



**Tikrit Journal of Administrative
and Economics Sciences**
مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

ISSN: 1813-1719 (Print)



**Study of the impact of corporate social responsibility on the firm value
in the Iraq Stock Exchange**

Saad Raad Faisal*, Ali Saad Muhammad, Haider Abbas Abd

College of Administration and Economics, Al-Muthanna University

Keywords:

Corporate Social Responsibility, Firm Value, Public Trust, Stakeholders.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 28 Mar. 2023

Accepted 27 Apr. 2023

Available online 30 Aug. 2023

©2023 College of Administration and Economy, Tikrit University. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



***Corresponding author:**

Saad Raad Faisal

College of Administration and Economics, Al-Muthanna University



Abstract: This study aims to investigate the impact Corporate social responsibility on the firm value of in the sample of companies operating in the Iraq Stock Exchange from 2011 to 2018 consisting of 33 firm, using the multiple regression method. The study concluded that there is a positive impact of Corporate social responsibility on the firm value. These results indicate the importance of Corporate social responsibility in maximizing the firm value. Nevertheless, the study advises the Iraqi Stock Exchange to adopt Corporate social responsibility as an opportunity to enhance the confidence of the local and international community and all stakeholders in the new Iraq, in a manner that matches the recognized standards. With regard to the controlling variables, the study concluded that there is a positive effect of financial leverage on the firm value. These results can be relied upon within a limited scope in helping to adopt a social responsibility decision to attract foreign investment in the Iraq Stock Exchange and develop it in the long term.

دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الشركة في سوق العراق للأوراق المالية

حيدر عباس عبد

علي سعد محمد

سعد رعد فيصل

كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المثنى

المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى التحقق من العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة على عينة من الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية من عام 2011 إلى 2018 المتكونة من 33 شركة غير مالية وباستخدام أسلوب الانحدار المتعدد. توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي للمسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الشركة تدل هذه النتائج على أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعظيم قيمة الشركة وتشجع القائمين على سوق العراق للأوراق المالية تبني المسؤولية الاجتماعية كفرصة في تعزيز ثقة المجتمع المحلي والدولي وجميع أصحاب المصالح بالعراق الجديد، بشكل يطابق المعايير المتعارف عليها. وفيما يتعلق بالمتغيرات الضابطة توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي للرافعة المالية على قيمة الشركة. يمكن الاعتماد على هذه النتائج ضمن نطاق محدود في المساعدة على تبني قرار المسؤولية الاجتماعية لجذب الاستثمار الخارجي في سوق العراق للأوراق المالية وتنميته على الأمد الطويل.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، قيمة الشركة، ثقة الجمهور، أصحاب المصلحة. **المقدمة**

اليوم في ظل التوسع بالفعاليات الاقتصادية المتمثلة بالأسواق المالية وازدهار الاستثمار في أسواق رأس المال أدى إلى المطالبة بالجوانب الأخلاقية للشركات. يعد انعدام الثقة من قبل كافة أصحاب المصالح أحد أهم العوامل والدلائل التي تشير إلى تدهور الوضع الاقتصادي في أي بلد. إن تطور المجتمع يأتي من شركات تشعر أنها مواطن وعليها تحقيق جميع المصالح. أدى عدم الالتزام بالتعهدات الأخلاقية للشركات الأمريكية مثل إنرون ورلدكوم وتيكو إنترناشونال الشهيرة في الأزمة العالمية لعام 2008 إلى تغيير وجهة نظر المستثمرين حول الشركات وكذلك المجتمع عن صدق الشركات في تعاملاته التجارية والصناعية وغيرها، مما استرعى انتباه المهتمين في هذا الشأن في الخوض وراء الأسباب التفسيرية لنشوء ظواهر مثل هذا النوع ومعرفة الجوانب التي يمكن أن تكون مؤثرة على مستقبل اقتصاديات الدول. لذا، برزت الحاجة إلى تكريس المسؤولية الاجتماعية للشركات وزيادة أبعاد البيانات فيها كعامل أصيل للحد من التلاعب وإشاعة مبدأ مواطنة الشركات. يجب أن تكون تقارير المسؤولية الاجتماعية بين أصحاب المصلحة بكل أشكالهم ترتبط بجميع الشركات التي تنوي الوصول إلى هدف اطمئنان المجتمع من نتائج أعمالها (Thirumanickam et al., 2008).

إن إصرار الوحدة التجارية على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في جميع النواحي يمكن أن يكون أثر يسترعي الانتباه في تسليط الضوء بالكفاءة المالية التي تحاول الوحدة الاقتصادية الحصول عليها، في الواقع إن تسليط الضوء حول المسؤولية الاجتماعية يساعد على ترغيب الحصول على الفائدة المثلى في المسؤولية البيئية عن طريق الاستفادة من الطاقة المثلى لتقليل الهدر الناتج عنها (Sandhu & Kapoor, 2012). إن تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركة يعد عامل مهم في نجاح الشركات في الأمد الطويل، وهذا يؤدي إلى النمو الاقتصادي وزيادة المنافسة بين الشركات والكفاءة

(Castelo & Lima, 2006). إن المسؤولية الاجتماعية كما فسرها (Serafeim & Ioannou, 2013) تبدأ من كشف الجوانب الأخلاقية حول اتخاذ القرار للشركات في المواضيع مثل إدارة الموارد البشرية، حماية البيئة، سلامة العمل، الروابط الاجتماعية، الروابط بين المشرفين والعملاء حيث أشار (Orlitzky et al., 2003).

من جهة أخرى إن المسؤولية الاجتماعية المقبولة ليست وحدها عامل من عوامل رضا المساهمين أو كسب رضاهم، ولكن ربما تكون بسبب سمعة الشركة الجيدة أو التي تملك أثر إيجابي بمعنى إن الإفصاح عن المعلومات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات يملك تصورا إيجابيا بين المساهمين للشركة دون الخوض بعدم الاطمئنان. تلعب قيمة الشركة دوراً سياسياً في استمرار الشركة إلى المدى الطويل، وعدم التركيز على رفع قيمة الشركة ربما يسبب عواقب وخيمة في انحسار قيمة الأسهم وثقة أصحاب المصلحة بكافة أشكالهم. تنوي هذه الدراسة ربط تأثير المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة والتي من المتوقع بحسب الدراسات السابقة تكون مؤثرة على قيمة الشركة بشكل إيجابي. ما يميز هذه الدراسة أنها استخدمت سوق العراق للأوراق المالية كمجتمع وعينة الدراسة في فحص العلاقة بين المتغيرات لأن العراق يختلف من حيث الوضع الاجتماعي والاقتصادي والأمني وتداول السلطة فيه، وكل هذه العوامل ربما تكون سبب في عدم التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في تنمية الوضع الاقتصادي فيه. سيتم تقسيم الدراسة على المبحث الأول الذي يتناول منهجية الدراسة والدراسات السابقة وفي المبحث الثاني الإطار المفاهيمي للدراسة أما المبحث الثالث سيناقش الجانب العملي مع الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول:

