

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء
المالي - عرض وتحليل دراسات سابقة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص : إدارة مالية

تحت إشراف الأستاذ الدكتور /

عيمر عبد الحفيظ

إعداد الطالبتين:

صباح بوسالم ✓

إيمان بودرمين ✓

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الجامعة | الصفة |
|----------------------|---------|--------------|
| د/ حبيبة بن زعدة | جيجل | رئيسا |
| د/ عمر قيرة | جيجل | ممتحنا |
| أ/د/ عبد الحفيظ عيمر | جيجل | مشرفا ومقررا |

السنة الجامعية 2020 / 2019

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء
المالي - عرض وتحليل دراسات سابقة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص : إدارة مالية

تحت إشراف الأستاذ الدكتور /

عمر عبد الحفيظ

إعداد الطالبتين:

✓ صباح بوسالم

✓ إيمان بودرمين

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الجامعة | الصفة |
|---------------------|---------|--------------|
| د/ حبيبة بن زعدة | جيجل | رئيسة |
| د/ عمر قيرة | جيجل | ممتحنا |
| أ/د/ عبد الحفيظ عمر | جيجل | مشرفا ومقررا |

السنة الجامعية 2020 /2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

اللهم اجعلني شكورا، واجعلني صبورا واجعلني في عيني

صغيرا وفي أعين الناس كبيرا.

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والسلام على أشرف المرسلين

سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين،

نحمد الله رب العالمين الذي رزقنا من العلم ما لم نعلم، وقدرنا على

إنجاز هذا العمل المتواضع، لأستعين في نهاية هذا العمل أن نشكر الله

على توفيقه لنا فإن أصبنا فبفضله ونحمده

وإن أخطأنا فمن أنفسنا.

كما نتقدم بجزيل الشكر وخالص التقدير والعرفان لمن قدم لنا

في إنجاز هذا العمل المتواضع يد المساعدة

الأستاذ المشرف "الدكتور **عيمر عبد الحفيظ**" على إشرافه

المتواصل وتوجيهاته ونصائحه القيمة التي استفدنا منها،

فله كل الاحترام والتقدير .

وفي الأخير نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة بريئة.

إهداء

الحمد لله الذي شرفنا بالإسلام وكرمنا بالقرآن، وحبب إلينا الإيمان وزينه في قلوبنا وكره إلينا الفسوق والعصيان.

أهدي عملي وثمره جهدي إلى التي بين ضلوعها احتميت، ومن عطائها ارتويت. إلى من تحملت الغناء لأجلي إلى ريحانة حياتي التي غمرتني بعطفها وحنانها وأنارت لي درب الحياة بحبها

أمي الحبيبة حفظها الله من كل سوء وأطال في عمرها.

إلى الذي رباني على الفضيلة والأخلاق وتكبد من أجلي مصاعب الحياة ووفر لي متطلبات النجاح

أبي العزيز حفظه الله من كل سوء وأطال في عمره.

إلى جميع أفراد عائلتي وإلى كل زملائي.

إلى من شاركتني هذا العمل، وكل من مدنا يد العون لإنجاز هذا العمل المتواضع.

إلى كل من وسعهم قلبي ولم تسعهم ورقتي



إهداء

لمن كرمهما الله في كتابه الحكيم بعد بسم الله الرحمن الرحيم

(ولا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما وأخفض لهما جناح الذل من

الرحمة وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا)

إلى من علمتني النجاح والسير

إلى من افتقدها في مواجهة الصعاب ولم تمهلها الدنيا لأرتوي من حنانها يا من يرتعش قلبي لذكرها

إلى من حملتني وهنا على وهنإلى من سهرت الليالي من أجل أن ترعاني ...

إلى التي لا أراها والعين و القلب لا ينساها

أهديك هذا العمل **أمي الحبيبة** رحمك الله وأسكنك الفردوس الأعلى

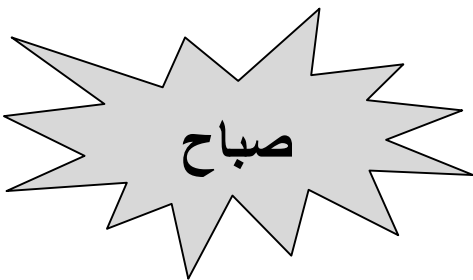
إلى **أبي الغالي** حفظك الله ورعاك الذي كان سندي وعوني في تحمل المشاق

إلى أعز الناس ومعنى الحياة إلى أروع ما وهبتي الحياة **أخواتي وإخوتي**

إلى من شاركتني هذا العمل

إلى من شاركوني حلاوة الأيام مند الصبا إلى **جميع الأصدقاء**

إلى كل من أحبهم ويحبوني



فهرس المحتويات

| الصفحة | فهرس المحتويات |
|--|--|
| | بسملة |
| | شكر وتقدير |
| | الإهداء |
| أ | فهرس المحتويات |
| ج | قائمة الجداول |
| ج | قائمة الأشكال |
| د | قائمة الملاحق |
| 1 | مقدمة |
| الفصل الأول: المسؤولية الاجتماعية للشركات | |
| 7 | تمهيد |
| 8 | 1- ماهية المسؤولية الاجتماعية |
| 8 | 1-1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية |
| 11 | 1-2- مبادئ المسؤولية الاجتماعية |
| 12 | 1-3- أهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية |
| 14 | 2- أساسيات المسؤولية الاجتماعية |
| 14 | 1-2- أبعاد ومجالات المسؤولية الاجتماعية |
| 17 | 2-2- عناصر المسؤولية الاجتماعية |
| 18 | 2-3- نظريات المسؤولية الاجتماعية |
| 19 | 2-4- المسؤولية بين التأييد والمعارضة |
| 21 | 3- تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات |
| 21 | 3-1- خطوات بناء برنامج المسؤولية الاجتماعية ونماذج تطبيقها |
| 22 | 3-2- معايير قياس المسؤولية الاجتماعية |
| 25 | 3-3- فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية |
| 26 | خلاصة |
| الفصل الثاني: الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم | |
| 28 | تمهيد |
| 29 | 1- ماهية الأداء المالي |
| 29 | 1-1- مفهوم الأداء المالي وأهميته |

| | |
|---|---|
| 30 | 2-1- معايير ومقاييس الأداء المالي |
| 32 | 3-1- العوامل المؤثرة في الأداء المالي |
| 33 | 2- تقييم الأداء المالي |
| 33 | 1-2- مفهوم تقييم الأداء المالي |
| 34 | 2-2- خصائص وأهداف تقييم الأداء المالي |
| 36 | 3-2- مراحل وأسس تقييم الأداء المالي |
| 39 | 3- مؤشرات تقييم الأداء المالي |
| 40 | 1-3- المؤشرات التقليدية في تقييم الأداء المالي |
| 44 | 2-3- المؤشرات الحديثة في تقييم الأداء المالي |
| 46 | خلاصة |
| الفصل الثالث: عرض وتحليل تجربة شركات مصرفية هندية وفق دراسات سابقة | |
| 48 | تمهيد |
| 49 | 1- علاقة المسؤولية الاجتماعية بالأداء المالي |
| 49 | 1-1- نظرية وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي |
| 50 | 2-1- نظرية وجود علاقة سلبية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي |
| 50 | 3-1- نظرية وجود علاقة محايدة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي |
| 51 | 2- مدارس المسؤولية الاجتماعية في الهند |
| 52 | 3- الحدود المكانية والزمنية للدراسة |
| 52 | 4- قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند |
| 52 | 5- قياس الأداء المالي CFP ومتغيرات التحكم |
| 52 | 5-1- قياس الأداء المالي |
| 53 | 5-2- نموذج انحدار اللوحة |
| 54 | 6- النتائج والتحليل |
| 55 | 7- بناء مؤشر أداء مركب |
| 59 | خلاصة |
| 61 | خاتمة عامة |
| 64 | المراجع |
| 72 | الملاحق |

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 01 | عناصر المسؤولية الاجتماعية | 17 |
| 02 | مؤشر المساهمة الاجتماعية للشركة تجاه العاملين | 23 |
| 03 | المؤشرات التي تقيس علاقة الشركة بالعملاء | 24 |
| 04 | المؤشرات التي تقيس علاقة الشركة بالمجتمع والبيئة | 24 |
| 05 | بيانات إحصائية للشركات قيد الدراسة | 54 |
| 06 | مصفوفة الارتباط | 54 |
| 07 | تحليل العوامل (المستديرة) | 55 |
| 08 | معامل درجة العامل | 56 |
| 09 | نتائج الانحدار | 56 |

قائمة الأشكال

| الرقم | عنوان الشكل | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 01 | هرم Carroll لأبعاد المسؤولية الاجتماعية | 16 |
| 02 | مراحل تقييم الأداء المالي | 38 |

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

| الصفحة | عنوان الملحق | رقم الملحق |
|--------|------------------------------|------------|
| 72 | نسب السيولة | 01 |
| 73 | نسب النشاط | 02 |
| 75 | نسب المديونية | 03 |
| 77 | رأس المال العامل | 04 |
| 79 | الاحتياج في رأس المال العامل | 05 |
| 81 | الخزينة | 06 |
| 83 | المؤشرات الحديثة | 07 |

مقدمة

تعتبر الشركة مصدر تطور اقتصاد أي دولة. فبتوسعها تتوسع الاقتصاديات وبتكاملها تتكامل الاقتصاديات. فهي تلبي احتياجات ومتطلبات الدول من الموارد الضرورية بالكمية والنوعية المطلوبة وهي تتنافس بشدة فيما بينها، بغرض زيادة مكانتها في السوق والتحسين من مردوديتها والرفع من أدائها المالي حتى تكتسب مكانة جيدة بين منافسيها وفي المحيط الذي تنشط فيه بصفة عامة.

لقد ظهر في العشرية الأخيرة بعدا جديدا للتنافس بين الشركات ألا وهو المسؤولية الاجتماعية الذي أصبح شكل من أشكال الإدارة الحديثة. لذلك أصبحت الشركة ملزمة باحترام المجتمع والمحيط الذي تنشط فيه، بغض النظر عن الهدف الاقتصادي الذي تسعى إليه، بغرض تعزيز العلاقة بينها وبين المجتمع والموازنة بين مصلحة الطرفين. وقد لوحظ في السنوات الأخيرة زيادة اهتمام مختلف الشركات بالمسؤولية تجاه المجتمع الذي تعمل فيه. وفي ظل المنافع التي تحققها عند ذلك أصبح لزاما على الشركات أن تعمل على مقابلة توقعات المجتمع وتقدير متطلباته، وأصبحت الشركات ملزمة سواء من تلقاء نفسها أو تحت ضغط الجهات المهنية المختصة بالوفاء بأشكال مختلفة من مسؤوليتها الاجتماعية في حدود إمكانياتها.

يعبر الأداء المالي عن أداء الشركات في الأجل القصير، إذ أنه الركيزة الأساسية للأنشطة التي تقوم بها الشركة. فهو الأداة التي يتم من خلالها التعرف على الوضع المالي السائد في الشركة خلال مدة زمنية معينة. كما أنه يعتبر وسيلة لتحفيز العاملين والإدارة لبدل المزيد من الجهد بهدف تحقيق نتائج ومعايير مالية أفضل بالمقارنة بفترات سابقة.

لنتمكن الشركة من معرفة قدرتها على بلوغ أهدافها ومدى تحقيقها بالوسائل المعقولة، فإنها بحاجة إلى قياس وتقييم نتائجها، حيث تعتبر عملية تقييم الأداء المالي من أهم العمليات التي تقوم بها الشركة في مجال الرقابة لقياس مدى إنجاز الأهداف؛ وقد ازدادت أهمية هذه العملية في ظل توسع وتعقد أنشطة الشركات واتساع السوق بالمنافسة التامة، حيث أصبح لزاما على المدير المالي التعرف على المركز المالي للشركة قبل التفكير في وضع خطط مستقبلية. كما يجب على المدير المالي القيام بمجموعة من الدراسات قبل إتخاذ أي قرارات مالية إستراتيجية، وهذه الدراسات التي يقوم بها المدير المالي وهي تقييم الأداء المالي والتي تشمل تحليل مؤشرات التوازن المالي والنسب المالية، وغيرها من الأدوات بما في ذلك تلك المرتبطة بنشاط الشركة في سوق الأوراق المالية.

إشكالية الدراسة

في ظل الاهتمام بالتوجه الجديد للشركات نحو تحمل مسؤوليتها تجاه المجتمع، وفي ظل زيادة إقبال الشركات نحو السعي لتحسين أدائها المالي مع مراعاة الآثار الاجتماعية المترتبة عن أنشطتها واحترام التنافس بين الباحثين في المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للشركة. فهناك من يرى وجود علاقة تبادلية بينهما وهناك من ينفي وجود تلك العلاقة.

وعليه يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي: "هل تؤثر المسؤولية الاجتماعية للشركة في أدائها المالي؟" يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في:

- ما هو واقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات؟
- هل يدرك القائمون على إدارة الشركات أهمية مختلف مجالات المسؤولية؟
- كيف يتم قياس الأداء المالي في الشركات؟
- ما نوع العلاقات الموجودة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي؟
- ما هو واقع العلاقة بين المتغيرين في بعض الشركات المصرفية الهندية وفق الدراسات السابقة؟

أهمية الدراسة

تتجسد أهمية هذه الدراسة في كونها تركز على كشف واقع التوجه نحو أنشطة المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات ومن ثم بيان اثر التوجه نحو هذه الأنشطة على أدائها المالي. أصبحت المسؤولية الاجتماعية في وقتنا الحاضر تستخدم من قبل أبرز الشركات، فهي بمثابة استثمار في رأس المال الاجتماعي، الذي يهدف أصحاب الشركة من ورائه إلى تحسين الأداء المالي وتطوير أداء الشركة بشكل عام.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مفاهيم المسؤولية الاجتماعية وإبراز أهمية الالتزام بتلك المفاهيم بالنسبة للشركات.
- التعرف على الأداء المالي وتحديد المعايير والمؤشرات المالية المستخدمة في عملية التقييم .
- تحديد طبيعة العلاقة بين التوجه نحو أنشطة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات وإبراز الآثار المحتملة.

أسباب إختيار موضوع الدراسة

تعود أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى :

- عدم إدراك بعض المسؤولين لأهمية المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بالأداء المالي، خاصة في الشركات الجزائرية.
- الرغبة في التحكم في المؤشرات والنسب المالية المتعلقة بقياس الأداء المالي من جهة، والتعمق في فهم المسؤولية الاجتماعية من جهة أخرى.
- إن الأداء المالي يرتبط به متغيرات أخرى مثل ربحية الشركة وقدرتها على المنافسة.

حدود الدراسة

تناولنا في الفصل التطبيقي عرض وتحليل تجربة بعض الشركات المصرفية الهندية كما وردت في الدراسة التي نشرت في 2018 والتي ركزت على أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي خلال الفترة 2007-2016 التي كانت فيها البيانات متوفرة.

منهج الدراسة

بناء على طبيعة الإشكالية المطروحة ودراسة الموضوع وتحليله بدقة قمنا بإتباع المنهج الوصفي فيما يخص الإطار النظري بصفته المنهج الأكثر تناسبا مع هذا الموضوع. وقد إستعنا في هذه الدراسة بالكتب والمذكرات التي لها صلة بالموضوع. واعتمدنا في الدراسة الميدانية على تجربة بعض الشركات الهندية كما جاءت في الدراسات المنشورة، بعدما تعذر إجراء الدراسة الميدانية في شركة الخزف الصحي بالميلية نظرا للظروف الصحية التي تمر بها الجزائر.

هيكل الدراسة

للإمام بكل جوانب الموضوع وللإجابة عن الإشكالية المطروحة وكذا الأسئلة الفرعية تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول. يتناول الفصل الأول المسؤولية الاجتماعية في الشركات يحتوي هذا الفصل على ثلاثة عناصر حيث خصص العنصر الأول لماهية المسؤولية الاجتماعية في حين يضم العنصر الثاني أساسيات المسؤولية الاجتماعية، ويتضمن العنصر الثالث تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات. ويتعرض الفصل الثاني للأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم، حيث قسم إلى أربعة عناصر يتناول العنصر الأول ماهية الأداء المالي في

حين يتعرض العنصر الثاني لتقييم الأداء المالي، ويتناول العنصر الثالث مؤشرات تقييم الأداء المالي، أما الفصل الثالث والأخير فقد خصص لعرض وتحليل تجربة شركات مصرفية هندية وفق دراسات سابقة.

تمهيد

نتيجة للتطورات الكبيرة التي شهدتها الحياة الاقتصادية بشكل عام وتطور الشركات وتوسع أنشطتها واحتدام التنافس فيما بينها على نحو خاص، لم يعد اهتمام الشركات منصبا حول تعظيم الربح فقط بل تعدى هذا ليشمل الجوانب الاجتماعية والأخلاقية لتصبح ذات أهمية في الممارسات الإدارية والنشاطات الاقتصادية. فقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية من العناصر الرئيسية في تكوين سمعة الشركات والمشاركة في إستراتيجيات واقعية وفعالة لتقديم الخدمات الاجتماعية . وعليه نتناول في هذا الفصل العناصر التالية:

- 1- ماهية المسؤولية الاجتماعية
- 2- أساسيات المسؤولية الاجتماعية
- 3- تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات

1- ماهية المسؤولية الاجتماعية

انتشر مفهوم المسؤولية الاجتماعية في العالم بأسره، حيث أصبحت الشركات تسعى إلى إدراج هذا المفهوم ضمن سياساتها، لأن المسؤولية الاجتماعية أضحت من المواضيع التي تثير جدالا في الأوساط العلمية، فهي ترتبط بعلاقات ومتغيرات كثيرة داخلية وخارجية. وعلى اعتبار المسؤولية الاجتماعية مجالا يفرض على الشركات التوجه إليه وتبني أهدافه وبالتالي فهي ليست ظاهرة سطحية يمكن تناولها من منطلقات عامة، بل ترتبط ارتباطا وطيدا بالأهداف الإستراتيجية للشركات.

