



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

ISSN: 1813-1719 (Print)



**The effect of corporate social responsibility information on earnings
response coefficients: Evidence from companies listed on the Iraq Stock
Exchange**

Zeyad Khalaf Abdullah*, Satam Salih Hussein

College of Administration and Economics, Tikrit University

Keywords:

Corporate Social Responsibility,
Earnings Response Coefficient.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 Apr. 2023
Accepted 02 May. 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:**

Zeyad Khalaf Abdullah

College of Administration and Economics,
Tikrit University



Abstract: The research aims to know the impact of corporate social responsibility information in the financial statements on the earnings response coefficients. For the purpose of demonstrating that effect and achieving the goal of the research, the method of analyzing the content of the financial reports of the companies listed on the Iraq Stock Exchange for the period from 2012-2021 was used. Through a sample consisting of (20) companies listed in the market from various sectors (the banking sector, the industrial sector, the hotels and tourism sector, the insurance sector and the use of regression models to examine the effect, the results of the research revealed that there is a positive significant effect of social responsibility information on the profit response coefficients in Iraqi companies.

تأثير معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات على معاملات الاستجابة للأرباح: دليل من الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية

سطم صالح حسين

زياد خلف عبد الله

كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت

المستخلص

يهدف البحث إلى معرفة تأثير معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات في القوائم المالية على معاملات الاستجابة للأرباح، ولغرض بيان ذلك التأثير وتحقيق هدف البحث تم استخدام أسلوب تحليل محتوى التقارير المالية للشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للفترة من 2012-2021م، من خلال عينة مكونة من (20) شركة مدرجة في السوق من مختلف القطاعات (القطاع المصرفي، قطاع الصناعي، قطاع الفنادق والسياحة، قطاع التأمين) واستخدام نماذج الانحدار لفحص التأثير، توصلت نتائج البحث إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لمعلومات المسؤولية الاجتماعية على معاملات الاستجابة للأرباح في الشركات العراقية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، معامل استجابة الأرباح.

المقدمة

حظيت معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات باهتمام متزايد في أوساط الجمهور والحكومات والهيئات الرسمية المهنية والمستثمرين، الأمر الذي حفز الشركات للمشاركة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية والافصاح عنها واعداد تقارير الاستدامة، فضلا عن الضغط المتزايد من قبل أصحاب المصالح لدمج الاعتبارات البيئية والاجتماعية في أنشطة واستراتيجيات الشركات، من أجل تحسين جودة المعلومات المفصح عنها ومراعاة تأثير القضايا الاجتماعية والبيئية على الأعمال التجارية والاقتصاد العام للدول والبيئة والمجتمع (Gulko & Hyde, 2022).

مع ذلك كانت هنالك وجهات نظر مختلفة بعض الشيء تنظر للمسؤولية الاجتماعية أنها غير مفيدة ماليا للشركات، ومنهم الاقتصادي (Milton Friedman) الذي يعد من أكثر المعارضين للمسؤولية الاجتماعية للشركات وهذا ما بينه في بحثه المعنون "المسؤولية الاجتماعية للأعمال التجارية هي زيادة أرباحها" الذي نشره عام 1970م وذكر فيه أن تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات ينتج عنه فرض ضرائب غير مبررة على المساهمين في الشركات وإن تكاليف أنشطة المسؤولية الاجتماعية تفوق فوائدها الأمر الذي يترتب عليه سوء تخصيص لموارد الشركة (Brooks & Oikonomou, 2018).

وبين تلك وجهات النظر المختلفة نشط البحث الأكاديمي في هذا المجال لبيان فوائد وتأثيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات على الجوانب المالية في أداء الشركات وتصورات الجمهور أصحاب المصالح بالشركة، إذ في الآونة الأخيرة كان هناك اهتمام متزايد أولاه الجمهور العام لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والنمو المقابل في صناعة الاستثمار المسؤول اجتماعياً (SRI).

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث ودراسات سابقة

يتناول الباحث في هذا المبحث استعراض مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات وصياغة منهجية البحث المتمثلة بالمشكلة والأهمية والأهداف الخاصة بالبحث.

أولاً. مراجعة الدراسات السابقة

1. دراسة (Anugrah & Dianawati, 2020) وهي بحث بعنوان:

Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Earnings Response Coefficient (ERC), and the Chance to Grow

الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومعامل الاستجابة للأرباح، وفرصة النمو هدفت الدراسة لاختبار تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات على معامل استجابة الأرباح بتوسيط متغير فرصة النمو وهل أنه محتمل أن يعزز العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ومعامل استجابة الأرباح، ولتحقيق هدف الدراسة فقد تناولت عينة مكونة من 95 شركة من الشركات المدرجة في مؤشر الاستثمار المستدام المسؤول في بورصة إندونيسيا للفترة من 2014-2018 م وتحليل محتوى تلك القوائم توصلت الدراسة إلى أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية له تأثير إيجابي ذو دلالة احصائية على معامل استجابة الأرباح، في حين لم تتوصل لتأثير لفرصة النمو على هذه العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ومعامل استجابة الأرباح.

2. دراسة (Kristanti & Almilia, 2019) وهي بحث بعنوان:

Factors Affecting Earnings Response Coefficient (ERC) in Manufacturing Companies Listed on BEI

العوامل المؤثرة في معامل استجابة الأرباح في شركات التصنيع المدرجة في (BEI) هدفت الدراسة إلى تحليل العوامل التي تؤثر بشكل كبير على معامل الاستجابة للأرباح (ERC). ولغرض ذلك تناولت الدراسة المتغيرات المستقلة التالية: استمرارية الربح، الربحية، الرافعة المالية، فرصة النمو، حجم الشركة، جودة التدقيق، التحفظ المحاسبي، وأخيراً الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال عينة من شركات التصنيع مدرجة في بورصة إندونيسيا للفترة الممتدة من 2012-2016 باستخدام أسلوب الانحدار المتعدد على (280) عينة توصلت الدراسة إلى أن الربحية وحجم الشركة لهما تأثير إيجابي معنوي على معامل استجابة الأرباح وأظهرت النتائج أيضاً أن استمرارية الأرباح و فرصة النمو لهما تأثير سلبي معنوي على معامل استجابة الأرباح، وعلى العكس من ذلك فإن الرافعة المالية وجودة التدقيق والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والتحفظ المحاسبي لا تؤثر بشكل معنوي على معامل استجابة الأرباح.

