

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة العليا للتجارة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم المالية
والمحاسبية

التخصص: محاسبة ومالية

الموضوع:

أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات
- دراسة ميدانية على عينة من الشركات -

تحت إشراف:

الأستاذ عبدالقادر بريش

إعداد الطالب:

عادل رياش

2017 – 2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿إني رأيت أنه لا يكتب إنسانا كتابا في يومه ، إلا قال في غده لو غير هذا لكان أحسن ، ولو زيد

كذا لكان أفضل ، ولو ترك ذلك لكان أجمل ، وهذا من عظيم العبر ، وهو دليل على استبلاء

النقص على جملة البشر ﴿

العماد الأصفراني

كلمة شكر

اللهم لك الشكر ولك الحمد حمدا كثيرا مباركا يليق بعزلك وجهك وعظيم سلطانك أن وفقنتني

لإنجاز هذا العمل، لك الحمد متى ترضى ولك الحمد إذا رضيت والحمد بعد الرضا ... أما بعد :

فالفصل لا يمحوه الشكر وإن كان يثلج الصدر وإن كنت شاكرا فكيف لي أن أبدأ بغير

أستاذي الفاضل "عبد القادر بريشت" لقبوله الإشراف على هذه المذكرة، وعلى ما قدمه لي

من توجيهات قيمة وآراء سديدة ؛

كما أتقدم بالشكر لكل أعضاء لجنة المناقشة الذين سألوا شرف مناقشتهم لبعثي هذا فلمهم

منذ كل الشكر على مجمل النصائح والتوجيهات والاعتقادات التي ستبني هذه الدراسة ؛

وأفيرا أشكر كل من ساهم معي ولو بالكلمة الطيبة، وأعتذر لمن فاتني ذكره ولم أتمكن في

هذا المقام من شكره سائلا الله تعالى أن لا يضيع لهم أجرا ؛

وصلى الله على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم

الإهداء

إلى أعظم امرأة بين نساء الكون، إلى التي صممتني وهنا على وهن جنينا، وعلمتني صغيرا،

ورافقتني بدعائها كبيرا، إلى أمي الحبيبة "العمرية رياش" جزاك الله عنا جنة الفردوس ؛

إلى رمز العطاء، البذل والسخاء والتضحية، إلى أغلى من نطقت به شفاتي أبي الغالي

"نورالدين رياش" حفظه الله وأطال في عمره ؛

إلى التي تجف الأرقام في مدحها وتعجز الكلمات عن شكرها، إلى التي تقاسمت معي

عناء الدراسة، إلى التي صبرت وصبرت وصبرت، إلى "فليصة إيمان ساقية"، إلى من زرعت

فيها مكارم الأخلاق "زهية ساقية" ومن كانت لها عوننا وسندا على مر الأيام "أطلام ساقية" ؛

إلى من كن سندي المتين وأنسي المعين، ففظهم الله وأطال في عمرهن، إلى أخوات

أبي "مسعورة، كريمة، سليمة، فورية" ، إلى فالي "عزالدين رياش" ،

إلى زميلي وصديقي "محمد نقيب دريس" ، وإلى كل الزملاء كل باسمه ؛

أهدي هذا العمل

المخلص:

على الشركة أن تكون قادرة على الحفاظ على علاقات التوازن مع جميع الأطراف خارج الشركة للقيام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وهي مفهوم أو إجراء تتخذه الشركة كشعور بمسؤوليتها اتجاه المجتمع والبيئة التي تنشط فيها، وكذلك هي نشاط يمكن أن يحسن من رفاهية المجتمعات المحلية بالإضافة إلى حماية البيئة.

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات هي مجموعة من البرامج والاستراتيجيات التي تستخدمها الشركات لتلبية احتياجات ومصالح أصحاب المصلحة، حيث بات من الواضح أن بقاء الشركة واستمرارها مرهون بتلبية رغبات أصحاب المصلحة وتحقيق أهدافهم المتضاربة وهذا لا يتأتى إلا من خلال الالتزام ببرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات. وقد أجريت هذه الدراسة لدراسة تأثير المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على الأداء المالي مقاسة بمعدلات الربحية التي تتكون من معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية ومعدل العائد على المبيعات. العينة المستخدمة في هذه الدراسة تمثلت في مجموعة من الشركات الصناعية وشركات الخدمات العامة وهي 05 شركات، خلال الفترة 2014-2015. استخدمت هذه الدراسة مقارنة كمية وطريقة تحليل الانحدار الخطي البسيط للبيانات. نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لها أثر إيجابي ذو دلالة على كل من معدل العائد على الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية، في حين لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على المبيعات.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، الأداء المالي، معدل العائد على الأصول، معدل العائد على حقوق الملكية، معدل العائد على المبيعات.

Abstract:

The company must be able to maintain a balance relationships with parties outside the company to do a corporate social responsibility (CSR). CSR is a concept or action taken by the company as a sense of social responsibility to the company and the environment in which they operate, as do an activity that can improve the welfare of local communities and protecting the environment, donations to build a village/community facilities that are social and useful for many people, especially people who are in the vicinity of the company is located.

CSR is a phenomenon and strategies that companies use to accommodate the needs and interests of its stakeholders, it is clear that the prospered and the continuity of any corporation is related to the achievement of its stakeholder's goals, and this can only be through adherence of corporate social responsibility. This study was conducted to examine the effect of CSR on financial performance as measured by profitability ratios consisting of return on assets (ROA), return on equity (ROE), return on sales (ROS). The population used in this study was public industrial and services companies during the period 2014-2015, while the sample used in this study using purposive sampling technique. Samples taken as many as 05 companies. This study used a quantitative approach and the method of simple linear regression analysis of the data. The results of this study indicate that CSR effect on ROA, ROE, ROS. CSR only significant effect on ROA and ROE and no significant effect on ROS.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Return on Assets, Return on Equity, Return on Sales.

جدول المحتويات

الصفحة	البيان
I	جدول المحتويات
III	قائمة الأشكال
IV	قائمة الجداول
VI	قائمة الاختصارات والرموز
أ - ح	المقدمة
02	الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
03	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
03	المطلب الأول: نشأة وتطور المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
12	المطلب الثاني: مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
15	المطلب الثالث: أبعاد ومبادئ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
20	المبحث الثاني: ركائز نجاح الشركات في تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية
20	المطلب الأول: دوافع تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية من طرف الشركات
23	المطلب الثاني: فوائد تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
26	المبحث الثالث: بعض النظريات المفسرة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
27	المطلب الأول: نظرية أصحاب المصلحة
29	المطلب الثاني: نظرية العقد الاجتماعي
30	المطلب الثالث: نظرية الوكالة
33	الفصل الثاني: معايير تقييم الأداء المالي في ظل تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
35	المبحث الأول: الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
35	المطلب الأول: مقاييس الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات
43	المطلب الثاني: المقاييس المبنية على الربح المحاسبي
48	المطلب الثالث: الأداء المالي المقاس في الدراسات الخاصة بالمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

	المبحث الثاني: النظريات المفسرة للعلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء
55	المالي للشركات
	المطلب الأول: نظريات العلاقة الإيجابية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء
55	المالي للشركات
	المطلب الثاني: نظريات العلاقة السلبية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي
59	للشركات
	المطلب الثالث: نظريات عدم وجود علاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء
62	المالي للشركات
67	الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية لعينة من الشركات
69	المبحث الأول: عرض عينة الدراسة التطبيقية
69	المطلب الأول: عرض عينة الشركات
70	المطلب الثاني: عرض عينة مجتمع الدراسة
75	المبحث الثاني: تحليل الاستبيان وحساب قيم المتغيرات
75	المطلب الأول: أدوات وخطوات الدراسة
81	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة
98	المطلب الثالث: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات
	المبحث الثالث: عرض وتحليل أثر الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء
98	المالي
	المطلب الأول: أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على
98	الأصول
	المطلب الثاني: أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على حقوق
100	الملكية
	المطلب الثالث: أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على
101	المبيعات
104	الخاتمة

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل أ – 01	المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة في نموذج الدراسة	ث
الشكل 01 – 01	فوائد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات	26
الشكل 01 – 02	العلاقة على شكل حرف U بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات	64
الشكل 01 – 03	خصائص عينة الدراسة	70
الشكل 02 – 03	أعمار عينة الدراسة	71
الشكل 03 – 03	المستوى التعليمي لعينة الدراسة	72
الشكل 03 – 04	عدد سنوات الخبرة لعينة الدراسة	73
الشكل 03 – 05	الموقع الوظيفي لعينة الدراسة	74
الشكل 03 – 06	مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في العينة	94
الشكل 03 – 07	معدلات الأداء المالي للشركات في العينة خلال سنتي 2014 و 2015	96

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول 01 – 01	توقعات أصحاب المصلحة	27
الجدول 01 – 02	مزايا و عيوب المقاييس الفورية للأداء المالي	38
الجدول 02 – 02	مزايا و عيوب المقاييس المتوسطة للأداء المالي	40
الجدول 03 – 02	مزايا و عيوب مقاييس النتائج النهائية للأداء المالي	42
الجدول 01 – 03	عينة الشركات	69
الجدول 02 – 03	خصائص عينة الشركات	70
الجدول 03 – 03	أعمار عينة الدراسة	71
الجدول 04 – 03	المستوى التعليمي لعينة الدراسة	72
الجدول 05 – 03	عدد سنوات الخبرة لعينة الدراسة	73
الجدول 06 – 03	الموقع الوظيفي لعينة الدراسة	74
الجدول 07 – 03	مقياس ليكرت الخماسي	77
الجدول 08 – 03	معامل الثبات ألفا كرونباخ	78
الجدول 09 – 03	درجة أهمية المسؤولية البيئية والاجتماعية في العينة	79
الجدول 10 – 03	إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية للشركة اتجاه العمال	81
الجدول 11 – 03	إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن	83
الجدول 12 – 03	إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين	84
الجدول 13 – 03	إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه البيئة	85
الجدول 14 – 03	إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المجتمع	87

88	إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين	الجدول 03 – 15
90	مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في العينة	الجدول 03 – 16
95	مؤشرات الأداء المالي للشركات في العينة	الجدول 03 – 17
96	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمؤشرات الأداء المالي للشركات في العينة خلال سنتي 2014 و 2015	الجدول 03 – 18
97	المتوسط الحسابي لمؤشرات الأداء المالي والمسؤولية البيئية والاجتماعية في كل مجموعة من العينة خلال سنتي 2014 و 2015 .	الجدول 03 – 19
98	اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov	الجدول 03 – 20
99	معادلة الانحدار بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على الأصول	الجدول 03 – 21
99	اختبار ANOVA بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على الأصول	الجدول 03 – 22
100	معادلة الانحدار بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على حقوق الملكية	الجدول 03 – 23
101	اختبار ANOVA بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على حقوق الملكية	الجدول 03 – 24
101	معادلة الانحدار بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على المبيعات	الجدول 03 – 25
102	اختبار ANOVA بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على المبيعات	الجدول 03 – 26

قائمة الاختصارات والرموز

البيان	الرمز
المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات	CSR
العائد على الأصول	ROA
العائد على حقوق الملكية	ROE
العائد على المبيعات	ROS
العائد على الاستثمار	ROI
الربح قبل الضريبة والفوائد	EBIT
النمو في المبيعات	GSALES
النمو في إجمالي صافي الأصول	GTNA
متوسط القيمة السوقية	AMV
فائض القيمة السوقية	EMV
شركة صيدال	SAIDAL
المؤسسة العامة للخدمات البحرية	GEMA
شركة الإسمنت لعين الكبيرة	SC-AEK
الشركة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة	EN-AMC
الأصول الاقتصادية	EA
الأموال الخاصة	PC
النتيجة الصافية	NetR
نتيجة الاستغلال بعد الضريبة	Rexp-t

المقدمة

تمهيد:

لا شك أن الابتعاد عن أخلاقيات العمل والالتزام الاجتماعي يعد كافيا لكي تفقد الشركات صورتها في ذهنية المتعاملين معها، وهذا من شأنه أن يفقدها قطاعاتها السوقية، وبالتالي تقلص مكاسبها المالية، لذلك فإن سبل التعامل مع المجتمع والبيئة ومع مختلف الأطراف ذوي العلاقة مع الشركة لم يعد خيارا بقدر ما أصبح حتمية لبقاء الشركة واستمرارها في السوق الذي تخدمه، فإن لم يكن ذلك من قبيل المواطنة والمسؤولية فهو في سبيل حفاظها على مركزها التنافسي.

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ليس مفهوما وليد الصدفة بقدر ما هو وليد بيئة الأعمال الراهنة، ولقد تطور هذا المفهوم في ظل تغافل الشركات عن واجباتها اتجاه المجتمع والبيئة وباقي أصحاب المصلحة حيث نمت وتطورت المسؤولية البيئية والاجتماعية كنتيجة طبيعية لإخفاق الشركات في الاستجابة لاحتياجات بيئتها الاجتماعية ولمصالح الأطراف الأخرى فيها، فهي نتاج مشكلات كثيرة وأزمات عديدة ارتبطت بحرية الأعمال ونظرتها الضيقة لمصلحتها على حساب المجتمع الذي تعمل فيه، فظهرت مجموعة من الأفكار التي تنبه إلى دور الشركات في التنمية الاقتصادية وفي حل مشكلات المجتمع.

اكتسح قطاع الأعمال معظم اقتصاديات العالم، فلم تعد الدولة لوحدها المسؤولة عن برامج التنمية بل توسع الدور البيئي والاجتماعي ليشمل الشركات، لهذا تعددت الكتابات في إطار المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات وتم طرح وجهات نظر متعددة مثلت تيارات فكرية لطبيعة تعامل الشركات مع مجتمعاتها من جهة، ومن جهة أخرى طبيعة الأثر الذي يحدثه تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية كمفهوم يرتبط بالعديد من المفاهيم الأخرى كالميزة التنافسية، الشفافية، الإبداع والأداء المالي، هذا الأخير الذي ظهرت في إطاره العديد من الاتجاهات وتنوعت بين مؤيدين للمسؤولية البيئية والاجتماعية الذي يعتبرون أن تبني الشركات للدور البيئي والاجتماعي من شأنه تحسين أدائها المالي،

وبين رافضين لها باعتبارهم إياها تكلفة إضافية على الشركة وخرقا لقاعدة تعظيم الأرباح، في حين هناك طرف ثالث محايد يرفض وجود أي أثر للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على أدائها المالي.

ولأن الشركات الجزائرية مطالبة بمواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال على المستوى العالمي، الأمر الذي يفرض عليها تحمل العديد من الالتزامات والمسؤوليات البيئية والاجتماعية، لذلك تواجه الشركات تحديات متمثلة في تحقيق أداء مالي جيد وتطبيق للمسؤولية البيئية والاجتماعية لإرضاء جميع أصحاب المصلحة، حيث بات من الواضح الاهتمام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية من طرف الشركات، لكن رغم ذلك لا زال يشوب مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بعض الغموض، وفي هذا الصدد يقول العالم الأمريكي في مجال المسؤولية البيئية والاجتماعية دانييل فرانكلين: " **تعتبر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات الآن الاتجاه السائد بعد أن كانت استعراضا لفعل الخير في السابق، إلا أن عددا قليلا من الشركات يمارسها بصورة جيدة** " ، وذلك ينعكس على أداء الشركات مثيرا العديد من التساؤلات حول دورها حيال المسؤولية البيئية والاجتماعية الملقاة على عاتقها ومدى تأثير ذلك على الأداء المالي.

بناء على ما تقدم تتضح لنا معالم إشكالية البحث والتي يمكن تلخيصها في التساؤل الرئيسي

التالي:

ما مدى أثر تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات ؟

ويتم تقسيم السؤال الرئيسي إلى الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما مستوى إدراك وتبني الشركات في العينة للمسؤولية البيئية والاجتماعية ؟
2. هل هناك أثر للمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات في العينة ؟ وما طبيعة هذا

الأثر ؟

(1) فرضيات الدراسة:

من خلال الإشكال المطروح قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية الآتية:

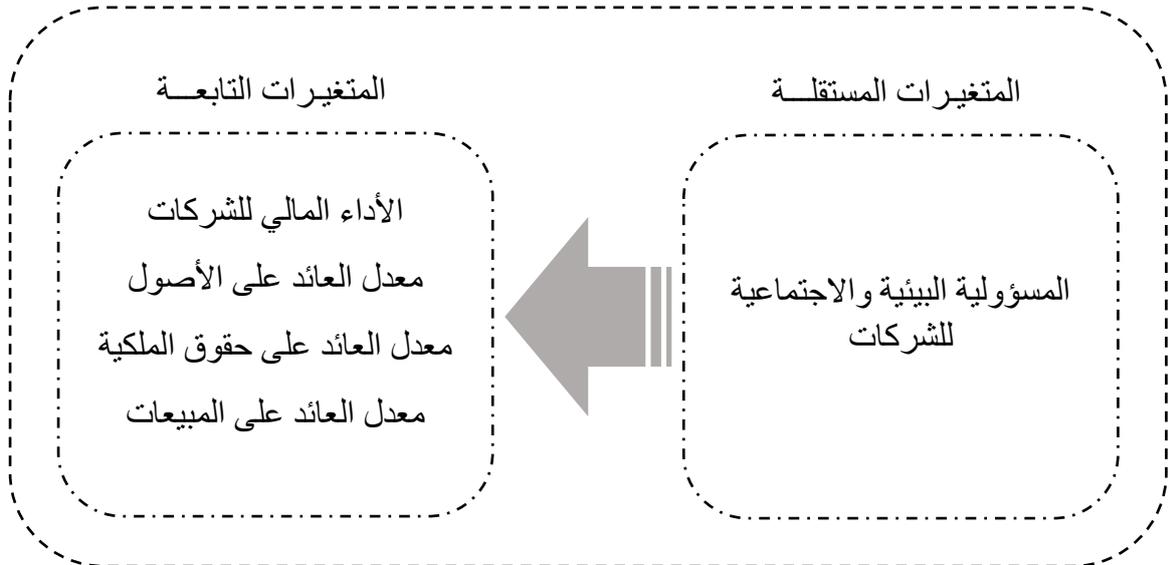
هناك أثر لتبني المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات في العينة المدروسة.

- **الفرضية الفرعية الأولى H0₁**: أغلب الشركات في العينة المدروسة تتبنى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.
- **الفرضية الفرعية الثانية H0₂**: هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية لتبني الشركات في العينة المدروسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية على أدائها المالي، تنقسم هذه الفرضية إلى:
 - **H0₂₋₁**: هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية لتبني الشركات في العينة للمسؤولية البيئية والاجتماعية على معدل العائد على الأصول؛
 - **H0₂₋₂**: هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية لتبني الشركات في العينة للمسؤولية البيئية والاجتماعية على معدل العائد على حقوق الملكية؛
 - **H0₂₋₃**: هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية لتبني الشركات في العينة للمسؤولية البيئية والاجتماعية على معدل العائد على المبيعات.

(2) متغيرات الدراسة:

على ضوء الفرضيات السابقة فإن نموذج الدراسة يمكن أن يتخذ الشكل الآتي:

الشكل (أ - 01): المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة في نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب

(3) أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات وتعدد جهات النظر في تحديد طبيعة الأثر الذي يمكن أن يحدثه تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على أدائها المالي، لهذا سنحاول من خلال هذه الدراسة معرفة مدى تطبيق الشركات الجزائرية محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية، كما سنحاول الوقوف على طبيعة الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية.

(4) أهداف الدراسة:

ينبع هدف الدراسة من الإشكالية المتمثلة في محاولة إبراز أثر تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات محل الدراسة ويتفرع هذا الهدف إلى الأهداف الفرعية الآتية:

- ◆ التعرف على مدى تطبيق المسؤولية البيئية والاجتماعية في الشركات محل الدراسة وإمكانية تعميم النتائج على باقي الشركات في نفس القطاع؛
- ◆ إبراز أهمية المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ودورها في بناء المجتمعات وتطورها؛
- ◆ تحديد ما إذا كان هناك أثر لتبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على أدائها المالي وكذا طبيعة هذا الأثر.

(5) دوافع اختيار الموضوع:

- ◆ حداثة موضوع المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات خاصة في الشركات الجزائرية؛
- ◆ الاتجاه المتزايد للشركات الكبرى نحو تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات؛
- ◆ توفر الرغبة والاهتمام الشخصي لدراسة هذا الموضوع؛
- ◆ كثرة الآراء المتعلقة بطبيعة العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات واتجاه هذه العلاقة.

(6) منهج الدراسة:

لاختبار فروض الدراسة قمنا باعتماد الأسلوب الوصفي التحليلي عند تناولنا للجانب النظري للموضوع، في حين تم استعمال أسلوب دراسة حالة بعض الشركات في الدراسة الميدانية بالاعتماد على

تقنية الاستمارة لجمع المعطيات من أجل تحليلها إحصائياً لغرض الوصول إلى الإجابة على الفرضيات، تم تحليل البيانات الواردة بقائمة الاستقصاء باستخدام حزمة برامج التحليل الإحصائي SPSS وبرنامج Excel وكذا اعتماد مقاييس احصائية وصفية لتحليل ردود المستقصين بهدف التعرف على آرائهم فيما يخص الموضوع، ومن ثم استخدام نموذج الانحدار بهدف التعرف على طبيعة أثر تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات.

(7) خطة الدراسة:

لأجل دراسة الموضوع سوف يتم تقسيم البحث إلى ثلاثة (03) فصول:

- **الفصل الأول:** التعرف على الإطار النظري للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، حيث سنتعرف على المفاهيم المتعلقة بها، مجالاتها وكذا ركائز نجاح الشركات في تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.
- **الفصل الثاني:** معايير تقييم الأداء المالي في ظل تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات حيث سنستعرض من خلاله الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والنظريات المتعددة التي تناولت العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات.
- **الفصل الثالث:** الدراسة التطبيقية لأثر المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي في الشركات محل الدراسة، من خلال هذا الفصل سوف نحاول تطبيق كل ما تم التطرق إليه في الجزء النظري لأجل الحكم على مدى تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية، وأثر هذا التبني على أدائها المالي ممثلاً في معدل العائد على الأصول، معدل العائد على حقوق الملكية ومعدل العائد على المبيعات.

الفصل الأول

الإطار النظري للمسؤولية البيئية والاجتماعية
للشركات

تمهيد:

في عالم متزايد التعقيد يجري إعادة تعريف السياق البيئي والاجتماعي للأعمال التجارية، حيث أن الشركات لها تأثير كبير على المجتمع على المدى البعيد وكذا تتحكم في تحقيق التنمية الشاملة التي نطمح إليها، وقد ظهرت سوق معولمة دون حدود مما حفز نمو لا مثيل له، وفي الوقت نفسه، أدى ذلك أيضا إلى تنمية غير متوازنة ارتبطت بحرية الأعمال ونظرتها الضيقة لمصلحتها على حساب المجتمع الذي تعمل فيه مما يؤدي إلى نشوب صراعات اجتماعية، ولم يعد بإمكان الشركات الاستمرار في حريتها، خاصة بعد أن أصبحت تواجه وعيا اجتماعيا وبيئيا ألزمها تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية والتي أصبحت فيما بعد أحد اهتماماتها، متوقعة على أنها ستعود عليها بالفائدة وذلك جراء الانطباع الجيد الذي تتركه عند الأطراف التي لها علاقة معها.

تتناول المسؤولية البيئية والاجتماعية علاقات الشركة مع العديد من الأطراف، ليس فقط مع المساهمين والدائنين والعملاء والموردين والموظفين بل تتجاوز ذلك إلى أطراف أخرى تتمثل في المجتمع الذي تمارس فيه نشاطها. وفي هذا السياق سنتطرق في هذا الفصل للإطار الفكري للمسؤولية البيئية والاجتماعية حيث سنتناول نشأتها وتطورها وتعريفها وأهميتها وأيضا مبادئها وأبعادها والفوائد الناتجة عنها وفي الأخير سنعالج موقعها بين بعض المدراس العلمية والمنظرين الاقتصاديين.

الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

تعددت الكتابات في المسؤولية البيئية والاجتماعية وطرحت وجهات نظر متعددة مثلت العديد من التيارات الفكرية لتعامل الشركات مع مجتمعاتها من جهة، ومن جهة أخرى، عكست هذه العلاقة طبيعة التطور الاقتصادي والاجتماعي ك مفهوم ذي علاقة مع العديد من المفاهيم الإدارية، لذلك سنتناول في هذا المبحث نشأة المسؤولية البيئية والاجتماعية وتطورها التاريخي ومفهومها.

المطلب الأول: نشأة وتطور المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

يبرز تطور مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات من خلال تطور الأهداف التي تتبناها الشركات اتجاه أصحاب المصالح المختلفة، ففي بداية الأمر وعند ظهور الأعمال، كان الاهتمام منصبا على مصالح المالكين لهذه الأعمال، واختصرت العديد من الأهداف في تحقيق الأرباح والإنتاج بكفاءة وفاعلية، ومع اشتداد المنافسة اتسعت النظرة للشركات واعتبرت كيانات اقتصادية – اجتماعية، تأخذ بعين الاعتبار الأهداف المتضاربة لجميع أصحاب المصلحة.

تعتبر فكرة مراعاة البيئة المحيطة اجتماعيا فكرة ليست جديدة، حيث نشأت مع نشأة المجتمعات، وتطورت بتطور الحضارات، ففي سنة 1929 ألقى عميد كلية إدارة الأعمال بجامعة هارفارد الأمريكية كلمة مفادها أن التجارة والأعمال بدأت منذ زمن بعيد إلا أنه حان الوقت أن يكون للأعمال الحرة أبعادا أخرى، كأن يكون لها بعد اجتماعي يؤخذ بعين الاعتبار كجزء من مسؤولية الشركات، ثم لاحقا أصبح لهذه الكلمات صدى حقيقي، حيث أصبح هناك ربط بين الأعمال والتنمية المستدامة¹.

1) المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات قبل سنة 1950:

تاريخ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات مثله مثل تاريخ التجارة والأعمال حيث يمكن أن يعزى إلى ما يقرب من 5000 سنة مضت. حوالي سنة 1700 قبل الميلاد، قام الملك حمورابي بصياغة قانون يتم بموجبه معاقبة البنائين والمزارعين حتى الموت في حالات الإهمال التي تسبب وفاة أشخاص آخرين أو إزعاج كبير للمواطنين المحليين، أما في روما القديمة فقد اشتكى أعضاء مجلس الشيوخ من فشل الشركات وعدم دفعها لضرائب كافية للمساهمة في تمويل حملاتهم العسكرية، بينما

¹ نوار محمد عماد الدين أنور، المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية – دراسة تطبيقية، مركز المديرين المصري، مسابقة الأبحاث السوية، 2010، ص ص 12-13.

في سنة 1622 فإن المساهمين في شركة الهند الشرقية – الهولندية عبروا عن استياءهم من الإدارة من خلال إصدار كتيبات تشكو من سرية الإدارة والإثراء الذاتي¹.

مع بداية الثورة الصناعية وعصر التصنيع، فإن آثار الأعمال على المجتمع والبيئة فرضت بعدا جديدا تماما، فبدافع الانتقادات الموجهة لنظام المصنع باعتباره مصدرا للمشاكل الاجتماعية بما في ذلك الفقر، الجريمة وكذا عمالة الأطفال فإن الكثير من رجال الأعمال في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين خصصوا جزءا من ثروتهم لدعم المشاريع الخيرية، كما حاول بعض رجال الأعمال تعزيز العلاقات المجتمعية من خلال بناء العيادات والتبرع بالمال لدور الأيتام وغيرها من الأنشطة المماثلة². البعض الآخر، مثل مصنع السيارات George Pullman، قام بخطوة أبعد من ذلك وقام بإنشاء مجتمعات صناعية نموذجية Model Industrial Communities لديها العديد من المرافق الخدمية المتطورة للموظفين.

بغض النظر عن تحسين ظروف معيشة الموظفين والعمل على قبول الشركة كنموذج في بيئة الأعمال، هذه الممارسات انتقدت ووصفت بأنها سياسات تهدف إلى السيطرة على حياة الموظفين³، واتهم رجال الأعمال الذين يزاولون مثل هذه الأنشطة بعدم الفهم لأنهم ينفقون أموال المساهمين. على سبيل المثال، عندما قررت شركة Ford سنة 1917 خفض ساعات عمل موظفيها وزيادة رواتبهم اتهمت من طرف صحيفة Wall Street بعدم فهم عالم الأعمال⁴.

على الرغم من الخلافات التي ترافق هذا الموضوع، استمرت المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في اكتساب أهمية، حيث نشر Chester Bernard في عام 1938 "وظائف السلطة التنفيذية"، بالإضافة إلى ما نشرته J. M. Clark سنة 1939 حول الرقابة المجتمعية على الأعمال، ثم الدراسة التي قام بها Theodore Krep والتي تتضمن قياس الأداء المجتمعي للأعمال، والتي نشرت عام 1940، تعتبر هذه الدراسات إشارات مبكرة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات⁵. واتخذ Bernard موقفا قويا بشأن القيادة الأخلاقية واقترح أن القيادة الفعالة تتطلب مهارات تقنية ومسؤولية، بدورها، جادلت Clark من أجل مزيد من السيطرة الاجتماعية على الأعمال لئتم ممارستها كوسيلة للحد من الفردية المفرطة التي يروج لها أنصار السوق الحرة. أما Krep فقد قدم مصطلح التدقيق الاجتماعي لأول مرة واستخدمه فيما يتعلق بالشركات للإبلاغ عن مسؤولياتهم الاجتماعية.

¹ BRASS N. D, **History of corporate social responsibility and sustainability**, http://www.brass.cf.ac.uk/uploads/History_L3.pdf , Accessed 14 February 2017.

² Carroll A. B, **A history of corporate social responsibility. Concepts and practices**, The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility, Oxford University Press, 2008, Vol 03, N° 02, pp 19-46.

³ Heald M, **The social responsibilities of business: Company and community**, New Brunswick, Transaction Books, 1970, pp 1900-1960.

⁴ Lewis D. L, **The public image of Henry Ford: An American folk hero and his company**, Detroit, Wayne State University Press, 1976, Vol 03, N° 02, p 32.

⁵ Carroll A. B, **Corporate Social Responsibility**, Business and Society, 1999, pp 268-295.

(2) المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات خلال سنوات 1950:

شهدت خمسينيات القرن الماضي ظهور حقبة جديدة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات عندما نشر Bowen عمله الأساسي بعنوان "المسؤوليات المجتمعية لرجل الأعمال" سنة 1953¹، حيث اعترف بأن مشاركة الشركات في المسؤولية البيئية والاجتماعية كانت مرتبطة بالمصلحة الذاتية من خلال الاهتمام الواضح بالمطالب العامة، وأدرجت إجراءات مثل دعم التعليم، والحفاظ على الموارد الطبيعية، والعمل الخيري، والعلاقات الإنسانية الجيدة في العمل، وغيرها من الأنشطة المماثلة كجوانب للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وكان من المسلم به أن لهذه الإجراءات عائدات عالية للشركات². وقال Bowen أن تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية ينبغي أن يتم طوعاً مع الحد الأدنى من التدخل الحكومي³.

في أعقاب عمل Bowen، رأى Theodore Levitt المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات خطراً محتملاً على أسس السوق الحرة وحذر من تهديد دور المؤسسات التجارية ودور الحكومة، ويمكن توضيح موقفه بشكل أفضل من خلال العبارة التالية: "إن وظيفة الحكومة ليست أعمالاً، والوظيفة التجارية ليست حكومة"⁴. والواقع أن هذا الخطر لم يكن خطراً كبيراً منذ أن وضعت سياسات الرعاية الاجتماعية في مرحلة ما بعد الحرب خطأ واضحاً بين مسؤوليات الأعمال التجارية ومسؤوليات الدولة.

غير أن مؤيدي إيديولوجية السوق الحرة رأوا أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تشكل تهديداً، وتواصل الجدل ضدها من أجل حماية استقلالية السوق. بناءً على حجة Levitt، اقترح Friedman أن المسؤولية البيئية والاجتماعية الوحيدة للشركة هي السعي لتحقيق أقصى قدر من العائدات لمساهميها ضمن الحدود التي يحددها القانون، وقد أصبح هذا الرأي من أكثر المواقف انتقاداً بشدة في أدبيات المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وحتى في الوقت الحاضر، يهدف العديد من العلماء إلى إثبات أن Friedman كان على خطأ. ويستند نهجه إلى نظرية الوكالة ويعني أن التزام الشركات يتمثل في الوفاء بمصالح المساهمين، وقال Friedman أن مسؤولية رعاية الجوانب الاجتماعية والبيئية من عمل الحكومة من خلال تطبيق القوانين وليس عمل الشركات. ويرى هذا

¹ Bowen H.R, **Social responsibilities of the businessman**, Harper & Row, New York, 1953, Vol 02, N° 01, p 52.

² Frederick W. C, **Corporation be good! The story of Corporate Social Responsibility**, Indianapolis, Dog Ear Publishing, 2006, Vol 04, N° 05, p 45.

³ Ibid, p10.

⁴ Levitt T, **The dangers of social responsibility**, Harvard Business Review, October 1958, p47.

الموقف المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات هدر للموارد التي يمكن استخدامها كعوائد للمساهمين أو كوسيلة للاستثمار الداخلي¹.

على الرغم من أنه من المعتقد على نطاق واسع أن نهج Bowen و Friedman يختلف اختلافا كبيرا، لكن في الواقع أنه ليس كذلك، فالافتراض الأساسي هو نفسه، أي اعتبار الشركات أنها منظمات تعظيم الأرباح التي تسعى فقط لتحسين أدائها المالي. الفرق في هذين الموقفين هو أن Bowen ينظر للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات كفرصة للشركات لزيادة فوائدها في حين اعتبرها Friedman تهديد.

(3) المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات خلال 1970 – 1980:

الاضطراب الاجتماعي الذي حدث في الستينيات والسبعينيات وكذا الأهمية المتزايدة تدريجيا لمعالجة المشاكل البيئية قد أدت إلى توسيع نطاق المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات. وهكذا، وبصرف النظر عن الاعتراف بالدوافع المالية للشركات لتبني المسؤولية البيئية والاجتماعية، اقترح باحثون مثل Davis أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ينبغي تحليلها من منظور مختلف، ويشمل النهج الجديد بعدا أخلاقيا في الحجة، أي أنه يقترح أن تتبنى الشركات أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية لأن ذلك هو الشيء الصحيح الذي يجب القيام به وليس لأن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تنطوي على فوائد محتملة للشركات.

على نفس المنوال، نشرت لجنة التنمية الاقتصادية* Committee for Economic Development في بداية السبعينيات إعلانها الرائد حول المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، حيث ادعت أن الشركات يجب أن ينظر إليها على أنها منظمات تعمل داخل المجتمع كله وليس فقط في السوق². وكان من المتوقع ألا يقتصر عمل الشركات على إنتاج المنتجات وتقديم الخدمات والقيام بأعمال خيرية فحسب، بل يتعين عليها أيضا أن تعمل بطريقة تمكنها من الإيفاء بالاحتياجات والتوقعات المجتمعية. وتشير لجنة التنمية الاقتصادية بوضوح إلى مفهوم العقد الاجتماعي، الذي ينسب إلى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات فكرة إلزامية وليس طوعية، ويتوقع من الشركات أن تتخذ إجراءات في عشرة مجالات رئيسية هي: النمو الاقتصادي والكفاءة، والتعليم، والعمالة والتدريب،

¹ McWilliams A, Siegel D. S & Wright P. M, **Corporate Social Responsibility: Strategic implications**, Journal of Management Studies, Guest editors' introduction, 2006, pp 1-18.

* منظمة غير ربحية، منذ نشأتها في عام 1942، اهتمت بتعزيز النمو الاقتصادي المستدام والتنمية. أدى عملها في تلك السنوات القليلة الأولى إلى تحقيق إنجازات كبيرة في مجال السياسات، بما في ذلك خطة مارشال، وبرنامج التنمية الاقتصادية الذي ساعد على إعادة بناء أوروبا والمحافظة على السلام؛ واتفاق بريتون وودز الذي أنشأ النظام المالي العالمي الجديد، وكل من البنك الدولي وصندوق النقد الدولي.

² Frederick W. C, Op. cit, p151.

والحقوق المدنية وتكافؤ الفرص، والتجديد الحضري والتنمية، والحد من التلوث، والاستجمام، والثقافة والفنون، والرعاية الطبية¹.

الشيء المهم هو أن هذا التقرير اقترح أن تتعاون الشركات مع الحكومات لكي تنجح في معالجة هذه المواضيع²، وقد نقل هذا المنشور جدول الأعمال إلى ما وراء مصالح الشركات وربط عملياتها بأهداف مجتمعية أوسع نطاقاً، غير أن هذا الاتجاه لم يدم طويلاً؛ حيث كشف مسح أجري بعد عامين بين رجال الأعمال نهجاً مختلفاً لكيفية تنفيذ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات حيث لم يذكر المستطلعين أي شيء عن التعاون مع الحكومة مما يدل على تفضيل حماية استقلالية السوق الحرة³.

بعد معرفة أهمية موضوع المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تغير اتجاه البحث وصارت البحوث تركز على ما يمكن للشركات القيام به للرد وتلبية المطالب المجتمعية بدلاً من الخوض في ما إذا كانت الشركات يجب أن تتبنى المسؤولية البيئية والاجتماعية أم لا⁴. وقدمت مساهمتان في ذلك الوقت توجيهات هامة لنهج عملي أكثر لتحليل المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، كان أولها نظرية Ackerman و Bauer سنة 1976 للاستجابة المجتمعية للشركات حيث شددوا على أن عمليات الإدارة الداخلية يمكن أن تجعل الأعمال أكثر مرونة في الاستجابة للتغيرات في البيئة المجتمعية، وقال الباحثان إن الشيء المهم للعمل ليس فقط اتخاذ قرار ما يجب القيام به، ولكنه تحديد استراتيجية التنفيذ بمعنى تحديد الإجراءات اللازمة لإدارة استجابة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

المساهمة الثانية هي نموذج Carroll ثلاثي الأبعاد للأداء المجتمعي للشركات⁵، وفي هذا النموذج الذي يشبه التسلسل الهرمي للاحتياجات عند Maslow، قال Carroll إن المسؤوليات المجتمعية للأعمال يجب أن تتضمن أربعة أبعاد: اقتصادية، قانونية، أخلاقية، تقديرية أو خيرية. جعل نموذج Carroll نظرية المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات أكثر قابلية للتطبيق حيث اقترح وسيلة لمساعدة الشركات في تنفيذ ممارسات المسؤولية البيئية والاجتماعية، واقترح الباحث أن تحدد الشركات أولاً مسؤولياتها المجتمعية وكذا جوانب المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بصفة عامة، ثم تقرر ما إذا كانت سترد على نحو استباقي أو تفاعلي. على الرغم من أن النموذج قد يبدو مبسطاً في

¹ Frederick W. C, Op. cit, p152.

² Carroll A. B, Op. cit, pp 19-46.

³ Eilbert H & Parket I. R, **The current status of Corporate Social Responsibility**, Business Horizons, August 1973, pp 5-14.

⁴ Preston L. E, **Corporation and society: The search for a paradigm**, Journal of Economic Literature, 1975, pp 434-453.

⁵ Carroll A. B, **A three-dimensional conceptual model of corporate performance**, Academy of Management Review, 1979, pp 497-505.

ذلك الوقت، إلا أنه حدد لأول مرة استراتيجية واضحة للشركات في مجال المسؤولية البيئية والاجتماعية¹.

4) المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات خلال سنوات 1980:

انتشار الآراء الاقتصادية الليبرالية الجديدة في الثمانينيات لم يترك مجالاً للأبعاد الأخلاقية والخيرية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، ولم يكن المناخ السياسي والاقتصادي موافقاً لأي أفكار تتعلق بالتعاون بين الشركات والحكومات، وقد تحول اهتمام الباحثين والممارسين نحو المسائل الاقتصادية بدلاً من المسائل المجتمعية. وأدى ذلك إلى تغيير جذري فيما يتعلق بمسؤوليات الشركات وتلك التي تضطلع بها الدولة، فقد تقلصت مسؤوليات هذه الأخيرة مما أدى إلى انتقادات شديدة لتدابير القيادة والسيطرة وإلى إدخال أدوات ملائمة للسوق مثل معايير الإدارة ومدونات قواعد السلوك، والغرض من هذه التدابير هو مساعدة الشركات على الاستجابة لمسؤولياتها المتزايدة نتيجة للخصخصة التدريجية للعديد من قطاعات الاقتصاد التي كانت تديرها الدولة في السابق.

وكان رد فعل الباحثين على هذه التطورات هو اعتماد نهج إداري لتحليل المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات². في هذا السياق، فقد ظهرت نظرية أصحاب المصلحة في منتصف الثمانينيات، واتساقاً مع المناخ السياسي والتجاري في هذه الحقبة، اقترح هذا النهج أن تركز الشركات على العملاء والموردين والموظفين وكذا المجتمع³. لم تكن نظرية أصحاب المصلحة مرتبطة بأي واجب أخلاقي لتطبيق المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، لكنها سلطت الضوء على ضرورة المشاركة في المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات نظراً لإمكانية تحصيل فوائد مادية.

قد أثر القبول الواسع لهذه النظرية على الطريقة التي بدأ ينظر بها إلى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات كضرورة وليست كخيار، وتبنت المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تعزيز مصالح الشركات من خلال العمل على تعزيز البيئة التي تعمل فيها هاته الشركات، وهذا التصور قد دفع بالبحث في هذا الميدان إلى اتجاه كان فيما بعد واحداً من أكثر وجهات النظر المتبناة، وهو إثبات وجود صلة بين الأداء المالي والأداء الاجتماعي للشركات.

¹ Blowfield M. & Murray A, **Corporate responsibility: A critical introduction**, Oxford University Press, Oxford, 2008, Vol 04, N°01, p 26.

² Carroll A. B, **Managing Corporate Social Responsibility**, Little Brown and Co, Boston, 1979, Vol 02, N° 01, p46.

³ Freeman R. E, **Strategic management: A stakeholder approach**, Pittman, Boston, 1984, Vol 01, N° 01, p51.