منهجية الدراسة والدراسات السابقة

أولاً. مشكلة الدراسة: تكمن مشكلة الدراسة في الكشف عن مدى العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة. في الآونة الأخيرة، إن الاهتمام بمجموعة واسعة من أصحاب المصلحة ربما يؤدي إلى تفاعل أكبر من قبل الجمهور وربما ينعكس بشكل إيجابي على أداء الشركات. هذه الطريقة يمكن أن تمنح الشركات فرصة أكبر للبقاء في السوق وزيادة دورة عمر حياة الشركة على المدى الطويل. يمكن أن يؤدي الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية إلى خلق بيئة استثمارية جيدة وجلب رؤوس أموال جديدة في المستقبل وهي مهمة لمساعدة الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية في النهوض مستقبلاً بمواقع الاقتصاد العراقي. وبالتالي يمكن طرح السؤال الآتي:

❖ هل تؤثر المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة؟

ثانياً. أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات العراقية وتوفير طرق مختلفة للمستثمرين في قياس مستوى الاسهام في المسؤولية الاجتماعية حيث يعد المستثمرون جزء من المجتمع الذي سيتضرر من أداء الشركات، وأيضا نحاول اعطاء صورة كمية للسلادة المدراء في مراجعة أدائهم بهذا الصدد والعمل على تحقيق إلى أكبر قدر ممكن من الإفصاح عن تقارير المسؤولية الاجتماعية لتوخي آثارها المستقبلية على الشركة والمجتمع على حد سواء. في ذات السياق تكون نتائجنا مفيدة للقائمين على مراقبة وتشغيل سوق العراق للأوراق المالية والتي تساعد الشركات على زيادة دعم المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها لما له مردود كبير على نجاح عمر الشركات مستقبلاً وزيادة رأس مالها. من أجل تحقيق هدف الدراسة سنقوم باختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة.

ثالثاً. أهمية الدراسة: تأتي أهمية هذه الدراسة من مدى تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على تعظيم قيمة الشركة التي تسعى الوحدات التجارية إلى تحقيقها لضمان البقاء على المدى الطويل والحصول على رضا المجتمع من أعمالها وفيما يتعلق بدور المديرون التنفيذيون في التوجه نحو المسؤولية الاخلاقية التي تقع على عاتقهم في حفظ وسلامة المجتمع وعدم الاضرار فيها، وعدم التركيز على المصالح الشخصية، رفاه الموظفين والمساهمين في تعظيم الأرباح على حساب المجتمع وسمعة الأسواق المالية بالمقارنة مع مثيلاتها في العالم، فيما يتعلق بالمستثمرين فإن هذه الدراسة تقدم أدلة لهم بشأن الاستثمار الأمثل في الشركات التي تعي دورة حياتها وهي تجد أن نقاط الضعف يجب أن يتم البحث عنها من قبل القائمين أو المسؤولين على الأسواق المالية في العراق.

رابعاً. فرضية الدراسة:

❖ توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة.

خامساً. منهجية الدراسة: تعد الدراسة من الدراسات الشبه تجريبية كونها انتهجت إلى ما بعد الحدث، أما من حيث الشكل فتتصف من البحوث الوصفية وفيما يتعلق بالأهداف فيعد من الأبحاث التطبيقية وسوف يتم تجزئة وتحليل البيانات باستخدام الاحصاء الوصفي والاستنباطي. اعتمد الباحثون في هذه الدراسة على الدراسات والادبيات السابقة والمقالات العلمية المحكمة والرسائل والأطاريح التي تناولت المسؤولية الاجتماعية للشركات وقيمة الشركة لعرض الجانب النظري. وفيما يتعلق بالجانب العملي تم جمع وتبويب وتجزئة البيانات واستخراج النتائج من خلال الاستفادة من برنامج الـ (SPSS). يتكون مجتمع الدراسة من جميع القطاعات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية باستثناء غير المالية بسبب اختلاف طبيعة نشاطها، وفقاً لذلك تم جمع 33 شركة غير مالية تداولت بشكل مستمر خلال الفترة من 2011 الى 2018.

أ. تعريف المتغيرات وطريقة قياسها: تم قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات وفق المعايير الآتية:

1. التواصل الاجتماعي: إن تقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات المستخدمة في هذه الدراسة مشابه لتلك المستخدمة من قبل (Dhaliwal al et., 2011)، في هذه الدراسة نحن نقيس المسؤولية الاجتماعية للشركات باستخدام معيار ذو أربعة أبعاد للفئات التي تم اقتراحها من الدراسات السابقة والذي يتضمن أربعة محاور: الأبعاد المتعلقة بالموظفين (EMPD)، المشاركات الاجتماعية (COMD)، المنتج (PROD) وحماية البيئة (ENVD). اعتمدنا في قياس المحاور الأربعة على القيمة الإجمالية للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من القيمة الجزئية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات وفقاً إلى الصيغة التي استخدمها الباحثون كلاً من (Al-Tuwaijri et al., 2004; Hughes et al., 2001; Saleh el at., 2010)، في هذه الدراسة تم تعديل الصيغة لكي تعطي مؤشر مناسب يأخذ بنظر الاعتبار درجة المحاور وأهميتها النسبية في المؤشر أدناه:-

$$CSR = \left(\frac{EMPD}{N} + \frac{COMD}{N} + \frac{PROD}{N} + \frac{ENVD}{N} \right) / DN$$

درجة القياس	ENVD	PROD	COMD	EMPD	التفاصيل
=	مكافحة تلوث البيئة	سلامة المنتج	المنح النقدية المقدمة	البيئة الصحية للموظفين	المعيار 1
=	برامج الوقاية والتعويض	جودة المنتج (اسو 9000)	الاعانات الخيرية	تدريب الموظفين المحلي	المعيار 2
=	حفظ واستخدام المنتجات المعاد تدويرها	تطوير المنتج	برنامج المنح الدراسية	منافع الموظفين	المعيار 3
=	جوائز بيئية من ايزو	خدمات بيع المنتج	رعاية الانشطة الرياضية	التأمين الصحي	المعيار 5
=		خدمات ما بعد البيع	دعم الانشطة الوطنية	ملكية مساهمات الموظفين	المعيار 6
=		لجنة مراقبة المنتج	مشاريع عامة في خدمة المجتمع	سلامة الموظفين وصحتهم (ايزو 1800)	المعيار 7
=				تدريب الموظفين في الخارج	المعيار 8
27	5	7	7	8	المجموع النقاط

CSR = مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات

N = مجموع نقاط المحور

DN = عدد المحاور

ومن أجل القيام باحتساب نسبة المحاور الأربعة كلاً على حدا من خلال قسمة مجموع النقاط الحاصل عليها المحور على درجة المحور، ثم بعد ذلك تعويض النسب المستحصلة في المعادلة أعلاه لكل محور وقسمتها على عدد المحاور. في النهاية إذ حقق هذا المؤشر أكبر أو يساوي 60% يتم منح الشركة رقم واحد وخلاف ذلك صفر لقد تم اختيار نسبة 60% على أساس إن أغلب الشركات العراقية لم يكن عمرها كبير مقارنة مع شركات الدول المتطورة علاوة على دخول هذه الشركات في البورصة العراقية الناشئة كونها تمثل النافذة الاستثمارية للبلد.

