

دور الشفافية المالية كعوامل محورية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية المستدامة في المؤسسات المصرفية / دراسة استطلاعية لآراء عينة من الخبراء في مجال العمل المصرفي

The Role of Financial Transparency as a Key Factor in Enhancing Sustainable Social Responsibility in Banking Institutions: \ An Exploratory Study of the Opinions of a Sample of Experts in the Banking Sector

أ.م.د محمد مجيد الحمداني¹

Asst. Prof. Dr. Muhammad Majeed
Al-Hamdani

جامعة وارث الأنبياء - جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد

Al-Warith Al-Anbiya University – University
of Karbala, College of Administration and
Economics

mohammed.ma@uowa.edu.iq

mohammed.m.jawad@uokerbala.edu.iq

م.م غازي فيصل محمد علي²

Asst. Lect. Ghazi Faisal Mohammed
Ali

كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء

College of Administration and
Economics, University of Karbala

ghazi.f@uokerbala.edu.iq

م.د أشرف بدر الدين³

Dr. Ashraf Badr Al-Din

وزارة المالية، الدائرة الاقتصادية، بغداد، العراق

Ministry of Finance, Economic Chamber,
Baghdad, Iraq

ashrafbader71@gmail.com

المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الشفافية المالية على تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية، مع التركيز على الأبعاد المختلفة للشفافية المالية مثل: الإفصاح عن اتجاهات المصرف، الإفصاح عن السياسة المحاسبية، والإفصاح عن الفرص والمخاطر. تم إجراء الدراسة باستخدام استبانة تم توزيعها على مجموعة من المتخصصين في العمل المصرفي بهدف قياس العلاقة بين هذه الأبعاد والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية، ولذا تكتسب الدراسة أهميتها من كونها تسلط الضوء على العلاقة بين الشفافية المالية والممارسات الاجتماعية للمصارف، والتي تساهم في تحسين الثقة بين العملاء والإدارة وتعزيز الصورة الإيجابية للمؤسسات المصرفية. كما تقدم هذه الدراسة ممارسات واضحة يمكن أن تساعد المؤسسات المالية في تحسين أدائها الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع.

اذ تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، حيث تم جمع البيانات باستخدام استبانة تم توزيعها على عينة من المتخصصين في العمل المصرفي. وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لقياس العلاقة بين الشفافية المالية وأبعادها وتأثيرها على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المصرفية، اذ شمل مجتمع الدراسة أساتذة من جامعة كربلاء وجامعة وارث الأنبياء (ع) المختصين في المجال العمل المصرفي، اذ تم توزيع 72 استبانة على عينة من الأساتذة الخبراء في هذا المجال، وتم استرجاع 67 استبانة، وقد كانت جميع الاستبانات المسترجعة صالحة للتحليل الإحصائي. تم استخدام هذه البيانات لتحليل العلاقة بين الشفافية المالية وابعادها (الإفصاح عن اتجاهات المصرف، الإفصاح عن السياسة المحاسبية، الإفصاح عن الفرص والمخاطر) والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية.

اذ ان أهم الاستنتاجات هناك علاقة إيجابية بين الشفافية المالية والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية، وهذه العلاقة تعزز الشفافية المالية الثقة بين العملاء والإدارة، مما يساهم في تحقيق ممارسات مصرفية مسؤولة اجتماعيًا.

في حين ان أهم التوصيات هي ضرورة تعزيز الشفافية المالية في المؤسسات المصرفية من خلال توفير معلومات دقيقة وشفافة حول السياسات المالية والمحاسبية، وتشجيع المؤسسات المصرفية على دمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجياتها المالية بهدف تعزيز الصورة العامة للمصرف في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الشفافية المالية، المسؤولية الاجتماعية، المؤسسات المصرفية، الإفصاح المحاسبي، اتجاهات المصرف، الفرص والمخاطر، جامعة كربلاء، جامعة وارث الأنبياء.

Abstract

This study aims to understand the role of financial transparency in promoting social responsibility in banking institutions, focusing on the various dimensions of financial transparency, such as: disclosure of bank trends, disclosure of accounting policies, and disclosure of opportunities and risks. The study was conducted using a questionnaire distributed to a group of banking professionals to measure the relationship between these dimensions and social responsibility in banking institutions. Therefore, the study gains importance from its ability to shed light on the relationship between financial transparency and banks' social practices, which contribute to improving trust between customers and management and enhancing the positive image of banking institutions. This study also presents clear practices that can help financial institutions improve their social and economic performance in society.

The descriptive analytical approach was used in this study, where data was collected using a questionnaire distributed to a sample of banking professionals. The data was analyzed using appropriate statistical methods to measure the relationship between financial transparency, its dimensions, and its impact on the social responsibility of banking institutions. The study population included professors from the University of Karbala and the University of Warith al-Anbiya (peace be upon them) who specialize in banking. Seventy-two questionnaires were distributed to a sample of expert professors in this field, and 67 questionnaires were returned. All of the returned questionnaires were valid for statistical analysis. This data was used to analyze the relationship between financial transparency and its dimensions (disclosure of bank trends, disclosure of accounting policies, disclosure of opportunities and risks) and social responsibility in banking institutions.

The most important conclusion is that there is a positive relationship between financial transparency and social responsibility in banking institutions. This relationship enhances financial transparency and trust between customers and management, which contributes to achieving socially responsible banking practices. The most important recommendations are the need to enhance financial transparency in banking institutions by providing accurate and transparent information about financial and accounting policies, and encouraging banking institutions to integrate social responsibility into their financial strategies with the aim of enhancing the bank's public image in society.

Keywords: Financial Transparency, Social Responsibility, Banking Institutions, Accounting Disclosure, Bank Trends, Opportunities and Risks, University of Karbala, University of Warith Al-Anbiya.