(5) المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات خلال سنوات 1990:

بعد تزايد الانهيارات المالية للشركات الكبرى مثل Bhopal، Chernobyl و Exxon و Valdez بدأ العامل الأخلاقي يكتسي أهمية في الحديث عن بيئة الأعمال. وهكذا، في بداية التسعينات، جادل باحثون مثل Donaldson و Davis سنة 1991 مرة أخرى بأن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يجب أن تكون جزءا من بيئة أعمال الشركة من منطلق أنها الشيء الصحيح الذي يجب القيام به وليس بسبب تأثيرها على الأداء المالي للشركة. وفي سياق مماثل، اقترح Wood سنة 1991 استنادا إلى نظرية الاستجابة الاجتماعية للشركات Corporate Social Responsiveness، الحاجة إلى تحقيق نتائج ملموسة بشأن تحسين العلاقات التجارية والمجتمعية واقترح أن تشمل مسؤوليات العمل الأعمال الخيرية زيادة على المسؤوليات المالية والقانونية، وعلق Wood أهمية كبيرة على الأداء المجتمعي وجادل بأن سلوك الشركات يجب أن يتغير من أجل "إنتاج ضرر أقل ونتائج أكثر فائدة للمجتمع"¹. وأدى هذا البحث إلى ظهور مفهوم المواطنة المؤسسية Corporate Citizenship الذي أصبح في وقت لاحق تيارا منفصلا في هذا المجال، وقد استخدم هذا المصطلح الجديد على نطاق واسع من قبل الشركات التي واجهت انتقادات علنية حول عملياتها، بما في ذلك Shell، Ikea و Wall-Mart في سعيهم لإعطاء صورة مجتمعية جيدة حول أدائهم المجتمعي. على الرغم من أنه في الواقع ليس هذا سوى إعادة تعريف للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، إلا أنه قد خلق تيار فكري يركز على الطبيعة السياسية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات².

خلال التسعينيات ركز الباحثون على مواضيع المسؤولية البيئية، وقد أدرجت الأولى بوصفها بعدا للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بعد قمة الأرض Earth Summit في Rio عام 1992، وقد تم تحليل المسؤولية البيئية في معظمها كمورد يمكن أن يؤدي إلى ميزة تنافسية مستدامة. وفي هذا السياق، أجرى كل من Hart سنة 1995 و Russo و Fouts سنة 1997 تعديلات على النظرة القائمة على الموارد Resource Based Review وشرعوا في إثبات الصلة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والربحية المالية. وفيما يتعلق بنظرية أصحاب المصلحة، قام الباحثون بتوسيع نطاقها من خلال تضمينها العامل الأخلاقي ومحاولتهم أيضا التعامل مع مشكلة تعريف أصحاب

¹ Wood D, **Corporate social performance revisited**, Academy of Management Review, 1991, p68.

² Crane A, McWilliams A, Matten, D & Siegel D, **The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility**, Oxford University Press, Oxford, 2008, Vol 06, N° 01, p113.

المصلحة¹. وبشكل أكثر تحديداً، شدد Jones وكل من Donaldson و Preston سنة 1995 على الأبعاد الأخلاقية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات².

حتى عام 2000 اعتمدت أكثر من 120 دراسة هذا النهج، والمعروفة باسم حالات الأعمال للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات³، وعلى الرغم من وجود أدلة متناقضة على وجود علاقة بين الممارسات المسؤولة للشركات والأداء المالي، إلا أن هذا الاتجاه لا يزال قائماً إلى هذه الأيام يؤثر على أبحاث المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بشكل عام.

(6) المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في القرن 21:

أثارت فضائح الشركات في بداية عام 2000 نهجا آخر لتحليل المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وقد ثبت أن الشركات التي كانت تحظى باحترام كبير (Enron-Arthur Andersen، Parmalat-Deloitte، Touche Tohmatsu و Grant Thornton) تعمل بشكل غير قانوني مما أدى إلى هز ثقة أصحاب المصلحة، وأبرزت الحاجة إلى وسائل أكثر فعالية لحوكمة الشركات، فبدأ الباحثون بتحليل الجوانب الاستراتيجية لمسؤولية الشركات مع التركيز على كيفية دمج الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في استراتيجية أعمالها وكيفية استخدامها لمصلحتهم الخاصة. ووصف Baron سنة 2001 هذا النوع من مسؤولية الشركات بالمسؤولية المؤسسية الاستراتيجية Strategic Corporate Responsibility وتشير إلى الحالات التي تستخدم فيها الشركات المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لتحقيق منفعة.

شهد العقد الماضي ظهور مجموعة متزايدة من البحوث تركز على المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة Small & Medium Sized Entreprises، ويؤكد الباحثون في هذا الموضوع أن ممارسات المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في الشركات الصغيرة والمتوسطة قد تكون مختلفة عن الممارسات التي تعتمدها الشركات الكبيرة، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قد تكون شاركت بالفعل في موضوع المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات دون استخدام لغة المسؤولية البيئية والاجتماعية بشكل صريح⁴.

¹ Donaldson T. & Preston L. E, **The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence and implications**, Academy of Management Review, 1995, Vol 20, N°1, pp 65-91.

² Mitchell R. K, Agle B. R & Wood D. J, **Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts**, Academy of Management Review, 1997, Vol 22, N°4, pp 853-886.

³ Margolis J. D & Walsh J. P, **People and profits? The search for a link between a company's social and financial performance**, Lawrence Erlbaum, Mahwah, 2001, Vol 18, N°05, p85.

⁴ Roberts S, Lawson R & Nicholls J, **Generating regional-scale improvements in SME corporate responsibility performance: Lessons from responsibility northwest**, Journal of Business Ethics, Vienna, 2006, Vol 67, N°3, pp 275-86.

يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة أن تستفيد من المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات من أجل تحسين أعمالها وتطوير الميزة التنافسية لديها، وخلص الباحثون أيضا إلى أن أطر نظام العمل مثل ISO 9001 يمكن أن تكون بمثابة وسيلة لدمج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في العمليات اليومية للشركة، وقد أكد Tilley سنة 2003 على أن جدولة أعمال المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات قد لا يكون دائما تهديدا للأعمال التجارية ولا يشكل تكلفة إضافية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، بل يمكن أن يوفر مجالا كبيرا للميزة التنافسية للشركة، وعلى نفس المنوال، اقترح Jenkins سنة 2009 أن خصائص الشركات الصغيرة والمتوسطة يمكن أن تساعد على اعتماد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات وبالتالي ضمان تحقيق أقصى قدر من الفوائد التجارية.

في الوقت الحالي تتركز جهود البحث على الجوانب العملية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وهناك حاجة معترف بها لتحسين المناهج القائمة وإدراج مناهج جديدة¹. وكقاعدة عامة، يمكن القول بأن العلماء يواصلون تركيز وتنقيح الافتراضات والمفاهيم الأساسية في هذا المجال، وأن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في حالة تطور مستمر². أحد الأمور المؤكدة هو أن الغموض الذي يحيط ببحوث المسؤولية الاجتماعية قد خلق منظورين متعاكسين حول إمكانية هذا المفهوم في التأثير على الطريقة التي تعمل بها الشركات، أول هذين المنظورين ينظر للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات باعتبارها تطور حاصل على مستوى الشركة، مما يمكن أن يعزز الأداء الاجتماعي والمالي للشركات³. وجهة النظر الأخرى لها موقف مشكك حول إمكانية المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في التأثير على ممارسة الأعمال التجارية، ووفقا لذلك، يرى مؤيدو هذا الموقف أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تعتبر كموه يستخدم في الغالب كمورد له القدرة على زيادة أرباح الشركات⁴.

¹ Wood D, **Measuring corporate social performance: A review**, International Journal of Management Reviews, 2010, Vol 12, N°1, pp 50-84.

² Lockett A, Moon J & Visser W, **Corporate Social Responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence**, Journal of Management Studies, 2006, Vol 43, N°1, pp 115-136.

³ Carroll A. B, Op. cit, pp 19-46.

⁴ Vogel D, **The potential and limits of corporate social responsibility**, Brookings Institution Press, Washington D.C, 2005, Vol 15, N°04, p76.

المطلب الثاني: مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

على الرغم من الاهتمام بهذا المفهوم في برامج الشركات والبحوث، فإن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لا تزال مفهوما لم يحظى بقبول عالمي بعد¹. ويجادل الكثيرون بأن المعنى الدقيق للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ليس واضحا²، بالإضافة إلى ذلك، لا يوجد سوى توافق ضئيل بين الآراء حول جوانب أخرى من المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، بما في ذلك ما ينبغي أن تكون عليه نتائجها أو من ينبغي أن يقوم بتطبيقها³. المشكلة التي تكمن في إعطاء تعريف للمسؤولية الاجتماعية للشركات هو أن لها معاني تختلف باختلاف قارئها⁴، ففي حين أن هناك اتفاق على أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تتعامل مع الالتزامات المجتمعية للشركات هناك شك في ما يمكن أن تشمل هذه الالتزامات⁵.

قامت إحدى الدراسات الحديثة باحتساب 37 تعريفا للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات⁶، وقد اعتمد العديد من هذه التعاريف نهجا عاما في حين كانت تعاريف أخرى أكثر تحديدا، فعلى سبيل المثال، أكد Friedman سنة 1962 بشكل غامض أن المسؤولية البيئية والاجتماعية الوحيدة للشركة هي السعي لتحقيق أقصى قدر من العائدات لمساهميها ضمن الحدود التي يحددها القانون⁷. في المقابل، يرى Carroll أن المسؤولية البيئية والاجتماعية لأعمال تشمل ما يتوقعه المجتمع من الشركات من الناحية الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتقديرية في وقت معين⁸.

حاولت دراسات أخرى تبني نهج أكثر تركيزا من خلال اقتراح أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات هي كذب على أصحاب المصلحة الذين يؤثرون بشكل مباشر أو غير مباشر على عمليات الشركات⁹، غير أن هناك مشكلة أساسية تتعلق بهذا النهج، وهي أنه من الصعب جدا تحديد أصحاب المصلحة في الشركة. التعريف الذي اقترحه McIntosh سنة 1998 كان أكثر تحديدا

¹ Windsor D, **Corporate social responsibility: Three key approaches**, Journal of Management Studies, 2006, Vol 43, N°1, pp 93-114.

² Crane A, McWilliams A, Matten D. & Siegel D, Op. cit, p 151.

³ Smith C. & Halina W, **Business as usual is not the answer to society's problems**, Journal of Management Studies, 2009, pp 8-9.

⁴ Kuznetsov A, **Latest in CSR research: Linking research and teaching, Responsible Corporate Citizenship: The Role of Business Educators**, Corporate Social Responsibility BAM Special Interest Group, Moscow, 2008, Vol 14, N°03, P 45.

⁵ Smith C, **Corporate social responsibility: Whether or how?** Center for Marketing Working Paper, California Management Review, 2003, Vol 45, N°4, pp 52-76.

⁶ Dahlsrud A, **How Corporate Social Responsibility is defined: An analysis of 37 definitions**, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 2006, Vol 15, N°1, pp 1-13.

⁷ Nalini Krishnan, **Impact of corporate social responsibility on the financial and non-financial performance of select bse listed companies**, Phd thesis not published, Department of Business Management, Patil University, October 2012, pp 6-11.

⁸ Carroll A. B, Op. cit, 1979, p 500.

⁹ Donaldson T. & Preston L. E, Op. cit, pp 65-91.

لأنه يترجم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات إلى مجموعة من الأنشطة المؤسسية في المجالات الثمانية التالية بالترتيب: حوكمة الشركات، البيئة، حقوق الإنسان، مكان العمل، التجارة العادلة، الاستثمار الأخلاقي، رعاية الحيوان، الحماية والتعليم¹.

بصرف النظر عن المحاولات الأكاديمية لتحديد تعريف للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، قد وضعت هيئات ومنظمات مختلفة التعاريف الخاصة بها، فعلى سبيل المثال، حدد مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة* World Business Council for Sustainable Development المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على أنها التزام الشركات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، والعمل مع الموظفين وأسرهم والمجتمع ككل من أجل تحسين مستواهم المعيشي².

يصبح الوضع أكثر تعقيدا لأن الشركات التجارية أيضا قدمت تعريفاتها الخاصة للموضوع، وتكشف عملية التصفح من خلال المواقع الشبكية للشركات الكبرى أن جميعها توفر تفسيرها الفريد الخاص بالمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وكما يمكن ملاحظته، التعريفات أسفله تشير فيها الشركات إلى الأنشطة التي تعزز دعم المجتمع المحلي والموظفين، والتخفيف من أثر أعمالهم.

▪ **شركة Unilever:** نسعى لتحقيق أثر إيجابي من خلال العلامة التجارية، وعملياتنا التجارية وعلاقتنا وكذا من خلال المساهمات الطوعية، وكذلك مختلف الطرق الأخرى التي نتعامل بها مع المجتمع³.

▪ **شركة Philips:** نحن نعيش في تراثنا من الالتزام الاجتماعي أين نستخدم قدراتنا لتعزيز حياة موظفينا والمجتمع بشكل عام، ونحن نؤمن أن مسؤوليتنا تمتد إلى كامل سلسلة القيمة ونرى استدامة الموردين كمسألة مهمة من حيث رعاية البيئة والموظفين⁴.

▪ **شركة Shell:** تحدد مبادئ الشركة ومدونة قواعد السلوك قيمنا الجوهرية المتمثلة في الصدق والنزاهة واحترام الناس، وهي في صميم إدارة أعمالنا، ويتم ترجمتها إلى متطلبات محددة من

¹ Nalini Krishnan, Op. cit, pp 6-11.

* هو رابطة عالمية تحت قيادة مدير تنفيذي لنحو 200 شركة تتعامل على وجه الخصوص مع الأعمال التجارية والتنمية المستدامة. ويوفر المجلس منتدى للشركات لاستكشاف التنمية المستدامة وتبادل المعارف والخبرات وأفضل الممارسات، وللتوعية بموقع قطاع الأعمال التجارية حول هذه القضايا في العديد من المنتديات وللعمل مع الحكومات، والمنظمات غير الحكومية والمنظمات الحكومية الدولية.

² WBCSD, **Corporate social responsibility: Meeting changing expectations**, World Business Council for Sustainable Development, Geneva, 1998.

³ Unilever, Purpose and principle, <http://www.unilever.co.uk/aboutus/purposeandprinciples/>, 2009, Accessed 26 March 2017.

⁴ Philips, Sustainability, <http://www.philips.co.uk/about/sustainability>, 2009, Accessed 26 March 2017.

خلال مجموعة من الالتزامات والمعايير على مستوى الشركة التي تحدد كيفية عملنا بطرق مسؤولة اجتماعيا وبيئيا¹.

- **شركة GAP***: نحن حريصون على جعل العالم من حولنا مكانا أحسن ونعمل على تخفيف تأثيرنا السلبي على هذا الكوكب، القيام بما هو صحيح يأتي بطبيعة الحال من الذين يعملون في شركتنا، وموظفينا هم أساس التزام شركتنا لتحقيق الخير الاجتماعي والبيئي².
- **شركة McDonald's**: بالنسبة لشركتنا، فإن مسؤولية الشركات هي أن نعيش قيمنا كل يوم والتي تتمثل في اتخاذ الإجراءات والتدابير وتحقيق النتائج والحفاظ دائما على قنوات مفتوحة من التواصل مع عملائنا وأصحاب المصلحة الرئيسيين الآخرين. نحن مصممون على تحسين أداءنا الاجتماعي والبيئي باستمرار ونعمل بجد، جنبا إلى جنب مع موردينا وممثلي المطاعم المستقلة، ونسعى نحو مستقبل مستدام لشركتنا وللمجتمعات التي نعمل فيها³.

على الرغم من التنوع القائم في وجهات النظر حول جوهر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، فمن الممكن تحديد خصائص معينة لهذا المفهوم، ويتفق معظمهم على أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات متوافقة بطبيعتها مع تحقيق الربح وتركز في نفس الوقت على تلبية المطالب المجتمعية⁴. كما يقول Vogel بأن كل الكتابات المعاصرة تقريبا على المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تؤكد ارتباطها بربحية الشركات⁵، وعلاوة على ذلك، تؤكد المفاهيم المعاصرة لممارسات المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على العنصر الطوعي لها وتتصور عادة ممارسات المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على أنها إجراءات تتجاوز تلك المنصوص عليها في القواعد القانونية⁶. بالإضافة إلى ذلك، ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مبادرة تشجع التنظيم الذاتي للأعمال كبديل عن تنظيم الدولة⁷.

¹ Shell, Responsible energy,

http://www.shell.com/home/content/responsible_energy/nef/?utm_source=promo&utm_medium=owned&utm_content=overlay&utm_campaign=NEF, 2009, Accessed 06/04/ 2017.

* تتواجد مجموعة أسواق الجاب الأمريكية للملابس والإكسسوارات في مدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا الأمريكية. تم إنشاء تلك المجموعة في عام 1969 على يد كل من دونالد فيشر ودوريس فيشر وتمتلك الشركة خمسة توكيلات رئيسية وهي Old Navy و Banana Republic و Athleta و Piperlime و Gap Banner.

² GAP, Social responsibility, <http://www.gapinc.com/GapIncSubSites/csr/MakeADifference/Gap.shtml>, 2014, Accessed 06/04/2017.

³ McDonalds, Mcdonald's corporate responsibility,

<http://www.crmcdonalds.com/publish/csr/home/report.html.2009>, 2009, Accessed 06/04/2017.

⁴ Doane D, **Beyond corporate social responsibility: Minnows, mammoths and markets**, pp 215-29.

⁵ Vogel D, Op. cit, p 85.

⁶ McWilliams, A & Siegel D, **Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective**, Academy of Management Review, 2001, Vol 26, N°1, pp 117-127.

⁷ Albareda L, **Corporate responsibility, governance and accountability: From selfregulation to co-regulation**, Corporate Governance, pp 430-439.

من ناحية، تعد تعددية التعاريف مفيدة في فهم مجموعة واسعة من المواضيع التي تقع تحت عنوان المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات¹، ومن ناحية أخرى، فإن كثرة التعريفات تعيق مواصلة التطوير في هذا الميدان²، حيث يجد الأكاديميون صعوبة في إنشاء مجموعة من البيانات المتسقة التي تمكنهم من مقارنة النتائج وفهم الآثار المترتبة على ممارسات المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات³.

رغم وجود الكثير من العلماء الذين يخلطون بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والعمل الخيري⁴، إلا أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تتجاوز المساعدات الخيرية أو التبرعات، وعلى الرغم من أن التجسيديات المبكرة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالإجراءات الخيرية⁵، فقد تحولت المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في السنوات الأخيرة إلى ممارسة تجارية يتم التعامل بها بشكل متزايد كعنصر أساسي في الإدارة الاستراتيجية الحديثة⁶.

المطلب الثالث: أبعاد ومبادئ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

تعددت أبعاد ومبادئ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بتعدد الأطراف ذات العلاقة مع الشركة وكذا الأهداف التي ترمي إليها كل شركة.

(1) أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات:

أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات متنشعبة ومتعددة بعدد الأطراف التي لها علاقة بالشركة لذلك سعى العديد من الكتاب والباحثين إلى محاولة تحليل أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وقد تناول كل منهم تلك الأبعاد من وجهة نظر مختلفة، ووضعوا لها مسميات متباينة، لذلك سنقوم بسررد بعض وجهات النظر، فنلاحظ أن Pride & FeiTell قد حددا أربعة أبعاد تمثلت في⁷:

■ **المسؤولية الإنسانية:** أي أن تكون الشركة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في التنمية وتطوير المجتمع وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.

¹ Burchell J, **The corporate social responsibility reader**, Routledge, Oxon, 2008, p 43.

² Lockett A, Moon J & Visser W, Op. cit, pp 115-136.

³ Hart S, **Self-regulation, corporate social responsibility, and the business case: Do they work in achieving workplace equality and safety?** Journal of Business Ethics, 2010, pp 585-600.

⁴ Brammer S & Millington A, **Corporate reputation and philanthropy: An empirical analysis**, Journal of Business Ethics, Vienna, 2005, pp 29-44.

⁵ Heald M, **The social responsibilities of business: Company and community**, Brunswick, Transaction Books, 1970, p 53.

⁶ Kuznetsov A. & Kuznetsova O, **The role of stakeholders in shaping managerial perceptions of CSR in Russia**, European Journal of International Management, 2010, pp 257-272.

⁷ Pride M, William and Ferrell, C. O, **Marketing Concepts and Strategies**, Ninth Edition, Houghton, Mifflin company, Boston, 1997, p 84.

- **المسؤولية الأخلاقية:** بمعنى أن تكون الشركة مبنية على أساس أخلاقي، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.
- **المسؤولية القانونية:** أي أن الشركة يجب أن تلتزم باتباع القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.
- **المسؤولية الاقتصادية:** ويقصد بها أن تكون الشركة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

أما Caroli فقد فصل هذه المستويات الأربعة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات كالتالي¹:

- **المسؤوليات الاقتصادية:** وتمثل مسؤوليات أساسية يجب أن تضطلع بها الشركات، من حيث إنتاج السلع والخدمات ذات القيمة للمجتمع بتكاليف معقولة ونوعيات جيدة، وفي إطار هذه المسؤوليات تحقق الشركة العوائد والأرباح الكافية لتعويض مختلف مساهمات أصحاب رأس المال والعاملين وغيرهم.
- **المسؤوليات القانونية:** وهذه المسؤوليات عادة ما تحددها الحكومات بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تخرقها الشركات وأن تحترمها، وفي حالة عكس ذلك فإنها تقع في مشكل قانوني، وفي إطار هذه المسؤوليات يمكن الإشارة إلى إتاحة فرص العمل بصورة متكافئة للجميع دون تمييز بسبب الجنس أو العرق أو غيرها.
- **المسؤوليات الأخلاقية:** يفترض في إدارة الشركات أن تستوعب الجوانب القيمية والأخلاقية والسلوكية والمعتقدات في المجتمعات التي تعمل فيها، وفي حقيقة الأمر فإن هذه الجوانب لم توطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمرا ضروريا لزيادة سمعة الشركة في المجتمع وقبولها، فعلى الشركة أن تكون ملتزمة بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه.
- **المسؤوليات الخيرية:** وتتمثل في المبادرات الطوعية والغير ملزمة للشركة حيث تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي من قبيل برامج تدريب لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر لعموم المجتمع، أو لفئات خاصة في المجتمع، ولا تتوخى إدارة الشركات من هذه البرامج زيادة الأرباح أو رفع الحصة السوقية أو ما شابه من ذلك.

وأما Wolfgang فقد أشار في البحث الذي نشره في جامعة كاليفورنيا إلى أنه يمكن تقييم المسؤولية البيئية والاجتماعية من خلال الأبعاد التالية²:

¹ العايب عبدالرحمن، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف، السنة الجامعية 2010/2011، ص59.

² فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، 2003، ص49.

- **المسؤولية اتجاه المجتمع والثقافة:** ويتضمن هذا البعد مدى مساهمة الشركة في الحياة الثقافية للمجتمع، مثل: الدين، الفنون، الأدب والرياضة، آليات التعامل مع المنظمات غير الحكومية واستخدام الموارد المحلية في الإنتاج.
 - **المسؤولية اتجاه الأفراد المتأثرين بأنشطة المنظمة:** تشمل علاقة إدارة الشركة مع العاملين فيما يخص ساعات العمل، الأمان الوظيفي، أوضاع العمل، المكافآت ... الخ. كما تشمل العلاقات مع جماعات المجتمع المحلي كالأجانب والأقليات العرقية.
 - **المسؤوليات اتجاه البيئة الطبيعية:** من خلال الالتزام بالأنظمة البيئية الصادرة من الجهات ذات العلاقة، وتطال قوائم التوازن البيئي التي تعدها الشركة.
- كما حدد كل من Plazzi و Starcher سنة 2000 أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية بستة أبعاد أساسية تمثلت في¹:
- **المستهلكين:** حيث أن الشركات تضع المستهلك في المقدمة دائماً، وتركز على توفير ما يحتاجه وبالنوعية الجيدة.
 - **العاملين:** حيث تزايدت الدعوات التي تنادي بضرورة توفير ظروف عمل مناسبة، حيث تبين لأغلب الشركات الناجحة أن رضا المستهلكين يحقق نتائج عالية من خلال رضا العاملين.
 - **شركاء العمل:** أوضحت الكثير من الدراسات أن الاعتماد على مجهزين تعتمد عليهم الشركة في مختلف الظروف من خلال إقامة علاقات طويلة الأمد معهم يحقق للشركة النجاح ويحقق لها ميزة تنافسية عن بقية الشركات.
 - **البيئة:** وفي هذا الصدد يوجه رئيس قمة مؤتمر الأرض Earth summit الذي عقد في مدينة ريودي جانيرو بالبرازيل عام 1992 نصائحه للمصنعين بقوله: "اترك العالم أفضل مما وجدته، خذ من البيئة ما تحتاج فقط، لا تحاول أن تؤذي الحياة أو البيئة".
 - **المجتمعات المحلية:** يجب أن تهتم الشركات بالمجتمعات المحلية من خلال توفير فرص العمل، الرواتب المجزية، عائدات الضرائب، توفير السكن، تقديم الدعم لبناء المشاريع ... وغيرها.
 - **المستثمرين:** أثبتت العديد من الدراسات ومنها دراسة Willard Marriott وهو المدير التنفيذي لشركة Marriott أن المسؤولية البيئية والاجتماعية ترتبط إيجاباً مع الأداء المالي، وأن أغلب المستثمرين في الشركات الكبرى يعلمون أن الإعلان عن شركاتهم بأنها مسؤولة اجتماعياً وبيئياً يحقق لها ميزة تنافسية تميزها عن باقي الشركات في السوق.

¹ Plazzi, Marcello and Starcher, George, **Corporate Social Responsibility and Business Success**, Journal of Business Ethics, Vienna, 2001, pp 56-62.

هذا التحديد لأبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية يتفق مع ما جاء به البروفيسور Schiebel في بحثه الذي ألقاه في جامعة Boku بفيينا سنة 2000، والذي حدد أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية في المعادلة التالية¹:

$$F(CSR) = (FP, ECM, CL, R, OC, BIR)$$

وترمز المصطلحات المذكورة إلى مايلي:

FP: الأداء المالي.

ECM: التزام ودافعية العاملين.

CL: ولاء المستهلك.

R: تقليل الخطر.

OC: تخفيض تكاليف التشغيل.

BIR: تعزيز سمعة وصورة العلامة التجارية.

CSR: المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة.

حيث يعتبر المسؤولية البيئية والاجتماعية متغير تابع لكل من المتغيرات المستقلة الأخرى، أي أن أي تغيير يطرأ على المسؤولية البيئية والاجتماعية يكون سببه أحد العناصر المذكورة في المعادلة أعلاه.

أثبتت الدراسات بأن كل بعد من أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية التي تم التطرق إليها له تأثير مختلف على الأداء المالي للشركة، فمثلا أظهر الباحث Berman وآخرون سنة 1999 أن العلاقة مع الموظفين وجودة المنتج يؤديان إلى تحسين ربحية الشركة، أما الأبعاد الأخرى فلم يكن لها أي تأثير. نفس الشيء بالنسبة للدراسة التي قام بها كل من Hillman و Keim سنة 2001 والباحث Back Hans سنة 2002 التي أظهرت أن كل من الاختلاف، المجتمع والبيئة هي الأبعاد الثلاثة الوحيدة التي لها تأثير إيجابي على الأداء المالي، وعليه تم التوصل أن كل بعد من أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية له تأثير مختلف باختلاف نشاط الشركات².

(2) مبادئ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات:

حسب Friedman فإن الشركة خلال تبنيها للمسؤولية البيئية والاجتماعية سوف تهدف إلى تحقيق الحد الأقصى للأرباح، لكن حسب J. William أستاذ الأخلاق في جامعة جورج تاون ورئيس سابق في الجامعة الكاثوليكية الأمريكية فإن الأرباح ليست الهدف النهائي للشركة بل هي مجرد وسيلة

¹ Schiebel, Walter, *Corporate Ethics as A Factor for Success*, Journal of Business Ethics, Vienna, October 2000, pp 3-4.

² Nalini Krishnan, Op. cit, pp 6-11.

لوصول إلى الأهداف المنشودة¹، وهنا ظهرت العديد من المبادئ التي تحدد الهدف الرئيسي الذي تسعى إليه الشركة التي تتبنى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يمكن تلخيصها كالآتي²:

1. **الحماية وإعادة الاصلاح البيئي (Environmental restoration):** بفضل تقديم الشركة لمنتجات وخدمات وممارسة الأنشطة اليومية التي تراعي البيئة مع الترويج للتنمية المستدامة.
2. **القيم والأخلاقيات (Ethics):** حيث يقع على عاتق الشركة تطوير وتطبيق المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب المصلحة.
3. **المساءلة والمحاسبة (Accountability):** الكشف عن البيانات وتوفير المعلومات الضرورية لطالبيها من أصحاب المصلحة في أي وقت يحتاجونها لاتخاذ القرار.
4. **التمكين (Empowerment):** تحقيق الموازنة بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والموردين والمجتمع وغيرهم من أصحاب المصلحة.
5. **الأداء المالي والنتائج (Financial performance and results):** تعويض المساهمين بالأرباح والعوائد، مع المحافظة على الأصول والممتلكات وتعزيز النمو على المدى الطويل.
6. **مواصفات موقع العمل (Workplace standards):** اعتبار العاملين شركاء قيمين في العمل من خلال احترام حقوقهم وتوفير بيئة عمل آمنة خالية من المضايقات.
7. **العلاقات التعاونية (Collaborative relationships):** لا بد أن تتسم ممارسات الشركة بالعدالة والأمانة مع مختلف الشركاء.
8. **المنتجات والخدمات ذات الجودة (Quality of products and services):** الاستجابة لحاجيات وتطلعات الزبائن بتوفير منتجات وخدمات ذات قيمة وجودة عالية.
9. **الإرتباط المجتمعي (Community involvement):** تعميق العلاقات مع المجتمع، والتعاون والمشاركة لجعله المكان الأفضل للحياة ولممارسة الأعمال.

أما Subhabrata Bobby Banerjee فيرى أن المبادئ الأساسية التي توجه سلوك الشركات تقوم على الرؤى والقيم الآتية³:

1. **الاحترام:** تعمل الشركات على تعزيز الاحترام المتبادل مع المجتمعات المحلية وأصحاب المصلحة الذين يتأثرون بعملياتهم.

¹ Thomas I, wheelen J. Davis Hunger, **Strategic management and business policy: toward global sustainability**, 13th edition, Pearson, New Jersey, 2012, p72.

² رابعة سالم النصور، أثر تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في النصارف العاملة بالأردن)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال، الأردن، 2010، ص 15، 16.

³ Subhabrata Bobby Banerjee, **Corporate social responsibility (The good, the bad and ugly)**, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK Northampton, MA, USA, 2007, p43.

2. **السلامة:** دراسة الآثار الايجابية والسلبية على البيئة والمجتمع الناتجة عن أعمال الشركات، ودمج الاعتبارات الإنسانية والاجتماعية والبيئية في إدارتهم الداخلية ونظام القيم.
3. **الاتصال:** السعي لتعزيز التفاهم ودعم أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي، وكذلك قياس أداء الاتصال بالشركة.
4. **التميز:** الاستمرار في تحسين أداء الشركات وتشجيع الشركاء التجاريين والموردين على الالتزام بنفس المعايير.

يظهر بأن المسؤولية البيئية والاجتماعية هي الوسيلة التي تستخدمها الشركات لإدارة وتنظيم علاقاتها بالمتعاملين معها، ومن ثم تصبح برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية نوعاً من الاستثمار الجماعي الذي يهدف إلى بناء رأس المال الاجتماعي، والذي يؤدي بدوره إلى تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي لتلك الشركات وفي النهاية تحسين الأداء المالي.

المبحث الثاني: ركائز نجاح الشركات في تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية

طالما أن أصحاب المصلحة يؤثرون على الأداء المالي للشركة، لا بد عليها أن تأخذ في الاعتبار مصالحهم من خلال تبني برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، بغية تحقيق أهدافها هناك العديد من العوامل التي تساعدها على النجاح في تطبيق المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، ومن ثم الحصول على الفوائد التي تجنيها جراء أدائها المجتمعي.

المطلب الأول: دوافع تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية من طرف الشركات

من الصعب أن نفسر إن كان الالتزام المجتمعي للشركة ذو دافع اقتصادي بحت أو اجتماعي بحت، غير أن الدور المجتمعي محكوم بانعكاساته الايجابية على الأداء الاقتصادي والمالي، فمثلاً قامت شركة IBM بتوزيع أجهزة حاسوب لبعض الجامعات مجاناً للارتقاء بمستوى الطلبة، لكن تم انتقادها على اعتبار أن هذا الإجراء له هدف آخر هو إكساب الطلاب مهارات مرتبطة بنوع معين من أجهزة الحاسوب والبرمجيات التي سيعاد شراؤها عندما يكون هؤلاء الطلاب موظفون مستقبلاً، أي أن الشركة أنفقت اجتماعياً في المدى القصير لتعزز المردود المالي في المدى الطويل¹.

اتفق Warren و Silberhorn بأن مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية تم تطويره استجابة للتفاعلات بين القيم التنظيمية والتأثيرات الخارجية². في البيئة الاجتماعية والتجارية الحالية، هناك

¹ نعمة عباس الخفاجي و طاهر محسن المغالبي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دون رقم طبعة، 2008، ص ص 303-304.

² Silberhorn D & Warren R. C, **Defining corporate social responsibility: A view from big companies in Germany and the UK**, European business review, 2007, Vol 19, N°5, pp 352–372.

طلب عام متزايد على مديري الأعمال لأن تكون القضايا المجتمعية جزء من استراتيجياتهم، وكثيرا ما يتعرض المديرون لضغوط من مختلف مجموعات أصحاب المصلحة لتخصيص الموارد المالية لأنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات¹، وتأتي هذه الضغوط من أصحاب المصلحة مثل الموظفين والمستهلكين والمجتمعات المحلية والمجموعات البيئية على النحو المبين أدناه²:

◆ **ضغوطات الموظفين:** تشمل ضغوطات الموظفين التي ذكرها Musah سنة 2008 تزايد الاعتراف العام ببعض حقوق الموظفين مكان العمل، بما في ذلك عدم التمييز في التوظيف، التسريح والترقية³. وقد ذكر Moon و Matten سنة 2008 كذلك أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تناولت بشكل واضح قضايا مثل الأجور العادلة وساعات العمل والظروف والرعاية الصحية والحماية من الفصل التعسفي⁴، والمثال الهام الآخر لضغط الموظفين هو أن مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات Kinder Lyderberg and Domini شمل قضايا مكان العمل والموظفين كالعلاقات النقابية، واستحقاقات الموظفين، ومشاركة الموظفين. يستخدم KLD هذه القضايا الوظيفية لأغراض قياس المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات⁵.

◆ **ضغوطات المستهلكين والعملاء:** وبالمثل، تشمل ضغوط المستهلكين والعملاء التوقعات بأن الشركات سوف تنتج منتجات آمنة وتوفر المزيد من المعلومات الاستهلاكية⁶، حيث تحتاج الشركات إلى أن تكون على بينة من هذه الطلبات الاستهلاكية والتصرف بسرعة بناء عليها كجزء من استراتيجيات أعمالهم، على سبيل المثال، خدمات ما بعد البيع، وخدمات حماية المستهلك.

وخلص Sen و Bhattacharya سنة 2004 إلى أن المستهلكين على استعداد لدفع المزيد من أجل شراء منتجات الشركات المسؤولة اجتماعيا، وإذا تجاهلت الشركات احتياجات المستهلكين فإنها تدفعهم للمقاطعة وتصبح الشركة في مشكلة أكبر⁷. وذكر Smith سنة 2003 أن رسائل مقاطعة المنتج تؤثر سلبا على سوق الأسهم وعلى القيمة السوقية للشركة، على سبيل المثال،

¹ Lantos G, **The boundaries of strategic corporate social responsibility**, Journal of Consumer Marketing, 2001, Vol 18, N°7, pp 595–632.

² McWilliams A & Siegel D, Op. cit, pp. 117–127.

³ Musah, S, **Why Organisations Engage in Corporate Social Responsibility**, 2008, viewed 04/04/2017, <http://www.stoikmusah.blogspot.com/2008/04/why-do-organisation-engage-in-corporate.html>.

⁴ Bondy K, Matten D. and Moon J, **Multinational corporation codes of conduct: governance Tools for Corporate Social Responsibility**, Journal Compilation, 2008, Vol 16, N°5, pp 294-311.

⁵ Waddock SA & Graves SB, **The corporate social performance-financial performance link**, Strategic Management Journal, 1997, Vol 18, N° 4, pp 303–319.

⁶ Musah, S, Op. cit.

⁷ Bhattacharya C & Sen S, **Doing better at doing good: when, why, and how consumers respond to corporate social initiatives**, California Management Review, California, US, 2004, Vol 47, N° 1, pp 9–24.

ونتيجة للمقاطعة الأوروبية لشركة Royal Dutch/Shell في عام 1995 عقب خطتها لتفريغ منصة النفط البريطانية Spar في البحر، عانت Shell من الدعاية السلبية على نطاق واسع، فضلا عن انخفاض بنسبة 5% في المبيعات في أسواقها المختلفة¹.

◆ **ضغوطات المجتمع:** بالإضافة إلى إنتاج السلع والخدمات، يتوقع المجتمع أن توفر الشركات السلامة، تحسين نمط الحياة، التشغيل، البنية التحتية وحماية البيئة دون التأثير على الممارسات الثقافية²، وتشمل التوقعات الاجتماعية لتحسين أنماط الحياة تنمية التعليم والصحة والدين والتكنولوجيا الحديثة. وقد ذكر Idemudia و Ite سنة 2006 أن الشركة المسؤولة اجتماعيا تستهدف أساسا التخفيف من حدة الفقر، ومنع انتهاكات حقوق الإنسان وحماية البيئة، وتختلف هذه التوقعات من ثقافة إلى ثقافة أخرى³. تتوقع الشركات تعظيم الربح، في حين يتوقع المستهلكون نوعية جيدة، وانخفاض الأسعار ومجموعة أخرى من الخدمات، وعدم التطابق بين توقعات الطرفين يضع الشركات تحت ضغط مجتمعي لأنه إذا لم يتم الوفاء بهذه التوقعات فإن المجتمع قد يتجه لحظر منتجاتها وفرض قيود على نشاط الشركة. ومع ذلك، ذكر Idemudia و Ite أنه حتى عندما تتبنى الشركات ممارسات جيدة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات مثل الأعمال الخيرية والاستثمار الاجتماعي وتخصيص المزيد من الأموال لتنمية المجتمع المحلي، قد تكون هناك صراعات مجتمعية مع الشركة⁴.

◆ **الضغوطات البيئية:** أنشطة الشركة تسبب التلوث البيئي وأحيانا الأزمات والكوارث البيئية، وناقش باحثون أمثال Brown و Clark الضرر البيئي مثل استنزاف الأوزون الناجم عن مركبات الكربون، والاحترار العالمي الناجم عن تلوث الغلاف الجوي بالانبعاثات الصناعية، والأمطار الحمضية، وتلوث الهواء في المناطق الحضرية، والنفايات السامة والنووية، وانقراض الموارد الطبيعية وتراجع التنوع البيولوجي⁵.

وفي المقابل، تستخدم الشركات الموارد الطبيعية المتناقصة مثل النفط والماء والغاز في عمليات إنتاجها، ونظرا للسياسة البيئية العالمية، فإن الحماية من تلوث البيئة أمر ضروري، فعلى سبيل المثال، نفذت بعض البلدان قواعد لحماية مواردها البيئية، وتشمل هذه التدابير حظر استخدام المعدات الميكانيكية للاستكشاف والتعدين واستخراج الرمال والأحجار الكريمة،

¹ Smith C, Op. cit, p 25.

² Agarwal SK, **Corporate social responsibility in India**, Sage Publications Pvt. Ltd, 2008, Vol 02, N° 1, p 36.

³ Idemudia U & Ite U, **Corporate-community relations in Nigeria's oil industry: challenges and imperatives**, Corporate Social Responsibility and Environmental Management Review, 2006, Vol 13, N° 4, pp 194-206.

⁴ Ibid, pp 194-206.

⁵ Nalini Krishnan, Op. cit, pp 24-29.

حظر زراعة المحاصيل السنوية في مناطق الانحدار العالي، ومختلف أنظمة التحكم في الانبعاثات والضوضاء، وإذا انتهكت الشركات هذه القوانين يجوز للحكومة ومجتمعاتها اتخاذ إجراءات قانونية ضدها، فعلى سبيل المثال، فرض حظر على شركة كوكا كولا الهندية لأن أنشطتها الإنتاجية تسببت في انخفاض مستويات المياه في آبار المزارعين¹.

المطلب الثاني: فوائد تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

تم تحليل فوائد الأعمال التي تستمد من أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في البحوث النظرية وكذلك التجريبية، ويمكن تحديد خمسة مجالات رئيسية من مزايا تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات:

1. **التأثير الإيجابي على صورة الشركة وسمعتها: تمثل الصورة "الصورة الذهنية للشركة التي يملكها جمهورها"** ، والتي تتأثر برسائل التواصل. في حين أن صورة الشركة يمكن أن تتغير بسرعة، فإن سمعة الشركة تتطور مع مرور الوقت وتتأثر بالأداء والاتصال على مدى عدة سنوات، ويمكن أن تؤثر الصورة والسمعة على القدرة التنافسية للشركة². وقد وجد Schwaiger سنة 2004 في أبحاثه التجريبية أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يمكن أن تؤثر على سمعة الشركة³، كما يتضمن مؤشر Harris-Fombrun المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات باعتبارها بعدا واحدا يؤثر على سمعة الشركة⁴.
2. **الآثار الإيجابية من ناحية تحفيز الموظفين، الاحتفاظ بهم، والتوظيف:** من ناحية، الآثار في هذا المجال يمكن أن تنتج عن السمعة الحسنة للشركة، ومن ناحية أخرى، يمكن للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات أيضا أن تؤثر بشكل مباشر على الموظفين حيث أنهم قد يكونون أكثر تحمسا للعمل في بيئة عمل أفضل وبالمثل، فإن أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يمكن أن تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على جاذبية الشركة للموظفين المحتملين⁵.
3. **خفض التكاليف:** تم التطرق إلى تخفيض التكاليف على نطاق واسع في بحوث الاستدامة، على سبيل المثال، جادل Epstein و Roy سنة 2001 بأن المكاسب التي تنتج عن الكفاءة يمكن

¹ Shrivastava P, **Industrial/environmental crises and corporate social responsibility**, Journal of Socio-Economics, 1995, Vol 24, N° 1, p 211.

² Gray E. R. and Balmer J. M. T, **Managing corporate image and corporate reputation**, Long Range Planning, 1998, pp 695-702.

³ Schwaiger, M, **Components and parameters of corporate reputation - An empirical study**, Schmalenbach Business Review, 2004, pp 46-71.

⁴ Fombrun C. J. and Wiedmann K. P, **Reputation Quotient (RQ)**, PR-Magazin, 2002, pp 45-52.

⁵ Manuela Weber, **The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR**, Centre for Sustainability Management (CSM), Leuphana University of Lüneburg, Lüneburg, Germany, 2008, p03.

تحصيلها من خلال تنفيذ استراتيجيات الاستدامة، تحسين العلاقات مع بعض أصحاب المصلحة مثل الهيئات التنظيمية يؤدي إلى توفير الوقت وكذا تحسين الوصول إلى رؤوس الأموال بسبب سعي العديد من المستثمرين لتحقيق الاستدامة¹.