3. دراسة (Wijayanti et al, 2020) وهي بحث بعنوان:

The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Firm Size, and Profitability Toward Earnings Response Coefficient

تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والرافعة المالية وحجم الشركة والربحية تجاه معامل الاستجابة للأرباح

هدفت الدراسة إلى بيان تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والرفع المالي وحجم الشركة وربحيتهما على في معامل استجابة الأرباح، وتناولت الدراسة 45 شركة مصرفية في إندونيسيا لفترة خمس سنوات تمتد من 2013-2017، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير سلبي ذو دلالة معنوية للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والرافعة المالية على معامل استجابة الأرباح، وجود تأثير إيجابي معنوي لحجم الشركة في معامل استجابة الأرباح، ولا يوجد هنالك تأثير للربحية على معامل استجابة الأرباح.

4. دراسة (حسن، 2019) وهي بحث بعنوان:

أثر الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية على اتخاذ القرارات الاستثمارية: دراسة تطبيقية على المتعاملين ببورصة القاهرة للأوراق المالية

هدفت الدراسة إلى بيان تأثير الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في القوائم المالية للشركات المساهمة المدرجة في البورصة المصرية على القرارات الاستثمارية للمتعاملين في بورصة الأوراق المالية، وتناولت الدراسة عينة عشوائية من المستثمرين والمضاربين في البورصة المصرية من خلال إدارة الاستبيان التي وزعت عليهم وبواقع (80) استبانة وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها كان هو أن الخبرات السابقة وتجارب المستثمرين تلعب دور كبير في اتخاذ القرار الاستثماري في أسواق الأوراق المالية، وتوصلت أيضا إلى أن التزام الشركات المساهمة في البورصة المصرية بالإفصاح عن جوانب المسؤولية الاجتماعية (البيئة، المجتمع، الزبائن، العاملين) يؤثر على القرارات الاستثمارية في تلك الشركات.

ثانياً. منهجية البحث:

1/1. مشكلة البحث: توفر التقارير المالية السنوية التي تفصح عنها الشركات معلومات تدعم اتخاذ قرارات الاستثمار. وغالبا ما تكون الأرباح المحاسبية نقطة تركيز واهتمام المستثمرين لذلك يترتب عليها قرارات عديدة على صعيد الاستثمار، وما يعبر عن تلك القرارات المستندة للأرباح المحاسبية هو معامل استجابة الأرباح، وفي وقت قريب تطورت إفصاحات واهتمامات الشركات لتشمل جوانب طوعية وغير مالية مثال ذلك تقارير المسؤولية الاجتماعية والاستدامة والحوكمة. تكمن مشكلة البحث في السؤال الآتي: هل هنالك تأثير لمعلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات على معامل استجابة الأرباح؟

2/1. أهمية البحث: تكمن أهمية البحث من تناول جانب هو معامل استجابة الأرباح للمعلومات المسؤولية الاجتماعية التي تفصح عنها الشركات في تقاريرها السنوية أو تفصح عنها بتقرير منفصل في بيئة الشركات العراقية ومدى اهتمام المستثمرين بتلك الشركات التي تتبنى أنشطة المسؤولية الاجتماعية والبيئية ومدى تبلور مفهوم الاستثمار المستدام والمسؤول اجتماعيا لدى السوق المالية العراقية.

3/1. فرضية البحث: يعتمد البحث على الفرضية الآتية: هناك تأثير لمعلومات عن المسؤولية الاجتماعية في معامل استجابة الأرباح.

4/1. اهداف البحث: في ضوء ما تم عرضه في مشكلة البحث وأهمية البحث فإنه يهدف إلى بيان تأثير معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات في التقارير المالية على معامل استجابة الأرباح.

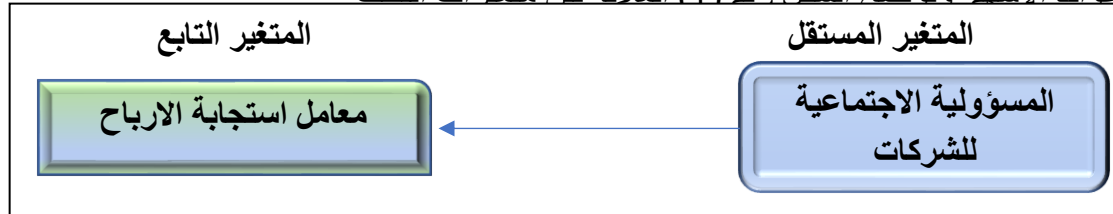
5/1. حدود البحث: تمثلت حدود البحث باختبار العلاقة بين معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات ومعامل استجابة الأرباح من خلال عينة مكونة من (20) شركة مدرجة في سوق العراق للأوراق المالية بفترة تمتد من سنة 2012 ولغاية 2021م.

6/1. منهج البحث: يعتمد البحث منهجين من منهج البحث العلمي هما:

1. المنهج الاستنباطي: الذي يعتمد التفكير المنطقي من خلال الاطلاع على الادبيات المحاسبية العربية والاجنبية ذات الصلة بموضوع البحث، من الكتب والمقالات العلمية والأطاريح والرسائل الجامعية والمواقع الإلكترونية.

2. المنهج الاستقرائي: الذي يستند للحقائق الواقعية وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات من الشركات عينة البحث، وتحليل محتوى التقارير المالية السنوية المنشورة في سوق العراق للأوراق المالية لغرض توظيفها في القياس الكمي لمتغيرات البحث.

7/1. **متغيرات ونموذج الدراسة:** تتمثل متغيرات الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية التي سيتم قياسها من خلال عدة مؤشرات ومعامل استجابة الأرباح الذي يقاس بمعامل الميل في معادلة انحدار الأرباح وعوائد الأسهم، يوضح الشكل رقم (1) العلاقة بين متغيرات البحث



الشكل (1): نموذج متغيرات البحث

المصدر: الشكل من اعداد الباحثان.

بعد عرض المقدمة والتطرق للدراسات السابقة ومنهجية البحث في المبحث الأول، سيم استعراض ما تبقى من البحث كما يأتي: المبحث الثاني يتناول من خلاله الباحثان الجوانب النظرية للمتغيرات والعلاقة بين المتغيرات، والمبحث الثالث يعرض الدراسة العملية واختبار الفرضيات وأخيراً المبحث الرابع تناول الاستنتاجات والتوصيات الذي توصل إليها الباحثين.

المبحث الثاني: الجانب النظري للبحث

1/2. المسؤولية الاجتماعية للشركات

1/1/2. مفهوم ومراحل تطور المسؤولية الاجتماعية

يعود ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات لما قبل الحرب العالمية الثانية، وتعد أولى بوادر تبلور ذلك المفهوم في العام 1946م عندما صرح عميد كلية هارفارد لإدارة الأعمال بأنه يجب على الشركات أن تعي وتحمل مسؤولياتها تجاه المجتمع، وما أعقبها في حقبة السبعينات من القرن الماضي من اهتمام الكتاب بالجوانب الاجتماعية وتناولها في مؤلفاتهم وبعد ذلك الالتفات للجوانب البيئية (محمود وآخرون، 2018: 5-6).