2. **قيمة الشركة (Firm value):** في هذا البحث تم قياس قيمة الشركة باستخدام معيار توبينز كيو (Tobin's q) عن طريق حاصل قسمة مجموع القيمة السوقية لحقوق المساهمين والقيمة الدفترية للمطلوبات على القيمة الدفترية للموجودات. كما استخدمها الباحثين أمثال (Connolly & Hirschey, 2005) و (Randoy & Goel, 2003) كما في المعادلة الآتية:

$$Tobin Q = \frac{MVE + TL}{TA}$$

MVE = القيمة السوقية لحقوق المساهمين. و TL = مجموع القيمة الدفترية للمطلوبات.
TA = مجموع القيمة الدفترية للموجودات.

3. **حجم الشركة (firm Size):** في هذا البحث تم حساب حجم الشركة عن طريق الوغارتم الطبيعي للقيمة الدفترية لمجموع الموجودات في نهاية الفترة المالية (Pervan & Visic, 2012).

4. **الرافعة المالية (LEV):** تقاس نسبة الرافعة المالية للشركات عن طريق حاصل قسمة مجموع القيمة الدفترية للمطلوبات إلى مجموع القيمة الدفترية للموجودات.

سادساً. **نموذج الدراسة:** من أجل اختبار فرضية الدراسة يمثل النموذج أدناه المتغيرات التابع والمستقل والمتغيرات الضابطة:

$$Tobin Q = \beta + \beta_1 CSR + \beta_2 LIV + \beta_3 SIZE$$

سابعاً. **الدراسات السابقة:**

أ. **الدراسات الأجنبية**

1. **دراسة (Tsoutsoura, 2004):** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة التي تربط الأداء المالي بالأداء الاجتماعي للشركات وتوصلت الدراسة على وجود ارتباط ايجابي بين الأداء المالي والمسؤولية الاجتماعية للشركات.

2. **دراسة (Nelling & Webb, 2009):** استهدفت هذه الدراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي حيث توصلت إلى أن هناك ارتباط سلبي وضعيف بين الأداء المالي وأداء المسؤولية الاجتماعية للشركات.

3. **دراسة (Choi et al., 2010):** استهدفت هذه الدراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي للشركات في دولة كوريا الجنوبية باستخدام عينة من 1222 سنة ثابتة خلال 2002-2008، حيث استخدم الباحث قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات وفق مؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات على أساس الوزن المتساوي ومؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات على أساس وزن أصحاب المصلحة الذي اقترحه (Thirumanickam et al., 2008) من خلال دراسة الأداء المالي بالاعتماد على العائد على حقوق الملكية والموجودات وفي النهاية توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ايجابية وكبيرة بين الأداء المالي للشركات ومؤشر المسؤولية الاجتماعية للشركات المرجح على أصحاب المصلحة وتعد هذه النتيجة اداة في دعم نظرية أصحاب المصلحة.

4. **دراسة (Surroca & Waddock, 2010):** بحثت هذه الورقة العلاقة بين مسؤولية الشركة والأداء المالي. تبحث هذه الورقة على عينة مكونة من 599 شركة من 28 دولة تشير النتائج بعدم وجود علاقة مباشرة بين مسؤولية الشركة والأداء.

5. **دراسة (Mishra et al., 2011):** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على تكلفة رأس المال المستثمر لعينة من الشركات الأمريكية وباستخدام طرق مختلفة لتقدير تكاليف رأس المال المستثمر حيث وجد الباحثون أن الشركات التي تفصح عن تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات تظهر تكلفة التمويل أقل من الشركات التي لا تفصح أكثر عن التقارير الاجتماعية.

6. دراسة (Ferns & Prakash, 2012): أظهرت نتائج هذه الدراسة أن التقارير الاجتماعية التي نشرتها الشركات الأوروبية الشرقية تملك مساءلة اجتماعية أعلى من الشركات في أمريكا الشمالية، وإيضاً جودة التقارير الاجتماعية بين الشركات في أوروبا الشرقية من بلد إلى آخر كانت متفاوتة أما تقارير المسؤولية الاجتماعية في أمريكا الشمالية عند مقارنتها بالشركات المتشابهة كانت تمتلك مواضيع تفصيلية عن التقارير الاجتماعية للشركات.

7. دراسة (Servaes & Tamayo, 2013): توصل هذان الباحثان إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات وقيمة الشركة ترتبط ارتباطاً إيجابياً بالشركات التي تتمتع بوعي عال اتجاه العملاء ويمكن ملاحظة ذلك من خلال نفقات الاعلانات أما بالنسبة إلى الشركات ذات الوعي المتدني عن العملاء فإن هذه العلاقة تصبح أما سلبية أو غير هامة وعلاوة على ذلك وجد أن أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الشركة له علاقة بسمعة وشهرة الشركة فكلما كانت سمعة الشركة متدنية كل ما كان هناك أثر سلبي بينهما.

8. دراسة (AL-kababji, 2014): تعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية حول مدى وطبيعة التقارير الاجتماعية والبيئية في التقارير السنوية لـ 48 شركة مسجلة في بورصة فلسطين للعام 2012، توصل الباحث إلى وجود علاقة إيجابية بين مستوى الكشف عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وقيمة الشركة.

9. دراسة (Ming, 2016): هدفت هذه الورقة إلى دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات ومخاطر انهيار أسعار الأسهم في الأسواق المالية الآسيوية الناشئة على أساس إطار حوكمة الشركات في الشركات المدرجة في سوق تايوان للأوراق المالية واستخدمت من أجل ذلك طريقة المربعات الصغرى لتحليل الانحدار. أظهرت نتائج الدراسة التجريبية أن المسؤولية الاجتماعية تقلل من مخاطر انخفاض سعر السهم، تتفق هذه النتائج مع فكرة أن الشركات التايوانية التي تلتزم بمستوى عالي من الشفافية في الإفصاح عن الأخبار السيئة إلى حد ما، يؤدي إلى التقليل من خطر الاصطدام كما وإن هذه النتائج أظهرت أيضاً على الرغم من قلة فعالية إدارة الشركات فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات ساهمت بشكل واضح من التخفيف من مخاطر الاصطدام.