1-1 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

مرت المسؤولية الاجتماعية في الشركة بالعديد من المتغيرات الفكرية والتطبيقية، مما أدى إلى تغيير مفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ ظهورها إلى وقتنا الحاضر. ونظرا لهذا يصعب تقديم مفهوم دقيق لها وتعريف موحد متفق عليه. ولكن لإعطاء صورة دقيقة عن المفهوم يمكن تتبع مراحل تطوره كالاتي:

1-1-1 مراحل تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية

1-1-1-1 المفهوم الكلاسيكي

تعود خلفية هذا المفهوم إلى أفكار العالم الاقتصادي آدم سميث والتي تنصب في الأساس على كون كافة الشركات تسعى لتقديم أفضل الخدمات لعموم المجتمع، وتحقيق أعلى مستوى ممكن من الأرباح، على اعتبار أن تحقيق الشركة الأرباح يعني استجابة الجمهور لما تقدمه، وأنها بذلك مدركة مسؤوليتها تجاه المجتمع. وعليه فإن فلسفة هذا المفهوم في التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية يعبر عن السلوك والقيم الشخصية لمدراء الأعمال فهم يؤمنون بالقيم العقلانية التي تتمثل في تحقيق الأرباح وأنهم مسؤولون أمام الشركة وإدارتها وليس أمام المجتمع بأكمله، انطلاقا من مبدأ "ما هو جيد للشركة فهو جيد للمجتمع". كما ترى فلسفة هذا المفهوم أن التعامل مع المستهلك ينطلق من كونه هو الذي يقرر الشراء وأن الشركة غير مسؤولة عنه، كما يرى المدراء بأن أداء العاملين في الشركة يجب أن ينسجم مع أهدافها ولا وجود للاعتبارات الاجتماعية والشخصية في العمل. (ثامر ياسر البكري 2012)

1-1-1-2 المفهوم الإداري للمسؤولية الاجتماعية

في أواخر عام 1930 أدرك الاقتصاديون أن هناك فجوة كبيرة بين المفهوم الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية والطبيعة الجديدة للمؤسسات من هنا فقد ظهر توجه فكري إداري آخر مغاير للنظرة الكلاسيكية للمسؤولية الاجتماعية التي كانت تركز على تحقيق الأرباح، "أن المؤسسات الكبيرة لا تتعهد بتحقيق مسؤوليتها الاجتماعية فقط بل أنها يجب أن تحاول وبشكل تام عمل ما هو أفضل". (ثامر ياسر البكري 2012) وخلال الفترة 1940-1950 وبعد سلسلة من النقاشات الفكرية بدأ التحول من الهدف الأحادي للشركة والمتمثل في تعظيم الأرباح إلى إضافة هدف آخر يتمثل في تعظيم الرضا لدى المديرين أنفسهم وبحثهم عن القوة والأمان والموقع المتميز، في ظل نمو واتساع

الفصل الأول:.....المسؤولية الاجتماعية للشركات

الشركة، وامتداد ذلك الرضا إلى العناصر المؤثرة والمتفاعلة معها سواء كان داخل الشركة أو خارجها. ومن خلال الموازنة مابين المجهزين، والمقرضين، وحملة الأسهم والحكومة... والتي يكون لها تأثير كبير في مساعدة المديرين على تقديم المزيد من المنافع العامة نحو المجتمع.(ثامر ياسر البكري2012)

1-1-1-3 المفهوم البيئي للمسؤولية الاجتماعية

بعد أن أدرك المسيريون أن المسؤولية الاجتماعية لا تنحصر داخل الشركة فقط بل تتعدى حدودها، ظهر مفهوم جديد يسمى "المفهوم البيئي" أو نموذج البيئة الاجتماعية"، حيث أعتبر المفهوم الأكثر حداثة وارتباطا بالبيئة. وما ميز ذلك مختلف الأبحاث والدراسات التي أجراها العديد من الباحثين وكأفضل مثال دراسة كل من Ralph Nader و Gohan K-Galbaith على مجموع الشركات الصناعية الكبيرة ومدى تأثيرها على المجتمع وقد توصلنا إلى استنتاج مفاده "عندما تكون المصلحة الاجتماعية العامة هي القضية فليس هناك أي حق طبيعي يعلو تلك المصلحة"بمعنى أن المصلحة العامة للمجتمع من أولويات الشركة وتأتي قبل أي اعتبار ذاتي .وبالتالي فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يقوم على مدى تحقيق مصلحة المجتمع مع تحقيق الأرباح على المدى الطويل بمراعاة حاجات الأفراد وتلبيتها، مع المحافظة على البيئة واعتبارها مسؤولية الجميع. (ضيافي نوال2010)

1-1-2 تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات

يوجد العديد من التعاريف للمسؤولية الاجتماعية، وكل تعريف ينظر إليه من زاوية محددة. لكن أغلبية هذه التعاريف تشترك في كون المسؤولية الاجتماعية مفهوم تدرج بموجبه الشركات النشاطات الاجتماعية والبيئية في السياسات والأعمال الخاصة بها قصد تحسين أثرها في المجتمع، وفيما يلي نقدم أهم هذه التعاريف:

- تعريف "بوين"

يعريف bawen "بوين" المسؤولية الاجتماعية في كتابه " المسؤولية الاجتماعية لرجل الأعمال بأنها "التزام رجال الأعمال بمتابعة مختلف السياسات لاتخاذ قرارات أو إتباع خطط عمل مرغوب فيها من حيث أهداف وقيم مجتمعنا . (Richarde-Smilr2011)

- تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة

يعرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل.(علي فلاح وعبد الوهاب بن بركة 2013)

- تعريف بلازويك Blazwek

يعرف Blazwek المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها " الأفعال التطوعية التي تقوم أي شركة سواء كانت عامة أو خاصة، صغيرة أو كبيرة، وذلك استجابة لاحتياجات جماهيرها الداخلية والخارجية وفقا لإمكاناتها

الفصل الأول:.....المسؤولية الاجتماعية للشركات

الخاصة، وهي وعي الإدارة بأنها مسؤولة بأمانة عن أفعالها والتأثيرات الناتجة عنها على رفاهية المجتمع ككل
" (عبد الرزاق سالم الرحاحلة 2011)

- تعريف بلوم ستروم Bloom strom

يشير " بلوم ستروم " إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات بقوله " هي الأفعال التي تلتزم بها الشركات لحماية
ازدهار ورفاهية المجتمع ككل مع الاهتمام بالمصالح الذاتية للمنظمة". (عبد الرزاق سالم الرحاحلة 2011)

- تعريف البنك الدولي

عرف " البنك الدولي " المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها " التزام أصحاب النشاطات التجارية بالإسهام في
التنمية المستدامة، من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة الناس، بأسلوب يخدم
الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد ". (منال محمد عباس 2014)

- تعريف منظمة الإيزو

تعرف منظمة المقاييس العالمية ISO المسؤولية الاجتماعية بأنها " مسؤولية المؤسسة عن الآثار المترتبة عن
قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه
المجتمع، فضلا عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين ". (شدى عادل أحمد غين 2017)

من خلال هذه التعاريف يتبين لنا أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتضمن ثلاث مفاهيم أساسية تتمثل في:

- المسؤولية تجاه تحقيق الأرباح

تشير إلى أن مسؤولية الشركة كانت متمثلة فقط في تحقيق الأرباح للمالكين ولحملة الأسهم، وهذه المسؤولية
القاصرة تؤيد ما جاء به الاقتصادي فريد مان .

- المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح

نتيجة الانتقادات الموجهة لأهداف الربحية كمسؤولية وحيدة تركز عليها الشركة، ظهر ما يسمى بالمسؤولية تجاه
أصحاب المصالح والتي تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين، عاملين،
مجهزين.... وغيرهم.

- المسؤولية تجاه المجتمع

يشير هذا المفهوم إلى ضرورة التزام الشركة بالمسؤولية تجاه البيئة والمجتمع بشكل عام، وذلك من خلال الاهتمام
بما تطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل جماعة السلام الأخضر والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية تجاه
البيئة. وبهذا أصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات تعرف بأنها الالتزام الأخلاقي والتصرف المسؤول تجاه
مجموعة من الأطراف وهم أصحاب المصلحة، ومن أهم الأطراف المستفيدة نجد كلا من المجتمع والبيئة وقد
جاء مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتعزيز مكانة ودور الشركات في المجتمع وليس فقط ككيان اقتصادي إنما أيضا

الفصل الأول:..... المسؤولية الاجتماعية للشركات

ككيان اجتماعي يسهم في حل مشكلات المجتمع والحفاظ على البيئة التي يعمل في إطارها. (عبد السلام مخلوف وسفيان بن عبد العزيز 2012)

1-2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تقوم المسؤولية الاجتماعية على تسعة مبادئ وهي (نهى نظى وعبد الله جعيري 2016):

- المبدأ الأول: الحماية وإعادة الإصحاح البيئي

يعني أن تقوم الشركة على حماية البيئة وإعادة إصلاحها، والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والخدمات والأنشطة الأخرى، ودمج ذلك في العمليات اليومية.

- المبدأ الثاني: القيم والأخلاقيات

يعني أن تعمل الشركة على تطوير وتنفيذ المواقف والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب المصلحة.

- المبدأ الثالث: المساءلة والمحاسبة

يتطلب هذا المبدأ إبداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات.

- المبدأ الرابع: تقوية السلطات وتعزيزها

يتمثل هذا المبدأ في الموازنة بين الأهداف الإستراتيجية والإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والموردين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن.

- المبدأ الخامس: الأداء المالي والنتائج

أي أن تعمل الشركة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي، بينما تحافظ في الوقت نفسه على الممتلكات والأصول، واستدامة هذه العائدات، وتكون سياسات الشركة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل.

- المبدأ السادس: مواصفات موقع العمل

ترتبط أنشطة الشركة بإدارة الموارد البشرية وترقية القوى العاملة وتطويرها على المستويات الشخصية والمهنية بما أن العاملين يمثلون شركاء قيمين في العمل، يستوجب الأمر احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع، وتوفير بيئة عمل آمنة وصادقة وخالية من المضايقات.

- المبدأ السابع: العلاقات التعاونية

أن تتسم الشركة بالعدالة والأمانة مع شركاء العمل، وتعمل على ترقية ومتابعة المسؤولية الاجتماعية لهؤلاء الشركاء.

- المبدأ الثامن: المنتجات ذات الجودة

أن تستجيب الشركة لاحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين، وتعمل على تقديم أعلى مستوى للمنتجات، وقيمة للخدمات، بما في ذلك الالتزام الشديد بالكمال وإرضاء الزبائن وسلامتهم.

- المبدأ التاسع: الارتباط المجتمعي

بمعنى أن تعمل الشركة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تعمل فيه، وأن تراعي ثقافة هذا المجتمع واحتياجاته، وتلعب الشركة دورا إيجابيا في جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال.

1-3 أهمية وأهداف المسؤولية الاجتماعية

1-3-1 أهمية المسؤولية الاجتماعية

يمكن تحديد أهمية المسؤولية الاجتماعية على ثلاث مستويات (منير بن دريد وآخرون 2019):

- على مستوى الشركة
- تكمن أهمية المسؤولية الاجتماعية على مستوى الشركة في:
- تحسين صورة الشركة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للشركة اتجاها أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود الشركة.
- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعت روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعليا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع.
- كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور نتيجة تبني هذه المسؤولية .
- على مستوى المجتمع
- تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية على مستوى المجتمع في:
- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وجود المسؤولية الاجتماعية للشركة.
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين الشركات ومختلف الفئات ذات المصالح.
- الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد، وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والتطور بالعدالة الاجتماعية.
- على مستوى الدولة
- تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية على مستوى الدولة في:

الفصل الأول:..... المسؤولية الاجتماعية للشركات

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي الشركات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة نفسها غير قادرة على تحمل أعبائها، بعيدا عن تحمل الشركات الخاصة دورها في هذا الإطار.

1-3-2 أهداف المسؤولية الاجتماعية

تسعى المسؤولية الاجتماعية إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها (جميل حسن النجار 2016):

- استجابة الشركة إلى التغيير في توقعات الأطراف الخارجية الراصدة لرسالة الشركة .
- تحقيق التوازن في التزامات الشركة بين حملة الأسهم والمجتمع.
- رد فعل الأعمال التجارية تجاه المجتمع كمدخل أخلاقي .
- تعظيم الآثار الإيجابية وتقليل الآثار السلبية لأنشطة الشركة تجاه المجتمع.
- تخفيض حدة التضارب بين أصحاب المصالح المتعارضة من حملة الأسهم والعاملين والمديرين والعملاء وأطراف المجتمع المختلفة.
- المشاركة الإيجابية من قبل المحاسبين في قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسات، لإمكانية تحقيق التوازن بين العلاقة الاقتصادية والعلاقات الاجتماعية.
- تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للشركة، بحيث لا تشمل فقط عناصر التكاليف والمنافع الخاصة والداخلية للشركة، وإنما أيضا عناصر التكاليف والمنافع الخارجية الاجتماعية، والتي لها تأثير على فئات المجتمع.
- الإفصاح عن العلاقة التي تقيمها الشركات ليس فقط مع عملائها وموظفيها بل أيضا مع المجموعات المجتمعية الأخرى باعتبارها أطراف معنية بالشركات .
- مراقبة أعمال الشركات من قبل المشاركين في الإدارة، والمساهمين والعاملين، والعملاء والموردين والمجتمع المدني كممثلين عن الأطراف المجتمعية.
- اكتساب ثقة الجمهور وإرضاء المستهلكين وحمايتهم والتفاعل مع الرأي العام وتحسين صورة الشركة، وتنمية قدرتها التنافسية في الأسواق.
- التوازن النسبي بين رفاهية المجتمع ورفاهية الشركة، في إطار تأدية الأعمال التجارية.
- الإفصاح عن الدور المؤسسي في عمليات النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي، وحماية البيئة.
- دعم البعد الاجتماعي بمعرفة الشركة أكثر من مجرد الالتزام التشريعي .
- القدرة على قياس أنشطة العقد الاجتماعي للشركة بشكل فعال يرقى إلى وضعها بالمواطنة الصالحة مجتمعا.

- الإسهام في تحقيق التنمية المستدامة، انطلاقاً من الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية.
- إدماج ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن البرامج التعليمية والخطط الدراسية للجامعات.

2- أساسيات المسؤولية الاجتماعية

مما لا شك فيه أن للمسؤولية الاجتماعية أساسيات متعلقة بها من أبعاد ومجالات وعناصر ونظريات، وهذا ما سنحاول التطرق إليه بشيء من التفصيل .

2-1 أبعاد ومجالات المسؤولية الاجتماعية

2-1-1 أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتضمن المسؤولية الاجتماعية أبعاداً متعددة نذكر أهمها فيما يلي (ثامر البكري 2014):

أ- البعد الاقتصادي

ينصب في جوهره على تحقيق الأرباح وزيادة العائد على الاستثمار للمساهمين في الشركة راعية لأموالهم ومسؤولة عن ترميمها بعمل مريح، ومسؤوليتها في توفير أجواء عمل مناسبة تجعل العاملين أقدر على إنجاز عملهم بشكل صحيح وبكفاءة .

ب- البعد الأخلاقي

يمثل السلوك المقبول الذي يتبع قراره من قبل المساهمين، المستثمرين، وعامة المجتمع، والشركات الصناعية ذاتها العاملة في نفس المجال، ومعظم القواعد التي تحكم هذا السلوك هي بمثابة أعراف وتقاليد وقيم.

ج- البعد الاجتماعي

هو احترام الأنظمة والقوانين والثقافات المختلفة وتعزيز القيم الأخلاقية، والتكافل الاجتماعي ومواجهة الكوارث والأزمات ودعم الأنشطة الرياضية والصحية.

د- البعد القانوني

يعني البعد القانوني الالتزام بالقوانين المحلية والوطنية أثناء ممارسة النشاط الاقتصادي، ومراعاة القوانين العالمية، والالتزام الشفافية في نشر الأنظمة والقوانين الدولية، بحيث يتسنى لجميع الموظفين والجهات القانونية الأخرى الاطلاع عليها.

هـ- البعد البيئي

يتمثل البعد البيئي في الالتزام بالممارسات البيئية الصحيحة في العملية الإنتاجية وتطوير بيئة العمل، والالتزام بحماية البيئة على المستوى المحلي والعالمى، كحيازة شهادة الايزو 14000.

الفصل الأول:.....المسؤولية الاجتماعية للشركات

و - البعد الثقافي

يتمثل هذا البعد في دعم التطور الثقافي ونشر ثقافة الالتزام بالأنظمة والقوانين في المجتمع، وتعزيز الثقافة الوطنية والتاريخية، وكذا التواصل الثقافي العالمي. (وسيلة بلهادي 2019)

من جهة أخرى يرى Pride " برايد" بأن المسؤولية الاجتماعية بها أربعة أبعاد هي المسؤولية الإنسانية والمسؤولية القانونية، والمسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية الاجتماعية، نوضح هذه الأبعاد الأربعة فيما يلي (احمد محمد فهمي البرزنجي، نزار عبد المجيد البراوي 2008):

أ - المسؤولية الإنسانية

أي أن تعمل الشركة في الإسهام بتوزيع موارد المجتمع، وتحسين نوعية الحياة.

ب - المسؤولية القانونية

تلتزم الشركة بموجبها بإطاعة القوانين وعدم الإخلال بها من خلال قبول الأعمال غير المشروعة وعلى أساس ذلك تكسب ثقة المستهلكين .

ج - المسؤولية الاقتصادية

تتمثل المسؤولية الاقتصادية في سعي الشركة لتكون أعمالها مجدية اقتصاديا ونافعة، وتزيد من قيمة الشركة ماديا ومعنويا.

د - المسؤولية الأخلاقية

تكمن في اعتماد أنشطة الشركة على مراعاة القيم الأخلاقية والالتزام بالقيم الصحيحة وابتعادها عن إلحاق الضرر بالآخرين.

2-1-2 مجالات المسؤولية الاجتماعية

توجد عدة مجالات يمكن تطبيق المسؤولية الاجتماعية فيها من أهم هذه المجالات كما هو موضح

في الشكل رقم (01) نجد مايلي (Carroll 1991):

أ - السوق

تشمل هذه الفئة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات ذات الصلة بالمنتجات والخبرات والعملاء والعلاقات العامة، مع المشاركين الآخرين في السوق الخارجي (مثل العملاء، الموردين ...) كالكشف عن التحسينات المطلوبة المتعلقة بتطوير المنتجات الجديدة والمبتكرة، لتضل قادرة على المنافسة في السوق، كما تشمل الإفصاح عن جودة المنتج والسلامة، وكل ما يتعلق بالعملاء مثل رضا العملاء أو التغيرات في تقديم خدمة للعملاء أو المشاركين في الأسواق أو العلاقات مع الموردين أو الحكومة.

الفصل الأول:..... المسؤولية الاجتماعية للشركات

ب - مكان العمل

يشمل مكان العمل معلومات عن الموظفين مثل عددهم، الجنس، العمر، متوسط الراتب، مستوى التعليم، سياسة الموارد البشرية في الشركة، وتطوير الموظفين والتدريب والتخطيط الوظيفي وتقييم الموظفين، والكشف عن مستوى الصحة والسلامة والرفاهية مثل: المزايا الصحية، والأنشطة الترفيهية المتاحة ومرافق الراحة وغيرها .

ج - البيئة

تشمل أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات المتعلقة بالبيئة المبادرات الخضراء وإعادة التدوير، ومكافحة التلوث وحماية البيئة، والحفاظ على الموارد الطبيعية، ودراسة الأثر البيئي، والاستثمارات في عملية الكفاءة وغيرها.

د - المجتمع

يشمل علاقة الشركة مع المجتمع، مثل المعلومات ذات الصلة بالأعمال الخيرية والتبرعات والمنح الدراسية للطلاب والعلوم، وتمويل المشاريع البحثية والاستثمارات في البيئة التحتية للمجتمع. (ياسر سعيد أبو عريبيد 2017)

وقد مثلت هذه المسؤوليات في شكل هرم عرف بهرم "كارول" والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (01): هرم carroll لأبعاد المسؤولية الاجتماعية



Source :Archic B.Carroll,The Pyramid of Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholder Business ,vd 34;July,August,1991,p42

2-2 عناصر المسؤولية الاجتماعية

يبين الجدول رقم(01) عناصر المسؤولية الاجتماعية التي يمكن اعتمادها كمؤشرات لمحتوى المسؤولية الاجتماعية. كما يوضح هذا الجدول التوقعات الخاصة بكل عنصر من عناصر المسؤولية الاجتماعية وتشمل عناصر المسؤولية الاجتماعية كل من المالكين، والعاملين، والزبائن، والمنافسين، والمجهزين والمجتمع والبيئة والحكومة وجماعات الضغط

جدول رقم(01):عناصر المسؤولية الاجتماعية

| العناصر | التوقعات |
|-----------|--|
| المالكون | - تحقيق أكبر ربح ممكن - تعظيم قيمة السهم والشركة ككل - رسم صورة محترمة للشركة في بيئتها |
| العاملون | - رواتب وأجور مجزية - تدريب وتطوير مستمر - إجازات مدفوعة - فرص تقدم وترقية - عدالة وظيفية - رعاية صحية - إسكان للعاملين ونقلهم |
| الزبائن | - احترام القوانين (الاجتماعية والبيئية) - جودة عالية - الأسعار مناسبة - الابتكار نوعية المنتج خدمات ما بعد البيع |
| المنافسون | - المنافسة العادلة والنزيهة - المعلومات الصادقة والأمينة |
| المجهزون | - الاستمرارية في التجهيز - أسعار عادلة ومقبولة - المشاركة في التعامل |
| المجتمع | - خلق فرص عمل |

| | |
|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - دعم الأنشطة الاجتماعية - احترام العادات والتقاليد - الصدق في التعامل | |
| <ul style="list-style-type: none"> - المحافظة على البيئة - الاستخدام الأمثل للموارد - تطوير الموارد وصيانتها | البيئة |
| <ul style="list-style-type: none"> - الإلتزام بالتشريعات والقوانين - احترام تكافؤ الفرص بالتوظيف - المساهمة في الصرف على البحث والتطوير - المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية | الحكومة |
| <ul style="list-style-type: none"> - التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك - احترام دور النقابات العمالية - التعامل الصادق مع الصحافة - احترام أنشطة جماعات حماية البيئة | جماعات الضغط الجماعي |

المصدر: بلال خلف السكارنة، أخلاقيات الأعمال، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2009، صص 166-168.

2-3 نظريات المسؤولية الاجتماعية

اختلفت وتعددت النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية من مدرسة لأخرى ومن اقتصادي لأخرى وستعرض في هذا الجزء إلى أهم هذه النظريات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية. (ضيافي نوال 2010)

2-3-1 النظرية النيوكلاسيكية

هي نظرية رافضة لفكرة المسؤولية الاجتماعية أساسا " لاشيء سوى لأعلى الأرباح للمالكين" رائد هذه النظرية الاقتصادي الأمريكي Milton Friedman "الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد، والذي يشير إلى أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية يكون من خلال القرارات الموجهة لتحسين المردودية، والربحية لفائدة المساهمين، أن مبدأ تعظيم قيمة المساهم هو الهدف الاجتماعي المناسب للشركات لأنه يعادل تعظيم الثروة الاجتماعية للشركة.

2-3-2 نظرية الوكالة

ظهرت نظرية الوكالة بفضل مساهمة الباحثان " Michal Jensen وWilliam Meckling "الذان يعتبران الشركة سوق حرة وعقد العمل ما هو إلا عقد تجاري، والوكالة معناها أن شخص يسند مصالحه لشخص آخر كما هو الحال بالنسبة لشركة عند قيام المساهمين بإسناد مهام التسيير إلى المدراء.

