

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم المالية

والمحاسبية

تخصص: مالية مؤسسة

تحت عنوان:

دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في

المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية لمؤسسة عمر بن عمر - قالمة - للفترة

(2022-2018)

تحت إشراف الأستاذة:

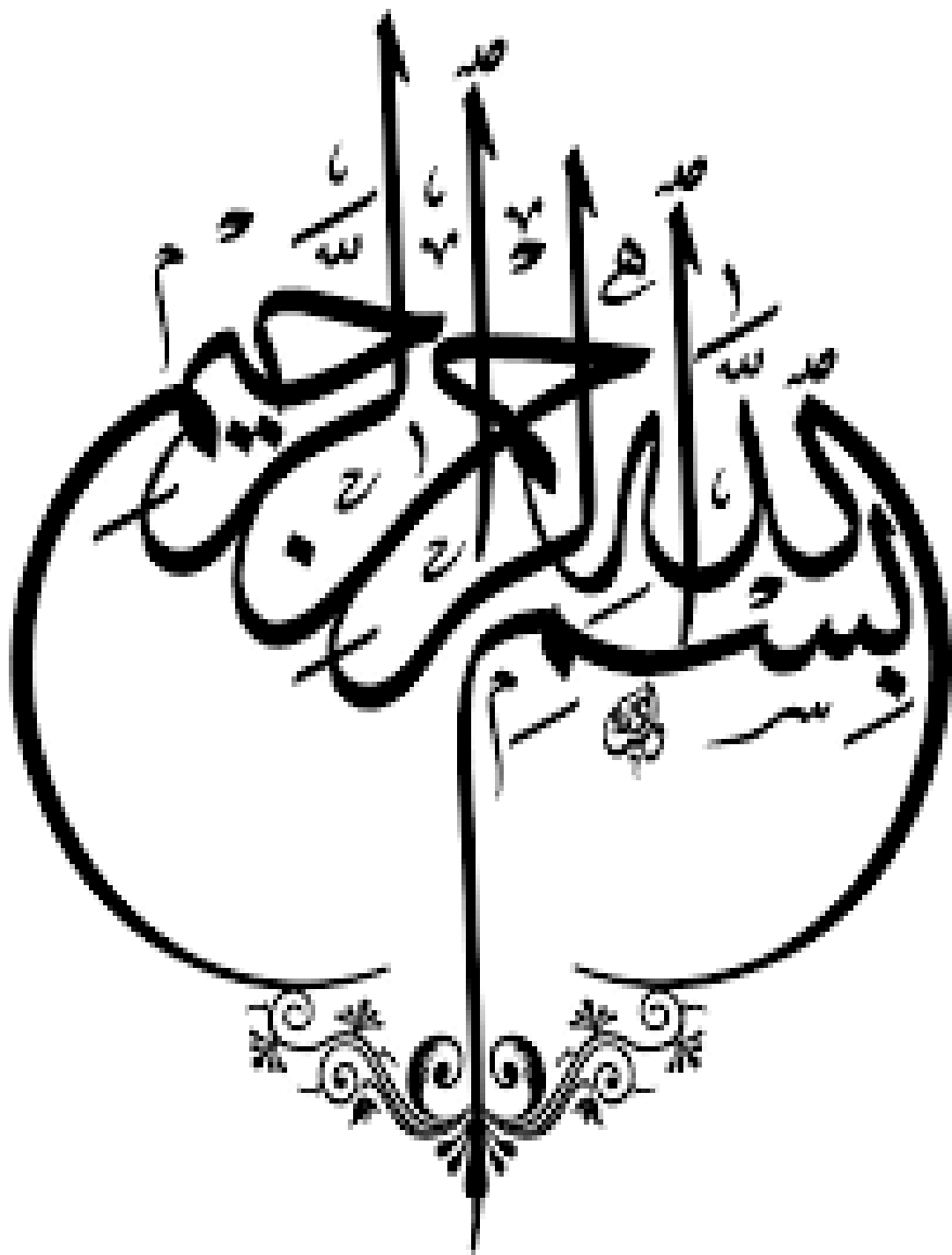
أ.د. سعيدة بورديمة

من إعداد الطلبة:

• منال بومعزة

• مريم ختال

السنة الجامعية: 2024_2023



الشكر والتقدير

يسعنا ونحن نضع اللمسات الأخيرة في هذه الدراسة إلا أن نتقدم

بالشكر إلى كل من كانت له فيها ولو مساهمة بسيطة، ونخصّ

بالشكر والتقدير للأستاذة "بوررممة سعيمة" التي كان لها الفضل بعد

الله عزّ وجل في إنارة طريق البحث لنا من خلال توجيهاتها

وإرشاداتها.

جعلها الله في ميزان أعماله.

الإهداء

الحمد لله على البدئ والختام

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق محفورا

بالتسهيلات

لكنني فعلها.

...شكراً لِنفسي التي صبرت واجتهدت الى أن وصلت تكتب كلمات تخرجها...

...أهدي تخرجي هذا إلى عائلتي وسندي...

...إلى رفاق الخطوة الأولى...

...أهديه إلى زملائي في فلسطين الذين منعتهم الحرب أن يكونوا مكاني...

هنال

الإهداء

بعد مسيرة دراسية حملت في طياتها التعب والفرح، ها أنا اليوم أقف على عتبة

تخرجي فالحمد لله على فرصة البدايات وبلوغ النهايات

...أهدي هذا النجاح لنفسي الطموحة...

...إلى أسمى العطاء البشري، وقوتي بعد الله أُمي وأبي...

...إلى من شددت عضدي بهم إلى إخوتي الغالين...

...وإلى كل من كان عوناً وسنداً لي في هذا الطريق...

...إليكم عائلتي...

...وإلى رفقاء السنين والشدائد...

...فجزاكم الله خير وأثابكم خير الجزاء...

مريم

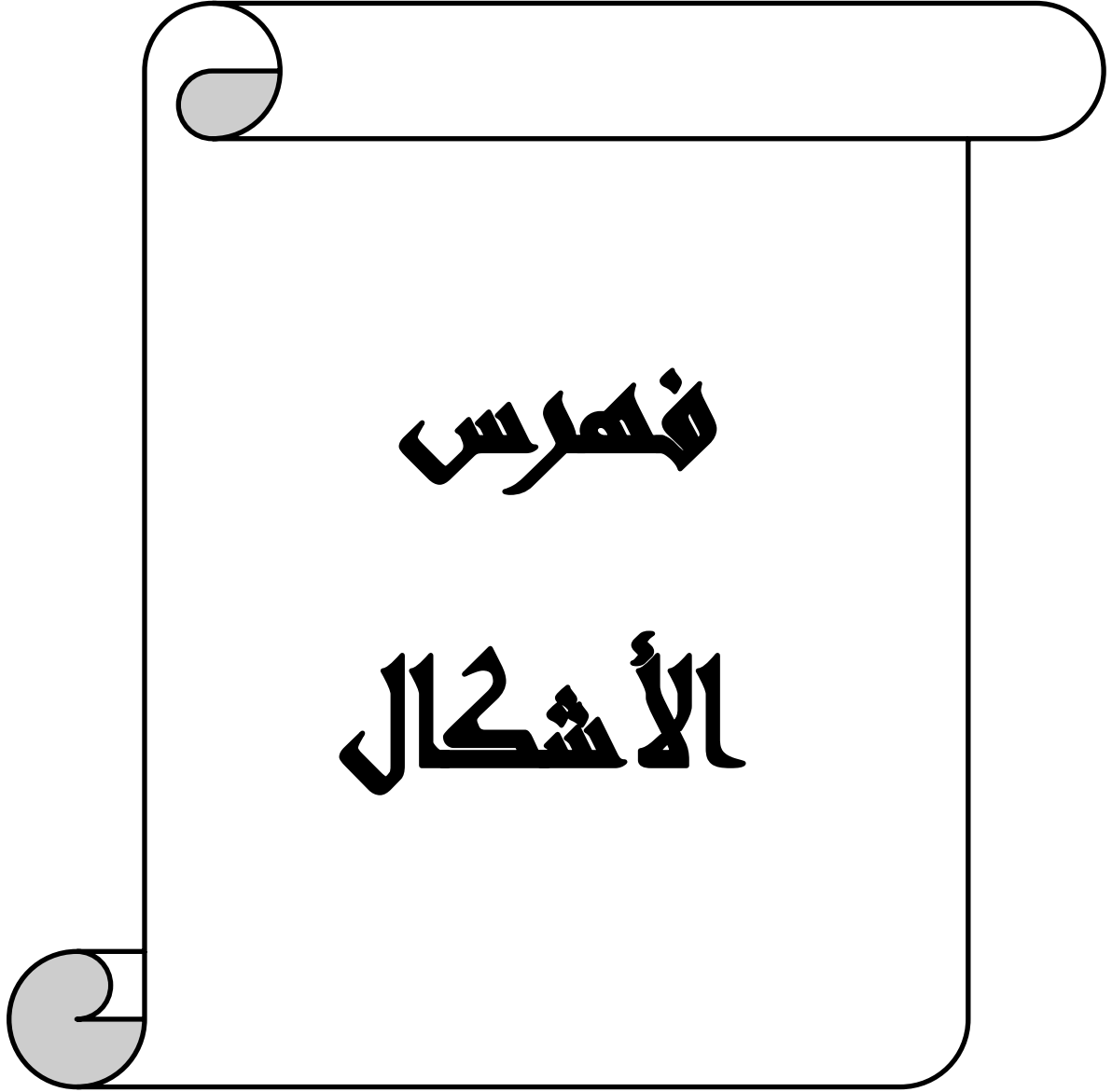
فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

/	الشكر والتقدير
/	الإهداء
II	فهرس المحتويات
V	فهرس الأشكال
VIII	فهرس الجداول
أ-ز	المقدمة
1	الفصل الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مدخل الى المسؤولية الاجتماعية
3	المطلب الأول: الجذور التاريخية للمسؤولية الاجتماعية
6	المطلب الثاني: مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها
11	المطلب الثالث: أسباب المسؤولية الاجتماعية وأهميتها
13	المطلب الرابع: مبادئ ومعايير واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية
19	خاتمة المبحث الأول
20	المبحث الثاني: خلق القيمة المشتركة
20	المطلب الأول: مدخل معرفي لخلق القيمة
27	المطلب الثاني: مؤشرات خلق القيمة
32	المطلب الثالث: ماهية خلق القيمة المشتركة
35	المطلب الرابع: علاقة المسؤولية الاجتماعية بخلق القيمة المشتركة
42	خاتمة الفصل
43	الفصل الثاني: الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول دور المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة عمر بن عمر -قائمة-
44	تمهيد
45	المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة عمر بن عمر
45	المطلب الأول: التعريف بمؤسسة عمر بن عمر
47	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي وشرح مكوناته
52	المطلب الثالث: طبيعة نشاط المؤسسة وتطور أعمالها
54	المبحث الثاني: مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة بالمؤسسة

54	المطلب الأول: التكاليف المالية لمكونات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة
61	المطلب الثاني: المؤشرات المستخدمة في مؤسسة عمر بن عمر
74	المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة
76	خاتمة الفصل
77	الخاتمة
82	قائمة المراجع
88	الملاحق
/	الملخص



فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
7	المفاهيم الثلاثة للمسؤوليات	01
9	هرم "Carroll" للمسؤولية الاجتماعية	02
16	مجالات الاهتمام الرئيسية للمواصفات القياسية ISO26000 المسؤولية الاجتماعية	03
17	استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية	04
18	العلاقة بين الأوجه الأربعة للمسؤولية الاجتماعية/القانونية	05
23	المفهوم المتشعب للخلق القيمة	06
26	نموذج سلسلة القيمة	07
27	نموذج شبكة القيمة	08
31	شجرة القيمة الاقتصادية المضافة	09
33	نموذج خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية	10
37	دور المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الأعمال	11
39	التكامل بين دور المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة	12
47	الهيكل التنظيمي لمؤسسة عمر بن عمر	13
53	منحنى بياني يوضح تطور رقم الأعمال لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	14
61	أعمدة بيانية توضح تطور تكاليف المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	15
63	منحنى بياني يوضح تطور ROE خلال الفترة (2018-2022)	16

65	منحنى بياني يوضح تطور ROI للفترة (2018-2022)	17
68	منحنى بياني يوضح التطور في ROA خلال الفترة (2018-2022)	18
71	منحنى بياني يوضح تطور NOPAT لمجمع عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	19
72	منحنى بياني يوضح تطور WACC لمجمع عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	20
73	منحنى بياني يوضح تطور الأموال المستثمرة CI لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	21
75	منحنيات بيانية توضح التطور في المسؤولية الاجتماعية والقيمة الاقتصادية المضافة للفترة (2018-2022)	22

فهرس

الجداول

فهرس الجداول

رقم الجدول	عناوين الجداول	الصفحة
01	أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية	10
02	النتائج الاقتصادية والاجتماعية حسب مستويات القيمة المشتركة	34
03	الفرق بين CSR و CSV	35
04	مقاربة بين أصحاب المصلحة وخلق القيمة	38
05	تطور رقم أعمال المؤسسة للفترة (2018-2022)	53
06	التكاليف الخاصة بموظفي المؤسسة للفترة (2018-2022)	54
07	إجمالي التكاليف المختلفة لمؤسسة عمر بن عمر (2018-2022)	55
08	وضعية الموارد البشرية لمؤسسة عمر بن عمر خلال الفترة (2018- 2022)	56
09	تكاليف الاعانات والمساهمات الخيرية لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	57
10	مجموع التكاليف المترتبة عن توزيع منتوجات المؤسسة للفترة (2018-2022)+	58
11	إجمالي التكاليف البيئية لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	59
12	إجمالي منح المؤسسة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)	59
13	اجمالي التكاليف الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية (2018-2022)	60
14	حساب معدل العائد على حقوق الملكية لمؤسسة عمر بن عمر ROE للفترة (2018-2022)	62
15	معدل العائد على الاستثمار لمؤسسة عمر بن عمر ROI للفترة (2018-2022)	64

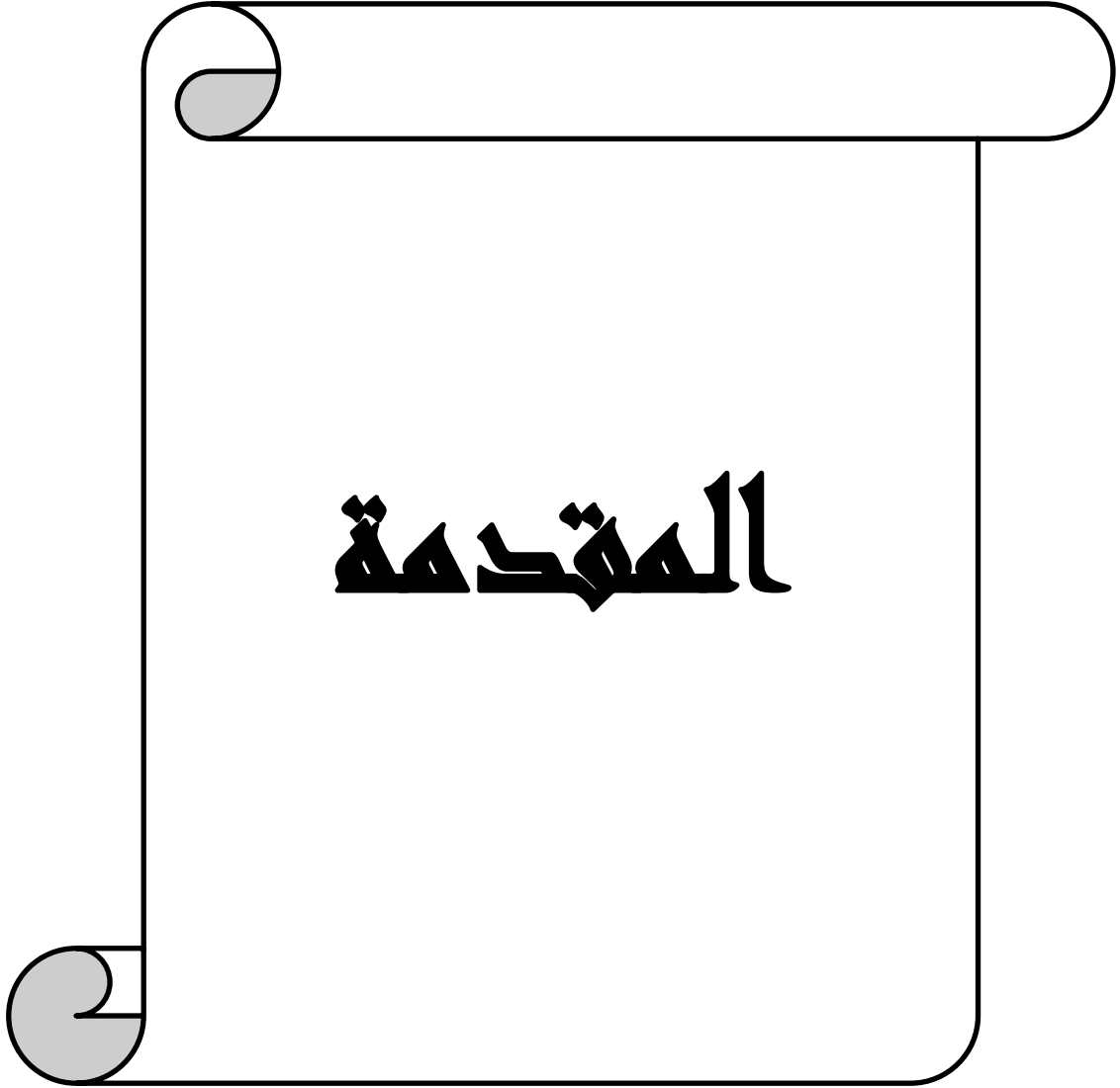
66	معدل العائد على الأصول لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)	16
67	النتيجة التشغيلية الصافية للمؤسسة خلال الفترة(2022-2018)	17
69	تكلفة الأموال الخاصة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة(2022-2018)	18
69	حساب تكلفة الديون لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)	19
70	حساب التكلفة الوسطية المرجحة لمؤسسة عمر بن عمر خلال الفترة (2022-2018)	20
71	حساب احتياج رأس المال العامل BFR لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)	21
72	حساب الأموال المستثمرة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)	22
73	حساب القيمة الاقتصادية المضافة EVA للفترة (2022-2018)	23

قائمة

الملاحق

قائمة الملاحق

العنوان	رقم الملحق
القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر من (2018-2022)	01
وثيقة تثبت إجراء زيارة ميدانية في مؤسسة عمر بن عمر بقالمة	02



يحتل موضوع خلق القيمة مكانة هامة للمؤسسات الاقتصادية حيث تجعل المؤسسات من القيمة المحرك والهدف الذي تركز عليه عملية التسيير للانتقال بالوظيفة المالية من الاعتماد على المؤشرات المحاسبية الى المؤشرات الاقتصادية في حساب خلق القيمة.

حيث أضحت المؤسسات تأخذ بعين الاعتبار بموضوع خلق القيمة كمؤشر نمطي في التقييم، وكمقياس شامل في ترشيد قرارات المدراء المالية والإستراتيجية. كما تعد مؤشرات خلق القيمة من أهم مقاييس الأداء، والتي كانت في بدايات ظهورها عبارة عن مقاييس أداء محاسبية تقليدية، الا أنه بالنظر لقصورها تم تطوير مقاييس حديثة تهتم بتقييم السوق لأداء وربحية المؤسسات أهمها القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) التي ترشد وتساعد المستثمر الى اتخاذ قرارات صائبة، وهذا ما يسمح لمقاييس الأداء بتطوير الخطط الاستراتيجية وتقييم مدى تحقيق المؤسسة لأهدافها.

إلا أن المؤسسات لم تكن تأخذ بعين الاعتبار أو على الأقل بالقدر الكافي الجانب الاجتماعي الذي له أثر واسع على الأداء الاقتصادي، حيث يعتبر جزءا أساسيا من استراتيجيات المؤسسات ما خلق بيئة غير متوازنة. وهو ما أدى بظهور مصطلح المسؤولية الاجتماعية التي تسمح من خلاله بالتفكير بالجانب الاجتماعي دون المساس بالمكاسب الاقتصادية بل كيف تكون المسؤولية الاجتماعية عاملا رافعا ورافدا للقيمة الاقتصادية والقدرة التنافسية في السوق وليست كتكلفة كما ينظر اليه البعض أي في المحصلة خلق قيمة اقتصادية وخلق قيمة اجتماعية وهو ما أطلق عليه بخلق القيمة المشتركة.

وهو ما تسعى دراستنا اليه لمعرفة دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة من خلال اتخاذ مؤسسة عمر بن عمر بقالمة كنموذج لإسقاط الجانب النظري عليه.

1. إشكالية الدراسة

بناء على ما سبق يتبادر لنا طرح وصياغة الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة على النحو التالي:
ما دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة عمر بن عمر بقالمة خلال الفترة (2018-2022)؟

للإجابة على إشكالية الدراسة يستلزم علينا طرح أسئلة فرعية تمثلت في:

- ما هي أسباب اللجوء للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية؟
- فيما تتمثل مؤشرات خلق القيمة؟
- هل تتبنى مؤسسة عمر بن عمر بقالمة المسؤولية الاجتماعية خلال فترة الدراسة؟
- هل هناك خلق قيمة اقتصادية خلال الفترة (2018-2022) لدى المؤسسة محل الدراسة؟

- فيما تكمن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة في مؤسسة عمر بن عمر؟

2. فرضية الدراسة

للإجابة عن الأسئلة الفرعية سابقة الذكر، قمنا بصياغة جملة من الفرضيات كانت كالاتي:

- أسباب لجوء المؤسسات الاقتصادية في تبني المسؤولية الاجتماعية راجع للتطور العلمي وتوسع الفكر في المجتمعات خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي للاقتصاد القائم على المعلومات والمعرفة.
- تقتصر مؤشرات خلق القيمة على قياس مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة.
- تتبنى مؤسسة عمر بن عمر المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة المدروسة.
- هناك خلق قيمة اقتصادية خلال الفترة (2018-2022) لدى المؤسسة محل الدراسة.
- تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أحد المطالب الأساسية لتحقيق خلق قيمة في المؤسسة محل الدراسة.

3. أهمية الدراسة

- إبراز الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية؛
- تسليط الضوء على الجانب الاجتماعي وعدم الاكتفاء الا بالجانب المالي؛
- عرض موضوع غاية في الأهمية وهو خلق القيمة المشتركة.

4. أهداف الدراسة

- معرفة الخلفية النظرية لكل من المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة؛
- التعرف على الدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في الجانب الاقتصادي؛
- مناقشة واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية ومن بينها المؤسسة محل الدراسة.

5. أسباب اختيار الموضوع

- بحكم التخصص ومحاولة إثراء المعارف والمكاسب؛
- موضوع يعرف انشغالا وجدل كبير في البحوث والدراسات العلمية؛
- نقص الأبحاث في الموضوع خاصة في جانب خلق القيمة المشتركة؛
- محاولة تسليط الضوء على الآثار التي تترتب للمؤسسة عند تبنيها للمسؤولية الاجتماعية.

6. منهج وأدوات الدراسة

يقوم كل باحث في إطار موضوع بحثه بالاعتماد على منهج مناسب يقوم من خلاله بتحديد مختلف الأساليب والأدوات التي تساعد في جمع المعلومات والبيانات التي تستطيع من خلالها تنظيم أفكاره وفرضها وتحليلها للوصول الى النتائج التي تمكنه من الإحاطة الجيدة بموضوعه سواء من الجانب النظري والتطبيقي.

اعتمدنا في موضوعنا على منهجين أساسيين هما المنهج الوصفي والتحليلي في كلا الفصلين من خلال التطرق لمختلف المفاهيم التي تخص كلا المتغيرين بالإضافة الى توضيح كيفية تبني المؤسسة محل الدراسة للمسؤولية الاجتماعية وما ينتج عن ذلك من خلق قيمة للمؤسسة وذلك لعدم وجود معيار يمكننا من خلاله قياس القيمة المشتركة، والتطرق لأهم النظريات، كما تم الاعتماد على هذين المنهجين في دراسة وتحليل الأشكال والقوائم المالية وهذا بهدف الربط بين المتغيرين في الجانب النظري و في الجانب التطبيقي معرفة كل التكاليف المترتبة على المؤسسة جراء تبنيها للمسؤولية الاجتماعية وحساب القيمة الاقتصادية المضافة كما حاولنا اسقاط الجانب النظري على التطبيقي من خلال دراسة حالة مؤسسة عمر بن عمر.

7. حدود الدراسة

يمكن تقسيم حدود الدراسة الى:

- **الحدود الموضوعية:** اقتصرنا هذه الدراسة على تبيان دور المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة للمؤسسة الاقتصادية باستخدام المؤشرات التقليدية والحديثة.
- **الحدود المكانية:** تناولت الدراسة مؤسسة عمر بن عمر نموذجا كمؤسسة اقتصادية جزائرية
- **الحدود الزمانية:** تم الاعتماد على معلومات داخلية مقدمة من المؤسسة نفسها والاستعانة بالقوائم المالية للمؤسسة محل الدراسة خلال الفترة (2018-2022).

8. الدراسات السابقة

تم الاطلاع على عدد من الدراسات الجامعية التي تمس الأداء الاجتماعي الى جانب الاقتصادي للمؤسسة، وبين أقربها صلة من موضوع بحثنا نذكر ما يلي:

- دراسة ضيافي نوال (2010/2009)، بعنوان: المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة والموارد البشرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير.

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

- الاهتمام الواسع الذي توليه المؤسسات الجزائرية الخاصة للمسؤولية الاجتماعية لمختلف أبعادها.

- المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن تحظى بالاهتمام.

- دراسة Lamia ،Aicha Selem Kiheli ، Asma Youcef،Mouna Mesghoni ،Amani (Safia Seddiki) (2019) بعنوان:

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

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

كما أنها تسعى للمساهمة في المعرفة النظرية من خلال تحرير مفاهيم CSR و CSV وتوفير إطار مفاهيمي أولي لتحليل CSV بشكل خاص، من خلال إبراز الروابط النظرية واستكشاف العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات ومفاهيم CSR و CSV في قطاع اقتصادي هام. وتوضح النتيجة الإحصائية أن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأعمال مرتبطة بمسؤولية الشركات والعمال القوية، وليس فقط لمساعدة أصحاب المصلحة المجتمعات من خلال برامج التنمية، والغرض أيضا من خلال الترخيص الاجتماعي، والموقف الجيد للشركات، وتسلط الضوء على النتائج أيضا:

- الارتباط القوي بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والقيمة المشتركة، وتستمد هذه العلاقة من

أهمية عملاء المسؤولين الاجتماعيين والتنمية المحلية حيث يسمحون بإنشاء القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية.

- دراسة لإسحاق خرشي (2020)، بعنوان خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال "منظور تحليلي"، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد الإدارة، العدد 01.

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

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

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

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

- دراسة لشيخ عبد القادر (2021/2020)، بعنوان مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحسين جودة القوائم المالية دراسة حالة مجمع صيدال، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه.

هدفت الدراسة إلى إبراز مفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودوره في تقييم الأداء الاجتماعي مع محاولة تقييم تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحسين القوائم المالية، تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي للتمكن من وصف وتحليل الجوانب النظرية من خلال جمع المعلومات التي كتبت حول الموضوع، أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد اعتمد على منهج دراسة حالة (الميداني) وكانت من أبرز نتائجها:

- تعد محاسبة المسؤولية الاجتماعية أداة تمتد المستفيدين بالمعلومات المحاسبية ومتخذي القرار؛

- تساهم محاسبة المسؤولية الاجتماعية في تحسين جودة القوائم المالية من خلال أبعادها الأربعة؛

- يولي مجمع صيدال أهمية بالغة للأداء الاجتماعي في أعماله وممارساته.

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة والتي ساهمت في إثراء البحث العلمي في موضوع المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة ومقارنتها بالدراسة الحالية تبينت بعض ما يميز هذه الأخيرة من حيث المضمون تمثلت في:

- الربط بين المتغيرين (المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة) وإيجاد العلاقة بينهما؛
- إيجاد الاختلاف بين كلا المتغيرين؛
- تسليط الضوء على القيمة الاقتصادية المشتركة التي تجمع بين متغيرات الدراسة.

9. صعوبات الدراسة

واجهنا مجموعة من الصعوبات خلال اعدادنا لهذه الدراسة تجلت في النقاط التالية:

- قلة المراجع المتعلقة بالقيمة المشتركة؛
- صعوبة الوصول للمعلومات الداخلية الخاصة بالمؤسسة محل الدراسة بسبب الأوضاع التي تمر بها.

10. تقسيم البحث

بهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة، تم تناول الموضوع من خلال فصلين ومقدمة وخاتمة:
الفصل الأول: حيث يضم جميع الجوانب النظرية للدراسة حيث يقسم بدوره إلى مبحثين، تناولنا في المبحث الأول على كل ما يخص من مفاهيم المسؤولية الاجتماعية، أما المبحث الثاني تطرقنا الى جانب خلق القيمة ومن ثم خلق القيمة المشتركة وتبيان العلاقة التي تجمع المسؤولية الاجتماعية مع خلق القيمة المشتركة.

الفصل الثاني: فقد تم تخصيصه للدراسة الميدانية عن طريق اسقاط الجانب النظري على مؤسسة عمر بن عمر بولاية قالمة، حيث تناولنا في المبحث الأول تقديم المؤسسة، أما فيما يخص المبحث الثاني فححصناه الى قياس كل من تكاليف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة محل الدراسة ومن ثم سلطنا الضوء على قياس الأداء المالي من منظور خلق القيمة للوصول الى العلاقة التي تجمع المسؤولية الاجتماعية مع هذه الأخيرة.

الفصل الأول:

الإطار النظري للمسؤولية

الاجتماعية

وخلق القيمة المشتركة

إن تحقيق الريادة في مجال الأعمال والاقتصاد من طرف المؤسسات الاقتصادية لم يعد يقتصر فقط على تحقيق الربح المالي، بل يتعدى ذلك إلى تحقيق الرضا لمختلف الأطراف ذات المصلحة، فالمسؤولية الاجتماعية أصبحت تلعب دورا استراتيجيا مؤثرا في الوفاء بمتطلبات تحقيق القيمة ومسرعا للتنافس، وهو ما أكسبها أهمية خاصة بالنسبة للمؤسسات المتنافسة التي تريد تحقيق السبق والريادة، حيث تسعى مختلف المؤسسات إلى التوفيق بين الجانب الاجتماعي والاقتصادي، للحفاظ على استمراريته وتعظيم أرباح مختلف أصحاب المصالح أو خلق قيمة جديدة لهم.