10. دراسة (Siueia & Deladem, 2019): تبحث هذه الدراسة في تأثير الإفصاح الطوعي عن المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المالي (FP) في القطاع المصرفي من خلال مقارنة البنوك ذات التصنيف الأعلى في موزمبيق وجمهورية جنوب إفريقيا. طبقت هذه الدراسة تحليل المحتوى لتقييم أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات والقياس العام لمقياس FP مثل العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE)، والتي يتم نشرها في التقارير السنوية وفقاً للمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IFRS). استناداً إلى بيانات الفريق التي تغطي الفترة من 2012 إلى 2016، فإن هذه الدراسة تتراجع عن FP بشأن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ووجدت علاقة مهمة وإيجابية بين إفصاح FP وCSR، مما يشير إلى أن سلوك CSR مفيد لتحسين أداء البنوك. من جانب آخر توثق هذه الدراسة أن التقرير الطوعي حول التزام المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن يساعد القطاع المصرفي على تحسين سياسته المالية. يمكن أن تساعد الأدلة المستمدة من الدراسة المنظمين والمستثمرين على فهم الممارسات التجارية للبنوك في هذين البلدين.

11. دراسة (Awaysheh et al., 2020): تعيد هذه الدراسة فحص العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي من خلال مقارنة الشركات مع أقرانها في قطاع الصناعة في عام معين. توصلت نتائج الدراسة بأن أفضل الشركات في فئتها تتفوق على نظيراتها في الصناعة من حيث الأداء التشغيلي ولديها تقييمات سوقية أعلى نسبياً (Tobin's Q)، نجد أن العلاقة المهمة بين الأداء التشغيلي وفئات المسؤولية الاجتماعية للشركات تختفي، مما يشير التساؤل عما إذا كانت هذه العلاقة سببية. ومع ذلك، يرى الباحثون أن أفضل الشركات في فئتها تتلقى تقييمات سوقية أعلى نسبياً من نظيراتها في الصناعة.

12. دراسة (Adusei & Okafor, 2021): تقدم هذه الدراسة دليلاً كمياً على التأثير الإيجابي للإنفاق على المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي لشركات التكنولوجيا الأمريكية. يظل تعظيم ثروة المساهمين هو المبدأ الأسمى الذي يقود الاستراتيجيات التنظيمية التي ترتبط مع تعظيم ثروت المساهمين، ولكن هذا يتعارض دائماً مع مصالح أصحاب المصلحة الآخرين. وبسبب هذه الأولويات المتضاربة، أصبح ترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية أمراً حتمياً. تستخدم هذه الدراسة التأثيرات الثابتة ونماذج الانحدار المجموعة لفحص تأثير الانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات على الأداء المالي للشركات لشركات التكنولوجيا في الولايات المتحدة. تتكون الدراسة التجريبية من بيانات لوحة لأفضل 100 شركة تقنية مدرجة في S&P 500 لـ الفترة 2017 و2019. تشير النتائج الرئيسية إلى أن شركات التكنولوجيا التي تنفق أكثر على المسؤولية الاجتماعية للشركات تشهد زيادة مقابلة في الإيرادات والربحية. على عكس الدراسات السابقة، نلاحظ وجود أدلة غير مهمة لدعم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ب. الدراسات باللغة العربية

1. دراسة (هاتف، 2006): تهدف هذه الدراسة إلى بيان مستوى إدراك إدارات الشركات الصناعية العراقية للمسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات، وكذلك بيان مستوى إفصاح هذه الشركات عن هذه المسؤولية في تقاريرها المالية الخارجية، وفي ضوء ذلك، فقد أوصت الدراسة بأن يتم تحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية العراقية وإلزامها مهنيًا وحكوميًا بالإفصاح عن هذه المسؤولية، وكذلك تحديد طريقة وأسلوب العرض عنها في التقارير المالية الخارجية لهذه الشركات.

2. دراسة (شاكر وجاسم، 2011): الدراسة بعنوان القياس والإفصاح المحاسبي للمسؤولية الاجتماعية في الوحدات الاقتصادية (دراسة تطبيقية في شركة أور العامة للصناعات الهندسية) تم تطبيق هذه الدراسة على إحدى شركات القطاع الصناعي في العراق (شركة أور العامة للصناعات الهندسية) بوصفها عينة لإعداد القوائم الختامية الاجتماعية مثل التدفقات النقدية وكشف الميزانية العمومية الاجتماعية حيث بحثت هذه الدراسة على فرضية مفادها: أن القياس والإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في الوحدة الاقتصادية يؤدي بشكل منفصل إلى تقييم الأداء الاجتماعي للوحدة في نهاية الفترة، وخلصت هذه الدراسة أن الجهود المشتركة لجميع الجهات المستخدمة للمعلومات المحاسبية (أصحاب المصلحة) يجب أن تتضافر من أجل إلزام الوحدات الاقتصادية بالإفصاح عن أدائها الاجتماعي على شكل قوائم ملحقة لغرض الاستفادة منها في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية والمالية والاجتماعية.

3. دراسة (عمر وآخرون، 2014): هدفت هذه الدراسة إلى "قياس أثر الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية" حيث أخذ الباحث

أربعة متغيرات مستقلة (الانشطة الخاصة بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية، 1- تنمية الموارد البيئية، 2- تنمية الموارد البشرية، 3- خدمة المجتمع، 4- الارتقاء بالمنتجات). ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق مؤشر معد خصيصا للشركات الصناعية المساهمة العامة الاردنية، حيث بلغت عينة الدراسة 58 شركة عن الفترة الواقعة بين (2005-2009) واستخدم الباحثون تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر الافصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الاداء المالي وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الاستثمار في الانشطة الخاصة بالارتقاء بالمنتجات يؤدي إلى تحسين الأداء المالي ولم تؤثر باقي الانشطة الخاصة بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي.

4. دراسة (اللاوي، 2015): هدفت هذه الدراسة إلى " قياس مدى التزام تطبيق مؤسسة بلاستي انابيب الجزائرية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي " حيث خلصت الدراسة أن الافصاح عن تقارير المسؤولية الاجتماعية له أثر ايجابي على مجموعة مؤشرات الأداء المالي كالاحتياج في رأس المال العامل والخزينة والمردودية الاقتصادية ونسبة الديون إلى اجمالي الأصول.