المقدمة

في ظل التحولات الاقتصادية والتحديات الاجتماعية المتسارعة، بات من الضروري أن تتبنى المؤسسات المصرفية أدوارًا تتجاوز الأداء المالي التقليدي، لتمتد إلى الالتزام بالممارسات الأخلاقية والتنموية التي تعزز مكانتها في المجتمع. ومن هنا برزت الشفافية المالية كأحد المفاهيم الجوهرية التي تمثل حجر الزاوية في بناء الثقة بين المصارف ومختلف أصحاب المصلحة، إذ إنها لا تقتصر على الإفصاح عن المعلومات المالية فحسب، بل تمتد لتشمل توضيح التوجهات الاستراتيجية والسياسات المحاسبية والفرص والمخاطر التي تحيط ببيئة العمل المصرفي. (كشكول ، 2024: 43)

وعلى الجانب الآخر، أصبحت المسؤولية الاجتماعية المستدامة ضرورة تنظيمية واستراتيجية تفرض على المؤسسات المصرفية أن توازن بين أهدافها الربحية وواجباتها المجتمعية، من خلال مساهمات فاعلة في قضايا التعليم، والبيئة، والتنمية الاقتصادية والاجتماعية. (كشكول وآخرون، 2024: 121)

المبحث الأول: المنهجية العلمية للبحث

أولاً: مشكلة الدراسة

تواجه المؤسسات المصرفية في بيئة العمل الحديثة تحديات متزايدة في الالتزام بمبادئ الشفافية المالية، والتي تمثل عاملاً جوهرياً في بناء الثقة وتعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع. وعلى الرغم من تنامي أهمية الشفافية المالية، (المالكي وآخرون، 2024: 214) لا تزال بعض المصارف تعاني من ضعف في الإفصاح عن السياسات المحاسبية والفرص والمخاطر

والاتجاهات الاستراتيجية، مما ينعكس سلبيًا على مستوى التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية. ومن هنا، تنبع مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر الشفافية المالية بأبعادها (الإفصاح عن اتجاهات المصرف، والإفصاح عن السياسات المحاسبية، والإفصاح عن الفرص والمخاطر) في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية؟
ثانيًا: أهمية الدراسة

تبرز هذه الدراسة من خلال تسليط الضوء على موضوعين متكاملين ومهمين في بيئة العمل المصرفي المعاصر، وهما: الشفافية المالية والمسؤولية الاجتماعية. إذ تسهم في تعزيز الإطار المعرفي والبحثي حول طبيعة العلاقة بين الشفافية المالية بمختلف أبعادها، وبين التزام المؤسسات المصرفية بمسؤولياتها الاجتماعية، مما يثري الأدبيات العلمية في هذا المجال الحيوي، كما تنبع الأهمية التطبيقية للدراسة من واقع تطبيقها على عينة من الخبراء والأكاديميين المختصين في العمل المصرفي، مما يمنح نتائجها طابعًا عمليًا يمكن أن تستفيد منه إدارات المصارف في تعزيز ممارسات الشفافية المالية. كما تقدم الدراسة توصيات مبنية على تحليل ميداني يمكن أن تسهم في رفع مستوى التفاعل الإيجابي بين المصارف والمجتمع، من خلال التزام أقوى بالمسؤولية الاجتماعية.

لذا تُعد الشفافية المالية ركيزة لتعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية، مما ينعكس على تحسين سمعتها وتعزيز دورها التنموي. ومن هنا، فإن نتائج الدراسة قد تسهم في تحفيز المصارف على تبني سياسات أكثر وضوحًا وشفافية تدعم جهودها في تحقيق التنمية المجتمعية المستدامة.

ثالثًا: أهداف الدراسة

1. تحليل مستوى تطبيق الشفافية المالية في المؤسسات المصرفية من خلال أبعادها المتمثلة في:

- ✓ الإفصاح عن اتجاهات المصرف
- ✓ الإفصاح عن السياسات المحاسبية
- ✓ الإفصاح عن الفرص والمخاطر

2. قياس مستوى التزام المؤسسات المصرفية بالمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المختصين والخبراء في العمل المصرفي.

3. الكشف عن طبيعة العلاقة بين الشفافية المالية وتعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية.

رابعًا: فرضيات الدراسة

نصت الفرضية الرئيسية على أن ((يوجد تأثير معنوي بين الشفافية المالية والمسؤولية الاجتماعية المستدامة))
تنص الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية على ما يأتي:

- H1-1 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للإفصاح عن اتجاهات المصرف في والمسؤولية الاجتماعية المستدامة.
- H1-2 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للإفصاح عن السياسة المحاسبية في والمسؤولية الاجتماعية المستدامة.
- H1-3 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للإفصاح عن الفرص والمخاطر في والمسؤولية الاجتماعية المستدامة.

خامسًا: مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة بمجموعة من الأكاديميين المتخصصين في مجال العمل المصرفي من جامعتي كربلاء ووارث الأنبياء، لما يتمتعون به من معرفة نظرية وخبرة عملية تؤهلهم لتقييم مستوى الشفافية المالية والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية. وقد تم اختيار عينة قسدية مكونة من (72) أستاذًا جامعيًا من ذوي الاختصاص، وُزعت عليهم الاستبانة البحثية، وقد تم استرجاع (67) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، بنسبة استرجاع بلغت 93.05%، وهي نسبة جيدة تعكس اهتمام وتفاعل أفراد العينة مع موضوع الدراسة.

سابعًا: حدود الدراسة

1. **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على تحليل أثر الشفافية المالية بأبعادها الثلاثة (الإفصاح عن اتجاهات المصرف، الإفصاح عن السياسة المحاسبية، الإفصاح عن الفرص والمخاطر) في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المصرفية.