الفصل الأول:.....المسؤولية الاجتماعية للشركات

تفسر هذه النظرية العلاقة بين المسيرين والمساهمين في إطار حول الشركات، كما يمكن أن تشمل هذه النظرية مجموعة أصحاب المصالح المتعاملين مع الشركة حيث تستند مسؤوليتها على المسيرين باعتبارهم وكلاء تربطهم علاقات تعاقدية مع فئات عديدة من الجهات الفاعلة : المساهمين، الزبائن، الموردين، ...المجتمعات المحلية والمنظمات غير الحكومية...وحسب هذه النظرية، فإن أصحاب المصالح لهم قدرة التأثير على القرارات الإستراتيجية للمسيرين. (ضيافي نوال2010)

2-3-3 نظرية أصحاب المصالح

أشاع فريدمان لأول مرة تعبير أصحاب المصلحة، حيث يشير التعبير إلى العديد من المجموعات التي تستطيع أن تؤثر وتتأثر بالشركة من قبل نشاط أو قرارات الشركة كالمستثمرين والزبائن.

تسند العديد من البحوث الحديثة للمسؤولية الاجتماعية للشركات إلى نظرية أصحاب المصالح التي تنص على أن الهدف الأساسي للشركة يتمثل في تعظيم وتوليد القيمة لجميع المصالح، حيث تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات أداة أساسية لتحقيق هذا الهدف. (ناهد أحمد محمد 2015)

2-4-4 المسؤولية الاجتماعية بين التأييد والمعارضة

اشد الجدل بين مؤيدي ومعارضى المسؤولية الاجتماعية، ولكل طرف منهم وجهة نظره المقنعة ضد أو مع المسؤولية الاجتماعية .

2-4-1 وجهات النظر المؤيدة للمسؤولية الاجتماعية

يفترض الاتجاه الحديث بأن المجتمعات الحديثة بحاجة إلى الالتزام بالمسؤولية. فالدولة لم تعد قادرة لوحدها على التوجه والإمام بالحاجات والمتطلبات والقضايا الاجتماعية خصوصا في المجتمعات المعاصرة التي تتسم بالترابط والتعقيد في ظل اتساع وامتداد الشركات الوطنية والعابرة للقارات وقوتها وتأثيرها الإيجابي والسلبي على الشركة ما ينبغي عليها تحمل مسؤولياتها تجاه المجتمع والبيئة بل نجد اليوم ظهور تحالفات بين أكثر من شركة وبين أكثر من قطاع الشركة. (قرفي شافية 2016)

يدعم المؤيدون تحمل الشركة لمسؤوليتها الاجتماعية بعدة حجج كالآتي (محمد العرفي 2007):

- تعد مجالا مناسباً في العلاقة بين الشركة والمجتمع وبما يمكنها البقاء في السوق.
- تحقيق حالة الإشباع للحاجات وهذا يعني مساهمتها في تحقيق الربحية الاجتماعية لعموم المجتمع، ودون أن تنحصر بمن يمتلك القسم الأعظم من القوة الشرائية.
- تعمل على تحسين وتطوير صورة المنظمة أمام المجتمع.
- تمثل الحالة الأفضل للمستثمرين، وذلك عن طريق رفع قيمة الاسم على الأمد الطويل، لما تحظى به منظمة الأعمال من ثقة لدى المجتمع.

الفصل الأول:.....المسؤولية الاجتماعية للشركات

- لا يمكن للقانون والتشريعات أن تستوعب كل التفاصيل المرتبطة بالمجتمع لذلك يعتبر وجود المسؤولية في الأعمال قانونا اجتماعيا.
- إن لم تقم منظمات الأعمال بمهامها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، ومساعدة المجتمع في معالجة وحل المشكلات التي يعاني منها يمكن أن تفقد الكثير من قوتها التأثيرية في المجتمع.
- الوقاية من المشكلة أفضل من علاجها، لذلك فالمناسب ترك منظمات الأعمال لتعمل في المجتمع وتجنب المشكلات قبل أن تتفاقم ويصعب علاجها.

2-4-2 وجهات النظر المعارضة للمسؤولية الاجتماعية

يرى المعارضون للمسؤولية الاجتماعية أن الدور الاجتماعي لرجال الأعمال قد يشنت تركيزهم على الجوانب الاقتصادية، فهم يؤكدون وجهة نظرهم التي تقوم على النظرية الاقتصادية، والتي بمقتضاها يكون كل مدير في الشركة مسؤول أمام صاحب العمل عن تحقيق كل ما هو نافع لها وهو ما كانت تشير إليه آراء العالم الاقتصادي الأمريكي " ميلتون فريدمان" حيث كان يرى أن رجل الأعمال لا مسؤولية له إلا تقطيع الأرباح. (ابنسام بوحلوف وصباح موهب 2014)

تقوم هذه النظرية على أفكار آدم سميث، حيث ترى أن الأعمال هي عبارة عن تمارين اجتماعية سليمة عندما تقوم بتطوير كفاءتها وفعاليتها وتقليل التكاليف من أجل تعظيم الأرباح . فاليد الخفية للمنافسة تجبرهم على العمل ضمن مصلحة المجتمع في الأمد الطويل وذلك من خلال تخفيض التكاليف وبالتالي الأسعار ومن ثم فإن منشآت الأعمال تكون مسؤولة اجتماعيا إذا اهتمت بمصلحتها ورتبت الأنشطة الأخرى للشركات. كما أن الشركة تمتلك موارد اقتصادية يجب أن تستخدمها بطريقة حكيمة متجددة ذاتيا وبالتالي هي غير قادرة على تخصيص موارد لممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية. (محمد الصرفي 2007)

- من جهة أخرى ترى هذه النظرية أن المسؤولية الاجتماعية للعمل غير شرعية إذ أن مسؤولية العمل هي تحقيق الربحية لمالكي المشروع ولا يحق للإدارة أن تخلق النفود بالطريقة التي ترغب فيها لأن ذلك يعتبر من حقوق المالكين. كما تفرض أن هدف المسؤولية الاجتماعية هدف غير دقيق وغير محدد ويؤثر على كفاءة العمل في إنتاج السلع والخدمات (مصطفى يوسف كافي 2016) وحسب هذه النظرية تعد المسؤولية الاجتماعية معقدة وصعبة لأن القرارات المتعلقة بها تكون معقدة ومتضمنة العديد من المتغيرات والتي يصعب استيعابها في الكثير من الأحيان وخصوصا في المنظمات الصغيرة الحجم. كما أن السلوك الأخلاقي ينطبق على الأفراد لا على الشركات أي المسؤولية الاجتماعية قضية أخلاقية وهي مسألة ضمير وهذا لا ينطبق على الشركة لكونها شخصية اعتبارية.

زيادة على ذلك ترى هذه النظرية أن المسؤولية الاجتماعية تؤدي إلى إضعاف ميزان المدفوعات الدولي أي أنه إذا انفردت الشركة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية ودون المنافسين الآخرين فإن ذلك يؤدي إلى تحملها خسارة إضافية من شأنها أن تنعكس على زيادة أسعار السلع. وهذا ما يؤدي إلى تمييع الهدف الرئيسي لأعمال الشركات.

الفصل الأول: المسؤولية الاجتماعية للشركات

قيام شركات الأعمال بتحقيق أهداف اجتماعية يؤثر على إنتاجيتها الاقتصادية ويجزئ اهتمام قادتها مما يضعف من الأداء السوقي للشركات. (محمد الصرفي 2007)

3- تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات

يعتبر تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية والالتزام بتطبيقها مدخلا حديثا يساعد في تحقيق أهدافها الخاصة من جهة والعامه من جهة أخرى. وهو نشاط مخطط له مسبقا ويتم تنفيذه وفق برنامج واعتماد نماذج معينة على مستوى الشركات.

3-1 خطوات بناء برنامج المسؤولية الاجتماعية ونماذج تطبيقها

يكون تبني الشركة للمسؤولية الاجتماعية وفق برنامج محدد مسبقا. ويبني هذا البرنامج والنماذج اللازمة لتطبيقه وفق خطوات.

3-1-1 خطوات بناء برنامج المسؤولية الاجتماعية

يمكن إتباع الخطوات التالية في بناء برنامج المسؤولية الاجتماعية (أحمد محمد فهمي البرزنجي 2008):

- مراجعة رؤية ورسالة الشركة ومدى حاجاتها إلى التغيير أو التقييم، وتعميم هذه الرؤيا والرسالة داخليا على العاملين بمختلف مستوياتهم وخارجيا على المستفيدين وحملة الأسهم، وأصحاب المصالح .
- ابتكار ثقافة شركة تعتمد على المشورة وتبني الآراء الخلاقة، من خلال تشجيع العاملين وتحفيزهم لتقديم الأفكار ذات الصلة بقضايا البيئة والمحافظة على سلامة المستفيدين عند تقديم بعض الخدمات وتعميق مساهمتها اجتماعيا.
- مراجعة البرامج السائدة وتشجيع التدريب والتعليم والتمكين، من خلال زيادة الصلاحيات الممنوحة لبعض ذوي الكفاءة العالية من الموظفين.
- مراجعة سياسات الاختيار والتعيين بناءا على متطلبات سوق العمل، والاعتبارات الاجتماعية للمعنيين بتلك السياسات.
- مراجعة سياسات الشركة في مجالات حقوق العاملين ومسؤولية الإدارة وأصحاب المصالح، وإجراء التغييرات اللازمة لإزالة ما يعيق تطبيق المسؤولية الاجتماعية فيها.
- إجراء مراجعة بيئية لآثار مخرجات الشركة مع تبني السياسات اللازمة للتعامل العرضية وترشيد الاستهلاك.
- تشجيع المستثمرين في الشركة على تحمل مسؤولياتهم اجتماعيا وعدم ترك الشركة لوحدها مسؤولة عن ذلك.

3-1-2 نماذج تطبيق المسؤولية الاجتماعية

تعتمد الشركة في تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية على نماذج مختلفة.

3-1-2-1 نماذج تطبيقية للانتقال من التبرع إلى العطاء الذكي

تود العديد من الشركات أن تستمر في منح التبرعات لقضايا ذات قيمة وتستحق العطاء في نظرها. لذا فإن اعتماد منهجية أكثر نظامية لتحديد أولويات القضايا الاجتماعية مع التركيز على النتائج الآجلة قد يكون أكثر فعالية في حل التحديات التنموية وإحداث التأثيرات الإيجابية.

3-2-1-3 نماذج تحفيز القدرات والابتكار لدى الجانب المتلقي

توفير الفرص للجميع وبالأخص الشركات من خلال المسؤولية الاجتماعية، لتحسين الإنتاجية لدى الجانب المتلقي من جمعيات وشركات . ويمتد هذا النظام العملي للجوانب التي يعتمد عليها الاستثمار وتطوير القدرات داخل القطاع ، من خلال ما تحده من متطلبات لمساهمتها الاجتماعية.(صالح السحبياني2009) ويمكن تقديم أمثلة لتوضيح ذلك:

- التمويل بناء على النتائج. فعوض التبرع العشوائي وغير المدروس تقوم مبادرة من الشركة أو القطاع مرتكزة على المجالات ذات الأولوية بدعم عروض تطبيقية توضح النتائج.
- التبرع الموجه. وهذا الأمر يولد ضغطا من الجهات المتلقية لذلك التبرع لتكون أكثر تنظيما وابتكارا باعتماد حلول منهجية وتحديد أدوات القياس .
- الاهتمام بالمسائل الاجتماعية التي تؤثر على التنافسية. ترك المسؤولية الاجتماعية على المسائل الاجتماعية في المحيط الخارجي للشركة التي تؤثر على التنافسية في الأسواق التي تعمل فيها الشركة.

3-2-1-3 النماذج التعاونية

تكون النماذج التعاونية فعالة لمعالجة المسائل الاجتماعية، شرط أن تندرج ضمن خطط طويلة الأمد وواضحة المعالم والأهداف لتحديد مدى فعالية تلك المشاريع في المجتمع ولذلك فإن بعض المسائل تكون من الأفضل طرحها من خلال شركات القطاع الواحد. ويستحسن ترك بعضها للجهات الحكومية والشركات العمومية. بهذا الصدد يقترح البعض أن تكون هناك قنوات اتصال لتبادل المعلومات والخبرات بشأن مشاريعها الاجتماعية، لتفادي ازدواجية الجهود والوصول إلى عمل تكاملي.(عدنان مريزق، زوبينة محمد الصالح، 2012)

3-2-2 معايير قياس المسؤولية الاجتماعية

يمكن قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال عدد من المعايير والمؤشرات والتي تمكننا من الحكم على مدى التزام الشركات بها .ويوضح الجدول رقم(02) أهم المعايير وطريقة تطبيقها.

الفصل الأول: المسؤولية الاجتماعية للشركات

جدول رقم (02): مؤشر المساهمة الاجتماعية للشركة اتجاه العاملين

| العلاقة | المعيار |
|--|---|
| متوسط الدخل النقدي للعامل = المرتبات والأجور + المكافآت والحوافز النقدية عدد العاملين | أ- معيار قياس الدخل النقدي للعاملين بالشركة ويتضمن الأجور والمكافآت والحوافز النقدية التي يحصل عليها العاملين بالشركة خلال فترة معينة |
| ما يخص العامل = عدد العاملين المستفيدين من مساهمة في حل المشكلات الاجتماعية عدد العاملين | ب- معيار قياس مساهمة الشركة في حل بعض المشكلات الاجتماعية للعاملين لديها. تتمثل تلك المساهمة في تحميل الشركة أعباء لتوفير السلف، التأمينات الاجتماعية، الرعاية الصحية. |
| معدل نصيب العامل = تكلفة مساهمة الشركة في تكاليف التدريب والتطوير إجمالي قيمة المرتبات والأجور المدفوعة للعاملين | ج- قياس مساهمة الشركة في رفع مستوى مهارة وكفاءة العاملين فيها يوضح هذا المعيار ما تقوم به المؤسسة من إنفاق على تعليم وتدريب وتثقيف العاملين بها من أجل تطوير مستواهم العلمي والتقني. |
| مؤشر القياس = عدد الحوادث التي تقع في السنة عدد ساعات العمل الفعلية السنوية | د- معيار مساهمة الشركة في توفير الأمن الصناعي للعاملين بها |
| مؤشر القياس = عدد العاملين تاركي الخدمة سنويا إجمالي عدد العمال | هـ - معيار قياس حالة استقرار حالة العمل بالشركة |
| متوسط حصة العامل في الأرباح = قيمة الأرباح السنوية الموزعة على العاملين إجمالي عدد العاملين | و - معيار حصة العامل في توزيعات الأرباح |

3-2-1 معايير قياس حجم الإسهام الاجتماعي للشركة تجاه العاملين

يوجد عدة مؤشرات يمكن من خلالها تقييم هذا المعيار، ويتم عرض بعضها كما هو موضح في الجدول رقم (02)

3-2-2 معايير قياس تكلفة الأنشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء

يمكن توضيح مجموعة المعايير الخاصة بقياس تكلفة الشركة من خلال الجدول رقم (03)

الفصل الأول: المسؤولية الاجتماعية للشركات

جدول رقم (03): المؤشرات التي تقيس علاقة الشركة بالعملاء

| العلاقة | المعيار |
|--|---|
| متوسط ما ينفق على تحسين الخدمة أو المنتج = <u>نفقات أبحاث وتطوير وتحسين جودة المنتج أو الخدمة</u> إجمالي تكاليف الإنتاج أو الخدمات المؤداة | أ- معيار قياس نفقات الشركة على أبحاث وتطوير منتجاتها وخدماتها للعملاء |
| نسبة عدد المشكلات التي استجابة لها المؤسسة = <u>عدد المشكلات التي عالجتها الشركة واستجابة لها</u> إجمالي عدد المشكلات المقدمة من العملاء والمستهلكين | ب- معيار قياس دور الشركة في الرد على استفسارات ومشكلات العملاء |

3-2-3 معيار قياس تكلفة حجم النشاط الاجتماعي للشركة تجاه المجتمع وحماية البيئة

يحتوي هذا المعيار على مجموعة من المؤشرات يمكن تلخيصها في الجدول رقم (04).

جدول رقم (04): المؤشرات التي تقيس علاقة الشركة بالمجتمع والبيئة

| العلاقة | المعيار |
|--|---|
| معدل تكلفة الإنفاق = <u>تكلفة مساهمة الشركة في الأنشطة الاجتماعية للمجتمع</u> إجمالي التكاليف الاجتماعية للأنشطة الاجتماعية التي شاركت فيها الشركة | معيار قياس مساهمة الشركة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية والثقافية والرياضية والمشاركة في المجالات التعليمية والصحية وفي كل ما يحتاجه أفراد المجتمع المحلي بشكل عام. |
| معدل الشركة في التشغيل = <u>عدد العاملين المعيّنين بالشركة سنويا</u> إجمالي عدد القوى العاملة في الدولة | معيار قياس مساهمة الشركة في توفير فرص عمل جديدة. |
| معدل إنفاق الشركة = <u>تكلفة مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة</u> إجمالي ميزانية الأبحاث والتطوير في الشركات في المنطقة | معيار قياس مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة يشمل هذا المعيار تكلفة ما تقدمه الشركة في إعداد الدراسات والأبحاث العلمية وإقامة الحدائق وتشجير المنطقة وشراء المعدات اللازمة وذلك من أجل منع التلوث ومنع الأضرار في هدف الحفاظ على البيئة المحيطة. |
| معدل مساهمة الشركة = <u>تكلفة مساهمة الشركة في تكاليف تحسين البنية التحتية</u> إجمالي تكاليف مساهمة الشركات العاملة في المنطقة | معيار قياس مساهمة الشركة في تطوير وتحسين البنية التحتية في المنطقة المحيطة. |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على : جهيدة بو البصل ومديحة لوقادي، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية مذكرة ماستر جامعة جيجل، 2015، ص 53-54.

3-3 فوائد تبني المسؤولية الاجتماعية

أثبتت الدراسات أهمية أن تكون الشركات مسؤولة اجتماعيا ،حيث يؤثر ذلك على نجاح الشركات بشكل كبير .
ومن أهم الفوائد المترتبة عن تبني الشركة للمسؤولية الاجتماعية نذكر مايلي(جديدي روضة وجديدي سميحة 2017):

- أن الشركات التي تعتمد مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل ربحيتها عن 18% مقارنة تلك التي ليس لها برامج مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية.
- تشير استطلاعات الرأي أن 73% من قادة الأعمال في أوربا يؤمنون أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يمكن أن يساهم وبشكل فعال في زيادة الإنتاجية والربحية.
- وعي الموظفين بمفهوم المسؤولية الاجتماعية ولشراكتهم في بعض برامجها ساهم في تخفيف الأعباء عن الشركات وكذا زيادة الإنتاجية وتخفيض التكاليف التي يتسبب بها الغياب والفواتير الصحية بنسبة 30%.
- توجد علاقة إيجابية وقوية بين الأداء الاجتماعي والأداء البيئي ،والأداء المالي للشركة.وذلك بدرجة كبيرة في تحسين سمعتها. أشارت بعض الدراسات إلى أن التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية يساعد في جذب العاملين لاستمرارهم بالعمل.

تجدر الإشارة إلى أن دراسة أجرتها"Corporate giving guidelines 2011 " أظهرت أن 76% من المستهلكين يفضلون التعامل مع المؤسسات التي تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية أكثر من تعاملهم مع الشركات ذات العلامة التجارية الشهيرة . كما أظهرت الدراسة أن الموظفين في الشركات التي تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية هم أكثر ولاء بنسبة 87% مقارنة بموظفين في شركات أخرى، وأن 83% من الموظفين الجدد يرغبون في العمل لدى تلك الشركات التي تعتم المسؤولية الاجتماعية.

- يساهم تحمل الشركات دورها الاجتماعي بشكل حقيقي في تحقيق التنمية المستدامة .كما أن إلتزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية يساهم في بناء علاقة قوية مع الحكومات، مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي تواجه الشركة أثناء ممارستها لنشاطها.أن الشركات التي تطبق برامج المسؤولية الاجتماعية نمت بمعدل أربعة أضعاف عن تلك التي لم تتبع مثل هذه البرامج.
- في الأخير نشير إلى تطبيق المسؤولية الاجتماعية من شأنه تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر على القرار الائتماني للبنوك، وتتضمن هذه المؤشرات "مؤشر داو جونز للاستدامة"، والذي أطلق 1999 ويعنى بترتيب الشركات العالمية وفقا لدرجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية والاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطاتها.

خلاصة

أوضحنا من خلال هذا الفصل أن الشركات لا تعمل في فراغ بل ترتبط ارتباطا وثيقا بالبيئة والمجتمع، ما يجعلها مسؤولة عن الآثار التي تحدثها وذلك من خلال التزامها بالمسؤولية الاجتماعية. وقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية تحتل حيزا كبيرا من الأهمية على جميع الأصعدة والمجالات المحلية، وتحظى باهتمام كبير من طرف الشركات لكونها تعمل على تحسين مستوى المعيشة والارتقاء برفاهية المجتمع . ويمكن لأي شركة أن تحاول تعزيز فرص نجاحها في المجتمع من خلال زيادة الاهتمام بالدور الاجتماعي. وعليه يمكن القول أن:

- المسؤولية الاجتماعية للشركة هي التزامها اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه.
- للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالنسبة للدولة والمجتمع.
- تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية في : البعد الاقتصادي، والقانوني، والأخلاقي، والإنساني.