5. دراسة (خلف، 2016): يختص هذا البحث بمشكلة نقص المعرفة حول تواصل الشركات مع مختلف العملاء وأصحاب المصلحة، ومدى التزام هذه الشركات للمسؤولية الاجتماعية. لمعالجة هذه المشكلة، تم تحليل دراسة نوعية للبيانات القانونية والمعنوية والأخلاقية لأفضل 50 شركة أمريكية وأفضل 50 شركة متعددة الجنسيات من أصل غير أمريكي والمتوفرة على موقع الويب لمجلة فوربس، اعتمادا على سياق نظرية أصحاب المصلحة. النتائج قدمت بصورة موضوعية، والفحوى وفرت تضمينا للمسؤولية الاجتماعية بين مدراء المنظمات العالمية وكذلك الباحثين المهتمين في أخلاقيات العمل. على حد علم الباحثون لم يتم التحقق من أثر المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة في العراق، أغلب الدراسات تستخدم الأسلوب الكيفي (الاستبيان) هذه الدراسة تستهدف البيانات الفعلية للشركة مما يجعلنا نتوقع ان تكون نتائجها مهمة لصناع القرار.

المبحث الثاني

الإطار المفاهيمي للدراسة

مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات كما حددته المؤسسة المالية الدولية التابعة للبنك الدولي بأن المسؤولية الاجتماعية "التزام الشركات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع جميع أصحاب المصلحة (المساهمون، الموظفون وأسرهم، العملاء، المستثمرون والمجتمع المحلي والمجتمع ككل) لتحسين حياتهم بطرق جيدة من أجل الأعمال التجارية والتنمية" كما وعرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم الشركات على أساسه بتضمين الجوانب المتعلقة بالمجتمع والبيئة في أعمالهم، وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على نحو اختياري أو طوعي لا يستلزم سن قوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسؤوليتها نحو المجتمع (جون سوليفان وآخرون، 2009)

جاء مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من الأهداف التي تسعى الشركات لتحقيقها من خلال الافصاح عن التقارير ذات الأبعاد غير المالية التي تتسق بالمجتمع لذا فإن الشركات التي تملك أداء اجتماعي جيد توصف بأنها تفصح عن أغلب الفعاليات الاجتماعية وكلما كان مبدأ الشفافية ذات بعد مرتفع يؤدي بالنتيجة إلى تقليل من ظاهرة عدم تجانس المعلومات (Asymmetry almanac) بين الشركة والمستثمرين، لذا فالشركة بنفسها تعمل على تقليل الخطر. لأن الفعاليات الاجتماعية للشركة هي مقياس انخفاض احتكاك الشركة مع المجتمع وهذا أيضا يؤدي إلى تقليل خطر الشركة

وارتفاع التكاليف والدعاوى المقدمة في المستقبل. إن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي عبارة عن التزام الشركة للاستفادة من مواردها بمثابة دليل منفعة تصب في مصلحة المجتمع وتسهم في رفاهه عن طريق عائدات الشركة (Kok et al., 2001).

تستمد الاطر النظرية والفكرية للمسؤولية الاجتماعية للشركات من نظرية أصحاب المصلحة وفقاً للنظرية المذكورة آنفاً، إذ كان الكشف عن المعلومات اختياري فإن المديرين هم فقط على استعداد لتقديم المعلومات التي تقدم صورة ايجابية للشركة، حيث وجد أن مديري الشركات يميلون إلى الكشف عن المعلومات التي تخدم مصالحهم الاجتماعية ورفاه موظفيهم ولكنهم لا يحدون الكشف عن المعلومات فيما يتعلق بالتكاليف الاجتماعية لشركاتهم (Awaysheh et al., 2020). كما ويجب أن تتسم العلاقة بين المجتمع والشركة بصفاتها شخصية معنوية وتمتلك صفة المواطنة حسب ما صنفها بعض الدراسات بالقيم الاخلاقية وهذا ما يستدعي القبول بالمسؤولية الاجتماعية للشركات اتجاه المجتمع وعلى هذا الاساس يجب ان تقبل الشركة بالمسؤولية الاجتماعية من اجل الحفاظ على مصالح المجتمع ورضاه عنها، لذلك على المديرين أن يتحملوا المسؤولية سواء اخلاقيا أو اجتماعيا عن قرارات الشركة أو المنظمة فاذا كان المدير يروج إلى منتج ذا مواصفات جيدة وليس فيه عيوب فنية للمستهلك وفي الجانب الآخر يخفي الآثار البيئية (التلوث) لهذا المنتج، يتم وصف هذا السلوك بأنه غير اخلاقي وغير مسؤول لأن هناك علاقة ايجابية للمطالب الاجتماعية والاخلاقية بين الشركات والمجتمع حيث يعتمد نجاح الشركات واستمرار نشاطها ونموها وحتى وجودها على المجتمع بصورة اساسية (kim al et, 2014).

واستناداً الى نظرية اصحاب المصلحة، فإن الادارة الكفوة تعظم العلاقة بين أصحاب المصلحة الرئيسيين لتحسين الأداء المالي، وتمثل الفرضية الرئيسية لهذه النظرية هي أن المسؤولية الاجتماعية أداة تنظيمية تستفيد من الموارد الفعالة والمهمة لموارد المنظمة وبالتالي فهي لها أثر ايجابي على الأداء المالي للمنظمة (الشركة) (Donaldson & Preston, 1995). فيما يرى (Berman et al, 1999) أن وجود علاقة ايجابية مع الأطراف اصحاب المصلحة يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للشركة كما ويمكن التشكيك في التأثير الايجابي للمسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي بطرق مختلفة، أولها: يسعى بعض كبار المديرين وخاصة المديرين المعينين حديثاً إلى اكتساب السمعة من خلال اللجوء إلى سياسات قصيرة الأجل، لأنهم يعتقدون أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية طويلة الأمد يصبح ذا أثر سلبي على الأداء المالي للشركة (Preston & O'Bannon, 1997)، والثاني: وفقاً لنظرية اصحاب المصلحة فإن ثروت المساهمين ستعاني من ضرر نتيجة ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات لأن هذه الممارسات سوف تكبد تكاليف اضافية على الشركة، واستناداً إلى منظور تكاليف الوكالة فإن هذه الممارسات ستؤدي إلى ارتفاع التكاليف التشغيلية مما يتسبب في نزاع بين ادارة الشركة والمساهمين مما ينتج عن ذلك ضعف في الأداء المالي (Hemingway & MacLagan, 2004). في حين رأى (Kim et al., 2014) أن الشركات يمكن أن تستخدم فعاليات المسؤولية الاجتماعية كأداة تأمين سمعة جيدة من أجل اخفاء سوء السلوك وهذا الفعل يتصف بالسلوك غير الاخلاقي من قبل تلك الادارة. لذلك فمن الصعب تحديد الدوافع الحقيقية والملموسة التي تنوي الادارة لممارستها المسؤولية الاجتماعية للشركات إن كانت تنم عن مصلحة ذاتية أو تحقيق مصالح المجتمع (Ming-Te Lee, 2016)، وأشار (Jones, 1995) أن استغلال سياسات الحماية الاجتماعية من قبل المديرين تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يؤثر