وخلال تلك العقود الماضية دفع ضغط أصحاب المصلحة للشركات إلى اتخاذ المزيد من المبادرات والاهتمامات بقضايا الاستدامة على مستوى العالم، وفي الوقت نفسه دعوات المساهمين للشركات بشكل متزايد إلى دمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في أنشطتهم التجارية، وهذا ينعكس بقوة في محتويات مقترحاتهم (Gaio et al, 2022: 2927).

لم يكن هنالك اتفاق واضح على تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات لذلك تعددت الآراء حول هذا المفهوم بدنها كارول سنة 1979م عندما وضع أساساً للتعريف مكون من أربعة أبعاد فكانت المسؤولية الاجتماعية للشركات وفق تعريفه تشمل التوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والإنسانية أو الخيرية التي لدى المجتمع من الشركات في وقت معين (Carroll, 2016: 2).

وعرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة سنة 2002م بأنها التزام الشركات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية واستدامة الموارد، والعمل مع الموظفين وذويهم والمجتمع المحلي والمجتمع بالمجمل لتحسين مستوى حياتهم. وعرفت أيضاً بأنها مسؤولية منظمات الأعمال تجاه الآثار المترتبة على قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة التي تتجسد في شكل سلوك واضح وأخلاقي

يتمشى مع أهداف التنمية المستدامة والرفاهية العامة للمجتمع، بشكل يراعي توقعات أصحاب المصالح، ويتلاءم مع دمج القوانين وقواعد السلوك الدولية مع المنظمة ككل (Susilo et al., 2019: 233)

2.1/2. أهمية معلومات المسؤولية الاجتماعية

- تشمل التقارير المالية ذات الأغراض العامة على معلومات مالية وغير مالية وبيانات تفصح عنها الشركات بشكل طوعي أو اختياري وغالبا ما تتحمل الشركات تكلفة لإنتاج وعرض تلك المعلومات ومنها معلومات المسؤولية الاجتماعية وذلك للأسباب الآتية:
1. تحسين صورة الشركة لدى الزبائن والعاملين والمجتمع بشكل عام بما يكسبها احترام المجتمع وبناء سمعتها في السوق (الزبيدي والطائي، 2020: 153).
2. تعزيز فكرة استدامة الموارد من خلال مراعاة الجوانب البيئية في أنشطة الشركة الأمر الذي يؤدي الى تحسين كفاءة وفعالية عمليات الإنتاج وتقديم الخدمات (العبيدي، 2021: 11).
3. تساعد المعلومات المتعلقة بالجوانب البيئية إدارات الشركات بالاهتمام بتطوير منتجات صديقة للبيئة مما يكسبها رضا المستهلكين (حمد، 2021: 4).
4. تعد تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات اللغة التي تخاطب بها أصحاب المصلحة وتعمل على جذبهم والاحتفاظ بهم (محمد ويحيى، 2020: 348).
5. إن تبني الشركات أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها يعمل على خلق بيئة عمل مستقطبة للموظفين ذوي الخبرات (Kayser, 2018: 144).

وبناءً على ما سبق يرى الباحثان ان لمعلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات ضرورة لأنها تعبر عن شفافية الشركة في ممارسة أنشطتها الاقتصادية ومراعاة مصالح جميع الأطراف أصحاب المصلحة بالشركة.

3.1/2. محددات الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية

إن تقارير ومعلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات تعد من الإفصاحات الاختيارية والطوعية ولذلك كانت موضع جدل ومعارضة من قبل المفكرين الاقتصاديين الذين يسعون لمعرفة أسباب مشاركة الشركات في تلك الأنشطة الاجتماعية، وخصوصاً أنها لا تخضع لمعايير وضوابط في العديد من الاقتصادات وخصوصاً اقتصادات الدول النامية ولذلك فأنها كانت عرضة للتأثير بعوامل ومحددات عديدة. اختبرت دراسة (Alkayed & Omar, 2022) أكبر مجموعة محددات للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في البيئة الأردنية تضمنت 16 متغير مثل (حجم مجلس الإدارة، الأعضاء غير التنفيذيين في المجلس، عمر الشركة، التمثيل النسائي في المجلس، الأعضاء الأجانب في المجلس، السيطرة العائلية في المجلس، عدد اجتماعات مجلس الإدارة، لجنة التدقيق، نوع شركة التدقيق الخارجية، ازدواجية الرئيس التنفيذي، تركيز الملكية، حوكمة الملكية، الملكية المؤسسية، حجم الشركة، مديونية الشركة، نوع القطاع الصناعي للشركة) وأظهرت النتائج من بين تلك المحددات ان هنالك 10 محددات مهمة لمدى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات: حجم مجلس الإدارة، الأعضاء غير التنفيذيين، عمر الشركة، الأعضاء الأجانب في مجلس الإدارة، عدد اجتماعات المجلس، لجنة التدقيق، نوع شركة التدقيق الخارجية، الملكية الحكومية، حجم الشركة، ونوع الصناعة. فضلاً عن ذلك توصلت إلى 9 محددات مهمة لجودة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية مثل: حجم مجلس الإدارة، وعمر الشركة، والأعضاء الأجانب في مجلس الإدارة، وعدد اجتماعات المجلس، ولجنة التدقيق، ونوع شركة التدقيق الخارجية، والملكية الحكومية، وحجم

الشركة، ونوع الصناعة. وبشكل عام كان حجم الشركة يليه حجم مجلس الإدارة وعمر الشركة من المحددات المهمة وذات التأثير الكبير على المسؤولية الاجتماعية. اتفقت أغلب الدراسات على محددات مشتركة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية مثل دراسة (Kukreja et al., 2022: 492) التي صنفت هذه المحددات إلى ثلاث فئات مثل الخصائص المالية (الربحية)، وخصائص حوكمة الشركات (حجم مجلس الإدارة، وتمثيل النساء في مجلس الإدارة) والخصائص الخاصة بالشركة (التمثيل الدولي، وحجم شركة التدقيق، وحجم الشركة). ودراسة (هنداوي، 2020: 56) التي أشارت إلى 7 محددات (تركيز الملكية، المحددات الأخرى مثل وعي الحكومات وضغط العملاء، مستويات الربحية، حجم الشركة، عمر الشركة، الرافعة المالية أو نسبة المديونية، نوع الصناعة. ودراسة (Alotaibi & Hussainey, 2016) التي لم تختلف بعض الشيء سوى أنها اضافت محددات لجنة المكافآت ونسبة الملكية الإدارية إضافة للمحددات التي تناولتها الدراسات المشار إليها أعلاه.

