات بعد خلق القيمة الاجتماعية

الرقم	الأبعاد	العبارات	الحسابي المتوسط	المعياري الانحراف	النسبي الوزن	قيمة T	قيمة sig
01	خلق القيمة الاجتماعية	تتجنب المؤسسة الأعمال المضرّة بالبيئة	4.44	0.746	0.88	11.25	0.000
02		تقوم المؤسسة بعملية التعريف بمخاطر العمل للعمال	4.59	0.500	0.91	18.53	0.000
03		توفر لك المؤسسة نظام أمن للوقاية من الحوادث	4.62	0.493	0.92	19.12	0.000
04		تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية وصديقة للبيئة	4.35	0.597	0.87	13.21	0.000
05		تسعى المؤسسة لإيصال منتجاتها إلى مناطق تفتقد فيها هذه المنتجات	4.03	0.834	0.80	7.19	0.000
06		تقدم المؤسسة الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية والثقافية والرياضية	3.41	1.019	0.68	2.35	0.024
07		تلتزم المؤسسة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة في المجتمع المحلي	3.56	0.860	0.71	3.79	0.001
08		تساهم المؤسسة في عمليات التشجير خاصة بداخلها وبمحيطها	3.65	0.884	0.73	4.27	0.000
09		تقدم المؤسسة خدمات لعمالها (مثل النقل والرحلات، والصحة.....)	3.91	1.156	0.78	4.51	0.000
10		تعمل المؤسسة بالاحتياطات والتدابير الصحية والوقائية جراء جائحة كورونا	4.50	0.508	0.90	17.23	0.000
11		تعمل المؤسسة على ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية (مثل عدم تبذير الماء.....)	4.21	0.880	0.84	7.99	0.000
0.000		خلق القيمة الاجتماعية	4.115	0.527	0.82	12.32	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من الجدول السابق نلاحظ ونستنتج ما يلي:

1. تشير نتائج العبارة الأولى من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 4.44 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.746 وقيمة T تساوي 11.25 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.88 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تتجنب الأعمال المضرّة بالبيئة.

2. تشير نتائج العبارة الثانية من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 4.59 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.500 وقيمة T تساوي 18.53 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.91 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تقوم بعملية التعريف بمخاطر العمل للعمال.
3. تشير نتائج العبارة الثالثة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 4.62 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.493 وقيمة T تساوي 19.12 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.92 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة توفر لهم نظام أمن للوقاية من الحوادث.
4. تشير نتائج العبارة الرابعة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 4.35 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.597 وقيمة T تساوي 13.21 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.87 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تقدم منتجات ذات جودة عالية وصديقة للبيئة.
5. تشير نتائج العبارة الخامسة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 4.03 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.834 وقيمة T تساوي 7.19 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.80 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تسعى لإيصال منتجاتها إلى مناطق تفتقد فيها هذه المنتجات.
6. تشير نتائج العبارة السادسة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 3.41 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 1.019 وقيمة T تساوي 2.35 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.68 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تقدم الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية والثقافية والرياضية.
7. تشير نتائج العبارة السابعة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 3.56 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.860 وقيمة T تساوي 3.79 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.71 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تلتزم بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة في المجتمع المحلي.

8. تشير نتائج العبارة الثامنة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 3.65 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 0.884 وقيمة T تساوي 4.27 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.73 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تساهم في عمليات التشجير خاصة بداخلها وبمحيطها.

9. تشير نتائج العبارة التاسعة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 3.91 وهو محصور بين (3.41 و 4.20) والانحراف المعياري هو 1.156 وقيمة T تساوي 4.51 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.788 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون على أن المؤسسة تقدم خدمات لعمالها (مثل النقل والرحلات، والصحة.....).

10. تشير نتائج العبارة العاشرة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 4.50 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.508 وقيمة T تساوي 17.23 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.90 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تعمل بالاحتياطات والتدابير الصحية والوقائية جراء جائحة كورونا.

11. تشير نتائج العبارة الحادية عشرة من خلق القيمة الاجتماعية أن الوسط الحسابي هو 4.21 وهو محصور بين (4.21 و 5) والانحراف المعياري هو 0.880 وقيمة T تساوي 7.99 ومستوى المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 والوزن النسبي لها هو 0.88 وهو أكبر من 0.60 وعليه نستنتج أن درجة الموافقة مرتفعة جدا أي أن أفراد العينة المدروسة يوافقون بشدة على أن المؤسسة تعمل على ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية (مثل عدم تبذير الماء.....).

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

الفرع الأول: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

- نص الفرضية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي. وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:
- الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للمخاطرة على خلق القيمة المشتركة.

الجدول (24): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى (المخاطرة / القيمة المشتركة)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.36	0.60	0.000	18.38	0.000	3.46	1.78	الثابت
				0.002	4.28	0.55	المخاطرة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط المخاطرة بخلق القيمة المشتركة لدى مؤسسة روايال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المخاطرة وخلق القيمة المشتركة تقدر ب 60%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.36 . مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 36% من التباين في المتغير التابع (القيمة المشتركة) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (المخاطرة) وأن 64 % تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للمخاطرة على تحقيق القيمة المشتركة تقدر ب 18.38 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة المشتركة} = 1.78 + 0.55 (\text{المخاطرة})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال بالوادي.

1- اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الأولى

نص الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.

وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

- الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للمخاطرة في خلق قيمة اقتصادية

الجدول (25): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (المخاطرة - القيمة الاقتصادية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.47	0.68	0.000	28.50	0.000	1.60	0.886	الثابت
					5.33	0.741	المخاطرة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط المخاطرة بخلق قيمة اقتصادية لدى مؤسسة روايال مونديال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المخاطرة وخلق قيمة اقتصادية تقدر ب 68%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.47 مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 47% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاقتصادية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (المخاطرة) وأن 53% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للمخاطرة على تحقيق القيمة الاقتصادية تقدر ب 28.50 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

القيمة الاقتصادية = 0.886 + 0.741 (المخاطرة)

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطرة في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الأولى

نص الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

- الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للمخاطرة في خلق قيمة اجتماعية

الجدول (26): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (المخاطرة - القيمة الاجتماعية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.17	0.41	0.015	6.59	0.015	4.72	2.67	الثابت
					2.56	0.65	المخاطرة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط المخاطرة بخلق قيمة اجتماعية لدى مؤسسة روايال مونديال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المخاطرة وخلق قيمة اجتماعية تقدر ب 41%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.17 مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 17% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاجتماعية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (المخاطرة) وأن 83% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للمخاطرة على تحقيق القيمة الاجتماعية تقدر ب 6.59 عند مستوى دلالة 0.015 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل .

$$\text{القيمة الاجتماعية} = 2.67 + 0.65 (\text{المخاطرة})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطرة في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.
 - وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:
 - الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.
 - الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للإبداع والابتكار والتميز على خلق القيمة المشتركة.

الجدول (27): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية (الابتكار والإبداع والتميز)
/القيمة المشتركة)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.62	0.78	0.000	52.88	0.291	1.07	0.51	الثابت
				0.000	7.27	0.83	الإبداع والابتكار والتميز

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط الابداع والابتكار والتميز بخلق القيمة المشتركة لدى مؤسسة روايال مونديال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين الابداع والابتكار والتميز وخلق القيمة المشتركة تقدر ب 78%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.62. مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 62% من التباين في المتغير التابع (القيمة المشتركة) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (الابداع والابتكار والتميز) وأن 28% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للإبداع والابتكار والتميز على تحقيق القيمة المشتركة تقدر ب 52.88 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة المشتركة} = 0.51 + 0.83 (\text{الابداع والابتكار والتميز})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الثانية

نص الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

- الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اقتصادية.

الجدول (28): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (للإبداع والابتكار والتميز

– القيمة الاقتصادية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.51	0.71	0.000	33.41	0.000	0.194	0.124	الثابت
					5.780	0.890	الإبداع والابتكار والتميز

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط الإبداع والابتكار والتميز بخلق قيمة اقتصادية لدى مؤسسة روايال مونديال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين الإبداع والابتكار والتميز وخلق قيمة اقتصادية تقدر ب 71 %.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.51 مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 51% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاقتصادية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (الإبداع والابتكار والتميز) وأن 49% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للإبداع والابتكار والتميز على تحقيق قيمة اقتصادية تقدر ب 33.41 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة الاقتصادية} = 0.124 + 0.89 (\text{الإبداع والابتكار والتميز})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الثانية

نص الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي. وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

● **الفرضية العدمية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

● **الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اجتماعية.

الجدول (29): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (للابداع والابتكار والتميز - القيمة الاجتماعية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.76	0.58	0.000	44.45	0.000	1.85	0.90	الثابت
					6.66	0.77	الابداع والابتكار والتميز

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط الإبداع والابتكار والتميز بخلق قيمة اجتماعية لدى مؤسسة روايال مونديال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين الإبداع والابتكار والتميز وخلق قيمة اجتماعية تقدر ب 58%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.76 مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 76% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاجتماعية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (الإبداع والابتكار والتميز) وأن 24% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للإبداع والابتكار على تحقيق القيمة الاجتماعية تقدر ب 44.45 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار،، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل .

$$\text{القيمة الاجتماعية} = 0.90 + 0.77 (\text{الإبداع والابتكار والتميز})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي. وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:
 - الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي
 - الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للمبادرة على خلق القيمة المشتركة.

الجدول (30): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الثالثة (المبادرة - القيمة المشتركة)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.69	0.83	0.000	72.89	0.000	8.57	2.01	الثابت
				0.000	8.53	0.52	المبادرة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط المبادرة بخلق القيمة المشتركة لدى مؤسسة روايال بالوادي مونديال على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المبادرة وخلق القيمة المشتركة تقدر ب 83 %.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.69 . مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 69% من التباين في المتغير التابع (القيمة المشتركة) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (المخاطرة) وأن 31 % تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للمخاطرة على تحقيق القيمة المشتركة تقدر ب 72.89 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة المشتركة} = 2.01 + 0.52 (\text{المبادرة})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الثالثة

نص الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

- الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة رويال مونديال بالوادي.
- الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للمبادرة في خلق قيمة اقتصادية.