المبحث الأول: مدخل إلى المسؤولية الاجتماعية

في ظل التطورات الحديثة والوعي الاجتماعي والبيئي، اتسعت النظرة إلى المؤسسات، حيث أصبحت تعتبر نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بالبيئة التي يعيش فيها، وأدركت الشركات انها غير معزولة عن المجتمع، فكان لازما عليها تبني استراتيجيات جديدة تأخذ فيها بعين الاعتبار متطلبات بيئتها ومصالح الأطراف الأخرى في المجتمع، ومن هنا ظهر مفهوم جديد يعرف بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

المطلب الأول: الجذور التاريخية للمسؤولية الاجتماعية

نشأت فكرة المسؤولية الاجتماعية كنتيجة لمشكلات كثيرة وأزمات عديدة في المؤسسات الاقتصادية، والمسؤولية الاجتماعية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها صفة ديناميكية وواقعية وسنرى التطور الحاصل لها في المراحل التالية:

الفرع الأول: المسؤولية الاجتماعية ركن إسلامي أصيل

عند التأمل في مظاهر المسؤولية الاجتماعية المختلفة نجد أنها وردت في التشريع الإسلامي تحت مسميات مختلفة، فبعضها من قبيل التكافل الاجتماعي وأخرى من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وغيرها من باب رفع الضرر والالتزام بالممارسات الأخلاقية التي ورد فيها حقها، إما نص قرآني أو حديث نبوي شريف أو من خلال اقتداء أثر السلف الصالح رضوان الله عليهم، وسنأتي على تناول ذلك على النحو التالي:

1. المسؤولية الاجتماعية في القرآن الكريم

لا يمكننا حصر كل ما جاء القرآن الكريم في هذا الصدد لكن سوف نركز على بعض الجوانب الخاصة بالتكافل الاجتماعي (فلاق، 2016، صفحة 22):

- قال تعالى: (وقفوهم إنهم مسئولون) (سورة الصافات. الآية 24).
- قال تعالى: (فمن يعمل مثقال ذرة خيرا يره ومن يعمل مثقال ذرة شرا يره)(سورة الزلزلة. الآية 8 و9) .
- قال تعالى: (والذين في أموالهم حق معلوم)(سورة المعارج. الآية 24).

2. المسؤولية الاجتماعية في السنة النبوية

أكدت أيضا السنة النبوية بنصوص الكثير نذكر منها:

• قال النبي صل الله عليه وسلم: (خير الناس أنفعهم للناس)"رواه الطبراني 423 (فلاق، 2016، صفحة 24).

الفرع الثاني: البعد التاريخي لتطور المسؤولية الاجتماعية

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل تدريجي عبر مراحل زمنية مختلفة والتي تتمثل هذه المراحل فيما يلي:

1. مرحلة الثورة الصناعية

بدأت الأعمال تتطور مع بداية الثورة الصناعية بشكل مستمر حيث أصبحت الشركات تستخدم المخترعات العلمية وتركز جهودها على تحسين أدائها الاقتصادي لتحقيق أكبر قدر من الإنتاج والأرباح دون الاهتمام بالعاملين والمجتمع والبيئة (التميمي، 2010، صفحة 20)، بوجود استغلال غير عقلاني لجهود العاملين والموارد البشرية حيث تم تشغيل الأطفال والنساء لساعات طويلة وفي ظروف عمل قاسية واجور متدنية (صديقي و بلعيد، 2021، صفحة 73)، وبدافع زيادة كفاءة الاستغلال للموارد خصوصا القوى العاملة، اتجه للبحث عن كيفية تحسين الإنتاجية العاملين من خلال دراسة الوقت والحركة وطريقة انجاز العمل مع تحفيز العاملين وتحسين أجورهم. ومن هنا بدأ الاهتمام والنظر لجانب من جوانب المسؤولية الاجتماعية الذي تجسد في تحسين الأجور.

2. مرحلة العلاقات الإنسانية

في هذه المرحلة دعا الكثير من المهتمين بشؤون الصناعة إلى ضرورة الاهتمام بظروف العمل والعمال نظرا لتزايد استغلال العاملين واصابات العمل والوفيات الناتجة عنها، وأجريت دراسات شهيرة تعرف بتجارب هاوثورن لمعرفة مدى تأثير الاهتمام بالعاملين وظروف العمل على الإنتاج والإنتاجية مما أدى إلى نقلة نوعية في تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

3. مرحلة ظهور خطوط انتاج وتضخم المنشآت

في هذه المرحلة قام Henry Ford بتطوير وابتكار خط إنتاج ترتب عليه إعداد عدد كبير من السيارات الأمر الذي أدى إلى تضخم حجم الشركات الصناعية وزيادة عدد العاملين فيها، فقد استخدمت عددا كبيرا من صغار السن وذلك لسهولة أداء العمل، وهذا يعني عدم مراعاة المسؤولية الاجتماعية

للمنشأة الصناعية فضلا عن التلوث الذي حصل في الجو نتيجة الأعداد الكبيرة من السيارات (التميمي، 2010، صفحة 21)، كذلك الاستنزاف الموسع للموارد الطبيعية والتأثير على صحة وسلامة افراد المجتمع.

4. مرحلة تأثير الأفكار الاشتراكية

تعد الأفكار الاشتراكية التي انتشرت في الدول الصناعية من العلامات البارزة الذي دفعت المؤسسات في الغرب إلى تبني الكثير من عناصر المسؤولية الاجتماعية، ومن أبرز المطالب التي تتنادي بها العاملون هو ما يتعلق بظروف العمل والتعاقد والضمان الاجتماعي وإصابات العمل.

5. مرحلة الكساد والنظرية الكينيزية

فحصول الكساد العالمي الكبير وانهيار المؤسسات الصناعية التي ينظر اليها بمثابة الركيزة والقاعدة الأساسية للاقتصاد، حيث فقد الأفراد ثقتهم ومن هنا برزت أصوات تدعو إلى تدخل الدولة لحماية مصالح العاملين، وإيجاد فرصة بديلة لهم، وفي هذه المرحلة تدعو نظرية كينز إلى وجوب تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الاقتصادي مما أدت هذه الدعوات الى ضبط وتحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

6. مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي

شكلت الحرب العالمية الثانية تجربة مهمة في تدخل الدولة في مجالات عديدة، كما تعزز دور النقابات بالمطالبة بتحسين ظروف العمل وسنن القوانين التي تحمي العاملين وتعزز مشاركتهم في مجالس الإدارة وانعكاس ذلك على المؤسسات بشكل كبير، حيث تم تحديد حد أدنى للأجور، واشتراك العاملين بالإدارة ونظم التأمين الصحي، ومعالجة حوادث العمل، وظهور جمعيات المستهلك، وهذا بدوره أدى إلى نقله نوعية في تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات وليس طرح نظرية فقط (خبابة وخبابة، 2012، صفحة 43).

7. مرحلة جماعات الضغط

تميزت هذه المرحلة بتعاظم قوة النقابات وزيادة تأثيرها في القرارات المنظمة بشكل عام، وتوعية الناس بالمخاطر البيئية، كذلك زيادة القضايا المرفوعة أمام المحاكم لأسباب تتعلق بالانتهاكات البيئية المختلفة، الأمر الذي أدى بالاهتمام بالجوانب الاجتماعية والبيئية، وأيضاً عملت على تطوير مقاييس الأداء الاجتماعي. (خبابة وخبابة، 2012، صفحة 44).

8. مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر العولمة

تنقسم هذه المرحلة بتغير طبيعية الاقتصاد وبروز ظواهر مثل العولمة والخصخصة واتساع نمو قطاع الخدمات وازدهار التكنولوجيا المعلومات وانتشار شبكة المعلومات، حيث ولدت صناعة المعلوماتية وشبكة الانترنت جرائم جديدة وأنواعا من الإنتهاكات والتجاوزات التي ترتبط بالطبيعة الرقمية، ما دفع بعض المنظمات إلى إدراج الشفافية في إطار المسؤولية الاجتماعية لمحاربة هذه الظاهرة (عقون، كافي، و بوسراج، 2017، صفحة 348).

المطلب الثاني: مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها

تلقت المسؤولية الاجتماعية مفاهيم متعددة من قبل الباحثين وتطبيقها يستوجب معرفة الأبعاد التي تخضع لها.

الفرع الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لا يوجد تعريف محدد للمسؤولية الاجتماعية، لكونها تتغير ديناميكيا مع طبيعة المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، لهذا توالت الأبحاث والاجتهادات لإعطاء تعريف لها، من أبرزها: حسب الباحث **Bowen1953** يعتبر أول من تناول مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال كتابه "Social Responsabiletetes" فقد اعتبر أن الشركات الأمريكية تنشط في قلب الحياة السياسية والاجتماعية وأن سلوكياتهم تأثر بشكل واسع في حياة الأفراد على مختلف المستويات (فرعون، 2014، صفحة 293).

حسب الباحث **Holms** فقد أشار إلى أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا "إلتزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، تحسين الخدمة، مكافحة التلوث، خلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها" (بوسلامي، 2012، صفحة 58).

كما تعرف على أنها "مجموعة من الإلتزامات والقرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الامر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها كجزء من استراتيجياتها" (البكري، 2001، صفحة 24).

أما حسب الباحث Berkowitz 1997 فقد حددها هذا الأخير في ثلاثة مفاهيم أساسية تمثلت في:

• المسؤولية اتجاه تحقيق الأرباح

تشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت تتمثل في تحقيق الأرباح للمالكين وحملة الأسهم، والمسؤولية القاصرة مؤيدة لأفكار Friedman.

• المسؤولية اتجاه أصحاب المصالح

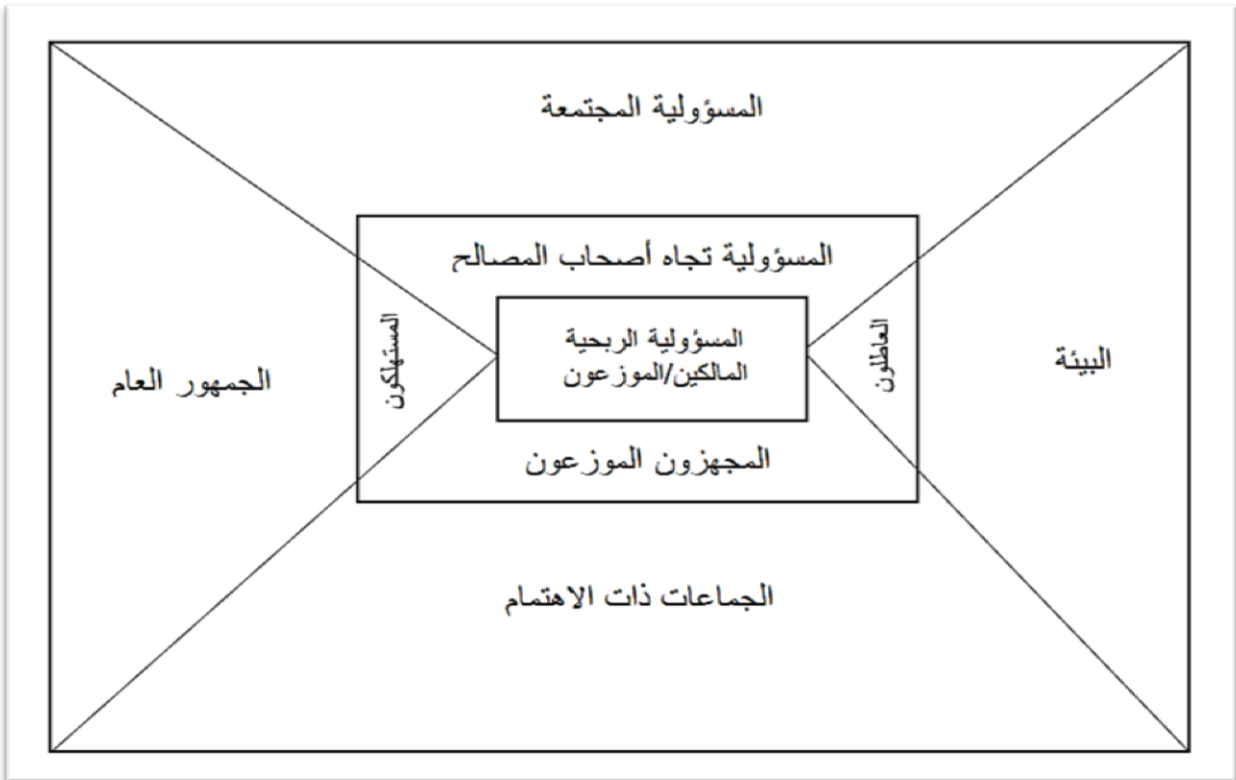
تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين عاملين، مجهزين وموزعين.

• المسؤولية اتجاه المجتمع

يشير إلى ضرورة الاهتمام بالبيئة والمجتمع ككل، وذلك من خلال الاهتمام بما تطرحه الجماعات ذات العلاقة مثل جماعة السلام الأخضر، والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية اتجاه البيئة مثل: التسويق الأخضر (خيري و غلاب، 2020، صفحة 16).

وقد حدد Berkowitz المفاهيم الثلاثة للمسؤوليات في الشكل التالي:

الشكل رقم 01: المفاهيم الثلاثة للمسؤوليات



وأخيراً، يمكن القول بأن هذه التعاريف قد تباينت في محتواها ومضامينها والجوانب التي ركزت عليها لذلك من الضروري وضع تعريف شامل لمحتوى التعاريف التي تمت الإشارة لها، حيث يمكن القول ان المسؤولية الاجتماعية تتمثل في التزام مؤسسة ما باتخاذ مجموعة من القرارات والأفعال التي تهدف للحصول على منافع اقتصادية خاصة وكذا المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة والقيم السائدة في السوق.

الفرع الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تعددت وجهات نظر الكتاب والباحثين في تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي يمكن حصرها في النقاط التالية:

1. البعد الاقتصادي

يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي أي العمل بكفاءة وفعالية لتحقيق الأرباح والتي تعتبر المسؤولية الأولى للمؤسسات من خلال تقديم سلع وخدمات مطلوبة ومرغوبة من طرف الزبائن، وترقية الأداء وتحسين وضعها التنافسي (سالم وقواسمية، 2021، صفحة 106)، كما يعتمد على الإستفادة من التقدم التكنولوجي واستخدامه في معالجة الأضرار التي تلحق بالبيئة (فلاق، 2016، صفحة 27)، وتعتبر الأساس لباقي الأبعاد.

2. البعد القانوني

أي التزام المنظمة باحترام القوانين، واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون (دريدي، 2019، صفحة 76).

3. البعد الأخلاقي

تتمثل في الالتزام بالسلوك الأخلاقي في المجتمعات التي تعمل فيها والالتزام بكل ما هو صحيح وعدم الحاق الضرر بالفئات الأخرى من أجل ضمان سيادة مفاهيم العدالة والنزاهة والإستقامة والإخلاص في العمل والمجتمع.

4. البعد الخيري

الذي يشمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع، وتهدف إلى الربح كما تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها (طاهر، 2020، صفحة 103).

وقد وضع Carroll هذه الأبعاد في شكل هرم متسلسل لتوضيح طبيعة الترابط بين هذه العناصر من جانب ومن جانب آخر فإن استناد بعد على بعد آخر يمثل حالة واقعية (هبول، أبعاد المسؤولية الاجتماعية وفق هرم Carroll، 2020، صفحة 219).

الشكل رقم 02: هرم "Carroll" للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: (الغالبي و العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال (الأعمال و المجتمع)، 2008)

إن المسؤولية الاجتماعية الشاملة هي حاصل مجموع أبعادها الأربعة ويمكن كتابتها بشكل معادلة

$$\boxed{\text{المسؤولية الاجتماعية}} = \boxed{\text{مسؤولية اقتصادية}} + \boxed{\text{مسؤولية قانونية}} + \boxed{\text{مسؤولية أخلاقية}} + \boxed{\text{مسؤولية خيرية}}$$

المصدر: (حوشين و رحيل، 2019، صفحة 212)

الجدول رقم 01: أبعاد وعناصر المسؤولية الاجتماعية

البعد	العناصر الأساسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	- منع الاحتكار وعدم الأضرار بالمستهلكين؛ - احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين.
	التكنولوجيا	- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي لتهيئة بيئة يمكن ان يوفرها؛ - استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة.
القانوني	قوانين حماية المستهلك	- عدم الإنجاز بالمواد الضارة على اختلاف أنواعها؛ - حماية الأطفال صحيا وثقافيا؛ - حماية المستهلك من المواد المزيفة والمزورة.
	حماية البيئة	- منع تلوث المياه والهواء والتربة؛ - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها؛ - منع الاستخدام التعسفي للموارد؛ - صيانة الموارد وتنميتها.
	السلامة والعدالة	- منع التمييز على أساس العرق أو الجنس أو الدين؛ - ظروف العمل ومنع عمل الأحداث وصغار السن؛ - إصابات العمل؛ - التقاعد وخطط الضمان الاجتماعي؛ - عمل المرأة وظروفها الخاصة؛ - المهاجرين وتشغيل غير القانونيين؛ - عمل المعوقين.
الأخلاقي	المعايير الأخلاقية	- مراعاة الجوانب الأخلاقية - مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. - مراعاة حقوق الانسان.
	الأعراف والقيم الاجتماعية	- احترام العادات والتقاليد؛ - مكافحة المخدرات والممارسات الأخلاقية.
الاجتماعي	نوعية الحياة	- نوع التغذية؛ - الملابس؛ - الخدمات؛ - النقل العام؛ - الذوق العام.

المصدر: (الغالبى و العامري، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال (الأعمال و المجتمع)، 2008،

المطلب الثالث: أسباب المسؤولية الاجتماعية وأهميتها

نظرا لتعدد الأسباب التي تؤدي بالمؤسسة إلى تبني المسؤولية الاجتماعية هذا أمكننا التطرق لها في النقاط التالية مرورا بأهميتها من بعد.

الفرع الأول: أسباب المسؤولية الاجتماعية

يمكن تلخيص أسباب المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

1. العولمة

تعد من أهم القوى الدافعة لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث أضحت العديد من المنظمات متعددة الجنسيات ترفع شارة المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بحقوق الإنسان، وأنها تلتزم بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية (الحمدى، 2003، صفحة 35).

2. الضغوطات الشعبية والحكومية والدولية

تبرز من خلال التشريعات الداعية لحماية المستهلك والبيئة والعمل والأمن والدور الإيجابي للمنظمات في تحقيق حقوق الإنسان، الأمر الذي يكلف المنظمة أموالا طائلة إذا رغبت في الالتزام بتلك التشريعات.

3. الكوارث والفضائح الأخلاقية

أو ما يسميه البعض ثمن تجاهل التبعات والتي نذكر منها على سبيل المثال ظاهرة الإحتباس الحراري، كارثة معمل كاريبايد في بوبال بالهند الذي أودى بحياة أكثر من 6000 شخص، إضافة إلى فضائح الرشوة للشركات العالمية والمخالفات في حق الإنسانية (بن جيمة وبن جيمة، 2012، صفحة 04).

4. التطورات التكنولوجية المتسارعة

فرضت على منظمات الأعمال ضرورة الالتزام بتطوير المنتجات، وتطوير مهارات العاملين، وضرورة الإهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين وتنمية مهارات متخذي القرار، خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد قائم على المعلومات والمعرفة، وزيادة الاهتمام برأس المال البشري بدرجة أكبر من رأس المال المادي، وبالتالي نجد أنه مع تغير بيئة العمل العالمية، فإن متطلبات النجاح والمنافسة تغيرت أيضا (حوشين ورحليل، 2019، صفحة 211).

الفرع الثاني: أهمية المسؤولية الاجتماعية

تلعب المسؤولية الاجتماعية دوراً هاماً في دعم المصلحة العامة للمجتمع، وذلك من خلال النتائج المحققة للجهات الثلاث الأساسية التي هي المؤسسة، المجتمع والدولة. ويمكن إيجازها فيما يلي:

1. بالنسبة للمؤسسة

تتمثل في:

- المردود المادي والأداء المتطور والقبول الاجتماعي؛
- زيادة الفوائد الاستثمارية والأرباح؛
- استقطاب العمالة المميزة والاحتفاظ بها؛
- زيادة إنتاجية العاملين وكسب رضاهم وتحقيق ولائهم؛
- تشكيل صورة ذهنية إيجابية عاملة لدى أكبر عدد ممكن من العملاء؛
- تحسين علاقات المؤسسة مع عناصر البيئة الخارجية.

2. بالنسبة للمجتمع

تظهر في:

- تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة لسيطرة مفاهيم العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص وانتشار ثقافة تنظيمية رائدة على قاعدة المسؤولية الاجتماعية؛
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع، كالمساعدة في حل مشاكل البطالة والفقر وتحسين الخدمات الصحية والتعليمية، وزيادة المداخل والتعويضات للعاملين وعليه تحسين مستوى المعيشة (لغويل و زمالي، 2016، صفحة 304).

3. بالنسبة للدولة

تتمثل في:

- تحقيق الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى؛
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة، بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛

• المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الحالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا، بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة ودورها في هذا الإطار (عجاس، 2018، صفحة 304).

المطلب الرابع: مبادئ ومعايير واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى معرفة أهم عناصر المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي تتمثل فيما يلي:

الفرع الأول: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تحقق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تنطلق من جملة من المبادئ هي:

1. مبدأ القابلية للمساءلة

يستوجب هذا المبدأ إبداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة بطرق وفترات زمنية لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات (التميمي، 2010، صفحة 31) بطريقة تكون واضحة وحيادية وأمنية، وإلى حد ملائم للسياسات والقرارات والإجراءات التي تتحمل مسؤوليتها بشكل مباشر، وأيضا الآثار المتوقعة لها على الرفاهية المجتمعية وعلى التنمية المستدامة.

2. مبدأ الشفافية

تفصح المؤسسة بشكل واضح ودقيق وتام عن سياساتها وقراراتها وأنشطتها، بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المؤثرين والمحتمل تأثرهم.

3. مبدأ احترام حقوق الإنسان

أي أن تنفذ المؤسسة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (الخضر و سايج، 2011، صفحة 53).

4. مبدأ الإذعان القانوني

أن تلتزم المؤسسة بجميع القوانين السارية الدولية والمحلية المكتوبة والمعلنة والمنفذة طبقا لإجراءات راسخة ومحددة والإمام بها.

5. مبدأ احترام الأطراف المعنية

أن تقر المؤسسة وتتقبل أن هناك تنوعاً لمصالح الأطراف المعنية وتنوعاً في أنشطة ومنتجات المؤسسة الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية (الحفيضي، 2019، صفحة 184).

6. مبدأ حماية وإعادة الإصحاح البيئي

ينص هذا المبدأ على أن تقوم الشركة على حماية البيئة وإعادة إصلاحها، والترويج للتنمية المستدامة فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات اليومية.

7. مبدأ المنتجات ذات الجودة والخدمات

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

8. مبدأ الأداء المالي والنتائج

ينص على أن تعمل الشركة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في الوقت نفسه على الممتلكات والأصول، واستدامة هذه العائدات، وتكون سياسات الشركة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل (التميمي، 2010، صفحة 32).

الفرع الثاني: معايير قياس المسؤولية الاجتماعية

يتم تقييم المسؤولية الاجتماعية من خلال أربعة معايير أساسية هي (زنقوفي و قرزط، 2023، صفحة 57):

1. معيار الأداء الاجتماعي لعاملين بالمؤسسة

يشمل جميع تكاليف بخلاف الأجر القاعدي والأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية وأنواع أو طبيعة أعمالهم، وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالات الولاء وانتماء العاملين، كالاتهام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك.

2. معيار الأداء الاجتماعي لحماية البيئة

يشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحى بها لحماية البيئة وأفراد المجتمع والمحيط الذي تعمل فيه المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي، حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على التكاليف لحماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك.

3. معيار الأداء الاجتماعي للمجتمع

يكون من خلال درجة إسهام المؤسسات في التنمية الاجتماعية والمستدامة من خلال الترشيد في المشاركة والإسهام الفعال في برامج الرعاية الصحية والتعليمية ومكافحة الفقر والبطالة من خلال المساهمة في النشاطات الثقافية والرياضية والخيرية ومشاريع التوعية الاجتماعية.

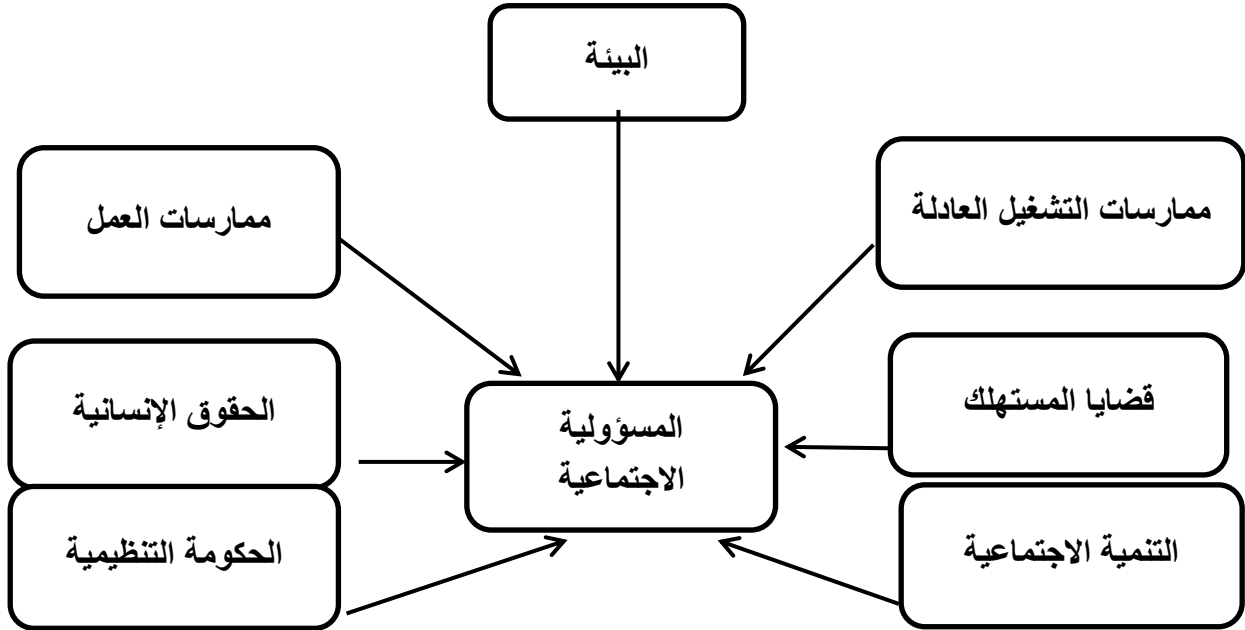
4. معيار الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج

يشمل كافة تكاليف الأداء التي تصب في خدمة المستهلكين، تتضمن تكاليف الرقابة على الجودة، وتكاليف البحث والتطوير، ثم تكاليف ضمانات المتابعة لها بعد البيع، وغيرها من الخدمات التي تحقق الرضا عن المنافع المترتبة عن المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

إضافة إلى ذلك فقد وصفت منظمة المقاييس الدولية معايير عالمية لقياس المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال إطلاق ما يسمى بالوصفات العالمية القياسية للمسؤولية الاجتماعية ISO26000 وهو بمنزلة وثيقة يحدد فيها الدليل المرشد الموجه لكافة المؤسسات بخصوص المسؤولية الاجتماعية التي يفترض مراعاتها، وتتناول هذه المواصفات مجالات الأساسية وهي: حقوق العمال وأساليب ممارسة الأعمال، حقوق المستهلك ومتطلبات حمايتها، منظومة حقوق الإنسان، الحفاظ على البيئة، التنمية المستدامة، المشاركة الاجتماعية، وتعد هذه المواصفات وثيقة مهمة ومحفزة للمؤسسات وذلك من أجل الوصول لزيادة مستوى مسؤوليتها ونجاحها داخل المجتمع (لغويل و زمالي، 2016، صفحة 307).

الشكل رقم 03: مجالات الاهتمام الرئيسية للمواصفات القياسية ISO26000

المسؤولية الاجتماعية



المصدر: (النصر، 2015، صفحة 99)

الفرع الثالث: استراتيجيات تبني المسؤولية الاجتماعية

تتبنى المسؤولية الاجتماعية عدة استراتيجيات تتبلور أهمها فيما يلي:

1. استراتيجية الممانعة

تمثل هذه الاستراتيجية النظرة التقليدية للدور الاجتماعي للمؤسسة الاقتصادية، حيث تهتم بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال دون تبني أي دور اجتماعي ولا حتى المتطلبات القانونية، حيث ترى بأن إدارة المؤسسة غير ملزمة بممارسة أي دور اجتماعي اتجاه أي طرف من أصحاب المصالح، وأن مسؤوليتها الوحيدة التركيز على المنافع الاقتصادية (تعظيم الربح)، ومحاولة تجنب التكاليف الاجتماعية التي يفترض أن تتحملها المؤسسة (محاورة الطلبات الاجتماعية) (مرقة و رواجي، 2021، صفحة 33). وهي استراتيجية تقوم على عدم تبني المسؤولية الاجتماعية.

2. الاستراتيجية الدفاعية

في إطار هذا النمط من تبني المسؤولية الاجتماعية فإن المؤسسة الاقتصادية تحاول القيام بدور اجتماعي محدود جدا، بما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة وبالقدر الذي يجعلها تحمي نفسها من الانتقادات الموجهة لها، لهذا تركز على الجوانب المرتبطة بالمنافسة وحالات تغير سلوك الزبائن لتحقيق أداء مالي عالي كما يمكن أن تستجيب بالحد الأدنى للضغوط الناشئة مقابل جماعات الضغط وحماية البيئة وفق معايير قانونية معتمدة (بوالصوف، 2021، صفحة 210).

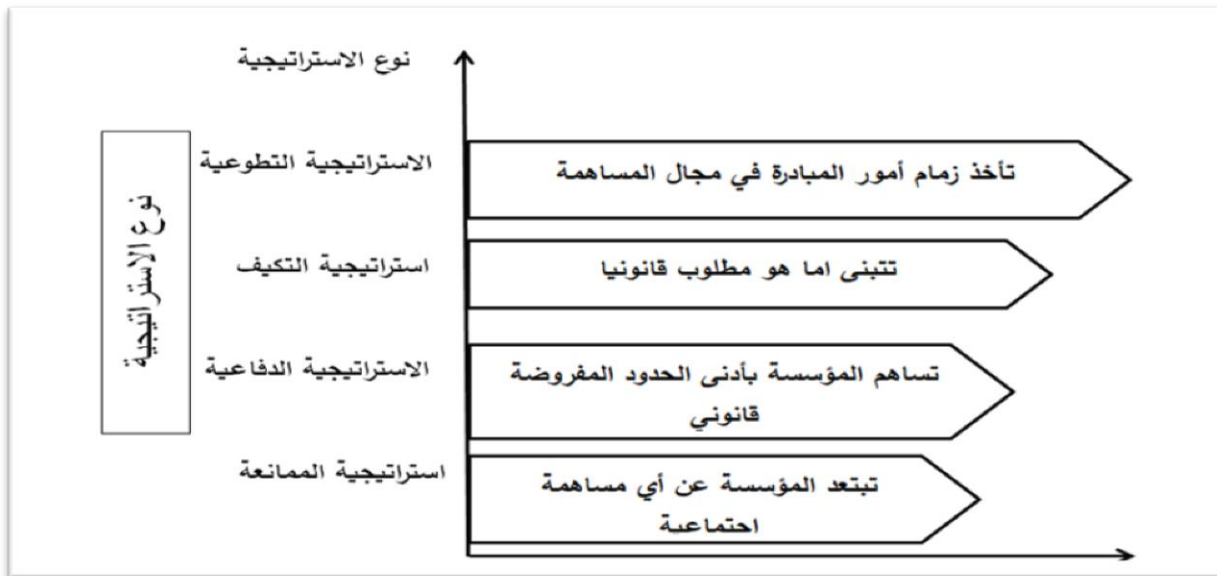
3. استراتيجية التسكين (الاستراتيجية التكيفية)

في هذا النمط تكون المنشأة قد خطت خطوة أخرى باتجاه المساهمة في الأنشطة الاجتماعية، حيث يكون لها دور اجتماعي واضح من خلال تبني الإنفاق على الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الأخلاقية والقانونية إضافة إلى المتطلبات الاقتصادية.