4. **رفع مداخل الشركة:** غالبا ما يقر الباحثون بأن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لها دور كبير في رفع مداخل الشركة سواء بصفة مباشرة من خلال المساهمة في رفع قيمة المبيعات وكذا حصة السوق أو غير مباشرة عبر التأثير في صورة الشركة².
5. **الحد من المخاطر ذات الصلة بالمسؤولية البيئية والاجتماعية وإدارتها:** يمكن للمسؤولية البيئية والاجتماعية أن تستعمل كوسيلة لتفادي الصحافة السلبية وتجنب حملات المقاطعة من طرف العملاء ومنظمات المجتمع المدني³.

حدد Wagner و Schaltegger نظريا خمسة آثار رئيسية من معالجة القضايا البيئية والاجتماعية، الآثار المالية المباشرة (مثل الغرامات والمساهمات الخيرية)، الآثار السوقية (مثل الاحتفاظ بالعميل)، الآثار على وحدات الإنتاج (انخفاض تكاليف الإنتاج)، الآثار على الموارد البشرية والتطور التنظيمي (تحفيز الموظفين، والابتكار)، والآثار غير السوقية (مقاومة أقل من طرف أصحاب المصالح اتجاه مرافق الإنتاج)⁴. وباستخدام منهجية دراسة حالة، ناقش Thorpe و Prakash-Mani سنة 2003 سنة عوامل نجاح في مجال الاستدامة، وهي الانعكاسات على الآثار المذكورة أعلاه: نمو الإيرادات والوصول إلى أسواق جديدة، توفير في التكاليف ورفع الإنتاجية، الوصول إلى رأس المال، إدارة المخاطر، الموارد البشرية، قيمة العلامة التجارية وسمعة الشركة⁵.

يمكن تصنيف فوائد تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات إلى منافع نقدية ومنافع غير نقدية. وتشمل الفوائد النقدية الآثار المالية المباشرة فضلا عن الفوائد التي لا تؤدي مباشرة إلى التدفقات النقدية، ولكن يمكن قياسها من الناحية النقدية، ومن الأمثلة على ذلك زيادة قيمة العلامة التجارية بسبب المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات. تشير المنافع غير النقدية إلى المنافع التي لا يتم قياسها مباشرة من الناحية النقدية ولكن مع ذلك تؤثر على قدرة الشركة على المنافسة والنجاح المالي، ويمكن للشركات

¹ Epstein, M. J. and Roy M. J, **Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers**, Long Range Planning, 2001, pp 585–604.

² Manuela Weber, **The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR**, Centre for Sustainability Management (CSM), Leuphana University of Lu`neburg, Lu`neburg, Germany, 2008, p03.

³ Ibid, p04.

⁴ Schaltegger S. and Wagner M, **Managing and measuring the business case for sustainability: Capturing the relationship between sustainability performance, business competitiveness and economic performance**. In **Managing the business case for sustainability: The integration of social, environmental and economic performance**, S. Schaltegger and M. Wagner edition, Greenleaf, Sheffield, 2004, pp 1–27.

⁵ Thorpe J. and Prakash-Mani K, **Developing value: The business case for sustainability in emerging markets**, Greener Management International, 2003, p 17–32.

تقييم المنافع غير النقدية باستخدام مؤشرات كمية مثل التغيرات في معدلات إعادة الشراء أو المؤشرات النوعية، مثل تقييم اتجاهات العملاء¹.

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يمكن أن تؤدي إلى فوائد تجارية نقدية وغير نقدية يمكن أن تؤثر على قدرة الشركة التنافسية ونجاحها الاقتصادي، وتشمل الفوائد النقدية زيادة الإيرادات، انخفاض التكاليف، الحد من المخاطر، الزيادات في قيمة العلامة التجارية إذا ما تم قياسها من منظور مالي².

وتشمل المنافع غير النقدية التي يمكن قياسها بشكل رئيسي من الناحية النوعية تحسين فرص الحصول على رأس المال وتأمين ترخيص الشركة للعمل أو حقها في الوجود، ويستند "الترخيص للعمل" إلى القبول المجتمعي³ ويمكن تأمينه بشكل رئيسي من خلال الحفاظ على علاقات جيدة مع أصحاب المصلحة⁴. ويمكن أن تؤدي الفوائد النوعية غير النقدية أيضا إلى فوائد نقدية في المستقبل، فعلى سبيل المثال، تمثل الإمكانيات المحسنة للحصول على رأس المال أثرا نوعيا يؤدي إلى تحسين العلاقات مع المستثمرين، وإذا أدى ذلك في نهاية المطاف إلى رأس مال جديد، فإن هذا الاستحقاق يمكن أن يؤدي إلى انخفاض التكاليف (مثل تكاليف التمويل) التي تجسد على أنها منفعة نقدية⁵.

كما تشمل المنافع غير النقدية التي يمكن قياسها أيضا باستخدام مؤشرات كمية، جذب العملاء والاحتفاظ بهم، وسمعتهم، وتوظيف الموظفين، والتحفيز والاحتفاظ بهم. وعلى الرغم من أنه يمكن أيضا تقييم هذه المزايا من الناحية النوعية، يمكن قياس المؤشرات الكمية مثل معدلات إعادة الشراء أو مؤشرات السمعة أو معدلات التقلب بحيث تصنف هذه المنافع هنا على أنها فوائد غير نقدية مع مؤشرات كمية محتملة. ومرة أخرى، يمكن أن تؤدي هذه الآثار غير النقدية إلى فوائد نقدية، فعلى سبيل المثال، يمكن أن يؤدي زيادة تحفيز الموظفين إلى زيادة الإنتاجية وبالتالي يؤدي إلى خفض التكاليف. وينطبق الشيء نفسه على الآثار المترتبة على توظيف الموظفين أو الاحتفاظ بهم، مما يمكن أن يؤدي إلى انخفاض تكاليف التسويق للأفراد، وتدرج هذه الآثار الإضافية كتوفير في التكاليف النقدية⁶.

¹ Manuela Weber, Op. cit, p04.

² Ibid, p05.

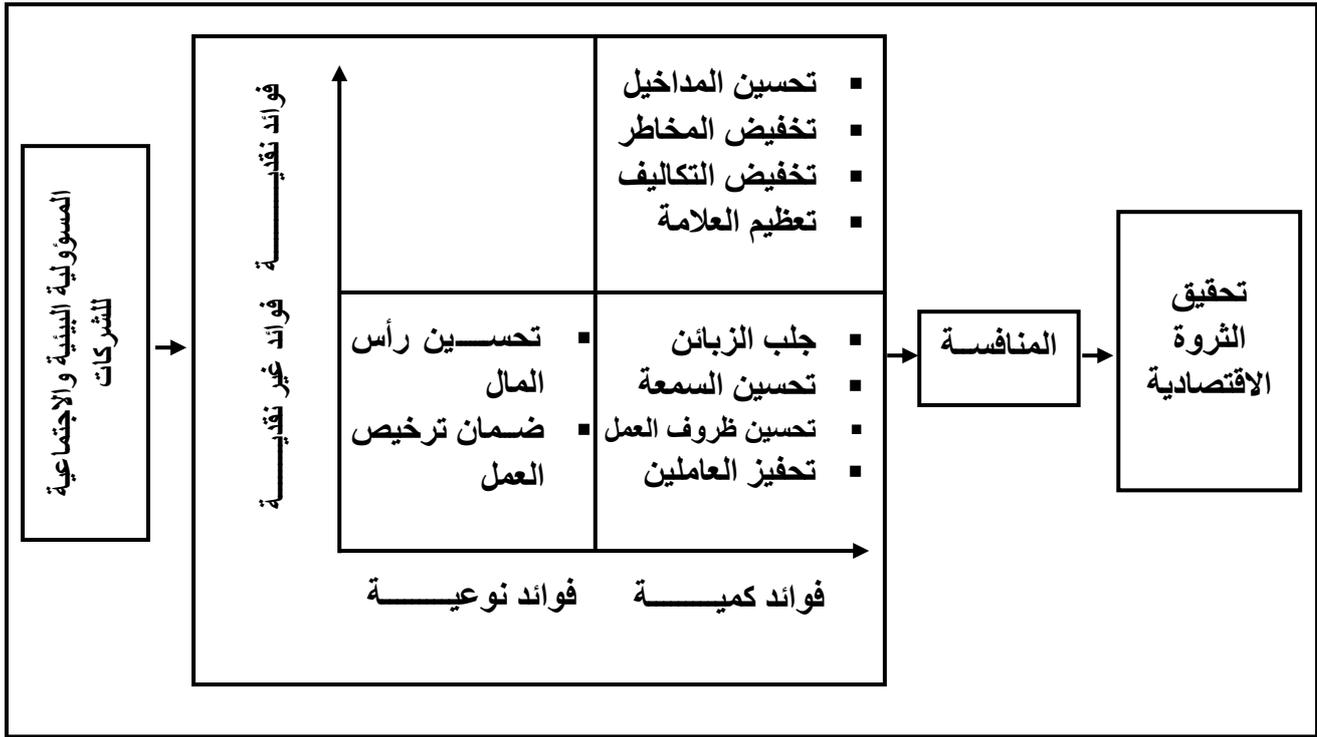
³ Schrader U, Halbes S. and Hansen U, **Konsumentenorientierte Kommunikation u'ber Corporate Social Responsibility (CSR): Erkenntnisse aus Experteninterviews in Deutschland, Lehr- und Forschungsbericht des Lehrstuhls fu'r Marketing und Konsum Nr**, Institut fu'r Betriebsforschung der Universita't Hannover, Hannover, 2005, p54.

⁴ Thorpe J. and Prakash-Mani K, Op. cit, pp 17-32.

⁵ Manuela Weber, Op. cit, p04.

⁶ Manuela Weber, Op. cit, p06.

الشكل (01 – 01): فوائد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات



Source: Imali Ahmadi, **The relationship between corporate social responsibility and corporate financial performance**, master thesis in finance, school of economics and management, Tilburg University, 2012, p 21.

المبحث الثالث: بعض النظريات المفسرة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

تكمن الفكرة الأساسية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في أن الأعمال والمجتمع تعتبر كيانات متشابكة بدلا من كونها منفصلة¹. تم تحديد عدد من النظريات لشرح المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، فعلى سبيل المثال، تشرح نظرية أصحاب المصلحة كيف تكون المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات مهمة، بينما نظرية العقد الاجتماعي توضح سبب أهمية المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات².

في إطار النموذج الكلاسيكي أوضح Brummer أنه يجب على الشركات أن تتصرف في المجتمع باعتبارها مسؤولة اقتصاديا وليس مسؤولة اجتماعيا، ولذلك يجب أن يكون الهدف الرئيسي للشركة هو تحقيق أقصى قدر من الربح، والالتزام الأساسي للمديرين هو العمل لصالح المساهمين مع

¹ Wood D, Op. cit, p 691–718.

² Moir L, **What do we mean by corporate social responsibility?** Corporate Governance, 2001, Vol 1, N° 2, pp 16–22.

احترام القوانين¹، بينما يشير نموذج أصحاب المصلحة إلى أن مسؤولية الشركة هي إرضاء أصحاب المصلحة بدلا من حملة الأسهم وحدهم².

بناء عليه، يصف القسم التالي نظرية أصحاب المصلحة، نظرية العقد الاجتماعي وكذا نظرية الوكالة من أجل فهم الإطار النظري لمفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

المطلب الأول: نظرية أصحاب المصلحة

نظرية أصحاب المصلحة هي نظرية الإدارة التنظيمية وأخلاقيات الأعمال التي تتعامل مع المبادئ والقيم في إدارة الشركة³. وفقا لهذه النظرية، يتم تعريف أصحاب المصلحة على أنها مجموعة من المهتمين بأنشطة الشركة. ويبين الجدول الآتي ما يتوقعه أصحاب المصلحة من شركاتهم⁴.

الجدول (01 – 01): توقعات أصحاب المصلحة

أصحاب المصلحة	اقتصاديا	اجتماعيا	بيئيا
الزبائن	الضمان، الجودة، السعر العادل	تجارة عادلة، احترام القانون الاجتماعي	احترام البيئة، الاعلام
العمال والنقابات	ترقية الأجور، الرضا الوظيفي، المهارة	تشاور داخلي، إحداث فرض العمل، مساواة اجتماعية	احترام البيئة المحلية
المنظمات غير الحكومية	القضاء على الرشوة وتبييض الأموال والفساد	احترام حقوق الانسان والمعاهدات الدولية، الشفافية	الالتزام بالحد من الآثار السلبية
الموردون	علاقات شراكة على المدى البعيد، دفع المستحقات	إضفاء الطابع الرسمي على المتطلبات الأخلاقية وأداب المهنة	إضفاء الطابع الرسمي على المواصفات التقنية
المساهمين	نتائج مالية إيجابية، تحقيق قيمة مضافة	إدارة الأزمات، التحكم في المخاطر المتعلقة بسمعة المؤسسة	الشفافية، الأخلاق، التحكم في المخاطر
المنافسين	احترام معايير المنافسة	احترام قواعد المنافسة، الأخلاق، انعدام الانحراف الاجتماعي	احترام قواعد الحماية
السلطات العامة (الحكومة)	الالتزام، تحسين المنافسة، المساهمة في الثروة الوطنية	التقيد باللوائح وقوانين العمل	الامتثال للأنظمة البيئية

¹ Brummer JJ, **Corporate responsibility and legitimacy: An interdisciplinary analysis**, Greenwood Press, New York, 1991, Vol 02, N° 01, p 08.

² Freeman R, Op. cit, p 75.

³ Freeman R & Phillips R, **Stakeholder theory: A libertarian defense**, Business Ethics Quarterly, 2002, Vol 12, N° 3, pp 331–349.

⁴ Friedman M, **The social responsibility of business is to increase its profits**, Corporate Ethics and Corporate Governance, 2007, pp 173–180.

المؤمنين (المقرضين)	الضمان، دفع المستحقات	حوادث العمل، ضمان العقود	التحكم في المخاطر
الجماعات المحلية والإقليمية	استمرارية الشركة	الأخذ بعين الاعتبار التوقعات المحلية، المشاركة في الحياة المحلية وتوفير العمل	شفافية المعلومات، الحد من الإزعاج

Source : Belkaid Essmae et autres, **Stakeholders et développement de l'entreprise, cas de NAFTAL Algérie**, Colloque internationale de développement durable et exploitation rationnelle des ressources, Université Ferhat Abbas, Sétif, Algérie, 04-07 Avril 2008, p 14.

حدد Freeman سنة 1984 أصحاب المصلحة على أنهم " أي مجموعة أو فرد يمكن أن يؤثر أو يتأثر بتحقيق أهداف المنظمة "، غير أنه في سنة 2004 قام Freeman وباحثون آخرون بإعادة تعريف المصطلح بأنه "المجموعات التي تعتبر حيوية لبقاء المؤسسة ونجاحها"¹، وعلاوة على ذلك، حدد Friedman سنة 2006 أصحاب المصلحة بأنهم العمال، الزبائن، المجتمعات المحلية، الموردين، الموزعين وكذلك المساهمين، كما تعتبر المجموعات والأفراد الآخرين من أصحاب المصلحة بما في ذلك وسائل الإعلام والجمهور وشركاء الأعمال والأجيال القادمة والأجيال السابقة (مؤسسي الشركات) والأكاديميين والمنافسين والمنظمات غير الحكومية أو الناشطين وممثلي أصحاب المصلحة مثل النقابات أو الرابطات التجارية للموردين أو الموزعين، والممولين غير المساهمين (أصحاب الديون، وحملة السندات والدائنين)، والمنافسين، والحكومة، والهيئات التنظيمية، وواضعي السياسات².

وفقا لنظرية أصحاب المصلحة، فإن الهدف الرئيسي للشركة هو تحقيق التوازن بين توقعات جميع أصحاب المصلحة من خلال أنشطتهم التشغيلية³، وعادة ما تكون الطريقة التي تشمل بها الأعمال التجارية المساهمين والموظفين والعملاء والموردين والحكومة والمنظمات غير الحكومية والمنظمات الدولية وأصحاب المصلحة الآخرين سمة أساسية من سمات مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات⁴. كما يمكن اعتبار نظرية أصحاب المصلحة نظرية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لأنها تعطي إطارا معياريا للأعمال المسؤولة اتجاه المجتمع⁵.

وفقا لوجهة نظر حديثة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ونظرية أصحاب المصلحة، الشركات لديها مسؤولية اجتماعية تتطلب منها أن تنظر في مصالح جميع الأطراف المتضررة من

¹ Freeman R, Op. cit, p 112.

² Friedman M, Op. cit, p 185.

³ Ansoff HI, **Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion**, McGraw-Hill, New York, 1965, Vol 01, N°02, p 58.

⁴ Fontaine C, Haarman A & Schmid S, **Stakeholder Theory of the MNC**, 2006, Viewed 11/04/2017, <http://www.edalys.fr/documents/Stakeholders%20theory.pdf> .

⁵ Melé D, **Corporate social responsibility theories**, the oxford handbook of Corporate social responsibility Oxford university press, Oxford, Oxford, UK, 2008, Vol 01, N°01, p35.

أفعالهم، وينبغي ألا ينظر إلى المساهمين في عمليات صنع القرار فحسب، بل ينبغي أيضاً أن يراعى فيها جميع الأفراد الذين يتأثرون بقرارات الأعمال، وينبغي أن تتخذ القرارات أخلاقياً؛ إن لم يكن، سوف تدفع الشركات عقوبات كبيرة، وبالإضافة إلى هذه التكاليف، هناك العديد من العيوب الأخرى المبلغ عنها مثل "تدهور العلاقات، والضرر بالسمعة، وانخفاض إنتاجية الموظفين، والإبداع، والولاء، والتدفق الغير فعال للمعلومات في جميع أنحاء الشركة". لذلك، تتصرف الشركات بما يتماشى مع الحقوق المعنوية والقانونية للأفراد والجماعات التي تتكون منها أصحاب المصلحة، ويعتبر هذا المبدأ الأخلاقي مسؤولية اجتماعية لأصحاب المصلحة¹.

المطلب الثاني: نظرية العقد الاجتماعي

وقال Weiss العقد الاجتماعي " هو مجموعة من القواعد والافتراضات حول الأنماط السلوكية بين مختلف عناصر المجتمع"، وتجمع هذه النظرية بين الاهتمام التنظيمي وإدارة أصحاب المصلحة، ويرتكز جزء كبير من العقد الاجتماعي على تقاليد المجتمع. تقول النظرية أن العقد الاجتماعي عبارة عن صيغ بين الناس والمنظمات عند تبادل شيء ما، وذكر Weiss أن نظرية العقد الاجتماعي الأساسي هي الثقة المتبادلة والعلاقة بين الشركة وأصحاب المصلحة².

جادل Weiss بأن الشركات لا يمكن أن تنجح إلا من خلال صياغة العقود مع العملاء والجمهور، وذكر كذلك أنه يمكن اعتبار العقد الاجتماعي إجراء بطريقة أخلاقية، ويمكن التطرق إلى هذا الموضوع من خلال الأسئلة التالية: هل الزبائن راضون عن المنتجات والخدمات وكيف يتم التعامل معهم من قبل ممثلي الشركة؟ هل جميع الموردين والموزعين والبائعين راضون عن الاتفاقيات التعاقدية مع الشركة؟ هل يعتقد مواطنو المجتمعات المحلية التي تنشط فيها الشركة أن هذه الشركة مواطن مسؤول ومتجاوب؟ هل تدفع الشركة حصتها العادلة من الضرائب؟ هل يعتقد الموظفون أنهم يتقاضون أجراً عادلاً، وأنهم يعملون في ظروف عمل مواتية ويجري تطويرها؟³.

أوضح Donaldson & Preston سنة 2008 أن نظرية العقد الاجتماعي تحدد الشرعية العامة للأعمال التجارية، ولا ينبغي أن تكون القيود والتغييرات الأخرى جزءاً من العقد، ومع ذلك، قالوا بأن التغييرات ينبغي أن تتم في حدود العقد⁴، وترتكز نظرية العقد الاجتماعي على العلاقة بين مختلف عملاء الشركة وأصحاب المصلحة، كما أن الفوائد الاقتصادية الطويلة الأجل للشركات والمساهمين وغيرهم من أصحاب المصلحة تنشأ من العقود المبرمة بينهم والتي ينبغي أن توازن بين

¹ Weiss JW, **Business ethics: a stakeholder and issues management approach**, South-Western Pub, 2008, Vol 02, N° 01, p160.

² Ibid, p161.

³ Ibid, p162.

⁴ Donaldson T & Preston LE, Op. cit, p 71.

الأنظمة الخارجية والداخلية للشركات، ولذلك، فإن نهج إدارة أصحاب المصلحة يقوم على مفهوم العقد الاجتماعي¹.

المطلب الثالث: نظرية الوكالة

يرى Quintard أن نظرية الوكالة بنيت على أساس تفكير واقعي حيث أن مختلف الشركاء في المؤسسة (مسيرين، مساهمين، دائنين) لديه أهداف ومصالح خاصة ليست بالضرورة قابلة للتوافق والتقارب بطريقة عفوية، وبالنتيجة هناك فرص للصراع فيما بينهم، خصوصا أن عمل الشركة حاليا يقوم على الفصل بين الملكية والسلطة، مما يتطلب أن يعهد التسيير للمسيرين من قبل الممولين أو المالكين².

العلاقة بين المديرين والمساهمين تعرف من خلال العقد بين الموكل والوكيل والذي يفوض فيه الموكل إلى الوكيل سلطة اتخاذ بعض القرارات، ومع ذلك قد يكون هناك تضارب في المصالح واختلاف في تقييم المخاطر بين الموكل والوكيل³، وأيضا تعارض من ناحية تعظيم المنفعة فكل واحد يسعى لتعظيم المنفعة على حساب الآخر مما يجعل من علاقتهما مصدرا للتناقض⁴، وهذه العقود الغير مكتملة بالضرورة ستسمح لمختلف الحوافز والتدابير أن تخصص لتقليل الخلافات بين الموكل والوكيل في إطار معلومات غير متماثلة واستراتيجية إنتهازية، وفي الإطار النظري فإن نشر المعلومات عن الشركة يلعب دور كبير في تحديد الجهات الفاعلة⁵.

علاقة الوكالة يمكن توسيع نطاقها لتشمل جميع أصحاب المصلحة الذين تربطهم معاملات مع الشركة، ومسؤولية الشركة تعتمد على مسيريتها (المديرين أو الوكلاء) في علاقاتها التعاقدية الصريحة أو الضمنية في تفاعلها مع عدة فئات فاعلة: المساهمين والدائنين، وأيضا الموظفين والعملاء والمستهلكين والموردين والمجتمعات المحلية والمنظمات غير الحكومية ... إلخ، يعني إدارة مختلف احتياجاتهم بطريقة متوازنة وذلك في سبيل أي طرف يحاول ترك النظام الذي يمكن أن يؤثر على مستقبل الشركة، ويوفر العقد الاجتماعي الضمني إطارا لنشر المعلومات لاستشارة أصحاب المصلحة، والجهات الفاعلة التي تمثل أصحاب المصلحة تمارس الدور الرقابي لتجنب الاتصالات الكاذبة لضمان

¹ Korathotage Kamal Tilakasiri, **Corporate Social Responsibility and Company Performance: Evidence from Sri Lanka**, Thesis of Doctor of Philosophy, Victoria Law School, Faculty of Business and Law, Victoria University, Melbourne, March 2012, p57.

² Pierre Vernimmen, **Finance d'entreprise**, Dalloze, Paris, 2005, 6^{ème} édition, p614.

³ Michel CAPRON, **Economie éthique privée: la responsabilité des entreprises à l'épreuve de l'humanisation de la mondialisation**, Programme interdisciplinaire Ethique de l'économie, Secteur des sciences sociales et humaines, UNESCO, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Economie Ethique, N°07, SHS-2003/WS/42, 2003, p12.

⁴ إلياس بن ساسي ويوسف قريشي، التسيير المالي (الإدارة المالية) دروس وتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، 2011، ص418.

⁵ Michel CAPRON, Op.cit, p13.

استراتيجية مجتمعية ليست مجرد علاقة مع المديرين، في هذا النهج، أصحاب المصلحة يؤثرون على القرارات الاستراتيجية للمديرين وعلى المديرين أن يكونوا مسؤولين عن كيفية تلبية احتياجاتهم¹. يرى Friedeman أن أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة تشكل مشكل الوكالة لأنها سرقة من الموارد المملوكة للمساهمين، ولأن هذه الموارد ينبغي استخدامها لزيادة كفاءة الشركة²، ولم ينف Friedman وجود مشاكل اجتماعية ولكن قال ببساطة بأنه دور الدولة وعليها معالجتها³، فيعتمد Friedman في نقده للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على نظرية الوكالة موضحاً أن المديرين كوكلاء لأصحاب الشركة لديهم مسؤولية وهي تحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح للشركة. ومع ذلك، يشير Carroll إلى أن غالباً ما تتشابك المصالح الاقتصادية والاجتماعية للشركة، على سبيل المثال، سلامة المنتج هو الذي يقلق على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي، ولذلك فممارسة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات قد تكون أفضل للمصالح الاقتصادية للشركة⁴.

حسب Walsh و Margolis تتعارض نظرية العلاقات التعاقدية (نظرية الوكالة) مع المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، بمعنى أن المديرين يمكنهم اختلاس موارد الشركة من أجل متابعة أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بدلاً من استخدامها لتوليد قيمة لأصحاب الموارد، كما أن هناك إمكانية سوء تخصيص الموارد بسبب تحويلها إلى وجهة اجتماعية والتي كان من الأفضل أن تستخدم لغرض معين⁵. من ناحية أخرى، الحجة النظرية القوية والمستمرة في الاقتصاد التي تشير إلى أن ذلك الالتزام في الشركة ليس في صالحها فإنه ليس من المعقول تكريس موارد الشركة لمعالجة البؤس الاجتماعي⁶.

¹ Michel CAPRON, Op.cit, p13.

² Subhabrata Bobby Banerjee, 2007, Op.cit, p23.

³ Joshua D. Margolis and James P. Walsh, **Misery loves companies: Rethinking Social Initiatives by Business**, Journal of Administrative Science Quarterly, June 2003, Vol 48, No° 2, p272.

⁴ Jessica Foote, Nolan Gaffney & James R. Evans, **Corporate Social Responsibility: Implications for performance excellence**, Journal Total Quality Management & Business Excellence, August 2010, Vol.21, N°8, p803,804.

⁵ Subhabrata Bobby Banerjee, 2007, Op.cit, p23.

⁶ Joshua D. Margolis and James P. Walsh, Op.cit, p270.

خلاصة الفصل:

بما أن الشركات التي تركز اهتمامها على جوهر أعمالها المتمثل في الربحية لا تعمل أحيانا بالكفاءة المطلوبة فإنه من المتوقع أن تتسبب هذه الشركات في تداعيات اجتماعية وبيئية غير مرضية ناجمة عن النشاطات التي تقوم بها. ومن هذا المنطلق تزايد الإلحاح على أهمية الدور الاجتماعي للشركات الذي يعبر عنه في الأدبيات الاقتصادية بمفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية.

تشير المسؤولية البيئية والاجتماعية إلى كونها التزام أخلاقي بين الشركة من جهة وأصحاب المصالح والمجتمع عامة من جهة أخرى، بحيث تسعى الشركة من خلال هذا الالتزام الأخلاقي إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع بما من شأنه أن يجعلها طرفا فاعلا ومساهما في تنمية المجتمع وخدمته، وقد ساهمت العديد من النظريات في تفسير العلاقة التي تربط الشركة بالمجتمع.

تشكل المسؤولية البيئية والاجتماعية جزء من تكاليف الشركة وهذا ما يجبرها على تحقيق عائد من جرائها أي تحقيق أداء مالي جيد، وعليه فإن الشركة تلتزم بتحليل عوائد الأداء الاجتماعي وتكاليفه للوقوف على طبيعة العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات، وما إذا كانت هذه العلاقة إيجابية، سلبية أو حيادية.

الفصل الثاني

معايير تقييم الأداء المالي في ظل تبني
المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

تمهيد:

في الفصل السابق تم تحديد المجالات الرئيسية من المسؤولية البيئية والاجتماعية التي يمكن للشركة أن تعمل فيها من أجل تعزيز أدائها المالي حيث يعتبر هذا الأخير من المقومات الرئيسية للشركة، ويعتبر أداة تحفيزية لاتخاذ القرارات الاستثمارية وتوجيهها نحو الشركات الناجحة، كما يعتبر أداة لمعرفة المشاكل التي تواجه الشركة وإظهار المخاطر المالية التي من الممكن أن تتعرض لها ومعالجتها.

تعتبر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات من الظواهر الاقتصادية التي تبنتها الشركات بشكل واسع لذلك أصبح الأداء المالي معرض للتأثر من عدة نواحي مما أدى بالأكاديميين إلى دراسة العلاقة التي تربط الأداء المالي للشركة بالأداء المجتمعي.

لذلك سنتطرق من خلال هذا الفصل إلى الأداء المالي في ظل تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات من خلال دراسة الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية حيث سنتطرق فيه إلى مختلف المقاييس المستعملة في قياس الأثر المالي وهذا من أجل التوصل إلى مقاييس تناسب الدراسة التي نقوم بها، كم سنستعرض مجموعة من الدراسات السابقة حول العلاقة بين المتغيرين بالإضافة إلى إلقاء الضوء على النظريات التي تترجم العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات.

الفصل الثاني: معايير تقييم الأداء المالي في ظل تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات المبحث الأول: الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

الحفاظ على استمرارية الشركة وبقائها يعد الهدف الرئيسي لكل مسير، الأمر الذي يتطلب دراسة الأداء الداخلي للشركة بما في ذلك الأداء المالي، هذا الأخير الذي يمثل الداعم الأساسي للأعمال المختلفة التي تمارسها الشركة والتي تساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصلحة وتحقيق أهدافهم. لكن في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها بيئة الأعمال، يستوجب على كل شركة أن تكامل بين الأداء المالي والأداء المجتمعي من خلال الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

في إطار ذلك تصادف الشركات العديد من المعوقات التي تحول دون تحقيق هذا التكامل، خاصة وأن هناك جهات نظر عديدة تعتبر الأداء الخارجي للشركات والمتمثل في المسؤولية البيئية والاجتماعية بمثابة تكاليف غير مبررة تقف كحاجز لتعظيم الأداء المالي الذي تسعى إليه كل شركة.

المطلب الأول: مقاييس الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

من أجل فهم العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات وأدائها المالي، لابد من وضع طريقة لتصميم كيفية تأثير المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات، من خلال تحديد المقياس المناسب من مقاييس الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وهي مقاييس متعددة حيث تزيد عن الست وثلاثون (36) مقياس، وتصنف إلى ثلاث (03) مجموعات:

المجموعة الأولى: مقاييس النتائج الفورية؛

المجموعة الثانية: مقاييس النتائج المتوسطة؛

المجموعة الثالثة: مقاييس النتائج النهائية.

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى هذه المقاييس بالتفصيل بغية المفاضلة بينها للوصول إلى مقياس أنسب يستخدم لقياس الأداء المالي في هذه الدراسة، لكن قبل ذلك سنتعرف على مفهوم الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

■ مفهوم الأثر المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات:

يغيب عن الأذهان حتى الآن الوصول إلى مفهوم دقيق ومحدد للأداء المالي، فكل طرف من أطراف أصحاب المصالح داخل الشركة يفسره وفقاً لما يخدم مصالحه واتجاهاته، حيث أن المساهم يسعى إلى تعظيم منفعته وثروته، والإدارة تسعى للبقاء والاستمرارية، والموظف يعزف على وتر رفع الأجور والحوافز، والدائنون يسعون إلى الحصول على أقصى الفوائد في ظل الهيكل المالي للشركة، والجهاز الحكومي يهدف إلى إنماء حصيلة الضرائب، والمجتمع يود وينتظر المزيد من النمو والرخاء

ورفاهية الأفراد وتحقيق العدالة الاجتماعية، ومن ثم نجد أن كل طرف يفسر الأداء المالي بالشكل الذي يروق له¹.

ويعود السبب في تباين وتحديد مفاهيم الأداء المالي إلى الأسباب التالية²:

1. **اختلاف رؤى الباحثين حول تحديد مفهوم الوظيفة المالية:** حيث أسندت بعض التعاريف للوظيفة المالية إلى القرارات المالية المتخذة، الإستراتيجيات، الخطط، الأهداف والسياسات المالية ... والواقع أن هذه المفاهيم لا تستطيع تحديد وتوضيح والكشف عن طبيعة الوظيفة المالية.
 2. **تطور النظرية المالية الكلاسيكية إلى نظرية مالية معاصرة:** إن الوظيفة المالية في النظرية المالية الكلاسيكية هدفها مضاعفة الربح في ظل مستقبل مؤكد الحدوث، وفي النظرية المالية المعاصرة الهدف هو تعظيم قيمة الشركة في البورصة، وتطور الهدف لعدة أسباب أهمها انفصال الملكية عن الإدارة.
 3. **تطور المؤشرات المحاسبية إلى مؤشرات مالية واقتصادية:** اتسمت نوعية المؤشرات بالطابع المحاسبي والمالي فهي ذات صلة مباشرة بقياس العوائد والأرباح واستمرت هذه النظرة إلى غاية سنة 1995 أين أصبح الاهتمام بمؤشرات المردودية، وذلك أن المؤشرات المحاسبية ذات صلة بالأرباح لا تعطي صورة واضحة حول إمكانيات الشركة ومدى قدرتها في تحقيق نتائج أو عوائد بقدر يفوق قيمتها المحاسبية، فضلا عن عدم نفعية المؤشرات المحاسبية (الأرباح، مدة الاهتلاك ...) في فترات التضخم والوهم النقدي، لكن سرعان ما تفتنت النظرية المالية في سنة 1995 للمؤشرات المحاسبية ذات الصلة بالمردودية سواء تعلق الأمر بالأموال الخاصة أو بالأصول الاقتصادية أو بتدفقات عوائد الاستثمار، وهذا يفسر أن الفترة مزجت بين البعد المحاسبي دون إهمال للبعد المستقبلي كأسلوب لقياس الأداء وقياس القيمة.
- سنقوم بعرض بعض المفاهيم ليتضح مفهوم الأداء المالي أكثر:
- حسب Venkatraman & Ramanujam يمثل الأداء المالي المفهوم الضيق لأداء الأعمال، حيث أنه يركز على استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى إنجاز الأهداف، ويتفق Miller & Dess مع هذا الرأي حيث أشار إلى أن الأداء المالي يعبر عن أداء الأعمال من خلال مؤشرات مالية مثل الربحية، وأنه الداعم الأساسي للأعمال المختلفة التي تمارسها الشركات³.

¹ ميروك عطية مبروك توفيق، "القيمة الاقتصادية المضافة كمدخل لقياس الأداء المالي للمنشأة: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات المصرية"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مصر، السنة 24، العدد 04، 2010، ص287.

² دادن عبدالغني، "قراءة في الأداء المالي والقيمة في المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 04، 2006، ص42.

³ سري كريم ريشان الحديثي، "دور الرقابة على تكاليف جودة التصنيع في تحسين الأداء المالي لشركات الأدوية الأردنية"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، قيم المحاسبة، يناير 2010، ص32.

يرى Glodston أن الأداء المالي هو تعبير عن أداء الشركة من خلال تحقيق عدد من الأهداف المالية المتمثلة في الربحية وتحقيق نمو مرتفع وتحسين القيمة الاقتصادية المتمثلة في العوائد المحققة بعد طرح كلفة رأس المال من الأرباح بعد الضرائب، بالإضافة إلى ذلك مواجهة المخاطر المالية الناجمة من استخدام الديون وأموال الغير في تمويل استخدامات الشركة، وعبر عن الأداء المالي بأنه وصف لوضع الشركة الآن وتحديد الاتجاهات التي استخدمتها للوصول إليه من خلال دراسة المبيعات، الإيرادات، الموجودات، المطلوبات وصافي الثروة¹.

ويورد Hunger & Wheelen مجالات الأداء المالي كالاتي²:

1. **الربحية:** توجد هناك مؤشرات عديدة لقياس هذا المجال ممثلة بنسب الربحية والتي تقيس فاعلية الإدارة في توليد الأرباح، وتستخدم أيضا للحكم على كفاءة استخدام الشركة لموجوداتها، ومن أهم هذه النسب هامش الربح الإجمالي، هامش الربح التشغيلي، هامش الربح الصافي، العائد على الاستثمار والعائد على حقوق الملكية.
2. **المركز السوقي:** ويتمثل بالحصصة السوقية التي تشير إلى نسبة حجم الأعمال المتوفرة لكل سلعة أو خدمة.
3. **الإنتاجية:** وتعني العلاقة بين مخرجات الشركة من سلع وخدمات وبين مدخلاتها وتعد الإنتاجية مقياسا لمدى الاستخدام الأمثل لعناصر الإنتاج بما تتضمنه من موارد وطاقت مادية وبشرية متاحة للشركة بما يكفل لها تحقيق أهدافها.
4. **قيادة المنتجات:** تتمثل بقيام الإدارات الرئيسية بالشركة بتقويم التكاليف والجودة والمركز السوقي لكل منتج من المنتجات الحالية والمنتجات المخطط لها.
5. **تنمية الأفراد واتجاهات العاملين:** المشار إليه بوصفه مجال أداء رئيسي تسعى الشركات لقياسه عن طريق تجميع تقارير متنوعة لتقويم الأسلوب الذي تتبعه الشركة في سد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من القوى العاملة، كما يتم قياس اتجاهات العاملين نحو الشركة مباشرة بواسطة بحوث الاتجاهات وبطريقة غير مباشر عن طريق بيانات الغياب ودوران العمل.
6. **المسؤولية العامة:** في هذا المجال تصنع الشركة مقاييس تلائم طبيعتها وبيئتها المحيطة بهدف تقويم مدى نجاحها في تحمل مسؤولياتها نحو العاملين والموردين والمجتمع.
7. **الموازنة بين أهداف المدى القصير والمدى الطويل:** هنا تقوم الشركة بإجراء دراسة معمقة بشأن التداخل بين مجالات الأداء الرئيسية للتأكد من أن الأهداف الحالية لم يتم تحقيقها على حساب الأرباح والاستقرار في المستقبل.

¹ سري كريم ريشان الحديثي، مرجع سابق، ص34.

² المرجع نفسه، ص 35، 36.

أولاً: مقاييس النتائج الفورية The mediating Outcome Metrics

هي مقاييس مهمة جدا لتحديد أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على أدائها المالي، من خلال تحديد العلاقة السببية لمعرفة هل تؤدي برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات إلى تغيير الأداء المالي، حيث تسمح بـ¹:

- حساب التكاليف المدخرة نتيجة قيام الشركة بنشاطات المسؤولية البيئية والاجتماعية من خلال تقييم أسعار السوق الحاضر (أسعر الطاقة، تكاليف التخلص من النفايات...)
 - التأكد من صحة الفوائد المالية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات؛
 - ترتبط هذه المقاييس بتغير الصناعة (قطاع معين للشركات) حيث أن تنوع التحديات التي تواجهها الشركات أثناء التزامها بالمسؤولية البيئية والاجتماعية تختلف باختلاف القطاعات، فمثلا: تركز الشركات الطاقوية على التلوث (المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه البيئة)، في حين تهتم الشركات التي تعمل في قطاعات أخرى بحقوق الإنسان.
- تشمل المقاييس الفورية مايلي:

- المدخلات والمخرجات: مثل استهلاك الطاقة (مخرجات)، تخفيض النفايات (مدخلات)؛
- مجموعة أصحاب المصلحة: مثل استقرار العمال ورضاهم، الثقافة الإبداعية؛
- السمعة: مثل ولاء العملاء، قواعد القدرة الشرائية.

ولتوضيح أهمية استخدام المقاييس الفورية، سوف نحاول عرض مزايا وعيوب كل نوع من هذه المقاييس في الجدول الآتي:

الجدول (02 – 01): مزايا وعيوب المقاييس الفورية للأداء المالي

العيوب	المزايا	المقاييس المشتملة	المقياس الفوري
تقوم على افتراض بأن الفوائد المالية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لا تتغير كأن تفترض أن أسعار الطاقة لا تتغير وهذا خطأ.	<ul style="list-style-type: none"> ■ سهولة قياس التكاليف المدخرة من المبادرات الاجتماعية؛ ■ سهولة حساب الادخارات؛ ■ توفر المعلومات (البيانات)؛ ■ عملية دقيقة وواضحة لوجود أسواق حقيقية 	<ul style="list-style-type: none"> ■ استهلاك الطاقة؛ ■ انخفاض النفايات. 	مدخلات / مخرجات

¹ John Pelozo, **The challenge of measuring financial impacts from investments in corporate social responsibility**, Journal of management, Southern management association, 2009, Vol36, N°6, p 1527.

	لتسعين كل نتيجة (مثل أسعار الطاقة).		
لا توجد	<ul style="list-style-type: none"> ■ سهولة القياس؛ ■ سهولة حساب الادخارات؛ ■ عملية دقيقة وواضحة. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ العمال (رضا العمال واستقرارهم)؛ ■ الإبداع (الثقافة الإبداعية). 	مجموعة أصحاب المصلحة
لا توجد	<ul style="list-style-type: none"> ■ سهولة القياس؛ ■ عملية دقيقة وواضحة. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ولاء العملاء؛ ■ القدرة الشرائية. 	السمعة (العلامة التجارية)

Source: John Pelozo, *The challenge of measuring financial impacts from investments in corporate social responsibility*, Journal of management, Southern management association, Vol36, N°6, 2009, p 1527.

ثانياً: مقاييس النتائج المتوسطة **Immediating Outcomes Metrics**

هي مقاييس تسمح بمعرفة القيمة المالية للشركة، تشمل¹:

- المقاييس المعتمدة على التكلفة: مثل تخفيض المخاطر وتقليصها؛
- المقاييس المعتمدة على الدخل: مثل دخول أسواق جديدة؛
- المقاييس المعتمدة على التكامل: مثل الميزة التنافسية والأرباح.

1- المقاييس المعتمدة على التكلفة: تحدد المقاييس المعتمدة على التكلفة نطاق المسؤولية البيئية والاجتماعية الذي يغير من هيكل تكاليف الشركة، حيث تعتبر العديد من الشركات أن انخفاض التلوث والاقتصاد في الطاقة هو بمثابة ادخار في التكلفة. وحسب Baxter and British Telecom فإن الاقتصاد في التكلفة يمثل دليلاً على العقلانية في الاستثمار في الأداء المجتمعي للشركات.

وتعتبر طريقة التكاليف ذات استخدام واسع وهذا لأن الشركات ملازمة وتهتم كثيراً بمتابعة وقياس التكاليف، كما أنها تسمح بتحديد مدى تأثير المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على صورة الشركة، حيث أن الاستثمار في المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يخفض من الخطر الناتج عن تهديدات القوانين الحكومية ويحسن من تكلفة رأس مال الشركة، وهذا من خلال دراسة أجراها Sharfman and Fernando سنة 2008، قاما فيها بتحليل العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات وتكلفة رأس المال، حيث وجد بأن العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية

¹ John Pelozo, Op. Cit, p1526.