الجدول (31): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (للمبادرة - القيمة الاقتصادية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.60	0.77	0.000	48.93	0.000	5.27	1.66	الثابت
					6.99	0.57	المبادرة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط المبادرة بخلق قيمة اقتصادية لدى مؤسسة روايال مونديال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المبادرة وخلق قيمة اقتصادية تقدر ب 77%. كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.60 مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 60% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاقتصادية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (المبادرة) وأن 40% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للمبادرة على تحقيق قيمة اقتصادية تقدر ب 48.93 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة الاقتصادية} = 1.66 + 0.57 (\text{المبادرة})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الثالثة

نص الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

● الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

● الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للمبادرة في خلق قيمة اجتماعية

الجدول (32): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (للمبادرة - القيمة

الاجتماعية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.60	0.77	0.000	48.91	0.000	9.16	2.36	الثابت
					6.99	0.47	المبادرة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط المبادرة بخلق قيمة اجتماعية لدى مؤسسة رويال مونديال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المبادرة وخلق قيمة اجتماعية تقدر ب 77%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.60 مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 60% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاجتماعية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (المبادرة) وأن 40% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للمبادرة على تحقيق قيمة اجتماعية تقدر ب 48.93 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة الاجتماعية} = 2.36 + 0.47 (\text{المبادرة})$$

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمبادرة في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

الفرع الرابع: اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة رويال مونديال بالوادي. وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:
- الفرضية العدمية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة رويال مونديال بالوادي.

- **الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاقتناص الفرص في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للاقتناص الفرص على خلق القيمة المشتركة.

الجدول (33): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الرابعة (اقتناص الفرص-القيمة المشتركة)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.54	0.74	0.000	38.79	0.004	3.07	1.32	الثابت
				0.000	6.22	0.64	اقتناص الفرص

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط اقتناص الفرص بخلق القيمة المشتركة لدى مؤسسة روايال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين اقتناص الفرص وخلق القيمة المشتركة تقدر ب 74%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.54 مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 54% من التباين في المتغير التابع (القيمة المشتركة) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (اقتناص الفرص) وأن 46% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار للمخاطرة على تحقيق القيمة المشتركة تقدر ب 38.79 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة المشتركة} = 0.64 + 1.32 (\text{اقتناص الفرص})$$

- ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاقتناص الفرص في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الرابعة

نص الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اقتصادية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

● **الفرضية العدمية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

● **الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لاقتناص الفرص في خلق قيمة اقتصادية.

الجدول (34): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (لاقتناص الفرص - القيمة الاقتصادية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.39	0.62	0.000	20.90	0.000	1.98	1.16	الثابت
					4.57	0.64	اقتناص الفرص

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط لاقتناص الفرص بخلق قيمة اقتصادية لدى مؤسسة روايال بالوادي على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المبادرة وخلق قيمة اقتصادية تقدر ب 62%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.39. مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 39% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاقتصادية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (اقتناص الفرص) وأن 40% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار لاقتناص الفرص على تحقيق قيمة اقتصادية تقدر ب 20.90 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة الاقتصادية} = 1.16 + 0.64 (\text{اقتناص الفرص})$$

- ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال موندريال بالوادي.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الرابعة

نص الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اجتماعية في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.

وعليه تكون الفرضية العدمية والفرضية البديلة كما يلي:

- **الفرضية العدمية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق اجتماعية في المؤسسة روايال موندريال بالوادي.
- **الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال موندريال بالوادي.

يمكن أن نوضح علاقة التأثير باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لاقتناص الفرص في خلق قيمة اجتماعية.

الجدول (35): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (لاقتناص الفرص

– القيمة الاجتماعية)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.52	0.76	0.000	45.43	0.000	3.73	1.47	الثابت
					6.74	0.64	اقتناص الفرص

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

من نتائج الجدول السابق يمكن تحليل علاقة ارتباط لاقتناص الفرص بخلق قيمة اجتماعية لدى مؤسسة روايال بالوادي مونديال على ضوء عينة الدراسة كما يلي:

نلاحظ في الجدول أن معامل الارتباط R دال عند مستوى معنوية 0.05 لأن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن هناك علاقة ارتباط طردية بين المبادرة وخلق قيمة اجتماعية تقدر ب 76%.

كما أن قيمة معامل التحديد R^2 هي 0.52. مما يشير إلى الأثر الإيجابي بين المتغيرين ويعني أن 52% من التباين في المتغير التابع (القيمة الاجتماعية) مفسر بالتغيير في المتغير المستقل (اقتناص الفرص) وأن 48% تعود إلى عوامل أخرى.

وقيمة F لنموذج الانحدار لاقتناص الفرص على تحقيق قيمة اجتماعية تقدر ب 45.43 عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار، وعليه نستطيع كتابة نموذج الانحدار بهذا الشكل.

$$\text{القيمة الاجتماعية} = 1.17 + 0.64 (\text{اقتناص الفرص})$$

● ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.

الفرع الخامس: اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة

الجدول (36): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الخامسة (المقاولاتية - القيمة المشتركة)

R^2	R	مستوى المعنوية sig	F	مستوى المعنوية sig	T	B	
0.893	0.945	0.000	268.05	0.000	0.36	0.086	الثابت
					16.37	0.957	المقاولاتية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يتضح من خلال الجدول السابق ما يلي:

● بأن هناك علاقة ارتباطية طردية قوية بلغت 0.945 بين المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة، كما أظهرت نتائج الانحدار ان الانحدار معنوي وذلك من خلال قيمة F البالغة 268.058 بدلالة 0.000 وهي أصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وتفسر النتائج أن المقاولاتية تفسر 89.30 % من التباين الحاصل في خلق القيمة المشتركة وذلك بالنظر الى معامل التحديد 0.893، كما جاءت قيمة $\beta = 0.957$ (توضح العلاقة بين المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة دالة احصائية)، حيث يمكن استنتاج قيمة T والدالة المرتبطة بها وهذا يعني انه كلما تحسنت المقاولاتية بوحدة واحدة يتحسن خلق القيمة المشتركة بـ 0.957 وحدة. وعليه فإننا نقبل الفرضية البديلة، H1 ونرفض الفرضية الصفرية H0 أي أنه توجد هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين المقاولاتية وخلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في مؤسسة روايال مونديال بالوادي .

معادلة خط الانحدار

$$\text{خلق القيمة المشتركة} = 0.957 (\text{المقاولاتية}) + 0.086$$

الفرع السادس: اختبار الفرضية الرئيسية السادسة

نص الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود للبيانات الشخصية (الجنس. العمر. المؤهل العلمي. المستوى الوظيفي. سنوات الخبرة).

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام:

1- اختبار T لعينتين مستقلتين (Two-Independent sample T – Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي مجموعتين من البيانات فإن كانت القيمة الاحتمالية تفوق مستوى المعنوية 0.05 نقبل الفرضية العدمية أي أن متوسط درجات العينة يساوي متوسطات درجات العينة الثانية وتكون النتيجة أن الفروق غير معنوية وإذا كانت القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة .

2- اختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مقارنة ثلاث متوسطات أو أكثر فإذا كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى معنوية 0.05 نقبل الفرضية العدمية أي أن متوسطات درجات العينات الثلاث أو الأربع أومتساوية وعليه فإن الفروق بين العينات غير معنوية وإذا كانت القيمة الاحتمالية أقل أو يساوي 0.05 فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة.

وضعنا الفرضيات كما يلي:

- 1- الفرضية العدمية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود إلى البيانات الشخصية (الجنس، السن، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.
- 2- الفرضية البديلة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود إلى البيانات الشخصية (الجنس، السن، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية) في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.

وتتفرع هذه الفرضيات إلى الفرضيات الجزئية التالية:

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية السادسة

نص الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير الجنس في مؤسسة روايال موندريال بالوادي؟
 لاختبار الفرضية استعملنا اختبار T لعينتين مستقلتين وهذا راجع لأن الجنس يحتوي على فئتين فقط (ذكور - إناث) حيث نقبل الفرضية العدمية إذا كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى المعنوية 0.05 . ونرفضها ونقبل البديلة إذا كانت قيمة الاحتمالية أقل أو يساوي قيمة مستوى المعنوية 0.05

الجدول (37): نتائج اختبار لعينتين مستقلتين لأفراد عينة الدراسة حسب الجنس

المتغير	الأبعاد	الجنس	التكرار	الوسط الحسابي	T	مستوى الدلالة
الجنس	المخاطرة	ذكر	28	3.97	0.57	0.45
		أنثى	06	3.77		
	الإبداع والابتكار	ذكر	28	4.11	0.37	0.54
		أنثى	06	4.25		
	المبادرة	ذكر	28	3.72	0.00	0.99
		أنثى	06	3.72		
	اقتناص الفرص	ذكر	28	4.06	0.68	0.41
		أنثى	06	4.30		
	القيمة المشتركة	ذكر	28	3.94	0.22	0.64
		أنثى	06	4.06		
	جميع المحاور	ذكر	28	3.97	0.029	0.86
		أنثى	06	4.01		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يبين الجدول السابق أن قيمة T لكل المحاور هي 0.029 وقيمة الاحتمالية هي 0.86 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يترتب عنه قبول الفرضية العدمية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير الجنس في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية السادسة

نص الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير العمر في مؤسسة روايال بالوادي.

