جامعـــة يحي فارس بالمديـــة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم المالية والمحاسبة

أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة

دراسة ميدانية على عينة ميسرة من ممارسي مهنة المحاسبة في الجزائر

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم المالية والمحاسبة
تخصص محاسبة

إعداد الطالبين :

- العيدي سعيدة
- غرابة مريا

إشراف الأستاذ :

- مولوج كمال

أعضاء لجنة المناقشة

بوعرعار شمس الدين	جامعة المدية	**رئيسا**
مولوج كمال	جامعة المدية	**مشرفا ومقرارا**
طلحة محمد	جامعة المدية	**عضوا ممتحنا**

السنة الجامعية: 2019-2020

شـكـر و تـقديـر

قال الله تعالى : " ***اقرأ*** *باسم ربك الذي خلق خلق الإنسان من علق اقرأ وربك الأكرم الذي*

علم بالقلم علم الإنسان ما لم يعلم"

فالحمد لله عزّ وجل نحمده حمدا كثيرا على فضله و نعمته قبل كل شيء. .

يسعدنا ويشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل الحامل لكل معاني الامتنان والعرفان بالجميل إلى الأستاذ المشرف ***مولوج كمال*** *لقبوله الإشراف على هذه الدراسة وحسن التوجيه والمتابعة .*

كذلك نوجه تحية شكر واحترام إلى كل أستاذ مد يد العون لنا وإلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على تحضير هذه المذكرة.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى نور القلوب وسيد الوجود سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى **أمي** الحبيبة أطال الله عمرها في طاعته وحفظها .

إلى **أبي** الغالي الذي سعى جاهدا في رعايتي و تعليمي أطال الله عمره.

إلى روح **أخي محفوظ** رحمه الله.

إلى الشموع التي تنير علي حياتي :إخوتي وأخواتي و خاصة أختي **جميلة** وكل أفراد

عائلتي صغيرا وكبيرا من قريب أو بعيد.

إلى زوجي الذي ساندني طوال هذه الفترة **محمد الأمين** .

إلى حديقتي المليئة بالزهور المعبقة الجو أجمل العطور إلى صديقات قلبي اللواتي عرفت معهم معنى الصداقة :

سمية,زينب ,لامية ,زينب ,مريم ,بتول ,إيمان ,سميرة .

إلى صديقتي ورفيقتي في إعداد هاته المذكرة **مريا**

إلى زوجة أخي **فاطمة الزهراء** التي ساعدتني كثيرا .

و في الأخير إلى أعز الناس إلى قلبي أصدقائي وكل من

يعرفني وكل من سيستفيد من هذا العمل المتواضع .

سعيدة

إهداء

إلى من كانت الجنة تحت أقدامها ،تلك التي دائما موجودة في حياتي ،من حملت ربت وسهرت من مسها الكبر والضعف وهي لا تزال تحميني من كانت دعواتها حام لي منبع الحياة والأمل نقطة قوتي .... أمي الغالية

إلى من كابد الدنيا و عناءها لرسم البسمة على وجهي ،من كان و لازال مشجعي للتقدم في مسيرتي الدراسية ،من كان غارسا للإيمان بداخلي ،من علمني حب العمل و الاجتهاد .... أبي قرة عيني

إلى زوجي المستقبلي و خطيبي الحالي من كان سندا لي و مؤمنا بقدراتي و دافعا لي علي هندي

إلى من كان أبا قبل أن يكون أخ من كان سببا في نجاحاتي و قدوة لي فيها سندي الذي لم و لن يخذلني أبدا أخي .... الرائع **جمال**

إلى من قاسمتني هذا العمل صديقتي سعيدة

إلى من قاسمني مساري الدراسي من كن أخوات لا صديقات ،من كن سندا وقت الشدة ،من من أحببني دون مقابل ،من كن نعمة من الخالق .... صديقاتي مريم ،**لامية** ،**زينب** ،**سمية** ،**زينب**، **إيمان و بتول**

إلى إخوتي ،أخواتي وجل أحفاد العائلة

إلى كل من كان له دور بالإيجاب و السلب في هذا العمل

إلى من حفظته ذاكرتي و فشلت في ذلك مذكرتي

مريا

الملخص :

هدفت الدراسة الحالية إلى بيان أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة ، وذلك بناءا على آراء ممارسي مهنة المحاسبة ، كما تشكلت عينة الدراسة و مجتمعها من ممارسي مهنة المحاسبة في الجزائر والبالغ عددهم 35 مفردة ، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية(spss) لجمع البيانات وتبويبها وتلخيصها في جداول من أجل فحصها وترتيبها لتسهيل معالجتها وتحليلها ومن ثم إثبات صحة الفرضيات أو نفيها ، هذا وتوصلت الدراسة إلى إقرار عينة الدراسة بوجود التزام من قبل الشركات الجزائرية عموما بأبعاد المسؤولية الاجتماعية ، كذلك أشارت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى دلالة (0.05) ، وأخيرا أوصت الدراسة بالتشجيع على تبني وتطبيق المسؤولية الاجتماعية بكافة جوانبها وأبعادها لتحسين وتعزيز قيمة الشركات .

الكلمات الافتتاحية : المسؤولية الاجتماعية ، القيمة السوقية ، أبعاد المسؤولية الاجتماعية .

abstract:

the current study aimed to demonstrate the impact of adopting social responsibility on the value of the companydepn , and that is based on opinions of practitioners of the accounting profession , the study sample and its community were fromed from 35 practitioners of the accounting profession in algeria , which numbered 35 individuals , and to achieve the objectives of the study the package was used Statisitics for Social sciences (spss) to collect data and classify them in tables in order to examine and arrange them to facilitate their treatment and analysis , and then to prove or deny the hypotheses,and this study concluded That the study sample vocabulary confirmed the existence of a commitment by Algerian companies in general to the dimensions of social responsibility , the study also indicated that is a statistically significant effect of the dimensions of social responsibility on the value of the company at the level of significance (0.05), and last thay study recommended encouraging of adoption and application of social responsibility in all its aspects and dimensions to improve and enfance the value of companies.

Key words: social responsibility,Market value , dimensions of market value.

قائمة المحتويات :

الموضوع	الصفحة
إهداء	
شكر	
ملخص بالعربية	
ملخص بالأجنبية	
قائمة المحتويات	I
قائمة الجداول	IV
قائمة الأشكال	VI
الفصل الأول : الإطار العام للدراسة	
مقدمة	أ
إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية	ب
فرضيات الدراسة	ب
أهمية الدراسة	ت
أهداف الدراسة	ت
الدراسات السابقة	ث
حدود الدراسة	د
التعليق على الدراسات السابقة	د
هيكل الدراسة	ذ
منهج الدراسة	ذ
الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة	
تمهيد	2
المبحث الأول : مدخل لتقييم الشركة	3
المطلب الأول : الإطار المفاهيمي لقيمة الشركة	3
الفرع الأول : مفاهيم أساسية حول قيمة الشركة	3
الفرع الثاني : مبادئ تحديد قيمة الشركة	8
المطلب الثاني : آليات ومداخل تحديد قيمة الشركة	9

الفرع الأول : آليات تحديد قيمة الشركة	9
الفرع الثاني : مداخل تحديد قيمة الشركة	10
المطلب الثالث : العوامل المحددة للقيمة السوقية للشركة	12
المبحث الثاني : المسؤولية الاجتماعية للشركة	14
المطلب الأول : نشأة المسؤولية الاجتماعية للشركة	14
الفرع الأول : ميلاد فكرة المسؤولية الاجتماعية للشركة	14
الفرع الثاني : نظريات المسؤولية الاجتماعية للشركة	15
المطلب الثاني : مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركة وخصائصها	20
الفرع الأول : مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركة	20
الفرع الثاني : خصائص المسؤولية الاجتماعية للشركة	24
المطلب الثالث : أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركة ومبادئها	26
الفرع الأول : أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركة	26
الفرع الثاني : مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركة	31
المبحث الثالث : ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى الشركة	34
المطلب الأول : تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة وفوائد تطبيقها	34
الفرع الأول : مراحل تطبيق المسؤولية الاجتماعية وآلياتها	34
الفرع الثاني : فوائد تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركة	38
المطلب الثاني : محاسبة المسؤولية الاجتماعية	41
خلاصة الفصل	45
الفصل الثالث : منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)	
تمهيد	47
منهجية الدراسة	47
عينة الدراسة	48
مصادر معلومات الدراسة	49
أداة الدراسة	50
اختبار التوزيع الطبيعي وتقييم صحة وثبات أداة الدراسة (متغيرات الدراسة)	52
أدوات التحليل الإحصائي	62
الفصل الرابع : تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة الميدانية ومناقشة نتائجها	64

تمهيد	64
أولا : وصف البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة	65
ثانيا : التحليل الوصفي لإجابات مفردات عينة الدراسة	82
ثالثا : إختبار فرضيات الدراسة الميدانية	90
خلاصة الفصل	101
الخاتمة	103
قائمة المراجع	106
قائمة الملاحق	110

قائمة الجداول :

رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1	المسؤولية الاجتماعية و النموذجين الاقتصادي و الاجتماعي	23
2	أبعاد المسؤولية الاجتماعية و العناصر الرئيسية و الفرعية	29
3	العينات التي خضعت للدراسة	49
4	اختبار كلمجروف-سميرنوف(k-s) للتحقق من التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	53
5	معاملات الارتباط سبيرمان بين درجات عبارات أبعاد متغير المسؤولية الاجتماعية مع الدرجة الكلية للمتغير نفسه	55
6	معاملات الارتباط سبيرمان بين درجات عبارات أبعاد متغير قيمة الشركة مع الدرجة الكلية للمتغير نفسه	58
7	معاملات الارتباط سبيرمان بين كل متغير من متغيرات الدراسة و الدرجة الكلية للاستبيان	60
8	معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات المتغيرات و الدرجة الكلية للاستبيان	61
9	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	65
10	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	66
11	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	68
12	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	69
13	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	71
14	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمتغير المسؤولية الاجتماعية	73
15	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمتغير البعد الاقتصادي	74
16	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمتغير البعد القانوني	76
17	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمتغير البعد الأخلاقي	78
18	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمتغير البعد الإنساني	80
19	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمتغير قيمة الشركة	82
20	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة	83
21	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد	85

	القانوني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة	
22	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة	87
23	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة	89
24	نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر البعد الاقتصادي على متغير قيمة الشركة	91
25	نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر البعد القانوني على متغير قيمة الشركة	93
26	نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر البعد الأخلاقي على متغير قيمة الشركة	95
27	نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر البعد الإنساني على متغير قيمة الشركة	97
28	نموذج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار اثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة على متغير قيمة الشركة	99

قائمة الأشكال :

رقم الشكل	محتوى الشكل	الصفحة
1	أصحاب المصالح و المستفيدين من وجود الشركات	19
2	هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية	28
3	مبادئ المسؤولية الاجتماعية	32
4	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	66
5	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	67
6	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	69
7	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	70
8	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	72

الفصل الأول:
الإطار العام للدراسة

مقدمة

قديما كانت الشركات بمختلف أنواعها تمارس نشاطها بحرية مطلقة دون الاكتراث للآثار الناتجة عن أنشطتها والانعكاسات التي قد تسببها هذه الأنشطة على الوسط الذي تعمل فيه سواء كان داخليا أو خارجيا،لكن اليوم ومع التطور التكنولوجي والعلمي الذي تشهده بيئة الأعمال وانتقال المجتمعات إلى مرحلة تاريخية جديدة تشير بوضوح إلى الدور المهم الذي تلعبه الأعمال في حياة الدول على مختلف المستويات وصارت الشركات خاصة الكبرى تتبارى بمخترعاتها واكتشافاتها سلعا كانت أو خدمات، وزاد تأثير هذه المنظمات في قرارات حكومات بلادها، وامتد هذا الأثر إلى دول أخرى بفعل سياسة الاستثمار الخارجي لهذه المنظمات ما يوضح هذا الأمر أهمية الحاجة إلى أن تكون قرارات الشركات محددة بإطار أخلاقي يحد من الآثار السلبية التي تؤثر في حالة المجتمع العاملة فيه،الأمر الذي دفع إلى مساهمة الشركات في زيادة رفاهيته من خلال قيام الشركات بمختلف الأنشطة الاجتماعية اتجاه مختلف فئاته التي تساهم في تطورها وازدهارها كل هذا تحت عنوان المسؤولية الاجتماعية .

فالفكر الاستثماري الحديث أظهر جانبا جديدا للمسؤولية الاجتماعية باعتبارها ميزة تنافسية للشركات من خلال قياس مدى مساهمتها في التنمية المجتمعية ومنه تأثيرها على القيمة السوقية للشركة بحد ذاتها .

إن موضوع تبني المسؤولية الاجتماعية ومدى تأثير ذلك على قيمة الشركة يحتل اهتماما بارزا على كافة الأصعدة حيث أخذ حيزا واسعا لفكر الباحثين والمنظمات المهنية والهيئات العلمية والتشريعية ، وقد لوحظ زيادة اهتمام مختلف الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه سواء كانت تخص العاملين، الزبائن، البيئة أو جودة منتجاتها، إذ تقوم الشركة بمسؤولياتها الاجتماعية بغية تحقيق عدة أهداف تعود بالنفع عليها مثل زيادة أرباحها وتوسيع الحصة السوقية في ظل تلك المنافع أصبح لزاما على الشركات أن تعمل على تقدير متطلبات المجتمع وأصبحت ملزمة من تلقاء نفسها أو تحت ضغط الجهات المهنية المختصة بالوفاء بمسؤولياتها الاجتماعية في حدود إمكانياتها مع العمل في نفس الوقت على إعلام الأطراف المعنية بأشكال ذلك الأداء الاجتماعي .

- **إشكالية و أسئلة الدراسة:**

بناءا على ما سبق ذكره جاءت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة المسؤولية الاجتماعية للشركات بصفة عامة والمستوى الذي وصل إليه هذا المفهوم والتعرف على تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة (القيمة السوقية) وعليه تكمن إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

*** هل يؤثر تبني الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للشركة ؟**

ويمكن تجزئة هذا السؤال إلى الأسئلة الفرعية التالية :

1- **ما هو واقع تطبيق الشركات الجزائرية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ممارسي مهنة المحاسبة ؟**

2- **هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة ؟**

3- **هل يوجد ذو دلالة إحصائية لتبني البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05)من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة ؟**

4- **هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة ؟**

5- **هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني البعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة ؟**

- **الفرضيات:**

كإجابات مؤقتة للتساؤلات السابقة نقدم مجموعة من الفرضيات لتنطلق منها دراستنا و نعمل على اختبار صحتها.

- **الفرضية الأولى :** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.
- **الفرضية الثانية :** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة .

- **الفرضية الثالثة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة .
- **الفرضية الرابعة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة .
- **الفرضية الخامسة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني البعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة .

- **أهداف الدراسة :**

تهدف الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف من أهمها :

- ✓ التعرف على واقع تطبيق الشركات الجزائرية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر ممارسي مهنة المحاسبة .
- ✓ دراسة وتحديد أثر تبني الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة من وجهة نظر ممارسي مهنة المحاسبة .
- ✓ تقديم بعض التوصيات التي يمكن أن يؤدي العمل بها إلى تحسين قيمة الشركة .

- **أهمية الدراسة :**

تستمد هذه الدراسة أهميتها انطلاقا من النقاط التالية :

- الأهمية المتزايدة بموضوع المسؤولية الاجتماعية للشركة الذي أعيد التركيز عليه بقوة في عالم الأعمال والاهتمام المتنامي بهذا المفهوم على المستوى العالمي .
- تأصيل المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية وتوعية المؤسسات بأهمية تبنيها .
- عرض عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال وأهمية الالتزام بها نظرا لمساهمتها في خلق مجتمع داخلي متماسك .
- التعرف على مدى تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركات.
- التوصل إلى عدد من التوصيات المفيدة التي تساهم في حث الشركات على تبني المسؤولية الاجتماعية اتجاه مختلف الفئات المستفيدة سواء ذات الطابع الخاص أو الطابع العام .

- **- الدراسات السابقة :**
- **دراسة (قدري إبراهيم ، 2014 - 2015) :**

هدفت الدراسة إلى مدى ممارسة المسؤولية الاجتماعية وقياس مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في الشركات المساهمة السورية ، كما هدفت إلى تحليل مستوى الأداء وقياس أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء في الشركات مع دراسة إذا كان الرضا الوظيفي للعاملين يتوسط العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وأداءها.

كما توصلت هذه الدراسة إلى أنه لا تستخدم المسؤولية الاجتماعية كإستراتيجية لتحسين الأداء في الشركات عينة الدراسة على الرغم من أن الكثير من المدراء يتفق مع المفهوم كنظرية ، ولكن القليل ممن جرت مقابلتهم يرى أن هناك علاقة مباشرة وقوية بين تطبيق الاجتماعية والأداء المالي للمنظمة .

- **دراسة (سالم العودات ، 2015): هدفت إلى :**

* التعريف بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية الأردنية والوقوف على أهم نشاطاتها .
* معرفة أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للبنوك التجارية الأردنية .
* بيان أنشطة المسؤولية الاجتماعية الأكثر تأثيرا على القيمة السوقية للبنوك التجارية الأردنية .
* ترتيب الأنشطة المفصح عنها من قبل البنوك من خلال تقاريرها الصادرة عنها .

وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية .

- **دراسة (لعروسي ، 2015): هدفت إلى :**

* التعرف على مستويات تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز (المدية) .
* التعرف على مدى وجود علاقة ارتباط بين تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية وبين تحسين الأداء المالي للشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز (المدية).

* الكشف عن وجود فروق بين نظرة العاملين للشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز (المدية) بمستويات تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية تبعا للمتغيرات الديمغرافية المعتمدة .
* تقديم جملة من التوصيات والاقتراحات حول موضوع الدراسة .

وتوصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية و بين الأداء المالي للشركات .

- **دراسة (بنية محمد، 2016 – 2017) :**

هدفت الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على المفاهيم النظرية المتعلقة بكل من مفهوم القرارات المالية قيمة المؤسسة وخلق القيمة، قرارات الاستثمار والتمويل وقرارات توزيع الأرباح والهيكل المالي كما هدفت إلى توضيح النظريات التي حاولت دراسة العلاقة بين القرارات المالية وقيمة المؤسسة مع محاولة معرفة مدى تطور أداء السوق المالية السعودية خلال فترة الدراسة من خلال بعض المؤشرات كالقيمة السوقية، حجم التداول وعدد الشركات المدرجة وكذلك توضيح العلاقة بين قرارات الاستثمار من خلال العائد على الاستثمار والقيمة السوقية المدرجة في السوق المالي السعودي.

وتوصلت الدراسة إلى أن قرار التمويل يتعلق باختيار الهيكل المالي المناسب الذي يخفض التكلفة الوسطية المرجحة ويقلل من المخاطر المالية، ومن ثم تعظيم ثروة الملاك من خلال تعظيم قيمة أسهم المؤسسة ، كذلك توصلت إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين قرار الاستثمار مقاسا بالعائد على الاستثمار والقيمة السوقية للشركة معبرا عنها ب سعر الإغلاق في نهاية كل عام.

- **دراسة (عبيد محمد ،2017) :**

هدفت الدراسة إلى :

* تسليط الضوء على أهمية التحفظ المحاسبي .
* تسليط الضوء على أهمية القيمة السوقية للشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان في السوق الأول والثاني و الثالث في القطاعات جميعها .

* بيان أثر التحفظ المحاسبي في التقارير المالية على القيمة السوقية للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان في السوق الأول والثاني والثالث في القطاعات جميعها .

وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه يوجد أثر لسياسة التحفظ المحاسبي في التقارير المالية على القيمة السوقية للشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان ويتبين ذلك من خلال النماذج السابقة الذكر وهذا ما يتفق مع نتيجة (القضاة والكبيسي ، 2016) باستثناء نموذج basu الذي يتعارض مع نتائج النماذج الأخرى في الدراسة .

- **دراسة (قرن ، 2017) :**

هدفت الدراسة إلى إيضاح وتفسير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بالنسبة للدارسين أو الممارسين من خلال عرض مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ،كذلك هدفت هاته الدراسة للتعرف على مراحل وآليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة وكذا التعرف على أعم المعوقات أمام المؤسسات الجزائرية لتطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية ، بالإضافة إلى معرفة أفاق تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الجزائرية مستقبلا.

وتوصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي التطبيق العملي للتنمية المستدامة داخل المؤسسة، وهي أداة فعالة لتحقيق أحسن النتائج في إقامة تنمية مستدامة، كذلك أن المؤسسات عينة الدراسة تطبق المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للأبعاد الثلاثة كما يلي :

- مستوى تطبيق البعد الاقتصادي مرتفع.
- مستوى تطبيق البعد الاجتماعي متوسط.
- مستوى تطبيق البعد البيئي مرتفع.

- **دراسة (جمعة ، 2017) هدفت إلى :**

* معرفة فيما إذا كان هناك أثر لتبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية مقاسة بكل من (الأنشطة المتعلقة بحماية البيئة ، والأنشطة المتعلقة بحماية المجتمع ، والأنشطة المتعلقة بتنمية الموارد البشرية) على الأداء المالي مقاسا بكل من العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية .

* تحديد مستوى تطبيق كل من أنشطة المسؤولية الاجتماعية كل على حده وأيها الأكثر تطبيقا لدى الشركات المساهمة العامة الأردنية .

* المقارنة بين قوة الأثر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية على العائد على الأصول وعلى العائد على حقوق الملكية .

وتوصلت إلى أنه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الثلاثة مجتمعة على الأداء المالي مقاسا بالعائد على الأصول(ROA) في الشركات الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية .

- **دراسة (طلحة ، 2019) هدفت :**

إلى بناء وتقديم مقياس خاص لأجل قياس مستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في واقع المؤسسات الجزائرية من متطور هرم " كارول للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة " حيث تعتمد على نظرية أصحاب المصالح ،كما تحاول هذه الدراسة تحديد الفجوة بين الواقع الفعلي للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في واقع الأعمال الجزائري وبين المبادئ والأسس والنظرية لها من حيث مستوى التطبيق ومن حيث مدى احترام قاعدة ترتيب مستويات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ،كما تهدف إلى تحديد أكثر الأبعاد تأثيرا على الأداء حتى يتسنى توجيه سياسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة بشكل أكثر تلاؤما مع الواقع وبشكل يسمح بتحسين أداءها ومستوى فعاليتها الاقتصادية وأداء عامليها مشروعيتها ومشروع نشاطها وقدراتها التنافسية وفي الأخير تقدم جملة من التوصيات توجه سياسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الجزائرية والمؤسسات الاقتصادية الراغبة في تبني هذا التوجه بشكل أكثر فعالية .

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هنالك التزام مرتفع من قبل المؤسسات الاقتصادية التي شملتهم الدراسة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، أما درجة الالتزام بالبعدين الأخلاقي والإنساني للمسؤولية الاجتماعية فكانت متوسطة .

- **دراسة (محمد عبد الله عيسى ، 2019)**

هدفت الدراسة إلى :

* بحث أثر الإفصاح عن الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية ومدى تأثيرهما على القيمة السوقية للشركة

* معرفة الإفصاح عن الحوكمة على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية .
* معرفة أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية .
* معرفة أثر الإفصاح عن الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية بوجود ربحية السهم وتوزيع الأرباح .

وتوصلت إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى الإفصاح عن الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية .

تعليق على الدراسات السابقة :

بعد تحليل الدراسات السابقة تم تسجيل الملاحظات التالية:

* جل الدراسات السابقة اعتمدت في النتائج التي تحصلت عليها على التحليل الوصفي الإحصائي وأن كل دراسة تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية وربطته بمتغيرات تابعة مختلفة .

كان لهذه الدراسات أثر إيجابي على موضوع دراستنا في الجانب النظري .

أما بخصوص ما يميز دراستنا على الدراسات السابقة نجد ما يلي :

1- عينة الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة حيث درست دراسة (لعروسي ، 2015) الشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز – وحدة المدية – بينما دراستنا اعتمدت على ممارسي مهنة المحاسبة (المحاسبين الماليين ، المحاسبين المعتمدين ، محافظي الحسابات ، الخبراء المحاسبيين ، أساتذة الجامعة تخصص محاسبة) كعينة لها .

2- دراستنا الحالية درست قيمة الشركة دراسة وصفية عكس بعض الدراسات السابقة التي قامت بدراستها من الجانب الكمي .

- حدود الدراسة :

ككل دراسة علمية هناك حدود زمنية ومكانية وتتمثل في :

الحدود المكانية : بسبب الأزمة الصحية التي تسبب فيها انتشار وباء كوفيد 19 اقتصرت دراستنا على ممارسي مهنة المحاسبة العاملين في ولاية المدية ، الجزائر ، بومرداس و البليدة .

الحدود الزمنية : امتدت فترة الدراسة ككل من بداية سبتمبر 2019إلى نهاية أوت 2020 ، حيث جرى توزيع الاستبيان على مفردات عينة الدراسة خلال الفترة الممتدة من2020/07/01 إلى غاية 2020/07/30.

- **هيكل الدراسة :**

يضم هذا البحث أربعة فصول تغطي الجانب النظري والجانب التطبيقي ، وختم البحث بعرض نتائجه والتوصيات المناسبة فيما يلي مختصر لهيكل البحث :

كان الهدف من الفصل الأول التأطير العام للدراسة ، أما الفصل الثاني هو التأطير النظري والفكري للبحث وإشكاليته ، حيث حاولنا تقديم إطار نظري لموضوع المسؤولية الاجتماعية للشركة باعتبار أن الفكرة أثارت العديد من التساؤلات وفتحت نقاش واسع بين الاقتصاديين ورواد الفكر الإداري حيث في بداية الفصل قدمنا مفاهيم متعددة لقيمة الشركة ،الآليات ومداخل تحديد هاته القيمة إضافة إلى محدداتها ثم تناولنا موضوع المسؤولية الاجتماعية من الناحية النظرية باعتبارها أحد محددات قيمة الشركة ومدى تأثيرها عليها .أما الفصل الثالث فخصصناه للجانب المنهجي أين عرضنا مختلف الإجراءات المنهجية التي اتبعنا والتي سمحت لنا بالوصول إلى النتائج ، في حين الفصل الرابع عرضنا فيه نتائج الدراسة الميدانية .