للشركات وتكلفة رأس المال إيجابية، حيث أن تحسين الممارسات البيئية سوف يخفض التكاليف، لكن ما يعاب على هذه الطريقة هي مشكلة الاندياز لدى الشركات التي تركز على التكاليف المدخرة، في حين تهمل ارتفاع التكاليف الناجمة عن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

2- المقاييس المعتمدة على الدخل: يمكن للشركات تعظيم المداخل الناجمة عن الاستثمار المسؤول

اجتماعيا، في ثلاث حالات وهي:

- كسب ثقة العملاء؛
- اقتناص فرص جديدة من السوق؛
- الاستثمار في تكنولوجيا الكربون لتخفيض انبعائه.

3- مقاييس التكامل: تعتبر هذه المقاييس الأكثر شمولاً، حيث تدمج بين التكاليف والمداخل طويلة

الأجل الناجمة عن برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وهذا ما يحدد القيمة الحقيقية الناتجة عن المبادرات الاجتماعية في الأجل الطويل (التكلفة، المداخل، الربح الصافي) وتأثيرها على المدخلات والمخرجات النقدية للشركة (التدفقات النقدية). ولتوضيح أهمية استخدام المقاييس المتوسطة، سنحاول عرض مزايا وعيوب كل مقياس من هذه المقاييس في الجدول الموالي:

الجدول (02 – 02): مزايا وعيوب المقاييس المتوسطة للأداء المالي

المقياس	المقاييس المشتملة	المزايا	العيوب
المنهج المعتمد على التكاليف	<ul style="list-style-type: none"> ■ تخفيض تكاليف الطاقة؛ ■ الكفاءة العملية؛ ■ تخفيض المخاطر. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ تعتبر العديد من الشركات الاقتصاد في الطاقة وتخفيض النفقات كتكاليف مدخرة مباشرة؛ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ بعض الشركات تركز على التكاليف المدخرة في حين تهمل التكاليف الناجمة عن المسؤولية البيئية والاجتماعية.
المنهج المعتمد على الدخل	<ul style="list-style-type: none"> ■ ولاء العملاء، الأسواق الجديدة، الميزة التنافسية. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ تستفيد الشركات من الفوائد المتولدة عن المداخل. 	/
المنهج المتكامل	<ul style="list-style-type: none"> ■ التدفق النقدي؛ ■ الأرباح الصافية. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ تكامل واندماج بين التكاليف والمداخل في الأجل الطويل. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ لا يفسر بوضوح الربط بين التدفق النقدي والربح الصافي وبين المسؤولية البيئية

والاجتماعية للشركات.			
-------------------------	--	--	--

Source: Yingxi Jiao, Wenjum Xie, **How does CSR influence a firm's profitability? A case study of Sandvick**, degree project for a Bachelor of Science with major in industrial engineering and management, faculty of engineering and sustainable development, department of industrial development, IT and land management, Sandvick, 2012, p18.

ثالثاً: مقاييس النتائج النهائية End State Outcome Metrics

تصنف مقاييس النتائج النهائية عموماً إلى نوعين: مقاييس السوق ومقاييس المحاسبة.

1- **مقاييس (منهج) السوق Market approach:** تركز مقاييس السوق على أداء السوق، حيث تسمح بمعرفة توقعات المستثمرين حول قدرة الشركة على توليد أرباح مستقبلية، وهذا ما يعاب على هذا المقياس حيث أن توقعات المستثمرين حول الشركة قد لا تكون كافية لقياس أدائها المالي¹، ويعتبر سعر السهم النوع الأكثر استخداماً من مقاييس السوق نتيجة لـ²:

- سهولة ضبط الشركة لأداء ملاكها؛
- هو معيار لتقييم الشركة ومقارنة أدائها بباقي الشركات الأخرى؛
- توفر معلومات خاصة لأسعار الأسهم بسهولة، مما يمكن الشركة من تحليل المبادرات الاجتماعية التي يمكن أن تحقق ميزة تنافسية.

2- **المقاييس المحاسبية Accounting approach:** هي مقاييس ذات استخدام واسع، تسمح بمعرفة المظاهر التاريخية للأداء المالي للشركة، ومن ثم معرفة تلاعب المدراء واكتشاف المنتجات التي لا تضاهي منتجات الشركات الأخرى المنافسة نتيجة الاختلافات في تطبيق المعالجات المحاسبية، حيث توضح كيف تقوم الشركة باستخدام أصولها بكفاءة لتوليد القيمة. ومن بين المقاييس المحاسبية نذكر: معدل العائد على الأصول، معدل العائد على حقوق الملكية ومعدل العائد على المبيعات ...³.

ولتوضيح أهمية استخدام مقاييس النتائج النهائية، سوف نحاول عرض مزايا وعيوب كل من مقاييس السوق والمقاييس المحاسبية في الجدول الآتي:

¹ Osino real Atieno, **The relationship between corporate social responsibility and performance of small and medium enterprises in Kenya**, Thesis of master not published in finance, Nairobi, November 2013, p 04.

² John Peloza, Op. Cit, p1524.

³ Osino real Atieno, Op. Cit, p05.

الجدول (02 – 03): مزايا وعيوب مقاييس النتائج النهائية للأداء المالي

المقاييس	المقاييس المشتملة	المزايا	العيوب
منهج السوق	<ul style="list-style-type: none"> ▪ سعر الأسهم؛ ▪ عوائد نقدية متبادلة؛ ▪ سعر السهم الواحد؛ Tobin'Q ▪ معدل القيمة السوقية للأسهم على تكاليف أصولها المعنوية. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ سهولة مراقبتها من طرف الشركة؛ ▪ معيار لمقارنة الشركة بمنافسيها؛ ▪ أسعار الأسهم متوفرة بسهولة؛ ▪ تحديد القيمة الحقيقية للأداء الاجتماعي؛ ▪ مقارنة بالمنهج المحاسبي هي أقل عرضة للتفاوت في المعالجة المحاسبية والتقييم. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مجموعة واحدة من أصحاب المصالح قد تحرك أسعار الأسهم؛ ▪ التركيز على تقييم المستثمرين فقط لا يكفي؛ ▪ تتأثر بالمضاربة وبعض عوامل الاقتصاد الكلي التي يمكن أن تؤثر على النتائج.
المنهج المحاسبي	<ul style="list-style-type: none"> ▪ والعائد على الأصول ROA؛ ▪ العائد على الأملاك ROE؛ ▪ العائد على المبيعات ROS؛ ▪ ربحية السهم الواحد. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ضروري لتقييم كفاءة الشركات في استخدام أصولها لتوليد القيمة؛ ▪ مقارنة بمنهج السوق يعتبر المنهج المحاسبي خاصة العائد على الأصول أكثر تنبؤا بالمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات؛ ▪ تقييم ما يحدث حاليا في الشركة. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تركز فقط على الأداء الماضي للشركة؛ ▪ تركز على القرارات الداخلية وأداء الإدارة عوض التركيز على استجابة السوق الخارجية لأعمال الشركة؛ ▪ لا تثبت على مبدأ واحد للتطبيق

Source: Yingxi Jiao, Wenjum Xie, **How does CSR influence a firm's profitability? A case study of Sandvick**, degree project for a Bachelor of Science with major in industrial engineering and management faculty of engineering and sustainable development, department of industrial development, IT and land management, Sandvick, 2012, p 19.

رغم ما يؤخذ على مقاييس النتائج النهائية في أنها لا تقدم توضيحا للمدراء حول المبادرات الاجتماعية التي تساهم في تحريك أسعار الأسهم، حيث من الصعب تحديد أي برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية التي يجب اعتمادها من طرف الشركة، إلا أنها تعد من أهم مقاييس الأثر المالي للمسؤولية

البيئية والاجتماعية للشركات، حيث تسمح بتوضيح الصحة المالية للشركة وتوفير نتائج حقيقية عن الأعمال.

من خلال المفاضلة بي مقاييس النتائج النهائية نفسها، تعتبر المقاييس المحاسبية أكثر موضوعية وعملياتية حيث أنها تدرس الأداء المالي في الماضي، ولقد أثبتت الدراسات التي أجراها Margolis & Al, Rynes Schmidt أن العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات وأدائها المالي الماضي تكون أقوى¹. وعليه سيتم اتخاذ المقاييس المحاسبية في هذه الدراسة، كما سيتم التفصيل في هذه المقاييس في المطلب الموالي.

المطلب الثاني: المقاييس المبنية على الربح المحاسبي Accounting metrics

حسب ما تم التطرق إليه سابقاً، فإن مقاييس الأداء المحاسبية يعتبر أهم المقاييس لدراسة العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي وهذا نظراً لضعف السوق المالية في الجزائر، ولإستخدامه في هذه الدراسة لا بد من توضيح المقاييس المشتملة ضمن هذا المنهج، ولعل أهمها مقاييس الربحية التي تقيس قدرة الشركة على توليد الأرباح من المبيعات، الأصول والأسهم، وعليه يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع:

- معدل العائد على المبيعات Return On Sales؛
- معدل العائد على الأصول Return On Assets أو المردودية الاقتصادية؛
- معدل العائد على حقوق الملكية Return On Equity أو المردودية المالية.

1) معدل العائد على المبيعات Return On Sales:

يطلق عليه نسبة الهامش وهي نسبة مهمة لتحليل ربحية المبيعات، من خلال تحليل ربحية كل وحدة نقدية من المبيعات الإضافية بعد تغطية عناصر التكاليف. يعتبر معدل العائد على المبيعات مؤشر مهم من مؤشرات المحاسبة، حيث يبين الكفاءة التشغيلية للشركة، فارتفاع المؤشر دلالة على أن الشركة أكثر كفاءة وانخفاضه يعني أن هناك اضطراب مالي في الشركة، كما يسمح بقياس أداء الشركة مقارنة بمثيلاتها في القطاع²، ويمكن حسابه بالعلاقة التالية³:

¹ John Pelozo, Op. Cit, p1524.

² Yingxi Jia, Wenjum Xie, Op. Cit, p49.

³ أمين السيد أحمد لطفي، التحليل المالي لأغراض تقييم ومراجعة الأداء والاستثمار في البورصة، الدار الجامعية، مصر، الإسكندرية، 2005، ص233.

$$\text{معدل العائد على المبيعات ROS} = \frac{\text{صافي الربح التشغيلي}}{\text{صافي المبيعات}}$$
$$= \frac{\text{الربح قبل الضريبة والفوائد EBIT}}{\text{صافي المبيعات}}$$

ما يعاب على هذه النسبة أنها تعكس فقط ربحية الوحدة النقدية الواحدة من المبيعات، وهذه الأخيرة هي جزء من مكونات الأداء التشغيلي وليس كله، وبالتالي سوف تكون قاصرة في التعبير عن أداء الشركة بسبب تجاهل حجم الشركة ذاتها، فقد يكون معدل العائد على المبيعات مرتفع إلا أنه لا يتناسب وحجم طاقة الاستثمار داخل الشركة. وعليه لابد من ربط نسبة الهامش بمؤشرات أخرى مثل معدل العائد على الأصول.

(2) معدل العائد على الأصول Return On Assets أو المردودية الاقتصادية:

تهتم المردودية الاقتصادية بالنشاط الرئيسي وتستبعد الأنشطة الثانوية وتلك ذات الطابع الاستثنائي¹، وهي تعكس مستوى ربحية الوحدة النقدية الواحدة من الأموال المستثمرة في الشركة (كيف يمكن للشركة أن تحول أصولها إلى دخل)، وبالتالي نجاعة القرارات الاستثمارية وقدرة الإدارة على توليد الأرباح من الأموال المتاحة بغض النظر عن الطريقة التي تم بها تمويل أصول الشركة². وتقاس بمعدل المردودية الاقتصادية المحدد بالعلاقة التالية³:

$$\text{معدل المردودية الاقتصادية أو العائد على الأصول ROA} = \frac{\text{نتيجة الاستغلال بعد الضريبة}}{\text{الأصول الاقتصادية}}$$

تقيس العلاقة السابقة مساهمة الأصول الاقتصادية في تكوين نتيجة الاستغلال أي حساب مساهمة كل وحدة نقدية مستثمرة كأصول في تكوين النتيجة.

¹ إلياس بن ساسي ويوسف قريشي، مرجع سابق، ص281.
² زهرة حسن العامري، السيد خلف الركابي، أهمية النسب المالية في تقويم الاداء -دراسة ميدانية في شركة المشاريع النفطية-، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 63، المستنصرية، 2007، ص117.
³ المرجع السابق، ص281، 282.

◆ المركبات الأساسية للمردودية الاقتصادية¹:

لاستخراج المركبات الأساسية للمردودية الاقتصادية نقوم بإعادة كتابة العلاقة الرياضية مع إدراج رقم الأعمال، وذلك على النحو التالي:

$$\text{معدل المردودية الاقتصادية أو العائد على الأصول ROA} = (\text{نتيجة الاستغلال بعد الضريبة} / \text{رقم الأعمال}) \times (\text{رقم الأعمال} / \text{الأصول الاقتصادية})$$

نستخلص أن معدل المردودية الاقتصادية هي حاصل جداء معدل ربحية الاستغلال بعد الضريبة ومعدل دوران الأصول الاقتصادية المعرفين كما يلي:

■ **معدل ربحية الاستغلال:** يدعى كذلك بمعدل الربحية الجزئية أو معدل هامش الاستغلال ويقاس ربحية الشركة انطلاقاً من دورة الاستغلال، إذ يقارن نتيجة الاستغلال المحققة خلال الدورة برقم الأعمال السنوي خارج الرسم ويحسب انطلاقاً من جدول حسابات النتائج بالعلاقة التالية:

$$\text{معدل ربحية الاستغلال} = \text{نتيجة الاستغلال بعد الضريبة} / \text{رقم الأعمال}$$

يعتبر هذا المعدل من مؤشرات قياس الأداء الاقتصادي ويظهر قدرة المؤسسة على تحقيق نتائج مقارنة بالإيراد الإجمالي، ويمكن حسابه قبل الضريبة على الأرباح أو بعدها وحسب احتياجات المحلل المالي التحليلية وتبعاً للمنطق المالي المستخدم.

■ **معدل دوران الأصول الاقتصادية:** يقيس هذا المؤشر قدرة مساهمة الأصول الاقتصادية في تحقيق رقم الأعمال، وذلك بمعدل تقارن فيه بين حجم الأصول الاقتصادية المستثمرة لتحقيق رقم أعمال معين، ويحسب انطلاقاً من الميزانية الاقتصادية وجدول حسابات النتائج بالعلاقة التالية:

$$\text{معدل دوران الأصول الاقتصادية} = \text{رقم الأعمال} / \text{الأصول الاقتصادية}$$

يمكن هذا المعدل من حساب عدد المرات التي يتكرر فيها رقم الأعمال بنفس الحجم ليغطي الأصول الاقتصادية، وبشكل يمكن متخذ القرار المالي من مراقبة الجدوى الاقتصادية للأموال المستثمرة في الدورة الاقتصادية وإمكانية تصحيحها لتحقيق الأهداف المسطرة.

¹ المرجع السابق، ص 282.

التدهور في العائد على الأصول أو المردودية الاقتصادية قد يكون ناتج عن: انخفاض الربحية أو تدهور في دوران الأصول، والتدهور في دوران الأصول يكون بسبب قلة فترة النشاط، استثمار فائق الحجم أو تدهور في تسيير رأس المال العامل¹.
في الأخير يمكن القول أن العائد على الأصول يقيس كفاءة الشركات في استخدام أصولها لتوليد الدخل الصافي².

(3) معدل العائد على حقوق الملكية Return On Equity أو المردودية المالية:

يعتبر معدل العائد على حقوق الملكية مؤشرا مهما في قياس ربحية الملاك، حيث يقيس العلاقة بين الأموال المستثمرة من قبل المالكين والعوائد المستمدة منها، أي أنه يعكس ربحية الوحدة النقدية الواحدة المستثمر من قبل المساهمين، وعليه فكلما زادت قيمة هذا المعدل كلما عبر هذا عن كفاءة الإدارة في استغلال أموال المساهمين³. وتهتم المردودية المالية بإجمالي أنشطة المؤسسة وتدخل في مكوناتها كافة العناصر والتدفقات المالية، حيث نأخذ النتيجة الصافية من جدول حسابات النتائج والأموال الخاصة من الميزانية، ويمكن حسابها بالعلاقة التالية⁴:

معدل المردودية المالية أو العائد على حقوق الملكية ROE = النتيجة الصافية / الأموال الخاصة

حيث تحدد العلاقة أعلاه مستوى مشاركة الأموال الخاصة في تحقيق نتائج صافية تمكن الشركة من استعادة ورفع مستوى الأموال الخاصة.

◆ المركبات الأساسية للمردودية المالية⁵:

بنفس المنطق السابق يمكن استخراج المركبات الأساسية لمعدل المردودية المالية حيث نقوم بإعادة كتابة العلاقة الرياضية مع إدراج رقم الأعمال والأصول الاقتصادية، وذلك على النحو التالي:

¹ Pascal Barneto, Georges Gregorio, **Finance Manuel et applications**, Dunod, Paris, 2009, 2^{ème} edition, p185.

² Ifranullah Jan, **Return On Asset Ratio**, available on: <http://accountingexplained.com/financial/ratios/return-on-asset> , consulted on 21 April 2017.

³ مريم شكري محمود نديم، تقييم الأداء المالي باستخدام بطاقة الأداء المتوازن: دراسة اعتبارية في شركة الطيران الملكية الأردنية، رسالة ماجستير، قيم المحاسبة والتمويل، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص41.

⁴ إلياس بن ساسي ويوسف قريشي، مرجع سبق ذكره، ص283.

⁵ المرجع السابق، ص 283، 284.

$$\text{معدل المردودية المالية أو العائد على حقوق الملكية ROE} = \frac{\text{(النتيجة الصافية / رقم الأعمال)}}{\text{(رقم الأعمال / الأصول الاقتصادية)}} \times \text{(الأصول الاقتصادية / الأموال الخاصة)}$$

إذن المردودية المالية يمكن تحليلها إلى ثلاث مركبات أساسية والمتمثلة في معدل الربحية الإجمالية ومعدل دوران الأصول الاقتصادية والنسبة الهيكلية التي نعرفها باختصار كالاتي:

- **معدل الربحية الإجمالية:** يقيس الربحية الإجمالية للمؤسسة انطلاقا من إجمالي أنشطتها، حيث يقارن النتيجة الصافية المحققة خلال الدورة برقم الأعمال السنوي خارج الرسم، ويحسب انطلاقا من جدول النتائج بالعلاقة التالية:

$$\text{معدل الربحية الإجمالية} = \frac{\text{النتيجة الصافية}}{\text{رقم الأعمال}}$$

يعتبر هذا المعدل من مؤشرات قياس الأداء المالي ويظهر قدرة المؤسسة على تحقيق أرباح صافية مقارنة برقم الأعمال، أي قدرة المؤسسة على تحويل إيراداتها الإجمالية إلى ربح صافي وقدرتها على التحكم في التكاليف الإجمالية.

- **معدل دوران الأصول الاقتصادية:** يقيس هذا المؤشر مساهمة الأصول الاقتصادية في تحقيق رقم الأعمال، وذلك بمعدل تقارن فيه بين مستوى الأصول الاقتصادية المستثمرة لتحقيق رقم أعمال معين، ويحسب انطلاقا من الميزانية وجدول حسابات النتائج بالعلاقة التالية:

$$\text{معدل دوران الأصول الاقتصادية} = \frac{\text{رقم الأعمال}}{\text{الأصول الاقتصادية}}$$

يمكن هذا المعدل من حساب عدد المرات التي يتكرر فيها رقم الأعمال بنفس الحجم ليعطي الأصول الاقتصادية، وبشكل يمكن متخذ القرار المالي من مراقبة الجدوى الاقتصادية للأموال المستثمرة في الدورة الاقتصادية وإمكانية تصحيحها لتحقيق الأهداف المسطرة.

- **النسبة الهيكلية:** تقيس التركيبة المالية للمؤسسة، وذلك بمقارنة مستوى الأموال الخاصة إلى إجمالي الأصول الاقتصادية، وتحسب انطلاقا من الميزانية الاقتصادية بالعلاقة التالية:

$$\text{النسبة الهيكلية} = \frac{\text{الأصول الاقتصادية}}{\text{الأموال الخاصة}}$$

يمكن هذا المعدل من حساب عدد المرات التي تتكرر فيها الأموال الخاصة بنفس المستوى لتغطي الأصول الاقتصادية، أي تعطي للمحلل المالي فكرة حول مساهمة الأموال الخاصة في تمويل الاحتياجات المالية ممثلة في الأصول الاقتصادية.

بشكل عام، كلما ارتفع معدل العائد على حقوق الملكية دل ذلك على قوة أداء الشركة، ويعد دلالة واضحة على الإدارة الجيدة، وربما يعكس أحيانا ارتفاع هذا المعدل ميل الشركة بشكل كبير إلى تمويل نشاطاتها بالدين حتى مع تحقيقها عائدا ضعيفا على الموجودات، وعليه فمن المفيد ألا يؤخذ هذا المؤشر بمعزل عن المؤشرات الأخرى¹.

المطلب الثالث: الأداء المالي المقاس في الدراسات الخاصة بالمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

في المسح الذي قام به Walsh & Margolis سنة 2001 شمل 95 دراسة تجريبية أجريت بين سنة 1972 و 2001، استنتج أنه تم العثور على علاقة إيجابية بين الأداء المالي والأداء المجتمعي للشركات في 42 دراسة (53%)، وعدم وجود علاقة في 19 دراسة (24%)، ووجود علاقة سلبية في 04 دراسات (05%) وعلاقة مختلطة في 15 دراسة (19%)².

أيضا في مسح آخر قام به Walsh & Margolis لـ 127 دراسة تجريبية أجريت خلال 1972-2002 من أجل قياس العلاقة بين الأداء المجتمعي للشركات والأداء المالي وجدت أن حوالي نصف الدراسات ذكرت وجود علاقة إيجابية، حيث أن أول دراسة كانت لـ Bragdon, Marlin & Moskowitz عام 1972. تم التعامل مع الأداء المجتمعي للشركات كمتغير مستقل مع الأداء المالي في 109 من 127 دراسة، هذه الدراسات أشار نصفها تقريبا أي (54) إلى وجود علاقة إيجابية بين الأداء المجتمعي للشركات والأداء المالي، ووجدت (07) دراسات فقط وجود علاقة سلبية، وذكرت (28) دراسة عدم وجود علاقة، بينما ذكرت (20) دراسة نتائج مختلطة، وتم التعامل مع الأداء المجتمعي للشركات كمتغير تابع للأداء المالي في (22) دراسة من (127)، حيث أشارت (16) دراسة منها وجود علاقة إيجابية بين الأداء المالي للشركات والأداء المجتمعي، الأمر الذي يفسر أن هناك المزيد من النتائج في الدراسات المستقبلية³.

¹ قراءة القوائم المالية، برنامج التوعية الاستثمارية، بورصة فلسطين، تشرين الأول 2010، متاح على <http://www.pex.ps/PSEWebsite/publications/Guides%20of%20Reading%20Financial%20Lists.pdf> ، ص21، تم الاطلاع عليه يوم 22 أبريل 2017.

² Joshua D. Margolis and James P. Walsh, 2001, Op.cit, p10.

³ Joshua D. Margolis and James P. Walsh, 2001, Op.cit, p273, 274.

1) العلاقة الإيجابية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي:

الأبحاث التي توصلت للعلاقة الايجابية كثيرة لكن سنقتصر على بعض آخر الأبحاث، في دراسة قام بها كل من Shveat Kapoor & Sandhu سنة 2010 نشرت في Journal Global Business Review بعنوان "تدفع لتكون مسؤولا اجتماعيا؟ دراسة ميدانية لتأثير المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على الأداء المالي"، الفترة المختارة للدراسة هي 1999-2000 إلى 2005-2006، تم اختيار العينة من (13) قطاع صناعي وقد تم اختيار أكبر (15) شركة من كل قطاع على أساس خمس (05) سنوات لمتوسط مبيعاتها، تم جمع البيانات من مركز رصد الاقتصاد الهندي CMIE، وتم قياس المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات من حيث درجة المسؤولية البيئية والاجتماعية (بالنسبة المئوية) المخصصة للشركات التي تغطيها الدراسة بواسطة الصيغة التالية:

$$\text{مجموع نقاط المسؤولية البيئية والاجتماعية في الشركة (\%)} = (\text{عدد عناصر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات المعتمدة من طرف الشركة} / \text{مجموع عدد العناصر الموجودة في قياس أداة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات}) \times 100$$

كما تم قياس الأداء المالي بالمقاييس المعتمدة على المحاسبة وهي: العائد على المبيعات ROS، العائد على الأصول ROA، العائد على حقوق المساهمين ROE، النمو في المبيعات GSALES والنمو في إجمالي صافي الأصول GTNA، والأدوات الاحصائية المستخدمة: تم تطبيق التحليل العاملي لتشكيل مؤشر مركب للأداء، واستخدام تحليل الانحدار المتعدد لدراسة تأثير المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على الأداء المالي، وأهم النتائج المتوصل لها في الدراسة كانت كالآتي:

- أثر إيجابي كبير للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على ربحية الشركات؛
- علاقة إيجابية ضئيلة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والنمو، وهذا بسبب أن هذا النمو قد يكون راجع لأن الشركة تعتمد على عوامل أخرى مثل: المنتج/خدمات عالية الجودة، المنتج/خدمة الأسعار، استراتيجية التسويق ...¹ الخ.

أيضا في دراسة قام بها Jong-Seo Choi, Young-Min Kwak and Chongwoo Choe سنة 2010 والتي نشرت في Australian Journal of Management بعنوان "المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي: شواهد من كوريا". فترة الدراسة التي على أساسها أخذت

¹ Shveta Kapoor and H.S. Sandhu, Does it pays to be Socially Responsible? An Empirical Examination of Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance, Journal global review, June 2010, Vol 11, N°2, pp 185-208.

العينة هي 2002-2008، وتضمنت الدراسة عينة مكونة من 1222 شركة، تم قياس الأداء المالي باستخدام المقاييس المعتمدة على المحاسبة والمعتمدة على السوق؛ فمقاييس الأداء المعتمدة على المحاسبة هي العائد على الأصول ROA والعائد على حقوق المساهمين ROE، ومقياس الأداء المعتمد على السوق هو Tobin's Q حيث:

$$\text{Tobin's Q} = (\text{القيمة السوقية للأسهم العادية} + \text{القيمة السوقية للأسهم الممتازة} + \text{الخصوم قصيرة الأجل} - \text{الأصول قصيرة الأجل} + \text{القيمة الدفترية للديون طويلة الأجل}) / \text{القيمة الدفترية لإجمالي الأصول}$$

لقياس المسؤولية البيئية والاجتماعية اعتمد مؤشر KEJI وهو مؤشر مشابه لمؤشر CEP في الولايات المتحدة، ومؤشر مسؤولية الشركات في أستراليا، ومؤشر The Asahi Foundation Index في اليابان، وعدد آخر من مؤشرات أخلاقيات الشركات في الدول الأوروبية، ويعتمد على تصنيف مستقل ويركز على تقييم الأداء متعدد الأبعاد، ويتكون من سبع فئات فردية للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات: الصحة، الإنصاف، المساهمة في المجتمع، حماية المستهلك، حماية البيئة، رضا الموظفين، والمساهمة في الاقتصاد. ولدراسة الارتباط بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي اعتمد على معامل الارتباط لبيرسون ومعادلة تحليل الانحدار، والنتيجة الرئيسية المتوصل لها هي علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين الأداء المالي والمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات¹.

كذلك في دراسة قام بها Margarita Tsoutsoura سنة 2004 والتي نشرت في Working Paper Series eScholarship (scholarly publishing services to the University of California) بعنوان "المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي". تغطي الدراسة معظم الشركات المدرجة في مؤشر S & P500 للسنوات 1996-2000 والعينة مكونة من 422 شركة، حيث تم قياس الأداء المالي بـ: العائد على الموجودات ROA، العائد على حقوق المساهمين ROE، والعائد على المبيعات ROS، كان مصدر البيانات من قاعدة البيانات COMPUSTAT، وتم قياس المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات عن طريق مقياسين رئيسيين: المقياس الأول هو تصنيف KLD للشركات في مؤشر S & P500، والمقياس الثاني مؤشر

¹ Jong-Seo Choi, Young-Min Kwak and Chongwoo Choe, **Corporate Social Responsibility and corporate financial performance: evidence from Korea**, Australian Journal of Management, December 2010, Vol.35, N°3, pp 291-311.

Domini400 الاجتماعي، اعتبر الأداء المالي كمتغير تابع ومؤشر Domini400 و KLD كمتغير مستقل، حيث تم استخدام السلاسل الزمنية لتحليل الانحدار لاختبار الفرضيات. وأهم النتائج المتوصل إليها هي: كلا من KLD rating و Domini 400 Social Index لهما علاقة ارتباط إيجابي بشكل كبير مع جميع مقاييس الأداء المالي (ROA, ROS, ROE)، لكن نتائج العلاقة أقوى عند استخدام KLD rating كمقياس للمسؤولية البيئية والاجتماعية بدلا من Domini 400 Social Index، والشركات المسؤولة اجتماعيا ينعكس ذلك بالإيجاب على علامتها التجارية وسمعتها بين المستهلكين، وأيضا قدرتها على جلب الموظفين ذو الجودة العالية والشركاء التجاريين، وأيضا الشركات التي تعتمد على المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات هي الأكثر شفافية والأقل عرضة للرشوة والفساد¹.

أيضا دراسة قام بها Olayinka Marte Uadiale and Temitope Olamide Fagbemi سنة 2012 نشرت في Journal of Economics and Sustainable Development بعنوان "المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي في البلدان النامية: التجربة النيجيرية". تركز هذه الدراسة على الاقتصادات النامية وعلى وجه التحديد نيجيريا، استخدم الباحث عينة من 40 شركة مدرجة في البورصة النيجيرية عشوائيا (الشركات التي تعد تقارير المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات)، وذلك بناء على التقرير السنوي للسنة المالية 2007، وقد تم التركيز في العينة على القطاعات الغير مالية ويرجع ذلك إلى حجة أن البنوك والمؤسسات المالية الأخرى لا تؤثر تأثيرا مباشرا سلبيا على بيئتهم. اعتبرت المسؤولية البيئية والاجتماعية متغير مستقل والمتمثلة في (معلومات أداة المجتمع، نظام إدارة البيئة وعلاقات الموظفين) تم قياسها بالاعتماد على مؤشر الإفصاح الطوعي، واعتبر الأداء المالي متغير تابع ويقاس بـ: العائد على حقوق المساهمين ROE والعائد على الأصول ROA، وأجري تحليل ارتباط بيرسون ونموذج الانحدار على المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة من أجل تحديد درجة العلاقة فيما بينهما ونوعها، وقد أجريت التحليلات بالاستعانة بالحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، حيث بينت النتائج أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لديها علاقة إيجابية وهامة مع مقاييس الأداء المالي، هذه النتائج تعزز تراكم الدعم التجريبي للتأثير الإيجابي للمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي، واستنادا إلى النتائج، توصي الدراسة بأن كيانات الشركة في نيجيريا ينبغي أن تستثمر في أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية بكل ما فيها من تشعبات من أجل تعزيز سمعتهم وبالتالي زيادة قيمة العوائد².

¹ Margarita Tsoutsoura, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance**, Escholarship scholarly publishing services, Working Paper Series, Center for Responsible Business, Haas School of Business, University of California Berkeley, California, March 2004, pp 1-21.

² Olayinka Marte Uadiale and Temitope Olamide Fagbemi, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Developing Economies : The Nigerian Experience**, Journal of Economics and Sustainable Development, 2012, Vol.3, N°4, p 46.

دراسة قام بها Zeribi-Benslimane Olfa و Boussoura Ezzeddine سنة 2007 بعنوان "المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي: حالة الشركات التونسية المدرجة" حيث كانت العينة مكونة من 33 شركة من بورصة طوكيو لسنة 2004، وتم قياس المسؤولية البيئية والاجتماعية عن طريق استبيان يضم 18 بيان واعتمد على نموذج ليكارت الخماسي وذلك من خلال أربعة (04) أبعاد للمسؤولية البيئية والاجتماعية، كما تم قياس الأداء المالي بمؤشرات محاسبية (العائد على حقوق المساهمين والعائد على الأصول) ومؤشرات سوقية (معدل العائد للأوراق المالية)، وأخذ الباحث في الاعتبار المخاطر وتم قياس المخاطر عن طريق الانحراف المعياري للعوائد والمعامل بيتا، تم وضع كافة المتغيرات في معامل الانحدار لقياس الارتباط ونوعه وذلك باستخدام SPSS، حيث توصل الباحث إلى أن هناك علاقة إيجابية بين البعد الاقتصادي والأداء المالي (العائد على حقوق المساهمين)، وعلاقة إيجابية وذات دلالة بين معدل العائد للأوراق المالية والبعد القانوني والبعد الأخلاقي، وتأثير المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي هو أكثر عندما تقاس بمؤشرات محاسبية بدلا من مؤشرات الأسهم¹.

دراسة قام بها كل من أحمد يوسف دودين وهاني سعيد عبده سنة 2012 نشرت في المجلة العراقية للعلوم الإدارية بعنوان "أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال والمسؤوليات الاجتماعية في ظل الأعمال الالكترونية على الأداء المالي: دراسة ميدانية على عينة من البنوك التجارية الأردنية"، استخدم الباحث عينة مكونة من خمسة (05) بنوك تجارية أردنية، اعتبر الباحث المسؤولية البيئية والاجتماعية وأخلاقيات الأعمال متغيرين مستقلين وتم قياسهما عن طريق استبيان وجه إلى 500 عامل بالبنوك الأردنية، تم استرجاع 480 استبيان وتم إلغاء 30 استبيان لعدم صلاحيتها، واعتبر الأداء المالي متغير تابع وتم قياسه بأربعة (04) مؤشرات وهي معدل العائد على الاستثمار ROI، معدل العائد على الملكية ROE، مؤشر إجمالي الدخل إلى الموجودات Income to Assests، ومؤشر الودائع إلى الموجودات Deposits to Assests، استخدم مؤشرات الإحصاء الوصفي لوصف واقع المسؤولية البيئية والاجتماعية وأخلاقيات الأعمال وأساليب الإحصاء الاستدلالي لتحليل العلاقة بين المتغيرات المستقلة والأداء المالي (تم اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار الخطي)، أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية بين الالتزام بكل من المسؤولية البيئية والاجتماعية

¹ Zeribi-Benslimane Olfa et Boussoura Ezzeddine, **Responsabilité sociétale des entreprises et performance financière : le cas des entreprises tunisiennes cotées**, XVI^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, 6-9 Juin 2007, Ecole des sciences de gestion (ESG), Université de Québec à Montréal (UQAM), pp 1-31.

وأخلاقيات الأعمال والأداء المالي، وتبين وجود اختلافات في درجة التزام البنوك التجارية بالمسؤولية البيئية والاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في تعاملاتها المصرفية ونشاطاتها¹.

(2) العلاقة السلبية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي:

دراسة لـ Vance سنة 1975 درس فيها الأداء السوقي للشركات التي أوصى بها Moskowitz للفترة 1972-1975 ووجد أن الأوراق المالية لجميع الشركات انخفضت في الأسعار والأداء كان أدنى بكثير من مؤشر Dow-Jones (مؤشر بورصة نيويورك New York Stock Exchange Index) ومن Standard and Poor's industrials، كما قدمت دراسته لتلك الشركات التي تم تحديدها مناطق ذات مستويات منخفضة وعالية من المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وأشار إلى أن أداء الشركات منخفضة التقييم فاقت الشركات عالية التقييم، وبالتالي توصل إلى العلاقة السلبية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي².

(3) العلاقة المختلطة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي:

في دراسة قام بها كل من Seoki Lee و Sun-Young Park سنة 2010 نشرت في Journal of Hospitality & Tourism Research بعنوان "الأثار المالية للأنشطة المسؤولة اجتماعيا في شركات الطيران"، الفترة المختارة للدراسة 1991-2006 وعدد الشركات سبع (07) شركات في مجال الطيران، تبحث هذه الدراسة عن آثار المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات طويلة الأجل على الأداء المالي (أي للسنوات المستقبلية) وذلك لقياس الأثار الناجمة عن المسؤولية البيئية والاجتماعية على المدى الطويل، الأداء المالي لهذه الدراسة هو المتغير التابع والمقاييس المستخدمة لقياسه خمسة (05) وهي: مقاييس الأداء المحاسبية (العائد على الأصول ROA، العائد على حقوق المساهمين ROE، العائد على المبيعات ROS)، مقاييس أداء القيمة (متوسط القيمة السوقية AMV، فائض القيمة السوقية EMV). والمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات متغير مستقل، هذه الدراسة استخدمت تحليل الانحدار المتعدد كنموذج دراسة، والنتائج التي توصل إليها هي أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لديها علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية وبطريقة خطية مع أداء القيمة لشركة الطيران، واعتبر ممارسة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات أحد العوامل المحتملة التي قد تؤدي إلى زيادة قيمة محفظة الاستثمار في مجال شركات الطيران، كما وجد في الدراسة عدم وجود أدلة

¹ أحمد يوسف دودين وهاني سعيد عيده، أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال والمسؤوليات الاجتماعية في ظل الأعمال الإلكترونية على الأداء المالي: دراسة ميدانية على عينة من البنوك التجارية الأردنية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 08، الإصدار 33، سنة 2012، جامعة كربلاء، ص ص 15-44.

² H.S. Sandhu and Shveta Kapoor, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Exploring the Relationship**, Journal of Management and Labour Studies, August 2005, Vol.30 N°3, p 215.

إحصائية لتأثير المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على مقاييس الأداء المحاسبية لشركات الطيران سواء في الفترة الحالية أو على المدى الطويل¹.

(4) العلاقة العديدة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي:

دراسة قام بها Matthew Brine، Rebecca Brown و Greg Hackett بعنوان "المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي في السياق الأسترالي" نشرت على موقع الخزانة الأسترالي، هذه الدراسة أجريت على معظم الشركات المدرجة في مؤشر ASX 500 للسنة المالية 2005، وحجم العينة بلغ 277 شركة بعدما أُلغيت الشركات التي بياناتها مفقودة، تم اعتبار المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات متغير مستقل والأداء المالي متغير تابع، مقاييس الأداء المالي المستخدمة هي العائد على الأصول ROA، العائد على حقوق المساهمين ROE والعائد على المبيعات ROS، والمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات اعتبرت متغير نموذجي، استخدمت سلسلة تحليل الانحدار وذلك باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية لاختبار فرضية أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تحسن الأداء المالي للشركة، وأهم النتائج هي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي، وأيضا قد توصل لوجوب وضع مقياس أفضل للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات داخل استراليا يمكن أن يساعد في القياس الكفؤ لدرجة تبني الشركة للمسؤولية البيئية والاجتماعية لتسمح بإجراء تحليل أكثر دقة للتأثير على الأداء المالي².

أيضا في دراسة قام بها كل من H. S. Sandhu و Shveta Kapoor سنة 2005 والتي نشرت في Journal of Management and Labour Studies بعنوان "المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي: استكشاف العلاقة"، تستند الدراسة على عينة من 20 شركة تعمل في الهند وتتبنى المسؤولية البيئية والاجتماعية وتغطي الفترة 2000-2003، وأخذت البيانات من مركز رصد الاقتصاد الهندي (CMIE)، تم قياس الأداء المحاسبي بمقاييس محاسبية متمثلة في العائد على المبيعات ROS، والعائد على الأصول ROA، وتم قياس المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بناء على مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية من خلال النظر في أحد عشر (11) بعد والتي تغطيها مجلة

¹¹ Seoki Lee and Sun-Young Park, **Financial Impacts of Socially Responsible Activities On Airline Companies**, Journal of Hospitality & Tourism Research, May 2010, Vol 34, N°2, pp 185-203.

² Matthew Brine, Rebecca Brown and Greg Hackett, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Australian context**, Advisory Panel on the Economic Potential of Senior Australians, the Australian Treasury, 12 June 2012, Available on: http://epsa.treasury.gov.au/documents/1268/PDF/04_CSR.pdf, Consulted on 24 April 2017.

فورتشن ومؤشر KLD، تم فحص العلاقة باستخدام الارتباط وتحليل الانحدار والتي لم تكشف عن أي ارتباط بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي¹.

المبحث الثاني: النظريات المفسرة للعلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات

ظهرت العديد من البحوث التي حاولت دراسة العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي، حيث انصبت المناقشة حول التأثير المالي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وما إذا كان هذا التأثير إيجابيا، سلبيا أو حياديا.

في هذا المبحث الذي يدرس نظريات العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات سوف نحاول تتبع التطورات التي حدثت على مفهوم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات من خلال إبراز وجهات النظر المختلفة التي حاولت البحث في طبيعة هذه العلاقة.

المطلب الأول: نظريات العلاقة الإيجابية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات

فيما يتعلق بالعلاقة الإيجابية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي، فإن هذا يعني أن الأداء المالي للشركة سوف يتحسن كنتيجة لأنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات². فكلما زادت أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية، كان الأداء المالي أفضل، على العكس من ذلك، إذا كانت الشركة غير مسؤولة اجتماعيا، نتيجة لذلك، الأداء المالي يزداد سوءا، وهذا يدل أيضا على علاقة إيجابية. وبالتالي، فإن العلاقة الإيجابية تعني أن مستوى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي يتحركان في نفس الاتجاه³. وتستند النظرية الرئيسية وراء العلاقة الإيجابية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي على عدة نظريات، نذكر أهمها.

(1) نظرية أصحاب المصلحة Stakeholder theory:

تضع نظرية أصحاب المصلحة المساهمين كمجموعة واحدة فقط من مجموعات أصحاب المصلحة العديدة التي يجب أن يفكر فيها المديرون في عملية صنع القرار وتستخدم الموارد لصالح

¹¹ H. S. Sandhu and Shveta Kapoor, Op.cit, p 211-223.

² Roman R. M, Hayibor S. and Agle B. R, **The Relationship Between Social and Financial Performance**, Business & Society, 1999, Vol 38, N° 01, p 109-125.

³ Kang K. H, Lee S. and Huh C, **Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on corporate performance in the hospitality industry**, International Journal of Hospitality Management, 2010, Vol 29, N°01, p 72-82.

مجموعة أوسع من أصحاب المصلحة¹، ولا يمكن تلبية جميع المصالح المتضاربة لأصحاب المصلحة، ولكن نظرية أصحاب المصلحة على الأقل تضمن مراعاة مصالح جميع أصحاب المصلحة المتضررين². ومثل المساهمين، يطلب جميع أصحاب المصلحة الآخرين أشياء معينة من الشركات، ويجب على الشركات التعامل مع هذه المطالب و إذا لم تفعل ذلك فإنها تواجه مشاكل من مجموعات أصحاب المصلحة، ويمكن أن يؤدي ذلك في نهاية المطاف إلى انخفاض قيمة المساهمين، وبناء على ذلك، يعتقد دعاة نظرية أصحاب المصلحة أن سلوك تعظيم الربح قد يكون متوافقاً مع توظيف أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات³.