لاختبار الفرضية الجزئية الثانية استعملنا اختبار تحليل التباين الأحادي F (One Way ANOVA) لأن متغير العمر يحتوى على أربع فئات حيث نقبل الفرضية العدمية إذا كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ونرفضها ونقبل البديلة إذا كانت قيمة الاحتمالية أقل أو يساوي قيمة مستوى المعنوية 0.05

الجدول (38): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر

(ANOVA)

المتغير	الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
العمر	المخاطرة	بين المجموعات	0.70	3	0.23	0.64	0.59
		داخل المجموعات	11.03	30	0.36		
	الإبداع والابتكار	بين المجموعات	0.90	3	0.32	1.23	0.31
		داخل المجموعات	7.85	30	0.26		
	المبادرة	بين المجموعات	0.487	3	0.16	0.19	0.89
		داخل المجموعات	24.43	30	0.81		
	اقتناص الفرص	بين المجموعات	1.68	3	0.56	1.47	0.24
		داخل المجموعات	11.37	30	0.37		
	القيمة المشتركة	بين المجموعات	0.57	3	0.19	0.62	0.59
		داخل المجموعات	9.27	30	0.30		
			جميع المحاور			0.63	0.60

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يبين الجدول السابق أن قيمة F لمجموع المحاور هي 0.63 وقيمة الاحتمالية هي 0.60 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يترتب عنه قبول الفرضية العدمية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير العمر في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة للفرضية الرئيسية السادسة

نص الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير المؤهل العلمي في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

لاختبار الفرضية الجزئية الثالثة استعملنا اختبار تحليل التباين الأحادي F (One Way ANOVA) لأن متغير المؤهل العلمي يحتوى على خمس فئات حيث نقبل الفرضية العدمية إذا كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى المعنوية 0.05 . ونرفضها ونقبل البديلة إذا كانت قيمة الاحتمالية أقل أو يساوي قيمة مستوى المعنوية 0.05

الجدول (39): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

(ANOVA)

المتغير	الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	
المؤهل العلمي	المخاطرة	بين المجموعات	4.22	4	1.05	4.07	0.01	
		داخل المجموعات	7.5	29	0.25			
	الإبداع والابتكار	بين المجموعات	2.2	4	0.56	2.51	0.06	
		داخل المجموعات	6.5	29	0.22			
	المبادرة	بين المجموعات	6.50	4	1.62	2.56	0.06	
		داخل المجموعات	18.41	29	0.63			
	اقتناص الفرص	بين المجموعات	2.65	4	0.66	1.84	0.14	
		داخل المجموعات	10.40	29	0.35			
	القيمة المشتركة	بين المجموعات	2.36	4	0.59	2.28	0.02	
		داخل المجموعات	7.48	29	0.25			
			جميع المحاور				3.23	0.026

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يبين الجدول السابق أن قيمة F لمجموع المحاور هي 3.23 وقيمة الاحتمالية هي 0.02 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يترتب عنه رفض الفرضية العدمية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير المؤهل العلمي في مؤسسة روايال بالوادي. وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير المؤهل العلمي في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة للفرضية الرئيسية السادسة

نص الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير سنوات الخبرة في مؤسسة روايال بالوادي.

لاختبار الفرضية الجزئية الرابعة استعملنا اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لأن متغير سنوات الخبر يحتوي على أربع فئات حيث نقبل الفرضية العدمية إذا كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ونرفضها ونقبل البديلة إذا كانت قيمة الاحتمالية أقل أو يساوي قيمة مستوى المعنوية 0.05

الجدول (40): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة

(ANOVA)

المتغير	الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	
سنوات الخبرة	المخاطرة	بين المجموعات	2.72	3	0.90	2.7	0.12	
		داخل المجموعات	9.01	30	0.30			
	الإبداع والابتكار	بين المجموعات	2.86	3	0.95	1.14	0.34	
		داخل المجموعات	5.96	30	0.19			
	المبادرة	بين المجموعات	3.10	3	1.03	1.20	0.32	
		داخل المجموعات	21.82	30	0.72			
	اقتناص الفرص	بين المجموعات	3.23	3	1.07	1.80	0.16	
		داخل المجموعات	9.82	30	0.32			
	القيمة المشتركة	بين المجموعات	1.50	3	0.50	1.79	0.16	
		داخل المجموعات	8.34	30	0.27			
			جميع المحاور	2.64			0.06	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يبين الجدول السابق أن قيمة F لمجموع المحاور هي 2.64 وقيمة الاحتمالية هي 0.06 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يترتب عنه قبول الفرضية العدمية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير سنوات الخبرة في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.

خامسا: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة للفرضية الرئيسية السادسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير المستوى الوظيفي في مؤسسة روايال موندريال بالوادي.

لاختبار الفرضية الجزئية الخامسة استعملنا اختبار تحليل التباين الأحادي (F) (One Way ANOVA) لأن متغير المستوى الوظيفي يحتوي على أربع فئات حيث نقبل الفرضية العدمية إذا كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى المعنوية 0.05. ونرفضها ونقبل البديلة إذا كانت قيمة الاحتمالية أقل أو يساوي قيمة مستوى المعنوية 0.05

الجدول (41): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

(ANOVA)

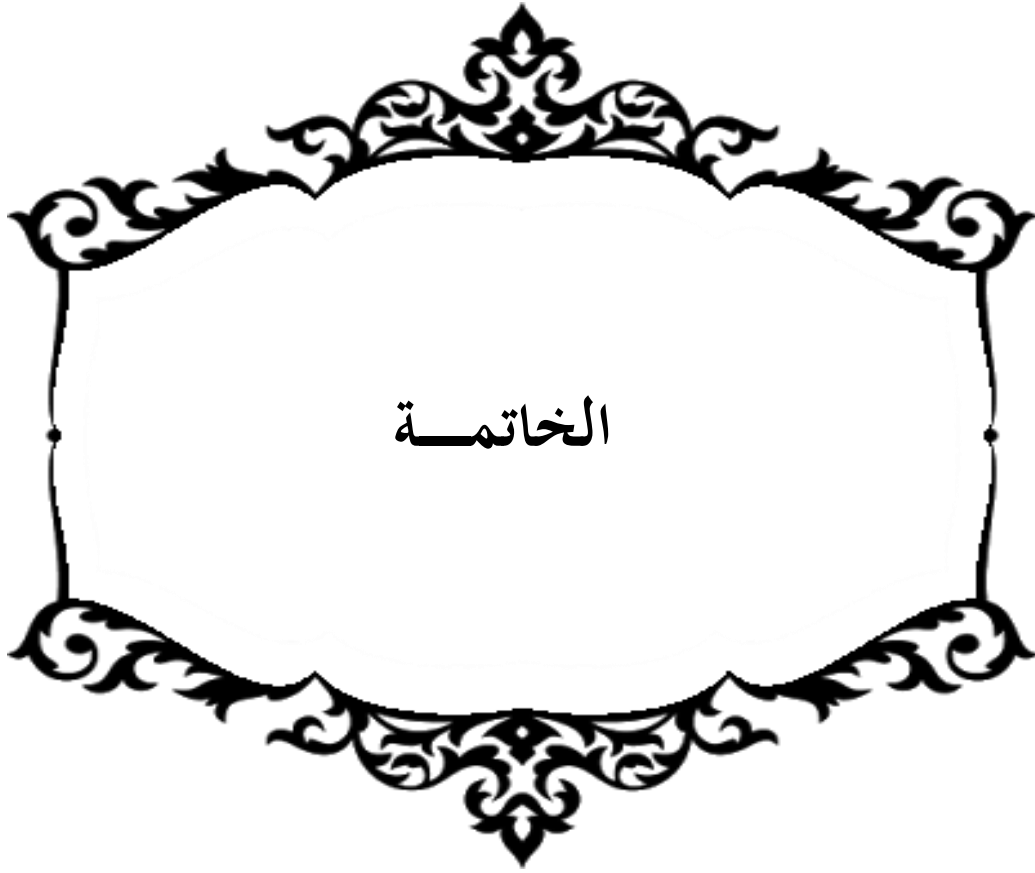
مستوى الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الأبعاد	المتغير
0.04	3.01	0.67	3	2.01	بين المجموعات	المخاطرة	المستوى الوظيفي
		0.32	30	9.72	داخل المجموعات		
0.008	4.79	0.30	3	0.90	بين المجموعات	الإبداع والابتكار	
		0.26	30	7.91	داخل المجموعات		
0.25	1.42	0.89	3	2.68	بين المجموعات	المبادرة	
		0.74	30	22.24	داخل المجموعات		
0.03	3.28	0.66	3	1.99	بين المجموعات	اقتناص الفرص	
		0.36	30	11.06	داخل المجموعات		
0.27	1.37	0.39	3	1.18	بين المجموعات	القيمة المشتركة	
		0.28	30	8.66	داخل المجموعات		
0.17	1.75	جميع المحاور					

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 25

يبين الجدول السابق أن قيمة F لمجموع المحاور هي 1.75 وقيمة الاحتمالية هي 0.17 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يترتب عنه قبول الفرضية العدمية التي تقول بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين إجابات عينة الدراسة حول مساهمة المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة تعود لمتغير المستوى الوظيفي في مؤسسة روايال مونديال بالوادي.

خلاصة الفصل:

في الفصل الثاني أسقطت الدراسة النظرية على واقع مؤسسة روايال موندريال بالوادي، وبعد التحليل الإحصائي للاستبانة المتحصل عليها من أفراد العينة، تبين لنا أن المؤسسة المدروسة تهتم بالمقاولاتية وتمارسها في استراتيجياتها وممارساته بدرجة عالية وهذا ما يؤكد فتح مالك المؤسسة لمؤسسة أخرى بتوزر تونس تعمل في نفس الاختصاص و الوصول إلى صناعة المادة الأولية الرئيسية المستعملة داخليا بعدما كانت تستورد، كما أن المؤسسة تدرك أهمية خلق القيمة المشتركة وتستثمر فيها، وكانت النتيجة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة و وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين كل بعد من أبعاد المقاولاتية في حلقة قيمة اقتصادية وبين كل بعد من أبعاد المقاولاتية في خلق قيمة اجتماعية ، كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول مدى مساهمة المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة تعزى إلى (الجنس أو العمر أو المستوى الوظيفي أو سنوات الخبرة) . في حين أظهرت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حول مدى مساهمة المقاولاتية وخلق القيم المشتركة تعزى للمؤهل العلمي .



في ظل بيئة متباينة المصالح وقوية المنافسة وحاجيات مجتمعية متزايدة أضحت المؤسسات تبحث عما يجعلها تحقق مصالحها وأهدافها دون الضرر بأصحاب المصالح ولا الضرر بالاستدامة والقدرة على المنافسة والمحافظة على سمعتها، من خلال اتباع طرق وأساليب استراتيجية مبدعة ومبتكرة وبتفكير خارج المألوف لتحقيق كل ما سبق ذكره وبأقل تكاليف.

وبدأ الاهتمام في الآونة الأخيرة بالمقاولاتية (ريادة الأعمال) وبالفكر المقاولاتي وخصص لها الكثير من الدراسات والتي أكدت على أهميتها في حل العديد من مشاكل المؤسسات سواء من ناحية المردودية أو المنافسة أو الاستدامة الاقتصادية وتحسين جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة مما جعلها أداة يمكن أن تحل مشاكل أخرى مستعصية تعاني منها المؤسسات أو بيئتها سواء الداخلية أو الخارجية.

كما جاء مفهوم خلق القيمة المشتركة كمفهوم حديث يتمثل في خلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في نفس الوقت وأكدت الدراسات على أن هذا المفهوم يمكن من خلاله الاستثمار الإيجابي في الحاجيات الاجتماعية لتحقيق القيمتين معا وأنه يكون على مستوى الاستراتيجية في المؤسسة ويدخل في كافة تفاصيلها وتغيير نظرة البعض للقيمة الاجتماعية على أنها تكلفة بل هي مجال للاستثمار.