2. **الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة على مجموعة من أساتذة الجامعات المختصين في العمل المصرفي من جامعتي كربلاء ووارث الأنبياء في العراق.
3. **الحدود الزمانية:** تم تنفيذ الدراسة ميدانياً خلال النصف الأول من العام 2025، إذ تم توزيع في 2025/2/20 الى 24/2025 حيث جرى توزيع الاستبانة وتحليلها خلال هذه الفترة.
4. **الحدود البشرية:** اقتصر عينة الدراسة على (72) أستاذاً من المختصين في مجال العمل المصرفي، تم استرجاع (67) استبانة منهم، بنسبة استرجاع بلغت 93.05%، وكانت جميعها صالحة للتحليل الإحصائي.

المبحث الثاني: الجانب النظري والمعرفي لمتغيرات الدراسة

أولاً: الشفافية المالية

1. مفهوم الشفافية المالية

تعتبر الشفافية المالية مفهوم متعدد الأوجه ويلعب دوراً مهماً في حوكمة الشركات وإدارة المالية العامة وجاذبية الاستثمار، وهي تنطوي على الكشف المفتوح والشامل عن المعلومات المالية، مما يسمح لأصحاب المصلحة بالوصول إلى تقارير دقيقة وفي الوقت المناسب ومتوازنة، لذا هذه الشفافية ضرورية للحد من عدم تناسق المعلومات، وتعزيز استقرار السوق، وتحسين ممارسات حوكمة الشركات. لذا يعتبر هذا المفهوم قابل للتطبيق في مختلف القطاعات، بما في ذلك التمويل العام والشركات والتمويل الشخصي، ويزيد أهميته في سياق التحول الرقمي والتغيرات الاقتصادية العالمية. (كشكول وعبيد، 2024: 215)

فيرى (Bychkova & Mikhaylova، 2024: 117) أن الشفافية المالية تشير إلى العرض الواضح والمفتوح والميسر للمعلومات المالية من قبل المنظمة. وهي تنطوي على الكشف عن البيانات المالية بطريقة مفهومة ومتاحة لأصحاب المصلحة، مما يسمح لهم باتخاذ قرارات مستنيرة. هذا المفهوم ضروري لبناء الثقة والمساءلة بين المنظمة وأصحاب المصلحة، كما تتضمن الشفافية المالية في سياق مؤسسات الصناعات عرضاً استراتيجياً للمعلومات المالية لتلبية احتياجات مختلف أصحاب المصلحة، وتسهيلها التقنيات الرقمية وتنمشت مع مبادئ ESG.

كما يعرف (Wang، 2024: 201) شفافية المعلومات المالية إلى وضوح ودقة وإمكانية الوصول إلى البيانات المالية التي تقدمها الشركة. وهي تنطوي على الكشف عن البيانات المالية وغيرها من المعلومات المالية ذات الصلة بطريقة مفهومة ومتاحة لأصحاب المصلحة، بما في ذلك المستثمرين والمنظمين والجمهور.

وأضاف الباحثون أن الشفافية في المعلومات المالية هي عنصر حاسم في حوكمة الشركات الفعالة. إنه بمثابة مقياس لجودة ممارسات الحوكمة داخل الشركة. من خلال ضمان شفافية البيانات المالية، يمكن للشركات بناء الثقة مع أصحاب المصلحة وتسهيل اتخاذ القرار المستنير.

من المتوقع أن يستمر اتجاه تطوير شفافية المعلومات المالية في التطور مع التقدم في التكنولوجيا وزيادة المتطلبات التنظيمية. من المرجح أن تعتمد الشركات أدوات أكثر تعقيداً لتحليل البيانات وإعداد التقارير، مما يعزز شفافية وموثوقية المعلومات المالية.

كما يعرف (Zakharkina & Chukhno، 2022: 68) الشفافية المالية على أنها درجة الانفتاح والوضوح التي يتم بها الكشف عن المعلومات المالية وإبلاغها. إنه أمر بالغ الأهمية لمنع الممارسات والتجاوزات السلبية في القطاع المالي، والتي تؤثر على الشؤون المالية العامة والشركات والشخصية.

فالشفافية المالية هي مفهوم متعدد الأوجه ضروري لنزاهة وكفاءة النظم المالية على جميع المستويات. وهي تتطلب الجهد المستمر والتكيف لمواجهة التحديات القائمة وتعزيز فعاليتها.

وأشار (Budiartini & Putra، 2021: 23) أن الشفافية المالية هي حرية الوصول إلى معلومات شاملة ومفتوحة حول الأداء المالي. وهذا يشمل الجوانب الإيجابية والسلبية، التي يتم تقديمها بطريقة دقيقة وفي الوقت المناسب وحاسمة ومتوازنة. عادةً ما تتم مشاركة المعلومات من خلال البيانات المالية التي يمكن الوصول إليها من قبل مختلف الأطراف المعنية، على افتراض أن الجمهور لديه الحق في معرفة هذه المعلومات.

وأضاف (Stupina .ET، 2021: 5) أن الشفافية المالية هي الانفتاح والوضوح اللذين تشارك بهما الشركة معلوماتها المالية. وهذا يشمل توافر معلومات الإبلاغ عن الحالة الحالية للعمليات والأفاق المستقبلية. إنه أمر بالغ الأهمية للمستثمرين لأنه يقلل من عدم اليقين والمخاطر المتصورة، مما يجعل الشركة أكثر جاذبية للاستثمار.