2/2. معامل استجابة الأرباح (ERC)

1/2/2. مفهوم وتعريف معامل استجابة الأرباح

تعد معلومات الأرباح هي نقطة الضوء في التقارير المالية التي ينصب تركيز واهتمام المستثمرين والدائنين عليها. وأيضاً يعد الربح الذي تحققه الشركة هو أحد مقاييس الأداء التي يأخذها المستثمرون والدائنون في الاعتبار عند اتخاذ قرارات الاستثمار أو منح الأموال لتلك الشركات. وبالتالي يمكن استخدام معلومات الأرباح لقياس مدى نجاح واستمرارية الشركة، وتقييم حجم العوائد التي سيتلقاها المستثمرون والدائنون. تظهر ربحية الشركة المتزايدة بشكل مستمر الأداء الجيد الذي تبذله إدارة الشركات الذي تكون نتيجته زيادة قيمة الشركة. وبالتالي فإن المستثمرين أو الدائنين مهتمون أكثر بالشركات التي تحقق أرباحاً كبيرة والتي تنمو دائماً.

يعرف معامل الاستجابة للأرباح (ERC) بأنه مقياس للمعلومات الواردة في الأرباح التي تعبر عن قيمة الملاءمة لمعلومات الأرباح المحاسبية. لذلك فإن ارتفاع قيمة المعامل تدل على أن المعلومات الواردة في الأرباح مفيدة للمستثمرين في اتخاذ القرار وذلك يدل على جودة معلومات الأرباح والعكس من ذلك فإن القيمة المنخفضة للمعامل تدل على عدم فائدة أو استجابة للمستثمرين لمعلومات الأرباح والسبب في ذلك انخفاض جودة تلك البيانات (Wijayanti et al, 2020: 1202-1203).

ويمثل نسبة التغير الحاصل في القيمة السوقية للشركة التي تحدث استجابة للتغير في الأرباح المحاسبية لتلك الشركة، وبتعبير آخر هو ناتج قسمة عوائد الأسهم على الأرباح المحاسبية المعلن عنها. ويستخدم لقياس وتقييم جودة الأرباح المحاسبية. ويعرف أيضاً بأنه إمكانية الأرباح لوصف وتفسير التغيرات في أسعار الأسهم والعوائد في الأسواق المالية، وبذلك ينبغي عند ارتفاع معامل استجابة الأرباح ترتفع بالمقابل قدرة الأرباح على توضيح التغيرات التي تحدث في عوائد الأسهم (المغربي، 2022: 143).

وأشارت دراسة (Kusuma & Subowo, 2018: 95) إلى مقدار المعامل الذي يستخدم لقياس استجابة سعر السهم للمعلومات الواردة في الأرباح المحاسبية يطلق عليه معامل الاستجابة للأرباح.

ومن بين تلك المفاهيم المختلفة فإن معامل استجابة الأرباح (ERC) بشكل عام يعد مقياساً للعلاقة بين عوائد أسهم الشركات بالأرباح غير المتوقعة أو الأرباح المفاجئة في وقت قريب من

افصاحات أرباح الشركات، أو أنه العلاقة بين التغيير في أسعار أسهم الشركات وأي معلومات غير عادية في إفصاحات أرباح الشركة (Beredugo, 2021: 26).

2.2/2/2. النظريات المرتبطة بتفسير معامل استجابة الأرباح

1.2/2/2. **نظرية الوكالة (Agency Theory):** توضح هذه النظرية العلاقة التي تربط أصحاب الحقوق بالشركة ملاكها ومساهميها بالوكلاء الا وهم إدارة الشركات إذ عرفها (Jensen and Meckling) بأنها العقد الذي من خلاله يرتبط الوكيل بالموكل، من أجل تقديم الخدمات نيابة عن المساهمين من خلال منح الوكيل سلطة اتخاذ القرار. وإن هذا الاجراء له سلبيات منها اختلاف المصالح بين الإدارات والمساهمين وعدم تماثل المعلومات والتي بالنهاية تؤدي إلى حدوث ما يعرف بتكاليف الوكالة. وتصنف تكاليف الوكالة إلى ما يعرف بتكاليف المراقبة التي تكبدها المساهمين للإشراف على سلوك الوكيل والسيطرة عليه. وتكاليف الالتزام التي إدارة الشركات لغرض توثيق واثبات قراراتهم وانشطتهم كانت لصالح أصحاب الشركات. وأخيرا الخسارة المتبقية التي هي تكاليف تقليل عدم الثقة الناجمة عن الاختلاف في القرارات بين المالكين وإدارة الشركات. وذلك الأمر يعود لكون إدارة الشركات تمتلك جميع المعلومات مقارنة بالمساهمين، ولذلك يمكن تقليل هذه الفجوة عندما تقوم الشركات بالتوسع في الإفصاح الأمر الذي ينعكس على سلوكيات المساهمين وتصوراتهم عن الشركات (Chandra & Mukhlisin, 2020: 40).

2.2/2/2. **نظرية الإشارة (Signalling Theory)**

تفسر هذه النظرية مسألة اختلاف المعلومات بين الأطراف المختلفة وتتناول الآلية التي بالإمكان من خلالها حل مشكلة عدم تماثل المعلومات في البيئات التنافسية (Bae et al., 2018: 2). إذ تتكون نظرية الإشارة من خمسة عناصر أساسية هي: مرسل الإشارة، الإشارة، مستقبل الإشارة او المتلقي، ردود الفعل من المتلقي، وأخيرا بيئة الإشارة. مرسلي الإشارة هم اشخاص لديهم الاطلاع الكافي وإمكانية الوصول للمعلومات التي تكون غير متاحة للآخرين. ويتم التواصل مع الأشخاص الآخرين من خلال الإشارات، لذلك عادة ما نجدهم يوصلون معلومات إيجابية للأشخاص خارج المؤسسة أو سلبية عن غير قصد. لكن بصرف النظر عن تلك الإشارات المرسله سواء كانت سلبية أو إيجابية مقصودة أو عن غير قصد فأنها تعمل على تقليل عدم تماثل المعلومات من خلال المعلومات الإضافية التي تنقل الى الأشخاص ذوي العلاقة خارج المؤسسة. فأن مستقبلي تلك الإشارات يعملون على تفسير تلك الإشارات والاستفادة من المعلومات الواردة في تلك الإشارات (Friske et al, 2022: 376). تكمن فلسفة النظرية في الأسواق المالية ان الإشارة هي أي حدث يعبر عن محتوى معلوماتي، إذا تسبب الحدث في تفاعل ورد فعل جمهور الأسواق المالية على التداول في الاسهم وينعكس ذلك زيادة العوائد التي تتضح من خلال وجود عوائد غير طبيعية. وبالتالي يمكن القول إن نظرية الإشارة هي نظرية لها ارتباطاً وثيق بالمعلومات التي تهدف إلى تقييم استجابة السوق ستكون محتوى المعلومات. فضلا عن ذلك، يمكن أن ينتج عن محتوى المعلومات تفسيرات مختلفة اعتماداً على منظور المشاركين في الأسواق المالية (Assagaf et al., 2019: 4).