ومن هنا تناولت هذه الدراسة الأثر الذي يمكن أن تقدمه المقاولاتية لخلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية في نفس الوقت، خاصة وأن المواضيع الثلاث مواضيع الساعة القيمة الاجتماعية والقيمة الاقتصادية والمقاولاتية، واعتبار خلق القيمة الاجتماعية رافدا ومجالا خصبا للاستثمار الإيجابي وليس العكس ومن هذا المنطلق بينت الدراسة مفاهيم ومضامين المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة وكذا تطرقت لبعض الدراسات السابقة التي أكدت على أهمية المقاولاتية وخلق القيمة، وفي الدراسة الميدانية حاولنا معرفة مدى مساهمة خلق القيمة الاقتصادية والقيمة الاجتماعية عن طريق تبني الفكر المقاولاتي لدى مؤسسة روايال موندريال بالوادي وقد توصلنا إلى النتائج والتوصيات وآفاق الدراسة التالية:

نتائج الدراسة:

سنتطرق إلى نتائج الدراسة النظرية والتطبيقية ونتائج اختبار الفرضيات.

نتائج الدراسة النظرية:

1- هناك اهتمام متزايد بالمقاولاتية والفكر المقاولاتي تعبر عنه الدراسات السابقة بالموضوع والذي يأمل أن تغير المقاولاتي (ريادة الأعمال) واقع المؤسسات الجزائرية خاصة الصغيرة والمتوسطة منها.

- 2- فرض التغيير المستمر والمتسارع للبيئة للمؤسسات والمنافسة الشديدة أن تكون مبادرة بالتطوير والابداع والابتكار لمجرات البيئة الخارجية وتعزيز الموقع الاستراتيجي للمؤسسة.
- 3- يمثل خلق القيمة المشتركة خلق قيمة اجتماعية وخلق قيمة اقتصادية في نفس الوقت.
- 4- المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة متكاملان كل منهما يكمل الآخر فكلما فعلت القيمة المشتركة خففت العبء عن المسؤولية الاجتماعية وضيقت مساحة عملها مما يؤدي إلى تقديم دور أفضل ومركز، والمسؤولية الاجتماعية تغطي الحاجيات الاجتماعية التي لم تغطيها القيمة المشتركة.
- 5- تتميز المسؤولية الاجتماعية بالعطاء والمساهمة في حل القضايا الاجتماعية في حين تتميز القيمة المشتركة بتطوير وتحسين المركز الاستراتيجي وأن تكون أكثر تنافسية.
- 6- اعتبار الفشل خبرة وليس خسارة وللبيئة المؤسسة والمحيط الاجتماعي دورا في المساهمة في النهوض بعد الفشل.

نتائج الدراسة التطبيقية:

لقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج وهي كالآتي:

- مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعمل بالمقاولاتية.
- للمقاولاتية تأثير طردي على خلق قيمة اجتماعية وقيمة اقتصادية وبالتالي لها تأثير طردي على خلق القيمة المشتركة.
- لأبعاد المقاولاتية تأثير طردي على أبعاد القيمة المشتركة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى المتغيرات (الجنس، العمر، الأقدمية، المستوى الوظيفي).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى المؤهل العلمي
- بعد الإبداع والتميز والابتكار يعتبر أكبر بعد مؤثر من أبعاد المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة.

نتائج اختبار الفرضيات:

- 1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطرة في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 4- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 5- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 6- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع والابتكار والتميز في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 7- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 8- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 9- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمبادرة في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 10- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة مشتركة في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 11- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اقتصادية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 12- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاقتناص الفرص في خلق قيمة اجتماعية في المؤسسة روايال مونديال بالوادي.
- 13- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روايال مونديال بالوادي تعزي إلى متغير الجنس.

- 14- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى العمر.
- 15- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى المؤهل العلمي.
- 16- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى سنوات الخبرة.
- 17- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول تأثير المقاولاتية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة روابال مونديال بالوادي تعزي إلى المستوى الإداري (الوظيفي).
- 18- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمقاولاتية في خلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية (خلق القيمة المشتركة) في المؤسسة روابال مونديال بالوادي.

التوصيات:

- أهم التوصيات التي نقدمها للمسؤولين بمؤسسة روابال بالوادي.
- 1- العمل على مواصلة تفعيل وتطوير المقاولاتية والفعل المقاولاتي.
 - 2- تطوير منتجات تناسب فئة أسفل الهرم (محدودي الدخل)
 - 3- مواصلة البرمجة أو المشاركة في مؤتمرات وملتقيات حول المقاولاتية وخلق القيمة المشتركة.
 - 4- مواصلة الاهتمام ببرامج التدريب وتفعيل البحث والتطوير.
 - 5- مواصلة الاهتمام بالقيمة الاجتماعية والنظر إليها كاستثمار وليس كتكلفة.
 - 6- تقديم حوافز ودورات للعاملين بخصوص مواكبة الفعل المقاولاتي.
 - 7- زيادة الاستثمار في الاحتياجات الاجتماعية لخلق قيمة مشتركة.

آفاق الدراسة:

- مواضيع يمكن أن تكون كمواضيع لدراسات مستقبلية:
- 1- أثر صناديق الدعم على الفعل المقاولاتي.
 - 2- مساهمة دار المقاولاتية بالجامعة في تفعيل وتوسيع المقاولاتية.
 - 3- دور القيمة المشتركة في الميزة التنافسية.

- 4- أثر خلق القيمة المشتركة على مردود المؤسسة.
- 5- أثر التفكير المقاولاتي في إنشاء مؤسسات جديدة.
- 6- أثر التفكير المقاولاتي على مبدأ الاستدامة.
- 7- أثر الحوافز الضريبية على خلق قيمة مشتركة.
- 8- أثر البيئة الاجتماعية على النهوض بعد الفشل.



قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربي العربية

أ-الكتب:

1. صالح مهدي محسن العامري وطاهر محسن منصور الغالي . "الإدارة والأعمال" . الطبعة الثانية. عمان. دار وائل للنشر. 2006 .
2. صبحي العتيبي . "تطور الفكر والأساليب في الإدارة" . الطبعة الأولى. عمان. دار الحامد للنشر، 2004.
3. طارق أحد المقداد، " إدارة المشاريع الصغيرة الأساسيات والمواضيع المعاصر (إدارة المشاريع)"، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2010-2011.
4. طلعت مصطفى السروجي "راس المال الاجتماعي" مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة 2009.
5. عايد عبد الله العصيمي "المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة"، الطبعة الأولى، عمان، دار اليازري العلمية للنشر، 2015.
6. عمر وصفني عقيلي . " الإدارة أصول وأسس ومفاهيم " الطبعة الأولى . عمان . دار زهران للنشر والتوزيع 2007 .
7. محمد عبد حسين الطائي، " المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال "، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2016.
8. منى عطية خزام خليل . "التنمية الاجتماعية في إطار المتغيرات العالمية والمحلية" . الإسكندرية المكتب الجامعي الحديث 2012 .

ب-الرسائل والأطروحات الجامعية:

9. سفيان بدرأوي، "ثقافة المقابلة لدى الشباب الجزائري المقاول" . رسالة مقدمة تنيل شهادة الدكتوراه تخصص علم الاجتماع التنمية البشرية. قسم علم الاجتماع التنمية البشرية .كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية جامعة أبي بكر بلقايد السنة الجامعية تلمسان: 2015 .
10. ريفي سارة، " استعمال آلية التسويق الإبداعي لتوجيه خريجي الجامعات نحو المقاولاتية الجزائرية نموذجاً " أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص تسويق صناعي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية 2019.

11. مشري سعاد، " دور الالتزام التنظيمي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية دراسة ميدانية بمؤسسة Condor ببرج بوعرييج "، رسالة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع التنظيم والموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016-2017.
12. فاتن باشا: " اتجاه القادة الإداريين نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات -" دراسة حالة مجتمع سونلغاز بسكرة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه. قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016-2017.
13. محمد فلاق: " مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال ". دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو " 9000 ". أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه . قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، 2013-2014 .
14. محمد فوجيل، " دراسة وتحليل دعم المقاولاتية في الجزائر " رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، نخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم العلوم التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم التجارية والعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقة، السنة الجامعية 2015-2016 .
15. أمينة قايدي، " تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين ". أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة معسكر، السنة الجامعية 2016-2017.
16. امال بعيط، " برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر - واقع وآفاق - " مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، السنة 2017 .
17. سيد أحمد يوسف، " تأثير المهارات المقاولاتية على الطلبة الجامعيين " . أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص المالية والمؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة تلمسان، السنة الجامعية 2018.
18. حمزة لفقير، " روح المقاولات وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ". رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، السنة الجامعية: 2016-2017 ص 19
19. محمد علي الجودي، " نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي "، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2014 - 2015.
20. ريم لونيسي، " المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر ". رسالة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف 2، الجزائر، السنة الجامعية: 2015 .

ج-المجلات والملتقيات:

20. أشواق بن قدور ومحمد بالخير، " أهمية نشاط ثقافة المقاوله وانعاش الحس المقاوالاتي في الجامعة ". مجلة الاجتهاد الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 11 الصادر بتاريخ 11 جانفي 2017.
21. إيثار عبد الهادي محمد، " دور الريادة منظمات الأعمال في التنمية الاقتصادية" الملتقى الدولي حول المنظمات الاقتصادية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، نوفمبر 2011 .
22. بلقاسم ماضي. عبير حفيفي: "ثقافة المؤسسة والمقاوالاتية" مداخلة ضمن الملتقى الدولي الأول حول المقاوالاتية التكوين وفرص الأعمال . جامعة بسكرة .
23. بن أشنهو سيدي محمد، يوسف سيد أحمد، بن حبيب عبد الرزاق " نموذج Sokol و Shapero للنية المقاوالاتية " مجلة المؤسسات الجزائرية، العدد 2018/13 .
24. زاهية توام، رزاي سعاد: "تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج شركات عالمية". مجلة الميادين الاقتصادية العدد 1 (2020) . جامعة الجزائر .
25. سبخاوي عبد القادر، قريشي محمد الصغير، "مساهمة تئمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات " دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية للنفايات بالجزائر " مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 1 مكرر 1، 2020
26. سفيان قنييط وهشام بومرمة، " ثقافة وروح المقاوالاتية لدى الشباب الجامعي"، مجلة إنماء للاقتصاد والتجارة ، جامعة جيجل ، عدد خاص 2018.
27. سمير محمد جلاب. على شطة، "واقع التعليم المقاوالاتي في الجزائر"، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، ميلة .الجزائر .العدد 3، الصادرة بتاريخ أكتوبر 2017.
28. شيباني عبد القادر وفلاق محمد "واقع تبني منظمات الأعمال لأنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة . شركة Novartis أنموذجا "— مجلة الاقتصاد والبيئة المجلد 03 العدد 03 أكتوبر 2020 .
29. صكري أيوب، "واقع التعليم المقاوالاتية في الجزائر الإنجازات والطموحات"، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، ميلة ، الجزائر، العدد4 الصادر بتاريخ 2017.
30. علي عزوز، حسناء قاسم " أهمية المقاوالاتية في النشاط الاقتصادي للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المجلد 01 العدد 01 السنة 2019.
31. علي عزوز، حسناء قاسم، " أهمية المقاوالاتية والنشاط الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر " مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEC)، المجلد 1، العدد 1، 2019.