كما يؤكد (den Hurk، 2021: 295) أن فهم الشفافية المالية هي مفهوم أساسي في التنظيم المالي والإشراف، لا سيما في سياق التأمين والقطاعات المالية الأوسع، لذا فالشفافية المالية إلى الانفتاح والوضوح اللذين تكشف بهما المؤسسات المالية عن معلومات حول عملياتها ووضعها المالي وتعرضها للمخاطر. إنه أمر بالغ الأهمية لبناء الثقة بين أصحاب المصلحة، بما في ذلك المنظمين والمستثمرين والجمهور، خاصة بعد الأزمات المالية.

ويرى (Sam. ET, 2024: 11) أن الشفافية المالية إلى الانفتاح والوضوح اللذين تتم بهما مشاركة المعلومات المالية مع أصحاب المصلحة. وهي تنطوي على توفير بيانات مالية دقيقة وفي الوقت المناسب وشاملة لضمان قدرة أصحاب المصلحة على اتخاذ قرارات مستنيرة. هذا المفهوم مهم في بناء الثقة والمساءلة في الإدارة المالية، وخاصة في القطاع العام. وأوضح (LiY, 2024: 113) أن الشفافية المالية إلى الوضوح والانفتاح وإمكانية الوصول إلى المعلومات المالية التي تقدمها المنظمة. من الأهمية بمكان لأصحاب المصلحة، بما في ذلك المستثمرين والمنظمين والجمهور، اتخاذ قرارات مستنيرة. تضمن الشفافية أن تكون البيانات والتقارير المالية دقيقة وكاملة ويتم تقديمها بطريقة مفهومة للمستخدمين. لذا تتعلق الشفافية المالية بتوفير معلومات مالية واضحة ودقيقة ويمكن الوصول إليها. وهي تتأثر بالعوامل الخاصة بالصناعة وتعتمد بشكل كبير على ممارسات المحاسبة وإعداد التقارير القوية، فضلاً عن التحليل المالي الاستراتيجي. هذه العناصر ضرورية لضمان حصول أصحاب المصلحة على المعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ قرارات مستنيرة. (كشكول، وفليج، 2023: 24)

لذا يعرف الباحثون أن الشفافية المالية هي عبارة عن وضوح ودقة واكتمال المعلومات المالية التي تكشف عنها الشركة. وهي تنطوي على تزويد أصحاب المصلحة، بما في ذلك المستثمرين والمنظمين والجمهور، برؤية واضحة للصحة المالية للشركة وعملاتها.

2. أهداف الشفافية المالية

تخدم الشفافية المالية العديد من الأهداف الحاسمة في مختلف القطاعات، وتعزز الثقة والمساءلة واتخاذ القرار المستنير. إنه ضروري لجذب المستثمرين، وتعزيز ثقة الجمهور في الحكومة، وضمان الحوكمة الأخلاقية في المنظمات. توضح الأقسام التالية الأهداف الأساسية للشفافية المالية. (Budiartini & Putra, 2021: 23)

- **تعزيز ثقة أصحاب المصلحة:** أحد الأهداف الأساسية للشفافية المالية هو بناء الثقة والحفاظ عليها بين أصحاب المصلحة، بما في ذلك المستثمرين والعملاء والموظفين والجمهور. من خلال توفير معلومات مالية واضحة ودقيقة، يمكن للمؤسسات إثبات نزاهتها وموثوقيتها.
- **تسهيل صنع القرار المستنير:** تضمن الشفافية المالية وصول أصحاب المصلحة إلى المعلومات اللازمة لاتخاذ قرارات مستنيرة. ويشمل ذلك قرارات الاستثمار وصنع السياسات والتخطيط الاستراتيجي، وكلها تعتمد على بيانات مالية دقيقة وفي الوقت المناسب.
- **تعزيز المساءلة:** الشفافية في التقارير المالية تجعل المنظمات مسؤولة عن أدائها المالي. إنه يضمن أن الإدارة والأطراف المسؤولة الأخرى مسؤولة أمام أصحاب المصلحة عن قراراتهم وإجراءاتهم المالية.
- **تحسين الأداء المالي:** من خلال الشفافية، يمكن للمنظمات تحديد مجالات التحسين في ممارساتها المالية. يمكن أن يؤدي ذلك إلى إدارة مالية أفضل وتحسين الأداء العام.
- **ضمان الامتثال والحد من المخاطر:** تساعد الشفافية المالية المؤسسات على الامتثال للمتطلبات والمعايير التنظيمية. كما أنه يقلل من مخاطر سوء الإدارة المالية والاحتيال من خلال جعل الأنشطة المالية مرئية ومفتوحة للتدقيق.
- **تشجيع الممارسات الأخلاقية:** الشفافية تعزز السلوك الأخلاقي داخل المنظمات من خلال تثبيط الأنشطة الاحتيالية وضمان توافق الممارسات المالية مع المعايير الأخلاقية.

3. استراتيجيات التي تعزز شفافية المعلومات المالية

إن تعزيز شفافية المعلومات المالية أمر بالغ الأهمية لتعزيز الثقة والمساءلة في حوكمة الشركات. ظهرت استراتيجيات مختلفة من الأبحاث الحديثة، مع التركيز على التكامل التكنولوجي والامتثال التنظيمي والممارسات الأخلاقية. لا تعمل هذه الاستراتيجيات على تحسين وضوح البيانات المالية فحسب، بل تعزز أيضاً ثقة أصحاب المصلحة. (Wang, 2024: 201)