سلبا على الأداء المالي للشركة الذي يفسره ممارسة ادارة الأرباح. في السياق نفسه وجد (Omer & Andrew, 2012) أن التحقيق في مواقف وسلوكيات مديري الشركات وأصحاب المصلحة في مسألة الإفصاح الاجتماعي والبيئي للشركات يوفر رؤية ثاقبة لتبرير مستوى ونوعية هذا الكشف، كما ويفسر الدافع في فهم الأسباب الكامنة وراء قرارات المديرين بأصدار المعلومات الاجتماعية والبيئية هو أدراك اصحاب المصلحة لأهمية هذه المعلومات، ويعد بمثابة الخطوة المهمة في تحسين الممارسات المتعلقة بالإفصاح. لأن المسؤولية الرئيسية للمديرين هي استمرار الشركة في البقاء على المدى الطويل (وليس فقط تعظيم الربح)، والتي يجب تحقيقها من خلال تلبية مطالب مجموعة أصحاب المصلحة. ففي عام 2011، وفق تقرير KPMG (واحدة من الشركات الرائدة في العالم التي لديها النشاط الاستشاري في هذا المجال) أن قيمة الشركات تتمثل: 1- توفير التكاليف المباشرة، و2- تعظيم ائتمان وسمعة الشركة في الاسواق عن طريق الابلاغ عن تقارير المسؤولية الاجتماعية. لهذا فإن معظم الشركات التي تفصح عن تلك التقارير وجد انها تمتلك قيمة مالية معتبرة وناجحة في ادائها المالي (Dagiliene, 2013).

(Buckily et al., 2001) كشف أن المخاطر المنتظمة للشركات التي تفصح عن المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية أقل من المخاطر المنتظمة للشركات في حالة عدم الإفصاح. وهذا هو أحد الأسباب التي تستدعي ادارة الشركات التي تمتلك مخاطر منتظمة هو الكشف عن المسؤولية الاجتماعية كأداة للحد من المخاطر المنتظمة. حيث تحقق الإدارة الكفاءة للشركات في المسؤولية الاجتماعية منافع ومزايا متعددة وتتمثل هذه المزايا في تحسين الميزة التنافسية وسمعة الشركة في السوق فيما تتميز الادارة الكفاءة للمخاطر في تحسين الأداء، تعزيز قيمة الشركة، تخفيض تكاليف رأس المال، تخفيض تكاليف العمليات والحد من المطالبات القانونية. ويرى (Soyka & Ameer, 1997) أن الأداء البيئي للشركات يؤدي إلى تخفيض الاخطار المنتظمة (Systematic risk).

نتيجة للتطورات الحاصلة تتعرض الكثير من المنظمات في مختلف المجالات لضغوط كبيرة لكسب ثقة الجمهور والحفاظ على المنافسة في الاسواق العالمية، ففي السنوات القليلة الماضية أصبح أمر الاستجابة لمطالب المساهمين ومحاولة تعزيز القيم الاجتماعية يصطدم بتناقض معقد ارتكبه منظمات الاعمال في مختلف المجالات، وبالتالي يتم البحث عن التقارب وتحقيق التوازن بين مطالب أصحاب المصلحة والمجتمع ويمكن تعريف ذلك على أنها المسؤولية الاجتماعية للشركة التي تعظم وتعزز العلاقة بين منظمات الاعمال والمجتمع (Sinder et al., 2003). إن الإيفاء بالمسؤولية الاجتماعية للشركات لا يقلل من المخاطر المحتملة كالدعاوي القضائية للشركات فحسب بل يؤدي إلى جذب عدد أكبر من المستثمرين وفي نهاية المطاف إلى تعظم قيمة الشركة. إن زيادة اهتمام الادبيات والمقالات العلمية السابقة في الفعاليات الاجتماعية كانت تنصب حول العلاقة بين تقارير المسؤولية الاجتماعية والاداء المالي للشركة إلا أن الأدوات المستخدمة متفاوتة إلى حد ما في استخدام البيانات اللازمة لتحقيق هذا الغرض. وبالنظر إلى نتائج دراسة (Choi, 2010) قد توصلت إلى نتائج مختلفة بالقضايا النظرية حول العلاقة والارتباط بين المسؤولية الاجتماعية وادارة المخاطر للشركات. حيث تمثل هذه النتائج ووجهات النظر المختلفة في الادبيات حول العلاقة بين التقارير الاجتماعية وأداء الشركات وفي السياق ذاته فيما يتعلق بحجم الشركة فلم يكن محسوم مدى ارتباطه بالمسؤولية الاجتماعية للشركات حيث وجد (AL-kababji, 2014) أن هناك العديد من الدراسات

قد كشفت أن هناك علاقة إيجابية كبيرة بين حجم الشركة ومدى الإفصاح الاجتماعي والبيئي للشركات في التقرير السنوي للشركات في كل من البلدان المتقدمة والنامية، فيما وجد باحثون آخرون أن حجم الشركة لم يفسر ارتباطه بشكل كبير بمستوى الإفصاح الاجتماعي والبيئي للشركات وتقلبها (AL-kababji, 2014). تحاول هذه الدراسة المشاركة مع مثيلاتها من الدراسات في هذا الموضوع باستخدام الزمان والمكان المختلفين محاولة منها في الأسهم بإضافة نتائجها لتكون بمثابة إضافة لتعزيز أحد الفريقين نتيجة الاختلافات الحاصلة في الأدبيات التي تم الإشارة إليها سابقاً أو التي سيتم الإشارة إليها لاحقاً، ففي العراق لم يتم التحقق من المسؤولية الاجتماعية وأثرها على قيمة الشركة من خلال استخدام متغيرات كمية للتعبير عن نوع التأثير الإيجابي أو السلبي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة.

المبحث الثالث

الجانب العملي مع الاستنتاجات والتوصيات

أولاً. الجانب العملي:

1. **الاحصاء الوصفي:** يبين الجدول رقم (1) الآتي الاحصاء الوصفي لبيانات الدراسة:

الجدول (1): الاحصاء الوصفي

Var	Tobins-Q	CSR	LEV	SIZE
Mean	5.303	0.401	0.406	22.176
Standard Deviation	0.99	0.5	0.534	1.305
Min	0.359	0	0.02	18.99
Max	0.7	1	4.069	26.29
Obs	264	264	264	264

المصدر من اعداد الباحثين.

2. **مصفوفة الارتباط:** يبين الجدول رقم (2) معاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة بالنظر إلى معاملات الجدول لم تسجل القيم الداخلة فيه معاملات تتعدى 80% يمكن القول بعدم وجود الارتباط الذاتي بين متغيرات الدراسة.