الفصل الثاني:

الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

تمهيد

1- ماهية الأداء المالي

2- تقييم الأداء المالي

3- مؤشرات تقييم الأداء المالي

خلاصة

تمهيد

يعتبر الأداء المالي من بين أهم متطلبات إدارة الشركات ومحيط الخارجي، حيث أن الشركة هي حالة تغيير مستمر بسبب بيئها وعلاقتها مع الشركات الأخرى فالأداء المالي يمثل سمة من سمات الاقتصاد الحالي، حيث يعتبر من أكثر المفاهيم الاقتصادية سعة وشمولا إذ ينطوي على العديد من المواضيع الجوهرية المتعلقة بنجاح أو فشل أي شركة.

ترتكز عملية تقييم الأداء المالي على مجموعة من المؤشرات التي تقيس مدى نجاح الشركة وتطورها بحيث تعد هذه المؤشرات بمثابة معايير يمكن بواسطتها تقدير مدى تحقيق أهداف الشركة. ومن المتوقع أن يكون لتركيز الشركات في أنشطتها وعملياتها على مسؤوليتها الاجتماعية أثر هام على أدائها المالي ونتائج أعمالها بشكل عام وسنعالج في هذا الفصل العناصر التالية؟

1- ماهية الأداء المالي

2- تقييم الأداء المالي

3- مؤشرات تقييم الأداء المالي

1- ماهية الأداء المالي

يعتبر الأداء المالي من المواضيع التي يحظى بالكثير من الاهتمام في الشركات بكافة أنواعها وعلى الرغم من كثرة الدراسات والبحوث التي تناولت هذا المفهوم فإن أغلب الباحثين يعبرون عنه من خلال النجاح الذي تحققه الشركة الذي يتمثل خاصة في أهدافها، حيث يعكس الأداء المالي مدى قدرة الشركة على استغلال مواردها المتاحة بصورة تضمن لها القدرة على التنافس من أجل النمو والتطور البقاء والاستمرارية.

1-1 مفهوم الأداء المالي وأهميته

لقد أجمع معظم الباحثين على أن الأداء المالي يعتمد كمفهوم على عملية التحليل المالي، التي تعرف على أنها من الأساليب التي يمكن استخدامها من أجل تحديد نقاط قوة الشركة ونقاط ضعفها. وتستخدم النسب المالية بصورة رئيسية في هذا التحليل من أجل مقارنة الأداء السابق بالأداء الحالي والمتوقع ومعرفة نواحي الاختلاف بينها.

يؤدي التحليل الجيد إلى تعظيم قيمة الشركة من خلال من قيامها بالتشخيص الإيجابي (نقاط القوة) والسلبي و(نقاط الضعف) لأدائها المال. (فلاح حسن الحسني، مؤيد عبد الرحمان الدوري 2008)

عرف بأن دي الأداء المالي بأنه "مؤشر يقيس مدى نجاح الشركة في استخدام أصولها للقيام بعملياتها وتوليد إيرادات، حيث يمكن من تشخيص الوضع المالي للشركة خلال فترة زمنية، كما يمكن مقارنة من خلاله الوضع المالي للشركة مع شركات نفس القطاع. (GOHN MAINA KINYUGO 2014)

ومن جهة أخرى، عرف الأداء المالي بأنه: "تقديم حكم ذو قيمة حول إدارة الموارد الطبيعية والمادية والمالية متحدة، ومدى قدرة الإدارة على إشباع منافع ورغبات أطرافها المختلفة كما يمكن تعريف الأداء المالي بتسليط الضوء على العوامل التالية". (عبد الغني دادن 2006)

- العوامل المؤثرة في المردودية المالية.

- أثر السياسات المالية المتبناة من طرف المسيرين على مردودية الأموال الخاصة.

- مدى مساهمة معدل نمو المؤسسة في إنجاح السياسة المالية وتحقيق فوائد وأرباح.

- مدى تغطية مستوى النشاط للمصاريف العامة.

أما بالنسبة لأهمية الأداء المالي فإنه يمكن القول أنها تتبع من كونه يهدف إلى تقويم أداء الشركات من عدة زوايا وبطريقة تخدم مستخدمي البيانات ممن لهم مصالح في الشركة لتحديد جوانب القوة والضعف والاستفادة من

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

البيانات التي يوفرها الأداء المالي لترشيد قرارات المالية للمستخدمين كما وتتبع أهمية الأداء المالي بشكل خاص من عملية متابعة أعمال الشركات وتفحص سلوكها، ومراقبة أوضاعها، وتقييم مستويات أدائها وفعاليتها وتوجيه الأداء نحو الاتجاه الصحيح والمطلوب.

ويتم ذلك من خلال تحديد المعوقات، وبيان أسبابها، واقتراح إجراءاتها التصحيحية، وترشيد الاستخدامات العامة يمكن حصر أهمية الأداء المالي في أنه يلقي الضوء على الجوانب الآتية(محمد محمود الخطيب2010) :

- تقييم ربحية الشركة.
- تقييم سيولة الشركة.
- تقييم تطور نشاط الشركة.
- تقييم مديونية الشركة.
- تقييم توزيعات الشركة.
- تقييم تطور حجم الشركة.

بناء على ذلك يتم تحديد المؤشرات التي توفر للشركة أدوات وطرق تحليل الأداء المالي، حيث أن الغرض من تقييم الربحية وتحسينها هو تعظيم قيمة الشركة وثروة المساهم.

كما أن الغرض من تقييم السيولة هو تحسين قدرة الشركة في الوفاء بالالتزامات.

من جهة أخرى يهدف تقييم النشاط إلى معرفة كيفية توزيع الشركة لمصادرنا المالية واستثمارها.

والغرض من تقييم الرفع المالي هو معرفة مدى اعتماد الشركة على التمويل الخارجي.

كما يتوسط التحليل المالي معرفة سياسة الشركة في توزيع الأرباح.

أما بالنسبة للغرض من تقييم حجم المؤسسة فهو يزودها بمجموعة من المميزات ذات أبعاد اقتصادية بالإضافة إلى تحسين القدرة الكلية للشركة.

2-1 معايير ومقاييس الأداء المالي

هناك عدة معايير ومقاييس يجب مراعاتها عند عملية تقييم الأداء المالي.

1-2-1 معايير الأداء المالي

من المهم تحديد نسب معيارية تستخدم في تتبع تغيير النسب المالية الشركة لأن الحكم على طبيعة تطورها عبر الوقت يعتمد على بعضها البعض لإجراء التحليل الأزمنة والحصول على النتائج المطلوبة ومن بين أهم معايير الأداء المالي نذكر ما يلي:

أ - المعايير التاريخية للشركة

تحسب هذه النسب من الكشوفات المالية للسنوات السابقة لفرض رقابة الأداء من قبل الإدارة المالية والاستفادة منها في وضع الخطط المستقبلية" (أسعد حميد العلي 2012)

ب - المعايير المطلقة

تؤخذ هذه المعايير في الشركة شكل قيمة ثابتة لنسب معينة مشتركة بين جميع الشركات وتقاس بها النسبة ذات العلاقة في شركة معينة مثل نسبة التداول مرتين والنسبة السريعة مرة واحدة

ج - المعايير القطاعية

يستفيد المحلل المالي بدرجة كبيرة من المعايير القطاعية في مراقبة الأداء وهي معايير تمثل متوسط لأداء القطاع الذي تنتمي إليه تتشابه في العديد من الصفات والخصائص. (فلاح حسن الحسني مؤيد عبد الرحمان الدوري 2008).

د - المعايير المستهدفة

هي نسب تستهدف إدارة الشركة تحقيقها من خلال تنفيذ الموازنة أو الخطة وبالتالي، فإن مقارنة النسب المنخفضة بالفعل بتلك المستهدفة تبرز وجه الانحرافات بين الأداء الفعلي والمخطط للشركة المعينة وبالتالي اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة (نعيم عبد القادر وآخرون 2012).

1-2-2 مقاييس الأداء المالي

يمكن استخراج مؤشرات تساعد المستثمرين في التعرف بسهولة على أداء الشركة في الماضي والحاضر .

تساعد في الوصول إلى استنتاجات مستقبلية تعطي المستثمر ما يريد معرفته عن أداء الشركة وتأخذ هذه المؤشرات في شكل أرقام أو نسب مئوية أو رسوم بيانية تسهل على المستثمر فهم التغيرات والنتائج. وتوجد مجموعة كبيرة جدا من المؤشرات المالية لفهم البيانات المالية والتي يمكن إدراجها تحت عناوين عديدة، تتعلق بالربحية، والسيولة، والنشاط، والرفع المالي، والتوزيعات. وبكل تأكيد تلعب المؤشرات والمالية دورا نوعيا وتثقيفيا مهما ومحوريا لمستخدمي البيانات المالية. ومتقوم به إدارة البورصة في نشر مجموعة من المؤشرات والأرقام

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

المالية على الشركات المساهمة العامة يأتي في إطار تعريف المستثمرين والمساهمين والمنتمين وجهات الرقابة العامة والخاصة بأداء الشركات والتغيير في أسعار الأسهم والقاء الضوء على أدائها من كل النواحي للأخذ بها عند اتخاذ كل قراراتنا الاستثمارية والاقتصادية. (توفيق سميح محمد 2015)

1-3 العوامل المؤثرة في الأداء المالي

تواجه الشركة خلال قيامها بنشاطاتها، وصعوبات قد تعرقلها في أداء وظائفها، مما يدفع بالمستثمرين إلى البحث عن مصادر هذه المشاكل وتحليلها واتخاذ القرارات التصحيحية بشأنها. وهذا ما تهدف إليه عملية تقييم الأداء المالي للشركة حيث تبحث معرفة أهم العوامل المؤثرة في الأداء المالي للشركة.

1-3-1 الهيكل التنظيمي

هو الإطار الذي تتفاعل فيه جميع المتغيرات المتعلقة بالشركات وأعمالها. ويؤثر الهيكل التنظيمي في أداء الشركات من خلال تنفيذ الخطط و تحديد الأعمال والنشاطات التي ينبغي القيام بها، ومن تم تخصيص الموارد لها. كما يسهل الهيكل التنظيمي تحديد الأدوار لأفراد العاملين بالشركات والمساعدة في اتخاذ القرارات ضمن المواصفات المطلوبة.

1-3-2 المناخ التنظيمي

هو وضوح التنظيم وكيفية اتخاذ القرارات، وأسلوب الإدارة، وتوجيه الأداء، وتنمية العنصر البشري. ويقصد بوضوح التنظيم إدراك العاملين لمهام الشركة، وأهدافها، وعملياتها، ونشاطاتها مع ارتباطها بالأداء.

وأما اتخاذ القرار فهو أخذه بطريقة عقلانية وتقييمه ومدى ملائمة المعلومات لاتخاذها، وأسلوب الإدارة في تشجيع العاملين على المبادرة الذاتية أثناء الأداء وتحقيق مستويات عليا من الأداء و يقوم المناخ التنظيمي على ضمان سلامة الأداء بصورة ايجابية، وكفاءته من الناحيتين الإدارية والمالية، واعطاء معلومات لمستخدمي القرارات لرفع صورة الأداء، والتعرف على مدي تطبيق الإداريين لمعايير الأداء عند التصرف في أموال الشركات (محمد محمود الخطيب 2010).

1-3-3 التكنولوجيا

تقوم الشركات باختيار التكنولوجيا المناسبة التي تساعد على تحقيق أهدافها تأثير الاستثمار في التكنولوجيا على الأداء المؤسسي.

وقد توصلت الدراسات إلى وجود تأثير موجب لمستوى الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات على القيمة السوقية المضافة والعائد على السلم العادي إضافة العائد.

1-3-4 الحجم

نعني بالحجم فئة التصنيف التي تنتمي إليها الشركة صغيرة، أو متوسطة أو كبيرة، ويحدد حجم الشركة وقد يكون عائقاً لأنه يؤدي إلى تعقد وتقليل فعالية العمليات.

1-3-5 طبيعة الملكية

توصل بعض الدراسات إلى وجود أثر تغيير نمط ملكية الشركة على الأداء المالي ويرجع ذلك إلى مجموعة من الأسباب:

- لأن المالك الخاص أكفأ من الدولة في إدارته للشركة، مما يساهم في توفير الموارد وتحسين الأداء المالي للشركة.
- المالك الخاص بما يقدمه من حوافر أقدر من الدولة على تعبئة الموارد والاستثمارات والمشاريع المربحة.
- نمط الملكية الخاصة يزيل على كاهل الدولة عبء الخسائر المالية.

1-3-6 الحوكمة

عكفت عدة دراسات على دراسة أثر الحوكمة على الأداء المالي، حيث أعتبر الأداء المالي بمكوناته متغير تابع وميكانزمات الحوكمة كمتغيرات مستقلة توصلت هذه الدراسات إلى أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق قواعد الحوكمة على الأداء المالي بمكوناته. (بوضياف صفاء 2018)

2- تقييم الأداء المالي

تسعى الشركة من خلال التسيير المالي إلى استخدام الموارد المالية المتاحة بفعالية وبأعلى كفاءة حتى تمكن من تحقيق أهدافها المالية.

إذا تم القيام بعملية تقييم أدائها المالي بصفة دورية بهدف اكتشاف نقاط القوة والضعف وتحسينها باتخاذ القرارات المالية المناسبة.

2-1 مفهوم تقييم الأداء المالي

يعرف تقييم الأداء على أنه "المراقبة المستمرة لإنجازات المؤسسة لاسيما مراقبة سير التقدم نحو تحقيق أهداف محددة مسبقاً".

ويقصد بتقييم الأداء المالي تقديم حكم ذو قيمة حول إدارة الموارد الطبيعية والمادية والمالية المتاحة للشركة وذلك لخدمة رغبات أطراف مختلفة أي أن تقييم الأداء المالي للشركة هو قياس النتائج المحققة أو المنتظرة

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

في ضوء معايير محددة مسبقا لتحديد ما يمكن قياسه، ومن تم مدى تحقيق الأهداف لمعرفة مستوى الفاعلية، مما يسمح بالحكم على درجة الكفاءة". (عبد الغني دادن 2006)

ويعرف أيضا بأنه: "قياس للأعمال المنجزة ومقارنتها بما كان يجب أن يتم وفقا للتخطيط المعد مسبقا لاكتشاف نقاط القوة والضعف". (وهيبة رمضان محمد محسن، إبراهيم فضل المولى البشير 2015)

تجدر الإشارة إلى أن عملية تقييم الأداء المالي الشركات تحظى بأهمية خاصة، نظرا لأهمية الأداء المالي من جهة، ونظرا لأهمية التقييم ودوره داخل الشركة من جهة ثانية.

وتعتمد أهمية تقييم الأداء المالي في (جودي محمد رمزي 2015):

- أنه يبين قدرة الشركة على تنفيذ ما تم التخطيط له، والكشف عن الانحرافات، واقتراح وتقديم المعالجات اللازمة لها، مما يعزز من أداء المؤسسة المالي.
- يساعد تقييم الأداء في الكشف عن مستوى النمو والتطور الذي حققته الشركة في أدائها. ويتم ذلك بمقارنة النتائج الفعلية لأداء الشركة نتائج شركات.
- يكشف تقييم الأداء المالي عن مدى مساهمة الشركة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال تحقيق أكبر قدر من العوائد بأقل التكاليف، والتخلص من عوامل الضياع في الوقت والجهد والمال مما يعود على الاقتصاد والمجتمع بالفائدة.
- يوضح تقييم الأداء المالي كفاءة تخصيص واستخدام الموارد المالية المتاحة تحت تصرف الشركة.
- يساعد أيضا في تحديد التحسينات الضرورية التي تسعى الشركة إلى تجسيدها لتطوير أدائها المالي.

2-2 خصائص وأهداف تقييم الأداء المالي

يتميز تقييم الأداء المالي بمجموعة من الخصائص وسعى إلى بلوغ جملة من الأهداف.

2-2-1 خصائص تقييم الأداء المالي

يتميز تقييم الأداء بجملة من الخصائص شديدة الارتباط بمؤشرات التقييم.

وتتمثل بصفة عامة في (عادل عشي 2002):

أ- **الصدق أو السلامة:** تتمثل سلامة أداة القياس في تمكنها من إعطاء الحقيقة بموضوعية.

والمؤشرات الموضوعية هي أدوات قياس صادقة، أي أن التقييم يجب أن يرتكز على المؤشرات الموضوعية.

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

ب-الثبات والوفاء: يعني الوفاء بصفة عامة استخدام نفس القياسات وبشكل مستمر ولعدة فترات، وهذه الخاصية تتحقق دائما عندما يكون المؤشر كميًا عكس المؤشرات النوعية.

ج-الكفاية: تتمثل في القدرة على تقييم جميع جوانب الأداء، مثل الأداء المالي، الأداء التجاري، الأداء الاجتماعي، والأداء الإنتاجي.

2-2-2 أهداف تقييم الأداء المالي

تسعى عملية تقييم الأداء المالي لتحقيق مجموعة من الأهداف نلخصها فيما يلي (موج بلال 2006):

- معرفة مستوى انجاز الشركة للوظائف المكلفة بأدائها مقارنة بتلك الوظائف المدرجة في خطتها.
- الكشف عن أماكن الخلل والضعف في نشاط الشركة، وإجراء تحليل شامل لها، وذلك بهدف وضع الحلول اللازمة لها، وتصحيحها وإرشاد المنفذين إلى وسائل مجابتهها مستقبلا.
- تحديد مسؤولية كل مركز أو قسم في الشركة ومعرفة مواطن الخلل والضعف في النشاط الذي يتطلع به وذلك من خلال قياس إنتاجية كل قسم من أقسام العملية الإنتاجية وتحديد انجازاتها سلبا أو إيجابا الأمر الذي من شأنه خلق منافسة بين الأقسام اتجاه رفع مستوى أداء الشركة.
- الوقوف على مدى كفاءة استخدام الموارد المتاحة بطريقة رشيدة لتحقيق عائد أكبر بتكاليف أقل وبنوعية أجود.
- تحقيق تقييم شامل للأداء على مستوى الاقتصاد الوطني، وذلك بالاعتماد على نتائج تقييم الأداء ابتداء بالمشروع ثم الصناعة ثم القطاع وصولا إلى التقييم الشامل.
- تصحيح الموازنات التخطيطية، ووضع مؤشرات في المسار الذي يوازن بين الطموح والإمكانيات المتاحة، حيث تشكل نتائج تقييم الأداء قاعدة معلوماتية كبيرة في رسم السياسات والخطط العلمية البعيدة عن المزاجية والتقديرية غير الواقعية.
- تقييم عام للإدارة العليا في البلاد عن أداء الأنشطة المختلفة في الاقتصاد الوطني، وهذا ما يمكنها من إجراء مراجعة تقييمية شاملة تساعد على الارتقاء بالإدارة نحو الأفضل.
- تنشيط الأجهزة الرقابية على أداء عملها عن طريق المعلومات التي يقدمها تقييم الأداء، فيكون بمقدورها التحقق من قيام الشركات العامة بنشاطها بكفاءة عالية، وانجازها لأهدافها الموسومة كما هو مطلوب، حيث تقدم تقارير الأداء أفضل المعلومات التي يمكن أن تستخدم في متابعة وتطوير المتطلبات الإدارية والاقتصادية والمالية لمختلف الشركات.
- تقديم قاعدة بيانات ومعلومات عن أداء الشركة للأطراف التي لها علاقة بالشركة تساهم في اتخاذ مختلف القرارات وخاصة المالية منها. (جودي محمد رمزي 2015)

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

- معرفة هل حجم الاستثمار في أصول الشركة أو في فقراتها الرئيسية(كالنقد والحسابات المدينة والمخزون السلعي والأصول الثابتة) مناسب ومتوازيا مع النشاط التشغيلي للشركة، أو أن الاستثمار يزيد أو يقل عن مستوى النشاط التشغيلي . (جودي محمد رمزي 2015)

2-3 مراحل وأسس تقييم الأداء المالي

يتم تقييم الأداء المالي بعدة مراحل وبناء على أسس واضحة الغرض منها عكس الوضعية المالية للشركة بالشكل الصحيح.

2-3-1 مراحل عملية تقييم الأداء المالي

تمر عملية تقييم الأداء المالي بمراحل . (مجيد الكرخي 2007)

2-3-1-1 جمع البيانات والمعلومات الإحصائية

تتطلب عملية تقييم الأداء المالي توفير البيانات والمعلومات والتقارير والمؤشرات اللازمة لحساب النسب والمعايير المطلوبة عن نشاط الشركة والتي يمكن الحصول عليها من حسابات الإنتاج، والأرباح، والخسائر، والميزانية العمومية، والمعلومات المتوفرة عن الطاقات الإنتاجية والخدمات، ورأس المال، وعدد العاملين وأجورهم، وغير ذلك

كل هذه المعلومات تخدم عادة عملية التقويم خلال السنة المعنية.