- **ممارسات إعداد التقارير الموحدة:** يمكن أن يؤدي تنفيذ ممارسات إعداد التقارير المالية الموحدة إلى تعزيز الشفافية بشكل كبير. من خلال الالتزام بالمعايير والأطر المحاسبية المعمول بها، تضمن الشركات أن تكون بياناتها المالية متسقة وقابلة للمقارنة ومفهومة لأصحاب المصلحة.
- **الاستفادة من التكنولوجيا:** يمكن أن يؤدي استخدام التكنولوجيا المتقدمة لإدارة البيانات وإعداد التقارير إلى تحسين دقة المعلومات المالية وإمكانية الوصول إليها. يمكن أن تساعد تقنيات مثل blockchain والذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات في أتمتة العمليات وتقليل الأخطاء وتوفير البيانات المالية في الوقت الفعلي لأصحاب المصلحة.
- **ثقافة الانفتاح المؤسسية:** إن تعزيز ثقافة الشركات التي تقدر الانفتاح والمساءلة أمر بالغ الأهمية للشفافية. يمكن أن يؤدي تشجيع السلوك الأخلاقي والتواصل المفتوح داخل المنظمة إلى تقارير مالية أكثر صدقاً وشفافية.
- **الامتثال التنظيمي:** ضمان الامتثال للوائح المالية ومتطلبات الإفصاح أمر ضروري للحفاظ على الشفافية. يجب أن تظل الشركات على اطلاع دائم بالتغييرات التنظيمية وأن تتأكد من أن تقاريرها المالية تلبى جميع الالتزامات القانونية.

- **مشاركة أصحاب المصلحة:** يمكن أن يؤدي الانخراط النشط مع أصحاب المصلحة والنظر في احتياجاتهم من المعلومات إلى تعزيز الشفافية. من خلال توفير معلومات مالية واضحة وذات صلة مصممة خصيصاً لمجموعات أصحاب المصلحة المختلفة، يمكن للشركات بناء الثقة وتحسين سمعتها.

4. ابعاد الشفافية المالية

- **الإفصاح عن اتجاهات المصرف:** يشير هذا البُعد إلى وضوح الرؤية الاستراتيجية للمصرف من حيث توجهاته وخطته المستقبلية، لذا يُسهم في بناء الثقة مع أصحاب المصلحة من خلال مشاركة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالسياسات العامة للمصرف. كما يُعد مؤشراً على التزام المصرف بالتواصل المفتوح بشأن مساراته الاقتصادية والإدارية.
- **الإفصاح عن السياسة المحاسبية:** يعكس هذا البُعد مدى وضوح المعايير والإجراءات المحاسبية التي يتبعها المصرف في إعداد تقاريره المالية. يوفر هذا النوع من الإفصاح مصداقية أعلى للبيانات المالية ويقلل من فرص التلاعب أو الغموض. كما يساعد أصحاب القرار والمستثمرين على تقييم الأداء المالي بشكل دقيق وشفاف.
- **الإفصاح عن الفرص والمخاطر:** يتضمن هذا البُعد توضيح المصرف للفرص الاستثمارية المتاحة والمخاطر المحتملة التي قد تواجهه. يُعد عاملاً مهماً في تمكين أصحاب المصلحة من اتخاذ قرارات مستنيرة على ضوء واقع المصرف. كما يُظهر استعداد المصرف لمواجهة التحديات ويعكس شفافيته في التعامل مع البيئة التشغيلية.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية المستدامة

1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية المستدامة

تعد المسؤولية الاجتماعية المستدامة مفهوم متعدد الأوجه يدمج مبادئ الاستدامة في إطار المسؤولية الاجتماعية، بهدف تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي والإشراف البيئي والعدالة الاجتماعية. يتم الاعتراف بهذا النهج بشكل متزايد باعتباره ضرورياً لنجاح المنظمات على المدى الطويل ورفاهية المجتمع. وهي تنطوي على الالتزام بالممارسات الأخلاقية والشفافية والمساءلة، مما يضمن مساهمة العمليات التجارية بشكل إيجابي في البيئة والمجتمع. لا يتعلق المفهوم بالامتثال فحسب، بل يتعلق أيضاً بالمشاركة الاستباقية في خلق القيمة الاجتماعية وتعزيز الثقة بين أصحاب المصلحة.

لقد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) بمرور الوقت ليصبح مرادفاً للاستدامة. يعكس هذا التطور اعترافاً متزايداً بالترايط بين نجاح الأعمال والرفاهية المجتمعية. تاريخياً، ركزت المسؤولية الاجتماعية للشركات على العمل الخيري والامتثال، ولكنها توسعت لتشمل استراتيجيات استباقية تعالج التحديات الاجتماعية والبيئية، يمكن أن يؤدي تنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية المستدامة إلى العديد من الفوائد للمؤسسات، بما في ذلك السمعة المحسنة وزيادة ولاء العملاء وتحسين الأداء المالي. من خلال إظهار الالتزام بالممارسات الأخلاقية والنمو المستدام، يمكن للشركات تمييز نفسها في السوق وبناء علاقات أقوى مع أصحاب المصلحة. (Antonaras, 2022: 21)

لذا عرف (Rueda Galvis ET, 2020: 87) أن المسؤولية الاجتماعية المستدامة هي مفهوم يدمج النمو الاقتصادي للمنظمة مع المسؤولية الاجتماعية. إنه يؤكد على حاجة الشركات ليس فقط إلى التركيز على الربحية ولكن أيضاً مراعاة تأثيرها على المجتمع والبيئة. يضمن هذا النهج أن العمليات التجارية تساهم بشكل إيجابي في استدامة الكوكب، كما يرتبط المفهوم ارتباطاً وثيقاً بالإدارة المستدامة، وهو نموذج يقترح حلولاً بديلة لمشاكل الأعمال. يعتمد هذا النموذج نهجاً هيكلياً يربط الأهداف الاقتصادية بالمسؤوليات الاجتماعية والبيئية. من خلال القيام بذلك، فإنه يساعد المنظمات على تحسين الإنتاجية والقدرة التنافسية مع الاستفادة من المجتمع والبيئة.