تفترض نظرية أصحاب المصلحة وجود توتر بين التكاليف الصريحة للشركة (المدفوعات إلى المساهمين) والتكاليف الضمنية التي تنشأ عن العقود الضمنية مع أصحاب المصلحة الآخرين (على سبيل المثال المشاريع البيئية أو المنتجات ذات الجودة الأفضل)⁴. وعندما لا تتصرف الشركة على نحو مسؤول كما ينبغي أن تكون وفقاً للعقود الضمنية، فإن تلك الأطراف ستحاول تغيير العقود الضمنية إلى عقود صريحة وأكثر تكلفة⁵. فعلى سبيل المثال، عندما لا تفي الشركة بوعود الحد من النفقات إلى الوكالات الحكومية، قد تعتقد هذه الوكالات أنه مطلوب منها وضع قواعد أكثر صرامة، ونتيجة لذلك، ستتحمل الشركة تكاليف صريحة أعلى، مما يؤدي إلى عيب تنافسي.

قد تكون للشركات التي لديها صورة جيدة للمسؤولية البيئية والاجتماعية عقود ضمنية منخفضة التكلفة أكثر مما تملكه الشركات غير المسؤولة اجتماعياً⁶، ولذلك فإن الأداء المالي للشركات المسؤولة اجتماعياً أعلى في المتوسط من أداء الشركات غير المسؤولة، وبهذه الطريقة، يوجد رابط إيجابي للمسؤولية الاجتماعية - الأداء المالي. ولهذا السبب، يفترض Freeman أن تبني أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات قد يكون أفضل استراتيجية لتقليل التكاليف إلى أصحاب المصلحة.

كما يرى Jensen سنة 2001 بأن هناك تطابق بين تعظيم القيمة ونظرية أصحاب المصلحة، حيث أن الشركة لن تستطيع تعظيم قيمتها إذا هي أهملت أصحاب المصلحة أو كانت هناك إساءة في معاملتهم والعكس، فالاهتمام بأصحاب المصلحة سوف يعظم قيمتها في الأجل الطويل وبذلك سوف يتم حل مشكلة تضارب الأهداف⁷.

¹ Freeman R. E, Op. cit, p 101.

² De George, R, **Business Ethics**, Macmillan Publishing Company, New York, 1990, p 52.

³ Becchetti L. and Ciciretti R, **Corporate social responsibility and stock market Performance**, Applied Financial Economics, Vol 19, N°16, pp 1283-1293.

⁴ Waddock S. A. and Graves S. B, Op. cit, pp 303-319.

⁵ McGuire J. B, Sundgren A. and Schneeweis T, **Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance**. Academy of Management Journal, 1988, Vol 31, N°04, pp 854-872.

⁶ McGuire J. B, Sundgren A. and Schneeweis T, Op. Cit, pp 854-872.

⁷ Osino Real Atieno, Op. cit, p14.

ما ساهم في تطور هذه النظرية هو فكرة "قاعدة الموارد Resource Based View" حيث حسب هذه النظرية فإن المسؤولية البيئية والاجتماعية لها تأثير على سمعة الشركة إضافة إلى التأثيرات الداخلية (الموارد البشرية، التكنولوجيا، أصول الشركة) التي تسمح بتحسين الميزة التنافسية للشركة ومنه تحسين أدائها المالي¹.

(2) نظرية المهارة الإدارية :Management skill theory

طبقاً لهذه النظرية فإن الشركات القادرة على الأداء المالي في مجال المسؤولية البيئية والاجتماعية سوف تكون لها نفس المهارة للعمل في ميدان آخر بما فيه المجال المالي². حسب أنصار هذه النظرية فإن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تعتبر مؤشراً للمهارة الإدارية من خلال تأثيرات السمعة، حيث أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات سوف تؤثر إيجاباً على سمعتها مما يسمح للإدارة بتغيير الإدعاءات الصريحة إلى إدعاءات ضمنية أقل تكلفة. تسمى هذه الفكرة بنظرية الأثر الاجتماعي لـ Preston and O'Bannon التي ترى بأن هناك نوعين من التكاليف؛ تكاليف صريحة Explicit costs وتكاليف ضمنية Implicit costs، حيث تكون التكاليف الضمنية ناتجة عن الأفعال اللامسؤولة اجتماعياً للشركة والتي تؤدي إلى ارتفاع التكاليف الصريحة³. نظرية الأثر الاجتماعي ترتبط بضرورة بناء علاقات مع أصحاب المصلحة، وبذلك فإن هذه النظرية تشبه نظرية أصحاب المصلحة والاختلاف الوحيد يكمن في فكرتها البسيطة حول ادعاءات أصحاب المصالح⁴.

(3) نظرية الموارد المتاحة Slack resources theory

استناداً إلى نظريات العلاقة الإيجابية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات، يبقى التساؤل المطروح هو ما إذا كانت الزيادة في نشاطات المسؤولية البيئية والاجتماعية تقود إلى نتائج مالية أفضل؟ أو أن نجاح الشركة لا علاقة له بنشاطات المسؤولية البيئية والاجتماعية وإنما الموارد المتوفرة هي التي تسمح بالضلوع في برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات. الإجابة على هذا التساؤل يكون من خلال نظرية الموارد المتاحة، حيث حسب أنصار هذه النظرية، فإن حماية الشركة من التغيرات السريعة في المحيط الخارجي يكون من خلال استخدام

¹ Rutger Wissink, Op. cit, p 12.

² Ibid, p 58.

³ Simpson, W. G. and Kohers T, Op. Cit, p 97-109.

⁴ Simpson, W. G. and Kohers T, Op. Cit, p 12.

الموارد المتاحة، وهي "الموارد المتوفرة أو الحرة سواء موارد مالية أو موارد أخرى التي يمكن للشركة استخدامها لمواجهة الظروف الغير متوقعة"، وهي ثلاثة (03) أنواع¹:

◆ **الموارد المتوفرة Available resources**: مثل الموارد النقدية والسندات الصالحة للعرض في السوق؛

◆ **الموارد المستردة Recovable resources**: مثل الفائض في التجهيزات أو البنيات؛

◆ **الموارد الكامنة Potential resources**: مثل الديون وأسهم السوق.

تتوافق هذه النظرية مع نظرية أصحاب المصلحة في كون العلاقة إيجابية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات، إلا أن المشكل الأساسي ينصب حول العلاقة السببية بين المتغيرين، حيث يؤكد أنصار نظرية الموارد المتاحة بأن الشركات مستعدة للاستثمار في المسؤولية البيئية والاجتماعية الغير إلزامية عندما تكون لديها تدفقات نقدية متاحة، وهذا يعني أن المدراء التنفيذيين ليس لديهم الاستباقية عندما يقومون بإدارة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، ولا تصب اهتماماتهم حول تحقيق رفاهية أصحاب المصلحة، فهم لا يحفزون من خلال الفوائد المالية الناتجة عن الجهود المبذولة من خلال برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية².

تكون المسؤولية البيئية والاجتماعية حسب نظرية الموارد المتاحة متغير تابع، ويكون الأداء المالي متغير مستقل، حيث أن المستوى العالي من الأداء المالي يوفر الموارد الضرورية للالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية، وأن قرارات تخصيص الأموال والسياسيات الاجتماعية يرتبط بمدى توفر الموارد المالية، وعليه فإن الأداء المالي الجيد سوف يسمح بأداء اجتماعي جيد³.

(4) نظرية الحلقة الفعالة Virtuous cycle:

تعرف أيضا بالنموذج المتدائب، حيث حسب Waddock and Graves، فإن العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات هي علاقة إيجابية ودووية (علاقة تعاونية وتقاطعية)، أي أن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات هي المحرك الأساسي للأداء المالي وهي بدورها نتيجة للأداء المالي الجيد⁴. هذا النموذج يدمج بين نظرية الإدارة الجيدة ونظرية الموارد

¹ Victor Chiedn M. CS, Fadio Inuwa Musa, **Financial slack and upper echelon traits as predictors of corporate philanthropy in Nigeria**, International Journal of Business and Social Science, Vol 03, N°18, September 2012, p 161.

² Sandra Ail Zymantas, **Corporate social responsibility and financial performance: the example of Estonia, Latvia and Lithuania**, master thesis not published, Stockholm school of economics, 2013, pp 15-17.

³ Marc Orlitzky, **CSR and financial performance: meta analysis**, Organization studies, Vol 24, N°03, SAGE Publication, London, 2003, p 405.

⁴ Waddock, S. A. and Graves S. B, Op. cit, pp 303-319.

المتاحة، حيث أن الأداء المجتمعي الجيد يقود إلى أداء مالي أفضل (نظرية الإدارة الجيدة) مما يقود إلى أداء اجتماعي جيد (نظرية الموارد المتوفرة)¹.

حسب Ambec فإن الشركات التي تحسن من أدائها المجتمعي سوف تحسن من أدائها المالي دون ضرورة إلى زيادة تكاليف، حيث يرى بأن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات سوف تسمح بتخفيض التكاليف من خلال إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة، الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض تكاليف المسؤولية القانونية مما يحسن من الأداء المالي للشركة، كما أن الأداء المجتمعي سوف يسمح بتخفيض المخاطر المتعلقة بالقواعد المستقبلية وهذا ما يحسن من وضعيتها المالية².

المطلب الثاني: نظريات العلاقة السلبية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات

تستند هذه النظريات إلى الأفكار الكلاسيكية التي ترى بأن انتهاج الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية يقلل من قدرتها التنافسية بسبب دفع تكاليف إضافية في برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية والتي لا تدفعها الشركات المنافسة الأخرى التي لا تتبنى المسؤولية البيئية والاجتماعية، ومنه فإن تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يؤدي إلى انخفاض أدائها المالي، ومن أهم رواد هذا الفكر نجد Lontos حيث بين وجهتي نظر كلاسيكيتين للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

(1) وجهة نظر صنع الربح الصافي The pure profit making view:

يرى Carr سنة 1968 بأن رجال الأعمال لهم الحق في بعض التضليل، وتنزل عنهم بعض المسؤوليات الأخلاقية دون غيرهم، فرجال الأعمال لهم الحق في المبالغة، إخفاء بعض الحقائق وكذا المكر الذي يعتبر استراتيجية ضرورية لنجاح الشركات، ومن هنا فإن الشركة حسب Carr لها الحق القانوني في تشكيل استراتيجياتها بغض النظر عن أي شئ ماعدا تحقيق الأرباح طالما هي في نطاق القانون³.

وترتبط فكرة Carr بالمبدأ الرئيسي للاقتصادي Adam Smith وفكرته المجازية "اليد الخفية"، حيث يرى بأن السعي وراء تحقيق الربح يروج للرفاهية الاجتماعية في النهاية، فالفرد أثناء تحقيقه للمصلحة

¹ Hanna Nopanen, **Analysis of CSR performance and financial performance of selected mining companies**, Master thesis not published of science in technology, Lappeenranta University of Technology, 2013, p 24.

² Hopalong Leeto Ntoi, **The of CSR on the corporate financial performance of companies listed on the Johannesburg securities**, Master thesis not published of of Business Administration, Institute Gorden of Business Sciences, University of Pretoria, 2010, p 28.

³ Manuel Costelo Branco Rodrigues, **Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility**, Electronic Journal of Business Ethics on Organization Studies, Vol 12, N°1, 2007, p 6.

الشخصية هو بالضرورة يقدم خدمة للمجتمع، ومنه فالشركات حسب Adam Smith تساهم في تحقيق منفعة للمجتمع عندما تسعى لتحقيق اهتماماتها الخاصة (الربح)¹.

(2) وجهة نظر صنع الربح المقيد The constrained profit making view:

حسب Friedman فإن المديرين هم وكلاء للمساهمين، لا بد عليهم من العمل بموجب اهتماماتهم على تعظيم ثروة وكلائهم (المساهمين)، وأن اهتمام الإدارة بالمسؤولية البيئية والاجتماعية من خلال أخذ أموال وموارد المساهمين ومنحها لأصحاب المصالح يعتبر فشلاً ذريعاً في تحقيق مصالحهم حيث يؤدي إلى انتهاك الثقة بين الوكيل والرئيس مما يؤثر سلباً على ثروة حملة الأسهم². من هنا جاءت فكرة Friedman في أن هناك مسؤولية اجتماعية واحدة فقط للشركة، وهي استخدام الموارد لتعظيم الأرباح ضمن قواعد اللعبة والدخول ضمن المنافسة الحرة دون غش أو خداع، وأن الموارد المخصصة لبرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات سوف تكون أكثر كفاءة إذا ما استثمرت في مبادرات لتعظيم كفاءة الشركة³. ولأن "العمل هو العمل لخلق المال Business of business is to make money"، فإن استعمال أموال حملة الأسهم في مجال غير مربح هو أسلوب خاطئ يحول دون الفعالية الاقتصادية مهما كان السبب نبيلاً، "فمن غير المعقول أن تكون عظيماً بأموال الآخرين"⁴.

هي نفس أفكار Livin سنة 1958 الذي يرى بأن "عمل الحكومة ليس عمل الشركة وأن عمل الشركة ليس عمل الحكومة، فالشركات لا بد لها أن تهتم بعملها، لأنها مؤسسة اقتصادية وظيفتها الشرعية هي الأداء الاقتصادي وليست النشاطات الاجتماعية"⁵.

(3) نظرية التبادل Trade off theory:

وجدت هذه النظرية جذورها في نظرية Friedman سنة 1970، حيث حسب منظريها فإن الشركة لا بد عليها أن تختار بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي، وذلك باعتبار أن

¹ Zahary Cheers, **The corporate social responsibility debate**, Thesis of requirements for graduation in the honors program, Liberty University, Spain, 2011, p 17.

² Olwari D. J. Egbe, Fiedelis A. E. Paki, **The rhetoric of corporate social responsibility in the Niger Delta**, American International Journal of Contemporary Research, Vol 01, N°3, Department of Political Sciences, Niger Delta University, November 2011, p 124.

³ Tiago Ribiero Alves Melo, **The impact of corporate social responsibility on organizational performance**, Thesis of Doctorat not published, Economie de l'entreprise, Faculté de l'économie de l'entreprise, Université de Salomanca, 2010, p 18.

⁴ Osino Real Atieno, Op. cit, p14.

⁵ Olwari D. J. Egbe, Fields A. E. Paki, Op. cit, p124.

الشركات التي تتبنى برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية سوف تتحمل تكاليف إضافية مقارنة بالشركات غير المسؤولة اجتماعيا.

تنطلق هذه النظرية من فكرة مفادها أن التكاليف الاجتماعية سوف تكون أكبر من العوائد الاجتماعية، وأن الالتزام المجتمعي سوف يخفض من ثروة حملة الأسهم. حيث أن المدراء لا يدركون ما هو مطلوب منهم اتجاه المجتمع مما يخلق عدم الاتفاق بين أفعالهم وبين مصالح المساهمين، وعليه فإنه حسب نظرية التبادل، لا يجب على الأطراف الأخرى من غير المساهمين أن تستفيد من العقود والتشريعات الخاصة بالشركة¹.

كل من النظرية الكلاسيكية ونظرية التبادل تقوم على أفكار السوق الحرة وتعظيم الأرباح، وهي تستند إلى العديد من الحجج، نذكر منها²:

- حجة الحامي غير الكفاء، فالمدراء والشركات ليسوا مجهزين لأداء الدور المجتمعي نظرا لانعدام خبرتهم في مجالات المسؤولية البيئية والاجتماعية، وحتى لو أرادت الشركة استئجار مستخدمين ذوي خبرة فإنها ستزيد من التكلفة، وهذا يبرر بأن المسؤولية البيئية والاجتماعية ليست مربحة لأن هذه التكاليف سوف تنعكس على زيادة أسعار السلع مما ينعكس سلبا على قوتها التنافسية في السوق.
- المساهمين هم مالكي الشركة، وعليه فالمدراء ليس لديهم الحق بالتصرف بشكل انفرادي لاتخاذ قرارات اختيارية، أو استعمال مصادر الشركة لتحقيق أهداف اجتماعية لا تتعلق مباشرة بالأرباح، كما أن المسؤوليات الاجتماعية هي مسؤولية الدولة فقط.
- دور الشركات في تحقيق الثروة ومتابعة الأهداف الاجتماعية قد يضعف أداءها، كون الهدف الاجتماعي سوف يضعف الهدف الرئيسي للمنظمة، لأنها تستنزف طاقة الشركة وهذا يدخل في تخصيص الموارد الكفؤة.

(4) نظرية الانتهاز الاداري **Managerial opportunism**:

حسب Simpon and Kohers سنة 2002، المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تعتبر بمثابة مخاطرة، وأن الأداء المالي المرتفع سوف يؤدي بالمدراء إلى تخفيض مصاريف الأداء المجتمعي من أجل تعظيم الربحية في الأجل القصير والتي تمثل الهدف الرئيسي للمدراء كون أن تعويضاتهم

¹ Rutger Wissink, **A test of virtuous cycle of corporate social responsibility: testing the relation between corporate social performance and corporate financial performance**, Master thesis not published, Business Administration, University of Twente, April 2012, p 14.

² Manuel Costelo Branco, Op. cit, p7.

الشخصية مرتبطة بها، وأن الاستثمار المسؤول اجتماعيا باعتباره مصاريف إضافية تعرض سمعتهم وكفاءتهم للخطر، فهم مجبورين على تبرير الأداء المالي الضعيف¹.

يتضح جليا بأن فرضية "الانتهاز الإداري" تفر بالعلاقة السلبية بين الأداء المجتمعي والأداء المالي للشركات، لكن في اتجاه معاكس، حيث أن الأداء المالي المنخفض سوف يجعل المديرين يحولون انتباههم إلى تعظيم مصاريف المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات من أجل تبرير الأداء المالي المنخفض، والعكس، فإن الأداء المالي المرتفع يجعل المديرين يحافظون على مستواه بتخفيض مصاريف المسؤولية البيئية والاجتماعية والحصول على تعويضات ومكافآت أكثر².

المطلب الثالث: نظريات عدم وجود علاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات

يؤكد بعض المؤلفين أنه لا توجد علاقة يمكن ملاحظتها بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات وأن هناك الكثير من الأحداث والعوامل الهامة التي تؤثر على الأداء المالي والسوقي تمنع من ملاحظة علاقة واضحة³.

(1) النظرية النيومؤسسية Neo-institutional theory:

استنادا إلى هذه النظرية فإنه لا توجد أي علاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات، ففي مقال صدر لـ Ullman سنة 1985 ذكر فيه بأن هناك الكثير من العوامل المختلفة المشترك فيها بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي، للشركات (الحجم، الخطر، القطاع، عدم دقة قياس الأداء المالي، صعوبة إثبات العلاقة الإحصائية) والتي تحول دون وجود أي علاقة وتقيد الباحثين في الكشف عن أي تأثير للمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي، وإن وجدت هذه العلاقة فلا نستطيع إسنادها إلا لمحض الصدفة فقط⁴. وعليه فإن جميع الشركات سواء كان لها إذعان للمسؤولية البيئية والاجتماعية أو لا يكون لها نفس معدل العائد المتوقع وتواجه نفس التكاليف،

¹ Simpson, W.G. and Kohers, T, **The Link Between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry**. Journal of Business Ethics, 2002, Vol 35, N°01, p 97-109.

² Hoyalong Leeto Ntoi, **The impact of CSR on the corporate financial performance of companies listed on the Johannesburg securities**, Master of Business Administration, Institute Gordan of business science, University of Pretoria, 2010, p 29.

³ Kang K. H, Lee S. and Huh C, **Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on corporate performance in the hospitality industry**, International Journal of Hospitality Management, 2010, Vol 29, N°02, pp 72-82.

⁴ Charle Henri d'Arcimoles Serge Eric Gadioux, **Evaluation extra-financière de la RSE**, Op. cit, p 240.

وهذا يعني أنه في إطار نموذج (العائد/المخاطر) تكون عوامل الخطر هي المحدد الرئيسي في أسعار السوق¹.

يدعم McWilliams and Siegel هذه النتائج حيث يقولون إن السبب في النتائج غير المتسقة للدراسات السابقة هو استخدام نماذج غير محددة، ويريدون في دراستهم أن يتكيفوا مع هذا ويأخذون البحث والتطوير كمتغير في الاعتبار، كما يدعون أن استبعاد هذا المتغير في دراسات أخرى قد يؤدي إلى تقديرات متحيزة لقياس المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات. ويجادلون بأن العديد من الشركات التي تشارك في المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تتبع أيضا استراتيجيات التمايز بما في ذلك الاستثمارات الكبيرة في البحث والتطوير، وأن هذه الاستثمارات في البحث والتطوير تؤثر على أداء الشركة بدلا من أنشطة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، وتستند دراستهم على نموذجين، أحدهما يشمل كثافة البحث والتطوير والآخر دون هذا المتغير، ويستنتجان أنه عندما يتضمن النموذج البحث والتطوير، فإن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات لها تأثير محايد على الأداء المالي².

أما Surroca فيرى بأن هناك علاقة غير مباشرة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات وهذا راجع إلى مصادر معنوية كالإبداع، السمعة، حقوق الإنسان ... حيث تكون هذه العلاقة سلبية أو حيادية بالنسبة للشركات لا تستطيع تطوير هذه المظاهر في أداؤها³.

تدعم هذه الفكرة من طرف Aupperle و Pham الذي يرى بأن العلاقة الغير مباشرة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات ترجع إلى أن إدارة الأعمال والاستراتيجية تؤثر على الأداء المالي وتتأثر بالأداء المجتمعي⁴.

(2) نظريات العلاقة على شكل حرف U:

حسب بعض النظريات فإن العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات هي علاقة غير خطية، حيث في دراسة قام بها Barnett and Saloman سنة 2006 وجدا بأن هناك مستوى أمثل للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات أين يكون الأداء المالي أعظمي، والانحراف عن هذا المستوى سوف يؤثر سلبا على الأداء المالي للشركات⁵، "و عليه فإن العلاقة بين الالتزام المجتمعي

¹ Evelyn Setiwan and Jiang Gupita Janel, **Corporate social performance and market performance: evidence from Indonesian consumer goods industry**, Master thesis not published, Department of accounting, Pelito Harapanu University, Surabaya, 2013, p 04.

² McWilliams A. & Siegel D, **Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?** Strategic Management Journal, 2010, Vol 21, N°05, pp 603-609

³ Yingxi Jiao, Wenjum Xie, Op. cit, p15.

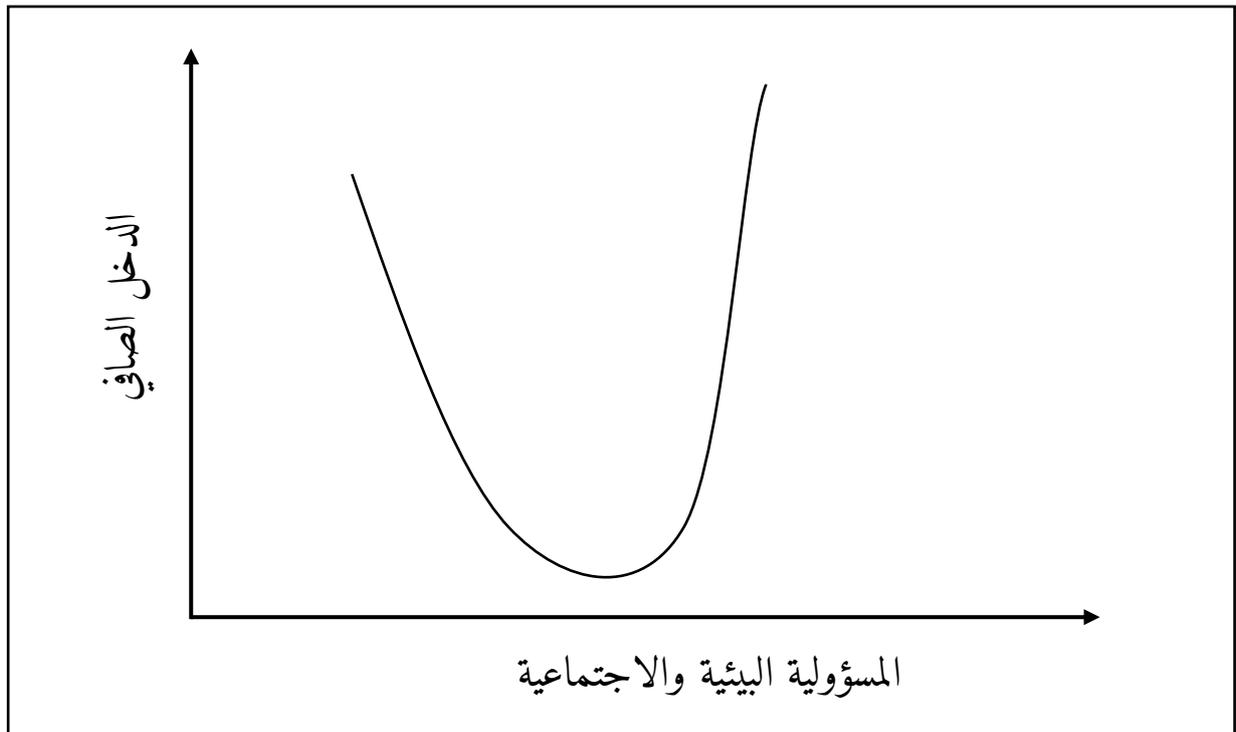
⁴ Emali Ahmadi, **The relationship between CSR and corporate financial performance**, Master thesis not published in finance, School of economics and management, Tilburg University, 2012, p 15.

⁵ John Peloza, Op. cit, p1528.

والأداء المالي تكون على شكل حرف "U"، حيث يكون المنحنى مرتفعاً من الجهة اليمنى مقارنة بالجهة اليسرى، وقد فسّر الباحثان المنحنى كما يلي:

عندما تعزز الشركات التزامها بالمسؤولية البيئية والاجتماعية يبدأ أداءها المالي بالانخفاض في البداية، حيث تزداد تكاليف الشركة من جهة، ومن جهة أخرى فإن أصحاب المصلحة يعتبرون بأنها تقوم بمجرد "الغسيل الأخضر". لكن بمرور الوقت وبمجرد استقرار الاستثمارات يبدأ أصحاب المصلحة بتقدير جهود الشركة ويبدأ التأثير الإيجابي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات فتزيد ثقة المساهمين وتنخفض التكاليف وبذلك يكون مستوى الأداء المالي أعلى من المستوى الذي بلغه قبل تنفيذ برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية¹. ويمكن توضيح ذلك من خلال المخطط الآتي:

الشكل (02 – 01): العلاقة على شكل حرف U بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات



Source: Micheal L. Barnett, Robert M. Saloman, **Does it pay really good ? Adressing the shape of the relationship between social and financial performance**, Strategic Management Journal, 2012, N°33, p 1319.

¹ Michael L. Barnett, Robert M. Saloman, **Does it pay really good? Adressing the shape of the relationship between social and financial performance**, Strategic management journal, 2012, N°33, p 1319.

يتضح بأن كل من Friedman ومنتقديه محقين على حد سواء لأن نظرياتهم تركز على أجزاء مختلفة من المنحنى، لكن ما يجب أن تأخذه الشركات بعين الاعتبار هو الحرص على أن لا تتعثر في الجوفاء، وذلك لأن الشركات التي لا تبرهن عن وجود التزام حقيقي اتجاه المسؤولية البيئية والاجتماعية سوف تتكبد تكاليف دون أن تؤثر على أصحاب المصالح، مما يؤدي إلى تراجع في الأداء المالي وللخروج من الجوفاء لا بد على الشركات أن تستمر في بذل جهودها في المسؤولية البيئية والاجتماعية من أجل كسب ثقة أصحاب المصلحة مما ينعكس هذا على أدائها المالي فيرتفع، وهو ما يلاحظ في الجهة اليمنى من المنحنى، كما نجد أن الارتفاع في الجهة اليمنى أكثر من الجهة اليسرى وهذا يدل على أن الشركات الأكثر مردودية هي الأكثر التزاما بالمسؤولية البيئية والاجتماعية وأن تبني برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات (الجهة اليمنى) أكثر أهمية من الاقتصاد في التكلفة (الجهة اليسرى)¹.

¹ Micheal L. Barnett, Robert M. Saloman, Op. cit, p 1319.

خلاصة الفصل:

نجاح الشركات أو فشلها يتوقف على قدرتها على الاستغلال الأمثل لمختلف الموارد البشرية، المادية والمالية (الأداء الداخلي) حيث تسعى إلى تعظيم أدائها في ظل عدم استقرار البيئة الداخلية والخارجية للشركة ما يحول دون تحقيق هدفها في تعظيم الأداء المالي، حيث أصبح الأداء الشامل للشركة يقاس من خلال تحقيق درجة عالية من الاستجابة لمختلف التطورات الداخلية والخارجية التي تؤثر على قرارات الشركة وبالتالي على أدائها المالي.

رغم كثرة الدراسات التي تناولت العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات والأداء المالي إلا أنه لم يتم الاستقرار بعد على تحديد طبيعة العلاقة بين المتغيرين، حيث تختلف الدراسات والبحوث بين علاقة سلبية تستند إلى العديد من النظريات كنظرية صنع الربح الصافي، نظرية صنع الربح المقيد، نظرية التبادل ونظرية الانتهاز الإداري وعلاقة إيجابية تستند في دورها إلى نظريات أخرى مثل نظرية أصحاب المصلحة، نظرية المهارة الإدارية، نظرية الموارد المتاحة ونموذج الحلقة الفعالة، في حين أن هناك نظريات أخرى كالنظرية المؤسسية ونظرية العلاقة على شكل حرف U استدل بها آخرون لنفي وجود أي علاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركة.

سنأخذ من هذا الفصل مقدمة ندخل من خلالها إلى الفصل الثالث حيث نسقط أهم المفاهيم والمؤشرات التي تناولناها في هذين الفصلين على عينة الشركات قيد الدراسة.

الفصل الثالث

الدراسة التطبيقية لعينة من الشركات

تمهيد:

تناولنا في الفصلين السابقين دراسة الجوانب النظرية للمسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي، وقمنا بتحليل للدراسات السابقة التي خاضت في هذا الموضوع واستنتجنا منها أهم المقاييس المستعملة والمتاحة للقياس في الجزائر، ويمكن دراسة العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات وهذا بعد قياسهما.

يبين الجانب التطبيقي من هذه الدراسة أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات من خلال عينة الدراسة، وسنتطرق في هذا الفصل إلى عرض عينة الدراسة من خلال عرض عينة الشركات وعرض مجتمع الدراسة ومميزاته، وسنتطرق أيضا لتحليل الاستبيان وحساب قيم المتغيرات، وأخيرا دراسة أثر الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات.

المبحث الأول: عرض عينة الدراسة التطبيقية

يتضمن هذا المبحث تحليل للعينة المأخوذة سواء من نوعية نشاط الشركات والموقع الاجتماعي وكذا عينة الأشخاص المستجوبين في الاستبيان.

المطلب الأول: عرض عينة الشركات

تم اختيار عينة مكونة من خمس (05) شركات وكانت موزعة على ولايتين وهما: سطيف والجزائر، وتطرقنا في اختيار الشركات إلى عدة معايير هي:

- أن يوجه الاستبيان الذي يخص المسؤولية البيئية والاجتماعية للإداريين؛
- أن تكون الشركة المختارة لها تأثير على المجتمع والبيئة؛
- أن تكون إما شركة ذات طابع صناعي أو تجاري.

الجدول (03-01): عينة الشركات

اسم الشركة	مقر النشاط	نشاط الشركة
شركة SAIDAL	المنطقة الصناعية الدار البيضاء - الجزائر	إنتاج وتوزيع المواد الصيدلانية
المؤسسة العامة للخدمات البحرية GEMA	تافورة - الجزائر	خدمات في القطاع البحري
شركة الإسمنت لعين الكبيرة SCAEK	عين الكبيرة - سطيف	إنتاج الإسمنت، فرع مجمع GICA
المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة EN-AMC	العلمة - سطيف	إنتاج معدات القياس والمراقبة، فرع مجمع سونالغاز
مطاحن الرياض سطيف	سطيف	المطاحن

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على وثائق الشركات

تم اختيار عينة شركات مختلفة من ولايتين مختلفتين ومن عدة نشاطات وبأحجام مختلفة وذلك لكي تكون عينة الدراسة كبيرة وتسمح للدراسة أن تتوصل لنتائج جيدة لأن العينة كلما كبرت كلما كانت النتائج أكثر دقة.

المطلب الثاني: عرض عينة مجتمع الدراسة

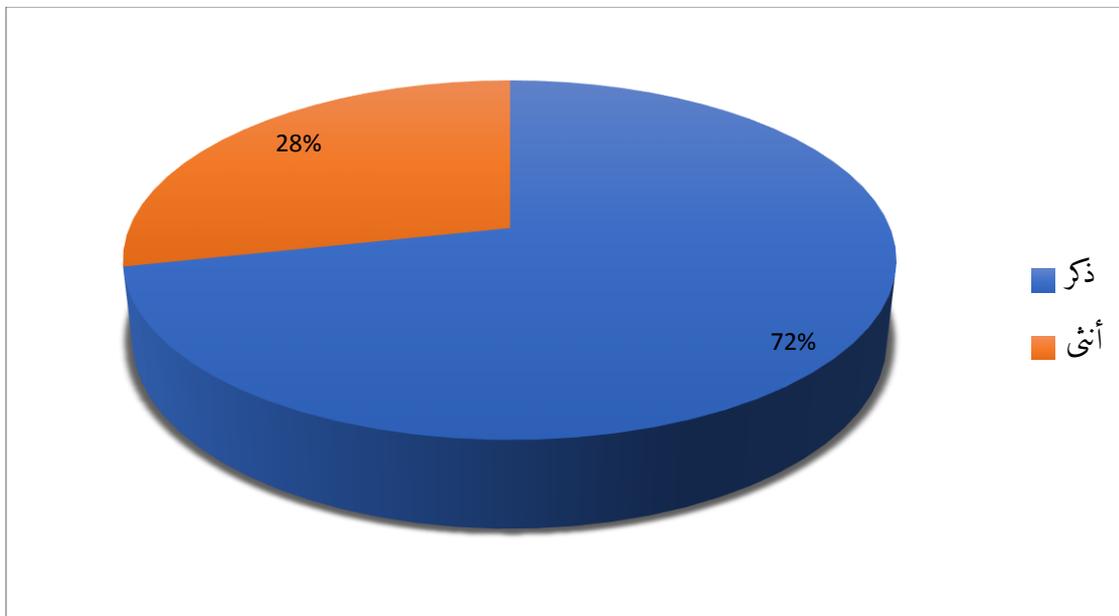
تم اختيار عينة مكونة من إداريين بالشركات عينة الدراسة وبلغ حجمها 88 موظفاً، كما وجه الاستبيان للإداريين لأنهم أدرى بالسياسات والأعمال التي تقوم بها الشركة، وقد تم اختيار 18 موظفاً من شركة SAIDAL و 23 موظفاً من شركة الإسمنت لعين الكبيرة، 13 موظفاً من المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة EN-AMC، 19 موظفاً من مطاحن الرياض ERIAD و 15 موظف من المؤسسة العمومية للخدمات البحرية GEMA. تم توزيع الاستبيان على أعضاء العينة في الفترة الممتدة من مارس إلى ماي 2017 حيث تم الانتقال إلى مقر الشركات عينة الدراسة.

الجدول (02-03): خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
71.6	63	ذكر
28.4	25	أنثى

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الشكل (01-03): خصائص عينة الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Excel

يبين الجدول (02-03) أن 71.6% من عينة الدراسة ذكور و 28.4% إناث، وهذا راجع إلى أنه في غالب الأحيان المواقع الإدارية في الشركات الصناعية تكون للرجال وأما الشركات التجارية

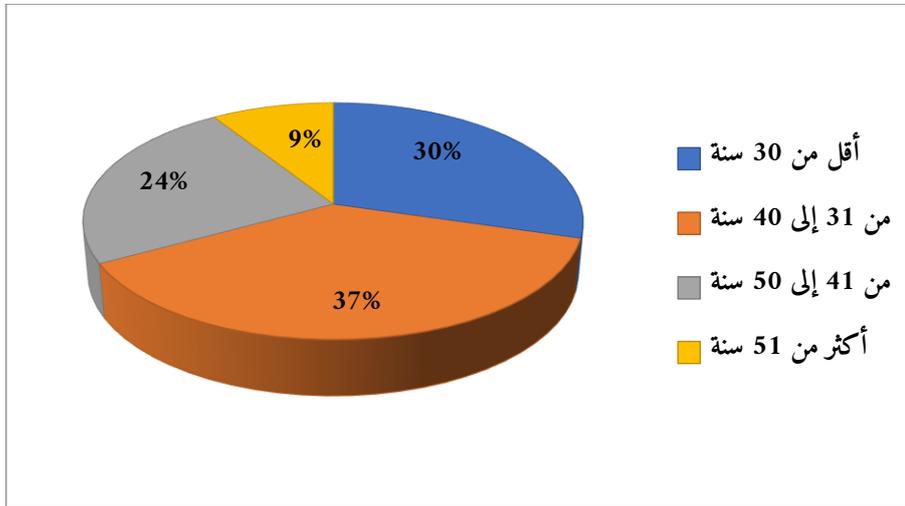
فوجد أن نسبة كبيرة منها من الإناث. ولأن العينة محل الدراسة اقتصر على الشركات الصناعية فكانت النسبة الغالبة للذكور.

الجدول (03-03): أعمار عينة الدراسة

العمر	أقل من 30 سنة	من 31 إلى 40 سنة	من 41 إلى 50 سنة	أكثر من 51 سنة
التكرار	26	33	21	8
النسبة المئوية	29.5	37.5	23.9	9.1

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الشكل (02-03): أعمار عينة الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Excel

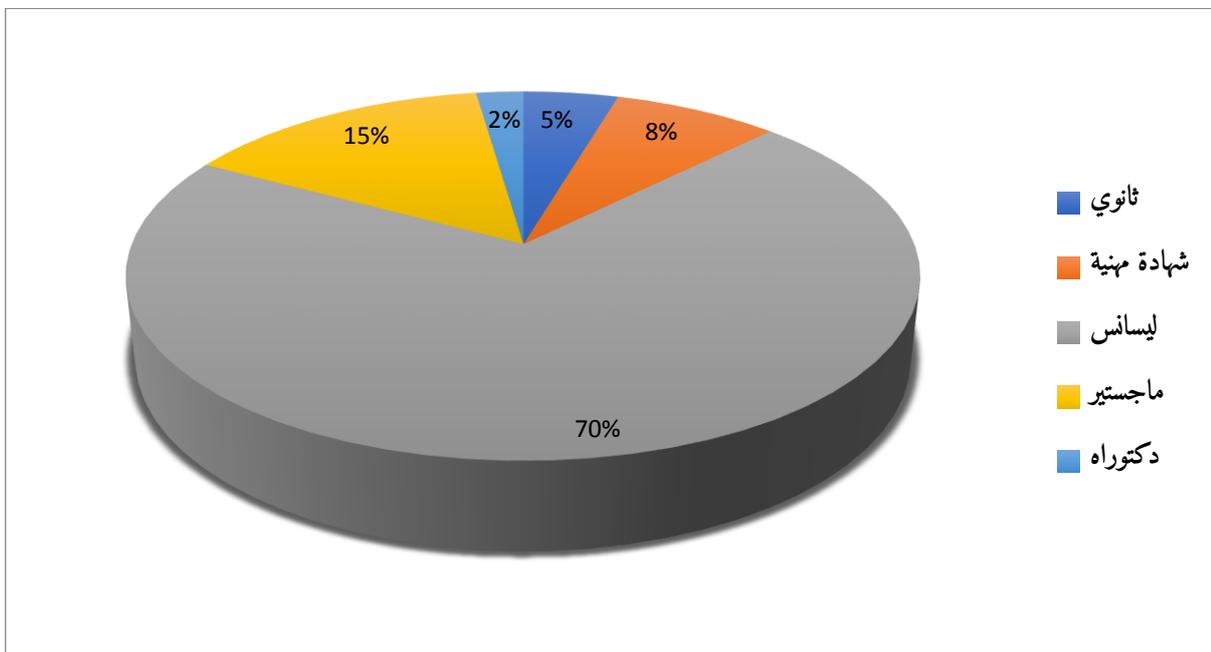
يبين الجدول (03-03) أن ما نسبته 67% من عينة الدراسة أعمارهم أقل من 40 سنة، وهذا يدل على أن عينة الشركات موظفة لنسبة كبيرة من الشباب في المواقع الإدارية، 23.9% تتراوح أعمارهم ما بين 41 و 50 سنة، و 9.1% كانت أعمارهم أكثر من 51 سنة، ومن هذا يمكن القول أن 70.5% من عينة الدراسة يزيد عمرهم عن 30 سنة، وهذا مؤشر يدل على أن نسبة كبيرة من أفراد العينة ذو نضج فكري يمكنهم من إعطائنا إجابات تلامس واقع الشركات في تطبيقها للمسؤولية البيئية والاجتماعية.

الجدول (04-03): المستوى التعليمي لعينة الدراسة

المستوى التعليمي	ثانوي	شهادة مهنية	ليسانس	ماجستير	دكتوراه
التكرار	4	7	62	13	2
النسبة	4.5	8	70.5	14.8	2.3

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الشكل (03-03): المستوى التعليمي لعينة الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Excel

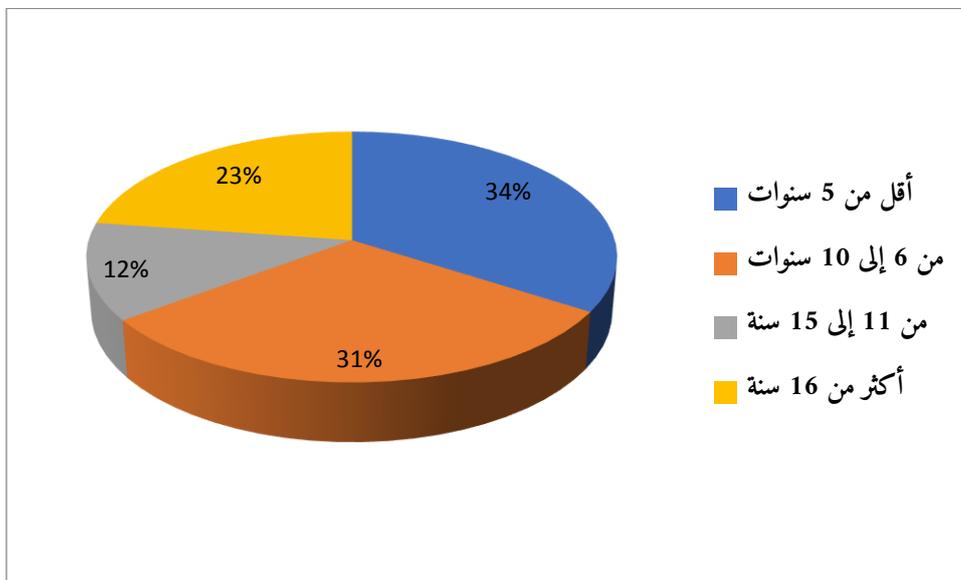
يبين الجدول (04-03) أن معظم المستجوبين مستواهم التعليمي جامعي حيث نجد أن ما نسبته 4.5% ثانوي و 8% لديهم شهادة مهنية وأن 87.5% من أفراد العينة لهم مستوى جامعي وهذا للمتطلبات التي تفرضها الوظائف التي يشغلونها، وأغلب أفراد العينة لديهم مؤهل علمي عالي يسهل عليهم فهم ما وجه لهم من أسئلة والإجابة عليها بسهولة وأيضا فهم موضوع الدراسة مما يجعل نتائج الدراسة مقبولة إلى حد كبير.