4. استراتيجية المبادرة الطوعية

من خلال هذه الاستراتيجية تتبنى المنظمة دورا اجتماعيا واسعا، حيث تأخذ مصلحة المجتمع في كل قراراتها، وتحرص ألا تكون القرارات التي تأخذها معاكسة لتطلعاتها، وتسعى إلى تلبية كل المتطلبات الاقتصادية، القانونية والاجتماعية (مرقة و روابي، 2021، صفحة 34).

الشكل رقم 04: استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية



المصدر: (الغالب، ادارة استراتيجيات منظمات الأعمال المتوسطة و الصغيرة، 2009، صفحة 98)

من خلال المخطط يتضح أنه هناك عدة فروقات واختلافات عند الانتقال من استراتيجية إلى أخرى، وعموماً يمكن القول بأن هذه الاستراتيجيات تعتمد في تصنيفها على مؤشرين أساسيين يرتبطان بأدائهما وهما المؤشر القانوني ومؤشر المسؤولية الاجتماعية.

الشكل رقم 05: العلاقة بين الأوجه الأربعة للمسؤولية الاجتماعية/القانونية

غير مسؤولة	A	C
مسؤولة	B	D

المصدر: (البكري، 2001، صفحة 2006)

• الاستراتيجية المعرّقة A: غير قانونية / غير مسؤولة

• الاستراتيجية الدفاعية C: قانونية / غير مسؤولة

• الاستراتيجية التكيفية B: غير قانونية / مسؤولة

• استراتيجية المبادرة الطوعية D: قانونية / مسؤولة

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية على مر الأزمنة من مجرد مبادرات طوعية اختيارية تفرضها دوافع ثقافية واجتماعية، إلى ضرورة ملحة واستراتيجية تسويقية تستملها المؤسسة الاقتصادية من أجل التسويق اجتماعيا لسمعتها وبناء صور ذهنية لدى الجمهور، من أجل زيادة حصتها السوقية وزيادة ربحيتها والرفع من تنافسيتها، وقد أدركت المؤسسات الاقتصادية اليوم أنها ليست في معزل وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من نشاطاتها الانتاجية مثل هموم المجتمع والبيئة.

المبحث الثاني: خلق القيمة المشتركة

يعتبر مفهوم خلق القيمة من المفاهيم المنتشرة في العقود الماضية والتي تركز على تحقيق أهداف المؤسسة على المدى القصي، ومع ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية سعت المؤسسات الكبرى إلى خلق تكامل فعال داخل المؤسسة لتحقيق أهدافها على المدى الطويل استناداً إلى "خلق القيمة المشتركة" بالتفاعل مع أصحاب المصلحة.

المطلب الأول: مدخل معرفي لخلق القيمة

إن عملية خلق القيمة هي الهدف الاستراتيجي الأول للشركات الاقتصادية، حيث يتطلب تحقيق هذا الهدف مجموعة من الميكانيزمات، فقد أصبح موضوع خلق القيمة يحتل مكانة هامة في مراكز التسيير والقيادة داخل المؤسسات الاقتصادية.

الفرع الأول: التطور التاريخي لخلق القيمة

سننظر فيما يلي إلى أهم مراحل التي مر بها مفهوم خلق القيمة:

1. ظهور مفهوم القيمة في الفكر المالي

- وضع Fisher Irving سنة 1907 أسس تحليل القيمة الحالية التي تعد ركيزة نظرية الاستثمار، ليساهم بعدها في ظهور مفهوم القيمة كأساس للنظرية المالية، كما قام Fisher بتقديم أسس تحليل القيمة الحالية باعتبار معدلات الفائدة كأسعار، وتدفقات الخزينة كمبالغ يمكن قياسها نقداً، وبذلك يعتبر Fisher أن قيمة (سلعة، سهم) هي مصدر إيرادات يعبر عنها بالقيمة الحالية للمبالغ المحصلة مستقبلاً.
- أشار J.B.Williams سنة 1938 إلى أن قيمة أصل (مادي أو مالي) تتحدد انطلاقاً من قيمة جميع التدفقات المالية المقدرّة التي يطرحها هذا الأصل، أي لا تقاس قيمة هذا الأخير بتكلفة حياة ولا بالأرباح.
- قد توالى السنين وظهر تيار آخر بعد الحرب العالمية (1914-1918) يمثل مرحلة أخرى في تفسير القيمة، وهو تيار "القيمة الاجتماعية" الذي جاء به كل من John regers commons و John maurice clark بحيث قدم Schumpeter تفسيراً لتقييم الفرد للشئ في مقاله المنشور سنة (1908): "on the conceptK of social value"، عندما أوضح قائلاً:

"it is society, and not the individual, which set a value on things exchange
value is social value-in-use"

فبذلك يوضح كيفية حكم الفرد على قيمة الشيء كعنصر من الجماعة وليس بمعزل عنهم، وأن قيمة التبادل هي استعمال القيمة الاجتماعية للأصل (السلعة). أي أن القيمة الاجتماعية هي التي تحدد المنفعة الفردية، بتأثير العوامل الاجتماعية على سلم تفضيل المستهلك.

2. إسهامات الباحثين في الفكر الاقتصادي المعاصر

قام Mark witz بإدخال حالة عدم التأكد في دراسات القيمة لتشكل ثورة في مجال المالية، من خلال مقاله الشهير "اختيار المحفظة" سنة 1952 الذي قام فيه مقياسا للمخطر والمردودية باستخدام الأمل الرياضي والانحراف المعياري في إطار ما يعرف بنموذج "توازن الأصول المالية" MEDAF، فقرر الاستثمار حسب Mark witz يتحدد انطلاقا من القيمة التي يعطيها كل مستثمر للأسهم بناء على درجة المخاطر التي يقبلها (وهو مفهوم ذاتي للقيمة)، ليؤكد بذلك على وجود علاقة بين درجة المخاطر ومردودية السهم في الأسواق ذات الكفاءة العالية.

وتلت هذه المساهمات عدة أعمال في النظريات المالية الحديثة تدرس تأثير القرارات المالية على قيمة المؤسسة: قرارات الاستثمار، الهيكل المالي، وسياسة توزيع الأرباح، مثل مقال "تكلفة رأس المال، مالية المؤسسة ونظرية الاستثمار" سنة 1958 الذي ساهم في تقديم مبدأ التحكيم، وربط دراسات المؤسسة بالأسواق المالية، حيث تمثل الهدف الجوهرى للمقال في دراسة تأثير هيكل التمويل على قيمة المؤسسة في ظل حالة عدم التأكد، واستعمال هذه النظرية في تطوير نظرية الاستثمار في عدم التأكد من أجل حل مشكلة تكلفة رأس المال.

وبناء على دراسات Modigliani, Miller & Sharpe، قام "مكتب ماكينزي" سنة 1990 بتطوير طريقة تسمح بقياس القيمة الاقتصادية للمؤسسة، تعرف بـ "le cash flow"، والتي طورها بدوره سنة 2003.

ولعل من أهم الأعمال التي يجب التوقف عندها في مجال القيمة، هي مفهوم "سلسلة القيمة" الذي قدمه "Porter" سنة 1980، حيث قسم أنشطة المؤسسة حسب درجة مساهمتها بشكل مباشر أو غير مباشر في خلق القيمة النهائية في المؤسسة أي للزبون، وكذا مفهوم "القيمة المشتركة" من طرف

"Porter & Karmer" سنة 2006 في سلسلة مقالات "Harvard Business Review" التي تعني كيفية استخدام المسؤولية الاجتماعية المشتركة في استراتيجية المؤسسة من أجل كسب ميزة تنافسية وخلق القيمة (وسام، 2017، صفحة 3).

الفرع الثاني: مفهوم خلق القيمة

ظهر مفهوم خلق القيمة في منتصف التسعينات باعتباره مفهوماً استراتيجياً، تم استخدامه في الولايات المتحدة الأمريكية بشكل واسع كمعيار لأداء الإدارة. يقصد به خلق القيمة للمساهمين وأصحاب الملكية أي أن جميع القرارات تأتي وتتخذ من أجل تعظيم ثروة الملاك (عقيل، 2015، صفحة 43).

فحسب Pablo Fernandez "تتمكن المؤسسة من خلق قيمة للمستثمر إذا حققت فوائد للمساهمين أعلى من تكاليف الاستثمار، أما المفهوم الشائع الآخر هو القيمة من منظور الزبون وفق الثنائية (منفعة .سعر) (وسام، 2017، صفحة 19).

كما تعرف أيضاً بأنها "عملية الزيادة في القيمة"، فهي تزود المؤسسة بمزايا تنافسية التي تعتبر وسيلة تمويل لهذا يجب تطويرها وضمان استمراريتها وبقائها، ويجب أن تخدم المساهمين ومختلف الأطراف ذات المصلحة (سباوي، 2021، صفحة 8).

ويمكن أيضاً تعريفها كما يلي:

• خلق القيمة الاقتصادية

يعبر عنها بحجم الأرباح التي حققتها المؤسسة، بمعنى أنها عبارة عن ذلك الفائض أي الهامش الاقتصادي التي تحصل عليه من الفرق بين الدخل والتكاليف؛

• خلق القيمة الاجتماعية

على المستوى الداخلي تعرف بأنها القيمة التي تعبر عنها الموارد البشرية برضاها عن نوعية وظروف العمل واحساسها بالانتماء والولاء، أما على المستوى الخارجي فتتمثل في مساهمة المؤسسة في المجتمع في إطار المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمؤسسة؛

• خلق القيمة للمساهمين

قيمة المساهمين أو ما يعرف بالقيمة التساهمية وهي القيمة الاقتصادية للمؤسسة بالنسبة للمساهمين وبالنسبة للسوق المالي، كما تعرف القيمة التنافسية بأنها " القيمة الاقتصادية لمؤسسة بعد طرح ديونها ".

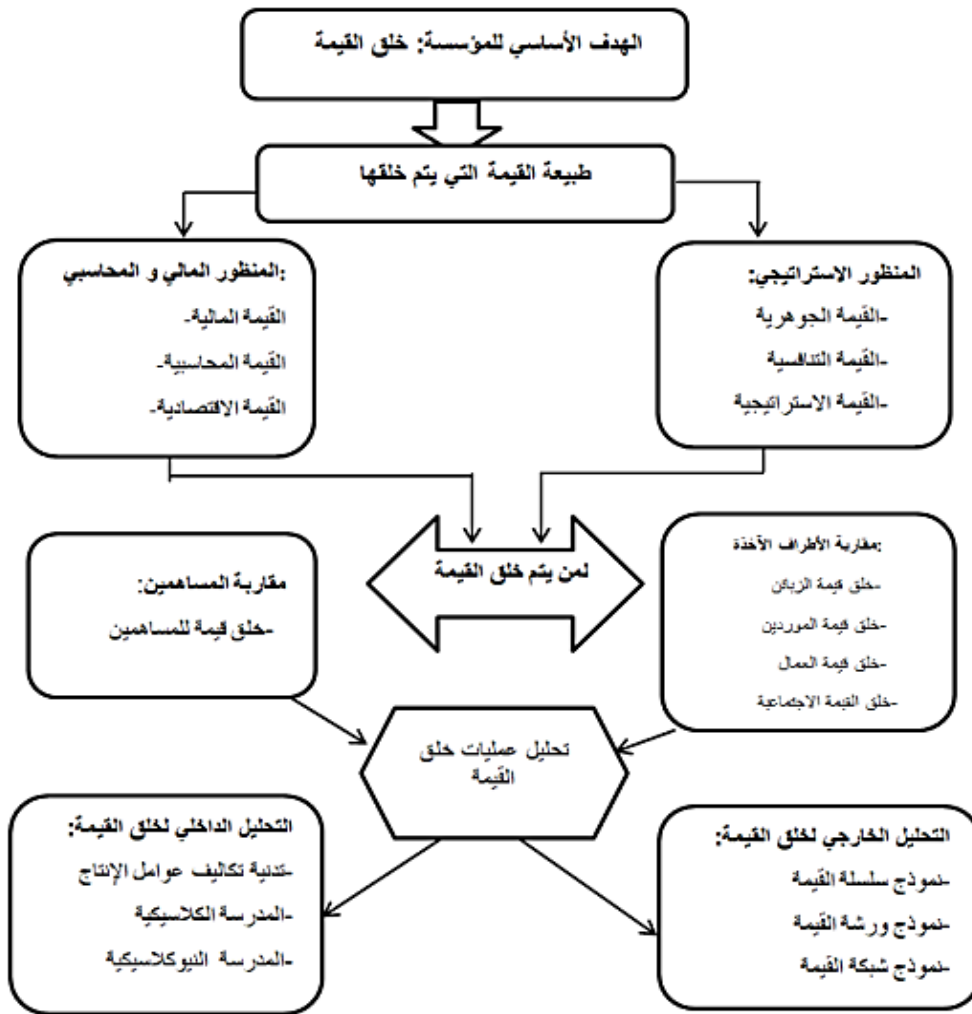
• خلق القيمة للشركاء

يأخذ بعين الاعتبار كل الأطراف المساهمة في العملية الانتاجية وفي تحصيل الايرادات والعوائد المالية للمؤسسة، أو تلك التي تملك استثمارات خصوصية داخل المؤسسة.

• خلق القيمة للعملاء

نشأت هذه القيمة نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع وتزايد حدة المنافسة والتي أعطت الزبون رؤية أخرى وتقييم آخر للسلعة، حيث أصبح الزبون يقيم السلع والخدمات المقدمة له من عدة أبعاد، وبالتالي يعتبر خلق القيمة للزبون قيمة نسبية تأتي من تعظيم العلاقة "جودة/تكاليف" (سبخاوي، 2021، صفحة 10).

الشكل رقم 06: المفهوم المتشعب للخلق القيمة



المصدر: (حمودة، 2015، صفحة 92)

من خلال الشكل السابق يتضح أن للقيمة منظورين، منظور استراتيجي والمنظور المالي المحاسبي، فمن المنظور الاستراتيجي نجد أن القيمة التي تخلقها المؤسسة قيمة تنافسية تقوم على علاقة المؤسسة بمحيطها الداخلي والخارجي.

من خلال التعاريف السابقة نجد أن خلق القيمة للمساهمين هو أساس عملية الاستثمار، حيث يكون هناك خلق قيمة إذا كان العائد الذي يحصل عليه المساهمين أكثر من العائد الذي يطلبونه، فإذا حدث العكس فإن المساهمين سوف يتجهون إلى استثمارات أخرى أكثر مردودية.

الفرع الثالث: أهمية خلق القيمة

يعتبر خلق القيمة محور اهتمام المؤسسات منذ أمد طويل، وقد ازداد هذا الاهتمام خاصة مع نهاية الألفية الثانية، أين أصبح بقاء المؤسسة مرهونا بمدى خلقها القيمة لجميع الأطراف الآخذة، وهم كل الأطراف التي يمكن أن تؤثر أو تتأثر بنشاط المؤسسة في إطار سعيها لتحقيق أهدافها، ويمكن تصنيفهم في ست مجموعات رئيسية هي: المساهمون، الزبائن، الأفراد، الدائنون، الموردون، بقية الأطراف الأخرى، ولقد ارتبط خلق القيمة لمدة طويلة بالجوانب المالية في المؤسسة حيث سعت هذه الأخيرة إلى خلق القيمة للمساهمين فحسب، وبالتالي تعظيم ثروتهم، واعتبرت ذلك الهدف المالي الأول الذي يجب تحقيقه، وهذا ما نلمسه في قول G.B.Stewart "إن الهدف هو تعظيم ثروة المساهمين، وفائدة ذلك لا تعود على المساهمين فحسب بل تعود على المؤسسة ككل" (عباسة، 2008، صفحة 105).

الفرع الرابع: أهداف خلق القيمة

تمكن أهداف خلق القيمة عموما على تحقيق الأغراض التالية:

1. خلق قيمة للمساهم

يبحث المساهمون عن عوائد مقابل ما أسهموا به من رؤوس أموال، وهذا يتوقف على مدى قدرة المؤسسة على تحقيق عوائد مالية مقابل استثماراتها و نشاطاتها، لتتمكن من إجراء توزيعات مرضية للمساهمين بعد الوفاء بالالتزامات المالية تجاه دائئيتها، وهو ما يعتمد بالأساس على نوعية التسيير، فخلق القيمة للمساهمين مرهون بمدى تفوق المؤسسة ونجاحها أي مدى قدرتها على خلق القيمة للزبائن وامتلاك أفضليات تنافسية تعزز مكانتها التنافسية في السوق، هذا إلى جانب قدرتها على خلق القيمة لباقي الشركاء، والتي تعتبر ضمان ربحية المساهمين في الأجل الطويل.

2. تعظيم قيمة الصكوك

الهدف من سياسة خلق القيمة هو تعظيم قيمة الأسهم المشككة لرأس مال منشأة مسعرة، أي تعظيم قيمة الصكوك التي يملكها المساهمون طالما أن إعادة بيعها بسعر أعلى من سعر الاقتناء، أضف إلى ذلك سياسة توزيع الأرباح المحققة تشكل عنصر إيجابي للمساهمين، وباتباع أساليب التنبؤ تمكنت المؤسسات اليوم من ربط مستوى الأرباح المستقرة في الأجل المتوسط لتتظر إلى المدى البعيد، هذا ما ساعدها على رسم استراتيجيات البقاء لمواجهة ما يصادفها من مشككلات.

3. توليد أو تحقيق تدفقات نقدية كافية

فتوليد أو تحقيق تدفقات نقدية كافية لضمان حد أدنى من التوزيعات على المساهمين، يمثل في الواقع المستوى الأدنى للعائد المطلوب في السوق على الأموال الخاصة، ويسمح بتحقيق هدف منشأة اقتصادية تتبنى مسار خاق القيمة، لم تحقق تدفقات نقدية كافية فعليها إعادة تشكيل محفظة للتوظيفات في نشاطها والنظر بأفق أكبر كما لو قامت بالاستثمار في مشروع مريح (بريكة ومسعي، 2009، صفحة 15).

الفرع الخامس: نماذج خلق القيمة

تتمثل نماذج خلق القيمة في نماذج سلسلة القيمة ل Michael Porter ونموذج شبكة القيمة ونموذج ورشة القيمة وتأتي هذه النماذج كلها لتفسر وتحلل آليات خلق القيمة في المؤسسات الاقتصادية، كما أنها ركزت على تحليل خلق القيمة في الأنشطة الأساسية المختلف عنها من نموذج لآخر.

1. نموذج سلسلة القيمة

طورت سلسلة القيمة من قبل Michael Porter وتعتبر نموذج عالي المستوى، وتشير إلى العملية التي تضيف القيمة إلى المواد الخام التي تحصل عليها المؤسسات، وذلك عن طريق إجراء عدة عمليات بهدف تصنيع منتج نهائي، والتمكن من بيعه للعملاء، حيث أن الهدف العام من هذه السلسلة هو تقييم أقصى قيمة بأقل تكلفة ممكنة وخلق مستوى من التنافس.

وعرفها Porter على أنها " مجموعة من الأنشطة المولدة للقيمة، تبدأ من أنشطة الحصول على المواد الخام من الموردين، وتنتهي بتسليم المنتج النهائي إلى العملاء، فهي أداة يحتاجها واضعو السياسات لتشخيص وتعزيز الميزة التنافسية كما هي المصدر الأساسي للميزة التنافسية" (غول، 2014، صفحة 45).

الشكل رقم 07: نموذج سلسلة القيمة



source: (Porter, 1985, p. 53)

2. نموذج ورشة القيمة

جاء من قبل كل من Stabell Charles et Fgelested Oysteir استجابة لمجموعة من الانتقادات الموجهة لتطبيق نموذج سلسلة القيمة، حيث يكون من الصعب تحديد وتحليل الأنشطة الخمسة الأساسية لسلسلة القيمة PORTER، وحتى إذا تم تحديدها فإن هذا التحديد يكون محل مواجهات أكثر من محمل لعمليات خلق القيمة، بناء على هذا فإنه يتم خلق القيمة وفق هذا النموذج حسب طبيعة المشاكل المطروحة من طرف العملاء ودرجة تعقيدها، فهو نموذج يجند الموارد على حسب متطلبات إرضاء العملاء، أما عدد وطبيعة الأنشطة التي يتكون منها فهي تحدد على حسب طبيعة المشكل ودرجة تعقيده (سبخاوي، 2021، صفحة 13).

والجدير بالذكر أن نموذج ورشة القيمة يلائم ويناسب المؤسسات المقدمة للخدمات أكثر، إلا أن هذا لا يمنع من استخدامه في المؤسسات الصناعية التي بدورها قد تحتاج إلى هذا النوع من التحليل في بعض وظائفها المهمة.

وعليه يعرف نموذج ورشة القيمة بأنه: " نموذج موجه لمعالجة المشاكل التي تواجهها المؤسسة في خلق القيمة لمنتجاتها أو خدماتها، والتي تتعلق عادة أو في غالب الأحيان بالزبائن، وهو يتكون من أنشطة أساسية وأخرى داعمة ".

3. نموذج شبكة القيمة

شبكة القيمة هي مجموعة من الاتصالات بين المؤسسات والأفراد الذين يتفاعلون مع بعضهم البعض لصالح مجموعة بأكملها، تسمح أيضا للأعضاء بشراء وبيع المنتجات بالإضافة إلى مشاركة المعلومات، ويمكن تصور هذه الشبكات باستخدام أداة رسم خرائط بسيطة تظهر العقد والعلاقات (عامر، 2022، صفحة 219).

الشكل رقم 08: نموذج شبكة القيمة



Source: (stabell & Fjeslted, 1998, p. 408)

المطلب الثاني: مؤشرات خلق القيمة

سعى المؤسسات إلى تعظيم قيمتها وذلك عن طريق إنشاء وخلق قيمة متراكمة، حيث أصبحت هذه الأخيرة من أبرز متطلبات مسيري المؤسسات، ولقياس هذه الثروة وجدت العديد من المؤشرات لقياس الأداء من منظور خلق القيمة، ومن بين هذه المؤشرات نجد المؤشرات التقليدية والمؤشرات الحديثة لخلق القيمة.

الفرع الأول: المؤشرات التقليدية لخلق القيمة

توجد مجموعة من المؤشرات المالية التقليدية تقيس خلق القيمة في المؤسسة الاقتصادية وهي ذات طبيعة محاسبية، والتي سنتطرق إلى أهمها والمتمثلة في كل من ROA، ROE، EPS، ROI.

1. معدل العائد إلى حقوق الملكية ROE

يعرف بالعائد على القيمة الصافية أو العائد على حقوق الملكية، ويستخدم لقياس مقدار الربح المحقق كنسبة مئوية من حقوق المساهمين في الشركة (مسعودي، 2019، صفحة 89).

يعتبر مؤشراً على المدى الذي استطاعت فيه الإدارة استخدام الاستثمار بشكل مربح، حيث يقيس الأداء المالي للشركة من خلال الكشف عن مقدار الربح الذي تحققه من أموال المساهمين، ويعتبر مقياساً شاملاً للربحية.

ويحسب وفق العلاقة التالية:

$$\text{العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{النتيجة الصافية / الأموال الخاصة}}{100} * 100$$

2. معدل العائد على إجمالي الأصول ROA

ويعرف بمعدل العائد على الأصول، تعتبر هذه النسبة مؤشر على مدى الربحية المؤسسة بالنسبة لمجموع أصولها، وتقيس كفاءة الإدارة في استخدام الأصول لتوليد الأرباح، تستخدم الشركة من الأصول للحصول نتيجة، وبالوحدات تمثل ما تعطيه الوحدة النقدية الواحدة من الأصول الجارية والغير الجارية نتيجة مالية.

وتحسب وفق العلاقة التالية (عقون أ.، 2022، صفحة 15):

$$\text{العائد على الأصول} = \frac{\text{النتيجة الصافية / مجموع الأصول}}{100} * 100$$

3. نسبة ربحية السهم EPS

تعتبر نسبة ربحية السهم نسبة مهمة لكل من المستثمرين الخارجيين والمديرين الداخليين، والهدف الأساسي من هذه النسبة يكمن في تحديد عرض ربحية السهم من أجل تحسين مقارنات الأداء بين فترات مختلفة لنفس المؤسسة وبين مؤسسات مختلفة في نفس الفترة، يستخدم في تقييم أداء أسهم الشركة في

بورصة الأوراق المالية، كما يشير أيضا إلى ربحية السهم على أنها أرباح السهم الواحد التي تستخدم عادة لقياس قيمة الشركة.

وتحسب وفق العلاقة التالية (مسعودي، 2019، صفحة 90):

$$\text{ربحية السهم} = \frac{\text{صافي الدخل} / \text{عدد الأسهم العادية}}{\text{المصدرة} * 100}$$

4. معدل العائد على الاستثمار ROI

يعد معدل العائد على الاستثمار من أكثر المؤشرات استعمالا لسهولة حسابه، كما يقيس ربحية الأموال المستثمرة في المشاريع الاقتصادية، ويتم حسابه بقسمة النتيجة الصافية على رأس المال المستثمر، ويسمح تحليل النسبة معرفة ثلاث تأثيرات أساسية وهي:

- تسيير الهوامش؛
- معرفة معدل دوران الأصول المتداولة؛
- الأثر الخاص بالمبيعات المرتبطة بالسوق.

ويمكن حسابها وفق الصيغة التالية (بقباقي و الجوزي، 2021، صفحة 274) :

$$\text{العائد على الاستثمار} = \frac{\text{النتيجة التشغيلية} / \text{رأس المال المستثمر}}{100 *}$$

الفرع الثاني: المؤشرات الحديثة لخلق القيمة

تم تصنيف هذه المؤشرات على انها مقاييس ذات طبيعة هجينة أو بورصيه، حاول الكثير من المسؤولين عن المؤسسات إعادة النظر في مقاييس الأداء المعتمد وذلك على اعتبار أن استعمال المقاييس المحاسبية التقليدية يمتاز عادة بالضعف في قياس خلق القيمة للمساهمين وهذا ما دفعهم لتبني المقاييس الحديثة للقيمة وسيتم تناول أهمها وأكثرها استعمالا فيما يلي:

1. القيمة الاقتصادية المضافة EVA

يقصد بها الفرق بين العائد المحقق خلال الدورة والعائد المنتظر أخذاً في الحسبان الخطر المصاحب له، وهي تعتبر أحد المقاييس المستعملة لمعرفة مدى قدرة المؤسسة على إنشاء القيمة. كما أنها تمثل الصورة الحقيقية لخلق الثروة للمساهمين وتساعد المديرين على اتخاذ قرارات الاستثمار وتحديد الفرص المتاحة، وبعبارة أخرى القيمة الاقتصادية المضافة هي معيار فعال يدل على نوعية السياسات الإدارية ومؤشر به فيما يتعلق بتحديد طريقة نمو القيمة (قديد و بن علي، 2023، صفحة 405).

ويمكن حسابها وفق الصيغة التالية (هواي، 2009، صفحة 61):

القيمة الاقتصادية المضافة = نتيجة الاستغلال بعد الضريبة - (التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال × رأس المال المستثمر)

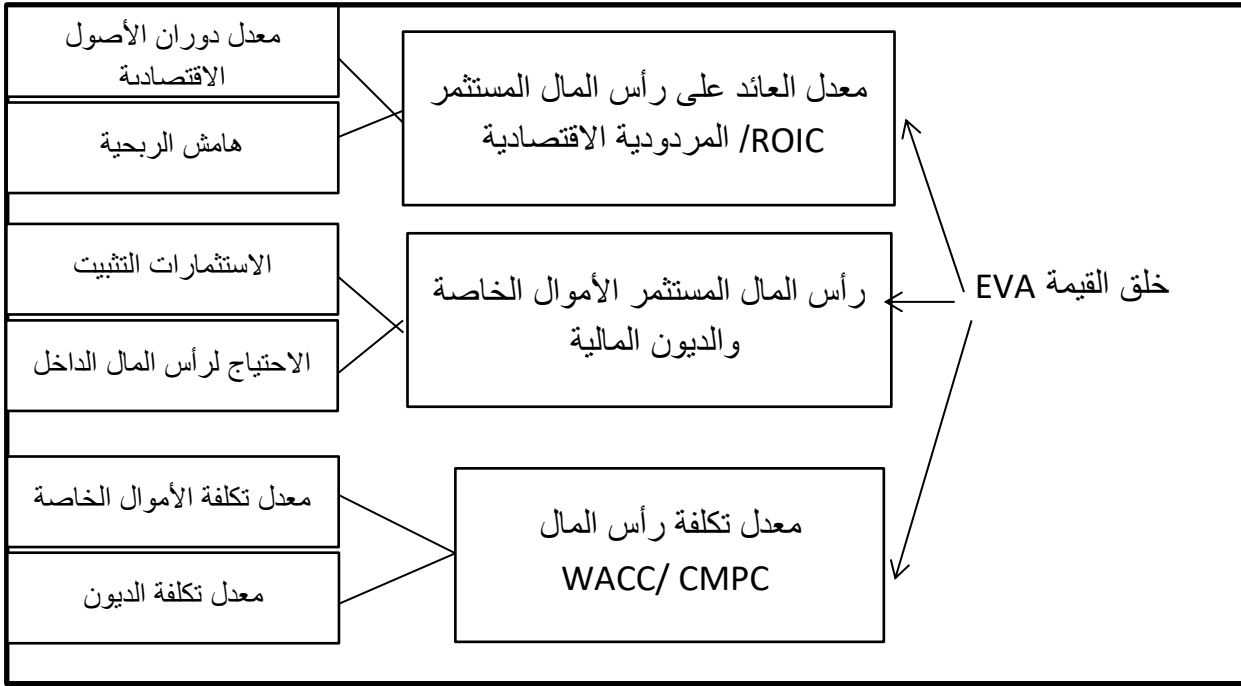
$$EVA = NOPAT - (WACC \times CI)$$

أو

$$EVA = (ROCI - WACC) CI$$

- **CI** : رأس المال المستثمر؛
- **ROCI**: معدل العائد على صافي الموجودات؛
- **WACC** : المتوسط المرجح لتكلفة رأس المال؛
- **NOPAT** : النتيجة التشغيلية الصافية.

الشكل رقم 09: شجرة القيمة الاقتصادية المضافة



المصدر: (عقون أ.، 2022، صفحة 38)

2. القيمة السوقية المضافة MVA

يقصد بها الفرق بين القيمة السوقية للمؤسسة ورأس المال المستثمر بها من قبل الملاك والمقترضين، وبهذه الصورة التحليلية فإن MVA وفق نظر المؤسسة المسوقة تعد معيارا شاملا في قياس وخلق الثروة كما أنها مقياس للفعالية التشغيلية في مؤسسات الأعمال وفقا لقدرتها وكفاءتها في ربط العوامل التي تعود إلى نجاح المؤسسة وفعاليتها (بوخلخال و بن ثابت، صفحة 143).

وهي من المؤشرات ذات الطبيعة البورصية ويمكن حسابها وفق الصيغة التالية (قتال و صالح، 2020، صفحة 715):

• القيمة السوقية المضافة = القيمة الحالية لمجموع القيم الاقتصادية المضافة المستقبلية المتوقعة من قبل الأسواق المالية.