- **المنهج المستخدم في الدراسة :**

اعتمدنا في إطار هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى تحليل أثر المسؤولية الاجتماعية للشركة على قيمتها ، ويشمل منهج البحث الخطوات التي اتبعناها لأجل جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات والتي نستخلصها فيما يلي :

حيث بداية حاولنا على ضوء الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع بحثنا أن نطور قياس متغيرات الدراسة ومن أجل جمع البيانات ، حيث أخذنا عينة من ممارسي مهنة المحاسبة المتمثلين في أساتذة جامعة المدية تخصص محاسبة والمحاسبين الماليين والمحاسبين المعتمدين ومحافظي الحسابات والخبراء المحاسبين العاملين في القطاع الخاص والعام في مؤسستي سونلغاز ونفطال فرع ولاية المدية ووزعنا عليهم الاستبيان لأجل تقديم أرائهم حول درجة التقارب بين قيمة الشركات ومبادئ وأسس المسؤولية الاجتماعية .

الـفـصـل الثاني :
الإطار النظري للدراسة

تمهيد :

دائما ما تهدف الشركة إلى تعظيم القيمة السوقية لها كهدف رئيسي بالدرجة الأولى،ما دام هذا الهدف لايتعارض مع مصالح الأطراف المؤثرة في الشركة والذي يتحقق نتيجة عوامل عدة من بينها تحمل الشركة لمسؤوليتها الاجتماعية ، من خلال تأثيريها على مردودية عمالها المتوقع تحقيقها وكذا تأثيرها على المحيط الذي تعمل فيه .

يعد موضوع دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركة وقيمتها السوقية من المواضيع التي شغلت الكثير من الباحثين ، حيث حاولوا دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية على قيمة المؤسسة ونحن كغيرنا ممن سبقنا كباحثين إرتئينا في دراستنا هاته إلى التطرق إلى بيان :

قيمة الشركة (القيمة السوقية) فتناولنا في المبحث الأول مفهومها وآليات ومداخل تحديد قيمة الشركة والهدف منها والعوامل المحددة لها .

أما في المبحث الثاني درسنا المسؤولية الاجتماعية للشركة فحددنا نشأتها ، مفهومها ،أبعادها و مبادئها .

وفي نهاية دراستنا من الجانب النظري تناولنا في المبحث الثالث ممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال مراحل تطبيقها وفوائدها على مستوى الشركة .

المبحث الأول : مدخل لتقييم الشركة

يفرض الواقع الحالي ضرورة بناء نسيج اقتصادي متكامل، مكون من مجموعة من مؤسسات و شركات قادرة على الاستمرار والمنافسة خاصة في ظل هيمنة الاقتصاد الليبرالي ، الأمر الذي يحتم على هاته الشركات ضرورة الحفاظ ومحاولة تعظيم قيمتها السوقية ،وفي هذا المبحث سنحاول إبراز مفهوم و هدف القيم إضافة إلى التطرق إلى أهم الآليات ومداخل تحديد القيمة والعوامل المحددة لها .

المطلب الأول : الإطار المفاهيمي لقيمة الشركة

الفرع الأول : مفاهيم أساسية حول قيمة الشركة

- يتمثل مفهوم قيمة المؤسسة في ذلك المبلغ النقدي العادل الذي خلص إليه خبير متخصص ، حيث أن ذلك المبلغ يحظى بالقبول العام لدى مختلف الأطراف المعنية بهما عند كل مرحلة من طلب قياسها الذي يعكس القيمة العادلة لكافة موردو إمكانية المؤسسة المستغلة في تنظيمها القائم وذلك في ظل مفهوم استمرارية النشاط .[1]
- عرفتها لجنة معايير التقييم الدولية IVSC على أنها مبلغ تقديري يمكن من مقابلة تبادل أصل في تاريخ التقييم بين مشتر وبائع راغبين في تنفيذ عقد الصفقة ،وفي ظل سوق محايد بحيث يتوافر لكل منهما المعلومات الكافية ولهما مطلق الحرية وبدون وجود إكراه على إتمام الصفقة .[2]
- كما تعرف القيمة على أنها : عبارة عن مبلغ يدفع مقابل أصل أو حق في الحصول على العوائد مستقبلية من وراء استخدام ذلك الأصل ، ومفهوم القيمة مختلف عن السعر الذي يمثل المبلغ الفعلي المدفوع

[1]- السويسي هواري،تقييم المؤسسة و دوره في اتخاذ القرار في اطار التحولات الاقتصادية بالجزائر،أطروحة دوكتوراه في علوم التسيير ،جامعة الجزائر،2008،ص37.
[2]-طارق عبد العال حماد،التقييم و اعادة هيكلة الشركات ، الدار الجامعية،مصر،2008،ص12.

للحصول على أصل ما بمعني آخر أن القيمة موجودة في جوهر الأصل أما السعر يتم ترجمته بحدوث عملية التبادل [1].

ومما سبقا نستنتج انه ليس من السهل تحديد مفهوم للقيمة ، فقيمة الشيء مرتبطة بعدد هائل من المحددات وزاوية التقييم وفترته ...إلخ ، وللقيمة مفاهيم عدة حسب استخدامها وغايتها ومن أهمها نجد :

- **القيمة السوقية :**

- هي قيمة الأصل في السوق فالقيمة السوقية للسهم مثلا تحدد على أساس تقييم المستثمرين للأرباح المتوقعة في المستقبل ، وبالتالي فإن القيمة السوقية تأخذ في الحسبان القيمة الاقتصادية في المؤسسة ، وقيمة الأصل في السوق يتحدد بضوء العرض والطلب .[2]
- كما تعرف القيمة السوقية بأنها : المبلغ المقدر الذي يتم به تبادل ممتلكات معينة في تاريخ التقييم بين المشتري المستعد والبائع المستعد في إطار صفقة بين أطراف مستقلة المصالح بعد التسويق الملائم ، والتي يكون الطرفان فيها قد تصرفا بمعرفة وبدون إكراه على إتمام الصفقة .[3]
- وتعرف أيضا على أنها : السعر الذي يجلبه الأصل في السوق وتستخدم القيمة السوقية عموما للإشارة إلى الرسملة السوقية للشركة ذات التداول العام ويتم الحصول عليه من خلال ضرب عدد أسهمها في سعر السهم الحالي ، وتعتبر القيمة السوقية أسهل في تحديد الأدوات القابلة للتداول في البورصة مثل الأسهم والمستقبليات ، حيث أن السوق الخاصة بهم انتشرت على نطاق واسع وأصبحت متوفرة بسهولة ولكنها أكثر صعوبة قليلا في التأكد من الأدوات التي لا تستلزم وصفة مالية من الأوراق المالية ذات الدخل الثابت ، ومع ذلك الصعوبة الكبرى في تحديد القيمة السوقية في تقييم قيمة الأصول مثل

[1]- طارق عبد العال حماد،تقدير قيمة بنك لأغراض الاندماج أو الخصخصة، الدار الجامعية،مصر،2002، ص ص 5،6.
[2]- غدير محمود المهتدي ، استخدام مؤشرات تقييم الأداء المالية التقليدية والقيمة الاقتصادية لقياس التغير في القيمة السوقية (دراسة حالة بنك فلسطين)، رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل ، كلية التجارة ، الجامعة الإسلامية ، غزة (فلسطين) ، 2014، ص 41.
[3]- طارق عبد العال حماد ، التقييم وإعادة هيكلة الشركات ، مرجع سابق ، ص 13.

العقارات والأعمال التجارية ، والتي قد تستلزم استخدام خبراء التقييم العقاري وخبراء تقييم الأعمال على التوالي .

- وتعرف أيضا بأنها : تعبير عن قيمة الأصل في السوق أي تقدير السوق للأصل فالقيمة السوقية للسهم مثلا تتحدد على أساس تقويم المستثمرين للأرباح المتوقعة في المستقبل ، ومعنى هذا أن القيمة السوقية تأخذ في الحسبان القيمة الاقتصادية للشركة ، ويطلق عليها كذلك القيمة النقدية وهي الجانب النقدي للأصول عند تحويلها إلى مالك أخر أو بيعها ، وقيمة الأصل في السوق تعكس أهمية المنشأة وإجماع المشترين المحتملين للأصل .[1]

- **القيمة الاستثمارية :**

- هي عبارة عن حاصل إجمالي التدفقات المستقبلية لأصل ما ، أي أن ما يدره الأصل خلال فترة الاستثمار يعبر عن قيمته ، مع الأخذ بعين الاعتبار لعاملين هما :

1- القيمة الإضافية التي يمكن أن تتحقق خلال السنوات اللاحقة .

2- حجم المخاطر وتقلبات أسعار الأصول وأثر التضخم والظروف العامة .

- وتعرف أيضا : على أنها تعبير عن قيمة الإرادات المستقبلية الناتجة عن الشركة.[2]

- **القيمة الإستعمالية :**

- هي قيمة تتعلق أو ترتبط بالجهة المستعملة لها ، حيث تقوم بإعطاء قيمة لها أي متعلقة بمنفعة الشيء ، وهي تكون قيمة متغيرة دائما وفق مقادير صغيرة أو كبيرة .[3]

- وعرفها "آدم سميث" على أنها : "منفعة الشيء ".

فالقيمة الإستعمالية لأصل ما غير مرتبطة بملكيته وإنما مرتبطة بكيانه التشغيلي .

[1]- طارق عبد العال حماد ، الموسوعة ، المعايير المحاسبية ، الجزء الثالث ، 2003 ، ص ص ، 44 ، 45 .
[2]- طارق عبد العال حماد ، التقييم وإعادة هيكلة الشركات ، مرجع سبق ذكره، ص،55.
[3] -g hirigoyen jcoby histoire de la valeur en finance d entreprise revue fina,ce gestion paris 1998 p3.

- **القيمة التبادلية :**

- هي قيمة ترتبط بقيمة الأصل حتى ولو كان مستعملا بغض النظر عن الشركة التي بها (كيان تشغيلي) ، وفي العادة تكون القيمة التبادلية أكبر من الإستعمالية في شركة مستمرة فمثلا أجهزة حاسوب في أحد فروع الشركة ما تكون قيمتها أقل لو بيعت منفصلة عمنا لو بيعت جزء من الفرع بأكمله .[1]

- **القيمة الدفترية :**

- هي مفهوم محاسبي فقط وليس تقييم اقتصادي ، وتعبر عن التكلفة المحاسبية التاريخية للأصل المعني ناقص جميع الإهتلاكات (الإهتلاك التراكمي) ، بالنسبة للمنشأة الاقتصادية هي بمثابة تحديد للتكلفة الأصلية لأصول مع طرح الاحتياطات مثل الاهتلاكات ، الديون المعدومة ، أما بالنسبة لشركات المساهمة فإن القيمة الدفترية للسهم العادي تتمثل أساسا في قسمة صافي حقوق الملكية على عدد الأسهم العادية وذلك بعد خصم جميع الالتزامات والقيم القابلة للأسهم الممتازة ، وبعبارة أخرى فهي تتمثل في قسمة رأس المال المدفوع والاحتياطات والأرباح المحتجزة إن وجدت على عدد الأسهم العادية .

- **القيمة المتبقية :**

- هي قيمة الأصل بعد إهتلاكه (محاسبيا) كلية و لكنه لا يزال ذو فائدة أي يمكن الاستفادة منه ، والقيمة المتبقية تختلف عن قيمة الخردة التي يفترض أن الأصل لا فائدة من ورائه .

-

- **القيمة الاحلالية:**

- تمثل التكلفة المطلوبة للحصول على السهم بميزاته نفسها ، فهي لا تمثل القيمة البيعية للأصل المالي بل القيمة المطلوبة لإحلال الأصل محله بحمل مواصفاته نفسها .

[1]- بن ضب علي ، عياد سيد أحمد ، تكلفة رأس المال ومؤشرات إنشاء القيمة ، دراسة تطبيقية ببورصة الدار البيضاء ، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ، العدد 2 ، جامعة ورقلة ، الجزائر ، 2012، ص ،4.

- **القيمة القابلة للتأمين :**

- عبارة عن قيمة الأجزاء القابلة للتلف من أصل ما والتي سيتم التأمين عليها لتعويض المالك في حال وقوع خسارة .

- **قيمة التصفية :**

- المبلغ الصافي المحقق في حالة وضع حد لنشاط الشركة وبيع أصولها والوفاء بالتزاماتها .

- قيمة شهرة محل :

- هي مجموع الصفات غير القابلة للوزن أو القياس بدقة والتي تجذب العملاء إلى شركة معينة ، وهي في جوهرها توقع استمرار تفضيل العملاء وتشجيعهم لأي سبب من الأسباب .[1]

- **قيمة الإصدار :**

- هي تلك القيمة التي تتحدد عند اتخاذ قرار إصدار الأسهم ويتم بيعها في السوق وفق هذه القيمة ، وتختلف قيمة إصدار الأسهم الخاصة بالشركات القائمة عن قيمة الأسهم لهذه الشركات فتكون قيمة الإصدار أكثر من القيمة الاسمية وأقل من قيمة السهم في السوق ، خاصة إذا كان تداول الأسهم لهذه الشركة بأسعار مرتفعة بالقيمة الاسمية ، ويسمى الفرق بين القيمة الاسمية وسعر الإصدار بعلاوة الإصدار وتدفع مباشرة إلى الشركة وتضاف محاسبيا إلى حقوق الملكية[2] .

[1]- طارق عبد العال حماد ، التقييم و إعادة هيكلة الشركات ،مرجع سابق ،ص ص ، 12 ، 56.

[2]-ضيف ياسين ،تأثير الهيكل المالي على قيمة الشركة المسعرة "دراسة حالة عينة من الشركات المدرجة في السوق المالي السعودي خلال فترة 2009، 2010"،رسالة ماجستير في العلوم التجارية ،تخصص مالية كمية ،كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2014 ،2015، ص 18.

الفرع الثاني :مبادئ تحديد قيمة الشركة

هناك أربعة مبادئ اقتصادية هي :[1]

أ- **مبدأ وجود بدائل :** يقتضي هدا المبدأ على أنه عند التفكير في أي نقل للملكية يكون أمام كل من المشتري والبائع بدائل لإتمام المعاملة ، وهذا لا يعني أن كل البدائل مرغوبة بدرجة متساوية ،ولكنه ببساطة يعني أن البائع ليس مجبر على البيع لمشتري معين والعكس فالمشتري كذلك غير مجبر على الشراء من بائع بعينه ، فإن لم يكن هذا هو الوضع فإن آلية السوق سوق تتشوه ولن يكون بالإمكان تحديد القيمة السوقية .

ب- **مبدأ الاستبدال :** هذا المبدأ ينص على أن المشتري العاقل لا يدفع في أصل ما يزيد على تكلفة استبداله بأخر يقوم بنفس الوظيفة وابسط مثال : قيمة الأجهزة والمعدات المستعملة فالمشتري العاقل لا يدفع مقابل جهاز مستعمل أكثر مما يدفعه مقابل جهاز جديد يؤدي نفس المهام .

ت- **مبدأ الإحلال :**تحدد قيمة الأصل من خلال التكلفة التي سوف تدفع مقابل أصل مرغوب بنفس الدرجة ،والفرق بين هذا المبدأ وسابقه أن مبدأ الاستبدال يتطلب أن تكون الأصول متماثلة وتؤدي نفس الوظيفة ،أما مبدأ الإحلال فلا يتطلب ذلك بل المشتري نفس الرغبة في الحصول على الأصلين.

ث- **مبدأ المنافع المستقبلية:** يقضي هذا المبدأ بأن قيمة الأصل تعكس المنافع المستقبلية المتوقعة جراء امتلاك ذلك الأصل، و من هذا المنظور فإن قيمة الشركة تكون هي القيمة الحالية الصافية لجميع المنافع الاقتصادية المستقبلية المتحققة نتيجة لملكية تلك الشركة .

[1]- بنية محمد، القرارات المالية و فعاليتها في تعظيم القيمة السوقية للمؤسسة الاقتصادية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص الاقتصاد التطبيقي في إدارة الأعمال المالية ، جامعة المدية ،2017/2016 ، ص ص ، 119 ، 120 .

المطلب الثاني : آليات و مداخل تحديد قيمة الشركة

تحديد قيمة الشركة مهما كان نوع و طبيعة النشاط الذي تمارسه ،من الأمور الصعبة التي لا يمكن تحديدها بشكل دقيق، إلا بالاتفاق على تعريف معين للمقصود بالقيمة ، و ذلك يعتمد على المقياس الذي تحدد به قيمة الشركة و لهذا سنحاول في هذا المطلب التطرق لآليات و مداخل تحديد قيمة الشركة .

الفرع الأول : آليات تحديد قيمة الشركة

تعد عملية تحديد قيمة الشركة محدودة الدقة كونها تقوم على كفاءة المقيم ، من خلال استخدامه لمجموعة من الأساليب التي ترتكز على قواعد علمية و عملية مقبولة ، ولهذا فإن آلية تحديد قيمة الشركة لا تخرج عن كونها تعتمد على إحدى الأساليب الموالية [1]:

- الاعتماد على ميزانية الشركة ، وهذا من خلال القيام بمعادلة قيم الأصول و الخصوم مع الأخذ بعين الاعتبار الاختلاف بين القيمة الدفترية لها والقيمة السوقية ، مما يتطلب القيام ببعض التعديلات من أجل تقييم دقيق .
- المقارنة بين الشركة محل التقييم مع مثيلاتها من الشركات والتي تكون قيمتها معروفة سلفا باستعمال إحدى طرق تحديد القيمة .
- استعمال التدفقات النقدية للشركة بعد خصمها للوصول إلى القيمة الحالية ، و تعتمد هذه الطريقة على إتباع المراحل التالية :
  - التنبؤ بالتدفقات النقدية المستقبلية خلال مدة محددة .
  - اختيار المدة و الكيفية التي يتم بها تقدير القيمة المستمرة للشركة .

[1]- طارق عبد العال حماد ، مرجع سبق ذكره ، ص ، 31.

- إيجاد معدل الخصم المناسب و الذي غالبا ما يكون تكلفة رأس المال .

الفرع الثاني : مداخل تحديد قيمة الشركة

هناك العديد من المداخل في الفكر المالي التي حاولت تحديد أو قياس قيمة الشركة ، مما يجعل المسؤولين على هذه العملية مجبرين على اختيار الأفضل الذي يتناسب مع إمكانياتهم المادية و المالية ، و لهذا سنقوم بدراسة مجموعة مداخل رئيسية على النحو التالي :[1]

أ- **مدخل التكلفة في تقدير القيمة :** يقوم هذا المدخل على مقارنة قيمة الشيء المملوك أو الأصل موضع التقدير بتكلفة استبداله ، فقيمة الشيء المملوك يجب أن تساوي تكلفة شيء آخر مملوك له نفس المنفعة مع مراعاة التقادم ، و يتم تطبيق هذا المدخل أكثر على عمليات تقدير الماكينات و المعدات و العقارات غير المنتجة للدخل و التي تشكل جزء من الشركة ، و تحديدا فإن هذا المدخل لا يكون قابلا للتطبيق إلا عندما يكون المراد هو تثمين الأصول الأساسية للشركة .

ب- **مدخل السوق في تقدير في تقدير القيمة :** يقضي هذا المبدأ بمقارنة الأصل موضع التقييم بالأصول المماثلة له في السوق مع إجراء التعديلات المناسبة ، كما يمكن تعريف هذا المدخل على أنه : تقدير القيمة التي يمكن تحصيلها من التصرف في الأصل بالبيع حاليا ، أي تقدير صافي قيمة البيعة ، و هذا مدخل سهل الفهم نسبيا و لكن يمكن أن يكون صعب التطبيق ما لم يكن هناك سوق نشطة بدرجة معقولة .

ت- **مدخل الدخل في تقدير القيمة :** ينص هذا المدخل على مبدأ مفاده أن قيمة الأصل تعادل القيمة الصافية للمنافع الاقتصادية المنتظرة منه بمعنى قيمة الأصل تتوقف على الخدمات المتوقعة منه مستقبلا

[1]- بنية محمد ، القرارات المالية و فعاليتها في تعظيم القيمة السوقية للمؤسسة الاقتصادية ، مرجع سابق ، ص ص ، 120 ،121 .

حيث يرتكز هذا المدخل على أداء الفصل ، أي قدرته على الحصول على الأرباح في المستقبل سواء منفردا أو بالتضافر مع باقي الأصول المادية و المعنوية ، و يتميز هذا المدخل على سابقيه باعتماده على المستقبل ، لكن تطبيقه يتطلب المنافع الاقتصادية المستقبلية المتوقعة من الأصل كتقدير معدل الخصم و الفترة التي يمكن استخدام الأصل فيها مع مراعاة عدم التأكد من المستقبل ، كما توجد العديد من المفاهيم للمنافع الاقتصادية (الربح التشغيلي أو الصافي ، التدفقات النقدية) .

وقد أشار الكثير من الباحثين إلى الهدف الرئيسي من تحديد قيمة الشركة يتمثل في ما يلي :

تعظيم الربحية أو تعظيم القيمة هدفان أساسيان تسعى الشركة لتحقيقها و ذلك لعدة اعتبارات ، فمن جهة الاقتصاديون يرون أن تعظيم الربحية كهدف لتقييم أداء الشركة لأن تعظيم الربحية يعبر في رأيهم عن مدى الكفاءة الاقتصادية للشركة ، لهذا قالوا بأن جميع القرارات داخل الشركة يجب أن توجه نحو تحقيق أقصى ربح ممكن .

أما الماليون لم يقبلوا فكرة تعظيم الربح التي تحدث عنها الاقتصاديون كهدف لتقييم الشركة ، فهم يرون أنه هدف قصير الأجل ، لأنه يتجاهل عدة عناصر هامة مثل توقيت العائد ، التدفقات النقدية و المخاطرة ، لذلك لابد من الاعتماد على هدف أخر يستوعب جميع العوامل السابقة ، و قد تقدموا بفكرة تضم القيمة الحالية للشركة لقياس أدائها كبديل لتعظيم الربحية ، لأن قيمة الشركة تزداد كلما تمكنت من تحقيق نتائج آنية ، و بشكل عام فإن القرارات لابد أن يتم اتخاذها في ضوء تحقيق هدف تسعى إدارة الشركة إلى تحقيقه باستمرار [1].

فأصحاب الفكر المالي يرون أن تعظيم القيمة السوقية للشركة ما هو إلا امتداد لقرارات مالية تتخذ في مجال الاستثمار و التمويل مع أخذها في عين الاعتبار العلاقة الطرية بين العوائد و المخاطر ، بمعنى أن المستثمرين

[1]- حداد فايز سليم ، الإدارة المالية ، دار حامد للنشر و التوزيع ، الطبعة الثالثة ، عمان ، 2010 ، ص ، 18 .

يقبلون على الاستثمار في المشاريع ذات مخاطر عالية لكن بعوائد متوقعة عالية ، و يقبلون على الاستثمار في المشاريع ذات مخاطر منخفضة لكن في المقابل تكون ذات عوائد متوقعة منخفضة [1].

المطلب الثالث : العوامل المحددة للقيمة السوقية للشركة

فيما يلي نعرض أهم محددات القيمة السوقية أو ما يعرف بمحددات سعر السهم السوقي والمتمثلة في [2]:

- **قوى العرض والطلب في السوق :** حيث يلعب ما ستقوم بتحقيقه الشركة من مكاسب مستقبلا دورا مهما في تحديد قيمة سعر السهم في المستقبل، بمعنى آخر تعد القيمة السوقية دليلا مهما ومؤشر ا جيدا على قدرة الشركة على مواجهة التزاماتها ، الأمر الذي يوضح تحقق سعر السهم السوقي في سوق البورصة بغض النظر عن الأنشطة الاعتيادية للشركة ، مما يعكس المنفعة الاقتصادية الناتجة عن الاستثمار في الأوراق المالية في سوق البورصة عكس ما يرى أنه في حالة ارتفاع الأسعار نهاية السنة المالية فإن أسلوب القيمة السوقية يؤدي للمبالغة بالأرباح .
- **تذبذب القيمة السوقية :** من يوم إلى آخر بسبب الارتفاع والانخفاض المستمر بسعر السهم في سوق البورصة ،مما يؤدي إلى تشتت نتائج تقييم الشركة إذا تمت على أساس القيمة السوقية ، نظرا إلى عدم توافق الأسس والمبادئ والمعايير المحاسبية مع هذه القيمة لأسباب عدة نذكر منها : ضعف ملائمة وموثوقية البيانات والمعلومات المالية المبنية على تلك القيمة وبالتالي ارتفاع معدل المخاطر بسبب اتخاذ قرارات خاطئة وغير سديدة تم أخذها بناءا على معلومات غير مؤكدة أو مضللة وقد يساهم إعداد

[1] ـ قريشي يوسف وبن ساسي إلياس ، التسيير المالي : الإدارة المالية ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الطبعة الثانية ، عمان ، الأردن ، 2011 ، ص ، 39 .

[2] ـ محمد عبيد إيمان ، أثر التحفظ المحاسبي في التقارير المالية على القيمة السوقية للشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان ، مذكرة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة ، الجامعة الزرقاء ، الأردن ، 2017، ص،20.

القوائم المالية بفتح المجال أمام المديرين للتلاعب بالقوائم المالية بما يخدم مصالحهم الخاصة ، إضافة إلى أن أسلوب القيمة السوقية لا يأخذ بعين الاعتبار قدرة الشركة على تحقيق الأرباح في السنوات الماضية.