2-3-1-2 تحليل ودراسة البيانات والمعلومات الإحصائية

للقوف على مدى دقتها وصلاحياتها لحساب المعايير والنسب والمؤشرات اللازمة لعملية تقييم الأداء، حيث يتعين توفير مستوى من الموثوقية والاعتمادية في هذه البيانات.

وقد يتم الاستعانة ببعض الطرق الإحصائية المعروفة لتحديد مدى الموثوقية بهذه البيانات.

2-3-1-3 إجراء عملية التقييم

باستخدام المعايير والنسب الملائمة للنشاط العام للوحدة أي جميع أنشطة مراكز المسؤولية فيها بهدف التوصل إلى حكم موضوعي ودقيق يمكن الاعتماد عليه.

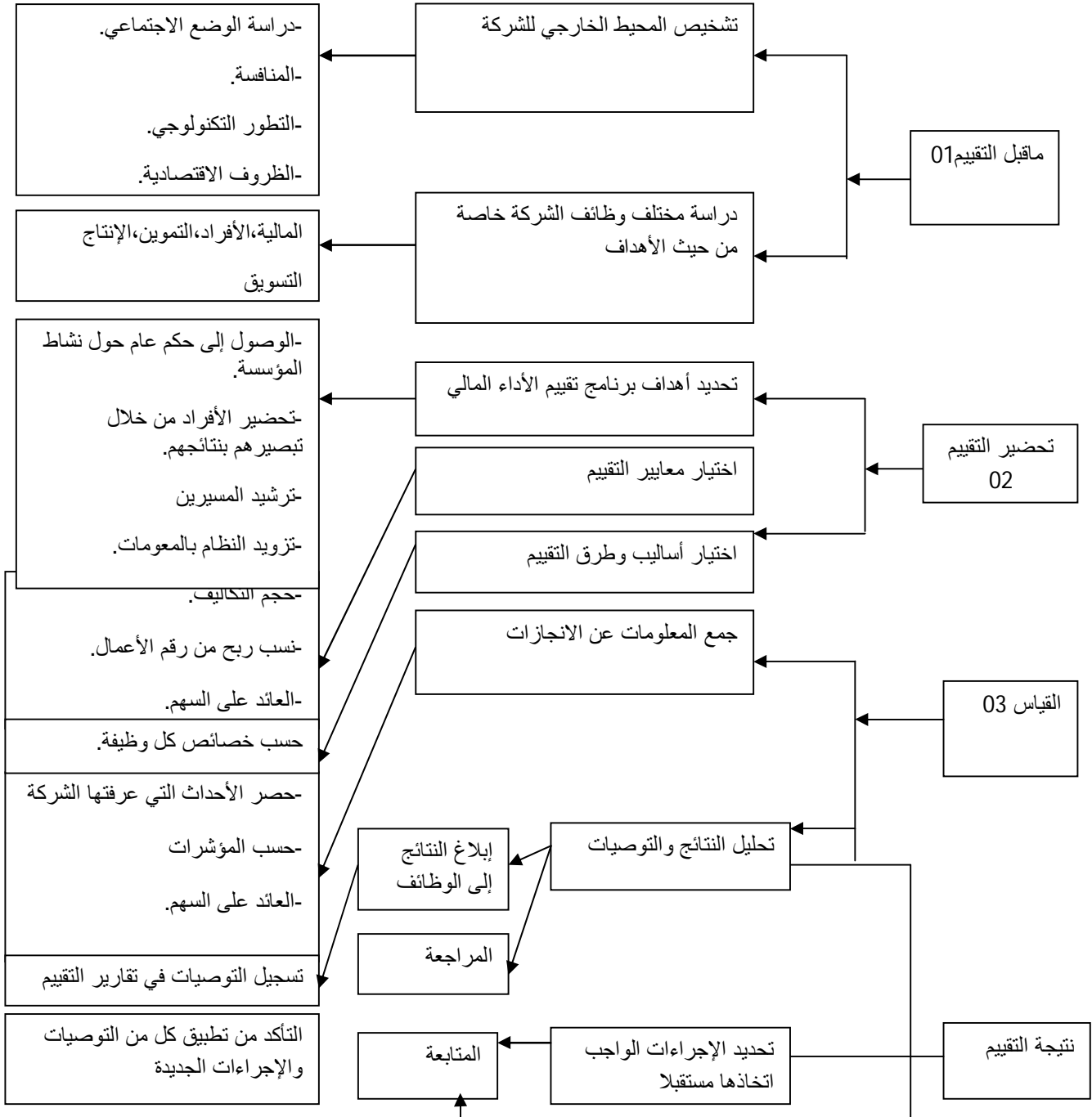
2-3-1-4 اتخاذ القرار المناسب عن نتائج التقييم

الوحدة المتخذ كان ضمن الأهداف المخططة وأن الانحرافات التي حصلت في النشاط قد حصرت جميعها وأن أسبابها قد حددت وأن الحلول اللازمة لمعالجة هذه الإنحرافات قد اتخذت وأن الخطط قد وضعت للسير بنشاط الوحدة نحو الأفضل في المستقبل.

2-3-1-5 تحديد المسؤوليات ومتابعة العمليات التصحيحية للانحرافات

هي التي حدثت في الخطة الإنتاجية وتغذية نظام الحوافز بنتائج التقييم وتزويد الإدارات التخطيطية والجهات المسؤولة عن المتابعة بالمعلومات والبيانات التي تمخضت عن عملية التقييم للاستفادة منها في رسم الخطط القادمة وزيادة فعالية المتابعة والرقابة.

شكل رقم (02): مراحل تقييم الأداء المالي



المصدر: عبد الملوك مزهود، الأداء بين الكفاءة والفاعلية (مفهوم وتقييم)، مجلة العلوم الإنسانية العدد 01، جامعة محمد خيضر بسكرة،

2001، ص 97.

2-3-2 أسس تقييم الأداء المالي

ترتكز عملية الأداء المالي مجموعة من الأسس. (محمد راتول 2016)

1-2-3-2 معايير محددة مسبقا

تتطلب عملية تقييم الأداء وجود أهداف على محددة مسبقا، وقد تكون في صورة خطة أو سياسة أو معيار أو نمط. فاللوائح المالية وقوانين ربط الموازنة وما تتضمنه من قواعد وضوابط وكذلك التكاليف النمطية ومعدلات الأداء المعيارية أهداف محددة مسبقا يتم على أساسها إجراء عملية تقييم الأداء.

2-2-3-2 قياس الأداء الفعلي

يتم قياس الأداء الفعلي بالاعتماد على ما توفره النظم المحاسبية والأساليب الإحصائية من بيانات ومعلومات ويجب توفر عاملين ذوي كفاءة مدربين للقيام بهذه الأعمال مع استخدام الآلات المستحدثة متى كان ذلك مناسباً لسرعة عرض نتائج القياس أو التقدير واتخاذ القرارات الخاصة بها.

3-2-3-2 مقارنة الأداء الفعلي بالمعياري

تتم مقارنة الأداء المحقق بالمعايير لتحديد الانحرافات سواء كانت ايجابية أو سلبية، ولتمكين الإدارة من التنبؤ بالنتائج المستقبلية، وجعلها قادرة على مجابهة الأخطاء قبل وقوعها من أجل اتخاذ الإجراءات اللازمة التي تحول دون وقوعها.

4-2-3-2 اتخاذ القرارات المناسبة لتصحيح الانحرافات

يتوقف اتخاذ القرار لتصحيح انحراف ما على البيانات والمعلومات المتاحة عن الأهداف المحددة مسبقا وقياس الأداء الفعلي، ومقارنة ذلك الأداء المحقق بالهدف المخطط.

لذلك فإن تحليل الانحراف وبيان أسبابه يساعد على تقرير الموقف واتخاذ القرار المناسب الذي يجب أن يكون في الوقت المناسب، ومحددا بوضوح نوع التصحيح ومراعاة جميع الظروف المحيطة بالقرار.

3- مؤشرات تقييم الأداء المالي

نظرا لأهمية ودور عملية تقييم الأداء المالي في الكشف عن كفاءة الشركة وحسن استخدامها للموارد المتاحة وكذا مدى تحقيقها لأهدافها المخطط لها، تم وضع عدة مؤشرات لتقييم الأداء المالي للشركة منها ما هو تقليدي يركز على الجانب المالي للشركة ومنها ما هو حديث يأخذ بعين الاعتبار الجانب الاقتصادي للشركة.

3-1 المؤشرات التقليدية في تقييم الأداء المالي

تعتمد المؤشرات التقليدية في تقييم الأداء المالي على تحليل القوائم المالية التي تعتبر بمثابة مرآة عاكسة للوضع الحقيقية للشركة. فهي الوسيلة التي يتم من خلالها تحويل الكم الهائل من البيانات والمعلومات المالية التي تحتويها القوائم المالية إلى كم أقل وأكثر فائدة في عملية اتخاذ القرارات.

3-1-1 تقييم الأداء المالي باستخدام النسب المالية

النسب المالية من أكثر.

الأدوات المستعملة في تحليل القوائم المالية.

كما لا يعتبر الهدف منها هو التحليل المالي فقط وإنما أيضا أداة تستخدم من أجل الوصول إلى نتائج متعلقة بالمركز المالي والنقدي والأداء وتقييم قرارات الاستثمار والتمويل، ويمكن تعريف النسب المالية بأنها "عبارة عن العلاقة التي تربط بين البسط والمقام بين كل بند من بنود قائمة المركز المالي أو قائمة الدخل أو الاثنين معا الأمر الذي يساعد مختلف الأطراف على الفهم الأفضل تحقيقه الأداء المالي للشركة" (فيصل محمود الشاورة 2013).

لكون الهدف الرئيسي للشركة هو تعظيم الأرباح فإن دراستنا تركز على مدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على ربحية الشركة سنركز على نسب الربحية، ونسب السوق.

3-1-1-1 نسب السيولة

تقيس هذه المجموعة من النسب "قدرة شركة على الإيفاء بالتزامات قصيرة الأجل في تاريخ استحقاقها من خلال تدفقاتها النقدية العادية الناتجة عن المبيعات، وتحصيل الذمم بالدرجة الأولى". (مفلح محمد عقل 2009) انظر الملحق 01

3-1-1-2 نسب النشاط

هي النسب التي تقيس الكفاءة في إدارة الأصل، أي تقوم بتحليل عناصر الموجودات ومعرفة مدى كفاءة الإدارة في تحويل هذه العناصر إلى مبيعات ومن ثم إلى سيولة وهذه النسب على شكل معدلات. (مبارك لسوس 2004) انظر الملحق 02

3-1-1-3 نسب الربحية

تعبّر نسب الربحية عن مدى الكفاءة التي تتخذ فيها قراراتها الاستثمارية والتمويلية، وهي تقيس مدى كفاءة إدارة الشركة في تحقيق الربح على المبيعات وعلى الأصول وعلى حقوق المستثمرين والهدف منها هو الحكم على مدى نجاح تطبيق السياسات المخطط لها وكفاءتها في استخدام الموارد المتاحة. (فيصل محمود الشاورة 2013)

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

ومن أهم انصب المتعلقة بالربحية:

أ - نسبة الهامش الإجمالي

وهي مؤشر على كفاءة ومدى نجاح سياسة التسعير وتطور حجم المبيعات بالشركة

لأنها تربط بين الهامش التجاري والمبيعات ويحسب بالعلاقة التالية(رديد كامل آل شيب 2007):

$$\text{الربح الإجمالي} = \frac{\text{الربح الإجمالي}}{\text{إجمالي}}$$

ب- هامش صافي الربح

هي مقياس لمقدار صافي الربح المحقق بعد الفوائد والضرائب عن كل وحدة من صافي المبيعات أو الإيرادات

ويحسب كما يلي(فهيم مصطفى الشيخ2008):

$$\text{هامش صافي الربح} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{صافي المبيعات}}$$

ج- العائد على حقوق الملكية

يعتبر العائد على حقوق الملكية من أهم نسب الربحية لأنه يوضح كفاءة الإدارة في استغلال أموال أصحاب

الشركة وقدرتها على تحقيق أرباح من تلك الأموال. هذه النسبة تبين العائد الذي تحققه الشركة من رأس المال

المملوك وبعبارة أخرى يعتبر العائد على حقوق الملكية مقياسا لربحية كل من قرارات الاستثمار والتمويل،

ويحسب كما يلي(جودي محمد رمزي2015):

$$\text{العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{صافي الدخل}}{\text{متوسط حقوق}}$$

د - العائد على إجمالي الأصول

تعبّر هذه النسبة على قدرة الشركة على الاستثمار في أصولها بما يحقق العائد المناسب بعد خصم الفوائد

والضرائب لتعظيم ثروة الملاك بحيث تقيس كفاءة الإدارة في استخدام الأصول لتوليد الأرباح الصافية. وتحسب

من خلال المعادلة التالية (حسن سليمان محمد أبو عودة2017):

$$\text{العائد على إجمالي الأصول} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{إجمالي الأصول}}$$

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

و - ربحية السهم العادي

يعبر هذا المقاس عن مقدار الأرباح المتاحة لحملة الأسهم العادية كما أنه مؤشر النمو المحتمل في حقوق الملكية والذي بدوره ينعكس في الأسعار السوقية لتحقيق الأرباح الرأسمالية، لذلك تحاول الإدارة تعظيم ربحية السهم الواحد نظرا لانعكاساته الإيجابية على تعظيم ثروة المساهمين في الأجل القصير. (جودي محمد رمزي 2015)

ويتم حساب هذا المؤشر كما يلي:

$$\text{ربحية السهم} = \text{صافي الدخل} / \text{عدد الأسهم العادية}$$

3-1-1-4 نسب المديونية

هي تلك النسب التي تقيس درجة مديونية الشركة، والتي من خلالها يستطيع المقترضين والمالكين معرفة مصدر مديونيتها وقدرتها على تسديد التزامات المالية التي تتحملها تجاه الغير. أنظر الملحق 03

3-1-1-5 نسب السوق

تعتبر نسب السوق ذات أهمية لحملة الأسهم، المستثمرين المحتملين في الأسهم، محلي الأوراق المالية، بنوك الاستثمار، وحتى للمقرضين، فحملة الأسهم والمستثمرين يهمهم معرفة تأثير أداء الشركة على الدخل الناتج عن استثمارهم في أسهم الشركة، كما يهمهم قياس العائد على الاستثمار في الأسهم. (مؤيد عبد الرحمان الدوري، نور الدين أديب أبو زناد 2006)

ومن أهم نسب السوق مايلي(عامر عبد الله 2015):

ا - عائد السهم العادي

يعتبر عائد السهم مؤشرا جيدا لقياس كفاءة أداء الشركات المالية للتنبؤ بالأرباح المتوقع توزيعها، معدلات النمو المتوقع تحقيقها، القيمة المستقبلية للأسهم، وضع السياسات الخاصة بالأرباح.

وتعطى بالعلاقة التالية:

$$\text{عائد السهم العادي} = (\text{صافي الربح بعد الضريبة} - \text{توزيعات الأسهم الممتازة}) / \text{عدد الأسهم العادية}$$

ب - نسبة سعر السهم إلى عائد

تعطى هذه النسبة بالعلاقة التالية: نسبة سعر السهم إلى عائد = القيمة السوقية للسهم / العائد المحقق على السهم

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

تقيس هذه النسبة التوقعات المستقبلية للشركة في السوق، وكلما ارتفعت كانت هناك نظرة إيجابية لوضعها في المستقبل.

ج- نسبة المدفوع من الأرباح

تعطي هذه النسبة فكرة عن نسبة الأرباح الموزعة لحملة الأسهم العادية من صافي الربح القابل للتوزيع

تحسب بالعلاقة التالية:

نسبة المدفوع من الأرباح = الأرباح الموزعة على حملة الأسهم العادية / الأرباح المحققة بعد الضريبة وحملة الأسهم الممتازة

د- عائد التوزيع

يفيد في الحكم على فرص الاستثمار ويحسب بالعلاقة التالية:

عائد التوزيع = حصة السهم من الأرباح الموزعة / سعر السهم السوقي

3-1-2 مؤشرات التوازن المالي

يعبر التوازن المالي عن مدى قدرة الشركة على تغطية استخداماتها الثابتة من خلال أموالها الدائمة، كما يشير إلى مدى قدرة الشركة على الوفاء بالتزاماتها عند تاريخ استحقاقها.

يمكن دراسة التوازن المالي من خلال المؤشرات التالية:

- رأس المال العامل؛
- إحتياج رأس المال العامل؛
- الخزينة؛

3-1-2-1 رأس المال العامل (FR)

يعتبر رأس المال العامل من المؤشرات الأساسية التي تستعين بها الشركة في إبراز توازنها المالي في الأجل الطويل، ويعرف بأنه " جزء من الأموال الدائمة الموجهة لتمويل دورة الاستغلال، وبالتالي فهو

(kamel Hamdi2001) يبين قدرة الشركة على تمويل الأصول المتداولة عن طريق الأموال الدائمة" (إلياس بن الساسي،

يوسف قريش2006). انظر الملحق 04

3-2-1-2 احتياجات رأس المال العامل

ينتج الأنشطة المباشرة للمؤسسة مجموعة من الاحتياجات المالية بسبب التفاعل مع مجموعة مع مجموعة من العناصر أهمها المخزونات، حقوق العملاء، حقوق الموردين، الرسم على القيمة المضافة، الديون الاجتماعية والجبائي.

يتولد الاحتياج المالي للاستغلال عندما لا تستطيع الشركة مواجهة ديونها المترتبة عن النشاط بواسطة حقوقها لدى المتعاملين ومخزوناتهما، وبالتالي يتوجب البحث عن مصادر أخرى لتمويل العجز، وهو ما يصطلح عليه بالاحتياج في رأس المال العامل (إلياس بن الساسي، يوسف قريش 2006). انظر الملحق 05

3-2-1-3 الخزينة

يعتبر تسيير الخزينة المحور الأساسي في تسيير السيولة، ويظهر التضارب بين السيولة والربحية، فزيادة قيمة الخزينة تزيد من مقدرة الشركة على تسديد المستحقات بسرعة.

تعرف الخزينة على أنها: "إجمالي النقديات الموجودة باستثناء السلفات المصرفية، كما تعرف بالفرق بين رأس المال العامل واحتياجات رأس المال العامل، وهي على درجة كبيرة في الشركة لأنها تعبر عن وجود عدم توازن مالي (محمد نجيب دبابشة، طارق قدوري 2013). انظر الملحق 06

3-2-2 المؤشرات الحديثة في تقييم الأداء المالي

بعد الاطلاع على المؤشرات التقليدية لتقييم الأداء المالي يتضح لنا أن لها إيجابيات ونقائص، ومن عيوب المؤشرات التقليدية أنها لم تأخذ بعين الاعتبار تكلفة رأس المال في الحساب، مما أدى لظهور مؤشرات جديدة، ومن أكثر المؤشرات الحديثة المستعملة في التقييم الاقتصادي نجد القيمة السوقية المضافة (MVA)، والقيمة الاقتصادية المضافة (EVA)

3-2-1 القيمة الاقتصادية المضافة

يتمثل المفهوم الأساسي لنموذج القيمة الاقتصادية المضافة في الهامش الذي ينتج عن الفرق بين العائد الاقتصادي المحقق لفترة معينة وتكلفة الموارد المالية لنفس الفترة، أو هي عبارة عن الربح التشغيلي بعد الضريبة مخصوماً منه تكلفة رأس المال المستثمر (عدنان تايه النعيمي، أرشد فؤاد التميمي 2008).

عموماً تعد القيمة الاقتصادية المضافة مؤشراً لقياس الأداء وفي نفس الوقت طريقة للتسيير كما أنها طريقة للتحفيز، بحيث نجدها تقوم بقياس أداء مسيري الشركات أمام المساهمين، فبذلك تصبح وسيلة تدفع المسيرين لبذل مجهود نحو تحسين أداء مشاركتهم، ويصبح الأمر أكثر حينما يتم ربط نظام ترشيد القرارات المتخذة من

الفصل الثاني:.....الأداء المالي بين المفاهيم وأسس التقويم

طرف المسيرين، حيث يمكن استخدامه في تقييم الاستراتيجيات وتقييم المشاريع الاستثمارية(هوارى السويسي2010).
انظر الملحق 07

3-2-2 القيمة السوقية المضافة

يقصد بالقيمة الاقتصادية المضافة " الفرق بين القيمة السوقية للشركة ورأس المال المستثمر من قبل الملاك والمقرضين" (عدنان تايه النعيمي، أرشد فؤاد التميمي 2008)، وهذا المعيار يعد شامل في قياس وتحقيق الثروة ومقياس للفعالية التشغيلية في المؤسسات وفقا لقدرتها وكفاءتها في ربط العوامل التي تعود إلى نجاح الشركة.(حمزة محمود الزبيدي2004)

يسمى مؤشر القيمة السوقية المضافة "بمؤشر القيمة البورصية لأنه يعكس الظرف الحالي والسوقي للشركة على الصعيد الخارجي(البورصة)، ويقاس القيمة المستقبلية بفضل سعر وعوائد الأسهم.(عبد الغنيادان2007) انظر الملحق07

خلاصة

يمكن القول أن الأداء المالي صورة تعكس نتيجة ومستوى قدرة الشركة على استغلال مواردها، ومدى تحقيق أهدافها من خلال أنشطتها المختلفة وفقا لمعايير تلاءم الشركة وطبيعة عملها ويعتبر تقييم الأداء المالي الجيد من أهم الغايات التي تحرص المؤسسة للوصول إليها من خلال مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المتوقع لمعرفة نقاط القوة ومحاولة تعزيزها وإيجاد نقاط الضعف والعمل على تقليصها من أجل ضمان مكانه ضمن محيطها، إذا تهدف عملية تقييم الأداء المالي للشركة إلى إبراز مدى نجاح هذه الأخيرة في تحقيق أهدافها المالية بفعالية وتتم العملية عن طريق استخدام مجموعة من المؤشرات المهمة تتمثل في المؤشرات التقليدية مثل نسبة السيولة، ونسب النشاط، نسب الربحية، ونسب المديونية.... وأخرى حديثة مثل القيمة الاقتصادية المضافة والقيمة السوقية المضافة.