3.2/3. **العلاقة بين معلومات المسؤولية الاجتماعية ومعامل استجابة الأرباح:** بالرغم من أن تقارير

أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات غير ملزمة قانونياً، إلا أن معظم الشركات الكبيرة تفصح عن تلك المعلومات سواء بشكل تقرير مستقل أو حتى ضمن تقريرها السنوية، هذا الإفصاح الطوعي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات له دوافع منها على سبيل المثال الرغبة في توصيل معلومات

المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى المستثمرين. إذا كانت أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر على أرباح الشركة المستقبلية والتدفقات النقدية، سيجد المستثمرون الإفصاحات ذات الصلة مفيدة لقرارات التقييم الخاصة بهم. والسبب الآخر إذا كان هناك وعي لدى المستثمرين بأهمية القيام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وثقافة تشجع تلك الأنشطة لما لها من فوائد تنعكس على المجتمع وجوانب الاستدامة فانهم سوف يستجيبون بشكل إيجابي لإفصاحات الشركات التي تتبنى أنشطة المسؤولية الاجتماعية (Martin & Moser, 2016: 239). بالنظر لسلوكيات وأطر عمل المستثمرين في الأسواق المالية فإن المعلومات الأقل شفافية من الممكن أن تعرقل ردود أفعال واستجابات الأسواق لإفصاحات الأرباح، لذلك فإن أحد المزايا الأساسية لمعلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات هو أنها تعزز شفافية تقارير الشركات وتقلل من عدم تماثل المعلومات فضلاً عن ذلك فإن توفير المعلومات في تقارير المسؤولية الاجتماعية يساعد المستثمرين على تقدير قيمة الشركات، من خلال توفير معلومات إضافية تتجاوز ما ينبغي الإفصاح عنه في التقارير المالية التقليدية لأصحاب المصلحة لغرض الفهم الأفضل لسياق النظام الذي تعمل فيه الشركات، بما في ذلك الأنشطة المجتمعية والبيئية والحوكمة والسياسات والسلامة وظروف العمل والاقتصاد المحلي، وبالتالي زيادة الشفافية في الإفصاح، بالإضافة إلى ذلك يمكن لتقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات تحسين جودة التقارير المالية لأنها قد تحد من السلوك الانتهازي للمديرين وممارساتهم لإدارة الأرباح الأمر الذي ينتج عنه انتاج تقارير ذات جودة وموثوقية وبالتالي استجابة أكبر من قبل المستثمرين لتلك الإفصاحات (Wang et al, 2021:138).

ويرى الباحثان أن تلك المعلومات التي توفرها الإفصاحات الطوعية الإضافية التي تقوم بها الشركات مهمة في الأسواق المالية تؤدي الى تقليل عدم تماثل المعلومات بين إدارات الشركات وأصحاب المصالح. الأمر الذي يخلق تصور كافي لدى أصحاب المصالح عن المخاطر المحتملة والتي ممكن أن تواجه الشركة مستقبلا ومدى مواكبتها للتطورات التي تحدث في البيئة المحيطة، وبالتالي يمكن القول إن هناك تأثير لمعلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات على معامل استجابة الأرباح.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي

1/3. المجتمع والعينة: تمثل مجتمع البحث بالشركات العراقية المدرجة في سوق الأوراق المالية وقد اختار الباحثان عينة مكونة من 20 شركة للفترة من 2011-2021 متنوعة القطاعات وكان اختيارها على أساس معايير توافر بياناتها للفترة المحددة للبحث بدون انقطاع وتوافر أسعار الاغلاق الشهرية للأسهم.

2/3. متغيرات البحث

أ. **المسؤولية الاجتماعية للشركات:** وهو المتغير المستقل في هذا البحث واستند الباحثان في قياسه إلى مجموعه عبارات مصنفة إلى أربعة مؤشرات (خدمة المجتمع، والبيئة، والموارد البشرية، والمنتجات والخدمات) من خلال أسلوب تحليل المحتوى الذي يتم من خلاله إعطاء قيمة 1 إذا تم الإفصاح عن العبارة وقيمة 0 إذا لم يتم الإفصاح عنها، والملحق رقم (1) يوضح تفاصيل تلك العبارات التي تم اختيارها بالاتفاق مع الدراسات (الصرايرة، 2022) و(الاحمري وعسيري، 2021) و(النعامنة، 2021) و(الجرد، 2020) و(مقابله، 2019) و(بني سلامة، 2018) و(العجوري، 2017) و(الفتياني، 2015) و(Soobaroyen et al., 2022) و(Khan et al., 2020).

ب. معامل استجابة الأرباح: وهو المتغير التابع وتم قياسه بالاتفاق مع دراسة (القرعان، 2018) التي بينت عدة خطوات لاحتسابه وكما يأتي:

أولاً. العائد السنوي للسهم (R_{it}): ويمثل هذا العائد (R_{it}) في معادلة الانحدار التي تربط العوائد بالأرباح المتغير التابع. ويتم احتسابه من خلال احتساب العائد الشهري للسهم أولاً ومن ثم احتساب العائد السنوي للسهم من خلال الآتي:

الخطوة الأولى: حساب العائد الشهري للسهم (r_{it})

يتم الوصول للعائد الشهري للسهم (r_{it}) من خلال أسعار اغلاق الأسهم الشهرية للشركة (i) للسنة (t) للأشهر السنة كاملة للفترة من سنة (2012-2021) من سوق العراق للأوراق المالية، ويتم احتساب العائد الشهري عن طريق حاصل طرح سعر اغلاق شهر (t) من الشهر السابق (t-1) مقسوم على سعر اغلاق الشهر السابق (t-1) من خلال المعادلة الآتية:

$$r_{i,t} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

حيث إن:

$r_{i,t}$: عائد السهم للشهر (t) للشركة (i)

P_{it} : سعر اغلاق السهم للشهر (t) للشركة (i)

P_{it-1} : سعر اغلاق السهم للشهر السابق (t-1) للشركة (i)

الخطوة الثانية: احتساب العائد السنوي للسهم (R_{it})

بعد استخراج العائد الشهري لجميع أشهر السنة كاملة (12) شهراً، يتم احتساب العائد السنوي للسهم من خلال مضروب العائد الشهري لكل شهر وبعد ذلك نطرح رقم من ناتج المضروب ل (12) شهر كما في المعادلة الآتية:

$$R_{i,t} = \prod_{t=1}^{12} [(1 + r_{it})] - 1$$

حيث إن:

$R_{i,t}$: عائد السهم للسنة (t) للشركة (i) المجموع لأثنى عشر شهراً.