الجدول (2): مصفوفة الارتباط

VAR	Tobins-Q	CSR	LEV	SIZE
Tobins-Q	1			
CSR	0.147	1		
LEV	0.129	0.253	1	
SIZE	-0.212	0.02	0.064	1

المصدر من اعداد الباحثين.

3. **نتائج الانحدار:** بالنظر إلى نتائج اختبار المربعات الصغرى العامة (OLS) في فرضية الدراسة للقيم الظاهرة في الجدول رقم (3) أن مستوى الدلالة الاحصائية F الاحصائية يساوي (0.000) أي إن هذا العامل يمثل دالة احصائية عند مستوى أهمية أقل من مستوى الخطأ المعياري (0.05). تدل هذه النتائج أن نموذج الانحدار مناسب لهذه الدراسة، لذلك يمكن تفسير النتائج بشكل صحيح. من خلال

معامل المسؤولية الاجتماعية (المتغير المستقل) والقيمة المعنوية التي تمثل دالة احصائية أقل من نسبة الخطأ المقبولة (0.05) وقيمة المعامل هي (2.016) نستنتج أن هناك علاقة ايجابية بين المسؤولية الاجتماعية وقيمة الشركة وهي تطابق نتائج كلاً من (Tsoutsoura, 2004; Choi et al., 2010; Servaes & Tamayo, 2013; AL-kababji, 2014). احصائياً يمكن القول إن المسؤولية الاجتماعية هي أحد الاسباب الذي يساهم في تعظيم القيمة، وبالنسبة للمتغيرات الضابطة توثق النتائج وجود علاقة ايجابية للرافعة المالية على قيمة الشركة. هذه النتائج تشير بشكل واضح أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية أصبح أمراً ضرورياً خاصة بعد توجه العديد من أصحاب المصلحة. ومع ذلك، لم تحضى بأهتمام كبير من قبل الشركات العراقية الناشئة والتي من المتوقع أن يكون لذلك أثر سلبي على مستقبل سوق العراق للأوراق المالية.

الجدول (3): نتائج الانحدار

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	33.877	8.104	4.179	0.00***
CSR	2.016	1.010	2.013	0.04**
LEV	1.67	0.917	1.82	0.069
SIZE	-1.355	0.365	-3.71	0.00***
Obs	264			
F- statistic	7.495			
p-value	0.00***			
R Square	8%			
Adjusted R Square	7%			

المصدر من اعداد الباحثين.

ثانياً: الاستنتاجات:

1. يعد موضوع المسؤولية الاجتماعية أحد أهم الركائز في بناء العلاقة الوطيدة مع اصحاب المصلحة على مختلف ارتباطهم بالشركة،
2. الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يمنح المستثمرين فرص أكبر للمشاركة في سوق العراق للأوراق المالية،
3. المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تؤدي إلى تصنيف أعلى بالمقارنة مع المنافسين في نفس القطاع،
4. تساهم المسؤولية الاجتماعية في زيادة عمر الشركة وتحقيق مبدأ الاستمرارية.
5. تسهم المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعزيز روح المواطنة الصالحة للشعوب وهي بذلك تشيع روح تقبل كافة أصحاب المصلحة وتجعلهم أكثر ثقة في التعامل معها.

ثالثاً: التوصيات: بناءً على ماتم عرضه في الدراسة توصي الدراسة بالآتي:

1. على السادة المديرين التنفيذيين تعزيز جميع الجوانب والفعاليات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات لأن ذلك يؤدي إلى تحسين الوضع المالي والاجتماعي للشركة ويقلل من مخاطر الافلاس ويحسن من قيمة الشركة ويولد استثمارات جديدة واعدة،

2. تشجع ادارة سوق العراق الاوراق المالية، وضع قوانين ضوابط وتعليمات على قدر المستطاع من أجل تحقيق توازن واقعي للمسؤولية الاجتماعية المقبولة للشركات يتمشى مع فعاليتها خدمتها إلى تحقيق التنمية المستدامة وتحسين ثقة المستثمرين الأجانب في العراق الجديد،
3. اصدار مؤشرات تختص بالمسؤولية الاجتماعية تساعد على تحسين كفاءة الشركات اتجاه اصحاب المصلحة بكل اشكالهم والذي يمكن أن يساعد على ازدهار سوق العراق للأوراق المالية،
4. نقترح على المديرين أيضا اتباع مبدأ المسؤولية الاجتماعية بسبب علاقتها الفريدة في تعظيم قيمة الشركة دون الخوض في استخدام المرونة المتاحة في التلاعب في المعلومات المصرح عنها لما له الأثر في الالتزام الاخلاقي للمديرين أمام أصحاب المصلحة أو الجهات الأخرى.

المصادر

اولاً. المصادر العربية:

1. بلال فايز عمر، اسحق محمود الشعار، ونضال عمر زلوم، 2014، أثر الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات الصناعية المساهمة العامة الاردنية، العلوم الإدارية، المجلد (41)، العدد (2)، ص: 240-285.
2. جون سوليفان وآخرون، 2009، مواطنة الشركات: المفهوم والتطبيق، مجلة الاصلاح الاقتصادي، العدد 24، مركز المشروعات الدولية الخاصة، سبتمبر، 2009.
3. خلف، سعد عجاج، 2016، المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية ودورها في تحقيق النجاح للشركات في العالم (دراسة تحليلية الاكثر الشركات نجاحاً في العالم)، مجلة كلية التراث الجامعة، الاصدار: 20، ص: 68-85.
4. اللاوي، عبد يحيى. 2015. أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تحسين الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة بلاستي أنابيب – الوادي، رسالة ماجستير منشورة مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر.
5. مشكور، سعود جابد. جاسم، على نعيم، 2011، القياس والإفصاح المحاسبي للمسؤولية الاجتماعية في الوحدات الاقتصادية (دراسة تطبيقية في شركة أور العامة للصناعات الهندسية)، مجلة المثني للعلوم الادارية الاقتصادية، المجلد (1). الاصدار (1)، ص ص: 41-85.
6. هانف، عبد الحسين (2006)، إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية العراقية والإفصاح عنها في التقارير المالية الخارجية (دراسة ميدانية)، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (8). الاصدار 4، ص ص: 172-204.

ثانياً. المصادر الأجنبية:

1. AL-kababji, M.W., 2014, voluntary disclosure on corporate social responsibility: A study on the annual reports of Palestinian corporation, European Journal of Accounting Auditing and Finance Research, Vol.2, No.4, pp.59-82.
2. Al-Tuwaijri, S.A., Christensen, T.E. and Hughes, K.E. II (2004), The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: a simultaneous equations approach, Accounting, Organizations and Society, Vol. 29, pp. 447-71.