كما يعرف (Costandi, 2022: 158) المسؤولية الاجتماعية المستدامة هي التزام الأفراد والمنظمات بالتصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. إنه يؤكد على حاجة الشركات والأفراد للعمل بطريقة ليست مربحة فحسب، بل مفيدة أيضاً للبيئة والمجتمع. هذا المفهوم ضروري لضمان الاستدامة البيئية طويلة الأجل والعدالة الاجتماعية.

وأضاف الباحثون أن فكرة المسؤولية الاجتماعية ليست جديدة؛ لقد كانت جزءاً من المجتمع البشري منذ نشأتها. من الناحية التاريخية، كانت المسؤولية الاجتماعية أكثر من مجرد الأعمال التطوعية أو الأعمال الخيرية. لقد كان مبدأً توجيهياً لتنمية المجتمعات والشركات، مما يضمن أن نموها لا يأتي على حساب البيئة أو الرفاهية الاجتماعية.

كما أشار (ضواء, 2022: 4) أن المسؤولية الاجتماعية المستدامة هي مجموعة من الالتزامات والواجبات التي تقع على عاتق الأفراد والمنظمات تجاه المجتمع، والتي تساهم في شعور الفرد بالانتماء إلى مجتمعه.

فالمسؤولية الاجتماعية المستدامة هي مفهوم متعدد الأوجه يتضمن أبعاداً اقتصادية وقانونية وأخلاقية وخيرية. إنه ضروري لبناء الثقة داخل المنظمات ومع أصحاب المصلحة الخارجيين، مما يساهم في نهاية المطاف في تعزيز الشعور بالمجتمع والانتماء. وأضاف (Смельянова ET, 2024: 167) أن المسؤولية الاجتماعية المستدامة هي التزام الشركات بإجراء عملياتها بطريقة أخلاقية ومفيدة للمجتمع والبيئة. إنه ينطوي على توازن بين النمو الاقتصادي والرعاية البيئية والرفاهية الاجتماعية. يتجذر هذا

المفهوم في فكرة أن الشركات يجب ألا تركز فقط على الربح ولكن أيضاً تأخذ في الاعتبار تأثيرها على الناس والكوكب، كما تشمل مبادئ المسؤولية الاجتماعية المستدامة الحد من انبعاثات الكربون، وتقليل النفايات، ودعم المجتمعات المحلية، وتحسين ظروف العمل. تهدف هذه الإجراءات إلى تعزيز رفاهية كل من الموظفين والمجتمعات المحيطة مع ضمان استخدام الموارد الطبيعية بمسؤولية.

وأورد الباحثون أن فهم المسؤولية الاجتماعية المستدامة تشير إلى دمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في العمليات والاستراتيجيات التجارية. ويؤكد على ضرورة أن تعمل المنظمات بطريقة ليست مربحة فحسب ولكنها مفيدة أيضاً للمجتمع والبيئة. يعد هذا المفهوم أمراً بالغ الأهمية لأنه يوائم ممارسات الأعمال مع الأهداف الأوسع للتنمية المستدامة، مما يضمن تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم الخاصة.

فالمسؤولية الاجتماعية المستدامة هي مفهوم ديناميكي ومتطور يتطلب من المنظمات تحقيق التوازن بين النجاح الاقتصادي والإشراف الاجتماعي والبيئي. من خلال تبني هذا النهج، يمكن للشركات المساهمة في عالم أكثر استدامة وإنصافاً مع تحقيق النجاح على المدى الطويل.

كما يرى (Zvarych & Rivilis, 2023: 21) أن المسؤولية الاجتماعية المستدامة هي التزام الشركات بإجراء عملياتها بطريقة أخلاقية ومفيدة للمجتمع، مع ضمان النمو الاقتصادي على المدى الطويل. يتضمن ذلك موازنة مصالح مختلف أصحاب المصلحة، بما في ذلك الموظفين والعملاء والمجتمع، لخلق بيئة أعمال مواتية تدعم التنمية المستدامة، كما يتضمن المفهوم العديد من العناصر الرئيسية مثل الممارسات التجارية الأخلاقية والشفافية في العمليات والتركيز على الفوائد المجتمعية طويلة الأجل. ويؤكد على ضرورة قيام الشركات بدمج المسؤولية الاجتماعية في عمليات الإدارة الاستراتيجية، بما في ذلك أقسام التسويق والإنتاج والمبيعات.

ويعرف الباحثون المسؤولية الاجتماعية المستدامة هي دمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في العمليات والاستراتيجيات التجارية. ويؤكد على ضرورة أن تعمل المنظمات بطريقة ليست مربحة فحسب ولكنها مفيدة أيضاً للمجتمع والبيئة.

2. أهداف المسؤولية الاجتماعية المستدامة

يتم الاعتراف بأهداف المسؤولية الاجتماعية المستدامة (SSR) بشكل متزايد باعتبارها ضرورية للمنظمات التي تهدف إلى تعزيز الآثار الإيجابية طويلة الأجل على المجتمع والبيئة. تشمل هذه الأهداف مجموعة من الممارسات التي تعمل على مواءمة استراتيجيات الشركة مع الاحتياجات المجتمعية الأوسع، مما يضمن مساهمة المنظمات في التنمية المستدامة مع تعزيز سمعتها. توضح الأقسام التالية الجوانب الرئيسية لأهداف SSR بناءً على الأبحاث الحديثة. (Antonaras, 2022: 26)