كما صنف آخرون محددات القيمة إلى عوامل موضوعية وأخرى غير موضوعية وهي كما يلي[1] :

- **العوامل الموضوعية :** ترتكز العوامل الموضوعية على فكرة تحديد القيمة العادلة للأصل محل التقييم بمعنى مراعاة هذه العوامل تسمح بالوصول إلى القيمة العادلة للفصل ، لكن تحديد القيمة العادلة للشيء يبقى من الأمور غير السهلة نظرا لوجود نوع آخر من العوامل المحددة لقيمة الأصل هي العوامل غير الموضوعية
- **العوامل غير الموضوعية :** ترتكز هذه العوامل على فكرة المنفعة والرغبة في تبادل و تحديد سعر التبادل فالمشتري يحاول دفع أقل سعر والعكس بالنسبة للبائع الذي يرغب في الحصول على أكبر سعر ،ومن خلال التفاوض بين الطرفين يتحدد سعر التبادل ، لكن الوصول إلى هذا الإتفاق بشأن سعر التبادل لا يعني أن كلا الطرفين حققا صفقة مربحة ، ويمكن تفسير القيام بعملية التبادل إلى العوامل النفسية التي تتمثل في مجموع العوامل التي تجعل من مشتري ما يقبل على شراء الأصل أكبر من قيمته نظرا لبعض الخصائص التي يتمتع بها ، إضافة إلى تأثير العوامل الاقتصادية على المشتري التي تتمثل في الندرة النسبية للشيء.

[1] ـ بلال كموش ، التقييم الدوري للعناصر المادية ودورها في المحافظة على قيمة المؤسسة في ظل النظام المحاسبي والمالي " دراسة حالة المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة AMS العلمة "، رسالة ماجستير في العلوم التجارية ، تخصص دراسات مالية ومحاسبة معمقة ،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2010، ص، 45.

المبحث الثاني : المسؤولية الاجتماعية للشركة

أصبحت المسؤولية الاجتماعية في السنوات الأخيرة عامل هام ورئيسي للكثير من المنظمات ما جعل الأخيرة توليه عناية و اهتمام ،إن إحدى الأسباب الرئيسية التي قادت لذلك الاعتقاد هو أن المسؤولية الاجتماعية للشركة تؤثر على اتجاهات العاملين بما فيها الرضا الوظيفي لهم ، ما ينعكس بشكل إيجابي على أداء المنظمة .

من هنا فإن معظم الشركات و باختلاف أنواعها تتجه لإعطاء مكانة مرموقة للمسؤولية الاجتماعية كإستراتجية لتحقيق مصالح الأطراف المرتبطة بها ومنه تحقيق مصالح الشركة ككل .

المطلب الأول : نشأة المسؤولية الاجتماعية

الفرع الأول : ميلاد فكرة المسؤولية الاجتماعية

ولدت فكرة المسؤولية الاجتماعية من خلال مرورها بعدة مراحل تمثلت أهمها في مايلي :

- **المرحلة الأولى :** ارتبطت هذه المرحلة مع قيام المشاريع الصناعية و اعتقاد رجال الأعمال أنهم يملكون نفس الهدف ألا وهو تحقيق أقصى ربح ،وفي هذا السياق يشير أدم سميث في كتابه " ثروة الأمم " بأن رجال الأعمال يسعون لتحقيق منفعتهم الذاتية و تعظيم الأرباح الممكن تحقيقها ،مفترضا أن وجود سوق تنافسي هو حالة صعبة من شأنها زيادة إجمالي الثروة القومية والتي تنعكس على تعظيم المنفعة للصالح العام والتي تمثل في جوهرها تحقيقا للمسؤولية الاجتماعية .

- **المرحلة الثانية :** تمثلت في بزوغ اتجاه يدعو لتوسيع مفهوم ومعنى المسؤولية الاجتماعية ليشمل أطرافا أخرى متجاوزة بذلك النظرة الضيقة و المحصورة بحدود منفعة المالكين والمستثمرين ، وأن تلبية حاجات المجتمع هو معيار مهم في وجود المنظمة ونجاحها .
- **المرحلة الثالثة :** تبدأ هذه المرحلة من عام 1960م وما صاحبها من تغيرات طرأت على شركات الأعمال كاستخدام الأحداث في العمل ،المتغيرات الكبيرة في استخدام التكنولوجيا ،التلوث البيئي الناجم عن أسباب وممارسات مختلفة ... الخ ، مما قاد إلى وجوب وحتمية انتقال المسؤولية الاجتماعية إلى مرحلة جديدة أكثر استعابا للبيئة ومتغيراتها الواسعة ، وبدأ التفكير المؤسسي ينصرف من مجرد تقديم السلع و الخدمات إلى المشاركة الفعالة في خدمة المجتمع من جوانب متعددة[1].

الفرع الثاني: نظريات المسؤولية الاجتماعية

اختلفت النظريات المفسرة للدور الاجتماعي للمؤسسة من باحث اقتصادي لأخر ومن مدرسة إدارية لأخرى ومن نظرية لأخرى ، ويدور النقاش لهذه الأفكار حول المسؤولية الاجتماعية للشركة وفي حقيقة الأمر انحصر بين نظريتين ، النظرية الكلاسيكية الرافضة لكل ما له علاقة بالمسؤولية الاجتماعية والنظرية المعاصرة المؤيدة والداعمة لوجود هذا النوع من المسؤولية ، ومن أهم النظريات التي مهدت للتأصيل العلمي والشرح الاصطلاحي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية نذكر منها ما يلي :

1- **النظرية النيوكلاسيكية :** هي نظرية رافضة لفكرة المسؤولية الاجتماعية أساسها {لا شيء سوى أقصى الأرباح للمالكين }، فالأمريكي ميلتون فريدمان (Milton Friedman) صاحب هذه النظرية و الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد يشير إلى أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية تكون

[1]-أبو حزام سيد أحمد ، أ/حملات بن عاشور،أ/حيموري حلومة،محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية،دراسة حالة ،جامعة معسكر ، ص ص 76 ، 77.

من خلال القرارات الموجهة لتحسين المر دودية والربحية لفائدة المساهمين ، حيث يرى أن تعظيم قيمة المساهم هو أنسب هدف اجتماعي للشركات لأنه يعادل تعظيم الثروة الاجتماعية للمؤسسة .

2- **نظرية الوكالة** :ظهرت بفضل مساهمة الباحثان الأمريكيان في الاقتصاد الأمريكي (Michel Jensen)و(William meckling) اللذان يعتبران الشركة على أنها سوق حر و عقد العمل ما هو إلا عقد تجاري . والوكالة معناها أن شخص يسند مصالحه لشخص أخر كما هو الحال بالنسبة للشركة عند قيام المساهمين بإسناد مهمة إلى المدراء ،وتفسر هذه النظرية العلاقة بين المسيرين و المساهمين في إطار حوكمت المؤسسات ، كما يمكن أن تشمل هذه النظرية على مجموع أصحاب المصالح المتعاملين مع المؤسسة حيث تستند مسؤولياتها على المسيرين باعتبارهم وكلاء ذوي علاقة تعاقدية مع فئات عديدة من الجهات الفاعلة : المساهمين ، الدائنين ،الزبائن ، المستهلكين ، الموردين ، المجتمعات المحلية والمنظمات غير الحكومية ...وحسب هذه النظرية فإن أصحاب المصالح لهم قدرة التأثير على القرارات الإستراتيجية للمسيرين [1].

3- **نظرية أصحاب المصالح** : يعتبر أصحاب المصالح أحد أهم المجالات التي تمارس فيها الشركات دورا اجتماعيا وهم الأفراد أو المجموعات أو المنظمات التي تتأثر مباشرة بسلوكيات ووجود الشركة ولهم حصة أو فائدة منها أو من أدائها ، وحسب هذه النظرية تعتبر الشركة نتيجة لعلاقات مختلفة بين مجموع أصحاب المصالح اللذين لا ينحصرون فقط في مجموع المساهمين و إنما مجموع الفاعلين الشموليين بنشاطات و قرارات الشركة والمسؤولية اتجاه المجتمع تصبح مسؤولية تجاه أصحاب المصلحة [2].

[1]- د/بورحلة علال ، تحليل المنظمات ، مكتبة الرشاد للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2006، ص 80.
[2] - ضيافي نوال ، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة و الموارد البشرية ، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجيستر ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2010/2009 ، ص ص 6،7.

ويمكن لنا استنتاج ثلاث اتجاهات مختلفة لهذه النظرية :

الاتجاه الوصفي و الاتجاه الفعال حيث يقومان على الرؤية التعاقدية لعلاقة مؤسسة أصحاب المصلحة فهي تصف طبيعة هده العلاقة والفائدة التي تعود على الشركة عند انتهاج مصممة خصوصا لتوقعاتهم ، أما الاتجاه المعياري فيحدد الالتزامات الأخلاقية للشركة تجاه أصحاب المصلحة ،و الأداء الاجتماعي نتيجة لإدارة المسؤوليات المحددة لأصحاب المصالح .

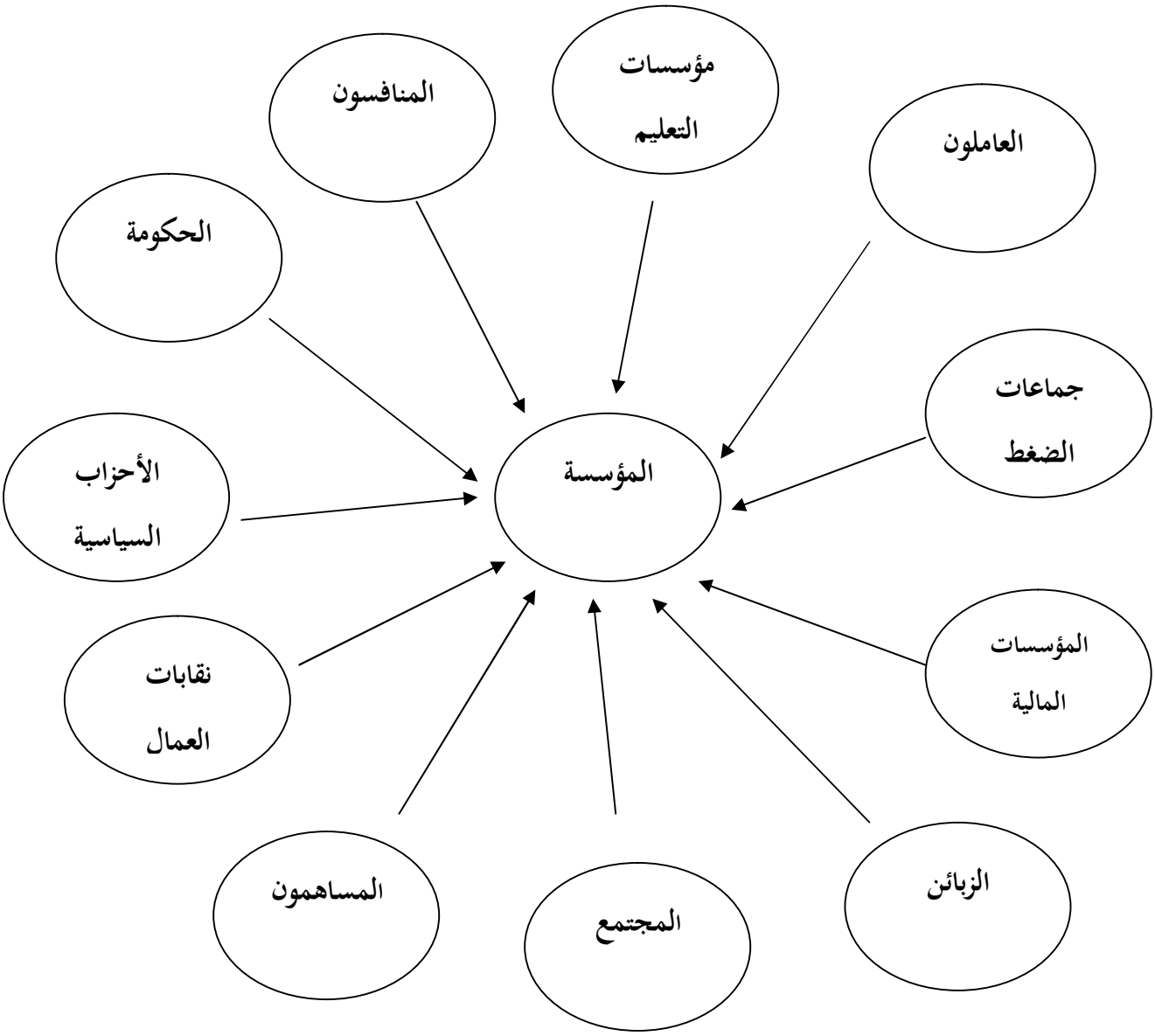
كما يمكن لنا التمييز بين نوعين من أصحاب المصلحة :

النوع الأول لهم علاقة مباشرة بالنشاط الاقتصادي ولهم عقد ظاهر مع المؤسسة ، المساهمون ، المصارف ، العاملون ،الزبائن والموردون ...أما النوع الثاني لهم علاقات طوعية مع المؤسسة في إطار غير قانوني كالسلطات المحلية والمنظمات غير الحكومية ، حيث أن نظرية أصحاب المصلحة تبحث عن دمج الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية للشركة ولكن لا يمكن تطبيقها على المستوى الكلي للتنمية المستدامة ، ومن هذا المنطق ظهرت نظرية جديدة "المسؤولية الاجتماعية للشركة " تأخذ بعين الاعتبار السلع الأساسية التي تضمن استمرار و إنتاجية المجتمعات البشرية مثل إدارة النفايات ، باختصار ضمان الشروط الملائمة لحياة المجتمعات البشرية مع الأخذ بعين الاعتبار المساهمة في الإنتاج والحفاظ على الموارد العالمية المشتركة (كحماية البيئة ، رفع العمالة ...) [1] .

[1]. نسيمة بوكماش، المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية بين النظرية و التطبيق،دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص مالية و بنوك ،قسم علوم التسيير،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة العربي بن مهيدي،أم البواقي،2014،ص ص 6،7.

والشكل التالي يبين أصحاب المصالح المتعاملين مع المؤسسة :

الشكل رقم 01 : أصحاب المصالح أو المستفيدين من وجود الشركات



المصدر : عيشوش خيرة،كرزابي عبد اللطيف، المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين في ايطار أخلاقيات الأعمال ، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الاعمال و المسؤولية الاجتماعية،جامعة بشار،الجزائر، يومي 15/14فيفري2012،ص 7.

المطلب الثاني: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركة و خصائصها

الفرع الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية concept of social responsibiliy

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركة وتنوعت ، وقدم الكثير من الباحثين والمنظمات الدولية وجهات نظرهم لهذا المفهوم ، لكن أهم التعريفات تتمحور حول فكرة رئيسية مفادها أن المسؤولية الاجتماعية للشركة تتجاوز التزاماتها القانونية ولا تنحصر فقط بتحقيق الأرباح لملاكها أو حملة أسهم، بل تتعداها إلى تحملها مسؤوليات تجاه كافة أصحاب المصالح المرتبطين بها من (عاملين،عملاء،دائنين،موزعين،موردين ، مجتمعات،...إلخ)، و من بين هذه التعاريف مايلي :

أولا: تعريفات بعض الباحثين و المفكرين :

*عرف ماري و فوكل (Murray and Vogel1997) : المسؤولية الاجتماعية للشركة كسلوكيات لها أبعد اجتماعية في كل ما يتعلق بأنشطة المنظمة و التي تسعى لمعاملة اجتماعية و حضارية جيدة لأصحاب المصالح بدون القصد المباشر للكسب المالي[1].

*عرفها (1999Carroll) :أنها التزام رجال الأعمال بإتباع سياسات تؤدي إلى اتخاذ قرارات أو انتهاج سلوكيات و أفعال مرغوبة من حيث ملائمتها لأهداف و قيم المجتمع [2].

*عرفت المسؤولية الاجتماعية بأنها بمثابة موقف سلمي نابع من التأثير الايجابي في الإقناع لإحداث التغير المطلوب في الآخرين ، و على هذا المنظور يمكن تعريفها بأنها:"التفكير السليم للتعايش بود و تعاون جيد مع الآخرين."[3]

[1]. قدري ابراهيم،أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء،أطروحة لنيل درجة الدكتوراه،إدارة أعمال ،جامعة دمشق ،2015/2014،ص32.
[2]الرحاحلة عبدالرزاق سالم، المسؤولية الاجتماعية ،دار الإعصار للنشر و التوزيع،عمان،2011،ص66.
[3]. الرحاحلة عبدالرزاق سالم،مرجع سابق،ص66.

* عرف (Durke) : المسؤولية الاجتماعية على أنها :"التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه ." و قد أشار (Holmes) إلى أن المسؤولية الاجتماعية :"ما هي إلا التزام تجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ، تحسين الخدمة و مكافحة التلوث و خلق فرص عمل و حل مشكلة الإسكان و المواصلات و غيرها ." [1]

ثانيا : تعريف الهيئات الدولية للمسؤولية الاجتماعية :

*عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها :" التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي لتحسين معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد ."[2]

*تعريف اللجنة الأوربية جاء كما يلي : "المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم يقوم بدمج الانشغالات الاجتماعية البيئية والاقتصادية في مختلف نشاطات الشركة ، والتفاعل مع مختلف الأطراف المتعاملة مع الشركة بشكل إداري أو تطوعي ."[3]

*تعريف المجلس العالي للأعمال من أجل التنمية المستدامة :يعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها:"إلتزام شركات الأعمال المتواصل بالسلوك الأخلاقي و بالمساهمة في التنمية الاقتصادية ،وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرها فضلا عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة ."[4]

[1]. عيشوش خيرة ،كرزابي عبد اللطيف ، مرجع سابق ، ص5.

[2]السكارنة بلال خلف،أخلاقيات العمل،الطبعة3،دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ،عمان ،2013،ص162.

[3]. هلالي مصطفى حسين،الإبداع المحاسبي في الإفصاح عن المعلومات البيئية في التقارير المالية ،الدار المصرية،القاهرة،2005،ص5.

[4] -Frank den Hordandall ;Managing corporate social responsibilitily in action talking.corporate social responsibilitily Series publishing company.USA.2007.P10.

من التعريفات السابقة نرى أن كلها تدور حول معنى مشترك وهو تحمل الشركات لمسؤولياتها ، لذا يمكننا القول بشكل عام أن المسؤولية الاجتماعية ودرجة تبنيها أو عدم تبنيها من قبل الشركات يقوم في جوهره على ميل الشركة للتركيز على الجانب الاقتصادي أو الجانب الاجتماعي بعناصرهما المختلفة والموضحة في الجدول الموالي :[1]

[1]-: طاهر محسن منصور العالي ،صالح مهدي محسن العامري،المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، الطبعة 2،دار وائل للنشر،عمان،2008،ص 54.

جدول رقم01:المسؤولية الاجتماعية و النموذجين الاقتصادي و الاجتماعي

النموذج الاقتصادي يركز على :		النموذج الاجتماعي يركز على :
- الإنتاج - استغلال الموارد الطبيعية - قرارات داخلية قائمة على أساس أوضاع السوق - العائد الاقتصادي (الربح) - مصلحة الشركة أو المدير أو المالكين - دور قليل للحكومة	منطقة وسط بين النموذجين	- نوعية الحياة - المحافظة على الموارد الطبيعية - قرارات قائمة على أساس أوضاع السوق مع رقابة متنوعة من المجتمع - الموازنة بين العائد الاقتصادي والعائد الاجتماعي - مصلحة المؤسسة و المجتمع - دور فعال للحكومة

المصدر : طاهر محسن منصور العالي ،صالح مهدي محسن العامري،المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال، الطبعة 2،دار وائل للنشر،عمان،2008،ص 54.

الفرع الثاني : خصائص المسؤولية الاجتماعية للشركة

على ضوء المفاهيم التي قدمناها حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية نستخلص أهم النقاط التي نراها تعبر عن خصائص المسؤولية الاجتماعية : [1]

أولا: المسؤولية الاجتماعية هي مسعى موجه لأصحاب المصالح :

. و يعني ذلك دراية و وعي إدارة الشركة بحجم التأثيرات التي تحدثها الشركة على مختلف الأطراف ذات المصلحة ، سواء كانت هذه التأثيرات إيجابية أو سلبية و يكون هذا الوعي أحد الركائز التي تعتمد عليها الإدارة لتحديد توجهاتها تجاه أصحاب المصالح ، و من الأدوات التي تستخدمها الإدارة لتكوين هذا الوعي نجد مثلا: تقارير الخبراء حول التأثيرات البيئية ، تقارير المحاسبة الاجتماعية ،الدراسات التي تهتم بتحليل احتياجات و اهتمامات أصحاب المصالح ، الدراسات التي تصنف أصحاب المصالح حسب درجة تأثيرهم على الشركة .

ثانيا : المسؤولية الاجتماعية هي التزام اقتصادي / قانوني / أخلاقي و خيري :

. و هي المستويات التصاعدية التي توجه أي سياسة تدخل في إطار التزام الشركة بمسؤولياتها الاجتماعية ، فالتزام الشركة ينطلق من التزامها بتحقيق الربح و يتدرج في المستويات حتى يتشكل لها التزام فكرته الأساسية المساهمة بالخير لصالح المجتمع ، فلا يعقل أن يكون لأحد الشركات مؤشرات سلبية حول أدائها الاقتصادي أن تفكر في تطوير برامج لصالح المجتمع.

[1]. طلحة محمد ، أثر تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية على أداء المؤسسات ، مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية ،2019/2018،ص ص 52،53.

ثالثا : المسؤولية الاجتماعية لها طابع اختياري /إجباري :

. و نقصد بالطابع الإجباري بأنه التزام الشركة بمسؤولياتها الاجتماعية انطلاقا من القوانين الوضعية التي تجبرها على ذلك ، مثل قانون العمل،قوانين حماية المستهلك ،...إلخ،وتوجهاتها لا يتعدى مستوى التزام القانون .

أما الطابع الاختياري فيعني أن الاختيار قد تم بناء على إرادة الإدارة،و أن هذا محدد بأهدافها الإستراتيجية ، و يختلف التزام الشركة بمسؤولياتها الاجتماعية بين الالتزام الاختياري و الإجباري باختلاف عوامل عدة منها القدرات المالية للشركة حجم التأثير الذي يمارسه أصحاب المصالح،أهداف المؤسسة،...إلخ.

رابعا : المسؤولية الاجتماعية للشركة هي تعظيم القيمة

من بين أهم المداخل التصورية للمسؤولية الاجتماعية و على الإدارة أن تأخذه بعين الاعتبار هو اعتباران المسؤولية الاجتماعية كنمط إداري تعاوني بالدرجة الأولى ، تسعى الإدارة من خلاله إلى توفير الظروف المناسبة و الملائمة لجعل أصحاب المصالح يساهمون في تحقيق أهداف الشركة و م جهة أخرى تساهم الشركة بدورها في تقديم أعظم القيمة لهؤلاء ، فعلى أساس اهتمامات أصحاب المصالح تتحدد التوجهات التي تدخل في إطار المسؤولية الاجتماعية .

خامسا : استبعاد حسابات الربح والخسارة :

يجب أن لا يرتبط قرار ممارسة المسؤولية الاجتماعية بدراسة حالات الربح و الخسارة .[1]

[1] ـ مقدم وهيبة ، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية ، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة وهران،2014/2013 ، ص 82 .

المطلب الثالث : أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركة و مبادئها

الفرع الأول : أبعاد المسؤولية الاجتماعية

قد سعى العديد من المؤلفين و الباحثين إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية ، حيث تناول كل منهم تلك الأبعاد من وجهات نظر مختلفة و وضعوا لها مسميات متباينة، فكان للباحث Caroll و الباحثان Ferrell و Prude نفس وجهة النظر حيث حددوا أربع أبعاد رئيسية للمسؤولية الاجتماعية تتمثل في :

1. **المسؤولية الأخلاقية :** بمعنى أن تكون الشركة مبنية على أسس أخلاقية و أن تلتزم بالأعمال الصحيحة و أن تمتنع عن إيذاء الآخرين باحترامها لأعراف و قيم المجتمع ، و تحقيق تكافؤ الفرص في التوظيف و الترقية ومراعاة حقوق الإنسان[1].

2 . **المسؤولية الإنسانية(الخبرة) :** أي أن تكون الشركة صالحة و أن تعمل على الإسهام في تنمية و تطوير المجتمع وعلى تحسين نوعية الحياة[2] .

3 . **المسؤولية القانونية :** أي أن الشركة يجب أن تلتزم باحترام القوانين و أن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية و عدم القيام بالأعمال المخلة للقانون من خلال احترام مبادئ حماية البيئة و العدالة و السلامة المهنية و قوانين حماية المستهلك [3].

---

[1] ـ الحمدي حسين فؤاد محمد ، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية و انعكاساتها على رضا المستهلك ، أطروحة دكتوراه ،تخصص فلسفة إدارة الأعمال ، كلية الإدارة و الاقتصاد، جامعة المستنصرية ، اليمن ،2003،ص20.

[2] ـ نعمة عباس الخفاجي ،طاهر محسن الغالبي ، قراءات في الفكر الإداري المعاصر ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، بدون رقم الطبعة ،2008 ، ص 289 .