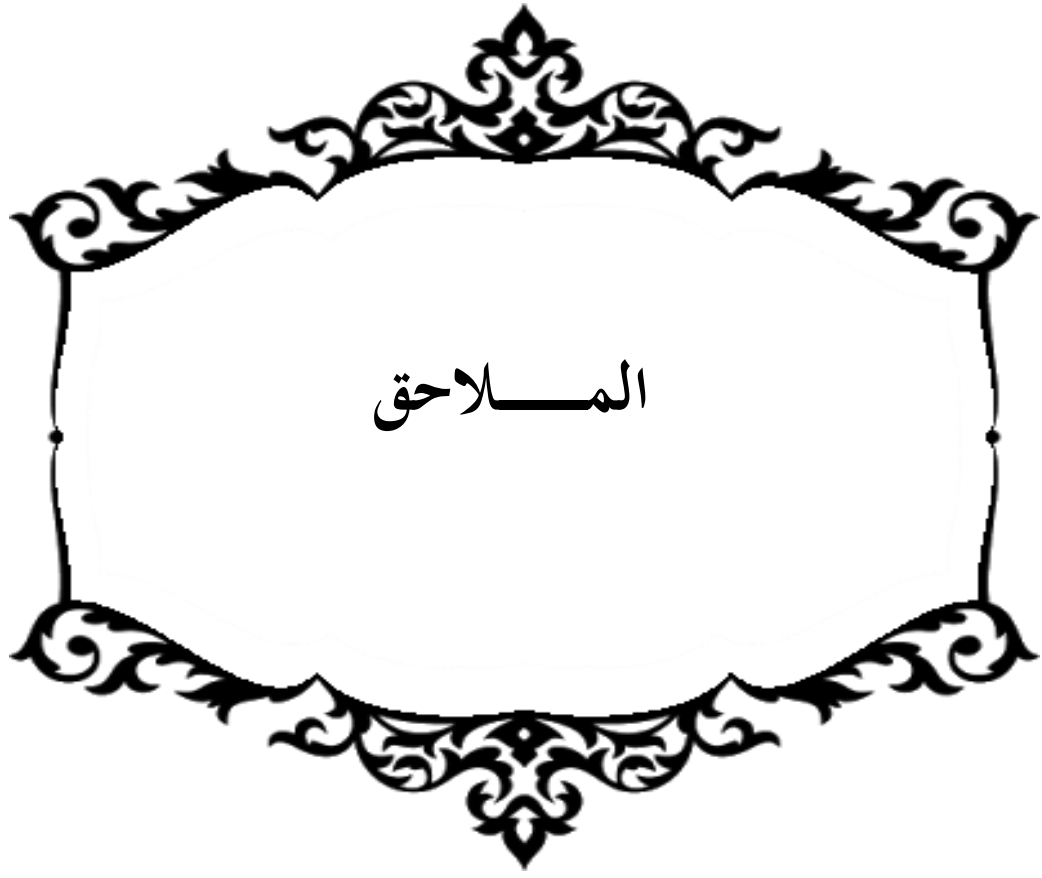
32. عمر خضيرات " الريادة الاقتصادية والمشروعات الصغيرة في الأردن " المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، السنة التاسعة العدد 30 . 2011
33. عمر علي إسماعيل، " خصائص لزيادة في المنظمات الصناعية ومآثرها على الإبداع التقني ". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية "، جامعة الموصل، العراق، العدد4، الصادرة في 2010.
34. فضيلة بوطورة، فاطمة زهراء " التعليم المقاولاتي في الجامعة، الملتقى الوطني حول أهمية ودور دار المقاولاتية في الجزائر، جامعة تبسة، سنة 2018.
35. مجدوب محوصي، " إستراتيجية الذكاء الاقتصادي استدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر "، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد 4، الصادر في جوان 2017.
36. محمد جابر عباس محمد " ريادة الأعمال الاجتماعية كأحد الآليات المبتكرة لتحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية " مجلة الخدمة الاجتماعية، العدد 57، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، 2017.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

37. Christiansen.N, " Creating Shared Value Advisors", Lutry, Switzerland 2014.
38. Jhon R. Schermerhom, " Management " 7th ed, Published by Wiley and Sons, Incorporated, John, New York, U.S.A.2002.
39. Porter .M.E & Kramer .M " Creating Shared Value " Harvard Business Review, 2011.
40. Porter, M. E., and Kramer, M. R. " Philanthropy's new agenda: creating value". Harvard business.1999 .
41. Porter, M. E., and Kramer, M. R. " The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy". Harvard Business Review.2002
42. Porter, M.E., and Kramer M.R. " Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility". Harvard Business Review.2006 .
43. Rendal. J, , " How Creating Shared Value is taking corporate social responsibility one step further, Google as a case study ", universidade da coruna .2015
44. Schmitt.J, " Social Innovation for Business Success ", Springer Fachmedien Wiesbaden, Germany2014.

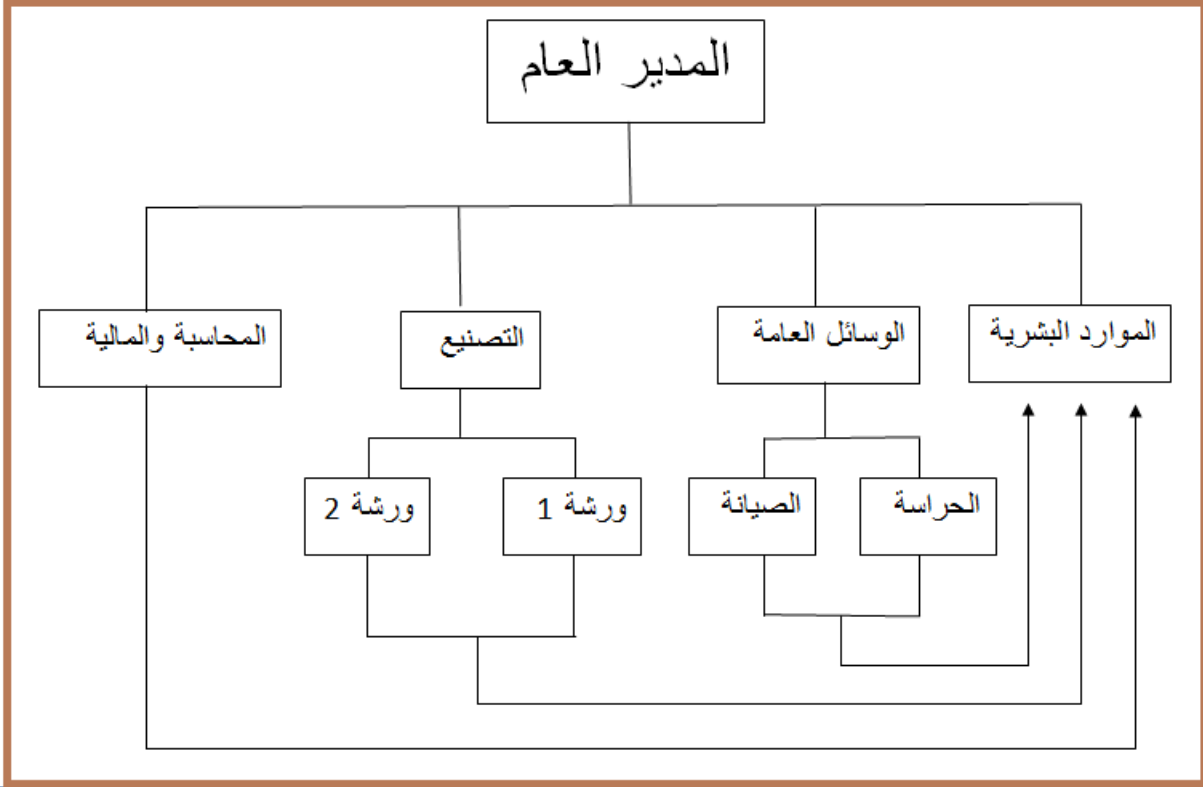
ثالثا: المواقع الالكترونية

- 45 – Cite. <https://latitudefiftyfive.com/blog/creating-shared-value> "How to Create a Shared Value Business Model"14 Nouvenber 2018.



الملاحق

الملحق - رقم 1 - الهيكل التنظيمي لمؤسسة روايال مونديال الوادي



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

الموضوع / استبيان

سيدي الكريم، سيدتي الفاضلة...

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي تهدف إلى جمع معلومات لأغراض البحث العلمي فيما يخص موضوع:

" دور المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة "

والتي تدخل ضمن متطلبات تحضير شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، وباعتباركم أحد كوادر وعمال المؤسسة نرجو منكم مساعدتنا وذلك بالإجابة على أسئلة الاستبيان بوضع علامة (X) في المربع الذي يتفق مع الإجابة.

علما أن إجاباتكم هذه ستكون موضع ثقة، إذ سيتم التعامل معها بسرية تامة، وأن البيانات ستستعمل لأغراض الدراسة العلمية فقط.