الفصل الثالث:

عرض وتحليل تجربة شركات هندية مصرفية وفق دراسات سابقة

تمهيد

- 1- علاقة المسؤولية الاجتماعية بالأداء المالي
- 2- مدارس المسؤولية الاجتماعية في الهند
- 3- الحدود المكانية والزمنية للدراسة
- 4- قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند
- 5- قياس الأداء المالي CFP ومتغيرات التحكم
- 6- النتائج والتحليل
- 7- بناء مؤشر أداء مركب

خلاصة

تمهيد

تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات ظاهرة تخضع لوجهات نظر متعددة تشكل إطار لتطور هذا المفهوم، وتعني المسؤولية الاجتماعية التزام أخلاقي على الشركات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه بأن تقوم بمعالجة أضرارها الناتجة من تنفيذ أنشطتها، فضلا عن المساهمة في حماية وتنمية البيئة والمجتمع ورفع المستوى المعيشي للعاملين وعائلاتهم، والعمل على الارتقاء بجودة منتجاتها. ويعبر الأداء المالي عن أداء الشركات في الآجل القصير إذ أنه الركيزة الأساسية للأنشطة التي تقوم بها الشركة. ويعني الأداء المالي أداة التي يتم من خلالها التعرف على الوضع المالي السائد في الشركة خلال مدة زمنية معينة، ووسيلة لتحفيز العاملين والإدارة لبذل المزيد من الجهد بهدف تحقيق نتائج ومعايير مالية أفضل من الفترات السابقة.

قمنا في هذا الفصل بعرض وتحليل تجربة بعض الشركات المصرفية في الهند خلال الفترة 2007-2016 بناء على الدراسة التي نشرت في 2018 باللغة الانجليزية. وتهدف من خلال هذا العرض لابرز أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات المصرفية الهندية على أدائها المالي.

وسنعالج في هذا الفصل العناصر التالية:

1. العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي
2. مدارس المسؤولية الاجتماعية في الهند
3. الحدود المكانية والزمانية للدراسة
4. قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات بالهند
5. قياس الأداء المالي CFP ومتغيرات التحكم
6. النتائج والتحليل

1- علاقة المسؤولية الاجتماعية بالأداء المالي

اظهرت الدراسات نتائج متباينة فيما يتعلق بالعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي حيث نتج عن الموضوع مناقشات حادة بين الباحثين. والى غاية اليوم لا تزال الدراسات غير حاسمة المنظور الشائع هو علاقة ايجابية، او سلبية، او محايدة.

1-1 نظرية وجود علاقة ايجابية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي

تؤكد هذه النظرية أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي محفز هام لتعزيز الأداء المالي للشركات، وأن لها تأثير ايجابي على الأداء المالي. وقد دعمت العديد من الدراسات العلاقة الايجابية.

على سبيل المثال، قام (1997 Waddock and Graves) بتقييم 469 شركة استبدال قياس KLD بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. و درس تأثيرها على كل من الموارد الضعيفة ونظرية الإدارة الجيدة حيث وجد أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ترتبط بشكل ايجابي بالأداء المالي، وبالتالي تدعم كلا من الموارد الضعيفة ونظرية الإدارة الجيدة.

وبالمثل درس (2014 Kim and Kim) المسؤولية الاجتماعية للشركات في صناعة السياحة، وفحص ما إذا كانت تعزز القيمة للمساهمين. استخدمت الدراسة تصنيف ESG من 1991 إلى 2008 وتم اختيار تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على نوعين مختلفين من مخاطر حامل الأسهم (أي المخاطر المنتظمة وغير المنتظمة). وفي دراسته جد أن المسؤولية الاجتماعية تساعد على تعزيز قيمة المساهمين عن طريق زيادة Todin Q أي انه بينما كان الحد الأدنى للمسؤولية الاجتماعية للشركات خفض قيمة المساهم عن طريق زيادة المخاطر يمكن القول إن الفرضية الرئيسية التي تدعم العلاقة الايجابية هي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعزز القدرة التنافسية للشركة.

من منظور الابتكار، تقلل المسؤولية الاجتماعية من تكاليف الشركة، تخلق قيمة لأصحاب المصلحة، وتساعد على صياغة القدرات الداخلية مثل كونها المحرك الأول في الصناعة هذه تسهم في ميزة تنافسية في الشركة، والقنوات الأساسية الثلاث التي تمارس من خلالها المسؤولية الاجتماعية للشركات القدرة التنافسية للشركة، التعاون مع مختلف أصحاب المصلحة تطور فرص تجارية جديدة من خلال معالجة تحديات المجتمع الرئيسية، وتحسين ظروف العمل التي تزيد من ثقة العمال واهتمامهم أكثر بالعمل. وبالتالي فان استثمار الشركة في المسؤولية الاجتماعية يعزز أدائها المالي علاوة على ذلك تساعد المسؤولية الاجتماعية للشركات في بناء علاقة ايجابية مع العملاء وجذب موظفين متحمسين (ريجيان يموانتي هال وبورد 2007). كما سلت (هاموند وسلوكوم 1996) الضوء على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكنها إعطاء سمعة جيدة للشركة وانقاص المخاطر المالية، وبالتالي فرص الإفلاس ضئيلة مقارنة بالشركات غير المسؤولة اجتماعيا.

1-2 نظرية وجود علاقة سلبية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي

في أواخر ستينيات القرن العشرين توصل ميلتون فريدمان إلى فكرة مفادها أن المسؤولية الاجتماعية هي "عقدة تخريبية بشكل أساسي" في المجتمع الحر، وإلا فإن الشركة ستتضرر. فالهدف الوحيد للشركة هو زيادة الربح مع احترام اللوائح القانونية والأخلاقية. وقد تم إثبات هذه الفكرة من خلال العديد من الدراسات التجريبية على سبيل المثال (رايتوفاريس 1997) درس تأثير التجريد في جنوب إفريقيا (كبديل عن المسؤولية الاجتماعية للشركات) على أداء سوق الأسهم باستخدام البيانات من 116 شركة لمدة 10 سنوات في الصناعات العرضية. أظهرت الدراسة أن سعر السهم يتأثر سلبا من خلال الإعلان عن تصفية الاستثمار في جنوب إفريقيا. هذه النتائج تدعم فرضية أن الضغوط غير الاقتصادية قد تؤثر على الاستراتيجيات الإدارية بدلا من أهداف تعزيز القيمة. وبالمثل (كورديرو وسركيس 1997) في دراسة على عينة من 523 شركة أمريكية بينت وجود علاقة سلبية بين النشاط البيئي وعائد الأسهم أثناء أخذ بيانات جرد تصريف السميّات كبديل عن حماية البيئة. هذا المنظور يؤكد أن الشركات التي تتمثل أنشطة المسؤولية الاجتماعية تعاني من ضعف تنافسي لأنها تتحمل التكاليف التي كان ينبغي أن تتحملها مؤسسات أخرى. على سبيل المثال، عمليات صديقة للبيئة والأعمال الخيرية ورفاهية العملاء ومراكز الرعاية الصحية والحفاظ على البيئة.

من جهة أخرى يعتقد (همنجوي وماكلاجان 2004) أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ما هي إلا تغطية للأنشطة الاحتياطية التي تديرها الإدارة والتي تفرض السلبية في المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد اتهم المشككون في المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها مجرد حماية للصورة الجيدة للشركة وإخفاء ممارساتها غير الأخلاقية. كما يقول (كولكين مون 2002) أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات غالبا ما تكون له دوافع وأطماع ذاتية، سواء كان ذلك لأغراض تجارية فقط أو أغراض أخرى. لذا فالمسؤولية الاجتماعية للشركات ليس هدفها زيادة الربح بل لديها أغراض خفية.

1-3 نظرية وجود علاقة محايدة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي

لقد أدى النقاش الحاد حول العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي إلى ظهور رأي آخر مختلف يقول أن الأداء المالي للشركة مستقل عن المسؤولية الاجتماعية. والعلاقة السائدة يمكن أن تحدث عن طريق الصدفة. يجادل المؤيدون لهذا الرأي بأن هناك العديد من المتغيرات المتداخلة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي. فالعلاقة بالكاد موجودة (أولمان 1985). وتم تسليط الضوء على نتائج مماثلة من قبل (أبوتومونس 1979). (جريف ونوماهون 1997). كما درس (ويليامزوسيجل 2000) العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي ل 524 شركة لمدة 6 سنوات. أظهرت دراسة حيادية تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المالي.

من جهته ربط (كينيث وهيج 1990) خدمة المجتمع مع مختلف الخصائص التنظيمية في عينة من 82 شركة. وقد أبرزت نتائج الدراسة أن خدمة المجتمع ليس لديها تأثير على أهداف الربحية، ومكانة السعر المنخفض، واستمرارية العمل. بينما قام (غريفيين وماهون 1997) بقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات باستخدام كلاً من البيانات الإدراكية (مؤشر KLD واستبيان سمعة الثروة)، والأداء (قاعدة بيانات TRI والأعمال الخيرية للشركات). توصل في هذه الدراسة إلى أن مؤشري KLD و سمعة الثروة يتبعان بعضهما البعض بينما يظهر TRI والأعمال الخيرية للشركات علاقة محايدة. (shafatMaqdool, Nasir Zameer 2017)

2- مدارس المسؤولية الاجتماعية في الهند

إن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها جذور قوية في البلدان النامية بما في ذلك الهند. الجماعات المحلية، المستهلكين المستثمرين، المجتمع المدني والجهات الفاعلة الأخرى مارست ضغطاً هائلاً على الشركات للالتزام بالمعايير الاجتماعية والبيئية. في عام 2013، أقر البرلمان الهندي مشروع قانون تاريخي لجعل المسؤولية الاجتماعية للشركات إلزامية. يركز معظم الباحثين في الهند على المسؤولية الاجتماعية الأساسية للشركات. عادة يتم إجراء البحث من خلال استبيانات (خان واتكنسون 1987؛ جاينوكاور 2004)، ركز القليل من الباحثين على طبيعة ودور المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند (ارورا و بورانيك 2004 ؛ سينغ 2010 ؛ سود واورورا 2006)، ممارسات وسياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند (ارورا و رانا 2010؛ جوبتا وسكسينا 2006) والميزة التنافسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات (كانسال جوشي باترا 2014؛ و سان 2006).

في السياق الهندي. الدراسات المتعلقة بربط CSR-CFP محدودة. في ضوء استبيان اكد (ميشرا وسوار 2010) أن الشركات التي تراعي المسؤولية الاجتماعية تتمتع بمستوى أعلى من ثقة أصحاب المصلحة، والذي ينعكس في عوائد أعلى، أجور جيدة، السداد في الوقت المناسب، والشهرة. بالإضافة أفاد (كابور وساندو 2010) بأن أصحاب المصلحة الهنود يهتمون بشكل كبير بالبيئة ومنفعة المجتمع وهذا حتما يرفع من شأن الشركات الواعية بخصوص هذه القضايا.

في ضوء المناقشة أعلاه، تبين ان الهدف الرئيسي من الدراسة المذكورة هو تحليل العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي في القطاع المصرفي. حيث انكشف أن معظم الدراسات تمت في سياق البلدان المتقدمة في حين أن القليل جدا من الدراسات تناولت القضية في السياق الهندي، خاصة في القطاع المصرفي. تسعى هذه الدراسة إلى تصحيح هذا الخلل في وقت معين عندما قامت حكومة الهند بتقنين المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند. (shafatMaqdool, Nasir Zameer 2017)

3- الحدود المكانية والزمانية للدراسة

ركزت الدراسة المتعلقة بالمصارف التجارية المدرجة في بورصة بومباي (BSE) لاختبار العلاقة. تم تعديل القائمة الشاملة التي تضم 45 مصرفاً، وذلك عن طريق استبعاد البنوك التي لم تكن البيانات الخاصة بها متاحة خلال فترة الدراسة. وأخيراً، بقي لدينا قائمة 28 بنكاً تضم 15 بنكاً عاماً و 13 بنكاً خاصاً. و تتراوح الدراسة من عام 2007 إلى عام 2016، وهي الفترة التي توفرت فيها البيانات بسهولة.

62% من المصارف (28/45)، وهو ما يكفي لإجراء تحليل (دي فانوس، 1996). تم جمع بيانات عن CSR و CFP ومتغيرات التحكم من مصادر ثانوية. جمعت البيانات على المسؤولية الاجتماعية للشركات من التقارير السنوية للشركات. هذه التقارير هي الوثائق المحورية التي تمثل الشركات في المجال العام. (هيوز، أندرسون، وجولدن، 2001) أيدوا استخدام التقارير السنوية لاستخلاص قواعد البيانات CSS، بالإضافة إلى أرقام الدراسات التي يتم استخدامها في التقارير السنوية (ابوتومونصون 1979). وبالمثل، تم جمع البيانات عن CFP (مخطط مالي معتمد) من قاعدة بيانات مركز رصد الاقتصاد الهندي الإلكترونية (CMIE). (shafatMaqdool, Nasir. (Zameer 2017)

4 - قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات بالهند

في هذه الدراسة، تم استخدام تحليل المحتوى لاستخراج معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات من التقارير السنوية. بعد ذلك، قسمت الأنشطة إلى أربع أقسام (المجتمع، البيئة، مكان العمل)، وقد أخذت الدراسة بعين الاعتبار 32 بنداً من بنود المسؤولية الاجتماعية للشركات بالاعتماد على التقارير الشفوية لمختلف الشركات. وقد تم تحويل نتيجة CSR إلى نسبة بإتباع الصيغة التالية :

$$CSRI = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n dij$$

حيث أن :

- CSR نتيجة المسؤولية الاجتماعية
- $\sum_{j=1}^n$ عدد البنود التي تتبعها الشركة
- $\sum_{i=1}^n dij$ مجموع بنود المسؤولية الاجتماعية للشركات

5- قياس الأداء المالي CFP ومتغيرات التحكم

1-5 قياس الأداء المالي

المتغير المعتمد في النموذج هو الأداء المالي. لا يوجد إجماع على قياس الأداء المالي. قد يكون من المناسب تماماً استخدام كل من الربحية وعائد السوق كمؤشرات للأداء. لقد استخدمنا عائد المساهمين و عائدات التمويل

و NP كمقياس للربح بينما SR و PE كمؤشرات عائد السوق. استخدمت الدراسة تحليل العوامل لتفادي المفاضلة بين المقاييس المالية المختلفة للأداء المالي.

اشارت هذه الدراسة إلى وجود دراسات سابقة حول العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي -CRS CFP دون العوامل المهمة الأخرى التي يمكن أن يكون لها تأثير فوري على الأداء المالي للشركة كالحجم، والقدم، والمخاطر، ورأس المال (وادوك وغرايفز، 1997)؛ (جونسون غرينغ 1999) ، (واهبة، 2010). حجم الشركة له تأثير محتمل على ثقة واعتماد المجتمع. الشركات الكبرى لديها إمكانيات لمعرفة معلومات عن المجتمع وهذا بدوره يعطيها مميزات تنافسية أكثر لها (روسو وفوتس 1997). استخدمت الدراسة إجمالي الممتلكات لقياس الحجم أكد ذلك (واهبة 2015). تم دمج الشركة أيضاً كمتغير تحكم لأن مشكلات الإدارة والقرارات والمبادئ متجذرة في عمر الشركة (غرينر 1972). هذا الأخير يمتد من تاريخ بداية نشاط الشركة الى 2016 (السيد وواهبة 2013). وبالمثل، يتم استخدام الفعالية المالية كبديل عن المخاطر (غرايفز ووادوك 1997). إلى جانب تحمل الإدارة للمخاطر التي تؤثر على موقفها تجاه الأنشطة الاجتماعية. يتم قياسه بنسبة إجمالي الدين إلى إجمالي القيمة المالية. يتم تمثيل كثافة رأس المال من خلال نسبة الأصول الثابتة إلى إجمالي الأصول. لقد حولنا الحجم ليمثل باللوغاريتم .

5- 2 نموذج انحدار اللوحة

صممت هذه الدراسة لفحص العلاقة بين أرباح المسؤولية الاجتماعية للشركة ومعايير السوق للمسؤولية الاجتماعية للشركة. وقد تم استخدام المتغيرات المركبة للربحية وعوائد سوق الأسهم كمتغيرات تابعة، بينما تركز المسؤولية الاجتماعية للشركات CSR كمتغير مستقل. المعادلة الأولى تفحص العلاقة بين الربحية والمسؤولية الاجتماعية للشركات، بينما تركز المعادلة الثانية على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وعوائد سوق الأسهم (SMR). وهكذا، نقدم فيما يلي نموذج الدراسة.

$$Y_{it} + \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_1 CSR_{it} + \sum_{i=1}^n \beta_2 LEV_{it} + \sum_{i=1}^n \beta_3 CAP_{it} + \sum_{i=1}^n \beta_4 \Delta AGE_{it} + \sum_{i=1}^n \beta_5 SIZE_{it} + \epsilon_{it}$$

حيث:

يمثل Y الأداء المالي، و (β_0) ثابت، و $(\beta_1: \beta_5)$ هي معاملات المتغير المستقل

6- النتائج والتحليل

جدول رقم (05) : بيانات إحصائية للشركات قيد الدراسة

| المتغير | Obs | Mean | St. Dev | Min | Max |
|-------------------------------|-----|-------|---------|--------|-------|
| العائد على حقوق المساهمين ROE | 280 | 12.50 | 10.32 | -31.24 | 31.56 |
| ROA | 280 | 0.833 | 0.662 | -2.02 | 1.86 |
| NP | 280 | 3.586 | 1.84 | -4.32 | 5.163 |
| SR | 280 | 0.541 | 1.66 | -3.6 | 10.00 |
| PE | 280 | 15.02 | 31.80 | 0.00 | 461.8 |
| CSR | 280 | 0.413 | 0.178 | 0.00 | 0.852 |
| الحجم Risk | 280 | 6.123 | 0.505 | 4.81 | 7.43 |
| خطر CAE | 280 | 1.221 | 0.893 | 0.00 | 6.46 |
| CAP | 280 | 0.008 | 0.003 | 0.002 | 0.026 |
| العمر AGE | 280 | 72.6 | 1.94 | 4.00 | 123.0 |

جدول رقم (06): مصفوفة الارتباط

| المتغير | ROE | ROA | NT | SR | PE |
|---------|--------|-------|-------|-------|------|
| ROE | 1.00 | | | | |
| ROA | 0.860 | 1.00 | | | |
| NP | 0.7570 | 0.704 | 1.00 | | |
| SR | 0.050 | 0.001 | 0.003 | 1.00 | |
| PE | -0.046 | 0.060 | 0.047 | 0.079 | 1.00 |

*الارتباط المعنوي (P<5)

الفصل الثالث:.....عرض وتحليل تجربة بعض الشركات المصرفية الهندية

يوضح الجدول (05) إحصائيات المتغيرات المستخدمة في الدراسة. يبلغ متوسط درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات 0.41 والانحراف المعياري 0.17. توضح النتيجة أن CSR قد انتشرت في الهند، حيث يبلغ المتوسط 41 %، لكنه لا يزال يحتاج إلى قطع شوط طويل قبل أن يتم الاعتراف به كعنصر استراتيجي في العمل.

7- بناء مؤشر أداء مركب

من أجل الحصول على صورة واضحة لتحليلنا وتخطي مشكلة الأهداف المتباينة للشركة، واتفقا مع (ساندو وصوش 2008)، تم إنشاء مؤشر مركب للأداء المالي. كان عامل التحليل يستخدم لبناء مؤشر مركب. تم التحقق من الافتراضات المتعلقة بتحليل العوامل وكل بنجاح.