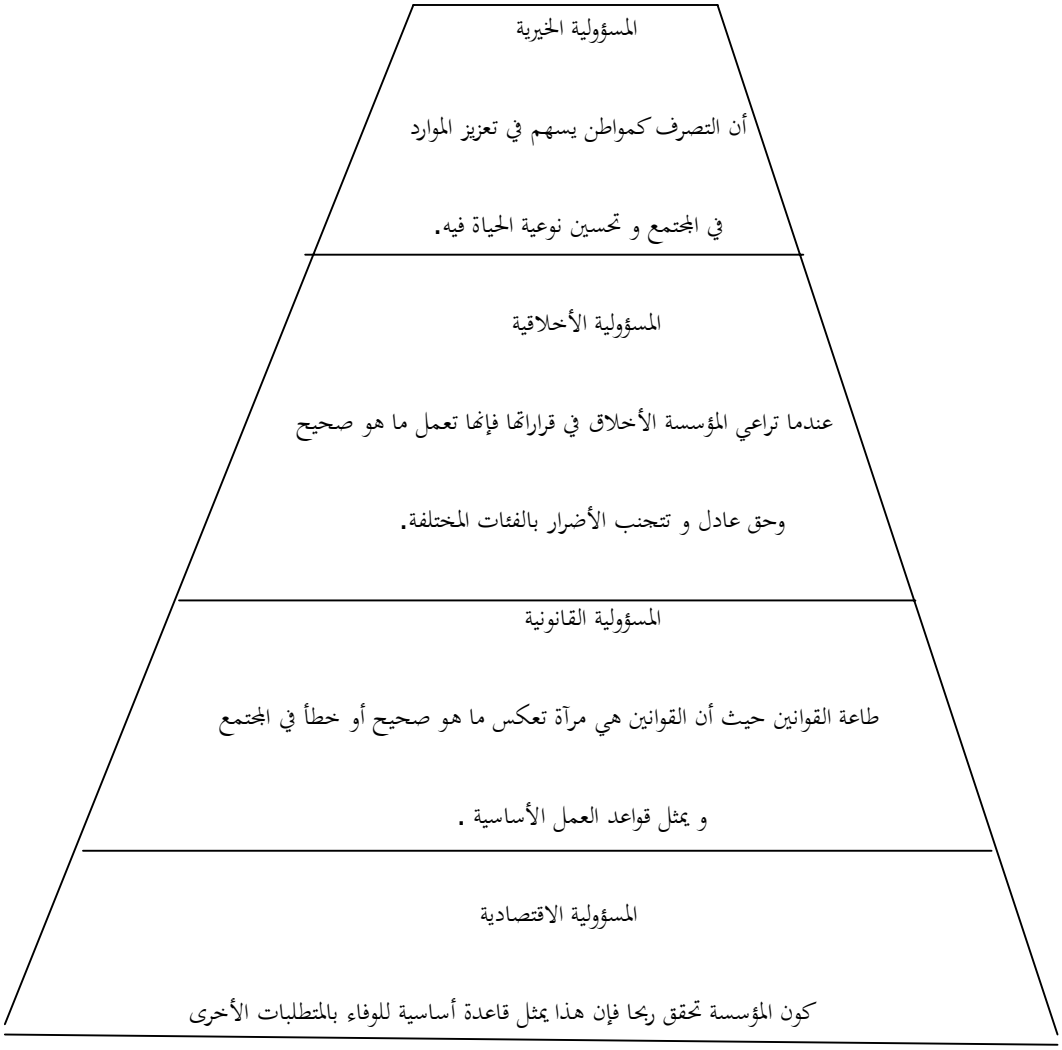
[3] ـ شرفي زكرياء،محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية باستخدام طريقة التكاليف على أساس الأنشطة"A B C" ، دراسة حالة مؤسسة PROLIPOS لإنتاج المواد الدسمة،"عين مليلة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي ،تخصص مالية و محاسبة ،جامعة أم البواقي ،20015/2014،ص 19.

4 . **المسؤولية الاقتصادية :** يقصد بها أن تكون الشركة نافعة و مجدية اقتصاديا ، و أن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين باحترامها قواعد المنافسة العادلة و الاستفادة التامة من التطور التكنولوجي بما لا يلحق ضرر في المجتمع و البيئة .[1]

إن Carroll وظف هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضح ترابط بينها من جانب و من جانب آخر فإن استناد أي بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية ، فلا يمكن أن تتوقع من الشركة مبادرات خبرة و مسؤولية إذا لم تكن هذه الشركات قد قطعت شوطا في إطار تحملها لمسؤولياتها الاقتصادية و القانونية و الأخلاقية تجاه المجتمعات التي تعمل فيها الشكل الموالي يوضح هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية

[1] -الحمدي حسين فؤاد محمد ، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية و انعكاساتها على رضا المستهلك ، أطروحة دكتوراه ،تخصص فلسفة إدارة الأعمال ، كلية الإدارة و الاقتصاد، جامعة المستنصرية ، اليمن ،2003،ص20.

الشكل رقم 02 : هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية



المصدر :طاهر محسن منصور الغالي،صالح مهدي محسن العامري،مرجع سبق ذكره،ص 83.

كما قام Carroll بتطوير مصفوفة يفصل فيها الأبعاد من خلال تقديم عناصرها الأساسية والفرعية مبينة في الجدول التالي :

جدول رقم 02:أبعاد المسؤولية الاجتماعية والعناصر الرئيسية و الفرعية

البعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	. منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين . . احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين .
	التكنولوجيا	. استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي و الخدمات التي يمكن أن يوفرها. . استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع و البيئة.
القانوني	قوانين حماية المستهلك	. عدم الاتجار بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها. . حماية الأطفال صحيا و ثقافيا. . حماية المستهلك من الموارد المزورة و المزيفة.
	حماية البيئة	. منع تنوع المياه و الهواء و التربة. . التخلص من المنتجات بعد استهلاكها. . منع الاستخدام التعسفي للموارد. . صيانة الموارد و تنميتها.
	السلامة و العدالة	. منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين. . ظروف العمل و منع عمل الأحداث و صغر السن. . إصابات العمال. . التقاعد و خطط الضمان الاجتماعي. . عمل المرأة و ظروفها الخاصة. . المهاجرين و تشغيل غير القانونيين. . عمل المعوقين.

الأخلاقي	المعايير الأخلاقية	. مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك . مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف . مراعاة حقوق الإنسان.
	الأعراف والقيم الاجتماعية	. احترام العادات والتقاليد . . مكافحة المخدرات والممارسات اللاأخلاقية .
الخير	نوعية الحياة	. نوع التغذية . . الملابس . . الخدمات . . النقل العام . . الذوق العام .

المصدر : طاهر منصور الغالي ، صالح مهدي محسن العامري ، مرجع سبق ذكره ،ص82.

الفرع الثاني : مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات

تعددت محاولات الباحثين و المنظمات الدولية من أجل وضع مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات ، فمثلا نجد أن Wood يقترح مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات كما يلي :[1]

-أن شركات الأعمال ما هي إلا وحدات اجتماعية ، لذا هي ملزمة بمسؤولية تجاه مجتمعها .

-المدراء التنفيذيون في الشركات هم قدوة للالتزام بالأخلاقيات في قراراتهم و انعكاساتها على المجتمع .

-المدراء التنفيذيون في المؤسسات هم قدوة للالتزام بالأخلاقيات في قراراتهم و انعكاساتها على المجتمع .

هذا وقد قدم Benchet marks عددا من المبادئ للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات كما يلي :

-علاقة جيدة بين الشركات و المجتمعات المحلية .

-نظم مستدامة للإنتاج ونظام عادل للتوزيع .

-المشاركة في عمليات صنع القرارات للشركات .

-حفظ و حماية البيئة للأجيال الحالية و المستقبلية .

-احترام كرامة كل شخص .

-ميثاق محكم لسلوك المؤسسات و الموردين .

-وضع سياسة لحقوق الإنسان على أساس الإعلان العالمي لحقوق الإنسان .

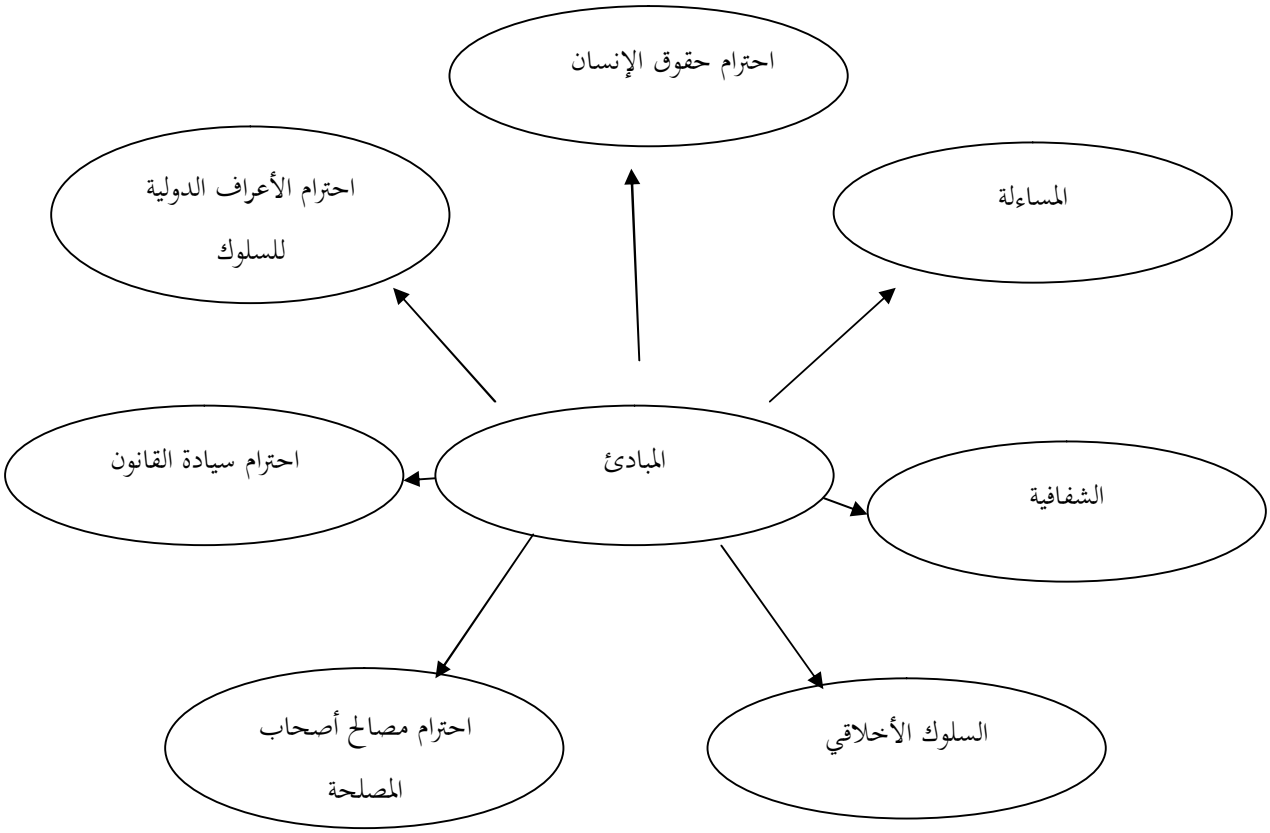
[1]- قرن خيرة،واقع و آفاق تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية،دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإنتاجية لولايات:المدية، الجلفة و الأغواط ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية ص ص 13،14.

-الالتزام بمبدأ أن كل عامل له الحق في الرعاية و الاهتمام .

كما أورد دليل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات سبعة مبادئ ذات علاقة بالمسؤولية الاجتماعية ، حيث لا يجب على الشركات أن تطبق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية دون تطبيق هذه المبادئ و التي أصبح متفق عليها على أنها مبادئ للمسؤولية الاجتماعية .

و الشكل التالي يوضح هذه المبادئ :

الشكل رقم 03 : مبادئ المسؤولية الاجتماعية



المصدر : الحموري صالح ،المعايطة رولا،المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات،دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع،الطبعة الأولى،عمان،الأردن،2015،ص71.

تحليل الشكل : [1]

1 . **مبدأ سيادة القانون :** يعني أن تلتزم الشركة بجل القوانين السارية سواء المحلية أو الدولية و المكتوبة و المنفذة طبقا لإجراءات راسخة و محددة و الإلمام بها .

2 . **مبدأ احترام الأعراف الدولية :** أي أن الشركة تحترم الاتفاقيات الدولية و الحكومية و اللوائح التنفيذية و المواثيق و القرارات و الخطوط الاسترشادية عند قيامها بتطوير سياستها و ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية .

3 . **مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية :** يعني أن تعترف المؤسسة و تتقبل فكرة تنوع مصالح الأطراف المعنية، و تنوع في أنشطة و منتجات الشركة الرئيسية و الثانوية ، و غيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية .

4 . **مبدأ السلوك الأخلاقي :** يقصد به أن تتصرف الشركة في جميع الأوقات و تحت مختلف الظروف بشكل أخلاقي فيما يتعلق بالأشخاص و البيئة المحيطة بها و كذا الالتزام بتحقيق مصالح الأطراف المعنية .

5 . **مبدأ الشفافية :** أي أن الشركة تفصح إفصاحا تاما و دقيقا عن سياستها و نشاطاتها و قراراتها بمختلف أنواعها ، و أن تكون هاته المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المتوقع و المحتمل تأثرهم بشكل جوهري من قبل الشركة بغية تمكين الأطراف المعنية من تقييم تأثير قرارات و أنشطة المؤسسة بدقة على مصالحهم .

6 . **مبدأ القابلية للمساءلة :** يعني أن تكشف الشركة و بشكل منظم عن السياسات و الإجراءات التي تتحمل بشكل مباشر مسؤولياتها للسلطات القانونية والجهات المتحكمة فيها و الأطراف ذوي العلاقة بالشركة بطريقة واضحة وحيادية .

[1] ـ العموري صالح،معاطية رولا،مرجع سابق،ص ص 72،73.

7 . **مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان :** يعني أن تطبق الشركة السياسات و الممارسات المؤدية لاحترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان .

المبحث الثالث : ممارسات المسؤولية الاجتماعية على مستوى الشركة

تنفذ المسؤولية الاجتماعية للشركة وفق إطار يهدف لمساعدة أصحاب المصلحة و المدراء و الموظفين وغيرهم في تقييم الآثار التي تحدثها الشركة في المجتمع المحيط بها ككل و التحديات و الفرص المرتبطة بهذه التأثيرات مع أخذها بعين الاعتبار في عملية صنع القرار و الاستراتيجيات .

و من هنا سنتطرق في هذا المبحث إلى تحديد أهم مراحل تطبيق المسؤولية الاجتماعية و آلياتها في الشركة و استخلاص فوائد تطبيق هذه المسؤولية و بيان محاسبة المسؤولية الاجتماعية .

المطلب الأول : تنفيذ المسؤولية الاجتماعية في الشركة و فوائد تطبيقها

الفرع الأول : مراحل تطبيق المسؤولية الاجتماعية و آلياتها

أولا: مراحل تطبيق المسؤولية الاجتماعية :

يشير العالي إلى أنه ليس ضروريا أن تكون المبالغ المخصصة للدور الاجتماعي كبيرة جدا تتجاوز قدرات المؤسسة ، بل أهم المشاركة و التوعية و المبادرة في جعل هذا الدور مقبولا يتسم بالاستمرارية .

في هذا الإطار يقترح الباحثان العالي و العامري نموذج لتبني برامج المسؤولية الاجتماعية في شركات الأعمال ، ويحتوي هذا البرنامج الخطوات التالية : [1]

[1]- العلي طاهر محسن منصور ،العامري صالح مهدي محسن ،مرجع سبق ذكره ،ص ص 119،120.

1 . **التزام الإدارة العليا و تكريس جهد هذا البرنامج :** فبدون هذا الالتزام لا ينجح هذا البرنامج ، و من اللازم أن يمثل هذا البرنامج من قبل عضو واحد أو أكثر من بين أعضاء مجلس إدارة الشركة ، و أن تصاغ رسالة واضحة تعكس اهتمام الإدارة بالشؤون الاجتماعية و البيئية بحيث تصبح دليلا للعاملين في مختلف المستويات الإدارية .

2 . **التخطيط :** تشكل لجنة لتخطيط البرنامج و تكون على علاقة وثيقة للإدارة العليا للشركة ، تقوم بوضع خطة مناسبة برنامج حيث من الواجب رسم سياسة واضحة و تحديد أهداف معينة ممكنة التحقيق قابلة للقياس .

3 . **تعيين مدير للبرنامج :** بعد وضع الخطة الاجتماعية للشركة ، يتم تعيين مدير مسؤول عن متابعة تنفيذ هذه الخطة و تقييم العائد الاجتماعي المحقق جراء تطبيقها ، و قد يكون لهذا المدير مساعدون فهذا يرتبط بحجم الشركة و طبيعة خطتها الاجتماعية .

4 . **التدقيق أو المراجعة الاجتماعية :** هنا يتم إعداد تقرير شامل لما يجب على المؤسسة القيام بها أنشطة اجتماعية وبيئية ، فهذه الوثيقة تتضمن معلومات تخص الموارد البشرية و سلامة و أمن المنتجات و حماية البيئة ، و يجب أن تكون المعلومات الواردة في التقرير دقيقة و كمية قدر الإمكان تعرض مختلف الجوانب الإيجابية و السلبية في البرنامج .

5 . **ترتيب عملية تمويل البرنامج :** الأنشطة الاجتماعية و البيئية تتطلب تكاليف عالية و منه فهي تحتاج لتمويل قد يكون كبير جدا .

إن مصادر التمويل قد تكون واحدا أو أكثر من المصادر التالية :

- يمكن للشركة إن تمرر بعض تكاليف البرنامج المعد للجانب الاجتماعي إلى الزبائن وذلك من خلال إضافة زيادة مناسبة على أسعار السلع والخدمات المقدمة ،حيث تقوم بزيادة قليلة لسعر المنتج .

- تتحمل المؤسسة بنفسها كامل نفقات البرنامج لأن الوضع التنافسي في السوق لا يسمح لها بزيادة الأسعار.
- تتحمل الحكومة جل أو جزء من نفقات البرنامج عن طريق الإعفاءات الضريبية أو تقديم إعانات مالية وحوافز لتشجيع الشركات على القيام بدورها الاجتماعي .

ثانيا: آليات تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركة

دائما نتساءل حول أفضل الممارسات أو آلية تبني المسؤولية الاجتماعية بكفاءة وفاعلية وذلك مع الاخذ بعين الاعتبار رسالة المؤسسة وحجمها والقطاع و البيئة المحيطة بها القائمة فيها ، وفي هذا السياق نجد أحسن إجابة لدى الباحثان فيليب كونلر و نانسي اللذان أوضح عدادا من أفضل الممارسات لتبني المسؤولية الاجتماعية وذلك بعد إجراء مقابلات مع 25 مدير يعملون في المؤسسات الأمريكية العملاقة لإلقاء الضوء على أفضل الوسائل التي تمكن المؤسسات من أداء مسؤوليتها الاجتماعية .

تتمثل هذه الممارسات فيما يلي:[1]

1- اختيار قضايا اجتماعية لدعمها :

- اختر عددا قليلا فقط من القضايا الاجتماعية لدعمها .
- اختر القضايا محل اهتمام في المجتمعات التي تزاول عملك بها .
- اختر القضايا المنسقة مع رسالة المؤسسة وقيمتها ومنتجاتها وخدماتها .
- اختر قضايا تتمتع بإمكانية دعم الأهداف المتصلة بالأعمال التجارية .

[1] قرن خيرة ، مرجع سبق ذكره ، ص 23 .

- اختر القضايا محل اهتمام الأطراف الرئيسية صاحبة المصلحة : الموظفون ، الأسواق، المستهدفة ،العملاء ،المستثمرون والقادة والمؤسسون .
- اختر قضايا يمكن دعمها على المدى الطويل .

2- **اختيار المبادرات لدعم القضايا الاجتماعية :**

- اختر المبادرات الأكثر قدرة على تحقيق الأهداف و الغايات المتصلة بالأعمال .
- اختر المبادرات التي تلبي حاجات ذات أولية بالنسبة للقضية .
- اختر مبادرات متعددة من أجل قضية واحدة .
- اختر مبادرات تمثل منفعة قصوى لشركاء مجتمعين أقوياء .
- اختر مبادرات لك فيها خبرة .
- اختر مبادرات بإمكانها دعم الموارد الوفيرة الحالية .

3- **وضع و تنفيذ خطط البرنامج :**

- تشكيل فرق داخلية ذات خلفيات وظيفية مختلفة لوضع الخطط.
- إشراك الشركاء المجتمعين في وضع الخطط.
- حدد غايات واضحة و أهداف قابلة لقياس الشركة .
- ضع خطة للاتصالات .
- حدد عناصر إستراتيجية إضافية و خطط لها .

4- **تقييم الجهود :**

- حدد الغرض من التقييم .
- قس مخرجات الموارد و أعد تقارير لها .

- قس و أعد تقارير عن النتائج بالنسبة للمؤسسة بناء على غايات و أهداف المبادرة .
- راقب حالة القضايا الاجتماعية التي تدعمها المبادرات .
- خصص موارد كافية للقياس و إعداد التقارير .

الفرع الثاني : فوائد تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركة

أشارت العديد من الدراسات إلى الفوائد المتزايدة التي جنتها العديد من الشركات خلال العقود الماضية ،جراء تبنيها للمسؤولية الاجتماعية في عملها ضمن استراتجياتها التنظيمية ،استجابة للضغوط والتحديات الخارجية والداخلية التي واجهتها تلك الشركات ومنها الضغوط التشريعية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، إذ دعا المؤتمر الثالث المنعقد في مدينة Quebec[1] عام 2001 الحكومات والمؤسسات الخاصة إلى ضرورة تبني ومراعاة المسؤولية الاجتماعية ،كما اعتمدت المسؤولية الاجتماعية للشركة ضمن برامج حقوق الإنسان في كندا وتم إدخالها ضمن الأولويات السياسية للحكومة ،كما حذر المؤتمر الذي انعقد في مدينة ميامي عام 1994 الحكومة من تفشي الممارسات اللاأخلاقية والتي من شذاها أن تعيق النمو الاقتصادي .[2]

ومن هنا نستنتج فوائد تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية :[3]

1- بالنسبة للمؤسسة : تتمثل في :

- تحسين سمعة الشركات وعلاقاتها التجارية التي تبنى على أساس الكفاءة في الأداء والنجاح وتقديم الخدمات والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح .

[1] - هي العاصمة الوطنية لمقاطعة الكيبك إحدى المقاطعات الشرقية بكندا .

2 -الحميدي فؤاد محمد حسين ، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك ، دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، العراق 2004، ص ص 37، 38.

[3] - مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية ، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع ، الاتجاهات و القضايا الراهنة ، الأمم المتحدة ، نيويورك ،جنيف ، 2004 ، ص 6 .

- استقطاب أكفأ العناصر البشرية وزيادة القدرة على الاحتفاظ بهم حيث يمثل التزام بمسؤولياتها اتجاه المجتمع الذي تعمل به .
- بناء علاقات قوية مع الحكومات مما يساعد في حل المشكلات أو النزاعات القانونية التي قد تتعرض لها الشركات أثناء ممارستها لنشاطها الاقتصادي .
- حسن إدارة المخاطر الاجتماعية التي تترتب على قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي ، خاصة في إطار العولمة وتتمثل هذه المخاطر في الالتزام البيئي واحترام قوانين العمل وتطبيق المواصفات القياسية .
- رفع قدرة الشركات على الابتكار مع تحسين الأداء المالي لها وتحسين نوعية المنتوج .

2- بالنسبة للمجتمع : تتمثل في :

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للشركة .
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع .
- زيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح .
- الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية .

3- بالنسبة للدولة : تتمثل في :

- تحقيق الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها و خدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.

- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي 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 الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.[1]

[1]- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة ، الأمم المتحدة نيويورك و جنيف ، 2004 ،ص 6.

المطلب الثاني : محاسبة المسؤولية الاجتماعية[1]

لم يعد تعظيم الأرباح الهدف الوحيد للمؤسسات الاقتصادية بل تعدى ذلك إلى الالتزام بأداء مسؤولياتها الاجتماعية اتجاه المجتمع والمحيط القائمة فيه ، ما أدى إلى ظهور ما يعرف بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية والتي تستخدم كأداة لتقييم نشاط تلك المؤسسات

1/ تعريف محاسبة المسؤولية الاجتماعية :

تعتبر المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية أهم مراحل التطور المحاسبي نشأت نتيجة زيادة حجم وقدرات المنشأة لا سيما مساهماتها ذات الأثر الاجتماعي والمالي ما أدى إلى زيادة اهتمام الأطراف ذوي العلاقة بالمنشاة إلى تكوين حس المسؤولية الاجتماعية داخلها ما أوجب على المحاسبين تقديم التصور الصحيح لهذه المسؤوليات بغية إعداد النماذج المحاسبية الصحيحة والملائمة لقياسها والإفصاح عنها في التقارير المحاسبية

- تعددت التعاريف التي حاولت وضع تعريف محدد للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لذلك نسوق فيما يلي مجموعة من التعاريف :

- عرف "سلامة " المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بأنها :"منهج لقياس وتوصيل المعلومات حول قيام الإدارة بمسؤولياتها الاجتماعية لمختلف الطوائف المستفيدة داخل المجتمع بشكل يمكن من تقييم الأداء الاجتماعي للمشروع ".
- كما عرف "seidler" بأنها: "أحد مكونات المحاسبة بمفهومها الواسع الذي ينص أن المحاسبة هي فن أو علم هدفه قياس وتفسير الأنشطة والظواهر التي لها أسس طبيعية اجتماعية واقتصادية ".

[1]- أبو حزام سيد أحمد،حملات بن عاشور،ألحموري حلومة،مرجع سبق ذكره،ص ص ص 80،81،82.

- من التعاريف الأكثر شمولية نجد تعريف : "ramanathan" حيث عرف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بأنها: " عملية اختيار متغيرات ومقاييس وإجراءات قياس الأداء الاجتماعي على مستوى الوحدة ثم تقديم معلومات بطريقة منظمة لاستخدامها في تقيم الأداء الاجتماعي للوحدة و أخيرا إيصال هذه المعلومات للأطراف المعنية داخل المجتمع سواء كانت هذه الأطراف من داخل المشروع وخارجها ".

2/ مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية :

حددت لجنة المحاسبة عن الأداء الاجتماعي من قبل الجمعية القومية للمحاسبين بأمريكا 4 مجالات للأداء الاجتماعي :

- تفاعل المنظمات مع المجتمع .
- المساهمة في تنمية الموارد البشرية .
- المساهمة في تنمية الموارد الطبيعية والبيئية .
- الارتقاء بمستوى جودة السلع والخدمات .