مع خالص الشكر والتقدير لاستجابتكم الطيبة

الطالبة: حوامدي فيصل

لعويني فؤاد

مشاركة عبد السلام

المشرف:

الأستاذ: بله باسي زكريا

السنة الدراسية: 2020-2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر أنثى

2. العمر:

أقل من 30 عاما من 30-40 عاما من 41-50 عاما أكبر من 50 عاما

3. المؤهل العلمي:

الملاحق

ثانوي وأقل تقني سامي جامعي دراسات عليا مؤهلات أخرى يرجى ذكرها

4. سنوات الخبرة:

أقل من 5 أعوام من 5- إلى 10 أعوام من 11- إلى 15 عاما أكثر من 15 عاما
5. المستوى الإداري (الوظيفي) :

عامل تنفيذي إدارة وسطى إدارة عليا أخرى يرجى ذكرها

المحور الثاني: المقاولاتية (ريادة الأعمال)

I - المخاطرة

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	تخاطر المؤسسة من أجل تعظيم الأرباح					
02	تتحمل المؤسسة المسؤولية في حالة الفشل					
03	لا تتردد المؤسسة في اتخاذ بعض القرارات الحاسمة التي ترى أنها مفيدة لها					
04	لا تتردد المؤسسة بإنتاج منتجات جديدة ولقنة جديدة من الزبائن ترى أنها ستحقق لها أرباحا					
05	تتنبأ المؤسسة غالبا بالمخاطر المستقبلية لتفاديها					

II - الإبداع والابتكار والتميز

06	تمتلك المؤسسة آليات تسويق (طرق بيع) متميزة					
07	تتميز منتجات وخدمات المؤسسة بالتجديد والإبداع المستمر					
08	تسعى المؤسسة إلى التفوق والتميز عن باقي المنافسين					
09	تدعم المؤسسة الأفكار الجديدة والإبداعية مهما كان مصدرها					
10	تسعى المؤسسة للخروج عن المألوف في تحسين منتجاتها وخدماتها					
11	تسعى المؤسسة لتطوير طرق تنظيمية جديدة تمكنها من تحقيق أهدافها					

III - المبادرة

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
12	أمتلك هامش حرية لاتخاذ بعض القرارات ضمن مهامي					
13	لدي الرغبة في العمل ضمن فريق عمل بالمؤسسة					

الملاحق

					أُتقبل التغيير والتكيف حسب الظروف لصالح المؤسسة	14
					أُتقبل أداء مهام جديدة في المؤسسة	15
					لدي الإمكانيات لتقييم ومعالجة بعض المشكلات الطارئة في المؤسسة	16
					تقوم المؤسسة بتحفيز وتشجيع أصحاب المبادرات والأفكار الهادفة	17
IV- اقتناص الفرص						
					تعطي المؤسسة أهمية كبيرة لعنصر الوقت	18
					تستغل المؤسسة مواردها (إمكاناتها) أحسن استغلال	19
					للمؤسسة القدرة على تقدير حاجات السوق (تقدر الطلب عن منتجاتها) سواء من ناحية الكمية أو النوعية	20
					تتابع المؤسسة تغييرات البيئة الخارجية باستمرار	21
					المؤسسة سباقة في اكتشاف فرص جديدة واقتناصها (مثل أسواق جديدة . منتجات بشكل جديد	22
المحور الثالث: خلق القيمة المشتركة						
I - خلق قيمة اقتصادية						
					العبارات	الرقم
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب قلة المبيعات	23
					تسعى المؤسسة إلى عدم توقف عملية الإنتاج بسبب نفاذ الإمدادات (مثل نفاذ المواد الأولية.....)	24
					الهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح	25
					تقوم المؤسسة بتجديد عتادها عند الضرورة (مثل تجديد آلات كثيرة الأعطال (.....)	26
					لم تتأثر أجور العمال إثر جائحة كورونا	27
					تسعى المؤسسة لتصدير منتجاتها إلى الخارج أو لزيادة كمية التصدير	28
					المؤسسة غير متعثرة ماليا (أي تسدد أجور عمالها بانتظام. تسدد مستحقات مورديها	29
II - خلق قيمة اجتماعية						
					العبارات	الرقم
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					تتجنب المؤسسة الأعمال المضرة بالبيئة	30
					تقوم المؤسسة بعملية التعريف بمخاطر العمل للعمال	31
					توفر لك المؤسسة نظام أمن للوقاية من الحوادث	32
					تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية وصديقة للبيئة	33
					تسعى المؤسسة لإيصال منتجاتها إلى مناطق تفتقد فيها هذه المنتجات	34
					تقدم المؤسسة الهبات والتبرعات للجمعيات الخيرية والثقافية والرياضية	35

الملاحق

					تلتزم المؤسسة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة في المجتمع المحلي	36
					تساهم المؤسسة في عمليات التشجير خاصة بداخلها وبمحيطها	37
					تقدم المؤسسة خدمات لعمالها (مثل النقل والتغذية في فترة العمل.....)	38
					تعمل المؤسسة بالاحتياطات والتدابير الصحية والوقائية جراء جائحة كورونا	39
					تعمل المؤسسة على ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية (مثل عدم تبذير الماء.....)	40
					تقوم المؤسسة بعمليات التوعية بكيفية استعمال منتجاتها	41

أشركم على مساهمتكم بالإجابة على فقرات الاستبانة.

قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة		
01	الدكتورة جديدي روضة	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة حمة لخضر الوادي
02	الدكتورة دربال سمية	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة حمة لخضر الوادي
03	الدكتور مفيد عبد اللاوي	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة حمة لخضر الوادي
04	الدكتور نصر ضو	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة حمة لخضر الوادي
05	الدكتور مصطفىاوي عمار	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة حمة لخضر الوادي
06	الدكتور مشاركة حسين	كلية الآداب واللغات الأجنبية جامعة حمة لخضر الوادي

صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة .

Correlations

		الكلّي المتوسط للمخاطرة	الكلّي المتوسط للابداع	الكلّي المتوسط للمبادرة	الكلّي المتوسط للفرص	الكلّي المتوسط للمتغير المستقل
للمخاطرة الكلّي المتوسط	Pearson Correlation	1	.690**	.602**	.568**	.803**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34
للابداع الكلّي المتوسط	Pearson Correlation	.690**	1	.653**	.853**	.890**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34
للمبادرة الكلّي المتوسط	Pearson Correlation	.602**	.653**	1	.752**	.893**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	34	34	34	34	34
للفرص الكلّي المتوسط	Pearson Correlation	.568**	.853**	.752**	1	.903**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	34	34	34	34	34
للمتغير الكلّي المتوسط المستقل	Pearson Correlation	.803**	.890**	.893**	.903**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

		القيمة متوسط الاقتصادية	الادتماعية القيمة توسط	للمتغير الكلّي المتوسط التابع
الاقتصادية القيمة متوسط	Pearson Correlation	1	.737**	.945**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000
	N	34	34	34
الادتماعية القيمة توسط	Pearson Correlation	.737**	1	.917**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000
	N	34	34	34
التابع للمتغير الكلّي المتوسط	Pearson Correlation	.945**	.917**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	
	N	34	34	34

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

الملاحق

ثبات أداة الدراسة: معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لمحوري الدراسة وإجمالي الاستبانة :

محور المقاولاتية :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	22

محور خلق القيمة المشتركة :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	17

الكلبي :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	39

تحليل نتائج الاستبيان :

حول المخاطرة

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
تخاطر المؤسسة من اجل تعظيم الارباح	34	1	5	3.44	1.236	1.527
تتحمل المؤسسة المسؤولية في حالة الفشل	34	2	5	3.82	.834	.695
لا تتردد المؤسسة في اتخاذ قرارات الحاسمة التي تتر اهم فديتها	34	3	5	4.26	.618	.382
لا تتردد المؤسسة في اتخاذ تجديد قولفة تجديد دعمنا لى باننتر بانهاستحققها رباحا	34	1	5	4.15	.857	.735

الملاحق

تتنبأ المؤسسة غالباً بالمخاطر المستقبلية لتفاديها	34	2	5	4.00	.985	.970
المتوسط الكلي للمخاطرة	34	2.60	5.00	3.9353	.59639	.356

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تخاطر المؤسسة من أجل تعظيم الأرباح	2.082	33	.045	.441	.01	.87
تتحمل المؤسسة المسؤولية وليتفحالة الفشل	5.759	33	.000	.824	.53	1.11
لا تنتر دد المؤسسة قياتخاذ بعض الأرقام الحاسمة التي تر اهمية لها	11.926	33	.000	1.265	1.05	1.48
لا تنتر دد المؤسسة خبانتاج منتجات جديدة لفئة جديدة من الأرقام التي تر بأنها مستحقة لها أن ياحا	7.800	33	.000	1.147	.85	1.45
تتنبأ المؤسسة غالباً بالمخاطر المستقبلية لتفاديها	5.921	33	.000	1.000	.66	1.34
المتوسط الكلي للمخاطرة	9.144	33	.000	.93529	.7272	1.1434

الابداع

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تميزة (طر قبيع) تمتلك المؤسسة أليات تسويق	9.027	33	.000	.971	.75	1.19
تتميز منتجات وخدمات المؤسسة بالتجديد والإبداع المستمر	11.914	33	.000	1.176	.98	1.38
تسعى المؤسسة إلى التفوق في التميز عن باقي المنافسين	13.107	33	.000	1.324	1.12	1.53
تدعم المؤسسة الأفكار الجديدة والإبداعية مهما كان مصدرها	6.800	33	.000	1.088	.76	1.41
تسعى المؤسسة للتحسين وجعل المألوف أفضل من منتجاتها وخدماتها	7.490	33	.000	1.000	.73	1.27
تسعى المؤسسة لتطوير طرق تنظيمية جديدة وتمكنها من تحقيق أهدافها	13.065	33	.000	1.206	1.02	1.39
المتوسط الكلي للإبداع	12.771	33	.000	1.13235	.9520	1.3127

المبادرة :

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
أمتلاكها مشحرة لاتخاذ بعض الأرقام التي تضم منها	34	1	5	3.38	1.371
مي					
لديالار غبة في العمل ضمن فريق بعملي المؤسسة	34	2	5	4.03	.717
أقبل التغيير والتكيف حسب الظروف وأوضاع المؤسسة	34	1	5	4.03	1.087
سة					
أقبل أداء مهام جديدة في المؤسسة	33	1	5	3.73	1.153
لديا لإمكانية تقييم معالج بعض المشكلات التي تطا	34	1	5	3.38	1.155
رئة في المؤسسة					
تقوم المؤسسة بتحفيز وتشجيع أصحاب المبادرات	34	2	5	3.76	.741
توافكار الهادفة					
المتوسط الكلي للمبادرة	34	1.50	5.00	3.7196	.86904
Valid N (listwise)	33				