\prod : رمز المضروب

r_{it} : عائد السهم للشهر (t) للشركة (i)

ثانياً. مستوى الأرباح (LE_{it}): يمثل مستوى الأرباح (LE_{it}) المتغير المستقل في معادلة الانحدار التي تبين علاقة العوائد بالأرباح، ويتم الحصول على مستوى الأرباح السنوي عن طريق حاصل قسمة ربحية السهم للسنة (t) للشركة (i) على سعر الاغلاق الشهري (P_{it}) في بداية فترة القياس، وكما هو موضح في المعادلة:

$$LE_{it} = \frac{EPS_{it}}{P_{it-1}}$$

وإذ يشير:

LE_{it} : المستوى السنوي لأرباح الشركة (t) للسنة (i).

EPS_{it} : ربحية السهم الواحد للشركة (t) للسنة (i).

P_{it-1} : سعر اغلاق السهم للشركة (t) في بداية فترة القياس للسنة (i).

مع العلم انه لا يتم استبعاد اية توزيعات للأرباح في الاحتساب.

ثالثاً. احتساب معامل استجابة الأرباح (ERC): يتم الوصول الى معامل استجابة الأرباح (ERC) من خلال معادلة انحدار علاقة العائد السنوي للسهم (R_{it}) مع مستوى الأرباح (LE_{it}) للشركات عينة الدراسة خلال الفترة من (2012-2021) كما في معادلة الانحدار أدناه:

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 LE_{it} + \varepsilon_{it}$$

حيث إن:

β_0 : الثابت

β_1 : معامل استجابة الأرباح (ERC) (معامل الميل)

ε_{it} : خطأ نموذج الانحدار.

وسيتم اخذ القيمة المطلقة لمعامل الميل (β_1) لتمثيل معامل استجابة الأرباح، إذ كلما زادت القيمة دل ذلك على زيادة قدرة ربحية السهم في تمثيل الزيادة في العائد للقيمة السوقية للسهم.

3/3. التحليل الاحصائي والنتائج: من خلال الجدول رقم (1) يتضح مستويات الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ومعامل استجابة الأرباح للشركات عينة البحث.

الجدول (1): مستويات متغيرات الدراسة ضمن الشركات عينة البحث

ت	الشركة	معامل استجابة الأرباح	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية			
			البيئي	الموارد البشرية	الاجتماعي	الاجمالي
الافصاح	المنتجات					
1	مصرف اشور	0.356	2.00	5.40	4.60	17.80
2	المصرف التجاري	0.194	2.00	5.10	1.60	14.20
3	المصرف العراقي	0.638	1.70	5.00	3.50	15.80
4	مصرف الخليج	0.542	1.10	4.90	2.20	13.40
5	الشرق الأوسط	0.755	2.20	5.90	4.00	17.20
6	مصرف الاستثمار	0.283	2.40	5.00	2.90	15.30
7	مصرف المنصور	2.917	2.00	5.00	5.90	18.90
8	مصرف بغداد	0.985	1.20	5.80	4.40	17.40
9	مصرف الائتمان	3.002	1.40	5.10	3.80	16.10
10	مصرف سومر	3.323	3.20	5.20	3.00	17.00
11	مصرف ايلاف	1.019	1.80	5.00	3.70	16.30
12	الاهلي العراقي	1.140	2.20	6.00	5.00	19.00
13	مصرف المتحد	0.526	2.20	5.00	4.90	18.00
14	المنصور للصناعات الدوائية	1.825	5.00	5.00	2.30	18.30
15	بغداد للمشروبات الغازية	14.699	4.80	5.00	3.40	19.20

ت	الشركة	معامل استجابة الأرباح	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية			
			البيئي	الموارد بشرية	الاجتماعي	الاجمالي الإفصاح
16	الكندي لإنتاج اللقاحات	2.784	4.00	5.00	4.80	18.80
17	انتاج الالبسة الجاهزة	10.001	3.80	4.10	2.90	16.10
18	فندق بابل	4.857	2.00	3.70	4.30	15.60
19	فنادق المنصور	0.308	1.80	5.20	3.00	15.70
20	دار السلام للتأمين	3.389	2.00	5.20	2.00	14.80
	الاجمالي	2.677	2.44	5.08	3.61	16.74

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على المخرجات الإحصائية.

من خلال الجدول رقم (1) يتبين أن هنالك تفاوت في الأوساط الحسابية لمتغير معامل استجابة الأرباح إذ سجلت شركة (بغداد للمشروبات الغازية) أعلى وسط تليها شركة (انتاج الألبسة الجاهزة)، وهاتين الشركتين ضمن قطاع الصناعة وذلك ما يشير إلى أن معامل استجابة الأرباح لهاتين الشركتين مرتفع عن الوسط الحسابي لأجمالي عينة البحث، مما يدل أن المعامل في القطاع الصناعي أكبر من بقية القطاعات الأخرى (التأمين، والفنادق، والمصرفي). أما فيما يخص جانب الإفصاح نلاحظ وجود تقارب في المستويات بين الشكاك والقطاعات مع ارتفاع بسيط لشركة (بغداد للمشروبات الغازية) وتليها شركة (المصرف الأهلي العراقي).

ويظهر الجدول الاحصائي رقم (2) وصف للمتغيرات ممثلة بالانحرافات المعيارية والأوساط الحسابية للمتغيرات.

الجدول (2): وصف متغيرات الدراسة

نوع المتغيرات	المتغيرات	الابعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	أدنى قيمة	أعلى قيمة	معامل الاختلاف
المستقل	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية	البيئي	2.440	1.409	1.000	8.000	58%
		المورد البشري	5.080	0.613	3.000	6.000	12%
		الاجتماعي	3.610	1.584	0.000	7.000	44%
		المنتجات	5.620	0.615	3.000	6.000	11%
		الاجمالي	16.750	2.742	8.000	25.000	16%
التابع	معامل استجابة الأرباح		2.677	3.563	0.194	14.699	133%

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على المخرجات الإحصائية.

يتضح من الجدول رقم (2) وبدلالة قيم معامل الاختلاف التي كانت أقل من 50% أن هنالك اتساق وعدم تشتت لمستويات الإفصاح الكلية للمسؤولية الاجتماعية وكذلك على المستوى الجزئي

للمؤشرات الثلاثة (الاجتماعية، الموارد البشرية، المنتجات)، إلا أن هنالك تشتت وتباين كبير في مؤشرات الإفصاح البيئي وأيضا في معامل استجابة الأرباح.