كما حدد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونين 6 مجالات للأداء الاجتماعي هي :

- البيئة .
- الموارد غير المتجددة .
- الموارد البشرية .
- الموردون .
- العملاء.
- المجتمع.

3/ اتجاهات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية :

الباحث هو المتطلع للكتابات العلمية التي تناولت محاسبة المسؤولية الاجتماعية يجد بروز ثلاث تيارات فكرية محاسبية رئيسية هي :

- الاتجاه الأول :تعد المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية امتداد لمجال المحاسبة الحالية من أجل تغطية الأداء الاجتماعي حيث يتطلب هذا الاتجاه تضمين التقارير المالية بعدا جديدا بإضافة الأداء الاجتماعي جنبا إلى جنب مع الأداء الاقتصادي في التقارير المحاسبية .
- الاتجاه الثاني : تعد المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية نظرة جديدة للمحاسبة من حيث أخذها لوجهة نظر المجتمع وليس وجهة نظر المشروع .
- الاتجاه الثالث : تعد المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية نظرية فرعية إلى جانب نظريات أخرى في علم المحاسبة أي أنها تعد فرعا متميزا له خصوصياته داخل الإطار العام للمحاسبة .

خاتمة الفصل :

نظرا للتطورات التي يشهدها الواقع الاقتصادي العالمي وامتداد التنافس بين الشركات لتحقيق أكبر قدر من أهدافها خاصة المالية وتعزيز الأرباح ، نجد أن الشركات لم تعد تعتمد فقط على أفضل الطرق لتحويل مدخلاتها لسلع وخدمات، بل تعدت ذلك وأصبحت تعمل على الوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع الذي تنشط فيه وتبني مسؤولياتها الاجتماعية حيث أثبتت دراسات على وجود ارتباط بين السجل الاجتماعي للشركات وقيمتها سوقيا.

إن التزام الشركات بمختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية يؤثر على قيمة هذه الشركات في السوق وعلى نموها ومردوديتها لذلك نجد العديد من الشركات تسعى لتطبيق التزاماتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه .

الـفـصـل الثالث:

منهجية الدراسة[الطريقة و الاجراءات]

3-1 تمهيد :

تعد منهجية الدراسة وإجراءاتها بمثابة الأساس الذي يتم على ضوئه إنجاز الدراسة ،الأمر الذي يمكننا من الوصول إلى البيانات اللازمة لإجراء التحليل الإحصائي ، ومنه الحصول على النتائج وتفسيرها وبالتالي تحقيق أهداف الدراسة أي إثبات أو نفي فرضية الدراسة .

سنتناول في هذا الفصل منهجية الدراسة ، إضافة إلى مجتمع وعينة الدراسة ، بعده سنتطرق إلى أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان ، كذلك ذكرنا في هذا الفصل اختبار التوزيع الطبيعي وتقييم صحة وثبات أداة الدراسة وأخيرا تناولنا الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات إحصائيا .

3-2 منهجية الدراسة :

- **أسلوب الدراسة :** من أجل تحقيق أهداف الدراسة الميدانية قامت الباحثتان بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك لاختبار فرضيات الدراسة بغية التوصل إلى النتائج المناسبة اعتمادا على الإجابات التي قدمها أفراد عينة الدراسة على الاستبان المقدم لهم ومن ثم استخدام برنامج (ssps) لتحليل هذه الإجابات التي كانت بمثابة بيانات لهذه الدراسة للتوصل إلى نتائج الدراسة .

3-3 مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من مختلف ممارسي مهنة المحاسبة المتمثلين في :المحاسبين الماليين ، المحاسبين المعتمدين ، محافظي الحسابات ، الخبراء المحاسبين ، وأساتذة الجامعة تخصص محاسبة .

- المحاسبين الماليين : المحاسب المالي هو الذي يقوم بإمساك الدفاتر المحاسبية وتسجيل وتبويب وتلخيص العمليات المالية للشركة ، وتزويد مستخدمي القوائم المالية بالمعلومات التي تساعدهم على اتخاذ القرارات .
- المحاسبيين المعتمدين : حسب المادة (41) من قانون 10-01 المتعلق بمهن الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد ، يعرف المحاسب المعتمد على أنه المهني الذي يمارس بشكل عادي وتحت اسمه الخاص ومسؤوليته ، مهام مسك وضبط حسابات التجار والشركات والهيئات التي تطلب خدماته .
- الخبير المحاسبي : حسب نص المادة (18) من قانون رقم 10-01 يعد خبيرا محاسبيا كل شخص يمارس بصفة عادية وباسمه الخاص وتحت مسؤوليته ، مهمة تنظيم وفحص وتقييم وتحليل المحاسبة ومختلف أنواع حسابات المؤسسات والهيئات وذلك وفقا لما نص عليه القانون .
- محافظ الحسابات : عرفه القانون 10-01 في المادة (22) بأنه كل شخص يمارس باسمه الخاص وتحت مسؤوليته وبصفة عادية ، مهمة المصادقة على صحة حسابات الشركات وانتظامها ومطابقتها للتشريعات المعمول بها .

3-4 عينة الدراسة :

الجدول التالي يمثل العينة التي خضعت للدراسة

جدول رقم (03) العينات التي خضعت للدراسة

الوظيفة	تكرارها
محاسب مالي .	12
محاسب معتمد .	02
محافظ حسابات .	07
خبير محاسبي .	04
أستاذ جامعي تخصص محاسبة .	10
المجموع	35

المصدر : من إعداد الطالبتين .

3-5 مصادر معلومات الدراسة :

تم استخدام مصدرين أساسيين للمعلومات هما :

- **المصادر الثانوية :** حيث تم معالجة الإطار النظري للبحث من خلال مصادر البيانات الثانوية والتي تمثلت في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث والدوريات والمقالات والتقارير ، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة والبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة .

المصادر الأولية : لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث تم اللجوء غلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة ، صممت خصيصا لهذا العرض ووزعت على ممارسي مهنة المحاسبة .

3-6 أداة الدراسة :

أ- إعداد الدراسة :

تم إعداد الدراسة باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة اللازمة لتحقيق أهدافها ، وتم تصميم الاستبيان تحت توجيهات الأستاذ المشرف واستنادا إلى عدد من الدراسات والبحوث العلمية السابقة المحلية منها والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة ، حيث تكون هذا الاستبيان من جزئيين أساسيين :

* **الجزء الأول :** تناول موضوع الدراسة ويوضح البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة من جنس وعمر ومستوى تعليمي إضافة للخبرة المهنية والوظيفة .

* **الجزء الثاني :** من خلاله تمت معالجة مشكلة الدراسة ، يحتوي على 37 سؤال مقسم على محورين .

- المحور الأول : يتكون من 21 عبارة تعبر عن واقع تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية (البعد الاقتصادي ، القانوني ، الأخلاقي ، والبعد الاجتماعي).
- المحور الثاني : يحتوي على 16 عبارة تناولنا فيها مدى مساهمة التزام الإدارة العليا للشركات بمختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة .

وتم إعداد أسئلة الاستبيان وفق سلم ليكارت الخماسي (موافق بشدة ، موافق ، محايد ، غير موافق ، غير موافق بشدة)، وهذا حتى تتمكن الباحثتان من تحديد آراء أفراد العينة حول المواضيع التي تناولها الاستبيان.

ب- تحكيم الاستبيان :

بعد الانتهاء من عملية إعداد الاستبيان وقبل الشروع في عملية توزيعه على عينة الدراسة قمنا بعرضه للتحكيم من طرف أساتذة ذوي خبرة واختصاص في المجال وذلك للتأكد من سلامة الاستبيان وصحة صياغة الأسئلة ومنه ضمان ملائمة ونجاح المعالجة الإحصائية لإجابات الاستبيان وبالتالي الحصول على النتائج المرجوة ، حيث تم الأخذ بعين الاعتبار الملاحظات التي قدمها الأساتذة المختصين بخصوص الاستبيان تم تحديد شكله النهائي ومن ثم تم توزيعه على عينة الدراسة للحصول على إجاباتهم لتحليلها بغية الوصول لإثبات أو نفي فرضيات الدراسة .

ج- توزيع الاستبيان :

قمنا بتوزيع (45) استمارة استبيان ، وتمت عملية التوزيع على النحو التالي :

- توزيع استمارات الاستبيان مباشرة على ممتهني المحاسبة العموميين في مؤسسة سونلغاز ونفطال إضافة إلى المؤسسة للنقل الحضري لولاية المدية .
- إعداد الاستبيان الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني للأساتذة المتخصصين في المحاسبة وممارسي مهنة المحاسبة (الخبراء المحاسبين ومحافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين) .

تم استرجاع (35) استمارة استبيان تمت الإجابة عليها كانت صالحة للمعالجة وللتحليل الإحصائي ، حيث عملية الاسترجاع تمت بنفس طريقة التوزيع وتم إخضاع كل الاستمارات المسترجعة لعملية المعالجة الإحصائية .

3-7 اختبار التوزيع الطبيعي، وتقييم صحة وثبات أداة الدراسة.

قبل إجراء التحليل الإحصائي فإنه لابد من التحقيق من بعض المسائل المتعلقة بجمع البيانات. ومن أهم هذه المسائل هي: فحص التوزيع الطبيعي للبيانات، الثبات، صدق الاتساق الداخلي والصدق البنائي وفما يلي توضيح لهذه المسائل.

أولا: التحقق من التوزيع الطبيعي

- للتأكد من إن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، قامت الطالبتين باستخدام اختبار كولمجروف-سميرنوف (Kolmogorov-smirnov test (K-S) وهو اختبار ضروري في حالة استخدام الإختبارات المعلمية مثل تحليل الانحدار وتحليل التباين حيث تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، وحتى تكون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي حسب هذا الاختبار فلابد أن تكون مستوى الدلالة للمتغيرات الدراسة أكبر من (0.05). والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار.

الجدول رقم (04): اختبار كلمجروف-سميرنوف (K-S) لتحقق من التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

المتغير		قيمة الاختبار K-S	درجة الحرية df	مستوى الدلالة P
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	البعد الإقتصادي	0.136	35	0.098
	البعد القانوني	0.129	35	0.154
	البعد الأخلاقي	0.116	35	0.200
	البعد الإنساني	0.120	35	0.200
الدرجة الكلية لمتغير المسؤولية الاجتماعية		0.211	35	0.173
قيمة الشركة		0.130	35	0.140

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss.

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (04) أن قيمة اختبار كلمجروف-سميرنوف للمتغير المستقل (إدارة المعرفة) وأبعاد المتغير التابع (التكنلوجيا، الكفاءة والفعالية، الإنتاجية) كانت غير دالة إحصائيا (P>0.05) مما يعني أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا ما يعطي مؤشرا لإمكانية استخدام الاختبارات الإحصائية المعلمية لهذه الدراسة.

ثانيا: اختبارات الصدق

يمثل الصدق في البحث العلمي درجة دقة البحث على قياس الغرض المصمم من أجله، أي مدى تزويد أداة البحث بمعلومات تتعلق بمشكلة البحث من مجتمع الدراسة نفسه، وقد يفهم البعض الصدق كمقابل لعدم الصدق ولكن هذا مفهوم خاطئ؛ فالصدق يرتبط بهدف بعينه. وفي هذه الدراسة اعتمدت الطالبة على ثلاث أنواع من اختبارات الصدق هي: الصدق الظاهري، صدق الاتساق الداخلي والصدق التمييزي. وفيما يلي تفصيل لذلك:

1-الصدق الظاهري:

يشير الصدق الظاهري إلى أيّ مستوى يقيس مقياس أداة جمع المعلومات ما تم تصميم الدراسة من أجله بطريقة ظاهرية. ومن أجل التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قامت الطالبة بالاستعانة بمجموعة من الأساتذة المنتمين إلى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير بجامعة المدية بقصد الإفادة من خبرتهم العلمية والعملية، والاستفادة من آرائهم في ما يتعلق بتعديل أداة الدراسة، والتحقق من مدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، ومدى سلامة ودقة الصياغة اللغوية، ومدى شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها، وفى ضوء أراء الأساتذة المحكمين تم إعادة صياغة بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى لتحسين أداة الدراسة.

2-صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان :مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيء أخر. وعليه قمنا بحساب معامل الارتباط سبيرمان (Spearman) بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة .

قبل إجراء التحليل الإحصائي فإنه لابد من التحقيق من بعض المسائل المتعلقة بجمع البيانات. ومن أهم هذه المسائل هي: فحص التوزيع الطبيعي للبيانات، الثبات، صدق الاتساق الداخلي والصدق البنائي وفما يلي توضيح لهذه المسائل.

- **الاتساق الداخلي لعبارات أبعاد متغير المسؤولية الاجتماعية**

نوضح ذلك من خلال عرض الجداول رقم (05)

الجدول رقم: (05) معاملات الارتباط سيبرمان بين درجات عبارات أبعاد متغير المسؤولية الاجتماعية مع الدرجة الكلية للمتغير نفسه.

أبعاد المسؤولية الإجتماعية	رمز العبارة	العبارة	معامل الارتباط SP	مستوى الدلالة P
البعد الإقتصادي	X1	. تساهم الشركات في دعم الاقتصاد المحلي والوطني	0.309^{*}	0.039
	X2	. يسعى نظام إدارة الشركات باستمرار إلى تحسين جودة المبيعات	0.509^{***}	<0.001
	X3	تعمل الشركات على تحقيق أعلى مستوى من الكفاءة في العمل	0.635^{***}	<0.001
	X4	تسعى أغلب الشركات إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح وفق أساليب مشروعة	0.784^{***}	<0.001
البعد القانوني	X5	. تلتزم أغلب الشركات بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالعمل والضمان الاجتماعي	0.539^{***}	<0.001
	X6	تحرص جل الشركات على الوفاء بالتزاماتها نحو مصلحة الضرائب وتجنب التهرب منها	0.445^{**}	0.002
	X7	. تعمل الشركات على تسهيل ممارسة العمل النقابي بها والتفاعل	0.551^{***}	<0.001

		مع جمعيات حماية المستهلك		
	X8	. تسعى الإدارات العليا في الشكات دوما إلى اتخاذ قرارات تتوافق والقوانين التشريعية	0.721^{***}	<0.001
البعد الأخلاقي (أخلاقيات العمل)	X9	. تتوافق أهداف وغايات الشركات مع أهداف وقيم المجتمع	0.682^{***}	<0.001
	X10	. تتجنب أغلب الشركات التلاعب بالأسعار	0.394^{*}	0.016
	X11	. تلتزم جل الشركات مورديها بمراعاة مبادئ الأخلاقية التي تسير عليها	0.759^{***}	<0.001
	X12	. تمتلك كل الشركات دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديهم	0.623^{***}	<0.001
	X13	. تساهم الشركات مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة البيئة.	0.509^{***}	<0.001
	X14	. لدى الشركات خطط للطوارئ في حال حدوث كوارث بيئية	0.788^{***}	<0.001
	X15	. تعد حماية البيئة أحد أهم مرتكزات قيم وثقافة الشركات بشكل عام.	0.484^{**}	0.001
البعد الإنساني (الاجتماعي)	X16	. تساهم الشركات في تمويل إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس ومستشفيات وطرقات.	0.658^{***}	<0.001
	X17	. تساهم الشركات في توفير فرص عمل متكافئة للأفراد كمساهمة منها للحد من البطالة	0.790^{***}	<0.001

	X18	. تلتزم الشركات بتوفير فرص عمل للمعاقين.	0.520***	<0.001
	X19	. تسعى الشركات دوما الى تطبيق إجراءات فعالة لمعالجة شكاوي المستهلكين.	0.612***	<0.001
	X20	. لدى الشركات أنظمة أجور عادلة ومحفزة للعاملين	0.482**	0.001
	X21	. توفر الشركات وتطور سياسات مرنة للسماح للعمال بالتوفيق بين الحياة العملية والشخصية لهم .	0.500***	<0.001
مستوى الدلالة الإحصائية:		***:P<0.001 **:P<0.01 *:P<0.05		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss.

تبين نتائج الواردة في الجدول رقم (05) أن جميع معاملات الارتباط كانت من متوسطة إلى مرتفعة ودالة إحصائيا حيث تراوحت من ($SP = 0.309, P = 0.039$) للعبارة (X1) التي تعكس البعد الاقتصادي إلى ($SP = 0.790, P < 0.001$) للعبارة (X17) التي تعكس البعد الإنساني مما يعني وجود علاقة طردية بين العبارات والأبعاد الذي تمثل متغير (المسؤولية الاجتماعية)، وبتالي توافر الاتساق الداخلي ولا نستثني أي عبارة من التحليل.

- **الإتساق الداخلي لعبارات أبعاد متغير قيمة الشركة**

نوضح ذلك من خلال عرض الجداول رقم (06)

الجدول رقم: (06) معاملات الإرتباط سيبرمان بين درجات عبارات أبعاد متغير قيمة الشركة مع الدرجة الكلية للمتغير نفسه.

أبعاد قيمة الشركة	رمز العبارة	العبارة	معامل الارتباط *SP*	مستوى الدلالة *P*
يساهم التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في:	Y1	زيادة الأرباح	0.537***	<0.001
	Y2	نمو القيمة (الحصة) السوقية	0.642***	<0.001
	Y3	نمو الشركة	0.668***	<0.001
	Y4	ارتفاع المردودية	0.517***	<0.001
يساهم التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في:	Y1	زيادة الأرباح	0.593***	<0.001
	Y2	نمو القيمة (الحصة) السوقية	0.675***	<0.001
	Y3	نمو الشركة	0.699***	<0.001
	Y4	ارتفاع المردودية	0.587***	<0.001
بالبعد الأخلاق	Y1	زيادة الأرباح	0.480**	0.002

	Y2	نمو القيمة (الحصة) السوقية	0.471**	0.003
	Y3	نمو الشركة	0.605***	<0.001
	Y4	ارتفاع المردودية	0.744***	<0.001
يساهم التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية في:	Y1	زيادة الأرباح	0.812***	<0.001
	Y2	نمو القيمة (الحصة) السوقية	0.761***	<0.001
	Y3	نمو الشركة	0.759***	<0.001
	Y4	ارتفاع المردودية	0.693***	<0.001
مستوى الدلالة الإحصائية: ***:P<0.001 **:P<0.01				

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss.

تبين نتائج الواردة في الجدول رقم (06) أن جميع معاملات الإرتباط كانت من متوسطة إلى مرتفعة ودالة إحصائيا حيث تراوحت من ($SP = 0.412, P = 0.002$) للعبارة (Y2) التي تعكس بعد التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية إلى ($SP = 0.824, P < 0.001$) للعبارة (Y1) التي تعكس بعد التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية مما يعني وجود علاقة طردية بين العبارات والأبعاد الذي تمثل متغير (قيمة الشركة)، وبتالي توافر الاتساق الداخلي ولا نستثني أي عبارة من التحليل.

3-الصدق البنائي:

يعتبر صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة الوصول إليها، ويبين صدق الاتساق البنائي مدى ارتباط كل متغير من متغيرات أداة الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات الاستبيان مجتمعة.

ومن هذا المنطلق قمنا بحساب معامل الارتباط سبيرمان (Spearman) بين درجة كل متغير مع الدرجة الكلية الاستبيان، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم: (07) معاملات الإرتباط سبيرمان بين كل متغير من متغيرات الدراسة والدرجة الكلية للإستبيان.

المتغير	1	2	3	4	5	6	7
1-المسؤولية الإجتماعية	1	-	-	-	-	-	-
2-البعد الإقتصادي	0.649^{***}	1	-	-	-	-	-
3-البعد القانوني	0.520^{***}	0.541^{***}	1	-	-	-	-
4-البعد الأخلاقي	0.488^{***}	0.579^{***}	0.634^{***}	1	-	-	-
5-البعد الإنساني	0.692^{***}	0.514^{***}	0.660^{***}	0.591^{***}	1	-	-
6-قيمة الشركة	0.487^{**}	0.568^{***}	0.491^{***}	0.562^{***}	0.579^{***}	1	-
7-الدرجة الكلية للإستبيان	0.701^{***}	0.728^{***}	0.746^{***}	0.703^{***}	0.738^{***}	0.685^{***}	1
مستوى الدلالة الإحصائية: ***:$P<0.001$ **:$P<0.01$							

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss.

نلاحظ من الجدول رقم (07) الذي يبين معاملات ارتباط المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية) مع أبعاده وأيضا مع المتغير التابع (قيمة الشركة)، ثم مع الدرجة الكلية للاستبيان (جميع عبارات الاستبيان)، أن جميع معاملات الارتباط الظاهرة في الجدول محصورة بين القيمتين (*SP*=0.746; *SP*=0.487) وهي دالة احصائيا (*P*<0.001)، وهذا يعكس الصدق البنائي لأداة الدراسة.

ثالثا: ثبات الاستبيان

يعبر الثبات عن مدى خلو أدوات جمع البيانات من الأخطاء التي تشوب القياس أي مدى قياس الاختبار للسمة التي يريد الباحث/الطالب قياسها، فدرجات الاختبار تكون ثابتة عندما يقيس الاختبار سمة معينة قياساً متسقاً في الظروف المتباينة التي قد تؤدى إلى أخطاء القياس، وبالتالي فالثبات يفيد الدقة في القياس كما يهتم أيضا بتأثير الأخطاء العشوائية للقياس على استقرار الدرجات. وقد تم التحقق من ثبات في هذه الدراسة من خلال الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول رقم (08) معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات المتغيرات والدرجة الكلية للاستبيان

المتغير		معامل ألفا كرونباخ *A*
أبعاد المسؤولية الاجتماعية	البعد الاقتصادي	0.715
	البعد القانوي	0.736
	البعد الأخلاقي	0.690
	البعد الإنساني	0.709
الدرجة الكلية لمتغير المسؤولية الاجتماعية		0.815
قيمة الشركة		0.844
الدرجة الكلية للاستبيان		0.879

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss.

نلاحظ من الجدول الرقم (08) أن قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ تراوحت بين (α= 0.844;α= 0.690) لمتغيرات الدراسة، كما بلغت (α= 0.879) للدرجة الكلية للإستبيان، وهي بذلك تكون قد تخطت عتبة (0.7) باستثناء البعد الأخلاقي الذي يمثل متغير المسؤولية الإجتماعية، وهذا يؤكد أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة ثبات عالية ومناسبة وتقيس ما وضعت لقياسه، وبالتالي فهي تفي بأغراض الدراسة.

3-8 أدوات التحليل الإحصائي

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها قامت الطالبة باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- اختبار كولمجروف-سمرنوف Kolmogorov-smirnov test (K-S) لمعرفة ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه؛
- معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha لتأكد من درجة ثبات عبارات كل متغير من متغيرات الدراسة؛
- معامل الارتباط سبيرمان Spearman Corrélation لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي، والعلاقة بين المتغيرات؛
- التكرارات والنسب المئوية لوصف بيانات العيّنة من حيث خصائصها؛
- المتوسطات الحسابية من أجل معرفة الأهمية النسبية للمتغيرات والعبارات التي تقيسها؛
- الانحرافات المعيارية لقياس درجة تشتت قيم استجابات الموظفين عن المتوسط الحسابي؛
- الانحدار الخطي البسيط لمعرفة أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة ؛
- الانحدار الخطي المتعدد لمعرفة أثر المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة.

الـفـصـل الرابع:

تحليل البيانات و اختبار فرضيات الدراسة الميدانية و مناقشة نتائجها

تمهيد :

يعد هذا الفصل نهاية لمجهوداتنا المبذولة في سبيل إعداد هذه الدراسة ، حيث تم إعداده لغرض استخدام بعض الأساليب الإحصائية لتحليل إجابات مفردات عينة الدراسة التي تم توزيع الاستبيان عليهم حول أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة .

كما يتضمن هذا المبحث عرضاً لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss)، حيث نقوم أولا بوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة، وبعد هذا يتم إجراء تحليل وصفي لإجابات موظفي عينة الدراسة، وبعد ذلك نقوم باختبار فرضيات الدراسة.

أولا : وصف البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة

اشتملت البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة كما جاء في الاستبيان المرفق في الملاحق على ما يلي: (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، الوظيفة)، حيث سيتم اعتماد التكرارات، النسب المئوية والرسومات البيانية في التعبير عن خصائص أفراد العينة وتحليلها.

أولا: متغير الجنس

يمثل الجدول التالي تلخيصا للنتائج المتعلقة بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

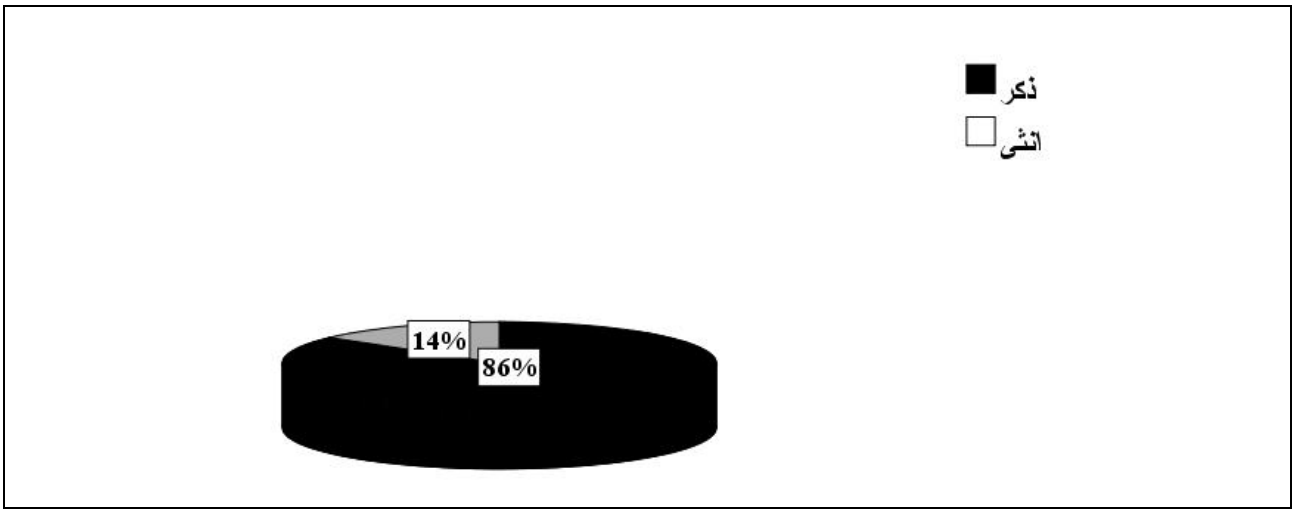
الجدول رقم :(09) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الجنس

المتغير	الفئات	التكرار F	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	30	86
	أنثى	05	14
	المجموع	35	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول رقم (09): أن نسبة تمثيل الموظفين الذكور بلغت (86%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة الموظفين الإناث (14%)، وهذا يدل على أن غالبية الموظفين في عينة الدراسة هم من فئة الذكور والشكل الموالي يوضح ذلك.