3. Awaysheh, A., Heron, R. A., Perry, T., & Wilson, J. I., (2020), On the relation between corporate social responsibility and financial performance. *Strategic Management Journal*, 41(6), 965-987.
4. Berman, S., Wicks, A., Kotha, S. & Jones, T., (1999), Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance, *Academy of Management Journal*, 42, PP: 488-506.
5. Buckily, M.R.D. S. Beu. D. D. Frink, (2001). Ethical Issues in Human Resources Systems, *Human Resource Management Review*, No.11, PP;11-29.
6. Castelo, M. & Lima, L., (2006), corporate social responsibility and mesource-based perspectives, *Journal of Business Ethics*, 69, PP: 111-132.
7. Choi, Jong-Seo; Kwak, Yaung- Ming; Choe, Chongwoo, (2010), Corporate social responsibility and corporate financial performance: Evidence from Korea. *Australian Journal of Management*, 53(3), PP: 291-311.
8. Connolly,R.& Hirschey,M.,2005, Firm size and the effect of R & D on Tobin's q, *R & D Management*, Volume 35,PP: 217-223.
9. Dagiliene, Lina, (2013), the influence of corporate social reporting to company's value in a developing economy. *Procedia Economics & Finance*. Vai 5, pp: 212-221.
10. Dhaliwal, D.S., O.Z. Li, A. Tsang, and G.Y. Yang. 2011. Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The Accounting Review* 86(1):59-100.
11. Donaldsan, T. L., & Preston, L.E. (1995), The stakeholder theory of the corporation: Cancepts, evidence, and implications, *Academy of Management Review*, 20, PP: 65-91.
12. Faff. R. w Brooks. R. D, Ho Yew Kee, (1999), New Evidence on the Impact of Financial Leverage on Beta Risk, *School of Economics and Finance Royal Melbourne Institute of Technology*.
13. Ferns, B. Prakash S, S., (2012), Emerging trends in corporate social responsibility (CSR) reporting by large corporations: a comparative analysis af corporate CSR reports by Western European and North American corporations, *The Fifth ISBEE word Cangress*. Warsaw, Poland.
14. Hemingway, Ch.A. & Maclagan, Pa.W. (2004), “Managers’ personal values as drivers of corporate social responsibility”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 50 No. 1, pp. 33-44. https://acctgrev.ut.ac.ir/article_27255.html .
15. Hughes, S.B., Anderson, A. and Golden, S., (2001), Corporate environmental disclosures: are they useful in determining environmental performance?, *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 20, pp. 217-40.
16. Jones, T. M., (1995), Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics, *Academy of Management Review*, 20, PP: 404-437.
17. Kim, Y., Li, Haidan. & Li, Siqi, (2014), Corporate social responsibility and stock price crash risk”, *Journal of Banking and Finance*, Vol. 43, No. 1, pp. 1-13.
18. Kim, Yongtae and Li, Haidan and Li Sigi, (2014), Corporate Social Responsibility and Stock Price Crash Risk, (February 18, 2014), *Journal of Banking and Finance*, Forthcoming. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract-2397629> .

19. Kok, P., Wiele, T., Mckenna,R.& Brown,A.(2001),"A corporate social responsibility audit within a quality management framework",. *Journal of Business Ethics*, 31(4), pp.: 287- 279.
20. Ming-Te Lee, (2016), "Corporate Social Responsibility and Stock Price Crash Risk: Evidence from an Asian Emerging Market", *Managerial Finance*, Vol. 42 Iss 10 pp:963-979.
21. Mishra, Dev. R, Sadok El Ghouli. Omran Guedhami. Chuk C. Y. Kwok. (2011). Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital? *Journal of Banking& Finance* Vol. 35, Issue 9, pp. 2388- 2406.
22. Nelling, Edward; Webb, Elizabeth. (2009). corporate social responsibility and financial performance: The "virtuous circle" revisited. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 32(2), PP 197-209 (<https://doi.org/10.1007/s11156-008-0090-y>)
23. Okafor, A., Adeleye, B. N., & Adusei, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from US tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292, 126078.
24. Omer, M. Elsakit1 & Andrew C Worthington(2012), The Attitudes of Managers and Stakeholders towards Corporate Social and Environmental Disclosure, *International Journal of Economics and Finance*; Vol. 4, No. 12, PP:240-251; Available: <http://hdl.handle.net/10072/49990>.
25. Orlitzky, M. Schmidt, F. L. & Rynes, S. L., (2003), "Corporate social and financial performance": A meta-analysis., *Organization Studies*, 24, pp: 403-441.
26. Pervan,M.& Višić,J.,2012, Influence of Firm Size on Its Business Success, *Croatian Operational Research Review (CRORR)*, Vol. 3,PP:213-232.
27. Preston L& O'Bannon, D., (1997), The corporate social-financial performance relationship. A typology and analysis. *Business and Society*, 36, pp.: 419-429.
28. Randoy, T.& Goel,S. ,2003, Ownership Structure, Founder Leadership, & Performance in Norwegian SMEs: Implications for Financing Entrepreneurial Opportunities. *Journal of Business Venturing*, 18, 610- 637. (DOI: 10.1016/S0883-9026(03)00013-2).
29. Saleh, M., Zulkifli, N., Muhamad, R., (2010) Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 25 Issue: 6, pp.591-613
30. Sandhu, H. S., Kapoor, S., (2010), corporate social responsibility initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17(2), 47-80.
31. Serafeim, George. Ioannou,Ioannis.(2013).the impact of corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1507874>
32. Servaes,Henri, Tamayo, Ane. (2013). the Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness. *Management Science*, Vol 59, Issue 5, pp: 1045-1061.
33. Sinder, J. Ronald, P& Martin,D.(2003). corporate social responsibility in the 21st century A view from the world's most successful firms, *Journal of Business Ethics*, 48(2), pp:175-187.

34. Siueia, T. T., Wang, J., & Deladem, T. G., (2019), Corporate Social Responsibility and financial performance: A comparative study in the Sub-Saharan Africa banking sector. *Journal of Cleaner Production*, 226, 658-668.
35. Soyka, P.A. And Ameer, P.G. (1997), Does Improving a Firm's Environmental Management System and Environmental Performance Result in a Higher Stock Price? *Journal of Investing*, 6, PP: 87-97. <http://dx.doi.org/10.3905/joi.1997.87>
36. Surroca, J., Tribó, J. A., & Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. *Strategic management journal*, 31(5), 463-490.
37. Thirumanickam, N., Rajamanoharan, I. D., Nordin, N. (2008); Stakeholders' perceptions and expectations of corporate social responsibility reporting in Malaysia, *Proceedings of the 7th Australasian Conference for Social and Environmental Accounting Research (A-CSEAR 2008"*.
38. Tsoutsoura, Margarita. (2004). Corporate social responsibility and financial performance. University of California at Berkeley, financial project.