الجدول (03-05): عدد سنوات الخبرة لعينة الدراسة

عدد سنوات العمل في الوظيفة	أقل من 5 سنوات	من 6 إلى 10 سنوات	من 11 إلى 15 سنة	أكثر من 16 سنة
التكرار	30	27	11	20
النسبة المئوية	34.1	30.7	12.5	22.7

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الشكل (03-04): عدد سنوات الخبرة لعينة الدراسة



من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Excel

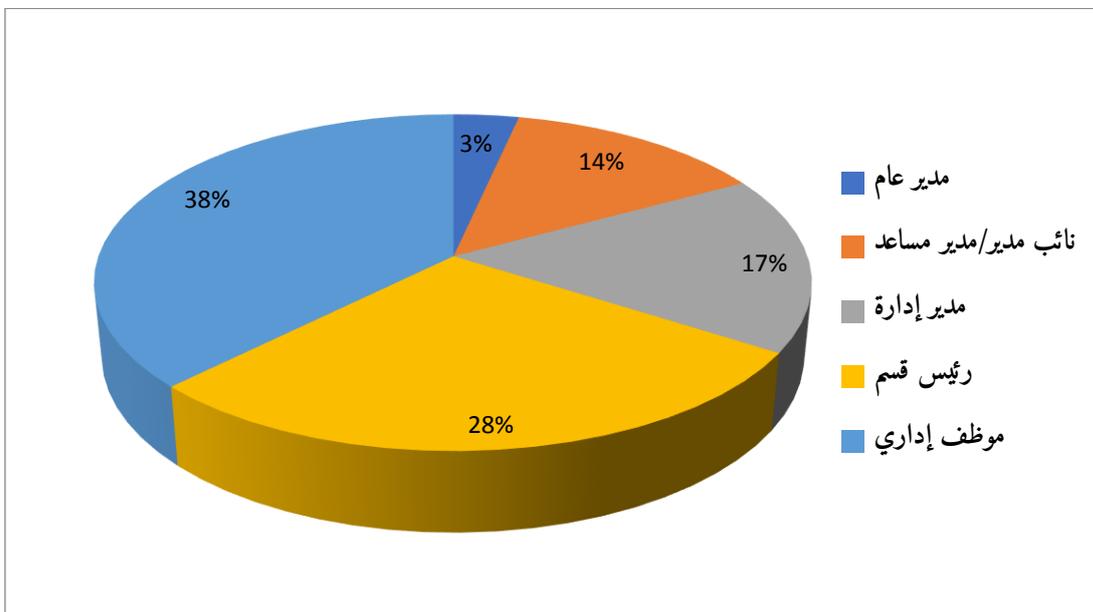
يبين الجدول (03-05) تباين عدد سنوات الخبرة في المنصب الحالي لأفراد العينة حيث كان ما نسبته 34% يشغل منصبه لمدة أقل من 05 سنوات وهو ما يعكس عدم وجود خبرة كافية لهذه الفئة لتقييم عمل الشركة، في المقابل نجد حوالي 31% من المستجوبين كان عدد سنوات خبرتهم ما بين 6 إلى 10 سنوات، وحوالي 25% كانت لديهم الخبرة الكافية لتقييم عمل واستراتيجية المؤسسة مما يمكن من إعطاء نتائج جيدة.

الجدول (06-03): الموقع الوظيفي لعينة الدراسة

الموقع الوظيفي	مدير عام	نائب مدير/مدير مساعد	مدير إدارة	رئيس قسم	موظف إداري
التكرار	3	12	15	25	33
النسبة	3.4	13.6	17	28.4	37.5

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الشكل (05-03): الموقع الوظيفي لعينة الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Excel

يبين الجدول (06-03) أن ما نسبته 62.5% لعينة الدراسة يشغل مناصب قيادية في الشركة، أما 37.5% يشغلون مناصب إدارية عادية لكن من الملاحظ أن أغلبهم كانوا يشغلون مناصب محاسبين أو أعوان تجاريين أو أعوان إداريين مما يسمح لهم بتقييم عمل الشركة بشكل يسمح بالحصول على نتائج تحليلية جيدة.

المبحث الثاني: تحليل الاستبيان وحساب قيم المتغيرات

المطلب الأول: أدوات وخطوات الدراسة

لأن دقة البيانات تتوقف على حسن اختيار أدوات الدراسة، فإن الطالب قام باختيار الأدوات المستخدمة بما يتناسب وطبيعة الموضوع والبيانات المراد الحصول عليها، ولأجل ذلك قمنا باتباع العديد من الخطوات.

أولاً: أدوات جمع البيانات

اعتمد الطالب في جمع البيانات على الأساليب التالية:

• الاستبيان:

تم الاعتماد على استبيان تم إعداده مسبقاً لهذا الغرض وفق نمط الأسئلة المغلقة وهذا من أجل تسهيل عملية تحليل النتائج، حيث توزعت الأسئلة على قسمين رئيسيين كما يلي:

- **الجزء الأول:** وهو خاص بالتعرف على عينة الدراسة، يحتوي هذا الجزء على البيانات المتعلقة بالأشخاص المستجوبين محل الدراسة والمتمثلة في الجنس، السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمسمى الوظيفي.

- **الجزء الثاني:** يحتوي هذا الجزء على 29 سؤالاً يتمحور حول تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية، حيث تسمح بقياس مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، هذه الفقرات مقسمة إلى 6 عناصر رئيسية تمثل المؤشرات الفرعية التي تكون المسؤولية البيئية والاجتماعية، موزعة كما يلي:

- ◆ المحور الأول: يتكون من 05 أسئلة؛
- ◆ المحور الثاني: يتكون من 06 أسئلة؛
- ◆ المحور الثالث: يتكون من 04 أسئلة؛
- ◆ المحور الرابع: يتكون من 05 أسئلة؛
- ◆ المحور الخامس: يتكون من 05 أسئلة؛
- ◆ المحور السادس: يتكون من 04 أسئلة.

تم اللجوء إلى استمارة الأسئلة للاستفادة من بعض محاسن الاستقصاء:

- إمكانية أكبر لتحصيل معلومات حقيقية عن الظواهر بالنظر إلى ملموسية ومادية الاستمارة؛
- اختصار ووضوح المعلومات المحصلة؛

- سهولة تبويب ومعالجة هذه المعلومات؛
- الاستفادة من الاختصار في الوقت والجهد بالمقارنة مع وسائل البحث الأخرى.

• جمع الوثائق:

قصد تحليل الوضعية المالية للمؤسسة قمنا بجمع كل من الوثائق المحاسبية والمالية والمتمثلة في جداول حسابات النتائج والميزانيات المحاسبية والمالية للمؤسسات محل الدراسة خلال السنتين 2014 و 2015 وذلك من أجل حساب مؤشرات الأداء المالي المتطرق لها في الجانب النظري من البحث.

للحصول على المعلومات المالية تم الاستعانة بالمقابلات الشخصية للاستفادة من مزايا الاتصال المباشر:

- استغلال هذه الوسيلة لمعرفة الدوافع والتصرفات في العمق (الأسباب التي تبرر الظواهر)؛
- إمكانية التأثير والتدخل للمطالبة بمزيد من التوضيحات؛
- إمكانية تحصيل إجابات أكثر موضوعية عن كل الأسئلة المهمة وبالتفصيل بشكل غير اصطناعي أو كاذب من خلال توضيح أي لبس أو غموض يمكن أن يصادفه المجيب سواء بالنسبة للمصطلحات المستخدمة أو لغة الاستبيان وتوضيح الهدف من الدراسة نظرا لموثوقية المعلومات خاصة في الجانب المالي للمؤسسة الذي يتطلب المقابلة الشخصية للطالب.

ثانيا: الخطوات المتبعة في إجراء الدراسة الميدانية

تمحور الجانب الميداني حول دراسة عينة بعض الشركات في ولايتي الجزائر وسطيف ولقد قام الطالب بدراسة المسؤولية البيئية والاجتماعية لهذه الشركات كمتغير كيفي من خلال الاستبيان، أما المتغير الكمي والمتمثل في الأداء المالي للشركات محل الدراسة فتم دراسته من خلال تحليل التقارير المالية لهذه الشركات. ومن أجل إعداد هذه الدراسة قمنا باتباع العديد من الإجراءات والخطوات تمثلت في:

(1) تطوير الاستبيان:

من أجل إعداد الاستبيان وبناء على الجزء النظري للدراسة تم الاستعانة بالدراسات السابقة في الموضوع أين تم التوصل إلى إعداد استبيان مكون من 29 سؤال، مستخلص من استبيان محكم دوليا أعد من طرف كل من معهد Ethos البرازيلي* ومنظمة التقرير العالمية أين تم وضع استبيان حول

* أحد المعاهد الاستشارية في برازيليا التابع لمنظمة التقرير العالمية.

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات يشمل 07 أبعاد للمسؤولية البيئية والاجتماعية، تم تلخيصها من طرف دليل MIF FOMIN تحت عنوان: Learning Guide on implementing corporate social responsibility in Small and Medium enterprises.

هذا الاستبيان صالح لجميع الشركات إلا أنه ليس من الضروري أخذ الأبعاد السبعة للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات، حيث أن كل بعد يرتبط بحجم الشركة، القطاع ونشاط الشركة ولا بد على الشركة من اختيار القضايا التي تحقق أهدافها أو التي يحددها أصحاب المصلحة. بناء على هذا قام الطالب باستخلاص استبيان يتوافق وطبيعة المؤسسات محل الدراسة، حيث أخذ في عين الاعتبار 06 عناصر للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

(2) اختيار مقياس الاستبيان:

تم اختيار مقياس Likert الخماسي وذلك لأنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداما لقياس الآراء وذلك لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يعبر الأفراد المستجوبون عن مدى موافقتهم على كل عبارة من العبارات المطروحة وفق 05 درجات وقد ترجمت الإجابة على النحو التالي:

الجدول (03-07): مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: فايز جمعة النجار، نبيل جمعة النجار وماجد راضي الزعبي، أساليب البحث العلمي (منظور تطبيقي)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص121.

(3) اختبار الاستبيان:

تم اختبار صدق وثبات الاستبيان من خلال:

- اختبار صدق الاستبيان: تم اختبار الصدق الظاهري للاستبيان من خلال الحرص على ملئ الاستبيان بحضورنا الشخصي وذلك للتأكد من فهم المجيب لقرارات الاستبيان والعمل على توضيح أي فقرة يتطلب توضيحها من أجل التأكد من صحة النتائج المتوصل إليها.

- اختبار ثبات الاستبيان: يقصد بثبات الاستبيان هو الاتساق الداخلي لل فقرات التي تتضمنها الاستمارة من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach الذي يشير إلى قوة الارتباط والتماسك في الفقرات، و تعد قيمة $\alpha > 0.6$ معقولا في البحوث الخاصة بالإدارة والعلوم الإنسانية.

الجدول (08-03): معامل الثبات ألفا كرونباخ

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات		
معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)	عدد الفقرات التي تم اختبارها (N° of Items)	أصل عدد الحالات (N° of Cases)
0.945	29	88

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول (08-03) يتبين من نتائج تحليل الموثوقية (Reliability) أن قيمة معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha = 0.945) وهي قيمة أعلى من المقاييس المتعارف عليها للثبات (0.60) مما يؤكد الثبات والتناسق الداخلي للمتغير داخل المقياس.

4) التحليل الإحصائي:

بعد الحصول على استمارة الاستبيان يتوجب على الطالب تفريغها بالاستعانة بأدوات التقرير المناسبة ثم القيام بالتحليل الإحصائي للبيانات المتحصل عليها بواسطة برنامج SPSS 22 الذي يسمح باستخدام أساليب الإحصاء الوصفي بالإضافة إلى الإحصاء التحليلي. بواسطة هذه الأساليب قام الطالب بوصف خصائص مفردات مجتمع الدراسة وكذلك إجراء التحليل الإحصائي للإجابات المتحصل عليها، وتتمثل الأدوات المستعملة في المعالجة الإحصائية فيما يلي:

- **المتوسط الحسابي:** باعتباره أحد مقاييس النزعة المركزية تم استخدامه في هذه الدراسة كمؤشر لترتيب البنود حسب أهميتها من وجهة نظر المستجوبين بالإضافة إلى النسب المئوية والتكرارات.
- **الانحراف المعياري:** تم استخدامه لمعرفة مدى تشتت القيم عن وسطها الحسابي.
- **معامل التحديد R²:** يقيس مدى مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع، ويبين لنا النسبة التي يؤثر بها المتغير المستقل على المتغير التابع، حيث كلما كانت هذه النسبة كبيرة كلما كانت المساهمة أكبر، وتعود النسبة المتبقية لمتغيرات أخرى خارج الدراسة وكذا للخطأ العشوائي.

▪ مستوى التبني والأهمية:

تم تحديده وفقا للمقياس التالي:

$$\text{طول الفئة: (الحد الأعلى - الحد الأدنى) / عدد المستويات} = 5 / (1 - 5) = 0.8$$

لتحديد مستوى الأهمية نتبع المراحل التالية:

- ◆ حساب المدى وذلك بطرح أصغر قيمة من أعلى قيمة في المقياس (5 - 1 = 4)؛
- ◆ تحديد الطول الفعلي لكل خلية من خلال قسمة المدى على أكبر قيمة في المقياس (4 / 5 = 0.8)؛
- ◆ لأن المقياس لا يبدأ من الصفر بل من العدد (1) فإن نهاية الخلية الأولى تكون (1 + 0.8 = 1.8)، هذا يعني أن أي وسط حسابي يقع بين القيمة (1) والقيمة (1.8) تعد ضمن الخلية الأولى أي "الدرجة الضعيفة"؛
- ◆ تكون بداية الخلية الثانية هي نهاية الخلية الأولى، أما نهاية الخلية الثانية تكون (1.8 + 0.8 = 2.6)؛
- ◆ بنفس الطريقة يتم حساب طول الخلية الأخرى التي تشير إلى "الدرجة القوية"، بحيث يكون الطرف الأول للخلية هو الطرف الأخير للخلية التي تسبقها مباشرة، في حين نحصل على الطرف الأخير للخلية بإضافة (0.8) للطرف الأول.

وبذلك نحصل على درجة أهمية المسؤولية البيئية والاجتماعية في الشركات عينة الدراسة وفق الجدول الموالي:

الجدول (03-09): درجة أهمية المسؤولية البيئية والاجتماعية في العينة

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات		
واقع التبني	درجة الأهمية	الوسط الحسابي
لا يوجد اهتمام	درجة ضعيفة جدا	1.8 - 1
ضمن المشاريع	درجة ضعيفة	2.6 - 1.8
في مرحلة الانطلاق	درجة متوسطة	3.4 - 2.6

4.2 - 3.4	درجة قوية	قيد التنفيذ
5 - 4.2	درجة قوية جدا	متحكم فيه

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على المعلومات السابقة

■ **الانحدار الخطي:** نموذج يبين كيف يؤثر المتغير المستقل في المتغير التابع، ومن خلاله يتم الحكم على قبول فرضية العدم أو عدم قبولها. كما يتم الحكم على رفض أو قبول الفرضيات التي استعملت نموذج الانحدار بموجب قاعدة القرار التالي:

- ◆ ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة إذا كان مستوى الدلالة أصغر من مستوى المعنوية (0.05)؛
- ◆ تقبل الفرضية العدمية وترفض الفرضية البديلة إذا كان مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية (0.05).

وعموما يمكن استخراج معادلة الانحدار الخطي البسيط (Simple linear regression) كالآتي:

$$CFP = \alpha + \beta CSR + \varepsilon$$

حيث:

- # **CFP** يمثل الأداء المالي للشركات ويتم قياسه من خلال معدل العائد على الأصول (**ROA**)، معدل العائد على حقوق المساهمين (**ROE**) ومعدل العائد على المبيعات (**ROS**)؛
- # **CSR** يمثل مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات؛
- # ε يمثل الخطأ العشوائي.

وعليه يصبح نموذج الانحدار كما يلي:

$$\left\{ \begin{array}{l} ROA = \alpha + \beta CSR + \varepsilon \\ ROE = \alpha + \beta CSR + \varepsilon \\ ROS = \alpha + \beta CSR + \varepsilon \end{array} \right.$$

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة

أولاً: عرض وتحليل معدلات المسؤولية البيئية والاجتماعية في العينة

من خلال هذا المطلب سنحاول عرض وكذا تحليل البيانات الخاصة بمؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات المدروسة.

كما تطرقنا سابقاً، فإنه لأجل معرفة مستوى تطبيق المسؤولية البيئية والاجتماعية في الشركات محل الدراسة، قمنا بتقسيم المسؤولية البيئية والاجتماعية إلى ستة (06) محاور:

- ◆ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه العمال؛
- ◆ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات اتجاه الزبائن؛
- ◆ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه الموردين؛
- ◆ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه البيئة؛
- ◆ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه المجتمع؛
- ◆ المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه المساهمين.

وعلى أساس هذه التصنيفات تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ولقد لخصت النتائج في الجداول الآتية:

الجدول (03-10): إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية

والاجتماعية اتجاه العمال

البيانات	التكرار والنسبة	المقاييس					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرة	مستوى الممارسة	واقع التبنى
		1	2	3	4	5					
تهتم الشركة بتوفير الوسائل والأدوات للتقليل من مخاطر العمل وتوفير الأمن الصناعي.	ك	3	20	4	28	33	3.95	0.716	1	قوي	قيد التنفيذ
	%	3.4	22.7	4.5	31.8	37.5					
تسمح الشركة للعاملين عند كافة المستويات الإدارية بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة.	ك	7	17	19	29	16	3.38	1.101	5	متوسط	مرحلة الانطلاق
	%	8	19.3	21.6	33	18.2					

قيد التنفيذ	قوي	4	0.980	3.47	20	28	14	22	4	ك	ترتكز سياسة التوظيف على تنوع الموظفين حسب العمر، الجنس، العرق والكفاءة.
					22.7	31.8	15.9	25	4.5	%	
قيد التنفيذ	قوي	3	0.849	3.61	18	38	12	18	2	ك	توفر الشركة البرامج التدريبية اللازمة من أجل تنمية المهارات الإدارية للموظفين.
					20.5	43.2	13.6	20.5	2.3	%	
قيد التنفيذ	قوي	2	0.913	3.69	27	28	13	15	5	ك	تسمح الشركة بوجود النقابات العمالية.
					30.7	31.8	14.8	17	5.7	%	
قوي			0.911	3.62	المتوسط						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه العمال لعينة الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام **3.62**، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الرابعة (04) من درجة الأهمية (3.4 – 4.2) وهي الفئة التي تشير إلى درجة قوية، أي أن الشركات محل الدراسة تتبني هذا المحور (المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه العمال) بدرجة قوية، حيث أن تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه العمال لعينة الشركات المدروسة هو قيد التنفيذ والتي تترجم على أرض الواقع بالاهتمام بأمن وسلامة العمال واعتبارهم كعنصر مساهم في اتخاذ القرارات بالإضافة إلى الاهتمام بتوظيف المرأة بنسبة كبيرة في جميع الشركات قيد الدراسة، وبما أن الانحراف المعياري **0.911** فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها.

إذ جاءت الفقرة التي تنص على **"تهتم الشركة بتوفير الوسائل والأدوات لتقليل من مخاطر العمل وتوفير الأمن الصناعي"** في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ **3.95** بمعنى متحكم فيه، بينما حصلت الفقرة **"تسمح الشركة للعاملين عند كافية المستويات الإدارية بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة"** على المرتبة الأخيرة بمعدل حسابي بلغ **3.38** أي أن الشركات قيد الدراسة لا تولي اهتماما جيدا لمشاركة العمال في اتخاذ القرار حيث أن 24 مستجوب أي ما نسبته **27.3%** أوضحوا بأن الشركات محل الدراسة لا تسمح للعاملين عند كافة المستويات بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة.

الجدول (11-03): إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الزبائن

واقع التبني	مستوى الممارسة	ترتيب الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المقاييس					التكرار والنسبة	البيان
					5	4	3	2	1		
قيد التنفيذ	قوي	6	0.765	3.42	12	39	18	12	7	ك	تراعي الشركة القدرات الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها/خدماتها.
					13.6	44.3	20.5	13.6	8	%	
قيد التنفيذ	قوي	1	0.780	3.68	26	27	12	19	4	ك	تراعي الشركة ظروف الصحة والسلامة عند عملية الإنتاج/التصنيع/أثناء تقديم الخدمة.
					29.5	30.7	13.6	21.6	4.5	%	
قيد التنفيذ	قوي	3	0.834	3.55	20	33	16	13	6	ك	تستمع الشركة إلى شكاوي المستهلك وتهتم بحلها.
					22.7	37.5	18.2	14.8	6.8	%	
قيد التنفيذ	قوي	4	0.799	3.51	17	38	10	19	4	ك	تعتمد الشركة سياسة تسويق تضمن توفير معلومات دقيقة وكاملة للزبائن.
					19.3	43.2	11.4	21.6	4.5	%	
قيد التنفيذ	قوي	2	0.737	3.60	22	38	12	13	3	ك	تعتمد الشركة سياسة تسويقية قائمة على تقديم المنتجات بأسعار وجودة مناسبة.
					25	43.2	13.6	14.8	3.4	%	
قيد التنفيذ	قوي	5	0.877	3.47	16	32	20	17	3	ك	الشركة لها علاقة وطيدة وجيدة مع جمعيات حماية المستهلك.
					18.2	36.4	22.7	19.3	3.4	%	
مستوى ممارسة قوي			0.79	3.54	المتوسط						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الزبائن لعينة الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام **3.54**، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الرابعة (04) من درجة الأهمية (3.4 – 4.2) وهي الفئة التي تشير إلى درجة قوية، أي أن الشركات محل الدراسة تتبني هذا المحور (المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الزبائن) بدرجة قوية، حيث أن تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية

اتجاه الزبائن لعينة الشركات المدروسة هو قيد التنفيذ أي أن هذه الشركات بدأت تدرك مؤخرا أهمية الزبون باعتباره نواة عمل الشركة خاصة في ظل اشتداد المنافسة، وبما أن الانحراف المعياري 0.79 فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها.

إذ جاءت الفقرة التي تنص على " تراعي الشركة ظروف الصحة والسلامة عند عملية الإنتاج، التصنيع وأثناء تقديم الخدمة " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.68 بمعنى أنه قيد التنفيذ، حيث أن أغلب المستجوبين أثبتوا بأن شركاتهم تراعي ظروف الصحة والسلامة وتمتنع قطعيا عن استخدام مواد غير متعارف عليها قد تضر بصحة العامل، بينما حصلت الفقرة " تراعي الشركة القدرات الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها أو خدماتها " على المرتبة الأخيرة بمعدل حسابي بلغ 3.42 حيث أن الشركات قيد الدراسة لا تملك مديريات تسويق متطورة تمكنها من دراسة السوق ودراسة القدرات الشرائية للمستهلكين.

الجدول (03-12): إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الموردين

واقع التبني	مستوى الممارسة	ترتيب الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المقاييس					التكرار والنسبة	البيان
					5	4	3	2	1		
مرحلة الاندماج متوسط		4	0.731	3.38	17	24	31	13	3	ك	تعتمد الشركة سياسة تمويل وإمداد تطبق فيها أسعار عادلة ومقبولة مع الموردين.
					19.3	27.3	35.2	14.8	3.4	%	
قيد التنفيذ	قوي	2	0.736	3.61	22	38	10	13	5	ك	تقوم الشركة بتوطيد العلاقة بينها وبين مورديها بحرصها على الالتزام بالاتفاقيات المبرمة.
					25	43.2	11.4	14.8	5.7	%	
قيد التنفيذ	قوي	3	0.761	3.60	22	40	5	16	5	ك	تلتزم الشركة بتسديد الالتزامات في الأجل المحددة مع الموردين.
					25	45.5	5.7	18.2	5.7	%	

قيد التنفيذ	قوي	1	0.765	3.66	25	35	10	14	4	ك	ترتبط الشركة مع الموردين بعلاقات توريد قائمة على الصدق في التعامل وعدم الإضرار بمصالح الاطراف المتعاقدة.
					28.4	39.8	11.4	15.9	4.5	%	
مستوى ممارسة متوسط			0.748	3.56	المتوسط						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الموردين لعينة الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 3.56، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الرابعة (04) من درجة الأهمية (3.4 – 4.2) وهي الفئة التي تشير إلى درجة قوية، أي أن الشركات محل الدراسة تتبني هذا المحور (المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الموردين) بدرجة قوية، حيث أن تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الموردين لعينة الشركات المدروسة هو قيد التنفيذ أي، وبما أن الانحراف المعياري 0.748 فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها.

إذ جاءت الفقرة التي تنص على " ترتبط الشركة مع الموردين بعلاقات توريد قائمة على الصدق في التعامل وعدم الإضرار بمصالح الاطراف المتعاقدة " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.66 بمعنى متحكم فيه، بينما حصلت الفقرة " تعتمد الشركة سياسة تمويل وإمداد تطبق فيها أسعار عادلة ومقبولة مع الموردين " على المرتبة الأخيرة بمعدل حسابي متوسط بلغ 3.38 .

الجدول (03-13): إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه البيئة

البيان	التكرار والنسبة	المقاييس					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرة	مستوى الممارسة	واقع التبني
		5	4	3	2	1					
تتبنى الشركة سياسة بيئية تقوم على الحد من استهلاك الطاقة.	ك	5	17	14	37	15	3.45	0.839	4	قوي	قيد التنفيذ
	%	5.7	19.3	15.9	42	17					

فقد التنفيذ	قوي	3	0.834	3.52	22	33	8	19	6	ك	تتبنى الشركة تقنيات ملائمة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء وللتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.
					25	37.5	9.1	21.6	6.8	%	
فقد التنفيذ	قوي	2	1.048	3.60	24	30	15	13	6	ك	حصلت الشركة من قبل على أحد المواصفات أو المعايير الدولية البيئية.
					27.3	34.1	17	14.8	6.8	%	
فقد التنفيذ	قوي	1	0.861	3.60	24	29	17	12	6	ك	تلتزم الشركة بتطبيق القوانين التنظيمية ذات الصلة بالمحافظة على البيئة الطبيعية.
					27.3	33	19.3	13.6	6.8	%	
فقد التنفيذ	قوي	5	1.083	3.43	17	35	8	25	3	ك	تمول الشركة حملات التوعية في مجالات حماية البيئة وحسن استغلال مواردها الطبيعية.
					19.3	39.8	9.1	28.4	3.4	%	
مستوى ممارسة قوي			0.933	3.52	المتوسط						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه البيئة لعينة الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 3.52، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الرابعة (04) من درجة الأهمية (3.4 – 4.2) وهي الفئة التي تشير إلى درجة قوية، أي أن الشركات محل الدراسة تتبنى هذا المحور (المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه البيئة) بدرجة قوية، حيث أن تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الموردين لعينة الشركات المدروسة هو قيد التنفيذ، وبما أن الانحراف المعياري 0.933 فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها.

إذ جاءت الفقرة التي تنص على " تلتزم الشركة بتطبيق القوانين التنظيمية ذات الصلة بالمحافظة على البيئة الطبيعية " في المرتبة الأولى مناصفة مع الفقرة التي تنص " حصلت الشركة من قبل على أحد المواصفات أو المعايير الدولية البيئية " بمتوسط حسابي بلغ 3.60 بمعنى قيد التنفيذ، حيث أن بعض الشركات في العينة حاصلة على شهادات دولية في احترام المعايير البيئية مثل ISO24000 بينما حصلت الفقرة " تمول الشركة حملات التوعية في مجالات حماية البيئة وحسن استغلال مواردها الطبيعية " على المرتبة الأخيرة بمعدل حسابي بلغ 3.43 وذلك أن الكثير من المستجوبين يرون بأن الشركة ملزمة بالاستجابة للقوانين البيئية كأدنى حد من المسؤولية البيئية

والاجتماعية اتجاه هذا البعد دون أن يكون هناك برامج توعية لحماية البيئة أو أي مخططات بيئية أخرى، وهذا ما يعبر عن قصور في إدراك وفهم أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية لأنها ليست التزام قانوني محظ ولكنها التزام طوعي اتجاه المجتمع والبيئة.

الجدول (03-14): إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المجتمع

واقع التبني	مستوى الممارسة	ترتيب الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المقاييس					التكرار والنسبة	البيان
					5	4	3	2	1		
مرحلة الانطلاق	متوسط	3	1.244	3.18	13	32	14	16	13	ك	تقدم الشركة الهبات والتبرعات للفقراء والمحتاجين والجمعيات الخيرية مثل جمعيات حماية الطفولة ودور المسنين ومراكز رعاية المعاقين والمستشفيات.
					14.8	36.4	15.9	18.2	14.8	%	
مرحلة الانطلاق	متوسط	4	1.183	3.14	9	33	19	15	12	ك	تقوم الشركة بتبني ورعاية المؤتمرات والندوات.
					10.2	37.5	21.6	17	13.6	%	
مرحلة الانطلاق	متوسط	5	1.221	3.14	8	34	18	18	10	ك	تقوم الشركة برعاية المهرجانات والنشاطات الثقافية والرياضية والفنية.
					9.1	38.6	20.5	20.5	11.4	%	
مرحلة الانطلاق	متوسط	1	1.012	3.36	13	38	15	12	10	ك	تلتزم الشركة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة.
					14.8	43.2	17	13.6	11.4	%	
مرحلة الانطلاق	متوسط	2	1.170	3.30	13	34	15	18	8	ك	تشارك الشركة في حملات السلامة والتوعية من الأمراض والحوادث.
					14.8	38.6	17	20.5	9.1	%	

مستوى ممارسة متوسط	1.166	3.22	المتوسط
-----------------------	-------	------	---------

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المجتمع لعينة الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 3.22، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الثالثة (03) من درجة الأهمية (2.6 – 3.4) وهي الفئة التي تشير إلى درجة متوسطة، أي أن الشركات محل الدراسة تتبنى هذا المحور (المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المجتمع) بدرجة متوسطة ولا يزال في مرحلة الانطلاق، والانحراف المعياري الذي بلغ يدل 1.166 على تباين الإجابات داخل عينة الدراسة.

إذ جاءت الفقرة التي تنص على " تلتزم الشركة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.36 بمعنى في مرحلة الانطلاق، بينما حصلت الفقرتين " تقوم الشركة برعاية المهرجانات والنشاطات الثقافية والرياضية والفنية " و " تقوم الشركة بتبني ورعاية المؤتمرات والندوات " مناصفة على المرتبة الأخيرة بمعدل حسابي بلغ 3.14.

الجدول (03-15): إجابات عينة الدراسة بخصوص مستوى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المساهمين

واقع التبني	مستوى الممارسة	ترتيب الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المقاييس					التكرار والنسبة	البيان
					5	4	3	2	1		
قيد التنفيذ	قوي	1	0.999	3.64	24	30	17	12	5	ك	يعمل المسيريون على تحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح للمساهمين / المالكين.
					27.3	34.1	19.3	13.6	5.7	%	
قيد التنفيذ	قوي	2	0.881	3.56	24	28	12	21	3	ك	يعمل المسيريون على المحافظة على رأس المال المستثمر.
					27.3	31.8	13.6	23.9	3.4	%	
قيد التنفيذ	قوي	4	0.904	3.43	9	41	22	11	5	ك	يتم معاملة المساهمين / المالكين بنفس القدر من المساواة دون تمييز.
					10.2	46.6	25	12.5	5.7	%	

رقم التفتيش	نوع الشركة	3	0.879	3.47	15	36	16	17	4	ك	تضمن الشركة حصول المساهمين / المالكين على المعلومات الصحيحة والحقيقية من دون أي تزيف وبشكل منتظم.
					17	40.9	18.2	19.3	4.5	%	
مستوى ممارسة قوي		0.915	3.52	المتوسط							

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المساهمين لعينة الشركات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام **3.52**، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الرابعة (04) من درجة الأهمية (3.4 – 4.2) وهي الفئة التي تشير إلى درجة قوية، أي أن الشركات محل الدراسة تتبنى هذا المحور (المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المساهمين) بدرجة قوية، حيث أن تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المساهمين لعينة الشركات المدروسة هو قيد التنفيذ، وبما أن الانحراف المعياري **0.915** فهذا يدل على تركيز الإجابات وعدم تشتتها.

إذ جاءت الفقرة التي تنص على " **يعمل المسيرون على تحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح للمساهمين والمالكين** " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ **3.64** بمعنى قيد التنفيذ، بينما حصلت الفقرة " **يتم معاملة المساهمين أو المالكين بنفس القدر من المساواة دون تمييز** " على المرتبة الأخيرة بمعدل حسابي بلغ **3.43** .

ثانياً: عرض وتحليل معدلات المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في العينة

يتم حساب معدل المسؤولية البيئية والاجتماعية اعتماداً على الاستبيان من خلال حساب المتوسط الكلي لفقرات الاستبيان لكل شركة على حدى واعتبارها كمعدل للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة، وقد تم تلخيص النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (03-16): مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في العينة

الشركات										البيانات	
GEMA		SAIDAL		ERIAD Setif		SC-AEK		EN-AMC			
SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean		
0.516	3,93	0.511	2,11	0.994	4,37	0.470	4,70	0.816	3,38	تهتم الشركة بتوفير الوسائل والأدوات للتقليل من مخاطر العمل وتوفير الأمن الصناعي.	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه العاملين
0.941	3,53	0.502	2,11	1.219	3,84	1.054	4,13	1.144	2,69	تسمح الشركة للعاملين عند كافة المستويات الإدارية بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة.	
0.617	3,73	0.511	2,00	1.012	3,89	1.154	4,17	1.044	3,08	ترتكز سياسة التوظيف على تنوع الموظفين حسب العمر، الجنس، العرق والكفاءة.	
0.561	3,47	0.502	2,39	1.250	4,05	0.650	4,26	0.927	3,54	توفر الشركة البرامج التدريبية اللازمة من أجل تنمية المهارات الإدارية للموظفين.	
0.632	3,67	0.511	2,11	1.182	4,21	0.775	4,43	0.967	3,54	تسمح الشركة بوجود النقابات العمالية.	
0.704	3,47	0.485	2,00	0.745	4,26	0.728	4,00	0.689	3,08	تراعي الشركة القدرات الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها/خدماتها.	
0.884	3,33	0.594	1,94	0.855	4,42	0.511	4,57	0.987	3,85	تراعي الشركة ظروف الصحة والسلامة عند عملية الإنتاج/التصنيع/أثناء تقديم الخدمة.	
0.743	3,60	0.514	2,17	0.970	4,11	0.825	4,30	0.947	3,23	تستمع الشركة إلى شكاوي المستهلك وتهتم بحلها.	

0.488	3,73	0.514	2,06	0.831	3,89	0.848	4,30	0.927	3,31	تعتمد الشركة سياسة تسويق تضمن توفير معلومات دقيقة وكاملة للزبائن.	
0.655	3,60	0.485	2,22	0.943	4,16	0.757	4,09	0.760	3,85	تعتمد الشركة سياسة تسويقية قائمة على تقديم المنتجات بأسعار وجودة مناسبة.	
0.884	3,13	0.514	2,33	0.902	4,11	0.848	4,13	0.961	3,31	الشركة لها علاقة وطيدة وجيدة مع جمعيات حماية المستهلك.	
0.458	4,00	0.485	2,22	0.780	3,95	0.967	3,96	0.967	2,85	تعتمد الشركة سياسة تموين وإمداد تطبق فيها أسعار عادلة ومقبولة مع الموردين.	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه الموردين
0.632	4,13	0.511	2,00	0.780	4,21	0.961	4,30	0.961	3,54	تقوم الشركة بتوطيد العلاقة بينها وبين مورديها بحرصها على الالتزام بالاتفاقيات المبرمة.	
0.517	4,00	0.502	2,06	0.737	4,26	0.650	4,30	1.235	3,46	تلتزم الشركة بتسديد الالتزامات في الأجل المحددة مع الموردين.	
0.594	3,53	0.511	2,33	0.713	4,32	0.665	4,52	1.121	3,54	ترتبط الشركة مع الموردين بعلاقات توريد قائمة على الصدق في التعامل وعدم الإضرار بمصالح الأطراف المتعاقدة.	
0.517	3,47	0.502	2,00	0.905	3,74	0.647	4,43	0.961	3,31	تتبنى الشركة سياسة بيئية تقوم على الحد من استهلاك الطاقة.	

0.594	3,60	0.502	2,00	1.121	4,00	0.507	4,43	1.038	3,23	تتبنى الشركة تقنيات ملائمة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء وللتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.
1.113	3,60	0.502	2,06	1.376	4,05	0.728	4,65	0.506	3,23	حصلت الشركة من قبل على أحد المواصفات أو المعايير الدولية البيئية.
1.033	3,47	0.511	2,22	0.946	4,11	0.662	4,48	0.862	3,38	تلتزم الشركة بتطبيق القوانين التنظيمية ذات الصلة بالمحافظة على البيئة الطبيعية.
1.060	3,33	0.594	2,17	1.150	3,95	0.736	4,35	1.391	2,92	تمول الشركة حملات التوعية في مجالات حماية البيئة وحسن استغلال مواردها الطبيعية.
1.447	3,53	1.042	1,72	0.958	3,89	0.968	4,17	1.405	2,00	تقدم الشركة الهبات والتبرعات للفقراء والمحتاجين والجمعيات الخيرية مثل جمعيات حماية الطفولة ودور المسنين ومراكز رعاية المعاقين والمستشفيات.
1.060	3,60	1.042	1,89	1.108	3,74	0.843	3,96	1.038	2,00	تقوم الشركة بتبني ورعاية المؤتمرات والندوات.
1.187	3,07	0.984	2,17	1.157	3,74	1.199	4,04	1.166	2,08	تقوم الشركة برعاية المهرجانات والنشاطات الثقافية والرياضية والفنية.

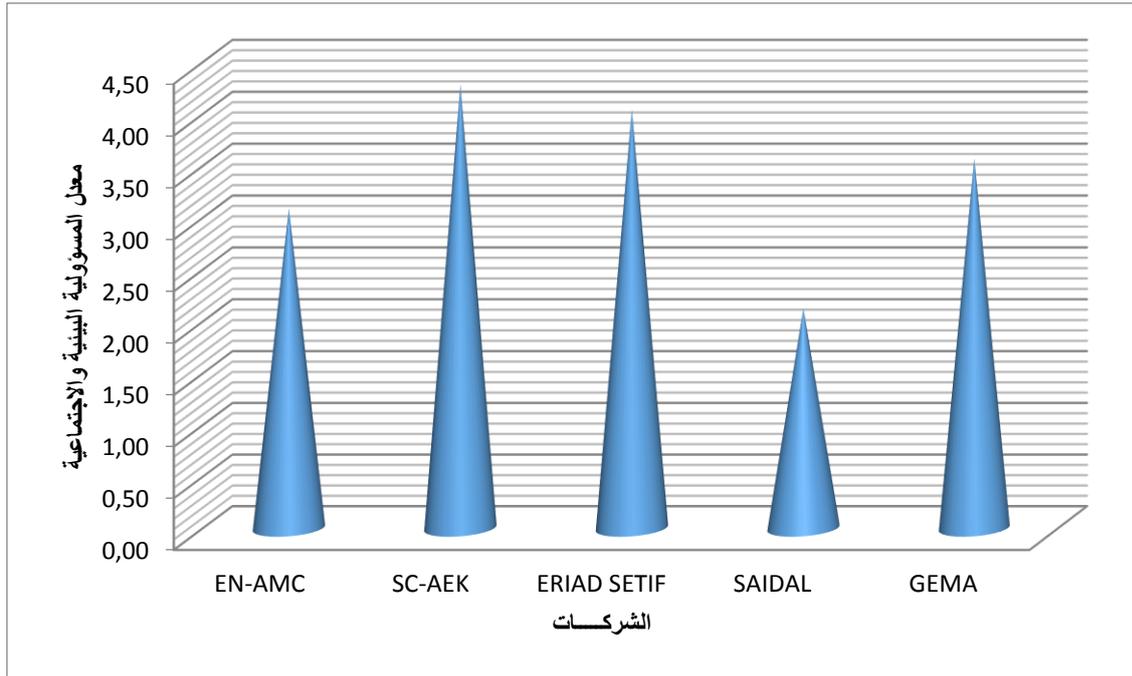
المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه المجتمع

0.884	3,53	0.539	1,78	1.293	4,05	0.815	4,17	1.188	2,92	تلتزم الشركة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة.
1.265	3,13	0.618	2,22	1.333	4,00	0.739	4,13	1.330	2,46	تشارك الشركة في حملات السلامة والتوعية من الأمراض والحوادث.
0.640	3,40	0.485	2,44	1.003	4,16	1.166	4,52	1.437	3,23	يعمل المسيريون على تحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح للمساهمين / المالكين.
0.632	3,60	0.485	2,28	0.946	4,00	0.839	4,52	1.235	2,92	يعمل المسيريون على المحافظة على رأس المال المستثمر.
0.884	3,80	0.485	2,33	0.961	3,95	0.891	4,00	1.166	2,77	يتم معاملة المساهمين / المالكين بنفس القدر من المساواة دون تمييز.
0.799	3,60	0.539	2,33	0.834	3,95	0.949	4,22	1.121	2,85	تضمن الشركة حصول المساهمين / المالكين على المعلومات الصحيحة والحقيقية من دون أي تزيف وبشكل منظم.
0,80	3,57	0,57	2,13	1,00	4,05	0,79	4,28	1,04	3,09	المتوسط
3	5	2	1	4	الرتبة					
قوي	ضعيف	قوي	قوي جدا	متوسط	مستوى الممارسة					
قيد التنفيذ	ضمن المشاريع	قيد التنفيذ	متحكم فيه	مرحلة الانطلاق	واقع التبني					

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه المساهمين

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الشكل (03-06): معدلات المسؤولية البيئية والاجتماعية لعينة الشركات



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال الجدول (03-14) نلاحظ أن شركة الإسمنت لعين الكبيرة (SC-AEK) قد جاءت في الصدارة متحكمة في تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية بمعدل بلغ 4.28 بمستوى ممارسة قوي جدا، تليها كل من مطاحن الرياض (ERIID Setif)، المؤسسة العامة للخدمات البحرية (GEMA) بمستوى ممارسة قوي يتراوح ما بين (3.4 – 4.2) أي أن المسؤولية البيئية والاجتماعية في هذه الشركات في قيد التنفيذ، تليها بمستوى ممارسة متوسط المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة (EN-AMC) بمعدل 3.09 أي أن المسؤولية البيئية والاجتماعية في مرحلة الانطلاق، في المرتبة الأخيرة نجد شركة صيدال (SAIDAL) بمستوى ممارسة ضعيف ومتوسط حسابي بلغ 2.13.