الشكل رقم: (04) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الجنس



المصدر: رسم مقتطع من مخرجات SPSS

ثانيا: متغير العمر

يوضح الجدول أدناه، توزيع أفراد العيّنة حسب متغير العمر.

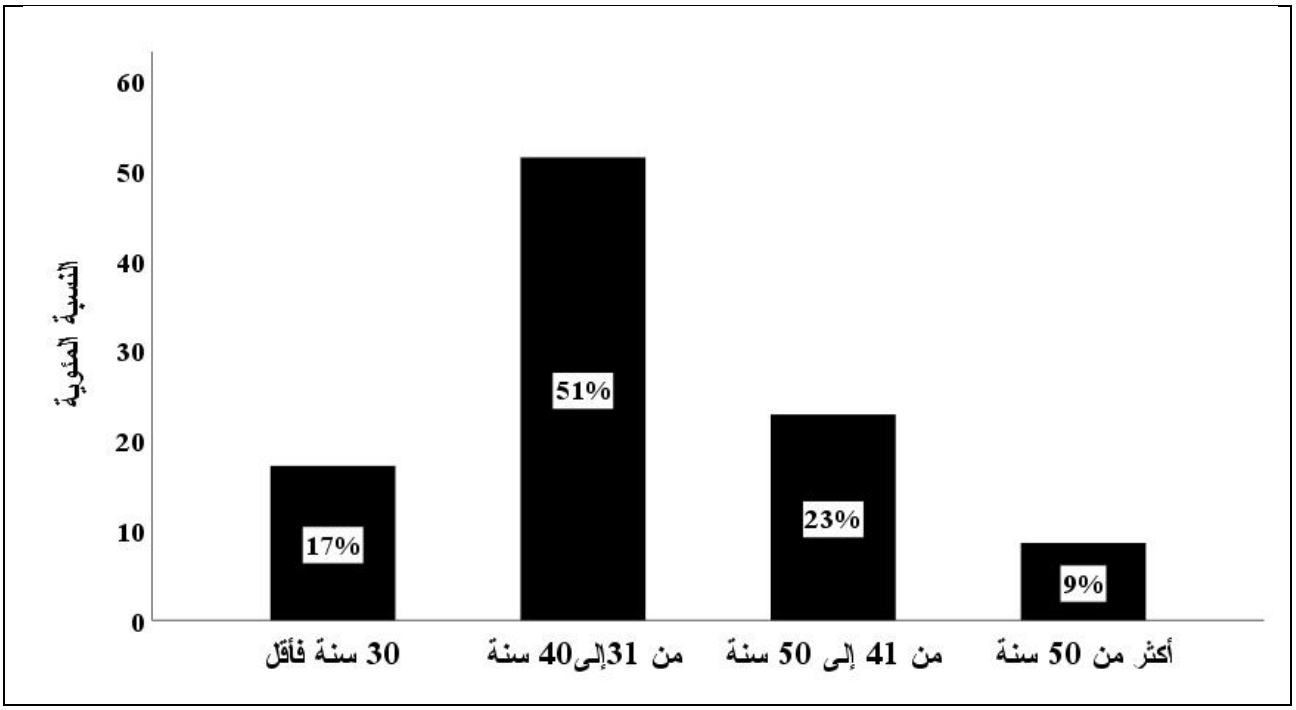
الجدول رقم :(10) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير العمر

المتغير	الفئات	التكرار F	النسبة المئوية %
السن	30 سنة فأقل	06	17
	من 31 إلى 40 سنة	18	51
	من 41 إلى 50 سنة	08	23
	أكثر من 50 سنة	03	09
	المجموع	35	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه، أنّ معظم الموظفين في عينة الدراسة هم من الفئة العمرية [من 31 إلى 40 سنة]، حيث بلغ عددهم (18) موظف وبنسبة مقدارها (51%)، تليها الفئة العمرية [من 41 إلى 50 سنة]، حيث بلغ عددهم (08) موظفين وبنسبة (23%)، ثم الفئة العمرية [30 سنة فأقل]، حيث بلغ عددهم (06) موظفين وبنسبة (17%)، في حين بلغ مجموع الموظفين الذين ينتمون إلى من الفئة العمرية [أكثر من 50 سنة] (03) موظفين وبنسبة مقدارها (09%). وبشكل عام يمكن القول أن غالبية الموظفين في عينة الدراسة هم من الفئات الشبابية، والشكل التالي يبين ذلك:

الشكل رقم: (05) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير العمر



المصدر: رسم مقتطع من مخرجات SPSS

ثالثا: متغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول أدناه، توزيع أفراد العيّنة حسب متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم: (11) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير المستوى التعليمي

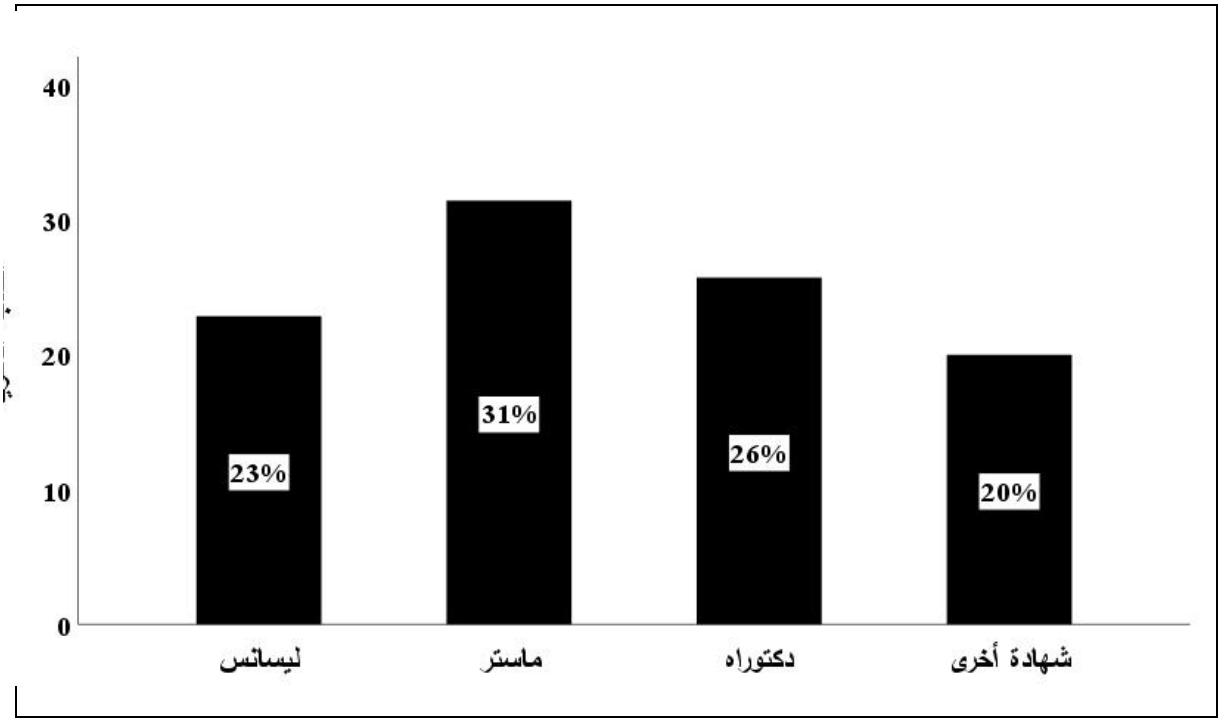
المتغير	الفئات	التكرارات F	النسبة المئوية %
المستوى التعليمي	ليسانس	08	23
	ماستر	11	31
	دكتوراه	09	26
	شهادة أخرى	07	20
	المجموع	35	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن الموظفين الذين لديهم شهادة ماستر يمثلون المستوى التعليمي الغالب في عينة الدراسة إذ بلغ عددهم (11) موظف وبنسبة مئوية بلغت (31%)، يليهم الموظفين الذي لديهم شهادة دكتوراه بمجموع (09) موظفين وبنسبة بلغت (26%)، ثم الموظفين الذي لديهم شهادة ليسانس بمجموع (08) موظفين وبنسبة بلغت (23%)، في حين بلغ عدد الموظفين من حملة شهادة الشهادات

الأخرى (07) موظفين وبنسبة مقدارها (20%). وعليه نستنتج أن هنالك تقارب نسبي بين فئات المستوى التعليمي لموظفي عينة الدراسة، والشكل التالي يبين ذلك:

الشكل رقم: (06) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: رسم مقتطع من مخرجات SPSS

رابعا: متغير الخبرة المهنية

يوضح الجدول التالي، توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الخبرة:

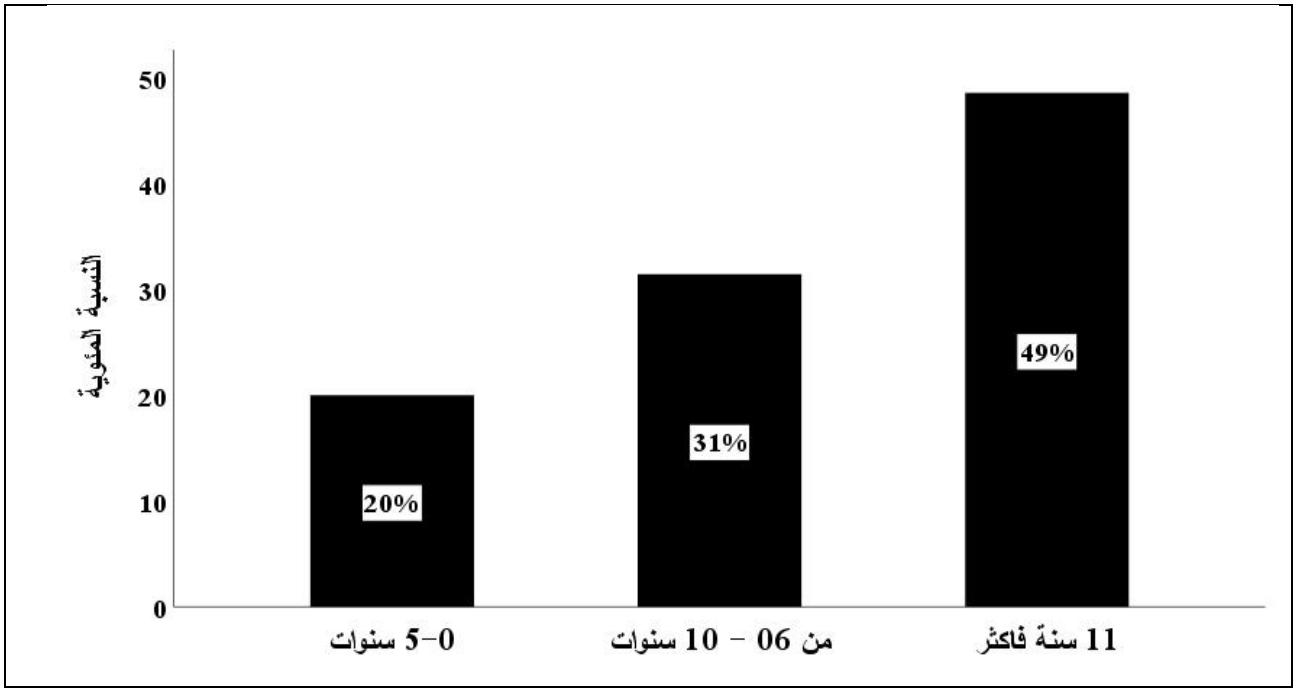
الجدول رقم: (12) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الخبرة المهنية

المتغير	الفئات	التكرار F	النسبة المئوية %
الخبرة المهنية	5-0 سنوات	07	20
	من 06-10 سنوات	11	31
	11 سنة فأكثر	17	49
	المجموع	35	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه، أنّ غالبية الموظفين في عينة الدراسة لديهم خبرة مهنية [11 سنة فأكثر]، فقد بلغ عددهم (17) موظف وبنسبة مقدارها (49%)، يليهم الموظفين الذين لديهم خبرة مهنية [من 06-10 سنوات]، حيث بلغ عددهم (11) موظفين وبنسبة (31%)، في حين لم يشكل الموظفين الذين لديهم خبرة [0-5 سنوات] سوى (07) موظفين وبنسبة مقدارها (20%) من حجم العينة. وتشير هذه النتائج إلى أن الموظفين الذين يمثلون عينة الدراسة لديهم خبرة لابأس بها، والشكل التالي يوضح ذلك

الشكل رقم: (07) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الخبرة المهنية



المصدر: رسم مقتطع من مخرجات SPSS.

خامسا: متغير الوظيفة

يوضح الجدول أدناه، توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الوظيفة:

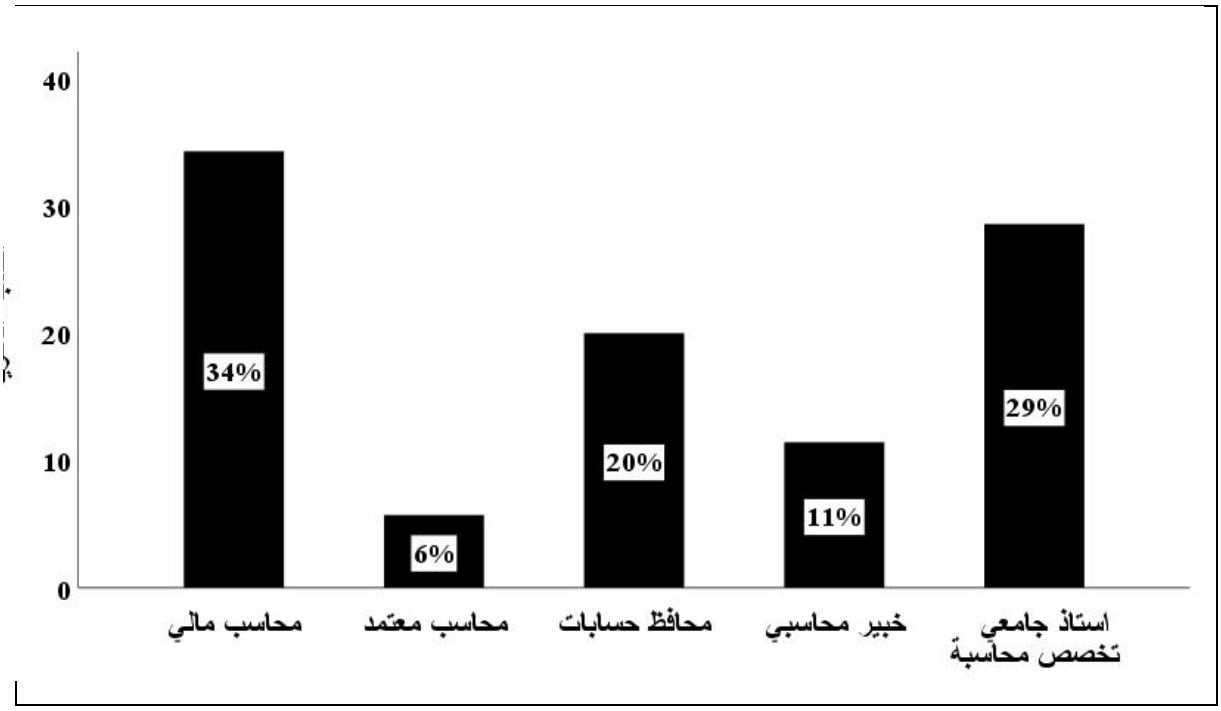
الجدول رقم :(13) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الوظيفة

المتغير	الفئات	التكرارات F	النسبة المئوية %
الوظيفة	محاسب مالي	12	34
	محاسب معتمد	02	06
	محافظ حسابات	07	20
	خبير محاسبي	04	11
	أستاذ جامعي تخصص محاسبة	10	29
	المجموع	35	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن الموظفين الذين يشتغلون في وظيفة محاسب مالي يمثلون الرتبة الغالبة في عينة الدراسة حيث بلغ عددهم (12) موظف وبنسبة مئوية بلغت (34%)، يليهم الأساتذة الجامعيين تخصص محاسبة بمجموع (10) موظفين وبنسبة بلغت (29%)، ثم الموظفين الذين ينتمون إلى فئة محافظ الحسابات حيث بلغ عددهم (07) موظفين وبنسبة (20%)، فالموظفين الذين ينتمون إلى فئة خبير محاسبي حيث بلغ عددهم (04) موظفين وبنسبة (11%)، أما أدنى نسبة فكانت للموظفين الذين ينتمون إلى فئة محاسب معتمد حيث بلغ عددهم موظفين اثنين وبنسبة (06%). وعليه نستنتج أن الغالبية العظمى من الموظفين الذين يمثلون عينة الدراسة هم من فئة محاسب مالي، والشكل التالي يبين ذلك:

الشكل رقم: (08) توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الوظيفة



المصدر: رسم مقتطع من مخرجات SPSS

ثانيا : التحليل الوصفي لإجابات مفردات عينة الدراسة

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات المكونة لكل متغير من متغيرات الدراسة وكانت النتائج كما يلي:

أولا: تحليل البيانات المتعلقة بإجابات المفردات اتجاه عبارات أبعاد **متغير المسؤولية الاجتماعية.**

يوضح الجدول رقم (14)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمتغير المسؤولية الاجتماعية

الجدول رقم :(14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمتغير المسؤولية الاجتماعية

المسؤولية الاجتماعية	المتوسط الحسابي *M*	الإنحراف المعياري *SD*	درجة الموافقة
الدرجة الكلية	323.	420.	محايد

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (14) أن المتوسط العام لمتغير المسؤولية الاجتماعية جاء بدرجة محايد وفقا لمقياس ليكارت حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.32) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.42) يشير إلى تجانس في أراء موظفي عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى أبعاد متغير المسؤولية الاجتماعية فكانت النتائج على النحو الآتي:

1- البعد الاقتصادي

يوضح الجدول رقم (15)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد الاقتصادي.

الجدول رقم :(15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد الاقتصادي

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الإنحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
X1	. تساهم الشركات في دعم الاقتصاد المحلي والوطني	3.90	0.91	03	موافق
X2	. يسعى نظام إدارة الشركات باستمرار إلى تحسين جودة المبيعات	4.33	1.11	01	موافق بشدة
X3	تعمل الشركات على تحقيق أعلى مستوى من الكفاءة في العمل	3.51	0.89	04	موافق
X4	تسعى أغلب الشركات إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح وفق أساليب مشروعة	4.27	0.88	02	موافق بشدة
الدرجة الكلية		4	0.67	-	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (15) أن المتوسط العام للبعد الاقتصادي جاء بدرجة موافق وفقا لمقياس ليكارت حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=4) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.67) يشير إلى تجانس في أراء مفردات عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (X2) التي نصت على " **يسعى نظام إدارة الشركات باستمرار إلى تحسين جودة المبيعات.**" كانت أكثر العبارات مساهمةً في إثراء البعد الاقتصادي، حيث

حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=4.33) وبانحراف معياري قدره (*SD*=1.11) يدل على وجود تشتت في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (X4) الخاصة ب " **تسعى أغلب الشركات إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح وفق أساليب مشروعة** " بمتوسط حسابي (*M*=4.27) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.88) معبرًا عن عدم وجود اختلاف في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (X3) المتعلقة ب " **تعمل الشركات على تحقيق أعلى مستوى من الكفاءة في العمل**" على أدنى متوسط حسابي (*M*=3.51) وبانحراف معياري بلغ (*SD*= 0.89) ما يدل على عدم وجود تجانس في إجابات موظفي عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت بين درجة الموافق بشدة ودرجة الموافق وفقا لترتيب مقياس (Likert)، **وهذا يدل على أن الشركات الجزائرية عموما ملتزمة بدرجة كبيرة (مرتفعة) بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية – حسب وجهة نظر مفردات عينة الدراسة- وقد يعود ذلك لعدة أسباب منها أن البيئة الاقتصادية الجزائرية تشهد ارتفاع حدة المنافسة ما قد يكون جعلها تلجأ إلى تبنى ممارسات المسؤولية الاجتماعية في شقها الاقتصادي ولو ظاهريا لتكون قادرة على البقاء والاستمرار في السوق.**

2- البعد القانوني

يوضح الجدول رقم (16)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد القانوني.

الجدول رقم :(16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد القانوني

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الإنحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
X5	. تلتزم أغلب الشركات بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالعمل والضمان الاجتماعي	3.38	860.	02	محايد
X6	تحرص جل الشركات على الوفاء بالتزاماتها نحو مصلحة الضرائب وتجنب التهرب منها	3.66	0.74	01	موافق
X7	. تعمل الشركات على تسهيل ممارسة العمل النقابي بها والتفاعل مع جمعيات حماية المستهلك	2.51	1.02	04	غير موافق
X8	. تسعى الإدارات العليا في الشركات دوما إلى اتخاذ قرارات تتوافق والقوانين التشريعية	093.	10.9	03	محايد
	الدرجة الكلية	3.16	0.58	-	محايد

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (16) أن المتوسط العام للبعد القانوني جاء بدرجة محايد وفقا لمقياس ليكارت، حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.16) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.58) يشير إلى تجانس في أراء موظفي عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (X6) التي نصت على " **تحرص جل الشركات على الوفاء بالتزاماتها نحو مصلحة الضرائب وتجنب التهرب منها.**" كانت أكثر العبارات مساهمةً في إثراء البعد القانوني، حيث حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=3.66) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.74) معبرا عن عدم وجود تشتت في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (X5) الخاصة ب " **. تلتزم أغلب الشركات بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالعمل والضمان الاجتماعي**" بمتوسط حسابي (*M*=3.38) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.86) معبرًا عن عدم وجود اختلاف في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (X7) المتعلقة ب " **تعمل الشركات على تسهيل ممارسة العمل النقابي بها والتفاعل مع جمعيات حماية المستهلك** " على أدنى متوسط حسابي (*M*=2.51) وبانحراف معياري بلغ (*SD*= 1.02) ما يدل على عدم وجود تجانس في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن نتائج إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت بين درجة الموافق ودرجة الغير موافق وفقا لترتيب مقياس (Likert)، وهذا يشير إلى أن الشركات الجزائرية عموما ملتزمة بدرجة متوسطة (تقترب من المتوسط العام =3) بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية – أيضا حسب وجهة نظر مفردات عينة الدراسة- وقد يعود ذلك لعدة عوامل منها أن انتشار الفساد خلال العشرين سنة الماضية وما حدث فيها من جرائم مالية وخروقات متكررة للقوانين والتشريعات المنظمة ليسر الأنشطة الاقتصادية للشركات، لدرجة أن أصبحت الفواتير (مزورة) تباع وتشترى، وتعطل تطبيق العقوبات على المخالفين للقوانين السالفة الذكر في كثير من الأحيان، ومن الأمثلة على ذلك توظيف العمال المحليين والمهاجرين غير الشرعيين في أنشطة البناء

والأشغال الشاقة دون التصريح بهم لدى الجهات المختصة. بالإضافة إلى عدم الالتزام بالتشريعات المتعلقة بالمحافظة على البيئة.

3- البعد الأخلاقي

يوضح الجدول رقم (17)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد الأخلاقي.

الجدول رقم :(17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد الأخلاقي

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الإنحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
X9	. تتوافق أهداف وغايات الشركات مع أهداف وقيم المجتمع	.273	0.8	04	محايد
X10	. تتجنب أغلب الشركات التلاعب بالأسعار	3.12	1.01	05	محايد
X11	. تلتزم جل الشركات مورديها بمراعاة مبادئ الأخلاقية التي تسير عليها	3.48	0.95	02	موافق
X12	. تمتلك كل الشركات دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديهم	3.54	0.81	01	موافق
X13	. تساهم الشركات مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة البيئة.	962.	27.1	06	محايد
X14	. لدى الشركات خطط للطوارئ في حال حدوث كوارث بيئية	2.47	0.93	07	غير موافق
X15	. تعد حماية البيئة أحد أهم مرتكزات قيم وثقافة الشركات بشكل عام.	3.39	0.86	03	محايد
	الدرجة الكلية	3.18	0.74	-	محايد

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (17) أن المتوسط العام للبعد الأخلاقي جاء بدرجة محايد وفقا لمقياس ليكارت، حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.18) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.74) يشير إلى تجانس في أراء موظفي عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (X12) التي نصت على " **. تمتلك كل الشركات دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديهم**" كانت أكثر العبارات مساهمةً في إثراء البعد الأخلاقي، حيث حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=3.54) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.81) يدل على عدم وجود تشتت في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (X11) الخاصة ب " **تلتزم جل الشركات موردیها بمراعاة مبادئ الأخلاقية التي تسير عليها**" بمتوسط حسابي (*M*=3.48) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.95) معبراً عن عد وجود اختلاف في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (X14) التي نصت على " **لدى الشركات خطط للطوارئ في حال حدوث كوارث بيئية**" بمتوسط حسابي (*M*=2.47) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.93) ما يعني أنه لا يوجد تباين في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن نتائج إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت بين درجة الموافق ودرجة الغير موافق وفقا لترتيب مقياس (Likert)، ويدل ذلك على وجود التزام متوسط بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية وهي نتيجة منطقية لانتشار الفساد المالي والأخلاقي بين المتعاملين الاقتصاديين، فمن غير المتوقع أن ننتظر التزام أخلاقي -سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات- والقوانين المنظمة للأنشطة الاقتصادية هي نفسها غير ملتزم بها. فالشركة التي لم تلتزم بالقانون من غير المحتمل أن تمتلك سلوكا أخلاقيا، لان الالتزام

القانوني الطوعي هو بداية ومؤشر جيد للالتزام الأخلاقي. وقد نتج عن ذلك انتشار الرشاوى والمحاباة وشراء الذمم وتغليب المصلحة الخاصة على المصلحة العامة وخير دليل على ذلك المحاكمات القانونية التي تجري الآن والتي تورط فيها رؤساء حكومات سابقة. بالإضافة إلى والبيروقراطية وخيانة الأمانة (والتي تحدث عنها رئيس الجمهورية مؤخرا في خطابه).