• القيمة السوقية المضافة = القيمة السوقية للأموال المملوكة _ الأصول المحاسبية (بوقرة، 2005، صفحة 53).

$$MVA = CB + D - I$$

المطلب الثالث: ماهية خلق القيمة المشتركة

تعتبر عملية خلق القيمة من أولويات عمل المؤسسات المعاصرة، حيث تسعى من خلالها إلى تحقيق قيمة اقتصادية لها من جهة، إضافة إلى تحقيق قيمة اجتماعية من جهة أخرى، حيث تدرك المؤسسات أنه من خلال خلق قيمة مشتركة يمكن أن تعود بالنفع على المجتمع وتعزيز قدرتها التنافسية في نفس الوقت، وبالتالي تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة.

الفرع الأول: مفهوم خلق القيمة المشتركة

ويمكن تعريفها كما يلي:

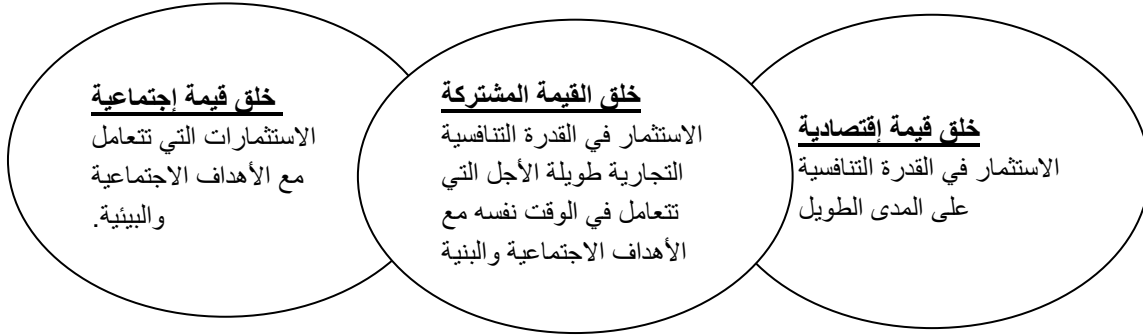
يعرف Porter & Kramer مفهوم خلق القيمة المشتركة على أنها: "السياسات والممارسات العملية التي تعزز تنافسية المؤسسة وتحسن في نفس الوقت في الشروط الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات التي تمارس فيها المؤسسة النشاط، بحيث يركز خلق القيمة على تحديد وتوسيع الروابط بين التقدم الاجتماعي والاقتصادي (شيباني و فلاق، 2020، صفحة 47).

وتعرف أيضا على أنها: "عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال خلق قيمة اجتماعية وهذا إحدى القوى الدفاعية للإنتاجية، الإبداع والنمو والطريقة الوحيدة لاسترجاع المؤسسة لشرعيتها في المجتمع" كما تمثل القيمة المشتركة "عملية ادماج القيمة الاقتصادية للشركة مع المنفعة الاجتماعية جنباً إلى جنباً عند اتخاذ المؤسسة لقرارات الاستثمار" (خرشي، 2020).

وحسب Visser & Kaymal وصفها بأنها وسيلة لمنع الآثار السلبية التي قد يسببها عمل تجاري للمجتمع، وتعرف القيمة على أنها: "فوائد فيما يتلق بالتكاليف يجب على المؤسسات إعادة تقييم الاحتياجات الأساسية للمجتمع والإنسجام مع من تريد أن تلعبه من دور في تلبية هذه الاحتياجات، وبذلك يكون هناك اتصال متزامن عند إنشاء القيم المشتركة وارتباط بين القيم الاجتماعية والقيم الاقتصادية. فهي تركز على أوجه الترابط بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية (بلقواسمي، بن يوسف، و فلاق، 2022، صفحة 377).

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف القيمة المشتركة على أنها تعبر عن مفهوم لنموذج جديد للأعمال أين يمكن تحقيق القيمة الاقتصادية جنباً إلى جانب تحقيق القيمة الاجتماعية للمجتمعات للمساهمة في بناء اقتصاد عادل وتضامني.

الشكل رقم 10: نموذج خلق القيمة المشتركة من خلال المسؤولية الاجتماعية



Source: (Bockstette& Stamp, 2011, p04)

الفرع الثاني: آليات خلق القيمة المشتركة

اقترح Michael Porter ثلاثة عناصر اساسية لخلق القيمة المشتركة والمتمثلة في إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة، بناء العناقيد الصناعية المدعمة، كلها مع بعض على النحو التالي:

1. إعادة تصور المنتج والسوق **Reconceiving Product Market**

يتم تلبية الحاجيات الاجتماعية غير المشبعة عادة تصور المنتج والسوق وتكييف المنتج لتلبية حاجيات السوق الجديد والممثل للمجتمعات، بمعنى تكييف منتجات المؤسسة على حسب حاجيات المجتمع، بحيث يساهم المنتج المقدم في تلبية حاجة اجتماعية، أوله القدرة على حل بعض مشاكل المجتمع، من أجل خلق القيمة المشتركة نجد العديد من المؤسسات التي اتبعت خيار إعادة تصور المنتج والسوق مثل المؤسسات الصناعية للأغذية التي انتقلت من التركيز على الذوق والجودة إلى التركيز على التغذية الصحية الجيدة(خرشي، 2017، صفحة 07).

2. إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة

تعتبر الركيزة الثانية لخلق القيمة المشتركة، وهذه الخطوة تتطلب من المؤسسات تحديد مجال التحسينات داخل سلسلة القيمة من أجل خفض التكاليف في كل نشاط من أنشطة سلسلة القيمة، أو إنشاء قيمة في كل نشاط للسلسلة القيمة المشتركة.

إن سلسلة القيمة التي تقدمها أي مؤسسة تقدم العديد من الفرص لخلق القيمة المشتركة من خلال تعزيز إنتاجية سلسلة القيمة أو من خلال إيجاد سبل جديدة للتعاون مع الشركات الأخرى من خلال تطبيق أساليب جديدة للتعاون، مثل زيادة القدرة على الوصول إلى المدخلات أو تقاسم التكنولوجيا، أو

توفير التمويل، كما يجب مراعاة الجانب السفلي من سلسلة القيمة، ومن الأمثلة على ذلك اكتشاف قنوات توزيع جديدة أقل تأثير على البيئة (سبخاوي، 2021، صفحة 26) .

3. بناء العناقيد الصناعية المدعمة

لا يمكن للمؤسسات أن تعمل في عزلة عن محيطها فهي تتأثر بالمؤسسات الأخرى الناشطة في الصناعة والبنى التحتية المساعدة، العناقيد الموجودة، التركيز الصناعي للمؤسسات، الهياكل اللوجستية، النشاطات المرتبطة وغير ذلك، تبرز العناقيد الصناعية في معظم الاقتصاديات الناشئة وتلعب دورا حاسما في رفع الإنتاجية، الإبداع وتنافسية المؤسسات، فمثلا يفرض انخفاضا للمستوى التعليمي تكلفة تدريب إضافية، ضعف قطاع النقل يرفع التكلفة اللوجستية، كما تؤثر مستويات الفقر على الطلب حول المنتجات والخدمات، فعملية خلق القيمة المشتركة تتطلب بناء العناقيد المساعدة على تحسين إنتاجية المؤسسة (خرشي، 2017، صفحة 08).

ويختلف تحقيق القيمة المشتركة حسب الاستراتيجيات التي تتعامل بها الشركة ويمكنها تحقيق مزايا اقتصادية واجتماعية استنادا إلى الآليات التي وضعها بوتز، كما وضع الجدول التالي:

الجدول رقم 02: النتائج الاقتصادية والاجتماعية حسب مستويات القيمة المشتركة

مستويات القيمة المشتركة	النتائج الاقتصادية	النتائج الاجتماعية
اعادة تصور المنتج	- زيادة الدخل؛ - زيادة الحصة السوقية؛ - تحسين الربحية.	- تحسين التعليم؛ - تحسين التغذية؛ - تقليل انبعاثات الكربون.
اعادة تعريف الانتاجية في سلسلة القيمة	- تحسن الانتاجية؛ - تعظيم الربح؛ - تخفيض التكاليف التشغيلية.	- تخفيض استهلاك الطاقة والمياه؛ - تحسين مهارات العمل؛ - تحسين دخل الموظفين.
بناء العناقيد الصناعية المدعمة	- تخفيض التكاليف؛ - تعظيم الربحية.	- زيادة خلق فرص العمل؛ - تحسين الدخل.

Source: (Micheal, Porter & others, 2011, p 03)

المطلب الرابع: علاقة المسؤولية الاجتماعية بخلق القيمة المشتركة

حسب ما ذكرنا سابقا هناك عدة تعاريف للمسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة وعليه سترتب عنه الكثير من الفروق الناتجة عن اختلاف زاوية الرؤيا بين الباحثين وكذا أوجه التشابه وربما التكامل فيما بينهما لتحسين نوعية الحياة وسنحاول ذكر أهمها بداية بذكر الفروق يليه العلاقة بينهما.

الفرع الأول: الفرق بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

نظرا لتداخل كل من مفهوم القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية، يجعل تحديد الفروق بينهما صعبا، لذلك سنحاول توضيح أهم الفروق الرئيسية بين المفهومين:

الجدول رقم 03: الفرق بين CSR و CSV

عنصر المقارنة	المسؤولية الاجتماعية	القيمة المشتركة
الحافز	أن تتميز المؤسسة بالمسؤولية والعطاء	أن تكون المؤسسة أكثر تنافسية
اختيار القضايا	المساهمة في حل القضايا الاجتماعية	تطوير تموقع استراتيجي
القيمة الاقتصادية	السمعة الجيدة والمؤسسة المواطنة	أرباح طويلة قابلة للقياس
القيمة الاجتماعية	طلب المزيد من الموارد لمعالجة القضايا الاجتماعية	حلول طويلة الاجل قابلة للقياس
السبب	الالزامية: ضغط المنافسة	ميزة تنافسية استراتيجية
العنصر المساهم	الحاجيات والضغط الخارجي	البعد الاستراتيجي
المظهر	برامج ومبادرات	نموذج جديد للأعمال
مجال انشاط	نفس مجال النشاط مع العمل الخيري والتبرع بالأموال	البحث عن الدخول إلى أسواق جديدة
رسالة المؤسسة	قيم الشركة والشركة المواطنة	تصميم سلع وخدمات تلبي حاجيات اجتماعية وبيئية وفي

نفس الوقت عائد مالي للشركة		
تحسين قدرات الموردين (المهارات المعرفة، الانتاجية) خلق العناقيد المحلية لتعظيم الفوائد الاقتصادية والمنافع الاجتماعية للمجتمع.	توظيف العمال والاحتفاظ بهم	الالتزام الاستراتيجي

المصدر: (خرشي إ.، 2020، صفحة 165)

بالإضافة إلى عدة فروق أخرى يمكن التطرق لها من خلال النقاط التالية:

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

- تسعى المسؤولية الاجتماعية الى تقديم بعض التبرعات والأعمال الخيرية لمعالجة بعض المشاكل الاجتماعية، أما عملية خلق القيمة المشتركة فهي تعمل على إعادة تعريف دور المنظمات باعتبارها قوى كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع؛

- لا يعبر مفهوم القيمة المشتركة عن الأعمال الاقتصادية أو الاجتماعية التي لا تهدف إلى تحقيق الربح بشكل مباشر أو غير مباشر وإنما تعبر عن الأعمال التي يعتبر فيها تحقيق الأرباح كمحفز أساسي للنمو وهذا على عكس المسؤولية الاجتماعية التي تهدف دائما لتحقيق الربح؛

- يكمن الفرق الأساسي في كون أن المسؤولية الاجتماعية تركز على القيام بأعمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة، في حين أن القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي والبيئي في نشاطات الحرفة للمؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية (شيباني و فلاق، 2020، صفحة 49).

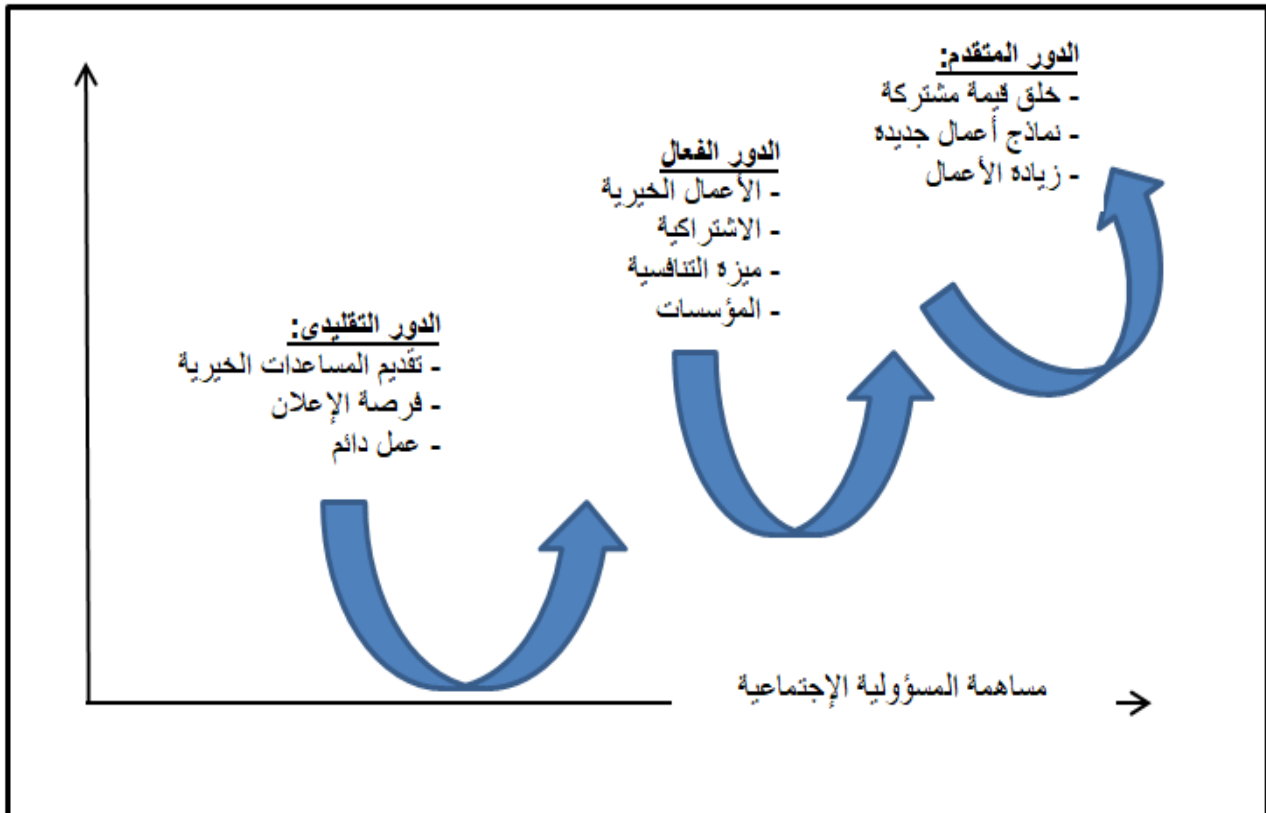
الفرع الثاني: علاقة المسؤولية الاجتماعية بخلق القيمة

إن إدراج المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الأعمال كان بغية الحفاظ على مصالح أصحاب المصلحة وتحقيق ربحية المؤسسة واستمراريتها في السوق ومنه تحقيق القيمة على المدى الطويل.

1. مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة

يمكن اعتبار أن القيمة المشتركة أنها فكرة دمج القضايا الاجتماعية مع القضايا الاقتصادية بما يسمح بالتوفيق بين هذين العاملين المنفصلين، وعليه القيمة المشتركة طريقة جديدة متولدة عن المسؤولية الاجتماعية لتحقيق النجاح الاقتصادي بمعالجة القضايا الاجتماعية (تريمة و مطرف، 2023، صفحة 99). ويرى كل من Margolis و Walsh سنة 2001 أن خلق القيمة من خلال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أكثر من مجرد تحقيق ربح مالي والمساهمة في إثراء حملة الأسهم والمديرين التنفيذيين، بل يتعدى ذلك إلى تحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين البيئة الاجتماعية التي تعمل بها المؤسسة. ومنه يمكن القول ان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تحقق المزايا التالية: القيمة المالية، الميزة التنافسية، اتخاذ القرار الرشيد (لطرش و مهدي، 2021، صفحة 1006).

الشكل رقم 11: دور المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الأعمال



Source: (Rendal , 2015, p14)

كان للمسؤولية الاجتماعية دورا تقليديا يقتصر على تقديم المساعدات الخيرية للمجتمع، والمساعدة على توفير فرص عمل للشباب مما يتيح له عمل دائم يولد له استقرارا اقتصاديا، ثم أخذت فالتطور

لوصول الى أن يصبح لها دور فعال لأطراف مختلفة كالأعمال الخيرية التي تقدم للمجتمع، وكذا أتاحت لها الفرصة لخلق ميزة تنافسية للمؤسسة نفسها، هذا ما أدى لظهور خلق قيمة مشتركة تجمع بين الجانب الاجتماعي والاقتصادي وهو الدور المتقدم الذي وصلت له المسؤولية الاجتماعية الان.

إجمالاً لا يمكن القول ان الدراسة يبين أن المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة هي بصدد تبني اتجاهات تتلاءم مع القضايا الاجتماعية والبيئية المطروحة، لكن هذه الاتجاهات تبدو مصطدمة بضغوطات مالية وعوائق ثقافية يمكن تجاوزها، متى نظر المسؤولون إلى المؤسسة اقتصادية على اعتبارها مؤسسة اجتماعية واقتنعوا أن السلوك الإداري المسؤول اجتماعياً لا يحركه شرط تجاري ربحي فحسب بل تمليه بالأساس قيم المواطنة.

2. مساهمة أصحاب المصلحة في خلق القيمة

يوضح الجدول التالي تطلعات كل طرف مقدار مساهمته في خلق القيمة

جدول رقم 04: مقارنة بين أصحاب المصلحة وخلق القيمة

أصحاب المصلحة	تطلعاتهم واحتياجاتهم	مساهماتهم في خلق القيمة
المساهمون	توزيعات الأرباح والرفع من قيمة السهم	رأس المال، التقليل من خطر الديون.
العمال	المداهيل، الأمن الوظيفي، التكوين	تتمية رأس المال البشري، الابتكار، التعاون.
العملاء	النوعية، الخدمات، السلامة، الأسعار	الولاء، تحسين السمعة، تواتر الشراء.
الموردون	علاقة توريد مستقرة ومستدامة	الكفاءة، انتظام مواعيد التسليم.
البيئة	الحد من التلوث	الالتزام بالتشريعات البيئية.
الحكومة	احترام القوانين التشغيل، الجبائية	الترخيص والاعتماد، الدعم بسياسة الاقتصاد الكلي.
المجتمع	مكافحة الفقر والبطالة	كفالة حقوق الأجيال المستقبلية.
جماعات الضغط المختلفة	المساهمة في رفاه المجتمع، الشفافية، احترام لقيم.	الشرعية والترخيص بالعمل.

المصدر: (طرش و مهدي، 2021، صفحة 1006)

وبالرغم من مساهمة كل فئة في خلق القيمة إلا أن بروز تلك القيمة المضافة في المؤسسة لن تتم إلا بدمج جهود كل الأطراف ووضع المؤسسات استراتيجيات داعمة مثل:

• زيادة تميز المؤسسة عن منافسيها من خلال تفاعل عدة محددات مثل التطور التكنولوجي،

المعرفة السوقية...؛

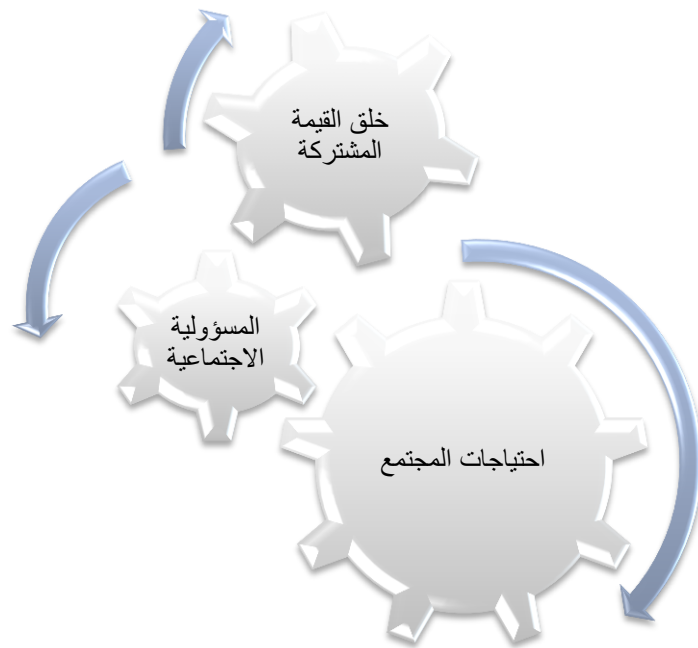
• تخفيض التكاليف من خلال التحكم في عوامل الإنتاج والاستغلال الأمثل لها والرفع من الإنتاجية؛

• تحقيق كفاءة تسييره لارتباطها بمختلف أنشطة المؤسسة (طرش و مهدي، 2021، صفحة 1007).

3. التكامل بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة

سوف نقوم بتوضيح التكامل بين دور المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة في الشكل التالي:

الشكل رقم 12: يمثل التكامل بين دور المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة



المصدر: من إعداد الطالبتين

يوضح لنا الشكل أعلاه التكامل بين خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية، وهو ما سنوضحه بشرح مفهوم الشكل، حيث أن العجلة الكبيرة تمثل احتياجات المجتمع وهي تدور بفعل عاملين وهما المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة، ولكن نلاحظ أن عند دوران خلق القيمة المشتركة (تمثل القيمة الاجتماعية) لوحدها تتباطأ سرعة تلبية احتياجات المجتمع، والوقت عنصر مهم وتلبيتها هذه الاحتياجات المجتمعية إلى حين تحقيقها بخلق القيمة يعتبر أكثر من الضرورة وهذا ما تتكفل به المسؤولية الاجتماعية إلى حين توفرها عن طريق خلق القيمة المشتركة. وفي حالة عدم توفرها عن طريق خلق القيمة المشتركة لعدة أسباب من أهمها صعوبة وجود فرصة اقتصادية في المشكل الاجتماعي فهنا نجد المسؤولية الاجتماعية تتكفل بالأمر.

وعليه ورغم النقلة النوعية بالتفكير الجديد التي جاء بها كل من Porter and Kramer بخلق القيمة المشتركة ولكن لا يمكن التخلي عن المسؤولية الاجتماعية فهي تكمل ما عجزت عن تحقيقه القيمة المشتركة أو لايزال في طريق التحقيق عن طريقها.

وفي المقابل كلما كبرت عجلة القيمة المشتركة وزادت سرعة دورانها كلما تقلص دور عمل المسؤولية الاجتماعية في تلبية الحاجات الاجتماعية والتخفيف عنها الضغط وبالتالي تغطية نسبة أكبر واقعياً وأن تصل للتشبع نظرياً وهو ما يمكن أن نسميه تحسين الحياة وتحقيق الرفاهية الاجتماعية.

ويجدر الإشارة أيضاً إلى أن المسؤولية الاجتماعية جزء لا يتجزأ عن القيمة المشتركة، وهذا يعني أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يشير ضمناً إلى تحقيقها وخلقها للقيمة المشتركة.

تجمع فكرة خلق القيمة المشتركة واحتياجات المجتمع علاقة طردية حيث نجد أنه كلما تطورت وانتشرت فكرة خلق القيمة المشتركة بين المؤسسات تصاحبها ارتفاع نسبة تلبية احتياجات المجتمع، وبالحدوث عن المزايا التنافسية وطرق كسبها.

بعد استعراض الإطار المفاهيمي لخلق القيمة المشتركة يمكن إستخلاص أن خلق القيمة المشتركة هي مزيج بين القيمة الإقتصادية للمؤسسة والقيمة الإجتماعية لها، حيث تعود على المؤسسة وبنا أن المجتمع هو الهدف الأول للمؤسسات يبقى الحفاظ على موارده وبيئته وحل مشاكله أمرا ضروريا وواجبا على المؤسسات.

من خلال ما سبق نجد أن المسؤولية الاجتماعية من المفاهيم المتداولة في أوساط المال والأعمال حول العالم وتبرز أهمية هذا الطرح فيما جاء به من تضمين الدور الذي تقوم به المؤسسات، وتحميلها مهمة أساسية في التطور الاقتصادي الذي ينعكس مباشرة على المستوى الاجتماعي، وقد تبين أن أهمية تسخير المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات كأداة لدعم تنافسية المؤسسة وعنصرها هاما للمنافع التي تحققها، حيث تضمن نجاحها في الأسواق مما يضمن لها الاستمرارية والنجاح وتعظيم قيمتها من خلال تخفيض التكاليف أو توفير الجودة للمنتج ما يشكل ميزة تنافسية للمؤسسة، ولكي تتحقق كل ذلك لا بد على المؤسسة أن تحقق توازن في أدائها من خلال خلق قيمة مشتركة (اقتصادية_اجتماعية) بتفاعل جميع أصحاب المصلحة.

الفصل الثاني:

دراسة ميدانية حول دور

المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة

مشاركة في مؤسسة عمر بن عمر

الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول دور المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة عمر بن عمر -قائمة-

باختلاف اقتصاديات الدول النامية عن اقتصاديات الدول المتطورة، تختلف أيضا وتتفاوت درجة اهتمام المؤسسات في الدول النامية بتبني المسؤولية الاجتماعية عنها في الدول المتطورة، فمن الواضح أننا في دول العالم الثالث لم نصل بعد للحرص الكبير على المتطلبات الاجتماعية والبيئية إلى جانب المكاسب الاقتصادية، كما نجد في نفس السياق فيما يخص خلق القيمة في المؤسسة تليها خلق القيمة المشتركة التي تسعى كل المؤسسات إلى تحقيقها، وقد جاء هذا الفصل ليبين مدى مساهمة تطبيق المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عمر بن عمر في خلق قيمة مشتركة لها.

الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول دور المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة عمر بن عمر -قالمة-

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة عمر بن عمر

من خلال هذا المبحث سنحاول إلقاء الضوء على مجمع عمر بن عمر بالتعرف على نشأته وإعطاء لمحة حول هذا المجمع، خصائصه، وأهم مميزاته ومنتجاته.

المطلب الأول: التعريف بمؤسسة عمر بن عمر

يعد مجمع عمر بن عمر قطبا صناعيا بارزا في ولاية قالمة، فهو أحد أهم المجمعات الصناعية المتخصصة في الصناعات الغذائية، وهذا ليس على مستوى الولاية فقط، بل على مستوى الوطن، لارتكازه على مبادئ الإدارة الحديثة ودعم قدراته التنافسية.

الفرع الأول: نشأة مؤسسة عمر بن عمر

هي فرع من فروع المجمع الصناعي عمر بن عمر، الذي تأسس من قبل الأب الراحل عمر بن عمر والذي استطاع أن يفرض نفسه كرائد في السوق الوطنية للأغذية الصناعية والأعمال التجارية الأسرية وهذا منذ تأسيس الشركة الأم سنة 1984 (مصبرات الطماطم CAB). فالمجمع اليوم يحتل مكانة مرموقة في السوق الجزائرية وحتى العالمية نظرا للإمكانيات العالية الجودة المعتمدة في الإنتاج، ثم بعد وفاة الأب عمر بن عمر انتقلت إدارة المجمع إلى أبنائه الأربعة حيث واصلوا مشوار والدهم في ترقية جودة ونوعية مختلف منتجات المجمع.

فبعد أن تم إنشاء مصنع عمر بن عمر للمصبرات ببلدية بوعاتي محمود أتت فكرة إنشاء الشركة العائلية ذات المسؤولية المحدودة مطاحن عمر بن عمر سنة 1994 حيث بدأت الدراسات والبحوث بالطرق القانونية وذلك بتكوين ملف الاستثمار للحصول على قرض بنكي ناهيك عن تكوين ملفات لهيأت إدارية أخرى كالغرفة الجهوية للتجارة ومصالح الولاية خاصة الشق المتعلق بمخطط التنمية المحلية، ومن أبرز الدراسات التمهيديّة التي أعدت لهذا المشروع نذكر منها:

- دراسة المنطقة الجغرافية من الناحية الجيولوجية؛
- دراسة الإمكانيات الاقتصادية والتكاليف الانتاجية؛
- دراسة البيئة الاقتصادية للمؤسسة (السوق).

الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول دور المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة عمر بن عمر -قائمة-

الفرع الثاني: أهداف المؤسسة

تسعى ش.ذ.م.م مطاحن عمر بن عمر منذ نشأتها إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ضمان البقاء والاستمرار؛
- تحقيق أكبر نسبة من المبيعات والأرباح؛
- تشجيع القطاع الخاص للنهوض للاستثمار وتنمية الاقتصاد الوطني؛
- تشجيع اليد العاملة المحلية وامتصاص البطالة؛
- محاولة كسب أكبر حصة من السوق الوطنية؛
- الاستمرار في الحفاظ على الإنتاج من حيث الجودة، النوعية، والسعر؛
- السعي إلى منافسة المؤسسات العالمية التي تنشط في نفس المجال؛
- تجسيد الشراكة الأجنبية المثمرة؛
- العمل على الحفاظ على الزبائن واكتساب زبائن جدد.

الفرع الثالث: فروع المؤسسة

تتوفر شركة مطاحن عمر بن عمر على ثلاث وحدات إنتاج:

1. وحدة إنتاج السميد 400 طن

مخصصة لتزويد وحدة إنتاج العجائن بمادة السميد الذي يعتبر كمادة أولية في إنتاج العجائن

(عجائن قصيرة، عجائن طويلة، كسكس، ..).

2. وحدة إنتاج السميد 300 طن

تقوم بتحويل القمح عبر مراحل مختلفة لتتوصل على جميع أنواع السميد والنخالة كمنتج نهائي.

3. وحدة إنتاج العجائن والعجائن الخاصة

تقوم بتحويل السميد (مادة أولية) إلى عجائن غذائية مختلفة الأنواع للاستهلاك المباشرة.

الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول دور المسؤولية الإجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة عمر بن عمر -قائمة-

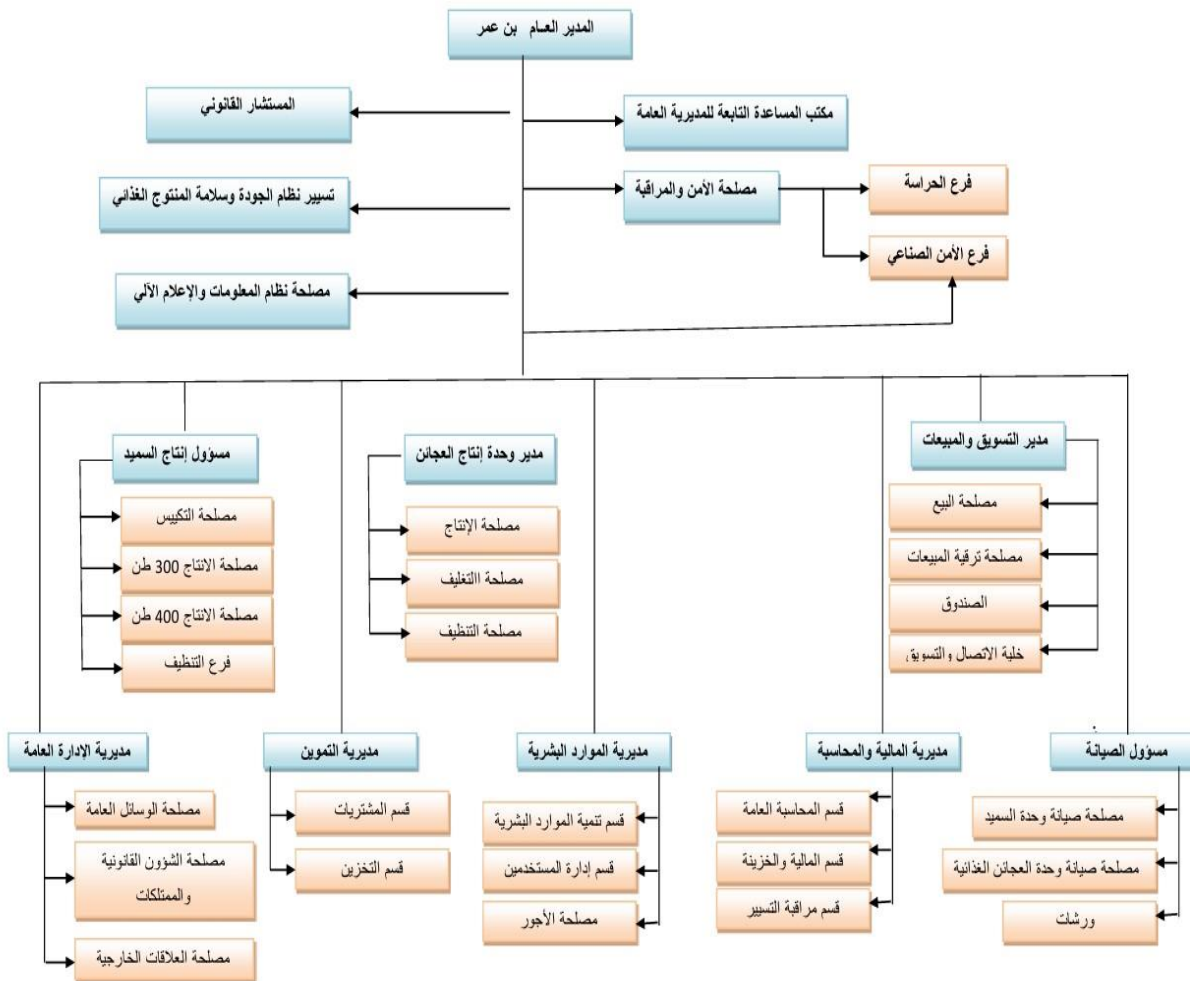
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي وشرح مكوناته

من خلال ما يلي سنقوم بتوضيح كيف يكون الهيكل التنظيمي لمؤسسة عمر بن عمر وشرح كل مهام على حدا.

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي

من أهم سمات المؤسسة الناجحة هي قوة جهازها المسير فحسن تسيير موارد المؤسسة يتوقف على نجاعة هيكلها التنظيمي، والهيكل التنظيمي لشركة مطاحن عمر بن عمر هو على الشكل التالي:

الشكل رقم 13: الهيكل التنظيمي لمؤسسة عمر بن عمر



المصدر: وثائق مقدمة من طرف المؤسسة

الفرع الثاني: شرح مهام أقسام ومصالح الشركة

تنقسم مختلف المهام في مؤسسة عمر بن عمر بالتدرج كما يلي:

1. المدير العام بن عمر

يسهر على شؤون المؤسسة وادارتها والمسؤول الأول عليها، وهو المسؤول عن التوجيه والتخطيط والتنسيق بجانب الإشراف ومتابعة العمل في الشركة.

2. مكتب المساعدة التابعة للمديرية العامة

مساعدة المدير العام في إدارة وتسيير شؤون الشركة وفي تحقيق مختلف عمليات المراقبة، كما تساهم في حفظ أرشيف المديرية وأسرارها باعتبارها همزة وصل وحل بين المدير العام ومختلف المديريات والمصالح الأخرى.

3. مصلحة نظام المعلومات والاعلام الآلي

مهمتها الإشراف على قيادة وصناعة النظام المعلوماتي للشركة.

4. المستشار القانوني

توجيه المدير العام فيما يخص كل الإجراءات القانونية والتنظيمية للمحافظة على ممتلكات وفوائد الشركة.

5. تسيير نظام الجودة وسلامة المنتج الغذائي

السهر على التكفل وحفظ شهادات الجودة وسلامة المنتوجات الغذائية وذلك بتطوير مختلف الأنظمة المتعلقة بالإيزو (ISO).

6. مديرية الإدارة العامة

مهمتها الرئيسية التكفل بمختلف العمليات اللوجيستكية والإدارية الداعمة للمصالح الأخرى، كما تسهر على تحسين العلاقات الخارجية للشركة وتنقسم إلى:

• مصلحة الوسائل العامة

مسؤولة على الدعم اللوجيستكي والإداري وتوفير كل الوسائل الضرورية التي تحتاجها مختلف المصالح.

• مصلحة الشؤون القانونية وحفظ الممتلكات

مهمتها الحفاظ على ممتلكات الشركة في إطار كل النشاطات والنزاعات المحتملة، وتسيير مختلف الوثائق التنظيمية والتشريعية التي تعتبر كهوية للشركة وحفظها.

• مصلحة العلاقات الخارجية

التكفل بتسيير كل العلاقات الخارجية مع مختلف هيئات الدولة في إطار ما يتعلق بالزيارات، الاستقبال، اللوجيستيك وكل ما له علاقة بالمؤسسة.

7. مديرية التموين

مهمتها الرئيسية شراء وتزويد الشركة بالمواد الأولية، المعدات، التجهيزات، قطع الغيار، ... إلخ. والسهر على تخزينها. وهي تنقسم إلى:

• قسم المشتريات

هو المكلف بضمان شراء كل ما تحتاجه المؤسسة.

• قسم التخزين

مهمته الوحيدة هي السهر على ضمان كل العمليات اللوجيستكية المتعلقة باستيراد القمح ونقله إلى المخازن والعمل على تطوير ما يعرف بسلسلة الإمداد.

8. مديرية الموارد البشرية

مهمتها الرئيسية استقطاب اليد العاملة المؤهلة والضرورية من أجل ضمان سير كل نشاطات مختلف مصالح الشركة، وهي تنقسم إلى:

• قسم تنمية الموارد البشرية

يعمل على التوظيف حسب حاجات المؤسسة، وتطوير الكفاءات والحفاظ عليها في إطار ما يعرف بالولاء الوظيفي، وأيضا ضمان تكوين اليد العاملة بصفة منتظمة.

• قسم إدارة المستخدمين

حيث يتكفل بمختلف شؤون العمال وإدارتهم خاصة في الشق المتعلق بالأجور وتنظيم العلاقات فيما بينهم داخل الإطار القانوني قيد التطبيق ومتابعة مختلف علاقات العمل والتسيير الإداري للملفات داخليا كان أو خارج.

• مصلحة الأجور

يسهر على أمن الموقع واستقبال مختلف الزوار والإشراف على حراسة الموقع أثناء وبعد ساعات العمل.

9. مديرية المالية والمحاسبة

مهمتها ضمان التسيير المالي والمحاسبي للشركة في الإطار القانوني الذي يحكم مختلف صفقات ونشاطات الشركة، وتنقسم إلى:

• مصلحة المحاسبة العامة

مسؤولة على تسجيل ومحاسبة جميع العمليات التي تجري داخل المؤسسة والتحليل والتحقق من مدفوعات ومقبوضات الشركة طيلة العام لإعداد الميزانية الختامية، والتكفل بالإجراءات الجبائية والحفاظ على ممتلكات الشركة.

• قسم المالية والخزينة

مهمته ترشيد التسيير على مستوى الموارد المالية ورؤوس الأموال من أجل ضمان الاستمرارية ومضاعفة الأرباح ودراسة وإنجاز مختلف الصفقات المالية التي تعود بالفائدة على الشركة، والمتابعة البنكية.

• قسم مراقبة التسيير

يعمل على السهر على تطبيق نهج قيادي فعال تبعا للاستراتيجية المنتهجة من طرف الشركة وتحسين ومراقبة ميزانية الشركة.

10. مسؤول الصيانة

تعتبر الصيانة في الوحدة من أهم الضروريات التي يقوم عليها المركب، فعمال الصيانة يسهرون على صيانة المعدات والآلات حيث يتم تزويد هذه المصلحة بكل ما تحتاج إليه من موارد بشرية ومعدات وقطع غيار مختلف الآلات وهي منظمة كالاتي: ورشة الكهرباء، ورشة الميكانيك، ورشة الخراطة والتلحيم.

يتمثل دور كل هذه الورشات في مراقبة مختلف الآلات على مستوى الوحدتين، إذ هم ملزمون بتصليحها إذا حدث لها عطل في أقل مدة ممكنة وذلك للحفاظ على وتيرة الانتاج. حيث تقوم أيضا بإعداد تقارير شهرية حول عدد التعطيلات والتدخلات التقنية التي قامت بها.

إضافة الى هذه المهمات توجد أخرى تخص منتوج المؤسسة وتتنحصر فيما يلي:

11. مصلحة انتاج السميد

من بين المهام الرئيسية هي تحويل المادة الأولية (القمح) إلى سميد موجه للاستهلاك بالكميات والنوعيات المطلوبة. ويسهر على ذلك كل من:

• المسؤول الرئيسي للطحن

هو الذي يعمل على المراقبة المستمرة على سير هذه العملية وكذا السير الحسن للوظائف المتفرعة عنها والتنسيق فيما بينها.

• مصلحة التكييس

يتم فيها وضع المنتج النهائي (السميد) في أكياس مختلفة الأحجام وهذا حسب طلب مدير المبيعات.

12. مديرية انتاج العجائن

• مصلحة الإنتاج

تحويل المادة الأولية (سميد) من أجل ضمان إنتاج مختلف العجائن الغذائية بالكمية والنوعية التي يحددها السوق.

• مصلحة التنظيف

الإشراف، التنسيق وتوفير كل الموارد البشرية والمادية اللازمة من أجل تلبية كل الطلبات المسطرة من طرف مدير المبيعات.

• مصلحة التغليف

تسهر على تعبئة المنتج في الأكياس والعلب كل حسب نوعه.

13. مديرية التسويق والمبيعات

- ضمان تسويق وبيع مختلف منتجات الشركة حسب الهدف المسطر من طرف المدير العام؛
- تطوير وترقية المنتج ومضاعفة رقم أعمال وأرباح الشركة؛
- تنظيم وتسيير كل نشاطات البيع حسب السياسة المنتهجة من طرف الشركة؛
- التكفل بمختلف النشاطات الاتصالية التي تربط الشركة بالزبون أو المستهلك (إعلانات، حملات اشهارية، ... إلخ).

المطلب الثالث: طبيعة نشاط المؤسسة وتطور أعمالها

يكمن نشاط مؤسسة عمر بن عمر في الإنتاج والتخزين والبيع حيث سنقوم توضيحه أكثر على النحو

التالي:

الفرع الأول: طبيعة نشاط المؤسسة

يتم جلب المادة الأولية (القمح) من خارج الوطن عن طريق الشحن بالسفن لتتجه برا إلى المخازن التي تصل طاقتها الاستيعابية حوالي 27 ألف طن وهذا بواسطة الشاحنات الضخمة التي توفرها الشركة ثم يتم استقبال المادة الأولية من طرف مصالح مراقبة الجودة لمعرفة ما إذا كانت مطابقة للمواصفات المطلوبة أم لا. حيث يسهر على ضمان هذه السلسلة الانتاجية:

1. عمال على مستوى وحدتي انتاج السميد موزعة على أربعة فرق متساوية تعمل بنظام التناوب 3

8 X كالاتي:

- الفرقة أ من الساعة 05 صباحا إلى الساعة 01 زوالا؛
- الفرقة ب من الساعة 01 زوالا إلى الساعة 09 مساء؛
- الفرقة ج من الساعة 09 مساء إلى الساعة 05 صباحا؛
- الفرقة د في حالة راحة.

كل الفرق تعمل بالتداول حسب الجدول الزمني لمدة يومين.

2. وحدة انتاج العجائن الغذائية والعجائن الخاصة موزعة على أربعة فرق متساوية تعمل بنفس

بنظام التناوب في المطاحن ولكن مع اختلاف التوقيت وذلك حسب التوزيع الآتي:

- الفرقة أ من الساعة 04 صباحا إلى الساعة 12 زوالا؛
- الفرقة ب من الساعة 12 زوالا إلى الساعة 08 مساء؛
- الفرقة ج من الساعة 08 مساء إلى الساعة 04 صباحا؛
- الفرقة د في حالة راحة.

الفرع الثاني: تطور رقم أعمال المؤسسة

نوجزه على النحو التالي:

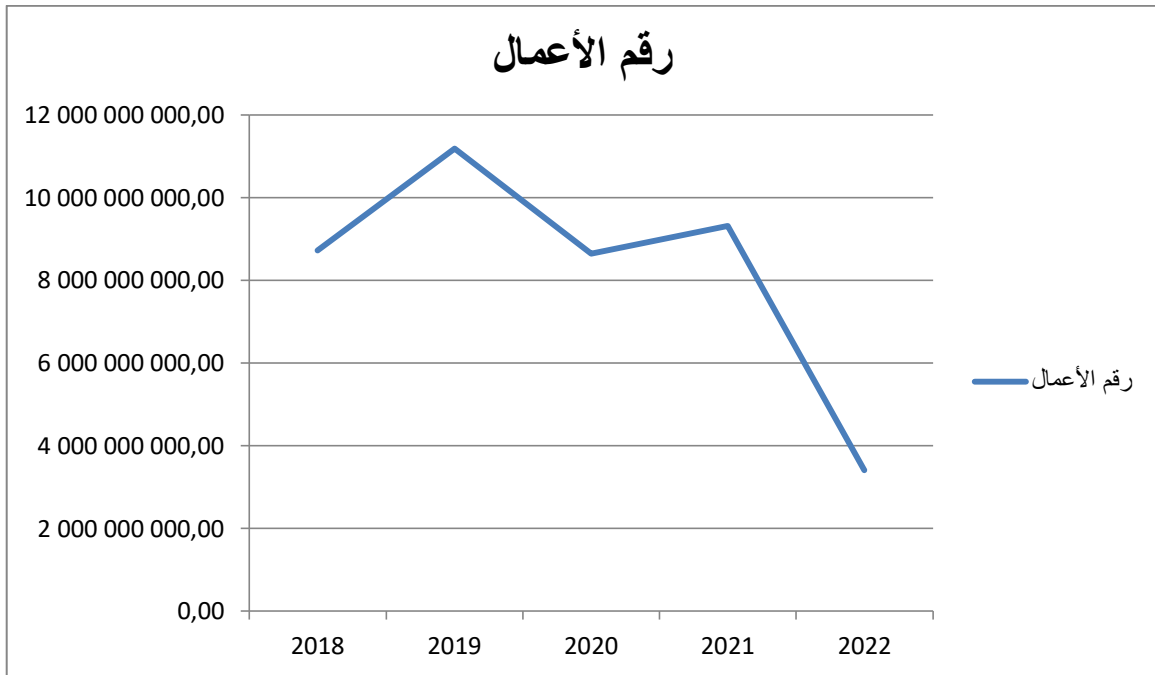
الجدول رقم 05: تطور رقم أعمال المؤسسة للفترة (2018-2022)

السنة	2018	2019	2020	2021	2022
رقم الأعمال	8714365902	11185772107	8638058842	9306673102	3404646345

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاستعانة بالقوائم المالية

نلاحظ من خلال الجدول أن رقم الأعمال ضمن الفترة محل الدراسة (2018-2022) غير مستقر، إذ نجد أنه في سنة 2019 شهد ارتفاعا عما سبقه ليليه فيما بعد انخفاض في سنة 2020 وهذا بسبب انخفاض حجم إنتاج المؤسسة ليعود ويرتفع في سنة 2021 وينخفض بعدها بشكل جد ملحوظ سنة 2022، وهذا يفسره عدم قدرة المؤسسة على الزيادة في حجم مبيعاتها. ويمكن توضيح رقم أعمال مؤسسة عمر بن عمر من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 14: منحنى بياني يوضح تطور رقم الأعمال لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 05.

المبحث الثاني: مساهمة المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة بالمؤسسة

بعد التطرق فيما سبق لمختلف المفاهيم الأساسية المتعلقة لكل من المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة في المؤسسات الاقتصادية، سيتم في هذا المبحث إلى إختبار ومعرفة مدى تطابق المفاهيم والقواعد النظرية مع الواقع التطبيقي من خلال دراسة مؤسسة عمر بن عمر بقائمة خلال الفترة من 2018 الى 2022.

المطلب الأول: التكاليف المالية لمكونات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

يتم في هذا المطلب التطرق لقياس تكاليف الأنشطة في المجالات الأربعة سابقة الذكر في الجانب النظري لمؤسسة عمر بن عمر.

الفرع الأول: قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

تضم هذه النقطة العديد من التكاليف التي تمس العامل وتبين مدى أهميته ومدى اهتمام المؤسسة بموظفيها من خلال المعلومات التي سيتم ذكرها.

1. تكاليف تدريب الموظفين:

تسعى مؤسسة عمر بن عمر لتطوير أداءه وخلق ميزة في السوق من خلال جملة من النقاط وأهمها الاهتمام بتدريب وتكوين مستمر لموظفيه ليطمئن مع المتطلبات وسنلخصها في الجدول الموالي:

الجدول رقم 06: التكاليف الخاصة بموظفي المؤسسة للفترة (2018-2022)

الوحدة: دج

السنوات	تكاليف تدريب الموظفين
2018	765984,54
2019	662414,61
2020	941014,32
2021	540643,00
2022	270400,98
المجموع	3180457.45

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات المقدمة من طرف المؤسسة.

يوضح الجدول أعلاه تكاليف تدريب العمال خلال الفترة (2018-2022) مما نرى أن هذه التكاليف في المؤسسة في تراجع في السنتين 2018 - 2019 بقيمة 103569.93، يليها ارتفاع مفاجئ سنة 2020 وذلك راجع لتحسن شؤون المؤسسة الاقتصادية، أما فيما يخص السنوات الموالية فقد تراجع تكلفة التدريب بقيم متفاوتة ما بين 540643,00 و3180457 وهذا يفسره تدهور ظروف المؤسسة الداخلية.

2. التكاليف الأخرى

بالإضافة إلى التكاليف سالفة الذكر يوجد العديد من التكاليف التي لها علاقة بالجانب الاجتماعي والتي يولي لها المجمع اهتمام كبير والتي يعتبرها أساسية ومن حق أي عامل سنوضحها في الجدول الموالي كما يلي:

الجدول رقم 07: إجمالي التكاليف المختلفة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة

(2022-2018)

الوحدة: دج

السنة	2018	2019	2020	2021	2022
تكاليف الحج والعمرة	3000000	2000000	-	2000000	1000000
تكاليف الرعاية الصحية	600000	540000	800000	670000	420000
تكاليف سلفيات البناء	560000	500000	800000	-	-
تكاليف التنظيم	100000	250000	650000	420000	-
المجموع	4260000	3290000	2250000	3090000	1420000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات داخلية مقدمة من المؤسسة.

يضم هذا الجدول إجمالي التكاليف والقيم التي تتفقها مؤسسة عمر بن عمر خلال الفترة المدروسة، والتي نرى من خلالها مساهمته في الجانب الاجتماعي، إلا أنه يتضمن سنوات تتغيب فيه بعض النفقات إما لظروف عامة على سبيل المثال غياب تكاليف الحج والعمرة سنة 2020 وذلك بسبب جائحة كورونا COVID-19، أو ظروف خاصة بالمؤسسة كغياب سلفيات البناء في السنوات الأخيرة نظرا لعدم سماح ميزانية المجمع بذلك. كما نرى أنها تكاليف هذه النفقات في تراجع متسلسل خلال فترة الدراسة فأعلى قيمة سجلت لسنة 2018 بقيمة 4260000 وهذا راجع لارتفاع رقم أعمال المؤسسة وأقل

نسبة سنة 2020 بقيمة 1420000 لارتفاع التكاليف، وهذا يبين لنا أن المؤسسة تحمل على عاتقها المسؤولية الاجتماعية بغض النظر على قيمة التكاليف.

الفرع الثاني: قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع:

يمكن عرض التكاليف الاجتماعية لمؤسسة عمر بن عمر اتجاه المجتمع والتي يعتمدها كما يلي:

1. التكاليف الخاصة بتوفير فرص العمل

تسعى مؤسسة عمر بن عمر إلى توفير فرص للعمل لجميع فئات المجتمع بمختلف المستويات للمساهمة ولو بالقليل في اعطاء فرصة للشباب وللمساعدة في النهوض بالوضع الاقتصادي للبلاد والجدول الآتي يوضح حجم العمالة والموارد البشرية خلال فترة الدراسة:

الجدول رقم 08: وضعية الموارد البشرية لمؤسسة عمر بن عمر للفترة

(2018-2022)

الوحدة: عامل

السنة	عدد العمال	معدل النمو
2018	1007	-
2019	987	(1.99%)
2020	961	(2.5%)
2021	908	(5.51%)
2022	876	(3.52%)

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات الداخلية المقدمة من طرف المؤسسة.

يشير الجدول أعلاه الى مساهمة مؤسسة عمر بن عمر على التقليل من البطالة في المجتمع وخلق فرص عمل للشباب، حيث عرف اعلى عدد في سنة 2018 من الدراسة بإدراج 1007 عامل تليه انخفاض ضئيل بنسبة 1.99% واستمر هذا الانخفاض إلى أن وصل إلى 876 عامل ولكن هذا لا يقلل من مساهمته في دعم الشباب، ويفسر هذا الانخفاض الى أن القوى العاملة في المجمع كافية ولا يوجد انشاءات وتطورات جديدة خلال الفترة المدروسة.

2. الإعانات والمساهمات الخيرية

في هذا الجزء يشار الى أن مؤسسة عمر بن عمر يهتم باحتياجات المجتمع سواء الأفراد أو فعاليات المجتمع المدني حيث تتكفل المؤسسة بمجموعة من الاحتياجات مدة الدراسة وهذه التكاليف مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم 09: تكاليف الاعانات والمساهمات الخيرية لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)

الوحدة: دج

السنة	2018	2019	2020	2021	2022
تكاليف رمضان	3000000	3200000	3000000	500000	400000
تكاليف المساعدات الاجتماعية	800000	650000	500000	-	-
تكاليف مساعدات التلاميذ والطلبة	3800000	350000	3000000	980000	-
الختان	700000	750000	800000	-	-
تكاليف تكريم المواهب	200000	180000	150000	-	-
مساعدات صحية	350000	250000	200000	100000	100000
تكاليف المناسبات	1500000	1200000	1000000	200000	100000
تكاليف الأنشطة الرياضية	500000	700000	1000000	-	-
المجموع	10850000	9730000	9650000	1780000	600000

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات الداخلية المقدمة من المؤسسة.

الجدول عبارة عن مساهمات ومدخلات مؤسسة عمر بن عمر في الأنشطة الاجتماعية في

المجتمع، والذي يبين أن المؤسسة تدلي له أهمية كبيرة ويمس جوانب مختلفة وبمبالغ تعبر عن مدى اهتمامها بذلك، إذ كانت أعلى قيمة سنة 2018 وهذا راجع للأسباب سالفة الذكر، ومن ثم أخذ في تراجع

متسلسل في سنتي 2019 و2020 بقيم 9730000 دج، 9650000 دج، غير أن غيابه في السنتين الأخيرتين في معظم الأنشطة كان بسبب تراجع وضع المؤسسة اقتصاديا بسبب الأوضاع التي تمر بها. ويجب الإشارة هنا الى أن مؤسسة عمر بن عمر رغم تراجع وتدهور ظروفه الاقتصادية الا أنه توجد لديه حصة مخصصة سنويا من منتوجاته توزع على البلديات بشكل دائم ويمكن إيضاح ذلك في الجدول التالي:

الجدول رقم 10: مجموع التكاليف المترتبة عن توزيع منتوجات المؤسسة للفترة (2018-2022)

الوحدة: دج

السنة	سميد	معجنات	المجموع
2018	2130000	3200000	5330000
2019	2050000	1950000	4000000
2020	1130000	1430000	2560000
2021	560000	410000	970000
2022	540000	410000	950000

المصدر: معلومات داخلية مقدمة من طرف المؤسسة.

الجدول أعلاه يؤكد لنا الأهمية التي تعطيها مؤسسة عمر بن عمر للمسؤولية الاجتماعية لأنه يخصص حصة سنويا من منتوجاه تقدم للبلديات، نلاحظ أنه في السنوات الثلاث الأولى من الدراسة كانت التكاليف مرتفعة قدرت ب 5330000 دج، 4000000 دج، 2560000 دج على الترتيب، ثم عرفت تراجع ملحوظ جدا في السنتين الأخيرتين إلى أن وصلت لأدنى قيمة لها 950000 دج في سنة 2022 وهذا سببه الظروف الداخلية التي عانت منها المؤسسة.

الفرع الثالث: قياس تكاليف المؤسسة اتجاه البيئة

نبين في هذه النقطة مجمل التكاليف التي تتحملها المؤسسة الخاصة بالبيئة وسنلخصها في الجدول التالي:

الجدول رقم 11: إجمالي التكاليف البيئية لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)

الوحدة: دج

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
تكاليف التشجير	800000	600000	500000	-	-
التخلص من المواد السامة	700000	900000	800000	250000	200000
المجموع	1500000	1500000	1300000	250000	200000

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات المقدمة من المؤسسة.

من النقاط الأساسية التي تعتبر مهمة بالنسبة للمؤسسة هي حماية وضمان سلامة بيئية، لذا تساهم في التشجير متى ما أتاحت له الإمكانيات، وكذلك تعطي أهمية لسلامة بيئية من خلال مساهمته في التخلص من المواد السامة بمبالغ جد حساسة اذ كانت تتراوح تلك المبالغ ما بين 1500000 دج و1300000 دج في السنوات الثلاث الأولى ثم عرفت انخفاض سريع في السنة الموالية وصولا إلى 200000 دج في السنة الأخيرة (2022). وهذا يبين مدى اهتمام المؤسسة بسلامة البيئة الخارجية التي تعمل فيها، رغم الظروف المذكورة سابقا.

الفرع الرابع: قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية اتجاه المؤسسة

تسعى مؤسسة عمر بن عمر جاهدا تشجيع البحث والتطوير في جميع الميادين خاصة تلك الأبحاث التي تتعلق بتطوير وتحسين المنتج ونوعيته والتي تعتبره نقطة أساسية.

وسنوضح ذلك في الجدول التالي:

الجدول رقم 12: إجمالي منح المؤسسة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)

الوحدة: دج

السنة	2018	2019	2020	2021	2022
تكاليف البحث والتطوير	800000	670000	780000	250000	200000
تكاليف معايير الأمان	680000	870000	700000	400000	320000
المجموع	1480000	1540000	1480000	650000	520000

المصدر: معلومات داخلية مقدمة من المؤسسة.

يوضح الجدول قيم التكاليف التي تنفقها مؤسسة عمر بن عمر على تطوير خدماته، سواء التي تنفقها على عماله أو منتجاته لتقديم أفضل، اذ نجد أنه يقدم مبالغ متقاربة في السنوات الأولى قدرت ب 1480000 دج، 1540000 دج، 1480000 دج على التوالي وبعدها أخذت بالانخفاض في السنتين الأخيرتين من الدراسة، وذلك راجع لأن المؤسسة عرفت إرتفاع في تكاليف أخرى (إنتاجية) ما أجبرها على خفض هذه المبالغ وظروف أخرى مذكورة سابقا، وهذا لتحقيق تقدم مستمر في مجال البحث والتطوير.

الفرع الخامس: إجمالي تكاليف المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة

يوجز الجدول التالي مجموع التكاليف التي تنفقها مؤسسة عمر بن عمر عند ممارستها للمسؤولية الاجتماعية.

الجدول رقم 13: إجمالي التكاليف الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للفترة (2018-2022)

الوحدة: دج

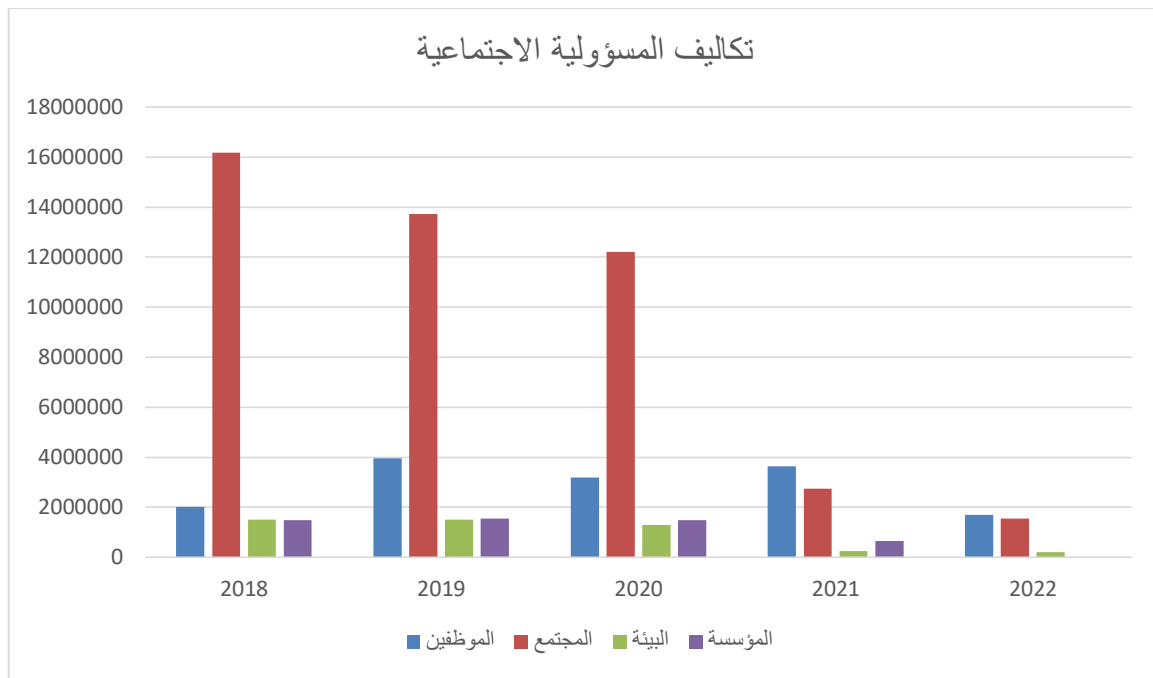
السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
اتجاه الموظفين	5025985	3952442	3191014	3630643	1690400
اتجاه المجتمع	16180000	13730000	12210000	2750000	1550000
اتجاه البيئة	1500000	1500000	1300000	250000	200000
اتجاه المؤسسة	1480000	1540000	1480000	650000	520000
المجموع	24185985	20722442	18181014	7280643	3960400

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات المستخرجة من المؤسسة.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن مؤسسة عمر بن عمر تعطي المسؤولية الاجتماعية أهمية وهذا من خلال ما توضح لنا مما سبق من معلومات، حيث أننا نرى أنها في حالة غير مستقرة ففي سنة 2018 كانت بقيمة 24185985 دج، ثم أخذت في تراجع في السنة التي تليها بقيمة 20722442 دج وهذا لخفض الإدارة من تكاليف بعض المساهمات نظرا لما حققته المؤسسة في تلك السنة، وتواصل الانخفاض في تكاليف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة لتبلغ 18181014 دج في سنة 2020 وصولا للسنة الأخيرة من الدراسة حيث عرفت تراجع كبير قدر ب 3960400 دج وذلك لعدم مساهمة المؤسسة

في بعض التكاليف التي تعتبر أقل أهمية عن غيرها وهذا سببه أوضاع داخلية تعيشها المؤسسة. وبصفة خاصة توضح لنا بأن مؤسسة عمر بن عمر تعطي أكبر اهتماماتها لما يخص المجتمع وهذا راجع لأنه الشريحة المهمة لاستمرارية مكانه في السوق. ولإيضاح ما سبق أردنا تلخيصه في الشكل التالي:

الشكل رقم 15: أعمدة بيانية توضح تطور تكاليف المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 13.