اختبار الفرضية

فرضية البحث: هناك تأثير لمعلومات المسؤولية الاجتماعية في معامل استجابة الأرباح.

لغرض بيان التأثير لمعلومات المسؤولية الاجتماعية في معامل استجابة الأرباح واختبار ذلك استخدم الباحثان معادلة الانحدار الخطي وكانت النتائج موضحة في الجدول رقم (3)

الجدول رقم (3): معادلة انحدار تأثير معلومات المسؤولية الاجتماعية في معامل استجابة الأرباح

الأبعاد	الثابت (β_0)	الميل (β)	(T) (Sig.)	(F) (Sig.)	(R ²)	(R ²) المعدل
الإفصاح (CSR)	-.865	6.347	2.321 (0.021)	5.389 (0.021)	0.026	0.022

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على المخرجات الإحصائية.

يمكن من خلال الجدول رقم (3) توضيح ما يأتي:

1. بلغت قيمة F (5.389) مما يدل على ثبات وصحة نموذج معادلة الانحدار وأنها دالة احصائيا عند مستوى 5%، وذلك يعني تقدير معامل استجابة الأرباح بدلالة معلومات المسؤولية الاجتماعية التي تفصح عنها.
2. بلغت قيمة T (2.321) عند مستوى دلالة معنوية (0.021) مما يعني ثبات معامل الحد الثابت لتلك القيمة وأنها كانت أقل من 5% وذلك يدل على التأثير المعنوية لمعلومات المسؤولية الاجتماعية في معامل استجابة الأرباح.
3. كانت قيمة البيتا موجبة وبلغت (6.347) وذلك يدل على أن هناك تأثير إيجابي طردي، أي كلما زاد الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية ينعكس بزيادة معامل استجابة الأرباح.
4. كانت قيمة (R²) قد بلغت (0.026) مما يعني الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية يفسر نسبة 2.6% من التغيرات التي تحدث في معامل استجابة الأرباح، ويرى الباحثان أنها نسبة قليلة بالمقارنة مع النسبة 97.4% والتي تعود لعوامل مؤثرة أخرى غير ظاهرة في نموذج انحدار البحث،

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Baskoro et al., 2021) التي اختبرت تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ومحاسبة الاستدامة وتوصلت لنفس النتيجة وجود تأثير إيجابي لكل من للمسؤولية الاجتماعية ومحاسبة الاستدامة على معامل استجابة الأرباح. وتتفق مع دراسة (Anugrah & Dianawati, 2020) التي توصلت لتأثير إيجابي معنوي للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في مؤشر (SRI-Kehati Index) على معامل استجابة الأرباح. وتختلف عن دراسة (Bae et al, 2005) التي وجدت تأثير سلبي للإفصاحات المحتملة البيئية على معامل استجابة الأرباح كونها تسبب ضبابية في المعلومات المحاسبية وعدم دقة الأرباح وبالتالي ضعف استجابة السوق. بناءً على ما سبق تقبل الفرضية.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

1.4. الاستنتاجات

1. تزود الإفصاحات التفصيلية عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المستثمرين بمعلومات إضافية مفيدة تمكنهم من اتخاذ قرارات رشيدة.
2. لا يقتصر اعتماد المستثمرين على الإفصاحات المالية للشركات، إنما للبيانات غير المالية دور مهم في اتخاذ القرارات الاستثمارية.
3. وجود تأثير معنوي للمعلومات عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركات على معامل استجابة الأرباح في الشركات العراقية.
4. الإفصاحات الطوعية تعمل على جذب اهتمام المستثمرين لكونها تعزز من مصداقية تقارير الشركات.
5. تطور مستويات الإفصاح لدى الشركات العراقية وخصوصاً المتعلقة بأنشطة المسؤولية الاجتماعية.
6. مراعاة إدارة الشركات للجوانب الاجتماعية وجعلها من الأولويات ضمن الخطط الاستراتيجية يعمل على بناء ثقة لدى أصحاب المصلحة وتحسين سمعة للشركة في الأسواق المالية.

2.4. التوصيات

1. يجب على إدارة الشركات إيلاء أهمية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية ومراعاة البيئة المحيطة.
2. العمل على توعية إدارة الشركات بأهمية الإفصاح عن تلك الأنشطة الاجتماعية لما لذلك من أهمية.
3. يجب على الهيئات والمنظمات الرسمية التي لها سلطة تنظيمية للمهنة العمل على إصدار معايير تنظم الإفصاح عن تلك المعلومات غير المالية ومؤشرات تصنيف الشركات حسب التزامها.
4. اجراء الدراسات الاستطلاعية والاستقصائية لمعرفة سلوك المستثمرين بالأسواق المالية ومدى تأثير كمية ونوعية الإفصاحات على استجاباته.

المصادر:

أولاً. المصادر العربية:

1. حسن، احمد حسن توفيق، (2019)، أثر الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية على اتخاذ القرارات الاستثمارية: دراسة تطبيقية على المتعاملين ببورصة القاهرة للأوراق المالية، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، س 39، ع 1، 197-245.
2. حمد، شعله عبد الواحد، (2019)، أثر الإفصاح البيئي على تقنيات الإنتاج الأنظف/دراسة استطلاعية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (17) العدد (55) ج 1.
3. الزبيدي، غني دحام، والطائي، صلاح حاتم، (2020)، تقييم مبادرات المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين والمستفيدين على وفق المواصفة القياسية ISO 26000، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (16) العدد (51) ج 2.
4. العبيدي، خالد عبيد احمد، (2021)، علاقة الإفصاح المحاسبي عن الأداء البيئي بجودة تقارير الاستدامة، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (17) العدد (54) ج 2.
5. القرعان، سلام منذر، (2018)، العوامل المؤثرة على معامل استجابة الأرباح للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا الجامعة الأردنية، الأردن.

6. محمد، عبد الرحمن عبد الله، ويحيى، علاء عبد السلام، (2020)، أبعاد المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز التسويق الخفي دراسة حالة في شركة كورك للاتصالات في نينوى، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (16) العدد (52) ج 1.
7. محمود، صدام محمد، وحسين، علي إبراهيم، وحسون، ليث نعمان، (2018)، أهمية الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية وانعكاسه في بيان دور المنشآت في تحقيق الرفاهية الاجتماعية دراسة استطلاعية لآراء عدد من المحللين الماليين في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (2) العدد (42) ج 2.
8. المغربي، مصطفى احمد، (2022)، دور معامل استجابة الأرباح في زيادة كفاءة جودة عملية المراجعة وأثرها على جودة التقارير المالية: دراسة ميدانية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج 13، ع 1، 129-152.
9. هنداوي، احمد منير عبد السلام، (2020)، العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وعدم تماثل المعلومات وأثرها على قيمة المنشأة: دراسة نظرية وتطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة كفر الشيخ كلية التجارة، مصر.