ثالثا: عرض وتحليل الأداء المالي للشركات في العينة

بعد الحصول على البيانات المالية للسنتين 2014 و 2015 من خلال اللجوء إلى المؤسسات محل الدراسة تم حساب الأداء المالي من خلال ثلاث (03) مؤشرات هي:

- معدل العائد على الأصول ROA؛
- معدل العائد على حقوق المساهمين ROE؛
- معدل العائد على المبيعات ROS.

تم تلخيص النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (17-03): مؤشرات الأداء المالي للشركات في العينة خلال السنتين 2014 و 2015

الشركات										
GEMA		SAIDAL		ERAD SETIF		SC-AEK		EN-AMC		
2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	
5644097924,49	5365967437,38	32253659180,09	28863818266,13	1709929685,06	1651752222,80	38401571689,43	23439937760,63	10039238,00	8023960,00	EA*
3232220424,31	3039471559,96	18878227211,27	15969863778,16	525579040,34	458152615,43	21656092485,23	19100703772,12	4836452,00	4661729,00	PC**
379607637,55	353698827,75	1172407473,19	1385942685,96	70366894,68	91761959,03	3207771487,39	3305138306,93	213000,00	670403,00	NetR***
328717729,20	263032672,88	1476440803,45	1601730792,28	69553779,16	84221595,50	4107933879,93	3967266804,35	245145,00	696119,00	Rexp-t****
1841968293,68	1397116530,07	9984043757,71	9789025905,91	1318495144,63	1381015474,80	8453844795,67	8198404832,92	249370,00	699499,00	Sales
0,047	0,040	0,037	0,045	0,033	0,041	0,087	0,137	0,020	0,070	ROA
0,043		0,041		0,037		0,112		0,045		
0,117	0,116	0,062	0,087	0,134	0,200	0,148	0,173	0,044	0,144	ROE
0,116		0,074		0,167		0,161		0,094		
0,178	0,188	0,148	0,164	0,053	0,061	0,486	0,484	0,983	0,995	ROS
0,183		0,156		0,057		0,485		0,981		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على القوائم المالية

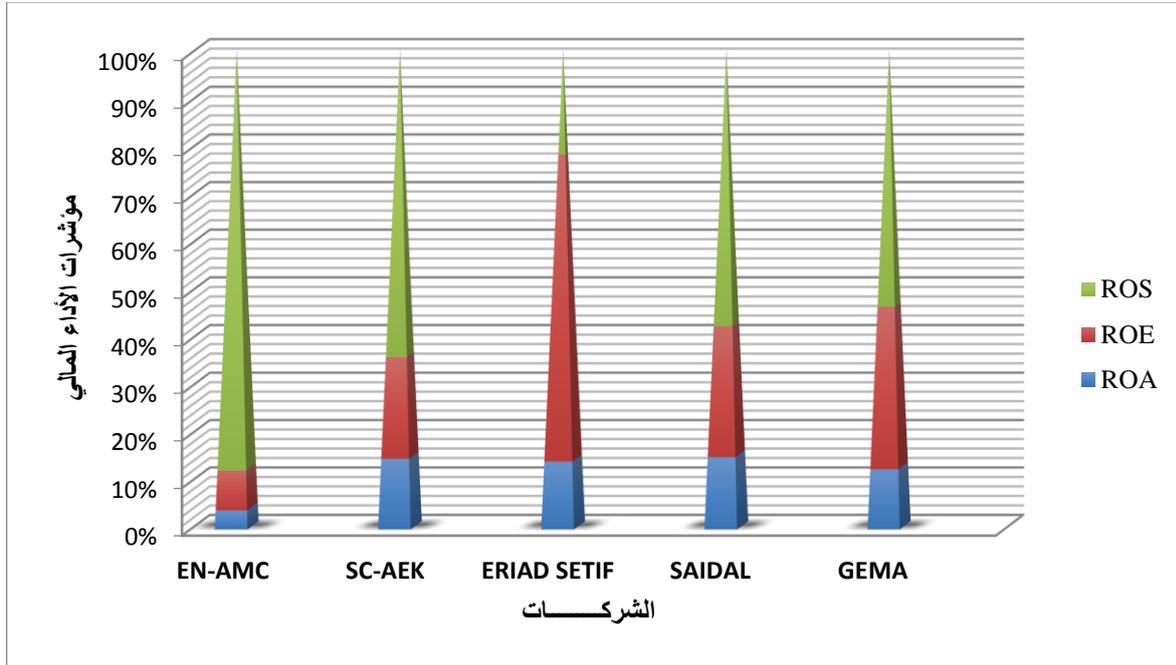
* الأصول الاقتصادية Economic assets

** الأموال الخاصة Private capital

*** النتيجة الصافية The net result

**** نتيجة الاستغلال بعد الضريبة Result of exploitation after tax

الشكل (03-07): معدلات الأداء المالي للشركات في العينة خلال السنتين 2014 و 2015



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول (03-15) نلاحظ أن الشركة الوطنية للإسمنت (SC-AEK) هي المحققة لأعلى أداء من خلال معدل العائد على الأصول ROA فقد قدر بـ 11.2 %، وشركة مطاحن الرياض (ERIDAD Setif) هي المحققة لأعلى أداء من خلال معدل العائد على حقوق الملكية ROE بنسبة 16.7 % في حين حققت الشركة الوطنية لإنتاج العادات (EN-AMC) أعلى أداء من خلال معدل العائد على المبيعات بنسبة 98.1 %.

الجدول (03-18): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمؤشرات الأداء المالي للشركات في

العينة خلال السنتين 2014 و 2015

المتوسط الحسابي	مؤشر الأداء المالي
0.060	ROA
0.127	ROE
0.348	ROS

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أن متوسط العائد على الأصول ROA في العينة بلغ **0.060**، أما العائد على المبيعات ROS فقد كان متوسطه في العينة **0.348**، أما فيما يتعلق بمعدل العائد على حقوق الملكية ROE فقد كان متوسطه في العينة **0.127**، ولإبراز دور التباين في الأداء المالي تبعا للاختلاف في مستوى المسؤولية البيئية والاجتماعية في العينة تم تقسيم الشركات إلى مجموعتين: تمثل الأولى أعلى شركتين في مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية، والثانية أدنى شركتين في مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية، وتم تلخيص النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (03-19): المتوسط الحسابي لمؤشرات الأداء المالي والمسؤولية البيئية والاجتماعية في كل مجموعة من العينة خلال السنتين 2014 و 2015

المجموعة الأولى	المجموعة الثانية	المجموعة الأولى - المجموعة الثانية	
0.075	0.043	0.032	ROA
0.164	0.084	0.08	ROE
0.271	0.572	- 0.301	ROS

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول السابق أن متوسط معدل العائد على الأصول ROA للمجموعة الأولى قد تجاوز متوسط معدل العائد على الأصول ROA للمجموعة الثانية بنسبة **3.2%**، وتجاوز متوسط معدل العائد على حقوق الملكية ROE للمجموعة الأولى متوسط معدل العائد على حقوق الملكية ROE للمجموعة الثانية بنسبة **08%**، غير أنه نلاحظ العكس بالنسبة بالنسبة لمؤشر العائد على المبيعات ROS حيث تجاوز متوسط معدل العائد على المبيعات ROS للمجموعة الثانية متوسط معدل العائد على المبيعات ROS للمجموعة الأولى بنسبة **30.1%**.

المطلب الثالث: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

يتم عرض اختبار Kolmogorov-Smirnov (1-Sample K-S) لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً.

الجدول (03-20): اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov

المحور	المحور 01	المحور 02	المحور 03	المحور 04	المحور 05	المحور 06	المسؤولية البيئية والاجتماعية
عدد الفقرات	05	06	04	05	05	04	29
مستوى الدلالة	0.152	0.078	0.057	0.064	0.056	0.108	0.112

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov حيث أن قيمة مستوى الدلالة لكل محور أكبر من 0.05 أي ($\text{sig} > 0.05$) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب في هذه الحالة استخدام الاختبارات المعلمية.

المبحث الثالث: عرض وتحليل أثر الالتزام بالمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي

المطلب الأول: أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على الأصول

لدراسة العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية والأداء المالي للشركات تم استخدام الانحدار الخطي البسيط (Simple linear regression) لتحديد العلاقة حيث:

$$CFP = \alpha + \beta CSR + \varepsilon$$

حيث أن:

CFP: الأداء المالي للشركات (المتغير التابع)؛

CSR: المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات (المتغير المستقل)؛

α : الثابت؛

ε : الخطأ المعياري؛

β : معامل الانحدار.

لدراسة أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على الأصول ROA

فإن معادلة الانحدار الخطي البسيط تكون كالآتي:

الجدول (03-21): معادلة الانحدار بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على الأصول

R ²	R	t	الخطأ المعياري	A	النموذج
0.514	0.650	- 1.345	0.013	- 0.017	الثابت
		6.270	0.03	0.022	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يمكن استخراج معادلة الانحدار التالية:

$$ROA = 0.022 CSR - 0.017$$

تشير المعادلة إلى وجود علاقة طردية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على الأصول، فزيادة مستوى ممارسة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بمقدار وحدة واحدة أدى إلى زيادة معدل العائد على الأصول بمقدار 0.022 وحدة، وبما أن قيمة $R = 0.650$ فهي تشير إلى أن هناك ارتباط خطي قوي بين المتغيرين، كما أن $R^2 = 0.514$ فهذا يعني أن 0.514 من التغير في معدل العائد على الأصول يرجع إلى التغير في مستوى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

ولأجل اختبار معنوية الانحدار الخطي البسيط تم استخدام تحليل التباين ANOVA وقد كانت النتائج كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (03-22): اختبار ANOVA بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على الأصول

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
الانحدار	0.027	1	0.027	39.309	0.000
البواقي	0.059	86	0.01		
المجموع	0.085	87			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتضح بأن قيمة **F** المحسوبة والبالغة **39.309** قيمة دالة إحصائياً لأن قيمة مستوى الدلالة بلغت **0.000**، وبما أن هذه القيمة أصغر من القيمة المحددة في الفرضية أي **0.05** فإننا نرفض صحة الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تؤكد:

هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية بين تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية ومعدل العائد على الأصول.

المطلب الثاني: أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على حقوق الملكية

لدراسة أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على حقوق الملكية ROE فإن معادلة الانحدار الخطي البسيط تكون كالآتي:

الجدول (03-23): معادلة الانحدار بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على حقوق الملكية

النموذج	A	الخطأ المعياري	t	R	R ²
الثابت	- 0.028	0.006	- 5.153		
المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات	0.045	0.002	28.884	0.952	0.907

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يمكن استخراج معادلة الانحدار التالية:

$$ROE = 0.045 CSR - 0.028$$

تشير المعادلة إلى وجود علاقة طردية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على حقوق الملكية، فزيادة مستوى ممارسة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بمقدار وحدة واحدة أدى إلى زيادة معدل العائد على حقوق الملكية بمقدار **0.045** وحدة، وبما أن قيمة **R = 0.952** فهي تشير إلى أن هناك ارتباط خطي قوي بين المتغيرين، كما أن **R² = 0.907** فهذا يعني أن **0.907** من التغير في معدل العائد على حقوق الملكية يرجع إلى التغير في مستوى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

ولأجل اختبار معنوية الانحدار الخطي البسيط تم استخدام تحليل التباين ANOVA وقد كانت النتائج كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (03-24): اختبار ANOVA بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على حقوق الملكية

مستوى الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000	834.287	0.111	1	0.111	الانحدار
		0.000	86	0.011	البواقي
			87	0.122	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتضح بأن قيمة F المحسوبة والبالغة 834.287 قيمة دالة إحصائياً لأن قيمة مستوى الدلالة بلغت 0.000، وبما أن هذه القيمة أصغر من القيمة المحددة في الفرضية أي 0.05 فإننا نرفض صحة الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تؤكد:

هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية بين تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية ومعدل العائد على حقوق الملكية.

المطلب الثالث: أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على المبيعات

لدراسة أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على معدل العائد على المبيعات ROS فإن معادلة الانحدار الخطي البسيط تكون كالآتي:

الجدول (03-25): معادلة الانحدار بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على المبيعات

R ²	R	t	الخطأ المعياري	A	النموذج
0.010	0.026	2.080	0.150	0.313	الثابت
		0.241	0.42	0.010	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يمكن استخراج معادلة الانحدار التالية:

$$ROS = 0.010 CSR + 0.313$$

تشير المعادلة إلى وجود علاقة طردية بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على المبيعات، فزيادة مستوى ممارسة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات بمقدار وحدة واحدة أدى إلى زيادة معدل العائد على المبيعات بمقدار **0.010** وحدة، وبما أن قيمة $R^2 = 0.026$ فهي تشير إلى أن هناك ارتباط خطي ضعيف بين المتغيرين، كما أن $R^2 = 0.010$ فهذا يعني أن **0.010** من التغير في معدل العائد على المبيعات يرجع إلى التغير في مستوى المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

ولأجل اختبار معنوية الانحدار الخطي البسيط تم استخدام تحليل التباين ANOVA وقد كانت النتائج كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (03-26): اختبار ANOVA بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات ومعدل العائد على المبيعات

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
الانحدار	0.006	1	0.006	0.058	0.810
البواقي	8.451	86	0.098		
المجموع	8.457	87			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتضح بأن قيمة **F** المحسوبة والبالغة **0.058** قيمة غير دالة إحصائياً لأن قيمة مستوى الدلالة بلغت **0.810**، وبما أن هذه القيمة أكبر من القيمة المحددة في الفرضية أي **0.05** فإننا نقبل صحة الفرضية العدمية التي تؤكد:

ليس هناك أي أثر معنوي بين تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية ومعدل العائد على المبيعات.

من خلال نتائج الانحدار الخطي البسيط يمكن استخلاص ما يلي:

- ◆ هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية بين تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية ومعدل العائد على الأصول.
- ◆ هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية بين تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية ومعدل العائد على حقوق الملكية.
- ◆ لا يوجد أي أثر معنوي بين تبني الشركات محل الدراسة للمسؤولية البيئية والاجتماعية ومعدل العائد على المبيعات.

الخاتمة

الخاتمة:

تغيرت النظرة إلى الشركات باعتبارها نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بالبيئة المحيطة، فظهرت العديد من المفاهيم التي تواكب هذا التطور وتفرض تحديات جديدة لضمان البقاء والاستمرار في ظل المنافسة الشديدة في بيئة الأعمال، ولعل أهم هذه المفاهيم المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

تعتبر المسؤولية البيئية والاجتماعية استراتيجية بعيدة المدى تسعى من خلالها الشركات إلى تحقيق التفاعل بين أصحاب المصلحة وتخفيض التضارب بين أهدافهم، وأثناء ذلك تتبنى الشركات العديد من البرامج تتضح من خلالها أبعاد المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

في ظل تضارب الآراء حول منافع المسؤولية البيئية والاجتماعية وتحدياتها فإن الالتزام المسؤول اجتماعيا نابع من اقتناع الشركة بأهمية المسؤولية البيئية والاجتماعية، ولكن هذا المفهوم لا زال بين تأييد ومعارضة، الأمر الذي يتطلب تحليل العوائد الاجتماعية وتكاليفها للوقوف على طبيعة العلاقة بين المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات وأدائها المالي، ويستند في ذلك إلى العديد من النظريات، فهناك نظرية مؤيدة ترى بأن المسؤولية البيئية والاجتماعية لها تأثير إيجابي على الأداء المالي، ونظرية معارضة تؤكد بأن الأداء المالي يتأثر سلبا إذا التزمت الشركات بالمسؤولية البيئية والاجتماعية، وأخرى محايدة تنفي وجود أي أثر مباشر للمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات.

ولأجل ذلك حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة مدى تأثير الأداء المالي للشركات بالمسؤولية البيئية والاجتماعية، حيث قمنا بقياس مدى تطبيق المسؤولية البيئية والاجتماعية في هذه الشركات ومن ثم دراسة الأداء المالي وتحديد المؤشرات المناسبة لقياسه.

وبعد التحليل توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

(1) في محاولة لمعرفة مدى تطبيق المسؤولية البيئية والاجتماعية لعينة الشركات المدروسة، تبين أن الشركات تتبنى المسؤولية البيئية والاجتماعية بدرجة قوية؛

(2) كان مستوى تبني المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات اتجاه العمال في المرتبة الأولى بمتوسط

حسابي قدر بـ 3.62 وهو يشير أن المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه العمال في هذه الشركات لا

يزال قيد التنفيذ وأنه لابد من بذل جهود أكبر حتى تصبح هذه المؤسسات متحكمة في هذا البعد خاصة وأن العامل البشري أحد عوامل استقرار واستمرارية الشركة.

(3) تحتل المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الموردين المرتبة الثانية في الشركات المدروسة وبدرجة قوية حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد 3.56 وهو يشير إلى أن المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه الموردين لا يزال قيد التنفيذ وأنه لابد من بذل المزيد من الجهود من أجل التحكم في هذا البعد نظراً لكون الموردين النواة التي تضمن استمرار نشاط الشركة.

(4) تحتل المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه المجتمع المرتبة الأخيرة لدى الشركات المدروسة حيث يوضح المتوسط الحسابي لهذا المحور والذي بلغ 3.22 بأن درجة ممارسة المسؤولية البيئية والاجتماعية اتجاه هذا المحور متوسطة، وأن الشركات في العينة لا تزال في مرحلة انطلاقها من حيث ممارسة هذا البعد.

(5) من خلال حساب مؤشر المسؤولية البيئية والاجتماعية لكل شركة اتضح بأن معظم الشركات في العينة تتبنى المسؤولية البيئية والاجتماعية بدرجة قوية.

- (6) في محاولة لدراسة مدى تأثير الأداء المالي بتبني المسؤولية البيئية والاجتماعية، توصلت النتائج إلى:
- هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية للمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي ممثلاً في معدل العائد على الأصول؛
 - هناك أثر إيجابي ذو دلالة معنوية للمسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي ممثلاً في معدل العائد على حقوق الملكية؛
 - إلا أن هذا التأثير كان منعدماً عند استخدام معدل العائد على المبيعات كمؤشر لقياس الأداء المالي، حيث لا يوجد أثر معنوي للمسؤولية البيئية والاجتماعية على معدل العائد على المبيعات.

وعليه واستناداً إلى الأثر الإيجابي للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات على أدائها المالي يجب العمل على تحسين وتعزيز ممارسة المسؤولية البيئية والاجتماعية في الشركات من خلال ما يلي:

(1) بالنسبة لدور الدولة:

- الحاجة إلى إنشاء جهة حكومية يتمثل دورها فيما يلي:
 - تبني تعريف محلي واضح للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات متفق عليه من أجل تحديد طبيعة برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية بشكل صحيح، وصياغة استراتيجية واضحة في هذا المجال؛
 - نشر وتفعيل وتشجيع مبادرات المسؤولية البيئية والاجتماعية من خلال اضطلاعها بدور استشاري تساعد من خلاله الشركات على تبني برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية؛
 - التواصل مع مختلف الشركاء الاقتصاديين الاجتماعيين والتنسيق بينهم وضمان إشراكهم في وضع سياسات وبرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية؛
 - التنسيق مع غرف التجارة والصناعة في كل القطر الجزائري في سبيل تبادل المعلومات والخبرات بشأن المسؤولية البيئية والاجتماعية؛
 - إنشاء قاعدة بيانات لأداء المسؤولية البيئية والاجتماعية من بين محتوياتها معلومات عن الراغبين في المشاركة والجهات المرجعية للتنسيق والمشورة والتجارب والخبرات الممكن تبادلها؛
 - التشجيع على إنشاء جائزة المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات تمنح لأحسن الشركات في تبني وتنفيذ برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات؛
- أهمية وضع مؤشرات محلية لتقييم الأداء اتجاه المسؤولية البيئية والاجتماعية؛
- الحاجة إلى وضع ميثاق وطني للمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات في الجزائر على غرار الميثاق الوطني للحكومة، لكونه دليلا مهما لكل الشركات حيث يساعدها في التخطيط والتنفيذ لبرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية، ويمكنها من تقييم أدائها اتجاه المجتمع؛
- ضرورة وضع أنظمة محاسبية تتعلق بقياس الأداء الاجتماعي والاهتمام بهذا النوع من القياسات وإقامة أجهزة أو لجان مراقبة تعنى بالتدقيق والمراقبة الاجتماعية؛

- إنشاء موقع إلكتروني يتعلق بالمسؤولية البيئية والاجتماعية في الشركات الجزائرية، يتناول كل المعلومات المتعلقة بممارسة برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية ويشكل قاعدة معلومات مرجعية للعديد من الشركات؛
- الالتزام بالمواثيق والمبادرات الدولية التي تصب في خانة تحسين الأداء الاجتماعي؛

(2) بالنسبة لدور للشركات:

- يجب على الشركات أن تتعامل بشكل جدي مع برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية لأن إهمالها لمثل هذه البرامج من شأنه أن يضعف قدرتها التنافسية خصوصاً في ظل انفتاح السوق ودخول الاستثمارات الأجنبية التي تراعي مثل هذه الجوانب؛
- يتعين على الشركات تضمين سياسة المسؤولية البيئية والاجتماعية في رسالتها الاستراتيجية وأن تعتبرها كجزء لا يتجزأ من سياستها العامة التي يجب أن تحرص على أدائها بالشكل المطلوب؛
- يجب أن تدرك الشركات أهمية التفريق بين العمل الخيري وبرامج المسؤولية البيئية والاجتماعية، فالأولى هي برامج لا علاقة لها برسالة الشركة وأهدافها الاستراتيجية وإنما هي برامج اجتماعية على فترات متقطعة، بينهما الثانية في جزء من السياسة العامة للشركة ولا تتوقف على المساعدات بل قد تشمل مشاريع تسهم في خطط التنمية الاجتماعية؛
- إنشاء قسم متخصص بإدارة المسؤولية البيئية والاجتماعية يتولى تخطيط وتنفيذ وتقييم مبادرات المسؤولية البيئية والاجتماعية ويكون هدفها هو نشر الوعي وتشجيع الممارسات المسؤولة وليس الترويج؛
- إدماج المسؤولية البيئية والاجتماعية في رؤية ورسالة وفلسفة الشركات وثقافتها، وكذلك ضمن قواعدها ومبادئها وممارساتها الإدارية؛
- الالتزام بتطبيق المواصفات والمقاييس العالمية في مجال الجودة لتحسين القدرة التنافسية والأداء؛

3) بالنسبة لدور الجامعات والمعاهد ومراكز البحث العلمي:

- القيام بالمزيد من الدراسات التي تبحث في العراقيل التي تحول دون قيام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية والتي تحث الشركات على تبني برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية؛
- تعزيز التعاون بين الجامعات والشركات لتبني برامج مشتركة لتلبية الاحتياجات من برامج المسؤولية البيئية والاجتماعية، وإنشاء مخابر بحث في مجال المسؤولية البيئية والاجتماعية على غرار تبني البنك الأهلي السعودي لإنشاء تخصص للمسؤولية البيئية والاجتماعية بجامعة الملك سعود؛
- وضع مقاييس ومواد دراسية تتعلق بالمسؤولية البيئية والاجتماعية في المناهج الجامعية في تخصصات التسيير وإدارة الأعمال؛
- إقامة معهد أو كلية للمسؤولية البيئية والاجتماعية على غرار أكاديمية المسؤولية البيئية والاجتماعية بالإمارات العربية المتحدة بغرض تكوين طلبة يمكنهم نقل هذا المفهوم من إطاره النظري إلى إطاره التطبيقي.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

(1) الكتب:

1. إلياس بن ساسي ويوسف قريشي، التسيير المالي (الإدارة المالية) دروس وتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، 2011، ص418.
2. أمين السيد أحمد لطفي، التحليل المالي لأغراض تقييم ومراجعة الأداء والاستثمار في البورصة، الدار الجامعية، مصر، الاسكندرية، 2005، ص233.
3. فايز جمعة النجار، نبيل جمعة النجار وماجد راضي الزعبي، أساليب البحث العلمي (منظور تطبيقي)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص121.
4. نعمة عباس الخفاجي وطاهر محسن المغالبي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دون رقم طبعة، 2008، ص ص 303-304.

(2) المجلات العلمية:

5. أحمد يوسف دودين وهاني سعيد عبده، أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال والمسؤوليات الاجتماعية في ظل الأعمال الالكترونية على الأداء المالي: دراسة ميدانية على عينة من البنوك التجارية الأردنية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 08، الإصدار 33، سنة 2012، جامعة كربلاء، ص ص 15-44.
6. دادن عبدالغني، "قراءة في الأداء المالي والقيمة في المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 04، 2006، ص42.
7. زهرة حسن العامري، السيد خلف الركابي، أهمية النسب المالية في تقويم الاداء -دراسة ميدانية في شركة المشاريع النفطية-، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 63، المستنصرية، 2007، ص117.
8. نوار محمد عماد الدين أنور، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية – دراسة تطبيقية، مركز المديرين المصري، مسابقة الأبحاث السوية، 2010، ص ص 12-13.
9. مبروك عطية مبروك توفيق، "القيمة الاقتصادية المضافة كمدخل لقياس الأداء المالي للمنشأة: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات المصرية"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مصر، السنة 24، العدد 04، 2010، ص287.

(3) الرسائل والأطروحات الجامعية:

10. العايب عبدالرحمن، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الإقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس -سطيف-، السنة الجامعية 2011/2010، ص59.
11. رابعة سالم النسور، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في النصارف العاملة بالأردن)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال، الأردن، 2010، ص 15، 16.
12. سري كريم ريشان الحديثي، "دور الرقابة على تكاليف جودة التصنيع في تحسين الأداء المالي لشركات الأدوية الأردنية"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، قيم المحاسبة، يناير 2010، ص32.
13. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، 2003، ص49.
14. مريم شكري محمود نديم، تقييم الأداء المالي باستخدام بطاقة الأداء المتوازن: دراسة اعتبارية في شركة الطيران الملكية الأردنية، رسالة ماجستير، قيم المحاسبة والتمويل، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص41.

(4) تقارير:

15. قراءة القوائم المالية، برنامج التوعية الاستثمارية، بورصة فلسطين، تشرين الأول 2010، ص21.

ثانيا: المراجع باللغة الانجليزية:

1) Books :

16. Albareda L, **Corporate responsibility, governance and accountability: From selfregulation to co-regulation**, Corporate Governance, p 430-439.
17. Ansoff HI, **Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion**, McGraw-Hill, New York, 1965, Vol 01, N°02, p 58.
18. Bowen H.R, **Social responsibilities of the businessman**, Harper & Row, New York, 1953, Vol 02, N° 01, p 52.
19. Brummer JJ, **Corporate responsibility and legitimacy: An interdisciplinary analysis**, Greenwood Press, New York, 1991, Vol 02, N° 01, p 08.
20. Burchell J, **The corporate social responsibility reader**, Routledge, Oxon, 2008, p 43.

21. Carroll A. B, **Managing Corporate Social Responsibility**, Little Brown and Co, Boston, 1979, Vol 02, N° 01, p46.
 22. De George, R, **Business Ethics**, Macmillan Publishing Company, New York, 1990, p 52.
 23. Eilbert H & Parket I. R, **The current status of Corporate Social Responsibility**, Business Horizons, August 1973, pp 5-14.
 24. Epstein, M. J. and Roy M. J, **Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers**, Long Range Planning, 2001, pp 585–604.
 25. Frederick W. C, **Corporation be good! The story of Corporate Social Responsibility**, Indianapolis, Dog Ear Publishing, 2006, Vol 04, N° 05, p 45.
 26. Freeman R. E, **Strategic management: A stakeholder approach**, Pittman, Boston, 1984, Vol 01, N° 01, p51.
 27. Friedman M, **The social responsibility of business is to increase its profits**, Corporate Ethics and Corporate Governance, 2007, pp 173–180.
 28. Gray E. R. and Balmer J. M. T, **Managing corporate image and corporate reputation**, Long Range Planning, 1998, pp 695–702.
 29. Heald M, **The social responsibilities of business: Company and community**, New Brunswick, Transaction Books, 1970, pp 1900-1960.
 30. Marc Orlitzky, **CSR and financial performance: meta analysis**, Organization studies, Vol 24, N°03, SAGE Publication, London, 2003, p 405.
 31. Margolis J. D & Walsh J. P, **People and profits? The search for a link between a company's social and financial performance**, Lawrence Erlbaum, Mahwah, 2001, Vol 18, N°05, p85.
 32. Moir L, **What do we mean by corporate social responsibility?** Corporate Governance, 2001, Vol 1, N° 2, pp 16–22.
 33. Pascal Barneto, Georges Gregorio, **Finance Manuel et applications**, Dunod, Paris, 2009, 2éme edition, p185.
 34. Pierre Vernimmen, **Finance d'entreprise**, Dalloze, Paris, 2005, 6éme édition, p614.
 35. Pride M, William and Ferrell, C. O, **Marketing Concepts and Strategies**, Ninth Edition, Houghton, Mifflin company, Boston, 1997, p 84.
 36. Roman R. M, Hayibor S. and Agle B. R, **The Relationship Between Social and Financial Performance**, Business & Society, 1999, Vol 38, N° 01, p 109-125.
-

37. Schaltegger S. and Wagner M, **Managing and measuring the business case for sustainability: Capturing the relationship between sustainability performance, business competitiveness and economic performance. In Managing the business case for sustainability: The integration of social, environmental and economic performance**, S. Schaltegger and M. Wagner edition, Greenleaf, Sheffield, 2004, pp 1–27.
38. Schiebel, Walter, **Corporate Ethics as A Factor for Success**, Vienna, October 2000, pp 3-4.
39. Subhabrata Bobby Banerjee, **Corporate social responsibility (The good, the bad and ugly)**, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK Northampton, MA, USA, 2007, p43.
40. Thomas I, wheelen J. Davis Hunger, **Strategic management and business policy: toward global sustainability**, 13th edition, Pearson, New Jersey, 2012, p72.
41. Thorpe J. and Prakash-Mani K, **Developing value: The business case for sustainability in emerging markets**, Greener Management International, 2003, p 17–32.
42. Vogel D, **The potential and limits of corporate social responsibility**, **Brookings Institution Press**, Washington D.C, 2005, Vol 15, N°04, p76.
43. Weiss JW, **Business ethics: a stakeholder and issues management approach**, South-Western Pub, 2008, Vol 02, N° 01, p161.

2) Journals and articles:

44. Agarwal SK, **Corporate social responsibility in India**, Sage Publications Pvt. Ltd, 2008, Vol 02, N° 1, p 36.
 45. Becchetti L. and Ciciretti R, **Corporate social responsibility and stock market Performance**, Applied Financial Economics, Vol 19, N°16, pp 1283-1293.
 46. Bhattacharya C & Sen S, **Doing better at doing good: when, why, and how consumers respond to corporate social initiatives**, California Management Review, 2004, Vol 47, N° 1, pp 9–24.
 47. Blowfield M. & Murray A, **Corporate responsibility: A critical introduction**, Oxford University Press, Oxford, 2008, Vol 04, N°01, p 26.
-

48. Bondy K, Matten D. and Moon J, **Multinational corporation codes of conduct: governance Tools for Corporate Social Responsibility**, Journal Compilation, 2008, Vol 16, N°5, pp 294-311.
49. Brammer S & Millington A, **Corporate reputation and philanthropy: An empirical analysis**, Journal of Business Ethics, 2005, pp 29-44.
50. Carroll A. B, **A history of corporate social responsibility-Concepts and practices**, The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility, Oxford University Press, 2008, Vol 03, N° 02, pp 19-46.
51. Carroll A. B, **A three-dimensional conceptual model of corporate performance**, Academy of Management Review, 1979, pp 497-505.
52. Crane A, McWilliams A, Matten, D & Siegel D, **The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility**, Oxford University Press, Oxford, 2008, Vol 06, N° 01, p113.
53. Dahlsrud A, **How Corporate Social Responsibility is defined: An analysis of 37 definitions**, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 2006, Vol 15, N°1, pp 1-13.
54. Doane D, **Beyond corporate social responsibility: Minnows, mammoths and markets**, pp 215-29.
55. Donaldson T & Preston LE, **The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications**, The Academy of Management Review, 1995, Vol 20, N° 01, pp 65.
56. Freeman R & Phillips R, **Stakeholder theory: A libertarian defense**, Business Ethics Quarterly, 2002, Vol 12, N° 3, pp 331–349.
57. H.S. Sandhu and Shveta Kapoor, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Exploring the Relationship**, Journal of Management and Labour Studies, August 2005, Vol.30 N°3, p 215.
58. Hart S, **Self-regulation, corporate social responsibility, and the business case: Do they work in achieving workplace equality and safety?** Journal of Business Ethics, 2010, pp 585-600.
59. Idemudia U & Ite U, **Corporate–community relations in Nigeria’s oil industry: challenges and imperatives**, Corporate Social Responsibility and Environmental Management Review, 2006, Vol 13, N° 4, pp 194–206.

60. Jessica Foote, Nolan Gaffney & James R. Evans, **Corporate Social Responsibility: Implications for performance excellence**, Journal Total Quality Management & Business Excellence, August 2010, Vol.21, N°8, p803,804.
61. John Peloza, **The challenge of measuring financial impacts from investments in corporate social responsibility**, Journal of management, Southern management association, 2009, Vol36, N°6, p 1527.
62. Jong-Seo Choi, Young-Min Kwak and Chongwoo Choe, **Corporate Social Responsibility and corporate financial performance: evidence from Korea**, Australian Journal of Management, December 2010, Vol.35, N°3, pp 291-311.
63. Joshua D. Margolis and James P. Walsh, **Misery loves companies: Rethinking Social Initiatives by Business**, Journal of Administrative Science Quarterly, June 2003, Vol 48, No° 2, p272.
64. Kang K. H, Lee S. and Huh C, **Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on corporate performance in the hospitality industry**, International Journal of Hospitality Management, 2010, Vol 29, N°01, p 72-82.
65. Kuznetsov A. & Kuznetsova O, **The role of stakeholders in shaping managerial perceptions of CSR in Russia**, European Journal of International Management, 2010, pp 257-272.
66. Lantos G, **The boundaries of strategic corporate social responsibility**, Journal of Consumer Marketing, 2001, Vol 18, N°7, pp 595-632.
67. Levitt T, **The dangers of social responsibility**, Harvard Business Review, October 1958, p47.
68. Lewis D. L, **The public image of Henry Ford: An American folk hero and his company**, Detroit, Wayne State University Press, 1976, Vol 03, N° 02, p 32.
69. Lockett A, Moon J & Visser W, **Corporate Social Responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence**, Journal of Management Studies, 2006, Vol 43, N°1, pp 115-136.
70. Manuel Costelo Branco Rodrigues, **Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility**, Electronic Journal of Business Ethics on Organization Studies, Vol 12, N°1, 2007, p 6.
71. Margarita Tsoutsoura, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance**, Escholarship scholarly publishing services, Working Paper Series,

- Center for Responsible Business, Haas School of Business, University of California Berkeley, California, March 2004, pp 1-21.
72. McGuire J. B, Sundgren A. and Schneeweis T, **Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance**, Academy of Management Journal, 1988, Vol 31, N°04, pp 854-872.
73. McWilliams A, Siegel D. S & Wright P. M, **Corporate Social Responsibility: Strategic implications**, Journal of Management Studies, Guest editors' introduction, 2006, pp 1-18.
74. McWilliams A. & Siegel D, **Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?** Strategic Management Journal, 2010, Vol 21, N°05, pp 603-609
75. McWilliams, A & Siegel D, **Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective**, Academy of Management Review, 2001, Vol 26, N°1, p 117–127.
76. Melé D, **Corporate social responsibility theories**, the oxford's hand book of Corporate social responsibility Oxford university press, Oxford, New York, 2008, Vol 01, N°01, p35.
77. Micheal L. Barnett, Robert M. Saloman, **Does it pay really good? Adressing the shape of the relationship between social and financial performance**, Strategic Management Journal, 2012, N°33, p 1319.
78. Mitchell R. K, Agle B. R & Wood D. J, **Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts**, Academy of Management Review, 1997, Vol 22, N°4, pp 853-886.
79. Olayinka Marte Uadiale and Temitope Olamide Fagbemi, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Developing Economies : The Nigerian Experience**, Journal of Economies and Sustainable Development, 2012, Vol.3, N°4, p 46.
80. Olwari D. J. Egbe, Fiedelis A. E. Paki, **The rhetoric of corporate social responsibility in the Niger Delta**, American International Journal of Contemporary Research, Vol 01, N°3, Department of Political Sciences, Niger Delta University, November 2011, p 124.
81. Plazzi, Marcello and Starcher, George, **Corporate Social Responsibility and Business Success**, Journal of Business Ethics, 2001, pp 56-62.
-

82. Preston L. E, **Corporation and society: The search for a paradigm**, Journal of Economic Literature, 1975, pp 434-453.
83. Roberts S, Lawson R & Nicholls J, **Generating regional-scale improvements in SME corporate responsibility performance: Lessons from responsibility northwest**, Journal of Business Ethics, 2006, Vol 67, N°3, pp 275-86.
84. Schrader U, Halbes S. and Hansen U, **Konsumentenorientierte Kommunikation u"ber Corporate Social Responsibility (CSR): Erkenntnisse aus Experteninterviews in Deutschland, Lehr- und Forschungsbericht des Lehrstuhls fu"r Marketing und Konsum Nr**, Institut fu"r Betriebsforschung der Universita"t Hannover, Hannover, 2005, p54.
85. Schwaiger, M, **Components and parameters of corporate reputation - An empirical study**, Schmalenbach Business Review, 2004, pp 46–71.
86. Seoki Lee and Sun-Young Park, **Financial Impacts of Socially Responsible Activities on Airline Companies**, Journal of Hospitality & Tourism Research, May 2010, Vol 34, N°2, pp 185-203.
87. Shrivastava P, **Industrial/environmental crises and corporate social responsibility**, Journal of Socio-Economics, 1995, Vol 24, N° 1, p 211.
88. Shveta Kapoor and H.S. Sandhu, **Does it pay to be Socially Responsible? An Empirical Examination of Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance**, Journal global review, June 2010, Vol 11, N°2, pp 185-208.
89. Silberhorn D & Warren R. C, **Defining corporate social responsibility: A view from big companies in Germany and the UK**, European business review, 2007, Vol 19, N°5, pp 352–372.
90. Simpson, W.G. and Kohers, T, **The Link Between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry**, Journal of Business Ethics, 2002, Vol 35, N°01, p 97-109.
91. Smith C, **Corporate social responsibility: Whether or how?** Center for Marketing Working Paper, California Management Review, 2003, Vol 45, N°4, pp 52 76.
92. Smith C. & Halina W, **Business as usual is not the answer to society's problems**, Journal of Management Studies, 2009, pp 8-9.
93. Victor Chiedn M. CS, Fadio Inuwa Musa, **Financial slack and upper echelon traits as predictors of corporate philanthropy in Nigeria**, International Journal of Business and Social Science, Vol 03, N°18, September 2012, p 161.

94. Waddock SA & Graves SB, **The corporate social performance-financial performance link**, Strategic Management Journal, 1997, Vol 18, N° 4, pp 303-319.
95. Windsor D, **Corporate social responsibility: Three key approaches**, Journal of Management Studies, 2006, Vol 43, N°1, pp 93-114.
96. Wood D, **Corporate social performance revisited**, Academy of Management Review, 1991, p68.
97. Wood D, **Measuring corporate social performance : A review**, International Journal of Management Reviews, 2010, Vol 12, N°1, pp 50-84.
98. Zeribi-Benslimane Olfa et Boussoura Ezzeddine, **Responsabilité sociétale des entreprises et performance financière : le cas des entreprises tunisiennes cotées**, XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, 6-9 Juin 2007, Ecole des sciences de gestion (ESG), Université de Québec à Montréal (UQAM), pp 1-31.

3) Thesis:

99. Emali Ahmadi, **The relationship between CSR and corporate financial performance**, Master thesis not published in finance, School of economics and management, Tilburg University, 2012, p 15.
 100. Evelyn Setiwan and Jiang Gupita Janel, **Corporate social performance and market performance: evidence from Indonesian consumer goods industry**, Master thesis not published, Department of accounting, Pelito Harapanu University, Surabaya, 2013, p 04.
 101. Hanna Nopanen, **Analysis of CSR performance and financial performance of selected mining companies**, Master thesis not published of science in technology, Lappeenranta University of Technology, 2013, p 24.
 102. Hopalong Leeto Ntoi, **The impact of CSR on the corporate financial performance of companies listed on the Johannesburg securities**, Master of Business Administration, Institute Gordan of business science, University of Pretoria, 2010, p 29.
 103. Korathotage Kamal Tilakasiri, **Corporate Social Responsibility and Company Performance: Evidence from Sri Lanka**, Thesis of Doctor of Philosophy, Victoria Law School, Faculty of Business and Law, Victoria University, Melbourne, March 2012, p57.
-

104. Nalini Krishnan, **Impact of corporate social responsibility on the financial and non-financial performance of select bse listed companies**, Phd thesis not published, Department of Business Management, Patil University, October 2012, pp 6-11.
105. Osino real Atieno, **The relationship between corporate social responsibility and performance of small and medium enterprises in Kenya**, Thesis of master not published in finance, Nairobi, November 2013, p 04.
106. Rutger Wissink, **A test of virtuous cycle of corporate social responsibility: testing the relation between corporate social performance and corporate financial performance**, Master thesis not published, Business Administration, University of Twente, April 2012, p 14.
107. Sandra Ail Zymantas, **Corporate social responsibility and financial performance: the example of Estonia, Latvia and Lithuania**, master thesis not published, Stockholm school of economics, 2013, pp 15-17.
108. Tiago Ribiero Alves Melo, **The impact of corporate social responsibility on organizational performance**, Thesis of Doctorat not published, Economie de l'entreprise, Faculté de l'économie de l'entreprise, Université de Salomanca, 2010, p 18.
109. Yingxi Jiao, Wenjum Xie, **How does CSR influence a firm's profitability? A case study of Sandvick**, degree project for a Bachelor of Science with major in industrial engineering and management faculty of engineering and sustainable development, department of industrial development, IT and land management, Sandvick, 2012, p18.
110. Zahary Cheers, **The corporate social responsibility debate**, Thesis of requirements for graduation in the honors program, Liberty University, Spain, 2011, p 17.