المطلب الثاني: المؤشرات المستخدمة في مجمع عمر بن عمر

من أجل تقييم الأداء المالي في مؤسسة عمر بن عمر توجد مؤشرات تقليدية تليها مؤشرات حديثة وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب.

الفرع الأول: المؤشرات التقليدية المستخدمة في مجمع عمر بن عمر

يمكن تحليل المؤشرات التقليدية المستخدمة في مؤسسة عمر بن عمر لمعرفة مدى كفاءة هذه المؤشرات في الوصول الى تقديم صورة واضحة عن أداء المؤسسة. وفي عليه سنتطرق إلى المؤشرات التقليدية المستخدمة في المؤسسة فيما يلي:

1. حساب معدل العائد على حقوق الملكية لمؤسسة عمر بن عمر ROE

يقيس هذا المعدل مدى ربحية الدينار الواحد المستثمر على الملاك والمساهمين وفي الجدول أدناه سوف نقوم بحساب معدل العائد على حقوق الملكية وهذا بقسمة النتيجة الصافية على الاموال الخاصة

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية} = (\text{النتيجة الصافية} / \text{الأموال الخاصة}) * 100$$

ويمكن عرضه في الجدول أدناه على النحو التالي:

الجدول رقم 14: حساب معدل العائد على حقوق الملكية لمؤسسة عمر بن عمر ROE

للفترة (2018-2022)

السنوات	النتيجة الصافية	الأموال الخاصة	ROE
2018	313410417	2488203317	12,60 %
2019	4080303623	2808314459	14,53%
2020	146883029	2955197488	4,97%
2021	(227579576)	2727617912	(8,34%)
2022	(46932081)	2258297095	(20,78%)

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر.

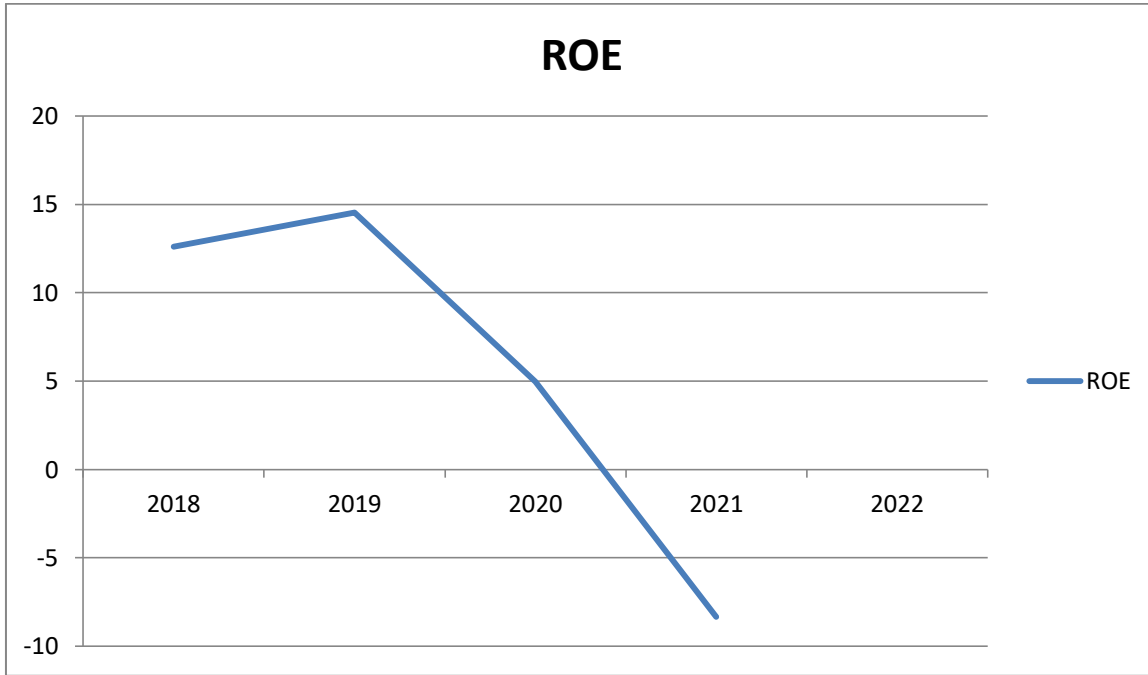
- تبين النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن: مؤشر ROE له علاقة طردية مع النتيجة الصافية حيث أن المؤسسة شهدت تناقص مستمر في هذا المؤشر نتيجة تناقص النتيجة الصافية خلال الفترة المدروسة.
- من خلال الدراسة نلاحظ أن أكبر نسبة سجلت سنة 2019 بنسبة 14,52% أي أن النتيجة الصافية حققت ما نسبته 14,52% من مجموع الأموال الخاصة، وهذا يعبر عن كفاءة عالية للإدارة المالية في استغلال وتوظيف أموال ملاكها للحصول على أكبر عائد، ومع توالي السنوات نلاحظ انخفاضاً متواصلاً إلى أن بلغت سنة 2021 ما نسبته (8,34%) تليها سنة 2022 بنسبة (20,78%) وهو يعتبر أقل نسبة لها وهذا راجع لأن المؤسسة قد حققت نتيجة صافية

سالبة بسبب انخفاض في الانتاج والمبيعات وزيادة الاستهلاك، ما يفسر عدم قدرة الإدارة في استغلال أموال الملاك.

- النسب المتوصل إليها تعتبر مقبولة نسبيا في السنتين 2018 و2019 لأنها موجبة إلا أنها عرفت تراجعا سريعا في السنة التي تليها بنسبة %4,97 هذا ما سيؤدي المساهمين سحب أموالهم لعدم كفاءة الإدارة في التسيير، ومن ثم تحقيقها لقيم سالبة يثبت ذلك، غير أنها بسبب طبيعة المؤسسة "عائلية ذات مسؤولية محدودة" لم يحدث ذلك.

وللتوضيح أكثر لخصناه في الشكل الموالي:

الشكل رقم16: منحنى بياني يوضح تطور ROE خلال الفترة(2018-2022)



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم14.

2. حساب معدل العائد على الاستثمار لمؤسسة عمر بن عمر ROI

يعبر هذا المعدل عن ربحية الدينار الواحد المستثمر داخل المؤسسة وفي الجدول ادناه سوف نقوم بحساب معدل العائد على الاستثمار لمؤسسة عمر بن عمر، وهذا وفق العلاقة الآتية.

$$\text{معدل العائد على الاستثمار} = (\text{النتيجة التشغيلية} / \text{رأس المال المستثمر}) * 100$$

ويمكن عرضه في الجدول التالي:

الجدول رقم 15: حساب معدل العائد على الاستثمار لمؤسسة عمر بن عمر ROI للفترة

(2018-2022)

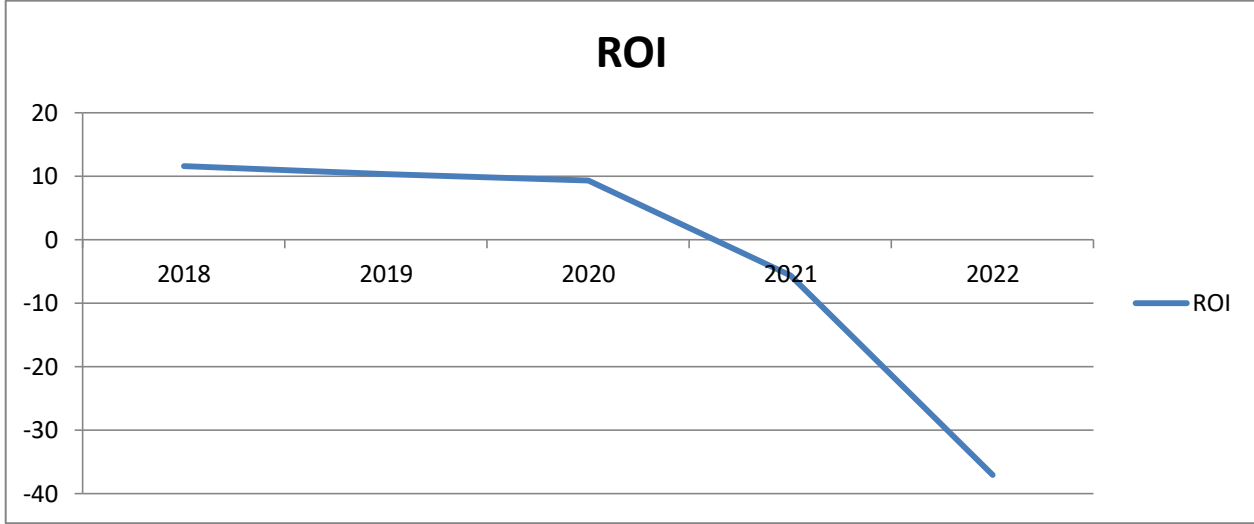
السنوات	النتيجة العملياتية	رأس المال المستثمر	ROI
2018	321901237	2778194421	11,59%
2019	522249752	5059360063	10,32%
2020	243279147	2622591173	9,28%
2021	(89919206)	1592230086	(5,65%)
2022	(438986914)	1182613502	(37,12%)

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر.

- بالنسبة لمؤشر العائد على الاستثمار ROI يتأثر بشكل كبير بالنتيجة العملياتية مما شهد معدلات متذبذبة راجع الى تذبذب النتيجة العملياتية خلال فترة الدراسة، حيث يعتبر هذا المؤشر أكثر المؤشرات التقليدية التي تستخدم لتقييم الأداء في المؤسسات. والنتائج المتحصل عليها تعتبر غير مقبولة لأنها لا تتحصر بين (1%-2%).
- حيث أنه بلغ سنة 2018 أكبر قيمة أي أن النتيجة العملياتية حققت ما مقداره 11,59% من الأموال المستثمرة، ثم أخذت قيما سالبة في السنتين الأخيرتين من الدراسة وهذا لتحقيق نتيجة عملياتية سالبة وهذا يرجع إلى الزيادة في الأعباء والتكاليف التشغيلية، ما يعبر عن عدم كفاءة المؤسسة في استخدام وإدارة كل الأموال المتاحة.
- من خلال الدراسة تبين لنا أن الكفاءة المالية للمؤسسة بتوالي السنوات غير مستقرة وهو ما يدفع المستثمرين الى عدم المواصلة في الاستثمار بالأخص سنة 2022.

سنوضح النتائج في الشكل الموالي:

الشكل رقم 17: منحنى بياني يوضح تطور ROI للفترة (2018-2022)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 15.

3. حساب معدل العائد الأصول على مؤسسة عمر بن عمر ROA

يعكس هذا المعدل مدى نجاح المؤسسة في استخدام أصولها من أجل تحصيل أكبر قدر ممكن من

الأرباح وفي الجدول ادناه سنقوم بحساب معدل العائد على الأصول لمؤسسة عمر بن عمر ROA.

$$\text{معدل العائد على الأصول} = \left(\frac{\text{النتيجة الصافية}}{\text{مجموع الأصول}} \right) * 100$$

ويمكن عرضه في الجدول التالي:

الجدول رقم 16: معدل العائد على الأصول لمؤسسة عمر بن عمر للفترة
(2018-2022)

الوحدة: دج

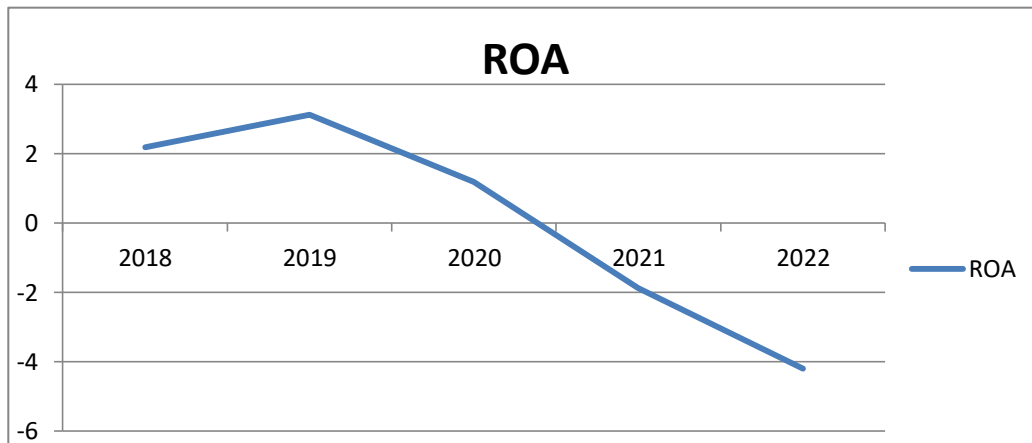
السنوات	النتيجة الصافية	الأصول	ROA
2018	313410417	1438575162	2,18%
2019	408030362,8	1309407320	3,12%
2020	146883029	1234862282	1,19%
2021	(227579576)	1216427626	(1,87%)
2022	(469320818)	1117471925	(4,20%)

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر.

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن مؤشر ROA حقق أعلى مستوى له سنة 2019 بنسبة، 3.12% حيث أنها حققت نتائج مقبولة في السنوات الثلاث الأولى من الدراسة، الى أن وصل لمعدل (4,19%) سنة 2022 هذا الانخفاض له علاقة مباشرة مع تحققه المؤسسة من نتيجة صافية فهناك علاقة طردية بينهم، ما يشير إلى تراجع كفاءة المؤسسة في استغلال أصولها وأسباب مذكورة سابقا.

وسنوضح ذلك في الشكل الآتي:

الشكل رقم 18: منحنى بياني يوضح التطور في ROA للفترة (2018-2022)



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 16.

الفرع الثاني: المؤشرات الحديثة المستخدمة في مؤسسة عمر بن عمر

لأجل معرفة هل هناك خلق او هدم قيمة لدى مؤسسة عمر بن عمر استخدمنا مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة وهذا لتوفر المعطيات والمعلومات اللازمة لحسابه، ولم نستخدم مؤشر القيمة السوقية المضافة لعدم ادراج مؤسسة عمر بن عمر في البورصة.

سنقوم بحساب مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة EVA لمؤسسة عمر بن عمر وفق القانون التالي:

$$EVA = NOPAT - (WACC * Capital Invest)$$

1. حساب نتيجة الاستغلال الصافية NOPAT

تحسب وفق العلاقة التالية:

$$\text{النتيجة التشغيلية الصافية} = \text{النتيجة التشغيلية بعد الضريبة} * (1 - 0.19)$$

سنحاول توضيح النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم 17: النتيجة التشغيلية الصافية للمؤسسة للفترة (2018-2022)

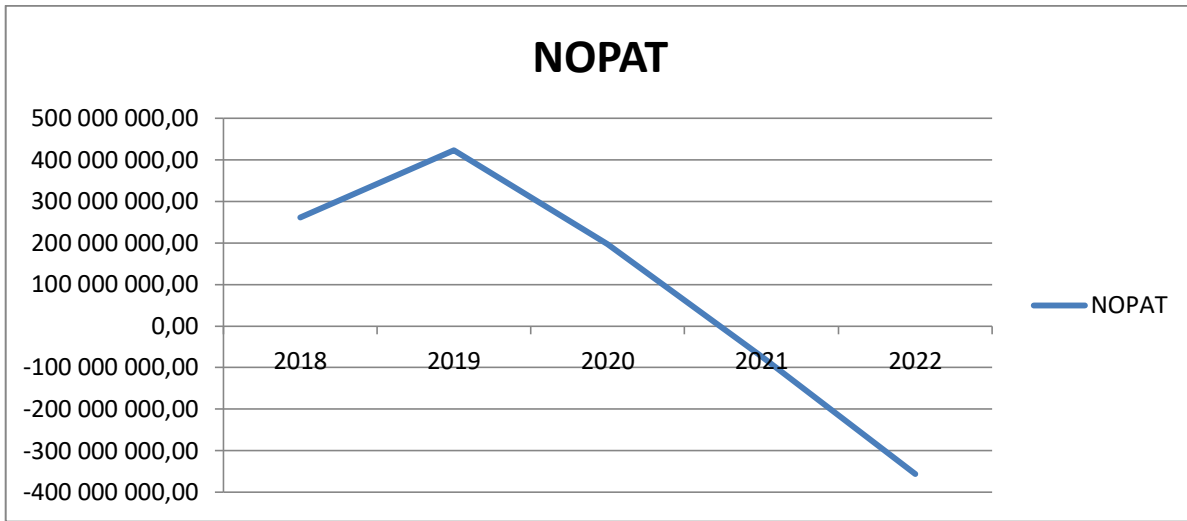
الوحدة: دج

السنوات	النتيجة التشغيلية بعد الضريبة * 0.81	NOPAT
2018	0,81 * 321901237	260740002
2019	0,81 * 522249752	423022299,1
2020	0,81 * 243279147	197056109,1
2021	0,81 * (89919206)	(72834556,86)
2020	0,81 * (438986914)	(355579400,3)

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر.

من الجدول أعلاه، يمكن ملاحظة أن النتيجة التشغيلية الصافية سجلت أعلى قيمة لها سنة 2019، ثم أخذت بالتدهور إلى أن بلغت قيمة سالبة في السنتين الأخيرتين وهذا راجع إلى الانخفاض الكبير في النتيجة التشغيلية لأسباب ذكرناها سابقاً، ما يعبر عن عدم قدرة نشاط مؤسسة عمر بن عمر على تحقيق وخلق فوائض وتكوين ثروة إجمالية. وسنوضح ذلك في الشكل الآتي:

الشكل رقم 19: منحنى بياني يوضح تطور NOPAT لمجمع عمر بن عمر للفترة (2018-2022)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 17.

2. حساب التكلفة الوسطية المرجحة WACC

لحساب القيمة المضافة يجب علينا أولاً حساب التكلفة الوسطية المرجحة من خلال العلاقة

التالية:

$$wacc = ke \left(\frac{cp}{cp + d} \right) + kd \left(\frac{d}{d + cp} \right) (1 - t) / t = 0.19\%$$

• حساب تكلفة الأموال الخاصة KE

يتم حساب تكلفة الأموال الخاصة للمجمع باستعمال المعادلة التالية:

$$\text{تكلفة الأموال الخاصة} = \frac{\text{النتيجة الصافية}}{\text{الأموال الخاصة}} * 100$$

ويمكن عرض النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم 18: تكلفة الأموال الخاصة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)

السنوات	النتيجة الصافية	الأموال الخاصة	KE
2018	313410417	2488203317	12.60%
2019	408030362,8	2808314459	14.53%
2020	146883029	2955197488	4.97%
2021	(227579576)	2727617912	(8.34)%
2022	(46932081)	2258297095	(20.78)%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر .

من الجدول أعلاه تبين لنا أن المؤسسة كانت تعتمد على الأموال الخاصة في تأدية مهامها في السنوات الأولى من خلال النسب المتوصل اليها، غير أنها شهدت تراجعاً كبيراً بداية من سنة 2020 من ثم أخذت قيم سالبة بسبب النتيجة الصافية للأسباب التي ذكرت سالفاً.

• حساب تكلفة الديون kd

يتم حساب تكلفة الديون وفق العلاقة التالية:

$$\text{تكلفة الديون} = \text{المصاريف المالية} / \text{الديون المالية} * 100$$

ويمكن توضيح النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم 19: حساب تكلفة الديون لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2018-2022)

الوحدة: دج

السنوات	المصاريف المالية	الديون المالية	KD
2018	9696214	2578441862	0.38%
2019	13189671	2578441862	0.51%
2020	61596392	2320597676	2.65%
2021	81354683	1804909304	4.51%
2022	49657195	1289220931	3.85%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر .

توصلنا من الجدول أعلاه أنه في السنوات الأولى من الدراسة كانت تكلفة الاستدانة تأخذ نسب متدنية من ثم أخذت في الارتفاع تدريجيا من بداية 2020، وعموما من النتائج المتوصل اليها تبين أن المؤسسة لا تعتمد على المديونية في تسيير نشاطها. وسنحاول تلخيص مجموع النتائج السابقة في الجدول التالي:

الجدول رقم 20: حساب التكلفة الوسطية المرجحة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة

(2022-2018)

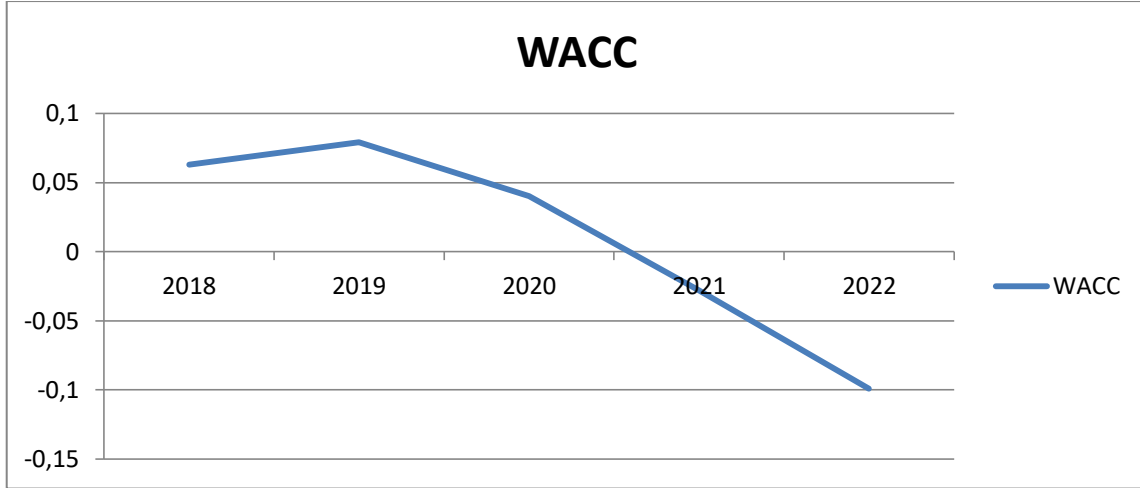
السنوات	Ke	CP/CP+D	KD	D/D+CP	1-0.19	WACC
2018	0.13	0.49	0.003	0.51	0.81	0,063%
2019	0,14	0,52	0,005	0,47	0.81	0,078%
2020	0,04	0,56	0,02	0,43	0.81	0,039%
2021	0,08	0,60	0,04	0,39	0.81	(0.028)%
2022	0,20	0,56	0,03	0,43	0.81	(0,09)%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر.

من خلال الجدول المرفق نلاحظ أن التكلفة الوسطية المرجحة سجلت أعلى مستوى لها سنة 2019 بمعدل % 7,79 لكن في السنوات الموالية سجلت مستويات متدنية إلى أن بلغت أدنى مستوى سنة 2022 بمعدل (% 9,91) وهذا راجع إلى انخفاض تكلفة الأموال الخاصة بسبب تحقيق نتيجة صافية سالبة و نلاحظ أن تكلفة الأموال الخاصة أكبر من التكلفة الوسطية المرجحة في الكثير من سنوات الدراسة، هذا ما يدل على اعتماد المؤسسة على الأموال الخاصة في هيكلها المالي مقارنة بالاستدانة الصافية.

سنوضح ذلك في الشكل التالي:

الشكل رقم 20: منحني بياني يوضح تطور WACC لمجمع عمر بن عمر للفترة (2022-2018)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 20.

3. حساب الأموال المستثمرة CI

يتم حساب الأموال المستثمرة وفق العلاقة التالية:

$$\text{الأموال المستثمرة} = \text{احتياج رأس المال العامل} + \text{الأصول المستثمرة}$$

ويمكن تلخيص النتائج في الجدول التالي:

الجدول رقم 21: حساب احتياج رأس المال العامل BFR لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)

الوحدة: دج

السنوات	الأصول الجارية	خزينة الأصول	الخصوم جارية	خزينة الخصوم	BFR
2018	655066769	741889254	9407025703	1458642284	(5056889272)
2019	4727962545	327396259	7707316881	0	(3309750595)
2020	4630547576	2638739993	7072827657	14463999	(50955484073)
2021	5769470583	2929274554	7631490939	11280683	(4802575593)
2022	5649005665	2839604423	7152501330	0	(4343100090)

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على النتائج السابقة.

نلاحظ من خلال الجدول، أنه خلال طيلة فترة الدراسة سجلت المؤسسة قيما سالبة في احتياج رأس المال العامل، وذلك راجع إلى تراجع انتاجية مؤسسة عمر بن عمر ونقص الطلب من العملاء، مما يدل على سوء تسيير عناصر الاستغلال.

الجدول رقم 22: حساب الأموال المستثمرة لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)

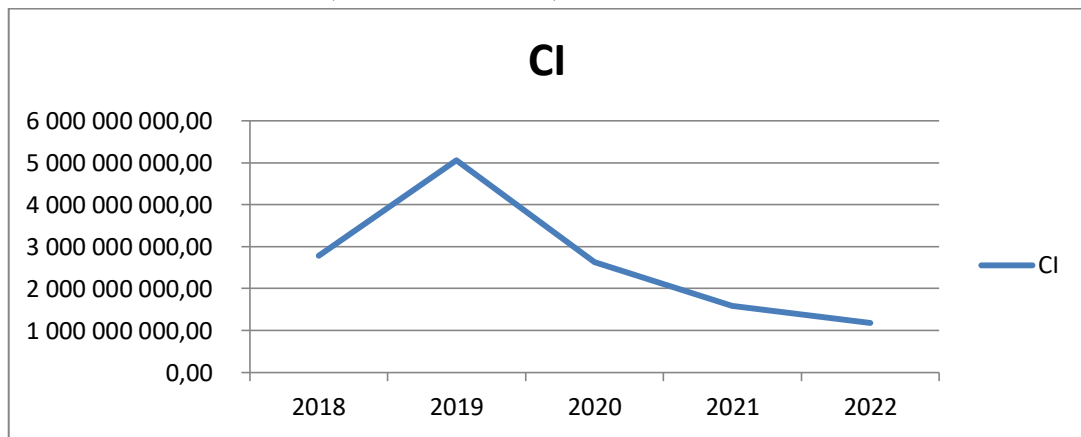
الوحدة: دج

السنوات	الاحتياج BFR	الأصول المستثمرة	الأموال المستثمرة
2018	(5056889272)	7835083693	2778194421
2019	(3309750595)	8369110658	5059360063
2020	(5095484073)	7718075246	2622591173
2021	(4802575593)	6394805679	1592230086
2022	(4343100090)	5525713592	1182613502

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر.

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه أن الأموال المستثمرة حققت أعلى قيمة لها سنة 2019، ثم شهدت انخفاض مستمر، وهذا راجع إلى النتائج التي حققتها الاحتياج في رأس المال العامل، وأن الأصول المستثمرة عرفت انخفاضا ملحوظا بسبب الانخفاض في الاستثمارات العينية. وسنوضح نتائج الجدول في المنحنى التالي

الشكل رقم 21: منحنى بياني يوضح تطور الأموال المستثمرة CI لمؤسسة عمر بن عمر للفترة (2022-2018)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 22.

وسنقوم بعرض نتيجة القيمة الاقتصادية المضافة خلال سنوات الدراسة في الجدول التالي:

الجدول رقم 23: حساب القيمة الاقتصادية المضافة EVA للفترة

(2022-2018)

السنوات	NOPAT	WACC	Capital Investi	EVA
2018	260740002	0,063	2778194421	85713753,5
2019	423022299,1	0,078	5059360063	28392214,2
2020	197056109,1	0,039	2622591173	94775053,4
2021	(72834556,86)	(0,028)	1592230086	(28252114,5)
2022	(355579400,3)	(0,09)	1182613502	(249144185)

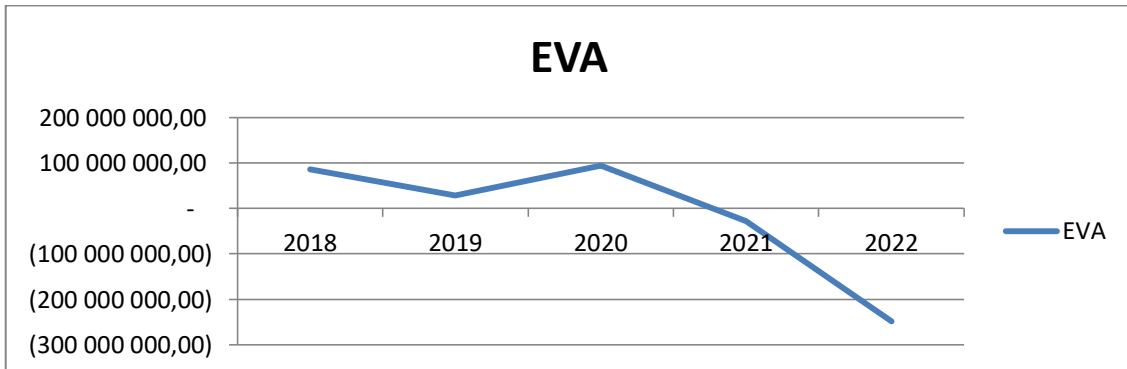
المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر.

من خلال الجدول المرفق نلاحظ أن مؤسسة عمر بن عمر سجلت قيمة اقتصادية مضافة موجبة أي أنه خلق قيمة مضافة سنة 2018-2019-2020 على الترتيب، أدى لتحقيق أرباح اقتصادية في السوق، وبالتالي حققت كفاءة عالية، وبما أن القيمة الاقتصادية المضافة موجبة فإن الربحية على رأس المال المستثمر أكبر من تكلفة الأموال الخاصة، مما يدل على قدرة المؤسسة في خلق ثروة للمساهمين، عدا سنتي 2021-2022 أين سجلت المؤسسة قيمة اقتصادية مضافة سالبة ساهمت في تدمير قيمة المؤسسة، مما يدل على أن الأداء المالي للمؤسسة لم يعد كفو، وأن تكلفة الأموال الخاصة أكبر من رأس المال المستثمر، مما يشير لعدم كفاءة الإدارة للوصول لغاية المساهمين.

وسنوضح النتائج في الشكل التالي:

الشكل رقم 22: منحني بياني يوضح تطور القيمة الاقتصادية المضافة لمؤسسة عمر بن

عمر للفترة (2022-2018)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 23.

المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة

سنحاول مناقشة نتائج الدراسة في ظل ما توصلنا اليه من نتائج وتحليلات للدراسة على النحو

التالي:

الفرع الأول: مدى تبني المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة

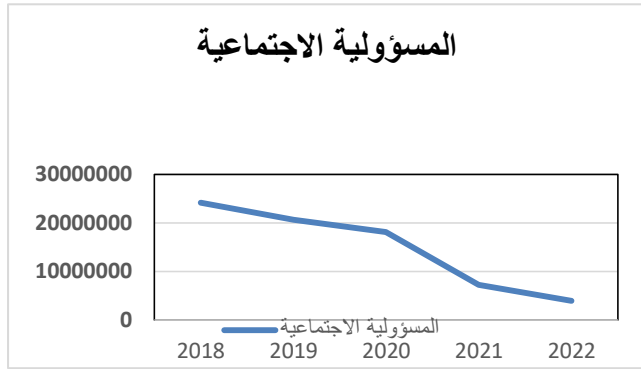
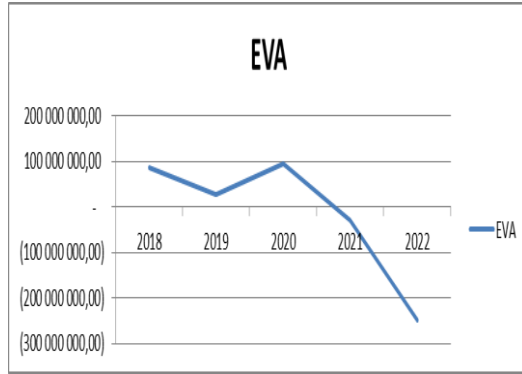
سعي مؤسسة عمر بن عمر الى تبني المسؤولية الاجتماعية تظهر من خلال الجهود التي تبذلها، كاهتمامها التي تبديه لعمالها بدرجة كبيرة بحكم أن استمرارية نشاط المؤسسة وتحقيق نتائج مرضية يرتبط كثيرا بالأداء الجيد الذي يقدمه العامل، ويظهر ذلك بالتدريب والتكوين الدوري لهم وتقديم حوافز ومنح خارج الأجر المقدم، إلا أن هذا لا يستثني مساهمتها المقدمة اتجاه المجتمع التي تساعد المؤسسة في تسهيل سير نشاطها واكتسابها سمعة جيدة في السوق وذلك من خلال خلق فرص عمل للشباب ودعمه وتقديم إعانات خيرية له، ونجد مؤسسة عمر بن عمر حاضرة فيما يخص البيئة الخارجية من خلال المحافظة عليها عن طريق الأنشطة المختلفة التي تقدمها والسلامة البيئية التي تسعى للوصول إليها، ويجدر الإشارة للمساهمات المقدمة للمؤسسة نفسها من معايير الأمان والتطوير لتقديم منتجاتها بجودة عالية تمكنها من ابراز مكانتها في السوق وكسب ثقة المستهلك حول المنتج.

الفرع الثاني: درجة مساهمة تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة للمؤسسة

حسب الدراسات السابقة توصلنا الى أنه لا يوجد الى حد الآن مؤشرات لقياس خلق القيمة المشتركة يمكننا من معرفة دور المسؤولية الاجتماعية في تبني خلق قيمة مشتركة، وعليه سوف تنحصر الدراسة حول مؤشرات خلق القيمة وادماج علاقتها بالمسؤولية الاجتماعية باستعمال مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة.

الشكل رقم 23: منحنيات بيانية توضح التطور في المسؤولية الاجتماعية والقيمة

الاقتصادية المضافة للفترة (2018-2022)

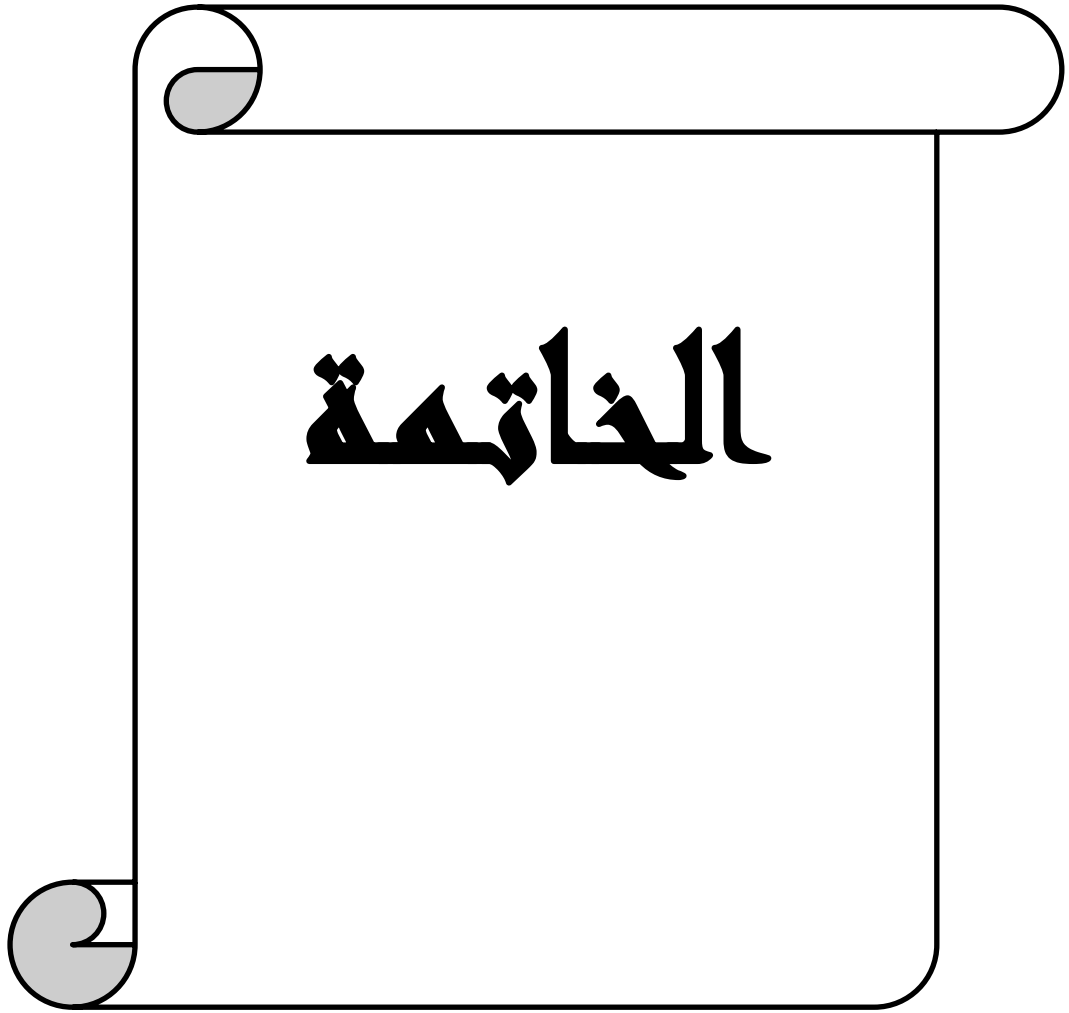


المصدر: من اعداد الطالبتين.

بناء على الشكلين المعروضين يمكننا الوصول إلى ما يلي:

- وجود علاقة طردية بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة الاقتصادية المضافة، أي كلما كان هناك مسؤولية اجتماعية أدى ذلك لظهور خلق قيمة في المؤسسة، ونرى هذا في السنوات الثلاث الأولى من الدراسة.
- بالرغم من أن المؤسسة لم تحقق خلق قيمة اقتصادية في السنتين الأخيرتين إلا أن خلقها لقيمة اجتماعية حافظ على استمراريتها ومكانتها.
- تبني المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية يخلق لها قيمة اقتصادية مما يعزز مكانتها في السوق وقدرتها التنافسية، وذلك لتفاعل عدة محددات.

يتضح لنا من خلال الدراسة التي أجريت على مؤسسة عمر بن عمر بولاية قالمة، والتي كان الهدف منها إسقاط الجزء النظري، من خلال محاولة معرفة مدى التزام المؤسسة في تبني المسؤولية الاجتماعية من خلال معاييرها وتوصلنا إلى أن هناك التزام في تبني المؤسسة بذلك (اتجاه العاملين، اتجاه المجتمع، اتجاه البيئة، اتجاه المؤسسة)، كما تطرقنا الى دراسة القيمة المضافة الاقتصادية وذلك لغياب مؤشرات خاصة بالقيمة المشتركة من خلال حساب كل من المؤشرات التقليدية والحديثة بتحليل القوائم المالية حيث وجدنا أنها في السنتين الأخيرتين كانت سالبة وهذا يعني أن هناك هدر للقيمة فيهما وهذا راجع للأوضاع التي عرفتها المؤسسة.



تناولنا في هذه الدراسة دور المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة في مؤسسة عمر بن عمر باستخدام المؤشرات التقليدية والمؤشرات الحديثة لخلق القيمة، خاصة مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة، فبعد التطرق إلى الجانب النظري والإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية وكذا خلق القيمة المشتركة، تم التعرض إلى مختلف المؤشرات المستخدمة في هذه الدراسة، ليتم بعد ذلك في الجانب التطبيقي اسقاط الدراسة النظرية على المؤسسة محل الدراسة خلال الفترة الزمنية (2018-2022)، حيث تم التعرض إلى اختبار مدى قدرة المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة.

أولاً: اختبار الفرضيات

- بالنسبة للفرضية الأولى: " أسباب لجوء المؤسسات الاقتصادية لتبني المسؤولية الاجتماعية راجع للتطور العلمي وتوسع الفكر في المجتمعات خاصة في ظل التحول من الاقتصاد الصناعي للاقتصاد القائم على المعلومات والمعرفة" هي فرضية صحيحة، حيث تعتبر مفهوما حديثا ومتداولا كثيرا في المؤسسات، فهي عبارة عن ميزة تنافسية التي تساهم في تحسين صورة المؤسسة وتكوين اتجاهات إيجابية نحوها.
- بالنسبة للفرضية الثانية: " تقتصر مؤشرات خلق القيمة على قياس مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة" هي فرضية خاطئة، فهناك مؤشرات تقليدية وأخرى حديثة، إذ تعد المؤشرات التقليدية من الأساليب المستخدمة في تقييم الأداء للمؤسسة، أما بالنسبة للمؤشرات الحديثة فنجد مؤشر القيمة السوقية المضافة الذي لا يقل أهمية عن القيمة الاقتصادية المضافة فهي تعتبر معيارا شاملا في قياس الثروة ومعيارا للفعالية التشغيلية.
- بالنسبة للفرضية الثالثة: " تتبنى مؤسسة عمر بن عمر المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة المدروسة" هي فرضية صحيحة، حيث عملت المؤسسة على ترسيخ وتأكيد تبنيها للمسؤولية الاجتماعية من خلال التكاليف الاجتماعية التي تخصصها للمحيط الداخلي والخارجي لها.
- بالنسبة للفرضية الرابعة: " هناك خلق قيمة اقتصادية خلال الفترة (2018-2022) لدى المؤسسة محل الدراسة، هي فرضية صحيحة، فحسب مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة فإن المؤسسة حققت قيم موجبة أي أن هناك خلق قيمة في الثلاث سنوات الأولى لكن في السنتين الأخيرتين حققت هدم قيمة.

- بالنسبة للفرضية الخامسة: "تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أحد المطالب الأساسية لتحقيق خلق قيمة في المؤسسة محل الدراسة، هي فرضية صحيحة، فقد لاحظنا أن هناك علاقة طردية عند حساب المتغيرين أي أن تبني مؤسسة عمر بن عمر للمسؤولية الاجتماعية هو إعلان عن خلق قيمة بطريقة غير مباشرة.

ثانياً: نتائج الدراسة

بعد القيام بدراسة الجانب النظري والتطبيقي للمسؤولية الاجتماعية ودورها في خلق قيمة مشتركة، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تسمح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من بناء صورتها وتحسين سمعتها ومركزها المالي؛
- تعد القيمة المشتركة نموذجاً جديداً للأعمال وتمثل تحولاً مهماً في التفكير الاستراتيجي للمؤسسات، حيث تسعى لتحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية؛
- تتبنى المؤسسة محل الدراسة المسؤولية الاجتماعية من خلال تحملها لتكاليف خاصة بالجانب الاجتماعي؛
- إن التركيز على خلق القيمة الاقتصادية بالقيم الاجتماعية يحافظ على استمرارية وتميز المؤسسة، والدليل على ذلك وجود خلق قيمة في مؤسسة عمر بن عمر عند تبنيها للمسؤولية الاجتماعية.
- لا توجد معايير تقيس خلق القيمة المشتركة؛
- هناك علاقة طردية بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة الاقتصادية المضافة في المؤسسة محل الدراسة خاصة في الثلاث سنوات الأولى؛
- وجود مشاكل قانونية في مؤسسة عمر بن عمر أدى إلى تراجع إنتاجية المؤسسة وتدهور أوضاعها الاقتصادية من جهة وأوضاعها الاجتماعية من جهة أخرى.

ثالثا: الاقتراحات والتوصيات:

- من الضروري استمرار مؤسسة عمر بن عمر في تبنيها للمسؤولية الاجتماعية مع عدم اغفال الجانب الاقتصادي والمالي، نظرا للظروف الصعبة التي تمر بها المؤسسة؛
- محاولة الزيادة في الانتاج وتخفيض التكاليف والرفع من أدائها من أجل خلق القيمة وكسب رضا أصحاب المصلحة؛
- يجب معالجة المشاكل القانونية للمؤسسة من أجل تحسين أوضاعها؛
- من الضروري أيضا توجيه الأبحاث نحو العمل على إيجاد معايير قياس خلق القيمة المشتركة.
- على الدولة الجزائرية التشجيع على رفع الحس في المؤسسات الاقتصادية في جميع القطاعات على انتهاج القيمة المشتركة، نظرا للفوائد الاقتصادية والاجتماعية التي تعود عليها، وجعلها ضمن استراتيجياتها المستقبلية.

رابعا: آفاق الدراسة

- نظرا لأهمية الموضوع واتساع المفاهيم المرتبطة به، بحيث يستطيع الباحث التعمق فيها أكثر وكتتمة لما سبق يمكن اقتراح تطبيق دراستنا فيما يلي:
- دور المورد البشري في تبني المسؤولية الاجتماعية لخلق قيمة مشتركة.
 - دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وفق نموذج خلق القيمة المشتركة.

قائمة

المراجع

أولاً: المصادر.

1. القرآن الكريم

ثانياً: المراجع باللغة العربية.

الكتب:

1. تامر ياسر البكري. (2001). التسويق والمسؤولية الاجتماعية. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
2. طاهر محسن منصور الغالبي. (2009). ادارة استراتيجيات منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
3. طاهر محسن منصور الغالبي، وصاح مهدي محسن العامري. (2008). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع) (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
4. محمد أبو النصر. (2015). المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات (الإصدار 1). مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
5. محمد فلاق. (2016). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

الأطروحات والمذكرات:

1. أمال عقون. (2022). دور مدخل القيمة الاقتصادية المضافة في دعم الاستراتيجية المالية للمؤسسات الاقتصادية (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سطيف: جامعة فرحات عباس.
2. جميلة مسعودي. (2019). أثر تطبيق مبادئ الحكومة على خلق القيمة للشركات الاقتصادية دراسة حالة شركة "المعمل الجزائري الجديد للمصبرات" (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
3. عبد القادر الجلاي سبخاوي. (2021). مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح.

4. فؤاد محمد حسين الحمدي. (2003). الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك (أطروحة دكتوراه). كلية الادارة والاقتصاد، بغداد: جامعة بغداد.
5. هلال أرحاب وسام. (2017). دور الادارة بالقيم في خلق القيمة بالمؤسسة الاقتصادية (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، غرداية: جامعة غرداية.
6. يوسف بن حمودة. (2015). خلق القيمة من خلال ادارة المعرفة داخل المؤسسة (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الشلف: جامعة حسيبة بن بوعلي.
7. أمال مرقة، وعبد الناصر رواجي. (2021). أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي (رسالة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، سطيف: جامعة سطيف.
8. إيمان القاضي التميمي. (2010). المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية (رسالة ماجستير). كلية الدراسات العليا، المنصورة: جامعة الخليل.
9. شعبان محمد عقيل. (2015). قدرة مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة مقابل مؤشرات الأداء التقليدية على تفسير التغيير في القيمة السوقية للأسهم (رسالة ماجستير). كلية التجارة، غزة: الجامعة الاسلامية.
10. عمر بوسلامي. (2012). دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية (رسالة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة الجزائر.

المجلات العلمية:

1. أحمد عبد الحفيضي. (2019). آليات تفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية. المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، 7(1)، الصفحات 181-190.
2. اسحاق خرشي. (2020). خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات العمل للشركات منظور تحليلي. مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، 4(1)، الصفحات 156-172.
3. إسحاق خرشي. (2020). خلق القيمة المشتركة لمفهوم جديد في أخلاقيات العمل للشركات. مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد، 4(1)، الصفحات 156-172.
4. إشراف عقون، فريدة كافي، وزهرة بوسراج. (13 جوان، 2017). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية. مجلة الاقتصاد الصناعي (12)، الصفحات 344-348.

5. أمينة طاهر. (2020). أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء الزبون في شركة تيلواز. مجلة التكامل الاقتصادي، 8(4)، الصفحات 95-115.
6. إيمان تريمة، وعواطف مطرف. (2023). مساهمة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة. مجلة الأبحاث الاقتصادية المعاصرة، 6(2)، الصفحات 85-104.
7. خالد سيف الاسلام بوخلخال، وعلال بن ثابت. (2021). قياس وتقييم الأداء المالي باستخدام المؤشرات الحديثة والتقليدية ودراسة فعاليتها. مجلة دراسات العدد الاقتصادي، 12(1)، الصفحات 143-160.
8. خضرة صديقي، وحياء بلعيد. (2021). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات خلال تداعيات كورونا. مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، 9(3)، الصفحات 70-91.
9. سمير لغويل، ونوال زمالي. (2016). المسؤولية الاجتماعية: المفهوم، الأبعاد، المعايير. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، 8(27)، الصفحات 301-308.
10. سهام عجاج. (2018). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كمدخل أساسي لتجسيد التنمية المستدامة إزاء العاملين. مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والانسانية، 2(2)، الصفحات 31-61.
11. سوسي هوارى. (2009). دراسة تحليلية لمؤشرات قياس أداء المؤسسات من منظور خلق القيمة. مجلة الباحث، 7(7)، الصفحات 55-7.
12. صبرينة لطرش، ومراد مهدي. (2021). المسؤولية الاجتماعية مدخل لخلق القيمة في المؤسسات الاقتصادية. مجلة العلوم الانسانية لجامعة أمل البواقي، 8(6)، الصفحات 996-1009.
13. عبد الحفيظ قديد، وبن عيسى بن علي. (2023). القيمة الاقتصادية المضافة كأداة للتخطيط المالي الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية. مجلة دفاتر الاقتصادية، 14(1)، الصفحات 401-412.
14. عبد الرزاق مولاي لخضر، وبوزيد سايج. (2011). دور الاقتصاد الاسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات. مجلة الواحات للبحوث، 4(2)، الصفحات 47-69.

15. عبد العزيز قتال، ويزيد صالح. (2020). تأثير مؤشرات الأداء المالي على القيمة السوقية لسهم أليانس للتأمينات خلال الفترة (2012-2018). مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم لبواقي، (2)7، الصفحات 710-725.
16. عبد القادر شيباني، ومحمد فلاق. (2020). واقع تبني منظمات الأعمال لنموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. مجلة الاقتصاد والبيئة، 3(3)، الصفحات 44-62.
17. عبد الكريم بن عامر. (2022). نمذجة شبكة القيمة في المؤسسة الاقتصادية باستعمال برمجة الأهداف المبهمة. مجلة دفاتر اقتصادية، 13(1)، الصفحات 2016-230.
18. فاطمة بلقواسمي، أحمد بن يوسف، ومحمد فلاق. (2022). التوجه الذكي نحو تبني خلق القيمة المشتركة كدعامة لاستدامة المؤسسات الاقتصادية. مجلة العلوم الاجتماعية، 16(1)، الصفحات 373-393.
19. فرحات غول. (2014). سلسلة القيمة ومساهمتها في بناء الميزة التنافسية. مجلة الدراسات في مجال الاقتصاد والتجارة المالية، 3(1)، الصفحات 43-60.
20. فوزية زنفوفي، ونجيمة قرزط. (2023). الممارسات التطبيقية للمسؤولية الاجتماعية. المجلو الجزائرية للعلوم الانسانية والاجتماعية، 7(1)، الصفحات 46-63.
21. كمال حوشين، وآسية رحليل. (2019). دور أخلاقيات العمل في تعزيز المسؤولية الاجتماعية. المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، 7(1)، الصفحات 207-218.
22. محمد فرعون. (2014). أثر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات على أدائها المالي "حوصلة نظرية". مجلة الاقتصاد الجديد، 2(11)، الصفحات 291-304.
23. محمد هبول. (2020). أبعاد المسؤولية الاجتماعية وفق هرم Carroll. مجلة أوراق اقتصادية، 4، الصفحات 206-225.
24. مريم بوالصوف. (2021). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة "استراتيجياتها، تحديات تنفيذها". المجلة الدولية للاداء الاقتصادي، 4(2)، الصفحات 202-217.

25. مسعودة بقباقي، وجميلة الجوزي. (2021). دراسة العلاقة بين الرافعة المالية والأداء المالي بالمؤسسة الجزائرية. مجلة المؤسسة، 1(2)، الصفحات 271-282.
26. وهيبة خيري، وفتح غلاب. (2020). التجارب الدولية والعربية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، 5(1)، الصفحات 13-34.
27. يعقوب سالم، والعلمي قواسمية. (2021). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل دراسة مفاهيمية. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، 9(3)، الصفحات 101-111.

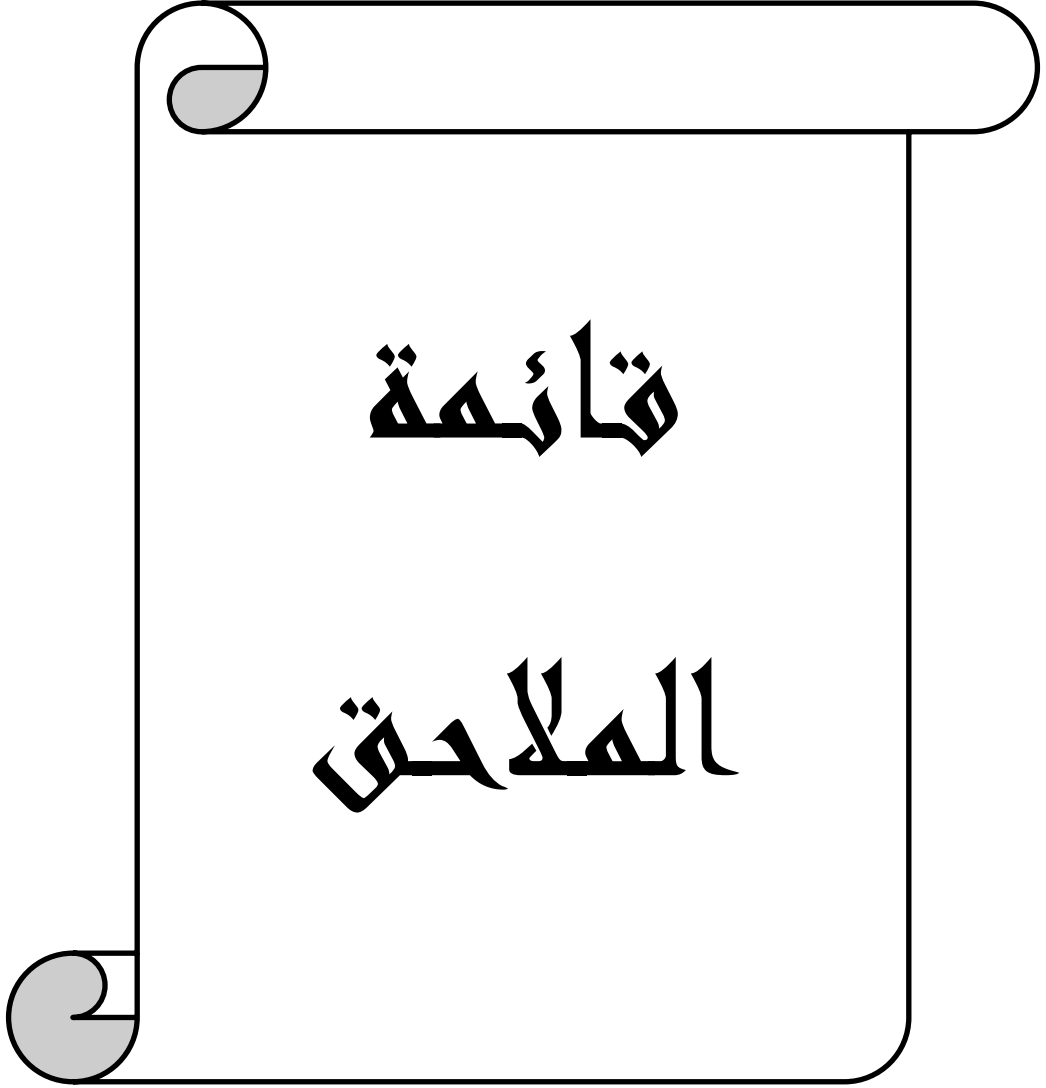
الملتقيات والمداخلات:

1. إسحاق خرشي. (2016). نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية. الملتقى الدولي الثاني عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة الصفحات (18-01) (الشلف: جامعة حسيبة بن بوعلي).
2. السعيد بريكة، وسمير مسعي. (2009). تقييم المنشأة الاقتصادية: مدخل القيمة الاقتصادية المضافة EVA. مقدمة ضمن ملتقى دولي حول صنع القرار في المؤسسات الاقتصادية الصفحات (25-01). مسيلة: جامعة محمد بوضياف.
3. هاشمي عابسة (2008). الدور المحوري لتسيير الموارد البشرية في خلق القيمة لجميع الأطراف اللأخذة. أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة بسكرة

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Charles Stabell et Oystein Fjelstad. (1998). Strategic Management Journal (Vol.19). Configuring value ompetitive Adventage: onchain, Shops, and network.
2. Valerie Bockstette & Mike Stamp. (2011). Evolution, FSG.Creating Shared value: A how to guide for the new corporate.

3. José Paz Rendal. (2015). How creating shared value is taking corporate social responsibility one step further. Facultad de Economía Empresa. Universidad de Comillas. Spain.
4. Michael Porter. (1985). L'avantage concurrentielle. (1er édition). Paris.
5. Michael Porter & others. (2011). The Big idea: Creating Shared Value. How to reinvent capitalism—and Unleash a wave of Innovation and Growth.



قائمة

الملاحق

الملحق رقم 01: القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر من (2018-2022)

DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0000240382275508

Nom de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOU DJ W.GUELMA

BILAN ACTIF

Exercice clos le :

31/12/2018

ACTIF	N			N-1
	MONTANT BRUT N	AMORT-PROV et pertes de valeurs	NET	NET
ACTIF IMMOBILISATION NON COURANT				
Intitulé d'acquisition-goodwill positif ou négatif				
Immobilisations incorporelles				
Immobilisations corporelles				
Terrains	314 214 023		314 214 023	314 214 023
Agencements et aménagements de terrains				
Construction	734 843 209	347 136 696	387 706 513	328 966 648
Install. techn., matériel et outillage industriels	7 145 349 847	1 697 541 807	5 447 808 040	1 831 364 410
Autres immobilisations corporelles	468 784 517	257 220 157	211 564 360	159 265 013
Immobilisations en concession				
Immobilisation en cours	581 059 263		581 059 263	4 276 865 100
Immobilisations financières				
Titres mis en équivalence-entreprises associées				
Autres participations et créances rattachées	820 000 000		820 000 000	820 000 000
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres actifs financiers non courants	72 731 494		72 731 494	75 205 043
Impôts différés actif				
Titres produits différés - Hors cycle d'exploit.				
TOTAL ACTIF NON COURANT	10 136 982 353	2 301 898 660	7 835 083 693	7 805 882 237
ACTIF COURANT				
Stock et en cours	4 757 373 536		4 757 373 536	3 834 886 136
Créances et Emplois assimilés				
Clients	348 159 142		348 159 142	164 181 688
Autres débiteurs	478 084 943		478 084 943	120 839 566
Impôts et assimilés	224 561 095		224 561 095	58 191 254
Autres créances et emplois assimilés				
Responsibilités et assimilés				
Placements et autres actifs financiers courants				
Trésorerie	741 889 254		741 889 254	128 953 155
TOTAL ACTIF COURANT	6 550 667 969		6 550 667 969	4 307 051 798
TOTAL GENERAL ACTIF	16 687 650 322	2 301 898 660	14 385 751 662	12 112 934 035

DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Nom de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W.GUELMA

BILAN PASSIF

Exercice clos le :

31/12/2018

PASSIF	NOTE	MONTANT NET N	MONTANT NET N-1
CAPITAUX PROPRES			
Capital émis (ou compte de l'exploitant)		500 000 000	500 000 000
Capital non appelé			
Primes et réserves (Réserves consolidées) [1]		1 674 792 900	1 596 998 010
Capital de réévaluation			
Capital d'équivalence [1]			
Résultat net (Résultat part du groupe) [1]		313 410 417	77 794 890
Autres capitaux propres-Report à nouveau			
Part de la société consolidante [1]			
Part des minoritaires [1]			
TOTAL I		2 488 203 317	2 174 792 900
PASSIFS NON COURANTS			
Emprunts et dettes financières		2 578 441 862	2 578 441 862
Prêt (différés et provisionnés)			
Autres dettes non courants			
Provisions et produits constatés d'avance			
Autres charges différées - Hors cycle d'exploit.			
TOTAL PASSIFS NON COURANTS II		2 578 441 862	2 578 441 862
PASSIFS COURANTS			
Créditeurs et comptes rattachés		2 040 085 445	1 877 850 917
Prêt		96 993 050	77 751 798
Autres dettes		5 723 385 704	3 427 271 240
Trésorerie passif		1 458 642 284	1 976 925 318
Compte de liaisons des établissements et sociétés de participation			
TOTAL PASSIFS COURANTS III		9 319 106 482	7 359 699 272
TOTAL GENERAL PASSIF		14 385 751 662	12 112 934 035

DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Nom de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W.GUELMA

Exercice du 01/01/2018 au 31/12/2018

Page 1 of 2

COMPTES DE RESULTAS

Désignation	N		N-1	
	Debit en dinars	Credit en dinars	Debit en dinar	Credit en dinars
vente de marchandises				
Production Produits fabriqués		8 714 365 902		7 059 128 028
Produite Prestations de services				
Produite Vente de travaux				
Produits annexes				
Rabais, remises, restournes accordés				
Chiffre d'affaires net des Rabais, remises, ristourne		8 714 365 902		7 059 128 028
Production stockée ou déstockée		-23 884 051		170 107 031
Production immobilisée				
Abandon d'exploitation				
PRODUCTION DE L'EXERCICE		8 690 481 851		7 229 235 059
Coûts de marchandises vendues				
Matières premières	5 840 297 218		4 966 455 552	
Coûts d'approvisionnement	793 345 932		560 905 823	
Variations des stocks				
Coûts d'études et de prestations de services				
Coûts de consommations	132 976 629		108 239 234	
Rabais, remises, ristournes obtenus sur achats				
Sous-traitance générale				
Locations	59 602 401		6 730 706	
Entretien, réparations et maintenance	37 476 917		30 007 900	
Primes d'assurances	19 129 120		16 208 269	
Documentations et divers	13 284 771		5 543 505	
Personnel extérieur à l'entreprise				
Rémunération d'intermédiaires et honoraires	2 870 251		5 488 707	
Publicité	138 713 181		168 661 743	
Déplacement, missions et réceptions	108 539 500		114 826 564	
Coûts de services	128 917 922		89 497 507	
Rabais, remises, ristournes obtenus sur services extérieurs				
CONSOMMATION DE L'EXERCICE	7 275 153 841		6 072 565 529	
- VALEUR AJOUTER D'EXPLOITATION (I-II)		1 415 328 009		1 156 669 530

DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Nom de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR
 Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES
 Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W.GUELMA

Page 2 of 2

Exercice du 01/01/2018 au 31/12/2018

COMPTES DE RESULTAS

Désignation	N		N-1	
	Debit en dinars	Credit en dinars	Debit en dinars	Credit en dinars
Charges de personnel	698 993 602		517 230 383	
Impôts, taxe et versement assimilés	63 910 298		60 702 174	
V - EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		652 424 109		578 736 972
Autres produits opérationnels		40 557 520		10 684 379
Autres charges opérationnelles	52 699 578		143 105 060	
Dotations aux amortissements	318 380 814		245 144 319	
Provisions				
Perte de valeur				
Reprise sur pertes de valeurs et provisions				
V - RESULTAT OPERATIONNEL		321 901 237		201 171 972
Produits financiers		1 205 395		3 446 424
Charges financières	9 696 214		80 383 706	
VI - RESULTAT FINANCIER	8 490 819		76 93 281	
VII - RESULTAT ORDINAIRE (V+VI)		313 410 417		124 234 691
Elément extraordinaires (produits)				
Elément extraordinaires (Charges)				
VIII - RESULTAT EXTRAORDINAIRE				
Impôt exigibles sur résultats ordinaires			45 291 001	
Impôt différés (Variations) sur résultats ordinaires				
IX-RESULTAT DE L'EXERCICE		313 410 417		78 943 690

IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W.GUELMA



BILAN ACTIF

Exercice clos le : 31/12/2019

ACTIF	N			N-1
	MONTANT BRUT N	AMORT-PROV et pertes de valeurs	NET	NET
ACTIF IMMOBILISATION NON COURANT				
Part d'acquisition-goodwill positif ou négatif				
Immobilisations incorporelles	56 737 921	459 907	56 278 013	
Immobilisations corporelles				
- Terrains	314 214 023		314 214 023	314 214 023
- Agencements et aménagements de terrains				
- Construction	983 820 295	385 295 740	598 524 556	387 706 513
- Install. tech., matériel et outillage industriels	7 277 619 945	1 982 746 983	5 314 872 961	5 447 808 040
- Autres immobilisations corporelles	532 684 465	308 586 999	224 097 466	211 564 360
Immobilisations en concession				
Immobilisation en cours	426 203 699		426 203 699	581 059 263
Immobilisation financières				
Titres mis en équivalence-entreprises associées				
- Autres participations et créances rattachées	820 000 000		820 000 000	820 000 000
- Autres titres immobilisés				
- Prêts et autres actifs financiers non courants	614 919 939		614 919 939	72 731 494
- Créances différées actif				
- Autres produits différés - Hors cycle d'exploit.				
TOTAL ACTIF NON COURANT	11 026 200 287	2 667 089 630	8 361 110 658	7 835 083 693
ACTIF COURANT				
Caisse et en cours	3 503 213 356		3 503 213 356	4 757 373 535
Bilances et Emplois assimilés				
- Clients	39 647 298		39 647 298	348 159 142
- Autres débiteurs	761 397 175		761 397 175	478 684 943
- Stocks et assimilés	93 308 458		93 308 458	224 561 095
- Autres créances et emplois assimilés				
Responsabilités et assimilés				
Placements et autres actifs financiers courants				
Provision	327 396 259		327 396 259	741 889 254
TOTAL ACTIF COURANT	4 724 962 545		4 724 962 545	6 550 667 969
TOTAL GENERAL ACTIF	15 751 162 833	2 667 089 630	13 084 073 203	14 385 751 662

PASSIF	NOTE	MONTANT NET N	MONTANT NET N-1
CAPITAUX PROPRES			
Capital émis (ou compte de l'exploitant)			
Capital non appelé		500 000 000	500 000 000
Primes et réserves (Réserves consolidées) [1]			
Ecart de réévaluation		1 900 284 096	1 674 792 900
Ecart d'équivalence [1]			
Résultat net (Résultat part du groupe) [1]			
Autres capitaux propres-Report à nouveau		408 030 363	225 491 196
Part de la société consolidante [1]			
Part des minoritaires [1]			
TOTAL I		2 808 314 459	2 400 284 096
PASSIFS NON COURANTS			
Emprunts et dettes financières			
Impôts (différés et provisionnés)		2 578 441 862	2 578 441 862
Autres dettes non courants			
Provisions et produits constatés d'avance			
Autres charges différées - Hors cycle d'exploit.			
TOTAL PASSIFS NON COURANTS II		2 578 441 862	2 578 441 862
PASSIFS COURANTS			
Fournisseurs et comptes rattachés			
Capital		2 838 582 901	2 040 085 445
Autres dettes		116 737 793	184 912 271
Tresorerie passif		4 751 996 187	5 723 385 704
Compte de liaisons des établissements et sociétés de participation			1 458 642 284
TOTAL PASSIFS COURANTS III		7 707 316 881	9 407 025 703
TOTAL GENERAL PASSIF		13 094 073 203	14 385 751 662

IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 0 8

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOU DJ W.GUELMA



Exercice du 01/01/2019 au 31/12/2019

Page 1 of 2

COMPTES DE RESULTAS

Désignation	N		N-1	
	Debit en dinars	Credit en dinars	Debit en dinars	Credit en dinars
Produits de marchandises				
Production				
Produits fabriqués		11 185 772 107		8 714 365 902
Prestations de services				
Vente de travaux				
Produits annexes				
Rabais, remises, restournes accordés				
Chiffre d'affaires net des Rabais, remises, ristourne		11 185 772 107		8 714 365 902
Production stockée ou déstockée		57 934 878		-23 884 051
Production immobilisée				
Intervention d'exploitation				
PRODUCTION DE L'EXERCICE		11 243 706 985		8 690 481 851
Charges de marchandises vendues				
Matières premières	8 084 473 997		5 840 297 218	
Coûts d'approvisionnements	912 848 155		793 345 932	
Variations des stocks				
Coûts d'études et de prestations de services				
Coûts de consommations	137 026 289		132 976 629	
Rabais, remises, ristournes obtenus sur achats				
Sous-traitance générale				
Locations	5 788 179		59 602 401	
Entretien, réparations et maintenance	31 668 291		37 476 917	
Primes d'assurances	15 798 805		19 129 120	
Documentations et divers	24 990 778		13 284 771	
Personnel extérieur à l'entreprise				
Rémunération d'intermédiaires et honoraires	14 414 494		2 870 251	
Publicité	36 753 827		138 713 181	
Déplacement, missions et réceptions	72 526 505		108 539 500	
Autres services	39 873 939		128 917 922	
Rabais, remises, ristournes obtenus sur services extéri				
CONSOMMATION DE L'EXERCICE	9 376 163 257		7 275 153 841	
VALEUR AJOUTER D'EXPLOITATION (I-II)		1 867 543 728		1 415 328 009

IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOU DJ W.GUELMA

Exercice du 01/01/2019 au 31/12/2019

Page 2 of 2

COMPTES DE RESULTAS

Désignation	N		N-1	
	Debit en dinars	Credit en dinars	Debit en dinars	Credit en dinars
charges de personnel	796 014 416		698 993 602	
coûts, taxe et versement assimilés	106 891 454		63 910 298	
- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		964 637 858		652 424 109
autres produits opérationnels		9 566 199		40 557 520
autres charges opérationnelles	87 461 463		52 699 578	
dotations aux amortissements	364 492 842		318 380 814	
provisions				
effet de valeur				
prise sur pertes de valeurs et provisions				
RESULTAT OPERATIONNEL		522 249 752		321 901 237
produits financiers		912 704		1 205 395
charges financières	13 189 671		9 696 214	
RESULTAT FINANCIER	12 276 966		8 490 819	
RESULTAT ORDINAIRE (V+VI)		509 972 786		313 410 417
produit extraordinaires (produits)				
produit extraordinaires (Charges)				
RESULTAT EXTRAORDINAIRE				
produit exigibles sur résultats ordinaires	101 942 423		87 919 221	
produit différés (Variations) sur résultats ordinaires				
RESULTAT DE L'EXERCICE		408 030 363		225 491 196



IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W. GUELMA

Exercice du 01/01/2020 au 31/12/2020

BILAN (ACTIF)

ACTIF	Montants Bruts	Amortissements, provisions et pertes de Valeurs	N		N - 1
			Net		Net
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition – goodwill positif ou négatif					
Immobilisations incorporelles	58 633 171	12 091 779	46 541 392		56 278 013
Immobilisations corporelles					
Terrains	314 214 023		314 214 023		314 214 023
Agencements et aménagements terrains					
Construction	1 077 470 468	438 813 884	638 656 583		598 524 556
Install.tech. matériel et outillage industriels	7 562 844 974	2 351 006 186	5 211 838 788		5 314 872 961
Autres immobilisations corporelles	581 024 504	367 665 311	213 359 194		224 097 466
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours	76 151 306		76 151 306		426 203 699
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées	820 000 000		820 000 000		820 000 000
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants	396 154 961		396 154 961		614 919 939
Impôts différés actif	1 159 000		1 159 000		
Autres produits différés- Hors					
TOTAL ACTIF NON COURANT	10 887 652 406	3 169 577 160	7 718 075 246		8 369 110 658
ACTIFS COURANTS					
Stocks et encours	695 746 957		695 746 957		3 503 213 356
Créances et emplois assimilés					
Clients	169 345 639	3 034 369	166 311 270		39 647 298
Autres débiteurs	1 000 087 637		1 000 087 637		761 397 175
Impôts et assimilés	129 661 720		129 661 720		93 308 458
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie	2 638 739 993		2 638 739 993		327 396 259
TOTAL ACTIF COURANT	4 633 581 945	3 034 369	4 630 547 576		4 724 962 545
TOTAL GENERAL ACTIF	15 521 234 351	3 172 611 529	12 348 622 822		13 094 073 203

IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W.GUELMA

Exercice du 01/01/2020 au 31/12/2020

BILAN (PASSIF)

PASSIF	N	
CAPITAUX PROPRES :		
Capital émis	500 000 000	500 000 000
Capital non appelé		
Primes et réserves- Réserves consolidées (1)	2 308 314 459	1 900 284 096
Ecart de réévaluation		
Ecart d'équivalence (1)		
Résultat net - Résultat net part du groupe (1)	146 883 029	408 030 363
Autres capitaux propres - Report à nouveau		
Part de la société consolidante (1)		
Part des minoritaires (1)		
TOTAL I	2 955 197 488	2 808 314 459
PASSIFS NON-COURANTS :		
Emprunts et dettes financières	2 320 597 676	2 578 441 862
Impôts (différés et provisionnés)		
Autres dettes non courantes		
Provisions et produits constatés d'avance		
Autres charges différées- Hors cycle d'exploit		
TOTAL II	2 320 597 676	2 578 441 862
PASSIFS COURANTS :		
Fournisseurs et comptes rattachés	1 630 752 142	2 838 582 907
Impôts	67 935 078	116 737 792
Autres dettes	5 359 676 439	4 751 996 187
Trésorerie Passif	14 463 999	
Compte de liaisons des établissements et sociétés de participation		
TOTAL III	7 072 827 657	7 707 316 886
TOTAL PASSIF (I+II+III)	12 348 622 822	13 094 073 207

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

Designation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W. GUELMA

Exercice du 01/01/2020 au 31/12/2020

Page 1 of

COMPTE DE RESULTAT

Désignation	N		N-1	
	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)
Ventes de marchandises				
Production vendue				
Produits fabriqués		8 638 058 842		11 185 772 107
Prestations de services				
Vente de travaux				
Produits annexes		1 110 175		
Rabais, remises, ristournes accordés				
Chiffre d'affaires net des Rabais, remises, ristournes		8 639 169 017		11 185 772 107
Production stockée ou déstockée		-180 509 663		57 934 878
Production immobilisée				
Subventions d'exploitation				
Production de l'exercice		8 458 659 354		11 243 706 985
Achats de marchandises vendues				
Matières premières	5 682 532 964		8 084 473 997	
Autres approvisionnements	648 223 955		912 848 155	
Variations des stocks				
Achats d'études et de prestations de services				
Autres consommations	101 725 702		137 026 289	
Rabais, remises, ristournes obtenues sur achats				
Services				
Sous-traitance générale	2 526 600			
Locations	64 746 347		5 788 179	
Entretien, réparations et maintenance	37 885 542		31 668 291	
Extérieurs				
Primes d'assurances	17 441 049		15 798 805	
Documentation et divers	7 012 285		24 990 778	
Personnel extérieur à l'entreprise	281 800			
Rémunération d'intermédiaires et honoraires	9 013 542		14 414 494	
Publicité	26 557 576		36 753 827	
Déplacements, missions et réceptions	27 793 062		72 526 505	
Autres services	47 574 122		39 873 939	
Rabais, remises, ristournes obtenues sur services extérieurs				
Consommations de l'exercice	6 673 314 549		9 376 163 257	
III- Valeur ajoutée d'exploitation (I-II)		1 785 344 805		1 867 543 728

IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W GUELMA

Exercice du 01/01/2020 au 31/12/2020

COMPTE DE RESULTAT

Page 2 of :

Désignation	N		N-1	
	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)
Charges de personnel	841 747 794		796 014 416	
Impôts et taxes et versements assimilés	81 740 134		106 891 454	
IV-Excédent brut d'exploitation		861 856 877		964 637 858
Autres produits opérationnels		11 206 897		9 566 199
Autres charges opérationnelles	113 425 976		87 461 463	
Dotations aux amortissements	516 358 651		364 492 842	
Provision				
Pertes de valeur				
Reprise sur pertes de valeur et provisions				
V-Résultat opérationnel		243 279 147		522 249 752
Produits financiers		23 146 600		912 704
Charges financières	61 596 392		13 189 671	
VI-Résultat financier	38 449 792		12 276 966	
VII-Résultat ordinaire (V+VI)		204 829 354		509 972 786
Éléments extraordinaires (produits) (*)				
Éléments extraordinaires (Charges) (*)				
VIII-Résultat extraordinaire				
Impôts exigibles sur résultats	59 105 325		101 942 423	
Impôts différés (variations) sur résultats		1 159 000		
IX - RESULTAT NET DE L'EXERCICE		146 883 029		408 030 363

(*) À détailler sur état annexe à joindre.

(09)

BILAN ACTIF

Du 01/01/2021 au 31/12/2021

ACTIF	MONTANT BRUT N	AMORT-PROV N	MONTANT NET	MONTANT NET N-1
ACTIF IMMOBILISATION NON COURANT				
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou négatif				
Immobilisations incorporelles	58 933 171	23 833 413	35 099 757	46 541 392
Immobilisation corporelles				
- Terrains	314 214 023		314 214 023	314 214 023
- Agencements et aménagements de terrains				
- Construction	1 083 537 128	492 667 823	590 869 305	638 656 583
- Install. tech., matériel et outillage industriels	7 563 878 774	2 743 402 109	4 820 476 665	5 211 838 788
- Autres immobilisations corporelles	595 330 952	430 606 988	164 723 964	213 359 194
Immobilisations en concession				
Immobilisation en cours	75 402 023		75 402 023	76 151 306
Immobilisation financières				
- Titres mis en équivalence-entreprises associées				
- Autres participations et créances rattachées	820 000 000	820 000 000		820 000 000
- Autres titres immobilisés				
- Prêts et autres actifs financiers non courants	392 416 606		392 416 606	396 154 961
Impôts différés actif	1 603 335		1 603 335	1 159 000
Autres produits différés - Hors cycle d'exploit.				
TOTAL ACTIF NON COURANT	10 905 316 012	4 510 510 333	6 394 805 679	7 718 075 247
ACTIF COURANT				
Stock et en cours	1 152 568 076		1 152 568 076	695 746 957
Créances et Emplois assimilés				
-Clients	84 420 473	3 034 369	81 386 103	166 311 270
-Autres débiteurs	1 524 218 197		1 524 218 197	1 000 087 637
-Impôts et assimilés	82 023 653		82 023 653	129 661 720
-Autres créances et emplois assimilés				
Disponibilités et assimilés				
-Placements et autres actifs financiers courants				
-Trésorerie	2 929 274 554		2 929 274 554	2 638 739 993
TOTAL ACTIF COURANT	5 772 504 952	3 034 369	5 769 470 583	4 630 547 576
TOTAL GENERAL ACTIF	16 677 820 964	4 513 544 702	12 164 276 262	12 348 622 822



BILAN PASSIF

Du 01/01/2021 au 31/12/2021

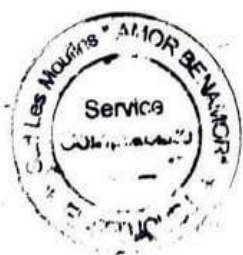
PASSIF	MONTANT NET N	MONTANT NET N-1
CAPITAUX PROPRES		
Capital émis (ou compte de l'exploitant)	500 000 000	500 000 000
Capital non appelé		
Primes et réserves (Réserves consolidées) [1]	2 308 314 459	2 308 314 459
Ecart de réévaluation		
Ecart d'équivalence [1]		
Résultat net (Résultat part du groupe) [1]	-227 579 576	146 883 029
Autres capitaux propres-Report à nouveau	146 883 029	
Part des minoritaires [1]		
TOTAL I	2 727 617 912	2 955 197 488
PASSIFS NON COURANTS		
Emprunts et dettes financières	1 804 909 304	2 320 597 676
Impôt (différés et provisionnés)	258 107	
Autres dettes non courants		
Provisions et produits constatés d'avance		
Autres charges différées - Hors cycle d'exploit.		
TOTAL PASSIFS NON COURANTS II	1 805 167 411	2 320 597 676
PASSIFS COURANTS		
Fournisseurs et comptes rattachés	1 653 537 922	1 630 752 142
Impôt	595 920 689	67 935 078
Autres dettes	5 370 751 646	5 359 676 439
Trésorerie passif	11 280 683	14 463 999
Compte de liaisons des établissements et sociétés de participation		
TOTAL PASSIFS COURANTS III	7 631 490 939	7 072 827 657
TOTAL GENERAL PASSIF	12 164 276 262	12 348 622 822



COMPTES DE RESULTAT

Du 01/01/2021 au 31/12/2021

Désignation	Note	N	N-1
Vente et produit annexes		9 307 234 782	8 639 169 017
Variations stocks produits finis et en cours		93 734 451	-180 509 663
Production immobilisée			
Subvention d'exploitation			
I-PRODUCTION DE L'EXERCICE		9 400 969 233	8 458 659 354
Achats consommés		6 554 584 797	6 432 482 621
Services extérieurs et autres consommations		264 565 516	240 831 928
II-CONSOMMATION DE L'EXERCICE		6 819 150 313	6 673 314 549
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		2 581 818 920	1 785 344 805
Charges de personnel		785 503 475	841 747 794
Impôts, taxe et versement assimilés		101 009 329	81 740 134
IV-EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		1 695 306 116	861 856 877
Autres produits opérationnels		88 738 033	11 206 897
Autres charges opérationnelles		58 297 871	113 425 976
Dotations aux amortissement, Provisions et pertes de valeurs		995 665 483	516 358 651
Reprise sur pertes de valeurs et provisions		820 000 000	
V-RESULTAT OPERATIONNEL		-89 919 205	243 279 147
Produits financiers		18 453 278	23 146 600
Charges financières		81 354 682	61 596 392
VI-RESULTAT FINANCIER		-62 901 404	-38 449 792
VII-RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOT (V+VI)		-152 820 609	204 829 354
Impôt exigibles sur résultats ordinaires		74 945 193	59 105 325
Impôt différés (Variations) sur résultats ordinaires		186 228	1 159 000
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		9 508 160 544	8 493 012 851
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES		9 735 740 118	8 346 129 821
VIII-RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		-227 579 576	146 883 029
Elément extraordinaires (produits) (à préciser)			
Elément extraordinaires (Charges) (à préciser)			
IX-RESULTAT EXTRAORDINAIRE			
X-RESULTAT NET DE L'EXERCICE		-227 579 576	146 883 029



IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

N.I.F 0 0 0 0 2 4 0 3 8 2 2 7 5 5 0 8

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W. GUELMA

Exercice du 01/01/2022 au 31/12/2022

BILAN (ACTIF)

ACTIF	N			N - 1
	Montants Bruts	Amortissements, provisions et pertes de Valeurs	Net	Net
ACTIFS NON COURANTS				
Ecart d'acquisition – goodwill positif ou négatif				
Immobilisations incorporelles	58 933 171	35 620 047	23 313 123	35 099 757
Immobilisations corporelles				
Terrains	311 336 963		311 336 963	314 214 023
Agencements et aménagements terrains				
Construction	1 083 537 128	546 755 789	536 781 339	590 869 305
Installation. Technique. Matériel et outillage industriels	7 564 666 658	3 133 598 143	4 431 068 515	4 820 476 665
Autres immobilisations corporelles	596 647 017	490 146 186	106 500 831	164 723 964
Immobilisations en concession	2 877 060		2 877 060	
Immobilisations encours	79 737 850		79 737 850	75 402 023
Immobilisations financières				
Titres mis en équivalence				
Autres participations et créances rattachées	820 000 000	820 000 000		
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres actifs financiers non courants	27 764 367		27 764 367	392 416 606
Impôts différés actif	6 333 542		6 333 542	1 603 335
Autres produits différés- Hors				
TOTAL ACTIF NON COURANT	10 551 833 757	5 026 120 165	5 525 713 592	6 394 805 679
ACTIFS COURANTS				
Stocks et encours	812 231 913	5 055 626	807 176 287	1 152 568 076
Créances et emplois assimilés				
Clients	34 384 512		34 384 512	81 386 103
Autres débiteurs	1 897 693 085		1 897 693 085	1 524 218 197
Impôts et assimilés	70 147 356		70 147 356	82 023 653
Autres créances et emplois assimilés				
Disponibilités et assimilés				
Placements et autres actifs financiers courants				
Trésorerie	2 839 604 425		2 839 604 425	2 929 274 554
TOTAL ACTIF COURANT	5 654 061 290	5 055 626	5 649 005 665	5 769 470 583
TOTAL GENERAL ACTIF	16 205 895 047	5 031 175 791	11 174 719 256	12 164 276 262

Désignation de l'entreprise : SARL LES MOULINS AMOR BENAMOR

Activité : SEMOULERIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOU DJ W. GUELMA



Exercice du 01/01/2022 au 31/12/2022

BILAN (PASSIF)

PASSIF	N	N - 1
CAPITAUX PROPRES :		
Capital émis	500 000 000	500 000 000
Capital non appelé		
Primes et réserves- Réserves consolidées (1)	2 308 314 459	2 308 314 459
Ecarts de réévaluation		
Ecart d'équivalence (1)		
Résultat net - Résultat net part du groupe (1)	-469 320 818	- 227 579 576
Autres capitaux propres – Report à nouveau	-80 696 547	146 883 029
Part de la société consolidante (1)		
Part des minoritaires (1)		
TOTAL I	2 258 297 095	2 727 617 912
PASSIFS NON-COURANTS :		
Emprunts et dettes financières	1 289 220 931	1 804 909 304
Impôts (différés et provisionnés)	474 699 900	258 107
Autres dettes non courantes		
Provisions et produits constatés d'avance		
Autres charges différées- Hors cycle d'exploit		
TOTAL II	1 763 920 832	1 805 167 411
PASSIFS COURANTS :		
Fournisseurs et comptes rattachés	1 677 950 944	1 653 537 922
Impôts	60 399 154	595 920 689
Autres dettes	5 414 151 232	5 370 751 646
Trésorerie Passif		11 280 683
Compte de liaisons des établissements et sociétés de participation		
TOTAL III	7 152 501 330	7 631 490 939
TOTAL PASSIF (I+II+III)	11 174 719 256	12 164 276 262

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

IMPRIME DESTINE A L'ADMINISTRATION

NIF 0000240362275508

Désignation de l'entreprise : SARLES MOULINS AMOR BOUTOR

Activité : SEMOUZAIE ET PRODUCTION PATES ALIMENTAIRES

Adresse : ZONE INDUSTRIELLE EL FEDJOUJ W GUELMA

Exercice du 01/01/2022 au 31/12/2022



Page 1 of 2

COMPTE DE RESULTAT

Désignation	N		N-1	
	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)
Ventes de marchandises				
Production vendue	Produits fabriqués	3 404 646 349		9 306 673 102
	Prestations de services	586 891		561 680
	Vente de travaux			
Produits annexes				
Rabais, remises, ristournes accordés				
Chiffre d'affaires net des Rabais, remises, ristournes		3 405 233 239		9 307 234 782
Production stockée ou déstockée		-94 079 238		93 734 451
Production immobilisée				
Subventions d'exploitation				
I-Production de l'exercice		3 311 153 997		9 400 969 233
Achats de marchandises vendues				
Matières premières	1 879 627 530		5 826 228 655	
Autres approvisionnements	284 926 386		640 136 488	
Variations des stocks				
Achats d'études et de prestations de services				
Autres consommations	42 260 345		88 219 654	
Rabais, remises, ristournes obtenues sur achats				
Services extérieurs	Sous-traitance générale			
	Locations	56 240 000		116 764 180
	Entretien, réparations et maintenance	15 460 835		28 944 484
	Primes d'assurances	20 538 137		19 657 884
	Documentation et divers	5 367 985		4 740 147
	Personnel extérieur à l'entreprise	70 000		353 413
	Rémunération d'intermédiaires et honoraires	8 461 066		97 536
	Publicité	275 659		8 767 768
Déplacements, missions et réceptions	10 189 719		17 575 276	
Autres services	47 136 728		67 664 830	
Rabais, remises, ristournes obtenues sur services extérieurs				
II-Consommations de l'exercice	2 370 554 396		6 819 150 313	
III-Valeur ajoutée d'exploitation (I-II)		940 599 601		2 581 818 920

Exercice du 01/01/2022 au 31/12/2022

Page 2 of 2

COMPTE DE RESULTAT

Désignation	N		N-1	
	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)	DEBIT (en Dinars)	CREDIT (en Dinars)
Charges de personnel	804 201 990		785 503 475	
Impôts et taxes et versements assimilés	16 887 656		101 009 329	
IV-Excédent brut d'exploitation		119 509 955		1 695 306 116
Autres produits opérationnels		5 117 424		88 738 033
Autres charges opérationnelles	48 004 416		58 297 871	
Dotations aux amortissements	515 409 832		520 965 583	
Provision	5 055 626		1 294 699 900	
Pertes de valeur				
Reprise sur pertes de valeur et provisions		5 055 582		
I-Résultat opérationnel	438 986 914		89 919 206	
Produits financiers		14 334 976		18 453 278
Charges financières	49 657 195		81 354 683	
I-Résultat financier	35 322 219		62 901 405	
II-Résultat ordinaire (V+VI)	474 309 132		152 820 610	
Éléments extraordinaires (produits) (*)				
Éléments extraordinaires (Charges) (*)				
II-Résultat extraordinaire				
Impôts exigibles sur résultats			74 945 193	
Impôts différés (variations) sur résultats		4 988 315	258 107	444 335
- RESULTAT NET DE L'EXERCICE	469 320 818		227 579 576	

(*) À détailler sur état annexe à joindre.



الملحق رقم 02: القوائم المالية لمؤسسة عمر بن عمر من (2018-2022)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLICUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT
SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET
COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION

قسم علوم التسيير

Ref :..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....

الرقم : 2024 / ع.ت.ك.ع.ات.ع.ت.ج.ق / 17

Guelma le :.....

قالمة في : 17 / 3 / 2024

إلى السيد:
بتاريخ:
الفضول

الموضوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية أو تربص

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب (ة):
الطالب (ة):

مسجل (ة) بقسم علوم التسيير سنة (أولى) / (ثانية) ماستر فرع: (علوم التسيير) / (علوم مالية)

تخصص : في حاجة لإجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم .

موضوع الزيارة :
في المؤسسة الاقتصادية التي خلقها قديما مشتركا

في المؤسسة الاقتصادية التي دراستها حاليًا



لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية

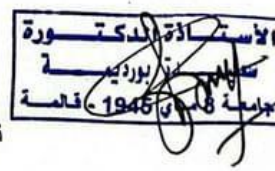
ولكم منافائق التقدير و الاحترام

ع/ رئيس القسم

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف



مؤيد ذلك القسم المكلف بها
مؤيد رئيس القسم المكلف بها
والبحوث العلمي بقسم علوم التسيير
الدكتور: عبد السلام كلاوي
الدكتور: عبد السلام كلاوي



ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق قيمة مشتركة، حيث أجريت دراسة تطبيقية ميدانية في إحدى أهم المؤسسات الاقتصادية التي تنشط في قطاع الصناعات الغذائية وهي مؤسسة عمر بن عمر بقالمة خلال الفترة (2018-2022)، والتي تحتل مكانة متميزة ورائدة على المستويين المحلي والوطني.

ولتحقيق ذلك تم استخدام العديد من المؤشرات التي تقيس المسؤولية الاجتماعية، في حين تم اختيار القيمة الاقتصادية المضافة كمؤشر لقياس خلق القيمة وذلك بناء على المعلومات والبيانات المقدمة من المؤسسة.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود تبني للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة مما عزز القيمة الاقتصادية المضافة فيها، ما يؤكد على وجود علاقة تربط بين المسؤولية الاجتماعية وخلق القيمة المشتركة، كما أن توجه المؤسسة محل دراستنا نحو الالتزام بالجانب الاجتماعي أثر ايجاباً على تحسين القيمة الاقتصادية لها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، خلق القيمة، خلق القيمة المشتركة، القيمة الاقتصادية المضافة.

Résumé de l'étude :

La présente étude vise à explorer le rôle de l'adoption de la responsabilité sociale dans la création de valeur partagée, en réalisant une étude de cas sur le terrain dans l'une des institutions économiques les plus importantes du secteur des industries alimentaires, l'entreprise Omar Ben Omar à Guelma, au cours de la période (2018-2022), qui occupe une position distincte et pionnière au niveau local et national. Pour atteindre cet objectif, plusieurs indicateurs de la responsabilité sociale ont été utilisés, tandis que la valeur économique ajoutée a été choisie comme indicateur pour mesurer la création de valeur, en se basant sur les informations et les données fournies par l'entreprise.

L'étude a abouti à la constatation d'une adoption de la responsabilité sociale dans l'entreprise, ce qui a renforcé la valeur économique ajoutée, ce qui confirme

l'existence d'une relation entre la responsabilité sociale et la création de valeur partagée. De plus, l'orientation de l'entreprise étudiée vers le respect du volet social a eu un impact positif sur l'amélioration de la valeur économique.

Mots-clés : responsabilité sociale, création de valeur, création de valeur partagée, valeur économique ajoutée.

Study summary:

The study aims to explore the role of adopting social responsibility in creating shared value, where a field study was conducted in one of the most important economic institutions operating in the food industry, Omar Ben Omar in Guelma, during the period (2018-2022), which holds a distinct and pioneering position at both the local and national levels. To achieve this, several indicators of social responsibility were used, while the added economic value was chosen as an indicator to measure the creation of value, based on the information and data provided by the institution.

The study found that the institution had adopted social responsibility, which strengthened the added economic value, confirming the existence of a relationship between social responsibility and shared value creation. Additionally, the institution's focus on social commitment had a positive impact on improving its economic value.

Key terms: social responsibility, value creation, shared value, added economic value.