- تعزيز القيمة الاجتماعية: أحد الأهداف الأساسية للمسؤولية الاجتماعية المستدامة هو خلق قيمة اجتماعية من خلال تحسين حياة الأفراد والمجتمع ككل. يتضمن ذلك الجمع بين الموارد أو المدخلات أو العمليات أو السياسات لتوليد تأثيرات مجتمعية إيجابية.
- تعزيز السلوك التجاري المسؤول: تهدف المسؤولية الاجتماعية المستدامة إلى ضمان عمل الشركات بمسؤولية، وتلبية توقعات المواطنين الذين يطالبون بممارسات أخلاقية ومستدامة من المنظمات وقادتها. هذا الهدف مهم لتحقيق التميز في الأداء والنمو المستدام.
- التوافق مع جداول الأعمال العالمية: هدف آخر هو مواءمة ممارسات الأعمال مع أجندات الاستدامة العالمية، مثل خطة التنمية المستدامة لعام 2030. وهذا يشمل معالجة التحديات العالمية مثل الفقر وعدم المساواة وتغير المناخ من خلال العمليات والاستراتيجيات التجارية.
- ضمان الشفافية والمساءلة: تسعى المسؤولية الاجتماعية المستدامة إلى تعزيز الشفافية والمساءلة في ممارسات الأعمال. ويتجلى ذلك في مبادرات مثل التوجيه الأوروبي (EU/95/2014) بشأن التقارير غير المالية، والذي يتطلب من الشركات الكشف عن آثارها الاجتماعية والبيئية.
- تشجيع الاستثمارات المسؤولة اجتماعياً: هناك هدف آخر يتمثل في تعزيز الاستثمارات في الشركات التي تُظهر أداءً قوياً في المجالات البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG). يعكس هذا الاتجاه الاهتمام المتزايد بدعم الشركات التي تعطي الأولوية للممارسات المستدامة والأخلاقية.

3. التحديات في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية المستدامة

يواجه تنفيذ المسؤولية الاجتماعية المستدامة العديد من التحديات في مختلف القطاعات، بما في ذلك المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والممارسات المستدامة في البناء. غالباً ما تتنبع هذه التحديات من ديناميكيات أصحاب المصلحة المعقدة والقيود المالية والبيئات التنظيمية. إن فهم هذه العقبات أمر بالغ الأهمية لتطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز جهود الاستدامة. (511: 2024, Summak)

- قيود الموارد: أحد التحديات الأساسية في تنفيذ المسؤولية المستدامة هو نقص الموارد. غالبًا ما تعاني المنظمات من محدودية الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية، مما قد يعيق قدرتها على تبني الممارسات المستدامة والحفاظ عليها.
 - التركيز على المدى القصير: تعطي العديد من الشركات الأولوية للمكاسب قصيرة الأجل على أهداف الاستدامة طويلة الأجل. يمكن أن يتعارض هذا التركيز على الأرباح الفورية مع الاستثمارات والتغييرات المطلوبة للممارسات المستدامة، مما يجعل من الصعب على المنظمات الالتزام باستراتيجيات الاستدامة طويلة الأجل.
 - موازنة توقعات أصحاب المصلحة: تواجه المنظمات التحدي المتمثل في موازنة التوقعات المتنوعة والمتضاربة أحيانًا لأصحاب المصلحة المختلفين. يشمل ذلك العملاء والموظفين والمستثمرين والمجتمع، وقد يكون لكل منهم أولويات ومطالب مختلفة فيما يتعلق بالاستدامة.
 - تعقيد التنفيذ: يتضمن تنفيذ المسؤولية المستدامة عمليات معقدة وتغييرات في الثقافة والعمليات التنظيمية. يمكن أن يكون هذا التعقيد شاقًا للمنظمات، خاصة تلك التي تفتقر إلى الخبرة أو الخبرة في مبادرات الاستدامة.
 - الحاجة إلى التواصل الشفاف: نظرًا لأن الوسائط الرقمية تزيد من الطلب على الشفافية، يجب على المنظمات التأكد من أن استراتيجيات الاتصال الخاصة بها مفتوحة وصادقة. قد يكون هذا تحديًا، لأنه يتطلب الالتزام بالمساءلة والقدرة على إدارة التصور العام ومشاركة أصحاب المصلحة بشكل فعال.
 - قياس الفعالية: قد يكون تقييم نجاح مبادرات المسؤولية المستدامة أمرًا صعبًا. تحتاج المنظمات إلى استخدام الأساليب النوعية والكمية لتقييم تأثيرها، والتي يمكن أن تكون كثيفة الموارد وتتطلب مهارات متخصصة.
- وخلاصة القول، فإن تنفيذ المسؤولية المستدامة يعوقه قيود الموارد، والتركيز على المكاسب قصيرة الأجل، وتعقيد موازنة توقعات أصحاب المصلحة، والحاجة إلى التواصل الشفاف وأساليب التقييم الفعالة. تتطلب هذه التحديات التخطيط الاستراتيجي والالتزام من المنظمات للتغلب عليها.

المبحث الثالث: العمل الاحصائي

1. اختبار الفرضيات

يتم اختبار فرضيات التأثير من خلال معاملات المسار في الانموذج الهيكلي، ويتم تقييم الانموذج الهيكلي في نمذجة المربعات الصغرى وفقاً لـ (Hair et al., 2014) من خلال المعايير في الشكل معايير وكما يظهر في الجدول (1) ادناه:

