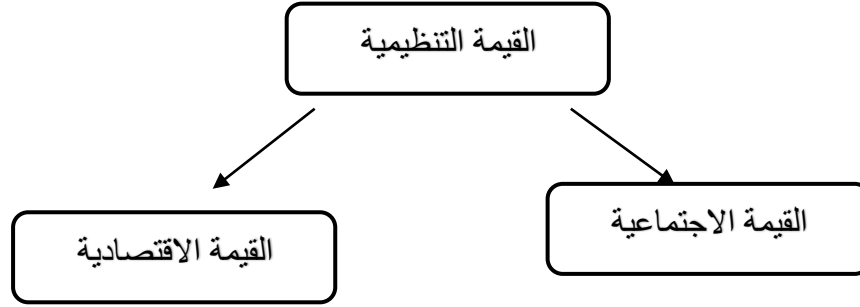


القيمة الشاملة :

تظهر القيمة في الوقت الراهن كمفهوم شامل في العلوم الإدارية ، فهي نظام ديناميكي شامل و حسب **Laurent Cappelletti & Djamel Khoutra** فإن القيمة التنظيمية تتكون من ثلاثة أجزاء: القيمة التنظيمية، القيمة الاجتماعية، القيمة الاقتصادية.

الشكل () : ثلاثية القيمة الشاملة



Source : Cappelletti, L., & Khouatra, D. (2004). Concepts et mesure de la création de valeur organisationnelle. *Journal Comptabilité contrôle audit*, 10(1).

القيمة التنظيمية :

يرتبط مفهوم القيمة التنظيمية بمعالجة المشاكل المتعلقة بالهيكل التنظيمي الداخلي للمنظمة و العلاقات بين مختلف الأطراف، و تكمن القدرة على خلق القيمة التنظيمية للمنظمة في قدرتها على تقليص تكاليف النشاط، و عليه فالقيمة ترتكز على التخصص التنظيمي أي القدرة على الإدارة و التنظيم من تبني استراتيجية مناسبة و القدرة على تنظيم النشاط و هيكله مختلف المهام و تقسيم السلطة و المسؤولية و التأسيس لنظام حوكمة يسمح بالمساءلة حول استخدام الموارد و مراقبة استخدامهما و الزام مختلف الاطراف بتنفيذ الاهداف الاستراتيجية، و امتلاك نظام معلومات و شبكة علاقات تسهل اعمال الشركة (راس المال العائلي)، لـخ أي كل ما يؤسس لتكوين راس مال هيكلي) فإذا كان الادارة سيئة ستظهر " تكاليف خفية" و التي تؤثر سلبا على القيمة التنظيمية، كما يلعب رأس المال البشري دورا محوريا في خلق القيمة التنظيمية التي تشكل الرافعة لخلق القيمة

القيمة الاجتماعية :

يشير خلق القيمة الاجتماعية إلى سلامة الموظفين ، والسلوك الأخلاقي ، وبرامج تدريب الموظفين ، والمسؤولية الاجتماعية ، وحماية البيئة ، إلخ. غالبًا ما يتم النظر إلى القيمة الاجتماعية من حيث توزيع القيمة وكذلك القرار بشأن أصحاب المصلحة لتضمينها في تقاسم الإيجار.

يلعب مجلس الإدارة دورًا إشرافيًا عند توزيع القيمة. يقرر مجلس الإدارة أصحاب المصلحة الذين يجب أن يستفيدوا من القيمة التي تم إنشاؤها ويتحكم في توزيع القيمة بين المستفيدين المختارين.