الشرط الأول هو الترابط الكبير بين المتغيرات. ارتباط ماتريكس المبين في الجدول رقم (06) يشير إلى أن المؤشرات المالية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً (ROE، ROA، NP، SR و PE) عند مستوى (0.05%) من الأهمية. يعتبر قياس (Kaiser-Meyer-Oklin KMO) لكفاية أخذ العينات اختباراً آخر لإظهار مدى ملاءمة البيانات لتحليل العوامل. (shafatMaqdool, Nasir Zameer 2017)

جدول رقم (07) : تحليل العوامل (المستديرة)

| variables | Factor 1(Factorloading | Factor 2(Factorloading) |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| ROE | 0.944 | -0.080 |
| ROA | 0.926 | 0.041 |
| NP | 0.879 | 0.037 |
| SR | 0.032 | 0.746 |
| PE | 0.035 | 1.08 |
| Eigen values | 2.52 | 21.74 |
| Percentage of variance | 50.47 | 72.21 |
| Cumulative % of variance | | |
| KMO value = 0.69 | Bartlett's test= 594.40 | P< 0.00 |

تحليل : نظرة سريعة على الجدول رقم (07)، الذي يصور نتائج تحليل العامل (المستدير)، يوضح أن تحليل العوامل قد اخرج لنا عاملين للأداء. العامل الأول يركز على الربح المحاسبي (ROE، ROA، NP) أو ما يسمى بالمرودية. أما العامل الثاني فيركز على عائدات الأسهم (SR و PE) الذي يسمى "عائد سوق الأسهم" (SMR). يستخدم معيار المتغير الخفي لاستخراج العوامل المرودية و عائد سوق الأسهم لهما قيمة إيغن 2.52

الفصل الثالث:.....عرض وتحليل تجربة بعض الشركات المصرفية الهندية

و 1.08، على التوالي. ويمثل مؤشر الحل الحالي 72.21 بالمئة من التباين الكلي، يكشف كيف يمثل حل عامل الإجمالي المتغيرات. بالنسبة لكل بنك، تم حساب متجه درجات العوامل لـ "المردودية" و "عائد سوق الأسهم" حيث المردودية = F, Z و عائد سوق الأسهم $F, Z =$ و f هو عامل نتيجة كامل ماتريكس (ماتريكس أعطي في الجدول رقم (04)، Z هي متجه القيم المعيارية لمتغيرات الأداء الخارجة (ROE، ROA، NP، SR و PE) التي بها تم تحليل العوامل (روميل 1988). في ضوء الطريقة المذكورة أعلاه، يمكن حساب المردودية و عائد سوق الأسهم SMR على النحو التالي:

$$\text{Profitability } \frac{1}{4} \text{ 0:37} \delta \text{P Z1} \text{p0:36} \delta \text{P Z2} \text{p0:34} \delta \text{P Z3} \text{p0:01} \delta \text{P Z4} \text{p0:014} \delta \text{P Z5}$$

$$\text{Stock Market returns } \frac{1}{4} -0:073 \delta \text{P Z1} \text{p0:038} \delta \text{P Z2} \text{p0:035} \delta \text{P Z3} \text{p0:66} \delta \text{P Z4} \text{p0:68} \delta \text{P Z5}$$

حيث تمثل Z1 و Z2 و Z3 و Z4 و Z5 القيمة المعيارية لـ ROE و ROA و NP و SR و PE على التوالي. هكذا $\frac{1}{4} Z$ (العائد على حقوق المساهمين للشركة "1" مطروحاً منه متوسط العائد على الاستثمار لجميع الشركات) مقسوماً على الانحراف المعياري لمتوسط العائد على حقوق المساهمين.

جدول رقم (08) : معامل درجة العامل

| المتغير | الربحية | II-SMR |
|-----------------------------|---------|--------|
| العائد على حقوق الملكية ROE | 0.374 | 0.073- |
| ROA | 0.367 | 0.038 |
| NP | 0.348 | 0.035 |
| SR | 0.012 | 0.664 |
| PE | 0.014 | 0.686 |

جدول رقم (09) : نتائج الانحدار

| | المتغيرات التابعة الربحية | SMR |
|------|---------------------------|--------------|
| CSR | 0.536(0.03)** | 0.365(0.07)* |
| Size | 4.88(0.001)*** | 49.12(0.19) |
| Risk | -0.015(0.87) | -0.004 |
| cap | -80.03(0.01)*** | (0.02)** |

| | | |
|--------------------|-----------------|-------------|
| Age | -0.493(0.00)*** | (0.02)** |
| constant | 6.362(0.01)*** | 1.385(0.12) |
| R*R | 0.46 | 0.21 |
| f-test | 8.15** | 1.00 |
| LM-test | 27.70** | 0.38 |
| Hausman test | 256.4** | - |
| Hetttest | 8479.8** | 299.1** |
| Serial correlation | 0.005 | 2.869 |
| collinearity | 9.66 | 1.22 |

- الأرقام الموجودة بين قوسين هي الأخطاء المعيارية HAC التي تم تصحيحها
- يوفر اختبار F اختبار لنموذج OLS المجمع مقابل تعديل التأثيرات الثابتة
- اختبار LM هو Breusch و(1980). مضاعف لجرانج Ljung-Box Multiplier الذي يختار بين OLS و REM
- Hausman هو اختبار موصفات التأثيرات العشوائية (1978)
- Hetttest هو اختبار احصائي
- معدل التحقق من عدم التباين Greene , Breusch (2003)
- الارتباط التسلسلي هو اختبار wooldridge للترابط الذاتي في نماذج بيانات اللوحة، VIF هو متوسط التحقق من الارتباط التسلسلي في النموذج
- *p<0.10
- **P<0.05
- ***p<0.01-

جميع الشركات بإتباع نفس الإجراء لجميع الشركات، نحسب Z2 و Z3 و Z4 و Z5. بعد ذلك، يمكننا أن نحسب القيم القياسية لعائد السوق والمردودية لجميع الشركات.

نتائج نموذج اللوحة

في النموذج الأول، حيث يتم فحص العلاقة بين الربحية والمسؤولية الاجتماعية للشركات، كل من اختبار F و BP - LM و اختبار Hausman ممثل ب: ص 0.05 انظر الجدول رقم (09) يدعم نموذج الأثر الثابت (بالتالي)

وغريفين 1995). وبالمثل، في النموذج الثاني الذي يختبر العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وعائد اسهم السوق. اختبار F لو اختبار BP-LM نتائج مهمة.

0.05 p4، وبالتالي يدعم OLS البسيط على نماذج اللوحة البديلة. اختلاف التباين والارتباط التسلسلي هما مشكلين رئيسيين في التحليل الانحداري. هاتين المشكلتين تعطيان نتائج غير دقيقة (غوجاراتي وبورتر 2003) لذلك، تم إجراء اختبار والد، (غرين 2003) و (ولدرج 2003) للتأكد من اختلاف التباين والارتباط التسلسلي، على التوالي. كلا النموذجين متأثر باختلاف التباين كما هو موضح في الجدول رقم (09). لذلك، طبقت الدراسة نموذج الخطأ المعياري لتحقيق نتائج أفضل غير متحيزة.

يصور الجدول رقم (08) نتائج كلا النموذجين؛ تم إنشاء النموذج 1 للتحقق من تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على المتغير المركب للربحية، وبالمثل، تم إنشاء النموذج 2 للتحقق من العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والمتغير المركب لأداء سوق الأسهم. في نموذج السجل في كلا النموذجين. إن الإحصائيات F مهمة لكلا النموذجين عند مستوى أهمية 1 بالمائة، وتثبت أن النموذجين مناسبان للتحليل. R2، الذي يفسر القوة التفسيرية للنموذج، هو 46% و 21% للنموذج الأول والثاني على التوالي، وتبين النتيجة التأثير الإيجابي للمسؤولية الاجتماعية للشركات على الربحية والعوائد في سوق الأسهم. نتائجا متوافقة مع (إحسان وكليم 2012). لذلك، يمكن اعتبار مبادرات المسؤولية الاجتماعية كإستراتيجية تخلق الشرعية والسمعة ومزايا تنافسية: تخلق المسؤولية الاجتماعية المثالية أسطولا من أصحاب المصلحة الراضي الذين يجلبون الفعالية وخفض التكاليف من خلال وسائل مختلفة تعزز في النهاية أداء الشركة. العمال الراضين يعوضون الشركة من خلال مكاسب الإنتاجية وتقليل تكاليف التوظيف والتدريب، ويقوم العملاء بتعزيز المثل العليا للسلع من خلال سلوك الشراء المتكرر، ويقرض المستثمرون الراضون رأس المال بمعدل أقل تكلفة.

من جهة أخرى يقلل المجتمع الراض من تكلفة الإعلان، ويحث على الإشراف البيئي الظروف المواتية، وتحسين الموردين يقلل من تكاليف شهادة الجودة، وبالمثل، عندما تعزز الشركات المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه أصحاب المصلحة، فإن المستهلكين لا يحبون الشركات أو يحترمونها أو يعجبون بها فحسب، بل يتعاطفون معها أيضاً وتبين أن تحديد الهوية قوي ومستمر (Sen Bhattacharya 2001) وبالتالي أصبح هؤلاء العملاء علامة تجارية يظهرون ولاء دائما للشركة (Gillentine 2006). كل هذه الأنشطة ستخلق ميزة تنافسية للشركة (Porter & Kramer 2002). أي إن المسؤولية الاجتماعية يمكنها جلب فوائد كثيرة للشركات .

خلاصة

بعد عرض وتحليل الدراسة المتعلقة بشركات مصرفية هندية مدرجة في بورصة الأوراق المالية و باستخدام طريقة محسنة ومميزة للتحقق من تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على الربحية وعائد سوق الأسهم الهندي، تبين أن الدراسة استخدمت مجموعة بيانات من 28 مصرفاً تجارياً هنديةً لمدة 10 سنوات. وبالمثل، تم دمج الحجم والمخاطر وكثافة رأس المال والعمر كمتغيرات تحكم، والنتيجة تظهر أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر بشكل إيجابي على الربحية وعائدات سوق الأسهم، مما يعني أن دمج المسؤولية الاجتماعية في الشركات تعد مصدراً ثميناً، يمكن استغلالها لخلق ميزة تنافسية للشركة.

لهذه الدراسة آثار مهمة على المديرين الاستراتيجيين. أولاً، بالنظر إلى تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء الشركة، ينبغي أن تولي الشركات اهتماماً كافياً لمسؤولياتها الاجتماعية، ولا ينبغي التعامل معها على أنها نشاط اختياري بدلاً من ذلك يجب أن يتكامل مع إستراتيجية العمل طويلة المدى. ثانياً، عندما يتم دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل مناسب في عمليات الأعمال، يصبح الهدف الاجتماعي والمالي أسهل ويسفر عن أداء مالي أفضل. وبالتالي يجب على مديري الشركات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها واحدة من وظائف الأعمال الأساسية.

خاتمة

في البيئة المعاصرة للأعمال أصبحت الشركات المحرك الرئيسي لاقتصاديات الدول، حيث أن مكانتها هي التي تحدد مكانة الاقتصاد لما لها من دور في التأثير الكبير على المجتمع والاقتصاد اللذان تنشط فيهما. فالشركة مسؤولة أمام هذا المجتمع، وهذه المسؤولية لا تقتصر على بعد واحد وهو البعد الاقتصادي بل تسعى إلى البعد الاجتماعي والبيئي. فمسؤولية الشركة الآن هي مسؤولية متعددة لأنها لا تعتبر شركة اقتصادية فقط بل تعتبر شريك اجتماعي كذلك، أي الانتقال من النموذج الاقتصادي الربحي إلى النموذج الاقتصادي الاجتماعي، لذلك أصبح لزاما على الشركات أن تولي مسؤوليتها الاجتماعية اهتماما متزايدا سواء بالمشاركة المباشرة أو بدعم الأنشطة الاجتماعية وتكوين العاملين.

تعتبر المسؤولية الاجتماعية مصدرا للنجاح والتفوق وحلا للعديد من المشاكل التي تواجه الشركة كإخفاض مستوى أدائها يعطي ميزة تنافسية، وتحسين أداء الشركة عند الاهتمام بها فهو مورد إستراتيجي يؤدي عند الاهتمام به إلى خلق قيمة للشركة و الارتقاء بأدائها و توقعها في السوق ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات .

1- نتائج الدراسة

تشير هذه الدراسة إلى مايلي:

- أن المسؤولية الاجتماعية هي ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة، وصممت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة، إضافة إلى المساهمين.
- تشمل المسؤولية الاجتماعية ثلاث أبعاد هي البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي، والبعد البيئي. فالمشاركة ببرامج تغطي هذه الأبعاد الثلاثة يعتبر مثاليا للوصول إلى منظمة مواطنة ومسؤولة اجتماعيا.
- يمكن قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال عدد من المعايير أو المؤشرات والتي تمكننا من الحكم على مدى التزام الشركات بها.
- بالنسبة للأداء المالي هو: " تشخيص الصحة المالية للشركة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجابهة المستقبل، من خلال الاعتماد على الميزانيات، جدول حسابات النتائج، والجداول الملحقه " .

- يتم تقييم الأداء المالي للشركات باستعمال مجموعة معينة من المؤشرات والنسب المالية المحددة مسبقا والمتعارف عليها بالاعتماد على القوائم المالية لهاته الشركات.
- هناك علاقة بين الأداء المالي والمسؤولية الاجتماعية.

2- الاقتراحات

- من خلال الدراسة التي قمنا بها ومن خلال النتائج المتوصل إليها خلصنا إلى مجموعة من الاقتراحات يمكن إيجازها فيما يلي:
- الاهتمام الجدي بدراسة موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركة والتشديد على ضرورة تبنيها خاصة على مستوى الشركات العمومية.
- نشر مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الأوساط الاجتماعية وليس فقط في عالم المال والأعمال من خلال تعزيز هذا المفهوم عن طريق وسائل الإعلام ،واقامة محاضرات وندوات ودورات تدريبية بمشاركة جميع المنظمات الحكومية وغير الحكومية والمجتمع المدني بشكل عام.
- إنشاء هيئة حكومية يكمن دورها أساسا في التعريف بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات ، وصياغة إستراتيجية واضحة في هذا المجال.
- تبني الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية يحقق فوائد عديدة للمجتمع كتقديم السلع الصحية، والمحافظة على البيئة، وزيادة ولاء العاملين... إلخ. كما تسفيد الشركات من خلال خلق علاقات جيدة مع المساهمين والعمال وغيرهما.

3- أفاق الدراسة

- لقد أبرزنا في دراستنا أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على أدائها المالي. لكن يجب القول أن دراستنا هذه لم تلم بجميع جوانب موضوع الدراسة وتبقى مفتوحة لتناول جوانب أخرى هامة في مجال المسؤولية الاجتماعية لتحقيقها. ومن الجوانب التي تستحق الدراسة نقترح المجال مايلي:
- المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية المستدامة؛
- محاسبة المسؤولية الاجتماعية وأثرها في تحقيق أهداف الشركات غير الربحية؛
- دراسة أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في قطاع التأمينات؛
- تقييم مدى تطبيق الشركات الجزائرية الاقتصادية لمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب

- 1- إبراهيم عبد الحليم عباده، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس، عمان الأردن، 2008.
- 2- إلياس بن الساسي، يوسف قريشي، التسيير المالي والإدارة المالية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2006 .
- 3- أحمد محمد فهمي البرزنجي، نزار عبد المجيد البرواري، إستراتيجية التسويق، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008.
- 4- أسعد حميد العلي، الإدارة المالية الأسس العلمية والتطبيقية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012.
- 5- بلال خلف السكارنة، أخلاقيات الأعمال، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2009.
- 6- ثامر ياسر البكري، إستراتيجيات التسويق الأخضر، الطبعة الأولى، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012.
- 7- ثامر ياسر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، الطبعة الأولى، دار الحامدية للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، 2014.
- 8- حمزة محمود الزبيدي، الإدارة المالية المتقدمة، دون طبعة، مؤسسة الورق، الأردن، 2004.
- 9- خالد محمد بني حمدان، وائل محمد إدريس، الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي (منهج معاصر)، دون طبعة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2009.
- 10- دريد كامل آل شهيب، مقدمة في الإدارة المالية المعاصرة، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2007.
- 11- عامر عبد الله، التحليل والتخطيط المالي المتقدم، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان-الأردن، 2015.

- 12- عبد الرزاق سالم الرحاحلة، المسؤولية الإجتماعية، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011.
- 13- عدنان تايه النعيمي، راشد فؤاد التميمي، التحليل والتخطيط المالي إتجاهات معاصرة ، دون طبعة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008.
- 14- علي فلاح الزعبي، عبد الوهاب بن بريكة، مبادئ الإدارة الأصول والأساليب العلمية، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013.
- 15- علا نعيم عبد القادر وآخرون، مفاهيم حديثة في إدارة البنوك ، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، 2012.
- 16- فلاح حسن الحسني، مؤيد عبد الرحمان الدوري، إدارة البنوك: مدخل كمي وإستراتيجي معاصر، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، عمان- الأردن، 2008.
- 17- فهمي مصطفى الشيخ، التحليل المالي، الطبعة الأولى، فلسطين، 2008.
- 18- فيصل محمود الشواورة، مبادئ الإدارة(إطار نظري ومحتوي عملي)، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2013.
- 19- مبارك لسوس، التسيير المالي، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات العربية، الجزائر، 2004.
- 20- محمد الصرفي، المسؤولية الإجتماعية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
- 21- محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثرة على عوائد أسهم الشركات، دون طبعة، دار الحامدية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010.
- 22- مجيد الكرخي، تقويم الأداء بإستخدام النسب المالية، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2007.
- 23- مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، الطبعة الأولى ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2016.

- 24- مفلح محمد عقل ، الإدارة المالية والتحليل المالي ، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2009.
- 25- منير دريدي وآخرون، المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربة النظرية والممارسات التطبيقية، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين- ألمانيا، 2019.
- 26- منال محمد عباس ، المسؤولية الإجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، دون طبعة، دار المعرفة الجامعية طبع نشر وتوزيع، الإسكندرية، 2014.
- 27- مؤيد عبد الرحمان الدورين نولر الدين أديب أبو زياد، التحليل المالي بإستخدام الحاسوب، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2006.
- 28- وائل محمد صبحي إدريس، طاهر محسن منصور الغالبي، أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2009.

29 - Kamel Hamdi, *Le Diagnostic Financier*, es-Salam Edition ,Alger,2001.

الرسائل الجامعية

- 1- إيتسام حلوف، صباح موهب، دور ممارسات المسؤولية الإجتماعية في تسويق الخدمات الصيدلانية، مذكرة ماستر، جامعة جيجل، 2014.
- 2- بوضياف صفاء، دور المعلومة المالية في تقييم الأداء المالي و التنبؤ بالفشل المالي، دراسة تطبيقية في قطاع الحليب ومشتقاته، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2018.
- 3- بن عمر عبد العالي، دور نظام المعلومات المحاسبية في تحسين الأداء المالي للمؤسسة الصناعية دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج جيجل، مذكرة ماجستير، جامعة جيجل، 2017.
- 4- توفيق سميح محمد الأغوات، دور المؤشرات المالية في تقييم الأداء المالي لشركة البوتاس العربية، رسالة ماجستير، جامعة الإسراء، عمان-الأردن، 2015.

- 5- جهيدة بوالبصل، مديحة لوقادي، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق المسؤولية الإجتماعية، مذكرة ماستر، جامعة جيجل، 2015.
- 6- جودي محمد رمزي، أثر تطبيق معايير التقارير المالية الدولية على تقييم الأداء المالي في المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.
- 7- حسن سليمان محمد أبو عودة، مدى قدرة النسب المالية على تحسين نوعية المعلومات للشركات الخدمية المدرجة في بورصة فلسطين دراسة حالة مجموعة الإتصالات الفلسطينية، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017.
- 8- حنان جودي، إستراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار لتدرج الفجوة الإستراتيجية والإندماج في الإقتصاد التنافسي دراسة حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.
- 9- شدى عادل أحمد غبن، واقع المسؤولية الإجتماعية تجاه الموظفين من قبل الإدارة العليا، رسالة ماجستير، جامعة القدس، 2017.
- 10- ضيافي نوال، المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010.
- 11- عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسات الإقتصادية قياس وتقييم، دراسة حالة مؤسسة صناعة التوابل ببسكرة، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2002.
- 12- قرصي شافية ، دور المسؤولية الإجتماعية الإجتماعية في ترقية الميزة التنافسية في المؤسسة، دراسة حالة بعض المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2016.
- 13- معوج بلال ، دور التحليل المالي بالمشورات المالية في تقييم الأداء المالي بالمؤسسة مذكرة ماجستير، جامعة جيجل، 2016. INCA ROUIBA الإقتصادية دراسة حالة مؤسسة
- 14- ناهد أحمد محمد، أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء، مذكرة ماجستير، جامعة السودان، 2015.

15- نهى نظمي عبد الله جعبري، المسؤولية الاجتماعية للشركات العائلية: "الإشكاليات والمقترحات"، رسالة ماجستير، جامعة الخليل، فلسطين، 2016.

16- وسيلة بلهادي، دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تعزيز العلاقات مع أصحاب المصالح، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2019.