الملاحق

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
أمتلاكها مشحورية لاتخاذ بعض القرارات اضمننهما مي	1.626	33	.113	.382	-.10	.86
لديالر غبة في العمل ضمنفر يقعملبالمؤسسة	8.370	33	.000	1.029	.78	1.28
أقبلا لتغيير والتكيف حسب الظرف والصالحالمؤسسة	5.524	33	.000	1.029	.65	1.41
أقبلا إذا عمها مجدية فيالمؤسس	3.623	32	.001	.727	.32	1.14
لديا لإمكانية لتقييمومعالجتها بعضالمشكلاتالطار ئةقبالمؤسسة	1.930	33	.062	.382	-.02	.79
تقومالمؤسسة بتحفيز وتشجيعأصحابالمبادراتوالأفكار الهادفة	6.018	33	.000	.765	.51	1.02
المتوسط الكلي للمبادرة	4.828	33	.000	.71961	.4164	1.0228

الفرص

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تعطيلالمؤسسة أهميةكبيرة لعنصر الوقت	34	3	5	4.35	.691
(إكمانياتها) تستغلالمؤسسة مواردها أحسناستغلال	34	2	5	4.12	.769
(للمؤسسة القدرة علنتقدير حاجاتالسوق) تقدر الطابعمنتجاتها سواءمن ناحية الكمية أو النوعية	34	2	5	4.06	.776
تتابعالمؤسسة تغييراتالبيئةالخارجية باستمرار	34	2	5	4.00	.739
المؤسسة سابقا فياكتشاففرص جديدةوقاقتناصها منتجاتيشكلجديد . مثلأسواقجديدة (.....)	34	1	5	4.00	.985
المتوسط الكلي للفرص	34	2.60	5.00	4.1059	.62906
Valid N (listwise)	34				

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تعطيلالمؤسسة أهميةكبيرة لعنصر الوقت	11.414	33	.000	1.353	1.11	1.59
(إكمانياتها) تستغلالمؤسسة مواردها أحسناستغلال	8.471	33	.000	1.118	.85	1.39
(للمؤسسة القدرة علنتقدير حاجاتالسوق) تقدر الطابعمنتجاتها سواءمن ناحية الكمية أو النوعية	7.954	33	.000	1.059	.79	1.33
تتابعالمؤسسة تغييراتالبيئةالخارجية باستمرار	7.895	33	.000	1.000	.74	1.26
المؤسسة سابقا فياكتشاففرص جديدةوقاقتناصها منتجاتيشكلجديد . مثلأسواقجديدة (.....)	5.921	33	.000	1.000	.66	1.34
المتوسط الكلي للفرص	10.251	33	.000	1.10588	.8864	1.3254

المقاولاتية

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
المتوسط الكلي للمخاطرة	34	2.60	5.00	3.9353	.59639
المتوسط الكلي للإبداع	34	3.00	5.00	4.1324	.51702

الملاحق

المتوسط الكلي للمبادرة	34	1.50	5.00	3.7196	.86904
المتوسط الكلي للفرص	34	2.60	5.00	4.1059	.62906
Valid N (listwise)	34				

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
المتوسط الكلي للمخاطرة	9.144	33	.000	.93529	.7272	1.1434
المتوسط الكلي للإبداع	12.771	33	.000	1.13235	.9520	1.3127
المتوسط الكلي للمبادرة	4.828	33	.000	.71961	.4164	1.0228
المتوسط الكلي للفرص	10.251	33	.000	1.10588	.8864	1.3254

القيمة الاقتصادية

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تجنب المؤسسة الأعمال المضرب قبل البيئة	34	3	5	4.44	.746
تقوم المؤسسة بعملية التعرف في مخاطر العمل على مال	34	4	5	4.59	.500
توفر المؤسسة نظاماً منلوقاية من الحوادث	34	4	5	4.62	.493
تقدم المؤسسة منتجاتاً جيدة عالية في صديقة للبيئة	34	3	5	4.35	.597
تسعى المؤسسة لإيصال منتجاتها للمناطق فقيرة هاهنا	34	2	5	4.03	.834
تقدم المؤسسة للهيئات التبرعات لجمعيات الخير	34	1	5	3.41	1.019
قوة الثقافة في الرياضة	34	2.50	5.00	3.8039	.64415
متوسط القيمة الاقتصادية	34				
Valid N (listwise)	34				

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تسعى المؤسسة لعدم وقوع عملية الإنتاج بسبب قلة المبيعات	9.574	33	.000	1.029	.81	1.25
تسعى المؤسسة لعدم وقوع عملية الإنتاج بسبب نفاد الإمدادات (..... مثل نفاد المواد الأولية)	9.496	33	.000	1.088	.86	1.32
الهدف الرئيسي للمؤسسة هو الاستمرار من خلال تحقيق أرباح	8.374	33	.000	1.000	.76	1.24
(تقوم المؤسسة بتجديد عتادها عند الضرورة (..... مثل تجديد الآلات والأعطال	2.632	33	.013	.500	.11	.89
تسعى المؤسسة لتصدير منتجاتها إلى الخارج وأول زيادة كمية التصدير	1.391	33	.173	.265	-.12	.65
. أيتسدد أجور عمالها بانتظام (المؤسسة غير متعثره مالياً (..... تسدد مستحقات مورديها	5.583	33	.000	.941	.60	1.28
متوسط القيمة الاقتصادية	7.277	33	.000	.80392	.5792	1.0287

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تجنبنا المؤسسة الأعمال المضرب بالبيئة	34	3	5	4.44	.746
تقوم المؤسسة بعملية التعرف فيمخاطر العمل للعمال	34	4	5	4.59	.500
توفر لك المؤسسة نظاماً منللو قايمة منالحوادث	34	4	5	4.62	.493
تقدم المؤسسة منتجاتاً جيدة عاليتي صديقة للبيئة	34	3	5	4.35	.597
تسعد المؤسسة لإيصالمنتجاتها للمناطق تفتقد فيها هذا المنتجات	34	2	5	4.03	.834
تقدم المؤسسة الهباتو التبر عاتللمجمعات الخيريةو الثقافيةو الرياضية	34	1	5	3.41	1.019
تلتزم المؤسسة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل تخفيف من البطالة في المجتمع المحلي	34	2	5	3.56	.860
تساهم المؤسسة في عمليات التشجير خاصة بدأخلهاو بمحيطها	34	1	5	3.65	.884
(.....والصحة مثل النقلو الرحلات،) تقدم المؤسسة خدمات عملها	33	1	5	3.91	1.156
تعمل المؤسسة سعيًا لاحتياطاتو التدابير الصحيةو الوقائية إجراء عاجلة كوروننا	34	4	5	4.50	.508
(.....مطلع متبذير الماء) تعمل المؤسسة علنتر شيداستهلاك الموار الطبيعية	34	2	5	4.21	.880
توسط القيمة الادتماعية	34	3.09	5.00	4.1150	.52739
Valid N (listwise)	33				

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تجنبنا المؤسسة الأعمال المضرب بالبيئة	11.259	33	.000	1.441	1.18	1.70
تقوم المؤسسة بعملية التعرف فيمخاطر العمل للعمال	18.538	33	.000	1.588	1.41	1.76
توفر لك المؤسسة نظاماً منللو قايمة منالحوادث	19.122	33	.000	1.618	1.45	1.79
تقدم المؤسسة منتجاتاً جيدة عاليتي صديقة للبيئة	13.212	33	.000	1.353	1.14	1.56
تسعد المؤسسة لإيصالمنتجاتها للمناطق تفتقد فيها هذا المنتجات	7.194	33	.000	1.029	.74	1.32
تقدم المؤسسة الهباتو التبر عاتللمجمعات الخيريةو الثقافيةو الرياضية	2.357	33	.024	.412	.06	.77
تلتزم المؤسسة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل تخفيف من البطالة في المجتمع المحلي	3.791	33	.001	.559	.26	.86
تساهم المؤسسة في عمليات التشجير خاصة بدأخلهاو بمحيطها	4.270	33	.000	.647	.34	.96
(.....والصحة مثل النقلو الرحلات،) تقدم المؤسسة خدمات عملها	4.519	32	.000	.909	.50	1.32
تعمل المؤسسة سعيًا لاحتياطاتو التدابير الصحيةو الوقائية إجراء عاجلة كوروننا	17.234	33	.000	1.500	1.32	1.68
(.....مطلع متبذير الماء) تعمل المؤسسة علنتر شيداستهلاك الموار الطبيعية	7.990	33	.000	1.206	.90	1.51
توسط القيمة الادتماعية	12.327	33	.000	1.11497	.9310	1.2990

القيمة المشتركة

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
متوسط القيمة الاقتصادية	34	2.50	5.00	3.8039	.64415
توسط القيمة الادتماعية	34	3.09	5.00	4.1150	.52739
المتوسط الكليل المتغير التابع	34	2.80	5.00	3.9594	.54637
Valid N (listwise)	34				

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.604 ^a	.365	.345	.44217	.365	18.386	1	32	.000	1.006

a. Predictors: (Constant) ، المتوسط الكلي للمخاطرة ،

b. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.782	.514		3.469	.002
	المتوسط الكلي للمخاطرة	.553	.129	.604	4.288	.000

a. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.789 ^a	.623	.611	.34066	.623	52.888	1	32	.000	1.051

a. Predictors: (Constant) ، المتوسط الكلي للابداع ،

b. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.512	.478		1.073	.291
	المتوسط الكلي للابداع	.834	.115	.789	7.272	.000

a. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.834 ^a	.695	.685	.30646	.695	72.891	1	32	.000	1.778

الملاحق

- a. Predictors: (Constant) ، المتوسط الكلي للمبادرة ،
b. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.010	.234		8.578	.000
	المتوسط الكلي للمبادرة	.524	.061	.834	8.538	.000

- a. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

الفرص والقيمة المشتركة

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.740 ^a	.548	.534	.37304	.548	38.791	1	32	.000	1.607

- a. Predictors: (Constant) ، المتوسط الكلي للفرص ،
b. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.320	.429		3.079	.004
	المتوسط الكلي للفرص	.643	.103	.740	6.228	.000

- a. Dependent Variable: المتوسط الكلي للمتغير التابع

الفروق الشخصية :

الجنس

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
المتوسط الكلي للمخاطرة	Between Groups	.706	3	.235	.640	.595
	Within Groups	11.031	30	.368		
	Total	11.738	33			
المتوسط الكلي للإبداع	Between Groups	.970	3	.323	1.236	.314
	Within Groups	7.851	30	.262		
	Total	8.821	33			
المتوسط الكلي للمبادرة	Between Groups	.487	3	.162	.199	.896
	Within Groups	24.435	30	.815		
	Total	24.922	33			
المتوسط الكلي للفرص	Between Groups	1.681	3	.560	1.477	.241