4- البعد الإنساني

يوضح الجدول رقم (18)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد الإنساني.

الجدول رقم :(18) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة للبعد للإنساني

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الإنحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
X16	. تساهم الشركات في تمويل إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس ومستشفيات وطرقات.	3.30	0.88	03	محايد
X17	. تساهم الشركات في توفير فرص عمل متكافئة للأفراد كمساهمة منها للحد من البطالة	3.59	1.20	01	موافق
X18	. تلتزم الشركات بتوفير فرص عمل للمعاقين.	3.44	1.19	02	موافق
X19	. تسعى الشركات دوما الى تطبيق إجراءات فعالة لمعالجة شكاوي المستهلكين.	3.26	0.95	04	محايد
X20	. لدى الشركات أنظمة أجور عادلة ومحفزة للعاملين	52.	.970	06	غير موافق

X21	. توفر الشركات وتطور سياسات مرنة للسماح للعمال بالتوفيق بين الحياة العملية والشخصية لهم .	2.71	1.08	05	محايد
	الدرجة الكلية	3.13	.610	-	محايد

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (18) أن المتوسط العام للبعد الإنساني جاء بدرجة محايد وفقا لمقياس ليكارت، حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.13) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.61) يشير إلى تجانس في أراء عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (X17) التي نصت على " **تساهم الشركات في توفير فرص عمل متكافئة للأفراد كمساهمة منها للحد من البطالة.**" كانت أكثر العبارات مساهمةً في إثراء البعد الإنساني، حيث حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=3.59) وبانحراف معياري قدره (*SD*=1.20) يدل على وجود تشتت في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (X18) الخاصة ب" **تلتزم الشركات بتوفير فرص عمل للمعاقين**" بمتوسط حسابي (*M*=3.44) وانحراف معياري قدره (*SD*=1.19) معبراً عن وجود اختلاف في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (X20) التي نصت على " **لدى الشركات أنظمة أجور عادلة ومحفزة للعاملين**" بمتوسط حسابي (*M*=2.5) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.97) ما يعني عدم وجود تباين في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن نتائج إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت بين درجة الموافق ودرجة غير موافق وفقا لترتيب مقياس (Likert)،وهذا يدل على وجود التزام متوسط أيضا بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية، وهو أيضا نتيجة منطقية وحتمية فمن لم يلتزم بالقوانين ولم يكن سلوكه أخلاقيا لا يتوقع منه تقديم أنشطة اجتماعية ذات بعد إنساني. لان البعد الإنساني كثيرا ما يكون محصلة (نتيجة) للالتزام الجاد بالأبعاد السالفة الذكر. وهل يعقل أن ننتظر من الشركات التي نهبت الملايير من الدنانير بطرق ملتوية وغير شرعية مستخدمة كل الأساليب الغش والخداع أن تساهم في رفاهية المجتمع ورضا موظفيها أو زبائنها، ومن الأمثلة عن ذلك هو الممارسات اللاانسانية لشركات تصنيع السيارات في الجزائر، فبدلا من أن توفر سيارات ذات جودة عالية وبأسعار عادلة للمستهلك الجزائري –كما كان يحلم الجزائريين- قامت برفع أسعار السيارات إلى أقصى الحدود بشكل انتهازي لا مثيل له، حتى بات من الصعب جدا على ذوي الدخل المتوسط والضعيف شراء سيارة جديدة.

ثانيا: تحليل البيانات المتعلقة بإجابات عينة الدراسة اتجاه عبارات أبعاد **متغير قيمة الشركة.**

يوضح الجدول رقم (19)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمتغير قيمة الشركة

الجدول رقم :(19) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمتغير قيمة الشركة

قيمة الشركة	المتوسط الحسابي *M*	الإنحراف المعياري *SD*	درجة الموافقة
الدرجة الكلية	353.	330.	محايد

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (19) أن المتوسط العام لمتغير قيمة الشركة جاء بدرجة محايد وفقا لمقياس ليكارت حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.35) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.33) يشير إلى تجانس في أراء مفردات عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى أبعاد متغير قيمة الشركة فكانت النتائج على النحو الآتي:

1- مساهمة الالتزام بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة:

يوضح الجدول رقم (20)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوجهات نظر المستجوبين بخصوص مساهمة الالتزام بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة

الجدول رقم :(20) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الإنحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
Y1	زيادة الأرباح	3.9	0.91	01	موافق
Y2	نمو القيمة (الحصة) السوقية	3.22	0.87	04	محايد
Y3	نمو الشركة	3.7	0.83	02	موافق
Y4	ارتفاع المردودية	3.51	0.96	03	موافق
	الدرجة الكلية	3.58	0.8	-	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (20) أن المتوسط العام لمدى مساهمة الالتزام بالبعد الاقتصادي في قيمة الشركة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية جاء بدرجة موافق وفقا لمقياس ليكارت حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.58) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.8) يشير إلى تجانس في أراء مفردات عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (Y1) التي نصت على " **زيادة الأرباح.**" كانت أكثر أبعاد قيمة الشركة التي تأثرت بالالتزام الفعال للشركات بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية حيث حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=3.9) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.9) يدل على عدم وجود تشتت في إجابات موظفي عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (Y3) الخاصة ب " **نمو الشركة** " بمتوسط حسابي (*M*=3.7) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.83) معبرًا عن عدم وجود اختلاف في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (Y2) المتعلقة ب " **نمو القيمة (الحصة) السوقية**" على أدنى متوسط حسابي (*M*=3.51) وبانحراف معياري بلغ (0.96 =*SD*) ما يدل على وجود تجانس في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت اغلبها داخل درجة الموافق وفقا لترتيب مقياس (Likert)، وهذا يدل أن الالتزام الفعال والجاد بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية يمكنه أن يساهم في تحسين قيمة الشركات من خلال زيادة الأرباح وزيادة معدل النمو. ويمكن أن يفسر ذلك بكون أن الالتزام الفعال بالمسؤولية الاقتصادية يحسن من انطباعات مختلف أصحاب المصلحة (موظفين، زبائن، موردين ووسطاء وغيرهم) تجاه الشركة الملتزمة، مما يحسن من صورتها الذهنية لديهم ويجعلها مفضلة ومن ثم تزيد مبيعاتها وأرباحها وبذلك تتحسن قيمتها السوقية.

2-مساهمة الالتزام بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة :

يوضح الجدول رقم (21)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى *وجهات نظر المستجوبين بخصوص مساهمة الالتزام* بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة .

الجدول رقم :(21) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة .

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الانحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
Y5	زيادة الأرباح	3.41	0.82	02	موافق
Y6	نمو القيمة (الحصة) السوقية	3.39	1.04	04	محايد
Y7	نمو الشركة	3.57	0.89	01	موافق
Y8	ارتفاع المردودية	423.	20.9	03	محايد
الدرجة الكلية		43.	410.	-	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (21) أن المتوسط العام لمدى مساهمة الالتزام بالبعد القانوني في قيمة الشركة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية جاء بدرجة موافق وفقا لمقياس ليكارت حيث بلغ المتوسط

الحسابي قيمة (*M*=3.4) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.41) يشير إلى تجانس في أراء مفردات عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (Y7) التي نصت على " **نمو الشركة" كانت أكثر أبعاد قيمة الشركة التي تأثرت بالالتزام الفعال للشركات بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية** ، حيث حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=3.57) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.89) يدل على عدم وجود تشتت في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (Y5) الخاصة ب " **زيادة الأرباح"** بمتوسط حسابي (*M*=3.41) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.82) معبرًا عن عدم وجود اختلاف في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (Y6) المتعلقة ب " **نمو القيمة (الحصة) السوقية"** على أدنى متوسط حسابي (*M*=3.39) وبانحراف معياري بلغ (*SD*= 1.04) ما يدل على عدم وجود تجانس في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت بين درجة الموافق ودرجة المحايد وفقا لترتيب مقياس (Likert).

3-مساهمة الالتزام بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة :

يوضح الجدول رقم (22)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى وجهات نظر المستجوبين بخصوص مساهمة الالتزام بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة .

الجدول رقم :(22) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة .

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الانحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
Y9	زيادة الأرباح	3.07	1	04	محايد
Y10	نمو القيمة (الحصة) السوقية	3.35	0.98	02	محايد
Y11	نمو الشركة	3.42	0.73	01	موافق
Y12	ارتفاع المردودية	3.19	0.91	03	محايد
	الدرجة الكلية	3.26	0.74	-	محايد

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (22) أن المتوسط العام لبعد مدى التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية جاء بدرجة موافق وفقا لمقياس ليكارت حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.26) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.74) يشير إلى تجانس في أراء مفردات عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (Y11) التي نصت على " **نمو الشركة**" كانت أكثر العبارات مساهمةً في إثراء بعد لبعد مدى التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية، حيث حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=3.42) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.74) يدل على عدم وجود تشتت في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (Y10) الخاصة ب " **نمو القيمة (الحصة) السوقية**" بمتوسط حسابي (*M*=3.35) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.98) معبرًا عن عدم وجود اختلاف في إجابات موظفي عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (Y9) المتعلقة ب " **زيادة الأرباح**" على أدنى متوسط حسابي (*M*=3.07) وبانحراف معياري بلغ (*SD*=1) ما يدل على عدم وجود تجانس في اجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت غالبيتها في درجة المحايد وفقا لترتيب مقياس (Likert)، وهذا يدل على انطباع ايجابي نوعا ما لدى موظفي عينة الدراسة حول أهمية بعد مدى التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية.

4-مساهمة الالتزام بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة :

يوضح الجدول رقم (23)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى وجهات نظر المستجوبين بخصوص مساهمة الالتزام بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة .

الجدول رقم :(23) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لمدى مساهمة الالتزام بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية في قيمة الشركة.

رمز العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي *M*	الانحراف المعياري *SD*	ترتيب العبارة	درجة الموافقة
Y13	زيادة الأرباح	3.25	0.77	01	محايد
Y14	نمو القيمة (الحصة) السوقية	3.09	0.81	04	محايد
Y15	نمو الشركة	3.13	0.93	03	محايد
Y16	ارتفاع المردودية	3.21	0.97	02	محايد
الدرجة الكلية		3.17	0.59	-	محايد

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (23) أن المتوسط العام لبعد مدى مساهمة الالتزام بالبعد الإنساني في قيمة الشركة بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية جاء بدرجة موافق وفقا لمقياس ليكارت حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة (*M*=3.17) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.59) يشير إلى تجانس في أراء مفردات عينة الدراسة اتجاه هذا المتغير.

أما على مستوى العبارات، فنجد أن العبارة (Y13) التي نصت على " **ارتفاع المردودية**" كانت أكثر أبعاد قيمة الشركة التي تأثرت بالالتزام الفعال للشركات بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية ، حيث حازت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (*M*=3.25) وبانحراف معياري قدره (*SD*=0.77) يدل على عدم وجود تشتت في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة ، تليها العبارة (Y16) الخاصة ب " **ارتفاع المردودية**" بمتوسط حسابي (*M*=3.21) وانحراف معياري قدره (*SD*=0.97) معبرًا عن عدم وجود اختلاف في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة، بينما حصلت العبارة (Y14) المتعلقة ب " **نمو القيمة (الحصة) السوقية**" على أدنى متوسط حسابي (*M*=3.09) وبانحراف معياري بلغ (*SD*=0.81) ما يدل على عدم وجود تجانس في إجابات مفردات عينة الدراسة حول متوسط هذه العبارة.

وبشكل عام يمكن القول أن إجابات مفردات عينة الدراسة انحصرت غالبيتها في درجة المحايد وفقا لترتيب مقياس (Likert)، وهذا يدل على انطباع شبه ايجابي لدى موظفي عينة الدراسة حول أهمية بعد مدى التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية.

ثالثا : اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

بعد الانتهاء من مناقشة نتائج التحليل الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة، ننتقل الآن إلى اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة الميدانية باستخدام كلٍ من تحليل الانحدار البسيط، والمتعدد.

أولا: الفرضية الأولى

للتحقق من أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة قامت الطالبتين بتقسيم الفرضية الرئيسية إلى أربع فرضيات فرعية، وتم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار كل فرضية فرعية على حدة، كما يلي:

- **الفرضية الفرعية الأولى**

تنص الفرضية الفرعية الأولى للدراسة الحالية على ما يلي: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي على قيمة الشركة عند مستوى ($\alpha = 0.05$) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة. وللتحقق من هذه الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار البسيط والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم :(24) نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر البعد الاقتصادي على متغير قيمة الشركة

النموذج	المتغير التابع (*Y*)		
	) قيمة الشركة (		
المتغير المستقل (*X*)	أوزان الانحدار B	الخطأ المعياري *SE*	مستوى الدلالة *P*
البعد الاقتصادي	0.584***	0.128	<0.001
الثابت (*i*)	1.712**	0.455	0.001
R^2 = 0.386 $F_{(1,34)}$= 20 .727, *P* <0.001			
مستوى دلالة الإحصائية	**:*P*<0.01		***:*P*<0.001

ملاحظة: تم اعتماد قيمة بيتا غير المعيارية (B) بدلاً من قيمة بيتا المعيارية (β) وذلك لأن المتغيرات لها نفس وحدة القياس (تم اعتماد على مقياس ليكارت الخماسي).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير نتائج تحليل الانحدار البسيط الواردة في الجدول السابق إلى أن البعد الاقتصادي له القدرة على التنبؤ بالمتغير التابع (قيمة الشركة)، حيث بلغت قيمة مربع معامل التحديد ($R^2 = 0.386$) ما يعني أن متغير البعد الاقتصادي قام بتفسير ما قيمته (38.6%) من تباين الحاصل في قيمة الشركة، كذلك تشير النتائج اختبار التباين ($F_{(1,34)} = 20.727, P < 0.001$) إلى معنوية معامل الانحدار، وعليه يمكن كتابة معادلة خط الانحدار البسيط بالشكل التالي:

قيمة الشركة = 1.712+0.584 البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية

ومن خلال المعادلة السابقة والمستخرجة من النتائج الموضحة في الجدول رقم () نجد أن قيمة معامل الانحدار البسيط دالة إحصائيا؛ حيث بلغت (B =0.584, P0.001)، وتترجم هذه النتيجة بأن الزيادة بمقدار 1 في المتغير المستقل "البعد الاقتصادي " ينجم عنها زيادة مقدارها 0.58 في قيمة المتغير التابع وهو قيمة الشركة

وبناءً على ما تقدم فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي على قيمة الشركة عند مستوى ($\alpha = 0.05$) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.**

- **الفرضية الفرعية الثانية**

تنص الفرضية الفرعية الثانية للدراسة الحالية على ما يلي: **لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني على قيمة الشركة عند مستوى (α = 0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.** وللتحقق من هذه الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار البسيط والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم: (25) نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر البعد القانوني على متغير قيمة الشركة

النموذج	**المتغير التابع (Y)**		
	) قيمة الشركة (		
المتغير المستقل (X)	أوزان الانحدار B	الخطأ المعياري *SE*	مستوى الدلالة *P*
البعد القانوني	0.278	0.158	0.089
الثابت (i)	2.809***	0.553	<0.001
R^2 = 0.085 $F_{(1,34)}$= 03 .080, *P* =0.089			
مستوى دلالة الإحصائية	***:*P*<0.001		

ملاحظة: تم اعتماد قيمة بيتا غير المعيارية (B) بدلاً من قيمة بيتا المعيارية (β) وذلك لأن المتغيرات لها نفس وحدة القياس (تم اعتماد على مقياس ليكارت الخماسي).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير نتائج تحليل الإنحدار البسيط الواردة في الجدول السابق إلى أن البعد القانوني له قدرة ضعيفة في التنبؤ بالمتغير التابع (قيمة الشركة)، حيث بلغت قيمة مربع معامل التحديد ($R^2 = 0.085$) ما يعني أن متغير البعد القانوني لم يقم بتفسير سوى (08.5%) من تباين الحاصل في قيمة الشركة، كذلك تشير النتائج اختبار تحليل التباين ($F_{(1,34)} = 03.080, P = 0.089$) إلى عدم معنوية معامل الانحدار، وعليه فالدالة غير إحصائية ويعود سبب ذلك إلى عدم التزام إدارة الشركة بتطبيق القوانين الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية .

ومن خلال المعادلة السابقة والمستخرجة من النتائج الموضحة في الجدول رقم (25) نجد أن دالة إحصائيا؛ حيث بلغت ($B = 0.278, P = 0.089$)، تترجم هذه النتائج على أن البعد القانوني ساهم في تعزيز قيمة الشركة ب (27.8%).

وبناءً على ما تقدم فإننا نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: **لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني على قيمة الشركة عند مستوى ($\alpha = 0.05$) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.**

- **الفرضية الفرعية الثالثة**

تنص الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة الحالية على مايلي: **لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الأخلاقي على قيمة الشركة عند مستوى ($\alpha = 0.05$) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.** وللتحقق من هذه الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار البسيط والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم :(26) نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر البعد الأخلاقي على متغير قيمة الشركة

النموذج	المتغير التابع (Y)		
	) قيمة الشركة (		
المتغير المستقل (X)	أوزان الإنحدار B	الخطأ المعياري SE	مستوى الدلالة P
البعد الأخلاقي	0.375*	0.174	0.038
الثابت (i)	2.471***	0.606	<0.001
R^2 = 0.124 $F_{(1,34)}$= 04.652, P=0.038			
مستوى دلالة الإحصائية	*:P<0.05	***:P<0.001	

ملاحظة: تم اعتماد قيمة بيتا غير المعيارية (B) بدلاً من قيمة بيتا المعيارية (β) وذلك لأن المتغيرات لها نفس وحدة القياس (تم اعتماد على مقياس ليكارت الخماسي).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير نتائج تحليل الإنحدار البسيط الواردة في الجدول السابق إلى أن البعد الأخلاقي له قدرة ضعيفة على التنبؤ بالمتغير التابع (قيمة الشركة)، حيث بلغت قيمة مربع معامل الإرتباط (R^2 = 0.124) ما يعني أن متغير البعد الأخلاقي قام بتفسير سوى (12.4%) من تباين الحاصل في قيمة الشركة، كذلك تشير النتائج اختبار التباين ($F_{(1,34)}$= 04.652, P=0.038) إلى معنوية معامل الانحدار، وعليه يمكن كتابة معادلة خط الانحدار الغير معيارية بالشكل التالي:

$$Y = (2.471)i + (0.375)\times X$$

حيث:

Y: قيمة الشركة ; i: الثابت ; X: البعد الأخلاقي

ومن خلال المعادلة السابقة والمستخرجة من النتائج الموضحة في الجدول رقم () نجد أن قيمة معامل الإنحدار غير المعياري دالة إحصائيا؛ حيث بلغت (B =0.375, P=0.038)، وتترجم هذه النتائج على أن البعد الأخلاقي ساهم في تعزيز قيمة الشركة ب (73.5%).

وبناءً على ما تقدم فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الأخلاقي على قيمة الشركة عند مستوى (α = 0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.**

- **الفرضية الفرعية الرابعة**

تنص الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة الحالية على مايلي: **لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الإنساني على قيمة الشركة عند مستوى (α = 0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.** وللتحقق من هذه الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار البسيط والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم: (27) نموذج تحليل الانحدار البسيط لاختبار أثر البعد الإنساني على متغير قيمة الشركة

النموذج	المتغير التابع (*Y*)		
	) قيمة الشركة (		
المتغير المستقل (*X*)	أوزان الإنحدار B	الخطأ المعياري *SE*	مستوى الدلالة *P*
البعد الإنساني	0.657***	0.152	<0.001
الثابت (*i*)	1.411*	0.549	0.015
R^2 = 0.362 688, P <0.001 . $F_{(1,34)}$= 18			
مستوى دلالة الإحصائية	*:P<0.05	***:P<0.001	

ملاحظة: تم اعتماد قيمة بيتا غير المعيارية (B) بدلاً من قيمة بيتا المعيارية (*β*) وذلك لأن المتغيرات لها نفس وحدة القياس (تم اعتماد على مقياس ليكارت الخماسي).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير نتائج تحليل الإنحدار البسيط الواردة في الجدول السابق إلى أن البعد الإنساني له القدرة على التنبؤ بالمتغير التابع (قيمة الشركة)، حيث بلغت قيمة مربع معامل التحديد (R^2 = 0.362) ما يعني أن متغير البعد الإنساني قام بتفسير ما قيمته (36.2%) من تباين الحاصل في قيمة الشركة، كذلك تشير النتائج اختبار تحليل التباين ($F_{(1,34)}$= 18.688, P <0.001) إلى معنوية معامل الانحدار، وعليه يمكن كتابة معادلة خط الانحدار الغير معيارية بالشكل التالي:

$$Y = (1.411)i + (0.657)\times X$$

حيث:

Y: قيمة الشركة ; i: الثابت ; X: البعد الإنساني

ومن خلال المعادلة السابقة والمستخرجة من النتائج الموضحة في الجدول رقم () نجد أن قيمة معامل الانحدار غير المعياري دالة إحصائيا؛ حيث بلغت ($B = 0.657, P < 0.001$)، وتترجم هذه النتائج على أن البعد الإنساني ساهم في تعزيز قيمة الشركة ب (65.7%).

وبناءً على ما تقدم فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الإنساني على قيمة الشركة عند مستوى ($\alpha = 0.05$) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.**

ثانيا: الفرضية الثانية

في هذه الفرضية ستحاول الطالبتين اختبار أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية دفعة واحدة على قيمة الشركة، وفي هذا السياق تنص الفرضية الثانية للدراسة الحالية على ما يلي: **لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية "مجتمعة" على قيمة الشركة عند مستوى ($\alpha = 0.05$) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.** وللتحقق من هذه الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار المتعدد والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم :(28) نموذج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة على متغير قيمة الشركة

النموذج	المتغير التابع (Y)		
	) قيمة الشركة (		
المتغير المستقل: المسؤولية الإجتماعية (X)	أوزان الإنحدار B	الخطأ المعياري SE	مستوى الدلالة P
البعد الاقتصادي (X_1)	0.417**	0.127	0.003
البعد القانوني(X_2)	-0.148	0.139	0.295
البعد الأخلاقي(X_3)	0.260	0.140	0.073
البعد الإنساني(X_4)	0.462**	0.158	0.006
الثابت (i)	0.250	0.616	0.688
R^2 = 0.570 $F_{(4,34)}$= 09 .946, P <0.001			
مستوى دلالة الإحصائية	**:P<0.001		

ملاحظة: تم اعتماد قيمة بيتا غير المعيارية (B) بدلاً من قيمة بيتا المعيارية (β) وذلك لأن المتغيرات لها نفس وحدة القياس (تم اعتماد على مقياس ليكارت الخماسي).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد الواردة في الجدول السابق إلى أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة له القدرة على التنبؤ بالمتغير التابع (قيمة الشركة)، حيث بلغت قيمة مربع معامل التحديد (R^2= 0.570) ما

يعني أن هذه الأبعاد قامت بتفسير ما قيمته (57%) من تباين الحاصل في قيمة الشركة، كذلك تشير النتائج اختبار تحليل التباين ($F_{(4,34)}$= 09.946, P <0.001) إلى معنوية معامل الانحدار، وعليه يمكن كتابة معادلة خط الانحدار الغير معيارية بالشكل التالي:

$$Y = i\ (0.250) + X_1 \times (0.417) + X_4 \times (0.462)$$

حيث:

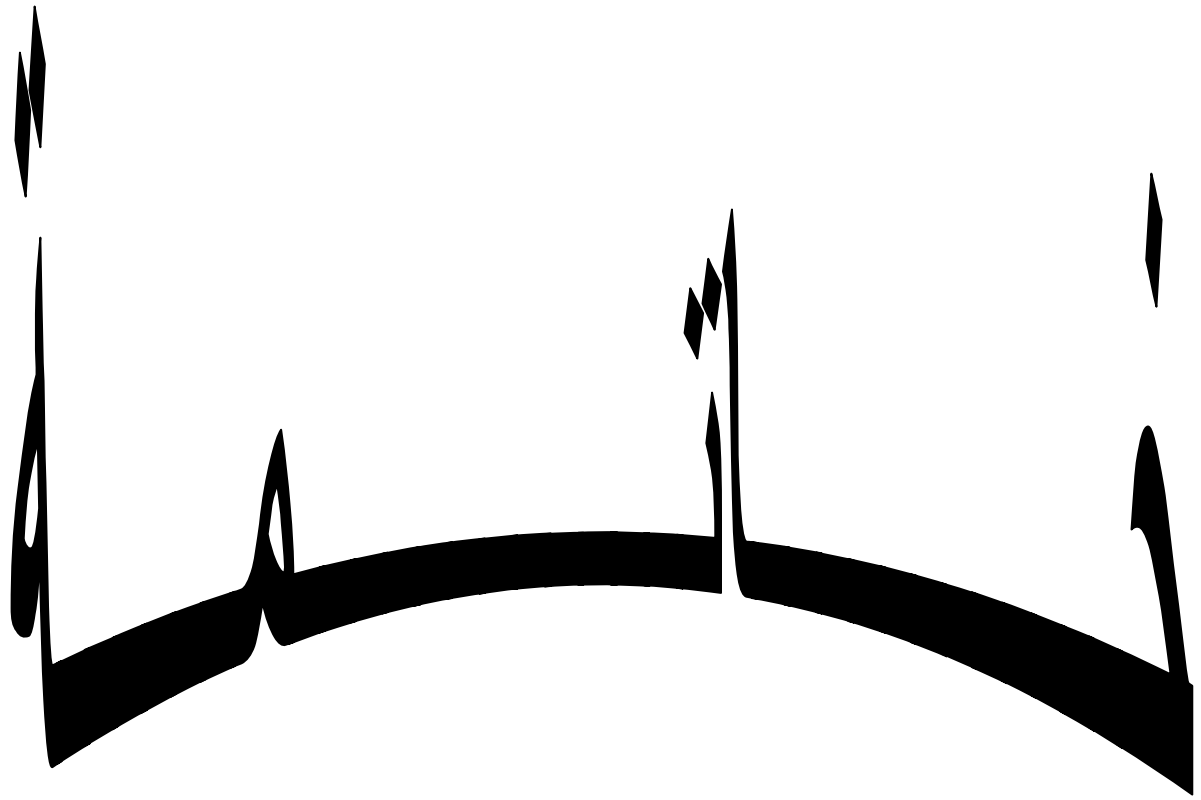
Y: قيمة الشركة ; i: الثابت ; X: البعد الإنساني

بناءً على المعادلة السابقة والمستخرجة من الجدول رقم () نجد أن هنالك بعدين (البعد الاقتصادي، والبعد الإنساني) من أصل أربع أبعاد لهما تأثير دال إحصائيا على متغير قيمة الشركة؛ حيث بلغت قيمة معامل خط الانحدار للبعد الاقتصادي (B =0.417, P =0.003)، كما بلغ قيمة معامل خط الانحدار للبعد الإنساني (B =0.462, P =0.006)، وتترجم هذه النتائج على أن البعد الاقتصادي والإنساني ساهما في تعزيز قيمة الشركة ب (41.7%) و(64.2%) على التوالي.