17- Richarde-Smith, **Defining Corporate Social Responsibility : A Systems Approach for Socially Responsible Capitalism**, Master of Philosophy These university of Pennsylv vanaia ,2011.

المؤتمرات والملتقيات

1- محمد نجيب دبابش، طارق قدوري، دور النظام المحاسبي في تقييم الأداء المالي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني حول واقع آفاق النظام المحاسبي المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 5 و6 ماي 2013.

2- محمد جلال أحمد، طلال الكسار، إستخدام مؤشرات النسب المالية في تقويم الأداء المالي والتنبؤ بالأزمات المالية للشركات (الفشل المالي)، بحث مقدم ضمن المؤتمر العلمي الدولي السابع لكلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء الخاصة، الأردن، 2009.

3- جديدي روضة، جديدي سميحة، الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية كتوجه إستراتيجي لإستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني حول إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي يومي 06-07- ديسمبر 2017.

4- صالح السحباني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية تقييم ولستشراف، بيروت - لبنان، يومي 23-25 مارس 2009.

5- عبد السلام مخلوف، سفيان عبد العزيز، تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعددة الجنسيات، الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، يومي 14-15 فيفري 2012.

المجلات والمقالات

- 1- جميل حسن النجار، المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال واثرها على الأداء المالي، كلية العلوم الإدارية و الاقتصادية 2016 .
- 2- عبد الغني دادن، قراءات في الأداء المالي والقيمة في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الباحث، العدد04، جامعة ورقلة، الجزائر، 2006.
- 3- عبد الملوك مزهود، الأداء بين الكفاءة والفعالية (مفهوم وتقييم)، مجلة العلوم الإنسانية، العدد02، جامعة خيضر، بسكرة، 2001.
- 4- عدنان مريزق ، زويطة محمد الصالح، سبيل تفعيل الشراكة بين القطاع الخيري لدعم المؤسسة الاجتماعية، الجزائر، 2012.
- 5- محمد راتول، العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد04، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2016.
- 6- هوارى السويسي، دراسة تحليلية لمؤشرات قياس أداء المؤسسات من منظور خلق القيمة، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد07، 2010.
- 7- وهيبة رمضان محمد محسن، إبراهيم فضل المولى البشير، أثر إستراتيجية التمييز في الأداء المالي للمصارف التجارية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان، العدد 16، 2015.
- 8 - Archic B-carroll ,**The Pyramid of Gorporate, Socoil Responsapility Toward The Moral Management of Organizational stakeholder Business**,Vd34, July-August,1991.
- 9 - Bougaham Mohamed, **Diagnostic financier d'une Entreprise cas de cevital SpA**, Université A-Mira de Bejaia ,2015.
- 10 - Johan Maina Kinyugo, **The Offect of Cost Efficency On Financial Performance Of Companies listed On Nairobi Securities Exchange** ,Aresearch Progett Report Submitted In Partial Fulfillment of The Requirements for The aword of The Univercity of NAIROBI ,2014.
- 11- M.Nasir Zameern, **Corporate social responsibility and financial performance :An empirical analysis of Indian banks shafat Maqbool**,N04 ,2018.

- 12- Theodor Hposter, **Gregory Streib, Elements of Strategic Planning and Management in Municipal Government : Status offer two Decades**, Puplic Adiniration Review,Vd65,N01,2005.

الملاحق

الملحق رقم: (01)

أ - نسب السيولة

***نسبة التداول:**

"تعتبر هذه النسبة من أقدم النسب وأوسعها انتشارا وتستخدم كمعيار أولي وجوهري لمعرفة قدرة المؤسسة على مواجهة التزاماتها قصيرة الأجل من موجوداتها المتداولة"

وتحسب هذه النسب كمايلي:

نسبة التداول =الموجودات المتداولة /المطلوبات

***نسبة السيولة السريعة (الفورية):**

تقيس هذه النسبة "قدرة المؤسسة على سداد التزاماتها قصيرة الأجل دون الاعتماد على البضاعة"

وتحسب بالمعادلة التالية :

نسبة السيولة السريعة =الأصول المتداولة -المخزون /الخصوم المتداولة

***نسبة السيولة النقدية :**

تبين هذه النسبة مدى قدرة المؤسسة على تسديد ديونها قصيرة الأجل بالاعتماد على السيولة الموجودة حاليا تحت تصرفها فقط دون اللجوء إلى كل قيمة غير جاهزة كما تبين عدد مرات قابلية الأصول النقدية وشبه النقدية على تغطية الالتزامات المتداولة ،وتعتبر مؤشر على المدى الذي تستطيع فيه المؤسسة دفع التزاماتها المتداولة بواسطة السيولة النقدية المتوفرة لديها .

وتحسب وفقا للعلاقة التالية:

نسبة النقدية =النقدية + شبه النقدية / الخصوم المتداولة.

الملحق رقم: (02)

ب-نسب النشاط

وتتضمن المؤشرات الآتية :

*نسب دوران المخزونات

من المشاكل التي تصادف المسيرين هو بطؤ حرة المخزونات، حيث أن الاستثمار في المخزون لا يحقق ربحا طيلة مدة التخزين، لذلك يسمى بالاستثمار الجامد، وكلما طالت مدة التخزين تحملت المؤسسة أعباء أكبر لذلك تعمل الإدارة على زيادة سرعة الدوران.

تختلف سرعة دوران المخزونات حسب اختلاف طبيعة نشاط المؤسسة مهما كان تجاريا أو تحويليا(صناعي وزراعي) :

-في المؤسسة التجارية

-مدة دوران البضائع=متوسط المخزون من البضائع*360/المشتريات السنوية من البضائع.

وتمثل المدة المتوسطة التي تبقى شحنة البضائع داخل المخزون أو هي المدة المتوسطة التي: تفصل بين تاريخ الشراء وتاريخ البيع.

-عدد دورات البضائع= المشتريات السنوية من البضائع/متوسط المخزون من البضائع

يمثل العدد المتوسط للطلبات السنوية من البضائع.

-في المؤسسة التحويلية

-مدة دوران الموارد واللوازم= متوسط المخزون من الموارد واللوازم*360/المشتريات السنوية من اللوازم.

تمثل المدة المتوسطة التي يبقى فيها مخزون الموارد واللوازم في المخزون.

-عدد دورات مخزون الموارد واللوازم سنويا=المشتريات السنوية من الموارد واللوازم/متوسط المخزون من الموارد واللوازم

يمثل العدد المتوسط للطلبات من الموارد واللوازم التي تدخل للمخزون.

-مدة دورة المنتجات التامة=متوسط مخزون المنتجات التامة*360/التكلفة السنوية للوحدات المنتجة.

تمثل المدة المتوسطة التي تبقى المنتجات التامة في المخزون وهي المدة التي تفصل بين تاريخ الخروج من ورشة وتاريخ البيع.

-عدد دورات المنتجات التامة= التكلفة السنوية للوحدات المنتجة/متوسط مخزون المنتجات التامة.

يمثل العدد المتوسط لعمليات التصريف (البيع).

*دورة الزبائن

- مدة التحصيل من الزبائن=(الزبائن+أوراق القبض)*360/رقم الأعمال السنوي.
- تمثل المدة المتوسطة للبيع الأجل، أو متوسط مدة تحصيل الزبائن وأوراق القبض.
- عدد التحصيلات من الزبائن=رقم الأعمال السنوي/(الزبائن+أوراق القبض)
- يمثل العدد المتوسط لتحصيلات قيم المبيعات.

*دورة الموردين

- مدة التسديد للموردين=(الموردين +أوراق الدفع)/360/المشتريات السنوية
- تمثل المدة المتوسطة للشراء الآجل، أو المدة المتوسطة التي تبقى المؤسسة للوفاء بالتزاماتها إتجاه الموردين.

- عدد دورات الموردين=المشتريات السنوية/(الموردين+أوراق الدفع).
- يمثل العدد المتوسط لعمليات الشراء التي تقوم بها المؤسسة.

*دوران الأصول

تتمثل نسب دوران الأصول فيما يلي:

- معدل دوران الأصول الثابتة= صافي المبيعات/ مجموع الأصول الثابتة
- تعد هذه النسبة مؤشر على مدى كفاءة المؤسسة في استغلال أصولها الثابتة لتوليد المبيعات.
- معدل دوران الأصول المتداولة= صافي المبيعات/ مجموع الأصول
- تدل هذه النسبة على مدى كفاءة المؤسسة في استغلال أصولها المتداولة في توليد المبيعات وبالتالي تحقيق الربح والتقليل من الاعتماد على القروض.

الملحق رقم: (03)

ج- نسب المديونية

*نسب الديون إلى إجمالي الأصول

تعرف هذه النسب أيضا بنسبة المديونية حيث يتم من خلالها بدراسة مدى مساهمة الإلتزامات في تمويل إمتلاك الأصول، وتحسب كما يلي:

نسبة الديون إلى إجمالي الأصول = إجمالي الديون / إجمالي الأصول

*نسبة تغطية الفوائد

تعبر هذه النسبة عن قدرة المؤسسة على دفع فوائد القروض من الدخل المتحقق قبل الفوائد والضريبة وكلما كانت هذه النسبة أكبر من 1 كلما دل على مقدرة المؤسسة على سداد الفوائد، وتزداد ثقة المقرضين بالمؤسسة.

ويمكن حسابها من خلال الصيغة التالية:

نسبة تغطية الفوائد = صافي الربح قبل الفوائد والضرائب / مصروف الفائدة

يعتبر هامش أمان لاستمرارية المؤسسة، إذ كلما كان المعدل أعلى كلما زاد هامش الأمان، حيث أن عدم قدرة المؤسسة على مقابلة أعباء التمويل قد يؤدي إلى إفلاسها.

*نسبة حقوق الملكية إلى الأصول الثابتة

يمكن التعبير عن هذه النسبة بالصيغة التالية:

نسبة حقوق الملكية إلى الأصول الثابتة = حقوق الملكية / مجموع الأصول

توضح هذه النسبة مدى مساهمة مصادر التمويل الداخلية في اقتناء الأصول الثابتة، فالحصول على مؤشر عال في هذه النسبة يبين وضعاً مالياً جيداً للمؤسسات، مما يعني إمكانية منح هذه المؤسسات قروضا بضمان أصولها الثابتة حيث تمثل هذه الأصول أحد أهم ضمان للمقرضين.

* نسبة الديون إلى حقوق المساهمين أو حقوق المالكين

تحسب هذه النسبة على النحو التالي:

نسبة الديون إلى حقوق المالكين = إجمالي الديون (قصيرة وطويلة الأجل) / صافي حقوق المالكين

تعبّر هذه النسبة عن مدى المخاطر المالية التي يتعرض لها المقرضين والمستثمرين ، فكلما ارتفعت هذه النسبة زادت احتمالات عدم قدرة المؤسسة على خدمة دينها وزادت مخاطر المقرضين ، وتزيد أيضا مخاطر المستثمرين لأن عدم القدرة على خدمة الدين قد يؤدي إلى الإفلاس.

الملحق رقم: (04)

هـ - رأس المال العامل (FR)

يحسب رأس المال العامل بطريقتين هما:

$$\text{رأس المال العامل} = \text{الأموال الدائمة} - \text{الأصول الثابتة}$$
$$\text{رأس المال العامل} = (\text{الأموال الخاصة} + \text{الديون طويلة}) - \text{الأصول الثابتة}$$

*من أعلى الميزانية:

$$\text{رأس المال العامل} = \text{الأصول المتداولة} - \text{دين قصيرة الأجل}$$

*من أسفل الميزانية:

*الحالات الممكنة لرأس المال العامل

هناك ثلاث حالات مختلفة لرأس المال العامل وهي:

- رأس المال العامل الموجب: يدل على وجود فائض في السيولة في المدى القصير مما يعبر عن وفاء الشركة وقدرتها على الوفاء بديونها عند تاريخ لاستحقاق، كما تلجأ المؤسسة في هذه الحالة إلى مواجهة مشاكل غير متوقعة في حالة حدوثها بسبب الاضطرابات التي تحدث في دورة الاستغلال.

- رأس المال العامل سالب: يعني أن المؤسسة غير قادرة على الوفاء بالتزاماتها اتجاه الغير ، ويتطلب منها إجراءات تصحيحية أو تعديلات من أجل تحقيق التوازن المالي، ويدل أيضا على أن هناك جزء من الاستثمارات ممول من طرف الديون قصيرة الأجل وهذا ليس توظيفا عقلانيا لأموال المؤسسة.

- رأس المال العامل معدوم: يعني أن المؤسسة قادرة على الوفاء بديونها في ميعاد استحقاقها، وهذه الحالة صعبة التحقيق لعدم إمكانية تحقيق السيولة الكافية والالتزامات لمدة طويلة.

*أنواع رأس المال العامل

هناك أنواع من رأس المال العامل يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

*رأس المال العامل الخاص

يبين مدى تغطية الأموال الخاصة المتكونة من حقوق الملكية للمساهمين بمفردها للأصول الثابتة، من دون الاستعانة بالجزء المتبقي من الأموال الدائمة والمتمثلة في القروض طويلة الأجل، أو مدى اكتفاء المؤسسة بالأموال الخاصة من دون الاستعانة بالموارد المالية الأجنبية

ويحسب كما يلي:

رأس المال العامل الخاص = الأموال الخاصة - الأصول الثابتة

*رأس المال العامل الأجنبي

هو جزء من الديون الخارجية التي تمول رأس المال العامل الإجمالي أو الأول المتداولة، ويحسب بالعلاقة التالية:

رأس المال العامل الأجنبي = مجموع الخصوم غير الجارية (الديون طويلة ومتوسطة الأجل)

*رأس المال العامل الإجمالي

يعني بهذا المفهوم مجموع عناصر الأصول التي يتكلف بها نشاط إستغلال المؤسسة، وهي مجموع الأصول التي تدور في مدة سنة أو أقل وتشمل مجموع الأصول المتداولة أي:

رأس المال العامل الإجمالي = الأصول المتداولة

ر م ع = الأصول - الأصول الثابتة

الملحق رقم: (05)

ي - الاحتياج في رأس المال العامل

ويتم حساب احتياجات رأس المال العامل وفق العلاقة التالية:

احتياجات رأس المال العامل = (الأصول المتداولة – القيم الجاهزة) - (الديون قصيرة الأجل – القروض المصرفية)

حالات احتياجات رأس المال العامل

توجد ثلاث حالات لاحتياجات رأس المال العامل وهي:

: يعني أن احتياجات الدورة أكبر من موارد الدورة، أي أن موارد الدورة غير كافية **موجب BFR***

لتغطية احتياجات الدورة، وعليه فإن الجزء الفائض من الاحتياجات يجب تغطيته بواسطة رأس المال العامل؛

سالب: هذا يعني أن احتياجات الدورة أقل من موارد الدورة وفي هذه الحالة الموارد تغطي **BFR***

الاحتياجات، لذا فالمؤسسة ليست بحاجة إلى رأس مال عامل موجب نظرياً، ولكن تطبيقاً على المؤسسة أن توفر رأس مال عامل موجب لمواجهة الأخطار المحتملة، وهنا قد يشكل إشكالا بالنسبة للمؤسسة؛

معدوم: هذا يعني أن احتياجات الدورة مساوية لموارد الدورة، وفي هذه الحالة تغطي دورة **BFR***

الاستغلال، فالمؤسسة هنا لا تحتاج إلى تمويل خارج دورة الاستغلال، وهذا يعني ألا توجد أي مصادر إضافية للتمويل كون موارد الدورة قامت بتغطية احتياجات الدورة دون زيادة، أي تحقق التوازن.

تتشكل الاحتياجات في رأس المال العامل من مكونين:

- الاحتياجات لرأس المال العامل للاستغلال؛

- الاحتياجات لرأس المال العامل خارج الاستغلال؛

*الاحتياجات لرأس المال العامل للاستغلال

يعبر عن الفرق بين استخدامات الاستغلال وموارد الاستغلال ويتم حسابه كما يلي:

الإحتياج في رأس المال العامل للإستغلال = استخدامات الإستغلال – موارد الإستغلال

*الاحتياجات في رأس المال العامل خارج الإستغلال

يعبر عن الفرق بين استخدامات خارج الاستغلال وموارد خارج الاستغلال كما توضحه العلاقة

التالية:

الاحتياج في رأس المال العامل خارج للاستغلال = استخدامات خارج الاستغلال - موارد خارج الاستغلال

الملحق رقم: (06)

ن - الخزينة

يمكن استخلاص وضعية الخزينة بمقارنة رأس المال العامل مع احتياجات رأس المال العامل

نجد:

- الخزينة موجبة: رأس المال العامل < احتياجات رأس المال العامل

- الخزينة سالبة: رأس المال العامل > احتياجات رأس المال العامل
- الخزينة صفرية: رأس المال العامل = احتياجات رأس المال العامل

الملحق رقم: (07)

المؤشرات الحديثة: القيمة الاقتصادية المضافة والقيمة السوقية.

أ- كيفية حساب القيمة الاقتصادية المضافة

تحتسب القيمة الاقتصادية المضافة كما يلي:

$$\text{القيمة الاقتصادية المضافة} = \text{الربح الصافي التشغيلي بعد الضريبة} + (\text{رأس المال} \times \text{تكلفة رأس المال})$$

حيث أن:

- الربح الصافي التشغيلي بعد الضرائب هو معيار للأرباح الاقتصادية.
- رأس المال: هو القيمة الدفترية لجميع عناصر رأس المال.
- تكلفة رأس المال: ويستخدم في حسابها نموذج تأشير الموجودات الرأسمالية، من خلال العلاقة التالية:

القيمة الاقتصادية المضافة = (معدل العائد على رأس المال المستثمر - معدل تكلفة الدخل) × رأس المال المستثمر

$$EVA = CPITAL INVEST \times (ROIC - WACC)$$

حيث:

: معدل العائد على الأموال المستثمرة. ROIC

: التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال. WACC

فإذا كانت القيمة الاقتصادية المضافة موجبة فإن ذلك يعني أن المؤسسة ساهمت بشكل مباشر في التأثير في ثروة الملاك، بسبب إما زيادة في أرباح التشغيل بعد الضريبة أو انخفاض تكلفة الاستثمار، أما إذا كانت القيمة الاقتصادية سالبة، فإن ذلك يعني أن الشركة تستهلك رأس المال المستثمر أكبر من ربح العمليات التشغيلية مما يؤثر سلباً على ثروة الملاك .

ب- كيفية حساب القيمة السوقية المضافة

إذا كانت القيمة الاقتصادية المضافة تحسب لكل فترة (سنة)، فإن القيمة السوقية المضافة تحسب لمجموعة من السنوات، حيث تمثل القمة الحالية لسلسلة القيم الاقتصادية المضافة المقدرة لحضة التقييم.

وتعطي القيمة السوقية المضافة وفق العلاقة التالية:

$$MVA = \sum_{t=1}^n \frac{EVA_t}{(1+K)^t}$$

t. القيمة السوقية للشركة خلال الفترة **MVA**:

t. : القيمة الاقتصادية المضافة للفترة **EVA**

. t التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال في الفترة **K**:

ملخص

ملخص

هدفت هذه المذكرة إلى دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على أدائها المالي. تمحور الإطار النظري للدراسة حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وهو مفهوم يعني مراعاة الشركات للإنشغالات الاجتماعية والبيئية عند أداء نشاطاتها الاقتصادية وفي علاقاتها مع أصحاب المصالح. كما تضمنت الجوانب النظرية الأداء المالي الذي يعني التشخيص السليم للصحة المالية للشركة من اجل معرفة ما إذا كانت لديها القدرة على تحقيق أرباح لضمان استدامتها، وهذا بالاعتماد على مقاييس ونسب. أما الجانب التطبيقي للدراسة فقد شمل عينة من الشركات المالية الهندية المدرجة في بورصة مومباي بناء على دراسات سابقة. كشفت الدراسة أنه كلما أولت الشركات اهتماما كافيا بالمسؤولية الاجتماعية كلما أصبح كل من العمل الاجتماعي والأداء المالي أفضل. كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر ايجابي للمسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات قيد الدراسة، حيث أنها عززت مزاياها التنافسية وزادت في ربحيتها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية • الشركات • الأداء المالي • الربحية • الهند

Abstract

This dissertation aimed to study the impact of corporate social responsibility on its financial performance. The theoretical framework of the study focused on the concept of social responsibility, which refers to companies taking into account social and environmental concerns when performing their economic activities and in their relationships with stakeholders. The theoretical aspects also included the financial performance, which refers to proper diagnosis of the financial health of the company, with the object of knowing whether it has the ability to make profits to assure sustainability, and this is based on measures and ratios. As for the practical study, it included a sample of Indian financial companies listed on the Mumbai Stock Exchange on the basis of previous studies. The study revealed that the more companies pay enough attention to social responsibility, the better both social work and financial performance become. The study also revealed a positive impact of social responsibility on the financial performance of the companies under study, as it strengthened their competitive advantages and increased their profitability.

Keywords: Companies • Financial performance • India • Profitability • Social responsibility