الملاحق

	Within Groups	11.378	30	.379		
	Total	13.059	33			
متوسط القيمة الاقتصادية	Between Groups	1.143	3	.381	.911	.448
	Within Groups	12.550	30	.418		
	Total	13.693	33			
توسط القيمة الاجتماعية	Between Groups	.266	3	.089	.298	.827
	Within Groups	8.913	30	.297		
	Total	9.179	33			
المتوسط الكلي للمتغير المستقل	Between Groups	.645	3	.215	.638	.597
	Within Groups	10.109	30	.337		
	Total	10.754	33			
المتوسط الكلي للمتغير التابع	Between Groups	.578	3	.193	.623	.606
	Within Groups	9.274	30	.309		
	Total	9.851	33			

العمر

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
المتوسط الكلي للمخاطرة	Between Groups	.706	3	.235	.640	.595
	Within Groups	11.031	30	.368		
	Total	11.738	33			
المتوسط الكلي للإبداع	Between Groups	.970	3	.323	1.236	.314
	Within Groups	7.851	30	.262		
	Total	8.821	33			
المتوسط الكلي للمبادرة	Between Groups	.487	3	.162	.199	.896
	Within Groups	24.435	30	.815		
	Total	24.922	33			
المتوسط الكلي للفرص	Between Groups	1.681	3	.560	1.477	.241
	Within Groups	11.378	30	.379		
	Total	13.059	33			
متوسط القيمة الاقتصادية	Between Groups	1.143	3	.381	.911	.448
	Within Groups	12.550	30	.418		
	Total	13.693	33			
توسط القيمة الاجتماعية	Between Groups	.266	3	.089	.298	.827
	Within Groups	8.913	30	.297		
	Total	9.179	33			
المتوسط الكلي للمتغير المستقل	Between Groups	.645	3	.215	.638	.597
	Within Groups	10.109	30	.337		
	Total	10.754	33			

الملاحق

المتوسط الكلي للمتغير التابع						
Between Groups	.578	3	.193	.623	.606	
Within Groups	9.274	30	.309			
Total	9.851	33				

ANOVA

الاستبيان اجمالي

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.629	3	.210	.632	.600
Within Groups	9.962	30	.332		
Total	10.592	33			

المستوى الدراسي

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
المتوسط الكلي للمخاطرة	Between Groups	4.221	4	1.055	4.071	.010
	Within Groups	7.517	29	.259		
	Total	11.738	33			
المتوسط الكلي للابداع	Between Groups	2.271	4	.568	2.514	.063
	Within Groups	6.550	29	.226		
	Total	8.821	33			
المتوسط الكلي للمبادرة	Between Groups	6.506	4	1.626	2.561	.060
	Within Groups	18.417	29	.635		
	Total	24.922	33			
المتوسط الكلي للفرص	Between Groups	2.650	4	.662	1.845	.147
	Within Groups	10.409	29	.359		
	Total	13.059	33			
متوسط القيمة الاقتصادية	Between Groups	3.757	4	.939	2.742	.048
	Within Groups	9.936	29	.343		
	Total	13.693	33			
توسط القيمة الاجتماعية	Between Groups	1.892	4	.473	1.883	.140
	Within Groups	7.286	29	.251		
	Total	9.179	33			
المتوسط الكلي للمتغير المستقل	Between Groups	3.390	4	.847	3.337	.023
	Within Groups	7.364	29	.254		
	Total	10.754	33			

الملاحق

المتوسط الكلي للمتغير التابع						
Between Groups	2.363	4	.591	2.288	.084	
Within Groups	7.488	29	.258			
Total	9.851	33				

ANOVA

الاستبيان اجمالي

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.268	4	.817	3.236	.026
Within Groups	7.323	29	.253		
Total	10.592	33			

سنوات الخبرة:

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
المتوسط الكلي للمخاطرة	Between Groups	2.013	3	.671	2.070	.125
	Within Groups	9.725	30	.324		
	Total	11.738	33			
المتوسط الكلي للإبداع	Between Groups	.909	3	.303	1.149	.345
	Within Groups	7.912	30	.264		
	Total	8.821	33			
المتوسط الكلي للمبادرة	Between Groups	2.681	3	.894	1.205	.325
	Within Groups	22.242	30	.741		
	Total	24.922	33			
المتوسط الكلي للفرص	Between Groups	1.993	3	.664	1.802	.168
	Within Groups	11.065	30	.369		
	Total	13.059	33			
متوسط القيمة الاقتصادية	Between Groups	2.430	3	.810	2.157	.114
	Within Groups	11.263	30	.375		
	Total	13.693	33			
توسط القيمة الاجتماعية	Between Groups	1.040	3	.347	1.278	.300
	Within Groups	8.138	30	.271		
	Total	9.179	33			
المتوسط الكلي للمتغير المستقل	Between Groups	1.380	3	.460	1.473	.242
	Within Groups	9.373	30	.312		
	Total	10.754	33			
المتوسط الكلي للمتغير التابع	Between Groups	1.502	3	.501	1.799	.169

الملاحق

Within Groups	8.349	30	.278	
Total	9.851	33		

ANOVA

الاستبيان اجمالي

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.214	3	.738	2.642	.067
Within Groups	8.378	30	.279		
Total	10.592	33			

المستوى الوظيفي:

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
المتوسط الكلي للمخاطرة	Between Groups	2.720	3	.907	3.016	.045
	Within Groups	9.018	30	.301		
	Total	11.738	33			
المتوسط الكلي للإبداع	Between Groups	2.860	3	.953	4.797	.008
	Within Groups	5.961	30	.199		
	Total	8.821	33			
المتوسط الكلي للمبادرة	Between Groups	3.102	3	1.034	1.422	.256
	Within Groups	21.820	30	.727		
	Total	24.922	33			
المتوسط الكلي للفرص	Between Groups	3.230	3	1.077	3.286	.034
	Within Groups	9.829	30	.328		
	Total	13.059	33			
متوسط القيمة الاقتصادية	Between Groups	.980	3	.327	.771	.519
	Within Groups	12.712	30	.424		
	Total	13.693	33			
توسط القيمة الاجتماعية	Between Groups	1.500	3	.500	1.953	.142
	Within Groups	7.679	30	.256		
	Total	9.179	33			
المتوسط الكلي للمتغير المستقل	Between Groups	2.814	3	.938	3.544	.026
	Within Groups	7.940	30	.265		
	Total	10.754	33			
المتوسط الكلي للمتغير التابع	Between Groups	1.187	3	.396	1.371	.271
	Within Groups	8.664	30	.289		

الملاحق

Total	9.851	33		
-------	-------	----	--	--

ANOVA

الاستنبان اجمالي

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.577	3	.526	1.750	.178
Within Groups	9.014	30	.300		
Total	10.592	33			

الكيلة المقاولاتية والقيمة المشتركة:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.086	.235		.365	.717	
	القاولاتية محور	.957	.058	.945	16.372	.000	1.000 1.000

a. Dependent Variable: المشتركة القيمة محور

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.893	.890	.19171	1.369

a. Predictors: (Constant) ، القاولاتية محور ،

b. Dependent Variable: المشتركة القيمة محور

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.851	1	9.851	268.058	.000 ^b
	Residual	1.176	32	.037		
	Total	11.027	33			

a. Dependent Variable: المشتركة القيمة محور

b. Predictors: (Constant) ، القاولاتية محور ،

قياس أثر المخاطرة على القيمة الاقتصادية

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1			
1	.686 ^a	.471	.455	.47570	.471	28.509	1	32	.000	1.186

a. Predictors: (Constant) ، للمخاطرة الكلي المتوسط ،

b. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.886	.552		1.604	.118
	للمخاطرة الكلي المتوسط	.741	.139	.686	5.339	.000

a. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

قياس أثر المخاطرة على القيمة الاجتماعية

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.413 ^a	.171	.145	.48770	.171	6.590	1	32	.015	.922

a. Predictors: (Constant), للمخاطرة الكلي المتوسط

b. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.677	.566		4.726	.000
	للمخاطرة الكلي المتوسط	.365	.142	.413	2.567	.015

a. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط

قياس أثر الابداع والابتكار والتميز على القيمة الاقتصادية.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.715 ^a	.511	.495	.45754	.511	33.410	1	32	.000	.951

a. Predictors: (Constant), للابداع الكلي المتوسط

b. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.124	.641		.194	.848
	للإبداع الكلي المتوسط	.890	.154	.715	5.780	.000

a. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

الملاحق

قياس أثر الابداع والابتكار والتميز على القيمة الاجتماعية.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.763 ^a	.581	.568	.34648	.581	44.458	1	32	.000	1.250

a. Predictors: (Constant), للابداع الكلي المتوسط

b. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.901	.486		1.854	.073
	للابداع الكلي المتوسط	.778	.117	.763	6.668	.000

a. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط

قياس أثر المبادرة على القيمة الاقتصادية :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.778 ^a	.605	.592	.41133	.605	48.931	1	32	.000	1.411

a. Predictors: (Constant), للمبادرة الكلي المتوسط

b. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.660	.314		5.279	.000
	للمبادرة الكلي المتوسط	.576	.082	.778	6.995	.000

a. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

قياس أثر المبادرة على القيمة الاجتماعية:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.778 ^a	.605	.592	.33680	.605	48.918	1	32	.000	1.744

a. Predictors: (Constant), للمبادرة الكلي المتوسط

b. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.360	.258		9.165	.000
	للمبادرة الكلي المتوسط	.472	.067	.778	6.994	.000

a. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط

الملاحق

قياس أثر اقتناص الفرص على القيمة الاقتصادية.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.629 ^a	.395	.376	.50874	.395	20.906	1	32	.000	1.257

a. Predictors: (Constant), للفرص الكلي المتوسط

b. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.161	.585		1.986	.056
	للفرص الكلي المتوسط	.644	.141	.629	4.572	.000

a. Dependent Variable: الاقتصادية القيمة متوسط

قياس أثر اقتناص الفرص على القيمة الاجتماعية.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.766 ^a	.587	.574	.34430	.587	45.431	1	32	.000	1.943

a. Predictors: (Constant), للفرص الكلي المتوسط

b. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.478	.396		3.737	.001
	للفرص الكلي المتوسط	.642	.095	.766	6.740	.000

a. Dependent Variable: الادتماعية القيمة توسط