4) Reports:

111. Kuznetsov A, **Latest in CSR research: Linking research and teaching, Responsible Corporate Citizenship: The Role of Business Educators**, Corporate Social Responsibility BAM Special Interest Group, Moscow, 2008, Vol 14, N°03, P 45.
 112. Manuela Weber, **The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR**, Centre for Sustainability Management (CSM), Leuphana University of Lu`neburg, Lu`neburg, Germany, 2008, p03.
-

113. Michel CAPRON, **Economie éthique privée : la responsabilité des entreprises à l'épreuve de l'humanisation de la mondialisation**, Programme interdisciplinaire Ethique de l'économie, Secteur des sciences sociales et humaines, UNESCO, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Economie Ethique, N°07, SHS-2003/WS/42, 2003, p12.
114. WBCSD, **Corporate social responsibility: Meeting changing expectations**, World Business Council for Sustainable Development, Geneva, 1998.
115. Fombrun C. J. and Wiedmann K. P, **Reputation Quotient (RQ)**, PR-Magazin, 2002, pp 45–52.

5) Internet sites:

116. Ifranullah Jan, **Return On Asset Ratio**, available on: <http://accountingexplained.com/financial/ratios/return-on-asset> , consulted on 21 April 2017.
 117. Fontaine C, Haarman A & Schmid S, **Stakeholder Theory of the MNC**, 2006, Viewed 11/04/2017, <http://www.edalys.fr/documents/Stakeholders%20theory.pdf> .
 118. BRASS N. D, **History of corporate social responsibility and sustainability**, http://www.brass.cf.ac.uk/uploads/History_L3.pdf , Accessed 14 February 2017.
 119. Matthew Brine, Rebecca Brown and Greg Hackett, **Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Australian context**, Advisory Panel on the Economic Potential of Senior Australians, the Australian Treasury, 12 June 2012, Available on: http://epsa.treasury.gov.au/documents/1268/PDF/04_CSR.pdf , Consulted on 24 April 2017.
 120. Musah, S, **Why Organisations Engage in Corporate Social Responsibility**, 2008, viewed 04/04/2017, <<http://www.stoikmusah.blogspot.com/2008/04/why-do-organisation-engage-in-corporate.html>>.
-

الملاحق

1. Bilan Exercice 2015 de la Société Mère

1.1 Actif du Bilan

U : DA

ACTIF	31/12/2015		MONTANTS NETS	31/12/2014
	MONTANTS BRUTS	AMORTS OU PROVISIONS		
ACTIF NON COURANT				
Écart d'acquisition (ou goodwill)	87 341 040,00	0,00	87 341 040,00	58 268 550,00
Immobilisations incorporelles	207 609 628,66	189 010 428,79	18 599 199,87	8 783 598,83
Immobilisations corporelles	0,00	0,00		0,00
Terrains	3 253 653 353,87	0,00	3 253 653 353,87	3 253 653 353,87
Bâtiments	5 756 610 647,29	4 909 249 749,73	847 360 897,56	900 246 841,66
Autres immobilisations corporelles	13 985 552 319,74	13 160 244 946,45	825 307 373,29	1 199 953 611,28
Immobilisations en concession	280 023 210,00	1 919 226,32	278 103 983,68	86 261 341,26
Immobilisations en cours	5 188 598 357,17	0,00	5 188 598 357,17	2 326 928 245,07
Immobilisations financières	0,00	0,00		0,00
Titres mis en équivalences - entreprises associées	0,00	0,00		0,00
Autres participations et créances rattachées	2 782 140 175,00	56 659 098,99	2 725 481 076,01	2 615 469 588,72
Autres titres immobilisés	0,00	0,00		0,00
Prêts et autres actifs financiers non courants	135 653 591,34	0,00	135 653 591,34	101 855 294,75
Impôts différés actif	463 434 650,38	0,00	463 434 650,38	455 594 529,21
TOTAL ACTIF NON COURANT	32 140 616 973,45	18 317 083 450,28	13 823 533 523,17	11 007 014 954,65
ACTIF COURANT				
Stocks et encours	4 859 550 589,96	483 406 781,47	4 376 143 808,49	5 025 228 830,55
Créances et emplois assimilés	0,00	0,00		0,00
Clients	5 238 079 270,12	1 489 106 267,32	3 748 973 002,80	3 313 141 773,83
Autres débiteurs	1 211 075 073,54	0,00	1 211 075 073,54	1 090 237 427,04
Impôts	462 065 033,25	345 347 828,24	116 717 205,01	214 977 280,86
Autres actif courant	40 666 666,67	0,00	40 666 666,67	18 708 333,33
Disponibilités et assimilés	0,00	0,00	0,00	0,00
Placements et autres actifs financiers courants	3 018 559 989,19	0,00	3 018 559 989,19	3 018 559 989,19
Trésorerie	6 001 265 480,19	83 275 568,07	5 917 989 912,12	5 175 949 676,68
TOTAL ACTIF COURANT	20 831 262 102,92	2 401 136 445,10	18 430 125 657,82	17 856 803 311,48
TOTAL GENERAL ACTIF	52 971 879 076,37	20 718 219 895,38	32 253 659 180,99	28 863 818 266,13

IV BILAN COMPTABLES

1.2 Passif du Bilan

PASSIF	31/12/2015	31/12/2014
U : DA		
CAPITAUX PROPRES		
Capital émis	2 500 000 000,00	2 500 000 000,00
Capital non appelé	0,00	0,00
Dotations de l'état	2 586 812 201,59	0,00
Primes et réserves (réserves consolidées)	12 053 616 671,74	11 269 513 985,78
Ecart de réévaluation	138 087 928,15	211 470 238,71
Ecart d'équivalence	0,00	0,00
Résultat Net	1 172 407 473,19	1 385 942 685,96
Autres capitaux propres - report à nouveau	427 302 936,60	602 936 867,71
Liaison inter unités	0,00	0,00
TOTAL I	18 878 227 211,27	15 969 863 778,16
PASSIF NON COURANT		
Emprunts et dettes financières	4 190 157 590,77	2 684 181 562,96
Impôts (différés et provisionnés)	267 823 005,95	267 823 005,95
Autres dettes non courantes	1 061 401 552,48	3 456 705 764,33
Provisions et produits comptabilisés d'avance	1 580 101 125,54	1 347 430 880,10
TOTAL PASSIF NON COURANT II	7 099 483 274,74	7 756 141 213,34
PASSIF COURANT		
Fournisseurs et comptes rattachés	1 926 054 185,99	1 390 279 704,08
Impôts	385 749 968,56	347 336 380,51
Autres dettes	3 543 560 345,02	2 956 108 508,19
Trésorerie passif	420 584 195,41	444 088 681,85
TOTAL PASSIF COURANT III	6 275 948 694,98	5 137 813 274,63
TOTAL GENERAL PASSIF	32 253 659 180,99	28 863 818 266,13

IV BILANS COMPTABLES

1.3. Tableau de Compte de Résultats

U : DA

TABLEAU DES COMPTES DE RESULTAT	31/12/2015	31/12/2014
Chiffre d'affaires	9 507 148 649,95	9 154 174 239,56
Variation stocks produits finis et en cours	-74 347 148,02	39 113 856,03
Production immobilisée	0,00	0,00
Subvention d'exploitation	0,00	0,00
I - PRODUCTION DE L'EXERCICE	9 432 801 501,93	9 193 288 095,59
Achats consommés	-3 220 928 148,25	-2 733 421 350,32
Services extérieurs et autres consommations	-960 130 556,64	-772 869 348,00
II - CONSOMMATIONS DE L'EXERCICE	-4 181 058 704,89	-3 506 290 698,32
III - VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I - II)	5 251 742 797,04	5 686 997 397,27
Charges du personnel	-2 905 838 062,46	-3 086 427 880,62
Impôts, taxes et versements assimilés	-159 103 414,40	-194 514 711,66
IV - EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	2 186 801 320,18	2 406 054 804,99
Autres produits opérationnels	165 800 341,55	64 533 495,71
Autres charges opérationnelles	-100 210 602,71	-180 066 364,28
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur	-1 188 926 338,34	-973 412 557,52
Reprises sur pertes de valeurs et provisions	412 976 082,77	284 621 413,38
V - RESULTAT OPERATIONNEL	1 476 440 803,45	1 601 730 792,28
Produits financiers	137 836 001,57	104 449 992,03
Charges financières	-97 748 530,51	-105 962 490,15
VI - RESULTAT FINANCIER	40 087 471,06	-1 512 498,12
VII - RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOT (V + VI)	1 516 528 274,51	1 600 218 294,16
Impôts exigibles sur résultats ordinaires	-328 046 833,00	-303 508 198,00
Impôts différés (variation) sur résultat ordinaires	16 073 968,32	-89 232 589,80
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	10 149 413 927,82	9 646 892 996,71
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	-8 977 006 454,63	-8 260 950 310,75
VIII - RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	1 172 407 473,19	1 385 942 685,96
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)	0,00	0,00
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)	0,00	0,00
IX - RESULTAT EXTRAORDINAIRE	0,00	0,00
X - RESULTAT NET DE L'EXERCICE	1 172 407 473,19	1 385 942 685,96

ETATS FINANCIERS CONSOLIDES GROUPE GEMA

1: ACTIF ;

BILAN AU 31/12/2015 X ✓

DESIGNATION	NOTE	2015			2014
		Brut	Amort-Prov.	Net	Montant net
ACTIF NON COURANT					
Ecart d'acquisition (ou goodwill)					
Immobilisations incorporelles	1	27 855 612,77	27 068 643,33	786 969,44	852 919,58
Immobilisations corporelles (*)	2	1 388 386 018,66	567 194 901,59	821 191 117,07	834 607 319,44
Terrains		0,00	0,00	0,00	0,00
Bâtiments		187 642 784,34	47 325 578,52	140 317 205,82	150 053 720,96
Autres immobilisations corporelles		610 045 066,94	508 161 048,30	101 884 018,64	93 855 431,10
Immobilisations en concession		590 698 167,38	11 708 274,77	578 989 892,61	590 698 167,38
Immobilisations en cours		261 265 669,20		261 265 669,20	158 367 573,36
Immobilisations financières	3	3 320 707 954,85	166 536 326,67	3 154 171 628,18	2 834 312 827,76
Titres mis en équivalent entreprise associées		1 584 452 597,81		1 584 452 597,81	1 533 432 968,68
Autres participations et créances rattachées		174 193 472,58	95 076 326,67	79 117 145,91	125 975 062,58
Autres titres immobilisés		1 220 000 000,00	0,00	1 220 000 000,00	1 120 000 000,00
Prêts et autres actifs finan. non courants		281 568 270,39	71 460 000,00	210 108 270,39	2 835 998,80
Impôts différés actif		60 493 614,07		60 493 614,07	52 068 797,70
TOTAL ACTIF NON COURANT		4 998 215 255,48	760 799 871,59	4 237 415 383,89	3 828 140 640,14
ACTIF COURANT					
Stocks et en cours	4	7 692 558,83	0,00	7 692 558,83	7 581 613,15
Créances et emplois assimilés	5	600 824 950,73	73 375 821,62	527 449 129,11	605 845 179,63
Clients		354 327 134,53	66 301 621,62	288 025 512,91	353 171 541,00
créances discordantes X	6	2 940 882,36	2 940 882,36	0,00	0,00
Autres débiteurs		184 629 143,76	7 074 200,00	177 554 943,76	183 852 559,18
Impôts		61 868 672,44		61 868 672,44	68 821 079,45
Autres actifs courants					
Disponibilités et assimilés	7	1 073 388 352,66	201 847 500,00	871 540 852,66	924 400 004,46
Plac. et autres actifs financiers courants		201 847 500,00	201 847 500,00	0,00	5 805 383,14
Trésorerie		871 540 852,66	0,00	871 540 852,66	918 594 621,32
TOTAL ACTIF COURANT		1 681 905 862,22	275 223 321,62	1 406 682 540,60	1 537 826 797,24
TOTAL GENERAL ACTIF		6 680 121 117,70	1 036 023 193,21	5 644 097 924,49	5 365 967 437,38

ETATS FINANCIERS CONSOLIDES GROUPE GEMA

BILAN AU 31/12/2015**2 : PASSIF:**

X

DESIGNATION	NOTE	2015	2014
CAPITAUX PROPRES			
Capital émis (ou compte de l'exploitant)		327 900 000,00	327 900 000,00
Capital non appelé			
Réserve légale			
Primes et réserves (Réserves consolidées)	7	2 336 091 069,18	2 152 371 507,75
Ecart de réévaluation X	8	1 503 579,82	1 503 579,82
Ecart d'équivalence α	9	139 782 244,97	158 967 153,74
Résultat net (Résultat part du groupe)	10	370 939 241,68	348 033 425,85
Autres capitaux propres-Report à nouveau	10		
Part de la société consolidante		3 176 216 135,65	2 988 775 667,16
Part des minoritaires	↙ ↘	56 004 288,66	50 695 892,80
TOTAL I		3 232 220 424,31	3 039 471 559,96
PASSIFS NON COURANTS			
Liaison inter agences	11		
Emprunts et dettes financières	12		
Impôts (différés et provisionnés)	13	12 815 927,09	12 153 854,42
Autres dettes non courantes	14	578 085 056,81	578 989 892,61
Provisions et produits comptabilisés d'avance	15	190 616 108,19	162 856 397,59
TOTAL PASSIFS NON COURANTS II		781 517 092,09	754 000 144,62
PASSIFS COURANTS			
Fournisseurs et comptes rattachés	16	124 338 965,98	128 557 260,38
Impôts	17	99 673 201,51	157 286 267,53
Autres dettes	18	1 406 348 240,60	1 286 652 204,89
Trésorerie Passif	19		
TOTAL PASSIFS COURANTS III		1 630 360 408,09	1 572 495 732,80
TOTAL GENERAL PASSIF		5 644 097 924,49	5 365 967 437,38

3 : COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDES: X

DESIGNATION	NOTE	2014	2014
Ventes et produits annexes	20	1 841 968 293,68	1 397 116 530,07
Variation stocks produits finis et en cours			
Production immobilisée			
Prestations fournis inter agences			
Frais de siege			
Subvention d'exploitation			
I-PRODUCTION DE L'EXERCICE		1 841 968 293,68	1 397 116 530,07
Achats consommés		-41 285 537,64	-41 562 086,09
Services extérieurs et autres consommations		-948 453 686,70	-692 507 217,47
Prestations reçus inter agences			
II-CONSOMMATION DE L'EXERCICE	21	-989 739 224,34	-734 069 303,56
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		852 229 069,34	663 047 226,51
Charges de personnel		-401 680 607,10	-371 498 622,74
Impôts, taxes et versements assimilés		-39 945 451,77	-34 215 501,54
IV-EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	22	410 603 010,47	257 333 102,23
Autres produits opérationnels		87 082 540,22	79 211 124,99
Autres charges opérationnelles		-16 665 376,97	-22 163 235,09
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur		-206 051 319,01	-106 975 904,28
Reprise sur pertes de valeurs et provisions		53 748 874,49	55 627 585,03
V-RESULTAT OPERATIONNEL	23	328 717 729,20	263 032 672,88
Produits financiers		33 970 786,18	39 613 574,27
Charges financières		-69 817,37	-200 547,09
VI-RESULTAT FINANCIER	24	33 900 968,81	39 413 027,18
VII-RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOT(V+VI)		362 618 698,01	302 445 700,06
Impôts exigibles sur résultats ordinaires		-48 969 157,00	-63 100 559,00
Impôts différés (Variations) sur résultats ordinaires		7 762 743,70	13 362 871,75
		-75 000 000,00	-60 000 000,00
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	25	2 016 770 494,57	1 571 568 814,36
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	26	-1 770 358 209,86	-1 378 860 801,55
VIII-RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	27	246 412 284,71	192 708 012,81
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)		0,00	0,00
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)		0,00	0,00
IX-RESULTAT EXTRAORDINAIRE	28	0,00	0,00
X-RESULTAT NET DE L'EXERCICE	29	246 412 284,71	192 708 012,81
Part dans les résultats nets des stés mises en équivalence (1)		133 195 352,84	160 990 814,94
IX-RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE(1)	30	379 607 637,55	353 698 827,75
Dont part des minoritaires (1)		8 668 395,87	5 665 401,90
Part du groupe (1)		370 939 241,68	348 033 425,85

ETATS FINANCIERS CONSOLIDES AU 31/12/2014

SCAEK



BP 01 OULED ADOUANE, AIN KEBIRA SETIF 19400

Exercice allant 01/01/2015 25/04/16 10:25

au 31/12/2015

Matricule Fiscal : 0 9 9 8 1 9 0 0 8 2 3 6 3 1 9

Article 1 9 2 4 2 0 1 0 0 1 1

Bilan Actif

Exercice clos le 31/12/2015

Unité: null

ACTIF	Note	2015 Brut	2015 Amort-Prov.	2015 Net	2014 Net
ACTIF IMMOBILISE (NON COURANT)	2				
Ecart d'acquisition (ou goodwill)	2	0,00	0,00	0,00	0,00
Immobilisations incorporelles	2	24 722 510,94	24 315 010,94	407 500,00	717 500,00
Immobilisations corporelles	2	14 627 463 576,90	10 392 567 599,17	4 234 895 977,73	3 165 616 420,53
Terrains	2	45 850 181,38	0,00	45 850 181,38	43 479 147,26
Bâtiments	2	3 569 873 523,53	3 216 672 988,13	353 200 535,40	170 077 932,76
Autres immobilisations corporelles	2	11 011 739 871,99	7 175 894 611,04	3 835 845 260,95	2 952 059 340,51
Immobilisations en concession	2	0,00	0,00	0,00	0,00
Immobilisations encours	5	25 738 047 016,02	0,00	25 738 047 016,02	9 116 852 435,38
Immobilisations financières	6	4 441 629 914,49	0,00	4 441 629 914,49	5 426 990 628,19
Titres mis en équivalence – entreprises associées		0,00	0,00	0,00	0,00
Autres participations et créances rattachées		0,00	0,00	0,00	0,00
Autres titres immobilisés		0,00		0,00	0,00
Prêts et autres actifs financiers non courants		4 441 629 914,49	0,00	4 441 629 914,49	5 426 990 628,19
Impôts différés actif	11	118 437 023,41	0,00	118 437 023,41	168 671 607,72
TOTAL ACTIF NON COURANT		44 950 300 041,76	10 416 882 610,11	34 533 417 431,65	17 878 848 591,82
ACTIF COURANT					
Stocks et encours	7	2 362 671 350,50	(48 625 111,81)	2 314 046 238,69	2 222 078 438,09
Créances et emplois assimilés	8	223 687 195,23	(240 870,50)	223 446 324,73	60 775 077,95
Clients	8	82 592 272,35	240 870,50	82 351 401,85	7 041 012,44
Autres débiteurs		102 205 225,16	0,00	102 205 225,16	4 179 997,75
Impôts et assimilés	11	38 889 697,72	(0,00)	38 889 697,72	49 554 067,76
Autres actifs courants		0,00		0,00	0,00
Disponibilités et assimilés	10	1 330 661 694,36	0,00	1 330 661 694,36	3 278 235 652,77
Placements et autres actifs financiers courants		0,00	0,00	0,00	(0,00)
Trésorerie	10	1 330 661 694,36	0,00	1 330 661 694,36	3 278 235 652,77
TOTAL ACTIF COURANT		3 917 020 240,09	(48 665 982,31)	3 868 354 257,78	5 561 089 168,81
TOTAL GENERAL ACTIF		48 867 320 281,85	(10 465 748 592,42)	38 401 571 689,43	23 439 937 760,63

BILAN PASSIF

Exercice clos le 31/12/2015

Unité: null

Passif	Note	2015	2014
CAPITAUX PROPRES			
Capital émis (ou compte de l'exploitant)		2 200 000 000,00	2 200 000 000,00
Capital non appelé	3	0,00	0,00
Primes et réserves (Réserves consolidées (1))	3	16 479 353 772,12	13 803 843 917,63
Ecart de réévaluation		0,00	0,00
Ecart d'équivalence (1)		0,00	0,00
Résultat net (Résultat net part du groupe) (1)	23	3 207 771 487,39	3 305 138 306,93
Autres capitaux propres – Report à nouveau	3	-231 032 774,28	-208 278 452,44
Liason inter unite	26	0,00	0,00
Part de la société consolidante (1)		21 656 092 485,23	19 100 703 772,12
Part des minoritaires (1)		0,00	0,00
TOTAL I		21 656 092 485,23	19 100 703 772,12
PASSIFS NON COURANTS		0,00	0,00
Emprunts et dettes financières	13	8 483 000 695,32	666 254 251,30
Impôts (différés et provisionnés)	11	18 990 500,00	(0,00)
Autres dettes non courantes	13	0,00	0,00
Provisions et produits comptabilisés d'avance	12	624 959 439,42	937 011 322,74
TOTAL PASSIFS NON COURANTS II		9 126 950 634,74	1 603 265 574,04
PASSIFS COURANTS	3	0,00	0,00
Fournisseurs et comptes rattachés		4 051 346 500,42	725 332 008,72
Impôts	21	113 277 314,30	146 072 071,14
Autres dettes	9	3 370 893 555,97	1 864 563 749,61
Trésorerie Passif	10	83 011 198,77	585,00
TOTAL PASSIFS COURANTS III		7 618 528 569,46	2 735 968 414,47
TOTAL GENERAL PASSIF		38 401 571 689,43	23 439 937 760,63

(1) A utiliser uniquement pour la présentation d'états financiers consolidés.

Compte de resultats (Par nature)

	Note	2015	2014	Unité: null
				%
Ventes et produits annexes	15	8 453 844 795,67	8 198 404 832,92	3,12%
Variation stocks produits finis et en-cours	7	(6 384 459,39)	39 351 619,18	-116,2
Production immobilisée		71 760 975,39	0,00	0,00%
Subventions d'exploitation		1 731 000,01	1 618 000,00	6,98%
I - PRODUCTION DE L'EXERCICE		8 520 952 311,68	8 239 374 452,10	3,42%
Achats consommés	8	(1 844 416 064,84)	(1 814 202 282,89)	1,67%
Services extérieurs et autres consommations	19	(672 462 270,26)	(589 862 882,64)	14,00
II - CONSOMMATION DE L'EXERCICE		(2 516 878 335,10)	(2 404 065 165,53)	4,69%
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I - II)		6 004 073 976,58	5 835 309 286,57	2,89%
Charges de personnel	20	(1 099 712 851,80)	(1 097 439 540,51)	0,21%
mpôts, taxes et versements assimilés	21	(118 029 275,02)	(138 208 400,62)	-14,60
IV- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		4 786 331 849,76	4 599 661 345,44	4,06%
Autres produits opérationnels		81 233 885,71	70 869 793,70	14,62
Autres charges opérationnelles		(7 120 641,18)	(36 384 327,41)	-80,43
Dotations aux amortissements	5	(613 216 905,25)	(502 425 002,12)	22,05
Dotations aux provisions	5	(153 082 586,96)	(185 529 853,76)	-17,49
Reprise sur pertes de valeur et provisions		13 788 277,85	21 074 848,50	-34,57
V- RESULTAT OPERATIONNEL		4 107 933 879,93	3 967 266 804,35	3,55%
Produits financiers	17	152 171 845,30	181 428 873,95	-16,13
Charges financières	23	(299 869,24)	(14 861,20)	1 917,
VI- RESULTAT FINANCIER	23	151 871 976,06	181 414 012,75	19,45
VII- RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V + VI)		4 259 805 855,99	4 148 680 817,10	2,68%
Impôts exigibles sur résultats ordinaires	24	(812 143 477,00)	(676 007 117,00)	20,14
Impôts différés (Variations) sur résultats ordinaires	11	(39 890 891,60)	(28 935 393,17)	37,86
Participation des travailleurs aux bénéfices		(200 000 000,00)	(138 600 000,00)	44,30
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		8 768 146 320,54	8 512 747 968,25	3,00%
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES		(5 560 374 833,15)	(5 207 609 661,32)	6,77%
VIII- RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		3 207 771 487,39	3 305 138 306,93	-2,95
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)		0,00	0,00	0,00%
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)		0,00	0,00	0,00%
IX- RESULTAT EXTRAORDINAIRE		0,00	0,00	0,00%
X- RESULTAT NET DE L'EXERCICE		3 207 771 487,39	3 305 138 306,93	-2,95
Part dans les résultats nets des sociétés mises en équivalence	24	0,00	0,00	0,00
XI- RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE (1)		0,00	0,00	0,00
Dont part des minoritaires (1)		0,00	0,00	0,00
Part du groupe (1)		0,00	0,00	0,00

(1) A utiliser uniquement pour la présentation d'états financiers consolidés.

Exercice clos le 31/12/2015

ACTIF	Note	2015 Brut	2015 Amort/Prov	2015 net	PASSIF		Note	2015
					CAPITAUX PROPRES	PASSIFS		
ACTIFS NON COURANTS	1.00							
Ecart d'acquisition – goodwill positif ou négatif	1.01	-	-	-	Capital émis	2.00	1462 825	
Immobilisations incorporelles	1.02	-	-	-	Capital non appelé	2.02	2857 358	
Logiciels informatiques et Assimilés	1.03	1 652	351	1 301	Primes et réserves	2.03	303 269	
Immobilisations corporelles	1.04	-	-	-	Ecart de réévaluation	2.04	-	
Terrains	1.05	570 538	-	570 538	Ecart de dévaluation (1)	2.05	-	
Agencements et aménagements	1.06	49 205	24 445	24 760	Résultat net de l'exercice	2.06	213 000	
Constructions	1.07	2331 038	1851 335	1479 703	Autres capitaux propres – Report à nouveau	2.07	-	
Installations techniques, matériel et outillage industriels	1.08	1599 628	1448 502	151 126	Part de la société consolidante (1)	2.08	-	
Autres immobilisations corporelles	1.09	1396 616	1295 282	101 334	Part des minoritaires (1)	2.09	-	
Immobilisations en cours	1.10	910	-	910		2.10	-	
Immobilisations financières	1.11				TOTAL I	2.11	4836 452	
Titres mis en équivalence	1.12	36 075	-	36 075	PASSIFS NON-COURANTS	2.12	-	
Autres participations et créances rattachées	1.13	4408 003	-	4408 003	Emprunts et dettes financières	2.13	2 996	
Autres titres immobilisés	1.14	1 775	-	1 775	Impôts (différés et provisionnés)	2.14	1155 888	
Prêts et autres actifs financiers non courants	1.15	128 888	-	128 888	Provisions diverses	2.15	128 401	
Produits et charges différés hors cycle d'exploitation	1.16	-	-	-	Autres dettes non courantes	2.16	-	
	1.17	-	-	-	Provisions et produits constatés d'avance	2.17	-	
TOTAL ACTIF NON COURANT	1.18	10524 328	4619 915	5904 413	TOTAL PASSIFS NON COURANTS II	2.18	1285 285	
ACTIF COURANT	1.19				PASSIFS COURANTS	2.19	-	
Stocks et encours	1.20	1013 933	237 831	776 102	Fournisseurs et comptes rattachés	2.20	1493 938	
Fournisseurs et comptes rattachés	1.21	453	0	453	Impôts	2.21	1153 162	
Créances et emplois assimilés	1.22	1307 574	87 528	1220 046	Clients créditeurs	2.22	31 546	
Clients	1.23	5 945	0	5 945	Autres dettes	2.23	979 240	
Autres débiteurs	1.24	978 601	0	978 601	Tésorerie Passif	2.24	259 615	
Impôts et assimilés	1.25	24 891	0	24 891			-	
Autres créances et emplois assimilés	1.26	154 431	0	154 431			-	
Disponibilités et assimilés	1.27	974 356	0	974 356			-	
Placements et autres actifs financiers courants	1.28	4460 184	325 359	4134 825	TOTAL PASSIFS COURANTS III	2.30	3917 501	
Tésorerie	1.29	4845 274	0	4845 274	TOTAL GENERAL PASSIF	2.31	10039 238	
TOTAL ACTIF COURANT	1.30							
TOTAL GENERAL ACTIF	1.31	14984 512	4945 274	10039 238				

UMDA

COMPTE DE RESULTAT

U=MDA

RUBRIQUE	NOTE	Exercice 2013	Exercice 2014	Exercice 2015
Chiffre d'affaires	3.00	99 748	699 499	249 370
Variation stocks produits finis et en cours	3.01	-11	-22	-27
Production immobilisée	3.02	0	0	0
Subventions d'exploitation	3.03	0	0	0
I - Production de l'exercice	3.04	99 737	699 477	249 343
Achats consommés	3.05	700	1 400	1 750
Services extérieurs et autres consommations	3.06	80	160	200
II - Consommation de l'exercice	3.07	780	1 560	1 950
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I - II)	3.08	98 957	697 917	247 393
Charges de personnel	3.09	968	1 936	2 420
Impôts, taxes et versements assimilés	3.10	129	258	323
IV- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	3.11	97 860	695 723	244 650
Autres produits opérationnels	3.12	555	1 110	1 387
Autres charges opérationnelles	3.13	101	202	252
Dotations aux amortissements et aux provisions	3.14	364	728	910
Reprise sur pertes de valeur et provisions	3.15	108	216	270
V- RESULTAT OPERATIONNEL	3.16	98 058	696 119	245 145
Produits financiers	3.17	655	1 310	1 637
Charges financières	3.18	213	426	532
VI- RESULTAT FINANCIER	3.19	442	884	1 105
VII- RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V + VI)	3.20	98 500	697 003	246 250
Impôts exigibles sur résultats ordinaires	3.21	12 600	25 200	31 500
Impôts différés (Variations) sur résultats ordinaires	3.22	700	1 400	1 750
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	3.23	101 055	702 113	252 637
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	3.24	15 855	31 710	39 637
VIII- RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	3.25	85 200	670 403	213 000
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)	3.26	0	0	0
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)	3.27	0	0	0
IX- RESULTAT EXTRAORDINAIRE	3.28	0	0	0
X- RESULTAT NET DE L'EXERCICE	3.29	85 200	670 403	213 000
Part dans les résultats nets des sociétés mises en équivalence (1)	3.30			
XI- RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE (1)	3.31			
Dont part des minoritaires (1)	3.32			
Part-du groupe (1)	3.33			

ERIDAD SETIF
LES MOULINS DES HAUTS PLATEAUX 1 095 830 000
Exercice 2015

DATE 27/09/2016
HEURE 11:28
PAGE 1

Bilan Actif

Arrêté à : Cloture < Etat Définitif >
Identifiant Fiscal : 099719010750624

Libellé	Note	Brut	Amort. / Prov.	Net	Net (N-1)
ACTIFS NON COURANTS					
Immobilisations incorporelles	1	866 240,68	413 381,78	452 858,90	443 256,67
Immobilisations corporelles	2	2 935 184 397,85	2 101 941 801,34	833 242 596,51	843 083 310,11
Terrains		312 948 000,00		312 948 000,00	312 948 000,00
Bâtiments		845 378 536,12	377 182 712,40	468 195 823,72	476 647 653,36
Installation tech matériel et outil ind		1 598 567 483,20	1 559 935 992,93	38 631 490,27	44 585 924,53
Autres immobilisations corporelles		178 290 378,53	164 823 096,01	13 467 282,52	8 871 732,22
Immobilisations en concession					
Immobilisations en cours	3	308 352 174,94		308 352 174,94	209 907 410,17
Immobilisations financières	4	269 368,45		269 368,45	269 368,45
Titre filiales					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants		269 368,45		269 368,45	269 368,45
Impôts différés actif		15 361 521,95		15 361 521,95	13 564 928,22
TOTAL ACTIF NON COU		3 260 033 703,87	2 102 355 183,12	1 157 678 520,75	1 067 238 272,52
ACTIF COURANT					
Stocks et encours		82 242 425,22		82 242 425,22	83 974 456,23
Matières et fournitures					978 469,33
Autres approvisionnements		76 912 502,94		76 912 502,94	74 719 744,01
Stocks de produits		5 329 922,28		5 329 922,28	8 276 242,89
Autres stocks					
Créances et emplois assimilés		354 834 303,09	313 145 981,28	41 688 321,81	101 116 515,46
Créances parafiscalités céréalières					
Créances intra-groupe		1 415 517,56		1 415 517,56	1 415 517,56
Clients	5	319 765 445,72	313 145 981,28	6 619 464,44	47 560 323,44
Autres débiteurs		25 475 406,25		25 475 406,25	43 703 243,61
Impôts et assimilés		8 177 933,56		8 177 933,56	8 437 430,85
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés		441 027 039,97	12 706 622,69	428 320 417,28	399 422 978,59
Placements et autres actifs financiers courants	6				
Trésorerie		441 027 039,97	12 706 622,69	428 320 417,28	399 422 978,59
TOTAL ACTIF COUR		878 103 768,28	325 852 603,97	552 251 164,31	584 513 950,28
TOTAL GENERAL ACTIF		4 138 137 472,15	2 428 207 787,09	1 709 929 685,06	1 651 752 222,80

ERIAS SETIF
LES MOULINS DES HAUTS PLATEAUX 1 095 830 000
Exercice 2015

DATE: 27/09/2016
 HEURE: 11.28
 PAGE: 2

Bilan Passif

Arrêté à : Cloture - Etat Définitif >
 Identifiant Fiscal : 099719010750624

Libellé	Note	Exercice	Exercice Précédent
<u>CAPITAUX PROPRES</u>			
Capital émis		1 095 830 000,00	1 095 830 000,00
Assainissement financier obligation titre participatif			
Réserves consolidées		298 913 290,68	298 913 290,68
Autres primes et réserves		211 435 531,99	211 435 531,99
Ecart de réévaluation			
Résultat n-1		70 366 894,68	91 761 959,03
Résultat net		-54 270 171,03	-51 329 701,26
Ajustement changement de méthodes/correction erreurs	7	-1 096 696 505,98	-1 188 458 465,01
Autres capitaux propres			
TOTAL CAPITAUX PROPRES I		626 579 040,34	458 152 616,43
<u>PASSIFS NON-COURANTS</u>			
Subventions d'équipement et d'investissement			
Autres emprunts et dettes assimilées			
Dettes rattachées à des participations			
Autres dettes non courantes			
Autres produits et charges différés			
Provisions pour pensions et obligations similaires		62 377 775,15	57 818 744,77
Provision pour charges-litiges fiscaux et sociaux		2 500 000,00	2 971 056,00
Autres provisions pour charges(impo/ renouvellements des immos en concession			
Provision pour produits contate d'avance			
Impôts différés passif			
TOTAL PASSIFS NON COURANTS II		64 877 775,15	60 789 800,77
<u>PASSIFS COURANTS</u>			
Obligations trésor			
Autres emprunts et dettes assimilées	8	196 462 866,67	166 837 818,84
Dettes parafiscalités céréalnières		317 142 572,56	317 142 572,56
Dettes intra-groupe	9	527 578 443,69	569 559 413,01
Interets échu des obligations et des titres participatifs			
Fournisseurs matières premières		938 580,87	930 287,86
Autres Fournisseurs et comptes rattachés		42 208 239,74	51 671 834,13
Impôts		7 710 679,03	7 504 308,53
Autres dettes passif courants		27 431 487,01	19 163 571,67
Trésorerie du passif			
TOTAL PASSIFS COURANTS III		1 119 472 869,57	1 132 809 806,60
TOTAL GENERAL PASSIF		1 709 929 685,06	1 651 752 222,80
(1) à utiliser uniquement pour la présentation d'états financiers consolidés			

ERIAS SETIF
 LES MOULINS DES HAUTS PLATEAUX 1 095 830 000
 Exercice 2015

DATE: 27/09/2016
 HEURE: 11:30
 PAGE: 1

Comptes de Résultat

(par Nature)

Arrêté à : Cloture < Etat Définitif >
 Identifiant Fiscal : 099719010750624

Libellé	Note	Exercice	Exercice Précédent
Chiffre d'affaires		1 318 495 144,63	1 381 015 474,80
Ventes de marchandises		260 229,91	1 271 042,06
Ventes dev produits finis		1 313 970 034,03	1 376 275 215,80
Ventes autres produits		919 170,00	144 482,24
Autres prestations		3 345 710,69	3 324 734,70
Variation stocks produits finis et en cours		-2 720 123,61	3 718 456,69
Production immobilisée			
Subventions d'exploitation		1 503 272,70	3 247 272,73
I. PRODUCTION DE L'EXERCICE		1 317 278 293,72	1 387 981 204,22
Achats consommés	1	-1 100 225 127,62	-1 157 729 198,81
Services extérieurs et autres consommations		-30 060 752,12	-33 691 251,02
II. CONSOMMATION DE L'EXERCICE		-1 130 285 879,74	-1 191 420 449,83
III. VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I - II)		186 992 413,98	196 560 754,39
Charges de personnel	2	-139 817 046,53	-149 971 246,76
Impôts, taxes et versements assimilés		-4 095 445,54	-4 308 499,32
IV. EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		43 079 921,91	42 281 008,31
Autres produits opérationnels		55 254 975,10	65 190 913,79
Autres charges opérationnelles		-715 326,95	-25 007 342,02
Dotations aux amortissements		-18 362 718,60	-16 759 980,38
Dotations aux provision et pertes de valeurs		-337 101 924,58	-330 490 277,65
Reprise sur pertes de valeur et provisions		327 398 852,28	349 007 273,45
V. RESULTAT OPERATIONNEL		68 553 779,16	84 221 595,50
Produits financiers		1 339 111,59	4 836 319,07
Charges financières		-2 312 589,80	-939 504,66
VI. RESULTAT FINANCIER		-973 478,21	3 898 814,41
VII. RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V + VI)		68 580 300,95	88 120 409,91
Impôts exigibles sur résultats ordinaires		-10 000,00	-10 000,00
Impôts différés (Variations) sur résultats ordinaires		1 796 593,73	3 651 549,12
Participation des travailleurs au bénéfice			
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		1 701 271 232,69	1 807 017 710,53
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES		-1 630 904 338,01	-1 715 255 751,50
VIII. RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		70 366 894,68	91 761 959,03
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)			
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)			
IX. RESULTAT EXTRAORDINAIRE			
X. RESULTAT NET DE L'EXERCICE		70 366 894,68	91 761 959,03
Part dans les résultats nets des sociétés mises en équivalence (1)			
XI. RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE (1)			
Dont part des minoritaires (1)			
Part du groupe (1)			
(1) à utiliser uniquement pour la présentation d'états financiers consolidés			

الاستبيان

إستبيان الدراسة

المدرسة العليا للتجارة

العلوم المالية والمحاسبية

محاسبة ومالية

أخي الفاضل / أختي الفاضلة

تحية طيبة وبعد

يقوم الباحث بإعداد دراسة بعنوان:

أثر المسؤولية البيئية والاجتماعية على الأداء المالي للشركات

تسعى هذه الدراسة إلى استطلاع آرائكم المهنية المبنية على خبراتكم بخصوص مدى تبني الشركات للمسؤولية البيئية والاجتماعية وأثرها على الأداء المالي لدراسة حالة استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة ماستر في العلوم المالية والمحاسبية.

والباحث إذ يقدر لكم تعاونكم بالإجابة على الأسئلة الواردة بالقائمة المرفقة، ونؤكد لكم أن هذه الدراسة صممت لأغراض البحث العلمي فقط، كما أن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة.

أشكركم على حسن تعاونكم

الطالب: رياض عادل

الخصائص الديمغرافية

الجنس: ذكر أنثى

العمر:

أقل من 30 سنة 31 - 40 سنة 41 - 50 سنة 51 سنة فأكثر

المستوى التعليمي:

ثانوي شهادة مهنية ليسانس ماجستير دكتوراه

عدد سنوات العمل في الوظيفة الحالية:

أقل من 05 سنوات 06 - 10 سنوات 11 - 15 سنة أكثر من 16 سنة

الموقع الوظيفي الحالي:

مدير عام نائب مدير مساعد مدير مدير إدارة رئيس قسم

أخرى يرجى ذكرها :

المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات

المقاييس					البيـان	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه العاملين
موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما		
					1- تهتم الشركة بتوفير الوسائل والأدوات للتقليل من مخاطر العمل وتوفير الأمن الصناعي.	
					2- تسمح الشركة للعاملين عند كافة المستويات الإدارية بالمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة.	
					3- تركز سياسة التوظيف على تنوع الموظفين حسب العمر، الجنس، العرق والكفاءة.	
					4- توفر الشركة البرامج التدريبية اللازمة من أجل تنمية المهارات الإدارية للموظفين.	

					5- تسمح الشركة بوجود النقابات العمالية.	
					6- تراعي الشركة القدرات الشرائية للمستهلكين عند تسعير منتجاتها/خدماتها.	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه الزبائن
					7- تراعي الشركة ظروف الصحة والسلامة عند عملية الإنتاج/التصنيع/أثناء تقديم الخدمة.	
					8- تستمع الشركة إلى شكاوي المستهلك وتهتم بحلها.	
					9- تعتمد الشركة سياسة تسويق تضمن توفير معلومات دقيقة وكاملة للزبائن.	
					10- تعتمد الشركة سياسة تسويقية قائمة على تقديم المنتجات بأسعار وجودة مناسبة.	
					11- الشركة لها علاقة وطيدة وجيدة مع جمعيات حماية المستهلك.	
					12- تعتمد الشركة سياسة تمويل وإمداد تطبق فيها أسعار عادلة ومقبولة مع الموردين.	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه الموردين
					13- تقوم الشركة بتوطيد العلاقة بينها وبين مورديها بحرصها على الالتزام بالاتفاقيات المبرمة.	
					14- تلتزم الشركة بتسديد الالتزامات في الأجل المحددة مع الموردين.	
					15- ترتبط الشركة مع الموردين بعلاقات توريد قائمة على الصدق في التعامل وعدم الإضرار بمصالح الاطراف المتعاقدة.	
					16- تتبنى الشركة سياسة بيئية تقوم على الحد من استهلاك الطاقة.	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه البيئة
					17- تتبنى الشركة تقنيات ملائمة لتجنب مسببات تلوث الأرض والهواء والماء وللتخلص من النفايات ومخلفات التصنيع.	
					18- حصلت الشركة من قبل على أحد المواصفات أو المعايير الدولية البيئية.	

					19- تلتزم الشركة بتطبيق القوانين التنظيمية ذات الصلة بالمحافظة على البيئة الطبيعية.	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه المجتمع
					20- تمول الشركة حملات التوعية في مجالات حماية البيئة وحسن استغلال مواردها الطبيعية.	
					21- تقدم الشركة الهبات والتبرعات للفقراء والمحتاجين والجمعيات الخيرية مثل جمعيات حماية الطفولة ودور المسنين ومراكز رعاية المعاقين والمستشفيات.	
					22- تقوم الشركة بتبني ورعاية المؤتمرات والندوات.	
					23- تقوم الشركة برعاية المهرجانات والنشاطات الثقافية والرياضية والفنية.	
					24- تلتزم الشركة بتوفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع من أجل التخفيف من البطالة.	
					25- تشارك الشركة في حملات السلامة والتوعية من الأمراض والحوادث.	
					26- يعمل المسيريون على تحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح للمساهمين / المالكين.	المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة اتجاه المساهمين
					27- يعمل المسيريون على المحافظة على رأس المال المستثمر.	
					28- يتم معاملة المساهمين / المالكين بنفس القدر من المساواة دون تمييز.	
					29- تضمن الشركة حصول المساهمين / المالكين على المعلومات الصحيحة والحقيقية من دون أي تزيف وبشكل منتظم.	

وشكرا لحسن تعاونكم