ثانياً. المصادر الأجنبية:

1. Bae, S. M., Masud, M. A. K., & Kim, J. D., (2018), A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: A signaling theory perspective. *Sustainability*, 10(8), 2611.
2. Alkayed, H., & Omar, B. F., (2022), Determinants of the extent and quality of corporate social responsibility disclosure in the industrial and services sectors: The case of Jordan. *Journal of Financial Reporting and Accounting*.
3. Anugrah, Y. R., & Dianawati, W., (2020), Corporate social responsibility (CSR) disclosure, earnings response coefficient (ERC), and the chance to grow. *Cuadernos de Economía*, 43(123), 382-390.
4. Assagaf, A., Murwaningsari, E., Gunawan, J., & Mayangsari, S., (2019), Factors affecting the earning response coefficient with real activities earning management as moderator: Evidence from Indonesia stock exchange. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 11(2), 1-14.
5. Beredugo, S. B., (2021), Determinants of Earnings Response Coefficient in the Nigerian Post-IFRS Implementation Era. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 21(7), 24-31.
6. Brooks, C., & Oikonomou, I., (2018), The effects of environmental, social and governance disclosures and performance on firm value: A review of the literature in accounting and finance. *The British Accounting Review*, 50(1), 1-15.
7. Carroll, A. B., (2016), Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International journal of corporate social responsibility*, 1(1), 1-8.
8. Chandra, O. C., & Mukhlisin, M., (2020), The influence of tax avoidance, foreign direct investment, and capital intensity towards earning response coefficient. *studies and scientific researches. economics edition*, (32).

9. Friske, W., Hoelscher, S. A., & Nikolov, A. N., (2022), The impact of voluntary sustainability reporting on firm value: Insights from signaling theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1-21.
10. Gaio, C., Gonçalves, T. and Sousa, M.V., (2022), "Does corporate social responsibility mitigate earnings management?", *Management Decision*, Vol. 60 No. 11, pp. 2972-2989
11. Gulko, N., & Hyde, C., (2022), Corporate perspectives on CSR disclosure: audience, materiality, motivations. *International Journal of Disclosure and Governance*, 19(4), 389-412.
12. Kayser, S. A., (2018), The negative relationship between event-specific corporate social responsibility and shareholder value. In *Social Movements, Stakeholders and Non-Market Strategy* (Vol. 56, pp. 143-171). Emerald Publishing Limited.
13. Kristanti, K. D., & Almilia, L. S., (2019), Factors Affecting Earnings Response Coefficient (ERC) in Manufacturing Companies Listed on BEI. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 22(2), 178.
14. Kukreja, G., Sharma, R. B., Habib, S. K. H., & Bansal, A., (2022), Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from Insurance Companies of GCC Countries. In *Explore Business, Technology Opportunities and Challenges After the Covid-19 Pandemic* (pp. 490-503). Cham: Springer International Publishing.
15. Kusuma, K. I., & Subowo, S., (2018), The Analysis of Factors Affecting the Profit Response Coefficient. *Accounting Analysis Journal*, 7(2), 95-102.
16. Martin, P. R., & Moser, D. V., (2016), Managers' green investment disclosures and investors' reaction. *Journal of Accounting and Economics*, 61(1), 239-254.
17. Omair Alotaibi, K., & Hussainey, K., (2016), Determinants of CSR disclosure quantity and quality: Evidence from non-financial listed firms in Saudi Arabia. *International Journal of Disclosure and Governance*, 13(4), 364-393.
18. Susilo, D. E., Triatmanto, B., & Chandrarin, G., (2019), The importance of corporate social responsibility and financial performance for the value of banking companies in Indonesia. *International Journal of Economics & Business Administration*, 7(2), 231-238.
19. Wang, P., Huang, H., Lee, E., & Petaibanlue, J., (2021), Does mandatory corporate social responsibility disclosure affect share price responses to earnings announcements? Evidence from China. *Journal of International Accounting Research*, 20(3), 137-164.
20. Wijayanti, I., Mawardi, R., & Halim, A. B., (2020), The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, Firm Size, and Profitability Toward Earnings Response Coefficient. *Int. J. Innov. Creat. Chang*, 13, 1202-1216.

الملحق (1) قياس الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات

مؤشرات معلومات المسؤولية الاجتماعية	التسلسل	المعلومات
الجانب البيئي	1	حماية البيئة من الأنشطة الضارة ومكافحة التلوث
	2	الحفاظ على المواد وإعادة تدويرها
	3	المحافظة على الطاقة والمياه
	4	تطوير برامج حماية البيئة
	5	الالتزام بالقوانين والتعليمات المتعلقة بالتلوث
	6	حملات مكافحة التصحر والتشجير
	7	نشر الإعلانات والنشرات للتوعية بالجانب البيئي
	8	دعم أنشطة المنظمات غير الحكومية المتعلقة بحماية البيئة
الموارد البشرية	9	التعليم المستمر وتدريب الموظفين
	10	التأمين الصحي للموظفين والعاملين وتقديم الخدمات الصحية لهم.
	11	نسبة او عدد الأقليات والنساء
	12	عدد موظفي الشركة
	13	نفقات مكافئة نهاية الخدمة للموظفين والعاملين والضمان الاجتماعي
	14	دعم مشاريع الإسكان والتسهيلات للموظفين ومنحهم السلف والقروض الميسرة.
	15	تعويضات الموظفين وسياسة منح الاجور
خدمة المجتمع	16	توفير فرص عمل للنساء والأقليات وذوي الاحتياجات الخاصة
	17	عقد المؤتمرات والندوات والبرامج التطوعية
	18	التبرعات والدعم المقدم للمؤسسات الخيرية والرياضية والفنون
	19	المساهمة في دعم القطاع الصحي والخدمات الصحية
	20	دعم البحث العلمي والجامعات والمدارس
	21	توفير فرص عمل وخفض البطالة
	22	المساهمة في دعم البنى التحتية (الطرق والجسور وغيرها)
	23	جودة ونوع وسلامة المنتج والخدمة المقدمة
الارتقاء بالمنتجات والخدمات	24	البرامج الخاصة بتطوير المنتجات والخدمات
	25	الامتثال لمعايير الجودة الدولية مثل الايزو للمنتجات والخدمات
	26	تقديم خدمات دعم الزبائن وخدمات ما بعد البيع
	27	العروض التسويقية العادلة للمنتجات والخدمات (ترويج صادق للمنتجات والخدمات)
	28	الاستجابة لشكاوى العملاء ومقترحاتهم والتركيز على رضاهم