وبناءً على ما تقدم فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية "مجتمعة" على قيمة الشركة عند مستوى (α = 0.05) من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.**

خاتمة الفصل :

بعد إعداد الدراسة الميدانية التي اعتمدنا فيها على إجابات مفردات عينة الدراسة ، ومن خلال التحليل الوصفي للبيانات التي كانت مقدمة على شكل استبيان ، كانت أهم النتائج التي توصلنا إليها هي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة من وجهة نظر مفردات الدراسة .



خاتمة :

في ظل الانتشار الذي تشهده المسؤولية الاجتماعية ومفاهيمها وتأثير ذلك على قيمة الشركات وأدائها،أصبح من غير السهل على الشركات بكل أنواعها وعلى أصحاب المصالح غض النظر عن دورها وإحساسها بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المحيط الذي تعمل فيه، فلم يعد الأمر يتعلق فقط بالشعور والإحساس بل تعدى إلى ضرورة ممارسة المسؤولية الاجتماعية، مما دفع الشركات إلى وضع خطط وسياسات تمكنها من ممارسة واجباتها الاجتماعية .

وفي هذا الصدد جاءت دراستنا لتسليط الضوء على مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ونشأتها وممارساتها على مستوى الشركة،حيث بحثنا في مدى تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركات من خلال الإحاطة بمختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية ومساهمة الالتزام بهاته الأخيرة في تحسين قيمة الشركات.

وجاءت كل من نتائج الدراسة وتوصياتها، وآفاقها المستقبلية كما يلي :

أولا : نتائج الدراسة :

1- هناك التزام من قبل الشركات الجزائرية عموما بدرجة كبيرة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية .
2- هناك التزام من قبل الشركات الجزائرية بدرجة متوسطة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية .
3- هناك التزام من قبل الشركات الجزائرية بدرجة متوسطة بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية .
4- هناك التزام من قبل الشركات الجزائرية بدرجة متوسطة بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية .
5- التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين وتعزيز قيمة الشركة .
6- التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية يساهم في تحسين وتعزيز قيمة الشركة .
7- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى الدلالة (α=0.05).

8- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى الدلالة (α=0.05).

9- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى الدلالة (α=0.05).

10- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة عند مستوى دلالة (α=0.05).

11- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة (المسؤولية الاجتماعية) على قيمة الشركة عند مستوى (α=0.05).

ثانيا : توصيات الدراسة :

في ظل ما تم التوصل إليه من نتائج فإننا نوصي بما يلي :

- التشجيع على تبني وتطبيق المسؤولية الاجتماعية لتحسين وتعزيز قيمة الشركات.
- ضرورة ممارسة الشركات الجزائرية مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع المحيط بها، الأمر الذي سينعكس بشكل إيجابي على أرباحها وبالتالي يحسن من قيمتها.
- إلزام الشركات بتطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية بكافة جوانبها واستخدامها كنظام معلومات اجتماعي يخدم كافة الأطراف ذات العلاقة بالشركة.
- إقرار قوانين متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات وإلزام هاته الأخيرة بتطبيقها.
- تحديد مفهوم واضح ودقيق للمسؤولية الاجتماعية للشركات وأبعادها وذلك من خلال تنظيم منتديات وملتقيات بشكل دوري حول المسؤولية الاجتماعية.
- الالتزام بالبعدين الأخلاقي والإنساني للمسؤولية الاجتماعية نظرا لأهميتهما البالغة في تحديد قيمة الشركة.
- دعم الشركات الوطنية سواء العمومية أو الخاصة لتوفير مناصب عمل.
- إعداد المزيد من الدراسات والبحوث العلمية مستقبلا في موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات.

الأفاق المستقبلية :

انطلاقا من دراستنا النظرية والتطبيقية نجد أننا لم نلم بجميع جوانب وتفاصيل الموضوع لذلك ارتأينا إلى اقتراح بعض المواضيع للبحث فيها مستقبلا نذكر منها :

- أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على تعظيم الأرباح
- ممارسات المسؤولية الاجتماعية على المستوى الشركات الجزائرية.
- المسؤولية الاجتماعية وبوادر تطبيقها من وجهة نظر الإسلام.
- أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على التنمية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

قائمة المراجع :

الكتب :

1- بلال خلف السكارنة ، أخلاقيات العمل ، الطبعة الثالثة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، سنة 2013.

2- بورحلة علال ، تحليل المنظمات ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2006.

3- حسين مصطفى هلالي ،الإبداع المحاسبي في الإفصاح عن المعلومات البيئية في التقارير المالية ، الدار المصرية ، القاهرة ، 2005.

4- صالح العموري ، رولا المعايطة ، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2015.

5- طارق عبد العال حماد ، التقييم وإعادة هيكلة الشركات ، الدار الجامعية ، مصر ، 2018.

6- طارق عبد العال حماد ، تقدير قيمة البنك لأغراض الاندماج أو الخصخصة ، الدار الجامعية ، مصر 2002.

7- طاهر محسن منصور العالي ، صالح محسن العامري ، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال ، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2008.

8- عبد الرزاق سالم الرحاحلة ، المسؤولية الاجتماعية ، دار الإعصار للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011.

9- فايز سليم حداد ، الإدارة المالية ، دار حماد للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة ، عمان ،2010.

10- نعمة عباس الحقاحي ، طاهر محسن الغالبي ، قراءات في الفكر الإداري المعاصر ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، بدون رقم الطبعة ، 2008.

11- يوسف قريشي وإلياس بن ساسي ، التسير المالي : الإدارة المالية ، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ،الأردن ، 2011.

المذكرات :

12- أبو حزام سيد أحمد ، أ حملات بن عاشور ،أ حيموري حلومة ، محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة ولاية معسكر ، جامعة معسكر .

13- بلال كيموش ، التقييم الدوري للعناصر المادية ودورها في المحافظة على قيمة المؤسسة في ظل النظام المحاسبي والمالي "دراسة حالة المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة AMS العلمة " رسالة ماجستير في العلوم التجارية تخصص دراسات مالية ومحاسبة معمقة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس سطيف 2010-2011.

14- شرفي زكرياء ، محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية باستخدام طريقة التكاليف على أساس الأنشطة "ABC" دراسة حالة مؤسسة PROLIPOS لإنتاج المواد الدسمة عين مليلة مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص مالية ومحاسبة جامعة أم البواقي 2014، 2015.

15- ضيافي نوال ، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ،2019، 2010.

16- غدير محمود المهتدى ، استخدام مؤشرات تقييم الأداء التقليدية والقيمة الاقتصادية لقياس التغير في القيمة السوقية للأسهم (دراسة حالة بنك فلسطين) ، رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل ، كلية التجارة الجامعة الإسلامية غزة (فلسطين)،2014.

17- فؤاد محمد حسين الحمدي ، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على رضا المستهلك ، أطروحة دكتوراه تخصص فلسفلة إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة المستنصرية ، اليمن ، 2003.

18- قدري إبراهيم ، أثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء : دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة السورية أطروحة لنيل درجة الدكتوراه إدارة أعمال ، جامعة دمشق ، 2014، 2015.

19- قرن خيرة ، واقع وأفاق تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإنتاجية لولايات (المدية ، الجلفة والأغواط) ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية .

20- محمد طلحة ، أثر تبني فلسفة المسؤولية الاجتماعية على أداء المؤسسات مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية ، جامعة المدية ، 2018، 2019 .

21- محمد عبيد إيمان ، أثر التحفظ المحاسبي في التقارير المالية على القيمة السوقية للشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان ، مذكرة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة ، جامعة الزرقاء ، الأردن ، 2017.

22- مقدم وهيبة ، تقديم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية ، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة وهران ، 2013، 2014.

23- نسيمة بوكماش ، المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية بين النظرية والتطبيق ، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BAdR، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص مالية وبنوك ، قسم علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، 2014.

24- هواري السويسي ، تقييم المؤسسة ودوره في اتخاذ القرار في إطار التحويلات الاقتصادية الجزائر ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2008.

25- ياسين ضيف ، تأثير الهيكل المالي على قيمة الشركة المسعرة " دراسة حالة عينة من الشركات المدرجة في السوق المالي السعودي خلال فترة 2009، 2010" رسالة ماجستير في العلوم التجارية تخصص مالية وكمية ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2014 ، 2015.

الملتقيات والمؤتمرات :

26- خيرة عيشوش ، عبد اللطيف كرزابي ، المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين في إطار أخلاقيات الأعمال (الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية) ، جامعة بشار 2012.

27- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات و القضايا الراهنة ، الأمم المتحدة ،نيويورك وجنيف ،2004.

المجلات :

28- علي بن ضب ، سيد أحمد عباد ، تكلفة رأس المال ومؤشرات إنشاء القيمة دراسة تطبيقية ببورصة الدار البيضاء مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد الثاني جامعة ورقلة الجزائر 2012.

المراجع الأجنبية :

29- frank den hord and all ،managing corporate social responsibility in action talking ،carporate social responsibility series bublishing company ،usa ،2007.

30- G hirigoyeng cody histoire de la wleur en finance dentreprise revue finance gestion paris 1998.

قائمة الملاحق :

الملحق رقم(1):

قائمة الأساتذة المحكمين :

الرقم	الاسم واللقب
01	الدكتور /مولوج كمال
02	الدكتور/مامي علي
03	الدكتور/شمس الدين بوعرعار

جامعـــة يحي فارس بالمديـــة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

الملحق رقم (2):

الاستبيان

تحية طيبة وبعد :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة ، دراسة ميدانية (من وجهة نظر ممارسي مهنة المحاسبة) ويعتبر هذا الاستبيان في إطار دراسة ميدانية لتحضير مذكرة ماستر في المحاسبة من جامعة المدية .

الرجاء ملء هذه الاستبانة وذلك بوضع إشارة (x) في المربع الذي يوافقه علما أن المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط ، نأمل الإجابة بكل موضوعية .

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير وشكرا.

من إعداد الطالبتين :- العيدي سعيدة - غرابة ماريا

إشراف الدكتور : مولوج كمال

تعريف مصطلحات الدراسة :

1/- المسؤولية الاجتماعية : هي التزام المستثمر للشركة بالتصرف الأخلاقي والمساهمة في حل القضايا الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين وعائلاتهم والمجتمع ككل .

2/- القيمة السوقية : المبلغ المقدر الذي يتم به تبادل ممتلكات معينة في تاريخ التقييم بين المشتري المستعد والبائع المستعد في إطار صفقة بين أطراف مستقلة المصالح بعد التسويق الملائم ، والتي يكون الطرفان فيها قد تصرفا بمعرفة وبدون إكراه على إتمام الصفقة .

الجزء الأول : معلومات شخصية :

أرجو منكم التكرم بوضع إشارة (x) عند الاختيار المناسب :

1- الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2- العمر : 30 سنة فأقل ☐ من 31 سنة إلى 40 سنة ☐
من 41 سنة إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة ☐

3- المستوى التعليمي : شهادة ليسانس ☐ ماستر ☐
دكتوراه ☐ شهادات أخرى ☐

4- الخبرة المهنية : 0-5 سنوات ☐ 6-10 سنوات ☐ 11 سنة فأكثر ☐

5- الوظيفة : محاسب مالي ☐ محاسب معتمد ☐ محافظ حسابات ☐
خبير محاسبي ☐ أستاذ جامعي تخصص محاسبة ☐

الجزء الثاني : أسئلة الاستبيان

كل عبارة من العبارات التالية تقيس أحد عناصر التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية وبذلك تعكس درجة توجه نظام الشركة نحو أبعاد المسؤولية الاجتماعية .

و الجدول التالي يمثل مجموعة من الأسئلة يرجى الإجابة عليها بوضع إشارة (x) :

1-واقع أبعاد المسؤولية الاجتماعية :

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	1- البعد الاقتصادي					
1	. تساهم الشركات في دعم الاقتصاد المحلي والوطني					
2	. يسعى نظام إدارة الشركات باستمرار إلى تحسين جودة المبيعات					
3	. تعمل الشركات على تحقيق أعلى مستوى من الكفاءة في العمل					
4	. تسعى أغلب الشركات إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح وفق أساليب مشروعة					
	2- البعد القانوني					
5	. تلتزم أغلب الشركات بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالعمل والضمان الاجتماعي					
6	. تحرص جل الشركات على الوفاء بالتزاماتها نحو مصلحة الضرائب وتجنب التهرب منها					
7	. تعمل الشركات على تسهيل ممارسة العمل النقابي بها والتفاعل مع جمعيات حماية المستهلك					
8	. تسعى الإدارات العليا في الشركات دوما إلى اتخاذ قرارات تتوافق والقوانين التشريعية					
	3- البعد الأخلاقي(أخلاقيات العمل)					
9	. تتوافق أهداف وغايات الشركات مع أهداف وقيم المجتمع					
10	. تتجنب أغلب الشركات تلاعب بالأسعار					
11	. تلتزم جل الشركات مورديها بمراعاة مبادئ الأخلاقية التي تسير عليها					
12	. تمتلك كل الشركات دليل عمل أخلاقي واضح ومعلن					

	لجميع العاملين لديهم .					
13	. تساهم الشركات مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على تحسين ونظافة البيئة .					
14	. لدى الشركات خطط للطوارئ في حال حدوث كوارث بيئية .					
15	. تعد حماية البيئة أحد أهم مرتكزات قيم وثقافة الشركات بشكل عام.					
	4- البعد الإنساني (الاجتماعي)					
16	. تساهم الشركات في تمويل إنجاز المشاريع الأساسية للمجتمع من مدارس ومستشفيات وطرقات					
17	. تساهم الشركات في توفير فرص عمل متكافئة للأفراد					
18	كمساهمة منها للحد من البطالة					
19	. تلتزم الشركات بتوفير فرص عمل للمعاقين					
20	. تسعى الشركات دوما إلى تطبيق إجراءات فعالة لمعالجة شكاوي المستهلكين.					
21	. لدى الشركات أنظمة أجور عادلة ومحفزة للعاملين					
	. توفر الشركات وتطور سياسات مرنة للسماح للعمال بالتوفيق بين الحياة العملية والشخصية لهم .					

1- قيمة الشركة :

ضع إشارة (x) في الخانة المناسبة :

1- يساهم التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية في :

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	. زيادة الأرباح					
2	. نمو القيمة (الحصة) السوقية					
3	. نمو الشركة					
4	. ارتفاع المردودية					

2- يساهم التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية في :

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	. زيادة الأرباح					
2	. نمو القيمة (الحصة) السوقية					
3	. نمو الشركة					
4	. ارتفاع المردودية					

3- يساهم التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية في :

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	. زيادة الأرباح					
2	. نمو القيمة (الحصة) السوقية					
3	. نمو الشركة					
4	. ارتفاع المردودية					

4- يساهم التزام الإدارة العليا للشركة بالبعد الإنساني للمسؤولية الاجتماعية في :

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	. زيادة الأرباح					
2	. نمو القيمة (الحصة) السوقية					
3	. نمو الشركة					
4	. ارتفاع المردودية					

الملحق رقم(3) :

مخرجات الدراسة :

1- جدول اختبار التوزيع الطبيعي:

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	Ddl	Sig.
الإجتماعية المسؤولية :المستقل المتغير	,211	35	,173	,896	35	,223
الإقتصادي البعد	,136	35	,098	,939	35	,053
القانوني البعد	,129	35	,154	,935	35	,041
الأخلاقي البعد	,116	35	,200*	,954	35	,152
الإنساني البعد	,120	35	,200*	,930	35	,079
الشركة قيمة :التابع المتغير	,130	35	,140	,954	35	,150
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.						
a. Correction de signification de Lilliefors						

2-ثبات الاستبيان

- المسؤولية الإجتماعية:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,815	21

- البعد الإقتصادي:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,715	04

- البعد القانوني:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,736	04

- البعد الأخلاقي:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,690	07

- المسؤولية الإنساني:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,709	06

- قيمة الشركة

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,844	16

- الدرجة الكلية للإستبيان

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,879	37

3-الخصائص الديمغرافية

Table de fréquences

لمتغيرالجنس وفقا الدراسة عينة موظفي توزيع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	ذكر	30	85,7	85,7	85,7
	انثى	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

العمر لمتغير وفقا الدراسة عينة موظفي توزيع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	فأقل سنة 30	6	17,1	17,1	17,1
	سنة 40إلى31 من	18	51,4	51,4	68,6
	سنة 50 إلى 41 من	8	22,9	22,9	91,4
	سنة 50 من أكثر	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

التعليمي المستوى لمتغير وفقا الدراسة عينة موظفي توزيع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	ليسانس	8	22,9	22,9	22,9
	ماستر	11	31,4	31,4	54,3
	دكتوراه	9	25,7	25,7	80,0
	أخرى شهادة	7	20,0	20,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

المهنية الخبرة لمتغير وفقا الدراسة عينة موظفي توزيع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	سنوات 5-0	7	20,0	20,0	20,0
	سنوات 10 - 06 من	11	31,4	31,4	51,4
	فاكثر سنة 11	17	48,6	48,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

لمتغيرالوظيفة وفقا الدراسة عينة موظفي توزيع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	مالي محاسب	12	34,3	34,3	34,3
	معتمد محاسب	2	5,7	5,7	40,0
	حسابات محافظ	7	20,0	20,0	60,0
	محاسبي خبير	4	11,4	11,4	71,4
	محاسبة تخصص جامعي استاذ	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

4- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعادمتغير المسؤولية الإجتماعية:

Statistiques univariées

	N	Moyenne	Ecart type
X1	35	3,90	0,91
X2	35	4,33	1,11
X3	35	3,51	0,89
X4	35	4,27	0,88
البعد_الأول	35	4,00	0,67
X5	35	3,38	0,86
X6	35	3,66	0,74

X7	35	2,51	1,02
X8	35	3,09	0,91
البعد_الثاني	35	3,16	0,58
X9	35	3,27	0,80
X10	35	3,12	1,01
X11	35	3,48	0,95
X12	35	3,54	0,81
X13	35	2,96	1,27
X14	35	2,47	0,93
X15	35	3,39	0,86
البعد_الثالث	35	3,18	0,74
X16	35	3,30	0,88
X17	35	3,59	1,20
X18	35	3,44	1,19
X19	35	3,26	0,95
X20	35	2,50	0,97
X21	35	2,71	1,08
البعد_الرابع	35	3,13	0,61
المتغير_المستقل	35	3,32	0,42

5- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد متغير قيمة الشركة

Statistiques univariées

	N	Moyenne	Ecart type
Y1	35	3,90	0,91
Y2	35	3,22	0,87
Y3	35	3,70	0,83
Y4	35	3,51	0,96
البعد_الأول	35	3,58	0,80
Y5	35	3,41	0.82
Y6	35	3,39	1,04
Y7	35	3,57	0,89
Y8	35	3,24	0,92
البعد_الثاني	35	3,40	0,41
Y9	35	3,07	1,00
Y10	35	3,35	0,98
Y11	35	3,42	0,73
Y12	35	3,19	0,91
البعد_الثالث	35	3,26	0,74
Y13	35	3,25	0,77
Y14	35	3,09	0,81
Y15	35	3,13	0,93
Y16	35	3,21	0,97
البعد_الرابع	35	3,17	0,59
المتغير_المستقل	35	3,35	0,33

6-تحليل الانحدار :

-أثر البعد الإقتصادي على قيمة الشركة

Régression

Variables introduites/éliminées[a]			
Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	الإقتصادي البعد[b]	.	Introduire
a. Variable dépendante : التابع المتغير: الشركة قيمة			
b. Toutes les variables demandées ont été introduites.			

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,621[a]	,386	,367	,28019
a. Prédicteurs : (Constante), الإقتصادي البعد				

ANOVA[a]						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	1,627	1	1,627	20,727	,000[b]
	de Student	2,591	33	,079		
	Total	4,218	34			
a. Variable dépendante : التابع المتغير: الشركة قيمة						
b. Prédicteurs : (Constante), الإقتصادي البعد						

Coefficients[a]						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,712	,455		3,760	,001
	الإقتصادي البعد	,584	,128	,621	4,553	,000
a. Variable dépendante : التابع المتغير: الشركة قيمة						

-أثر البعد القانوني على قيمة الشركة

Régression

Variables introduites/éliminées[a]			
Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	القانوني البعد[b]	.	Introduire
a. Variable dépendante : التابع المتغير :الشركة قيمة			
b. Toutes les variables demandées ont été introduites.			

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,292[a]	,085	,058	,34191
a. Prédicteurs : (Constante), القانوني البعد				

ANOVA[a]						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,360	1	,360	3,080	,089[b]
	de Student	3,858	33	,117		
	Total	4,218	34			
a. Variable dépendante : التابع المتغير :الشركة قيمة						
b. Prédicteurs : (Constante), القانوني البعد						

Coefficients[a]						
		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
Modèle		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	2,809	,553		5,083	,000
	القانوني البعد	,278	,158	,292	1,755	,089
a. Variable dépendante : التابع المتغير :الشركة قيمة						

-أثر البعد الأخلاقي على قيمة الشركة

Régression

Variables introduites/éliminées[a]			
Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	الأخلاقي البعد[b]	.	Introduire
a. Variable dépendante : التابع المتغير :الشركة قيمة			
b. Toutes les variables demandées ont été introduites.			

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,351[a]	,124	,097	,33470
a. Prédicteurs : (Constante), الأخلاقي البعد				

ANOVA[a]						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,521	1	,521	4,652	,038[b]
	de Student	3,697	33	,112		
	Total	4,218	34			
a. Variable dépendante : التابع المتغير :الشركة قيمة						
b. Prédicteurs : (Constante), الأخلاقي البعد						

Coefficients[a]						
		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
Modèle		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	2,471	,606		4,075	,000
	الأخلاقي البعد	,375	,174	,351	2,157	,038
a. Variable dépendante : التابع المتغير :الشركة قيمة						

-أثر البعد الإنساني على قيمة الشركة

Régression

Variables introduites/éliminées[a]			
Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	الإنساني البعد[b]	.	Introduire
a. Variable dépendante : التابع المتغير: الشركة قيمة			
b. Toutes les variables demandées ont été introduites.			

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,601[a]	,362	,342	,28566
a. Prédicteurs : (Constante), الإنساني البعد				

ANOVA[a]						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	1,525	1	1,525	18,688	,000[b]
	de Student	2,693	33	,082		
	Total	4,218	34			
a. Variable dépendante : التابع المتغير: الشركة قيمة						
b. Prédicteurs : (Constante), الإنساني البعد						

Coefficients[a]						
		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
Modèle		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	1,411	,549		2,571	,015
	الإنساني البعد	,657	,152	,601	4,323	,000
a. Variable dépendante : التابع المتغير: الشركة قيمة						

اثر أبعاد المسؤولية الإجتماعية دفعة واحدة على قيمة الشركة

Régression

Variables introduites/éliminées[a]			
Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البعد ,الأخلاقي البعد ,الإنساني البعد القانوني البعد ,الإقتصادي[b]	.	Introduire
a. Variable dépendante : التابع المتغير: قيمة الشركة			
b. Toutes les variables demandées ont été introduites.			

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,755[a]	,570	,513	,24585
a. Prédicteurs : (Constante), القانوني البعد ,الإقتصادي البعد ,الأخلاقي البعد ,الإنساني البعد				

ANOVA[a]						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,405	4	,601	9,946	,000[b]
	de Student	1,813	30	,060		
	Total	4,218	34			
a. Variable dépendante : التابع المتغير: قيمة الشركة						
b. Prédicteurs : (Constante), القانوني البعد ,الإقتصادي البعد ,الأخلاقي البعد ,الإنساني البعد						

Coefficients[a]						
		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
Modèle		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,250	,616		,405	,688
	الإقتصادي البعد	,417	,127	,444	3,277	,003
	القانوني البعد	-,148	,139	-,156	-1,066	,295
	الأخلاقي البعد	,260	,140	,244	1,860	,073
	الإنساني البعد	,462	,158	,423	2,925	,006
a. Variable dépendante : التابع المتغير: قيمة الشركة						