القيمة الاجتماعية بالمعنى الدقيق تعرف من خلال رضا العاملين و نوعية الحياة في العمل. (و يقول Capron (2000) أنها تعني: "تحسين ظروف الحياة في العمل للأفراد العاملين وتخفيض القلق المهني"، وكما عظمت منظمة الاعمال خلقها للعمال سيزيد ولاهم وانتماءهم التنظيمي و تنخفض تكاليف (الصراعات و تزيد الانتاجية و التحكم في تكاليف الانتاج، خاصة عند انخفاض معدل دوران العامل اي في الشركة، كما ينظر للقيمة الاجتماعية كبعد خارجي بحيث تعود لمسألة المسؤولية الاجتماعية للمنظمة؛ أي التأثيرات الاجتماعية الخارجية لنشاطاتها و تصرفها كمنظمة مواطنة تخلق قيمة للمجتمع

يعود فضل فتح باب النقاش حول المسؤولية الاجتماعية وربطها بإستراتيجية الشركة إلى (Bowen Howard) عام 1953، الذي ركز على مسؤولية المسيرين وطرح مفهوم المسؤولية الاجتماعية باعتبارها: "التزام رجال الأعمال بوضع استراتيجيات واتخاذ قرارات، وضمان ممارسات تتوافق مع أهداف وقيم المجتمع (Graafland & Zhang, 2014). . لكن يعود الفضل الأول ل (Ansoff, 1968) في استخدام مفهوم الأهداف الاجتماعية وأهميتها في ممارسة الأعمال، فقد أكد على "ضرورة أن تسعى الشركة إلى ما وراء الأهداف الاقتصادية، والاهتمام بالجانب الاجتماعي، من خلال تبني أهداف غير اقتصادية تسمح باكتساب مرونة ممارسة أعمال (Ansoff, 1968, pp 51-52). "

وانتقد الباحثان (Porter & Kramer, 2006) المقاربات السائدة اتجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات، باعتبار أنها منفصلة للغاية عن أعمال الشركة وإستراتيجيتها، فهي تحجب وتضيع الكثير من الفرص المتاحة للشركات والمجتمع، التي قد تعود بالفائدة على جميع أصحاب المصلحة، بما فيهم الشركات. فمن الناحية الإستراتيجية، على الشركات تحليل آفاقها للمسؤولية الاجتماعية باستخدام نفس الأطر التي توجه خيارات أعمالها الأساسية، وستكتشف حينها بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تتجاوز طموحاتها وتوقعاتها بكثير مقارنة بتكلفتها وقيودها، فالنشاط المسؤول اجتماعيا قد يكون مصدراً للفرصة، الابتكار والميزة التنافسية.

كما يمكن أن تصبح المسؤولية الاجتماعية للشركات مصدراً وداعماً مهماً للتقدم الاجتماعي، حيث تمارس وتستغل فيه الشركة مواردها، خبراتها ورؤيتها في النشاطات التي تفيد المجتمع، مع افتراض أنها مربحة للجميع، بحيث تساعد على أرباح للشركات، ومزايا اجتماعية في العديد من القضايا الاجتماعية. ويتمثل التحدي الذي ينبغي أن يرشد الشركات في التوجه نحو تبني إستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية، في اكتشاف مدى إمكانية استغلال الفرصة لخلق قيمة مشتركة، وهذا ما سيساعدها في إنشاء أجندة اجتماعية، تنفذ من خلالها برامج المسؤولية الاجتماعية.

وفي نفس السياق تابعت الباحثة (Afrin , 2013) ، واعتبرت أنه في حالة دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات، على نحو مترادف في النشاطات القاعدية والأساسية لأعمال الشركة، وتصميمها وتنفيذها بشكل صحيح لتلائم احتياجات المجتمع والشركة، فستصبح المسؤولية الاجتماعية للشركات مصدراً للفرص والابتكار والميزة التنافسية، وستساعد الشركات في التركيز في أعمالها على التقليل من الآثار السلبية المحتملة لعملياتها.

القيمة الاقتصادية: غالبًا ما يتم ربطها بالقيمة المالية أو قيمة المساهم ، يتم إنشاء هذه القيمة من قبل الشركة عندما يمكنها بيع منتجاتها بسعر أعلى من تكلفة المدخلات من خلال مجموعة من الموارد التي تزيد من الإنتاجية، كما يمكن اعتماد مقياس صافي الربح التشغيلي المعدل بعد الضرائب وتكلفة رأس المال المملوك والمقترض ، و يعتمد باحثون اخرون في قياسها على الدخل المتبقي بعد حصول المستثمرين على الحد الأدنى من العائد المطلوب، الذي يعوضهم عن المخاطر التي يواجهونها نتيجة استثمار أموالهم.