جدول (1) معايير تقييم الانموذج الهيكلي

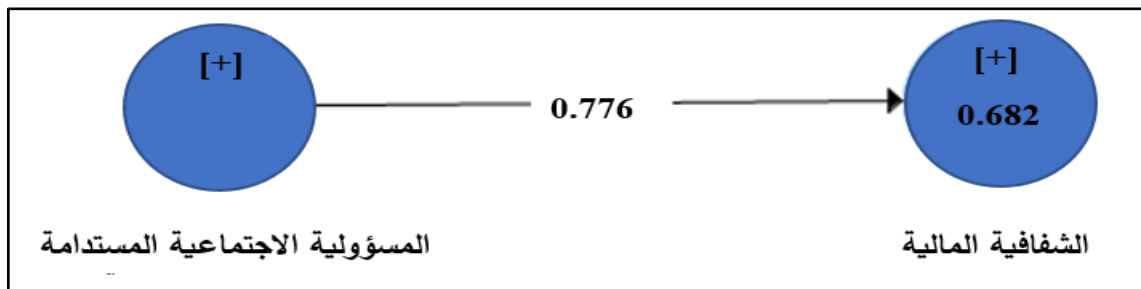
المعيار	العتبة (الحد المسموح)
معنوية معامل المسار	قيمة t أكبر أو تساوي 1.96
معامل التفسير	قيمة p أقل أو تساوي 0.05
	R ² 0.25 ضعيف، 0.5 متوسط، 0.75 عالي

المصدر: اعداد الباحثون بالاستناد الى

Source :Hair, J. (2014). A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM). Los Angeles: SAGE.

2. اختبار الفرضية الرئيسية

نصت الفرضية الرئيسية على ان ((يوجد تأثير معنوي بين الشفافية المالية والمسؤولية الاجتماعية المستدامة)) لغرض اختبار هذه الفرضية فقد تم بناء الانموذج الهيكلي وكما يظهر في الشكل () ادناه:



شكل (1) الانموذج الهيكلي لاختبار الفرضية الرئيسية

المصدر: مخرجات برنامج SmartPLS

ملاحظة: الأرقام في الاسهم تمثل معامل المسار في حين الأرقام في الدوائر فتمثل معامل التحديد، ويشير الرمز [+] الى اخفاء الفقرات التابعة للمتغير بسبب انتفاء الحاجة لها في تقييم النموذج الهيكلي.

جدول (2) نتائج تقييم النموذج الهيكلي الخاص بالفرضية الرئيسية

الفرضية	المسار	VIF	معامل المسار	t Value	P Value	النتيجة	حجم التأثير f^2	معامل التحديد R^2	R^2 المعدل
H1	الشفافية المالية → المسؤولية الاجتماعية	1	0.776	9.37	0000.	قبول	1.793	0.682	0.679

المصدر: مخرجات برنامج SmartPLS

أظهرت نتائج التي استعرضها الجدول (2) الى ان معامل المسار (التأثير المباشر) قد بلغ (0.776) بمعامل تحديد (R^2) (تفسير) قدره (0.682) وللتحقق من معنوية معامل المسار فان كل من قيمة t و p تحقق الحدود المطلوبة في الجدول (2) مما يدل على معنوية العلاقة وبالتالي يتم قبول الفرضية.

3. اختبار الفرضيات الفرعية

تنص الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية على ما يأتي:

- H1-1 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للإفصاح عن اتجاهات المصرف في والمسؤولية الاجتماعية المستدامة.
- H1-2 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للإفصاح عن السياسة المحاسبية في والمسؤولية الاجتماعية المستدامة.
- H1-3 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للإفصاح عن الفرص والمخاطر في والمسؤولية الاجتماعية المستدامة.

ولغرض اختبار الفرضيات (H1-1, H1-2, H1-3)، قام الباحثون ببناء النموذج الهيكلي الذي يستعرض نتائجه الجدول رقم (3).

جدول رقم (3) نتائج تقييم النموذج الهيكلي الخاص بالفرضيات الفرعية

الفرضية	المسار	VIF	معامل المسار	t Value	P Value	النتيجة	حجم التأثير f^2	معامل التحديد R^2	R^2 المعدل
H1-1	اتجاهات المصرف → المسؤولية الاجتماعية	1.201	0.432	4.658	0.000	قبول	0.054	0.754	0.749
H1-2	إفصاح عن السياسة → المسؤولية الاجتماعية	1.276	0.313	2.753	0.000	قبول	0.195		
H1-3	إفصاح عن الفرص → المسؤولية الاجتماعية	1.275	0.310	3.892	0.000	قبول	0.243		

المصدر: مخرجات برنامج SmartPLS

يستعرض الجدول رقم (3) نتائج تقييم النموذج الهيكلي الخاص بالفرضيات الفرعية، وقد حققت معاملات المسار للفرضيات الفرعية (H1-1, H1-2, H1-3)، المعايير المطلوبة من قيم t و p مما يشير الى معنوية هذه العلاقات وبالتالي فان تقبل الفرضيات الفرعية. كذلك فقد بلغ معامل التحديد R^2 75% وبالتالي فان ابعاد متغير الثقافة التنظيمية الداعمة للإبداع قد فسرت 74% من العوامل التي تفسر متغير الشفافية المالية وبقيّة النسبة تمثل عوامل لم تتناولها الدراسة.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات البحثية المستقبلية

أولاً: الاستنتاجات

1. تمثل الشفافية المالية أحد الأسس الجوهرية للحكومة الرشيدة في المؤسسات المصرفية، حيث تساهم في تعزيز الانضباط الداخلي والمساءلة، مما يُشكل بيئة تنظيمية داعمة للمسؤولية الاجتماعية.
2. كلما زادت درجة الإفصاح المالي البنوي والمنهجي داخل المصرف، زادت قدرة المؤسسة على بناء علاقة موثوقة مع أصحاب المصلحة، وهو ما يعزز من التزامها بمشاريع التنمية الاجتماعية المستدامة.
3. الإفصاح عن السياسات المحاسبية المعتمدة يرفع من كفاءة تقييم الأداء المالي، ويُعزز من إدراك المتعاملين مع المصرف بمدى امتثاله لمبادئ الشفافية، وهو ما ينعكس إيجاباً على صورته كمؤسسة مسؤولة اجتماعياً.

4. الإفصاح عن الاتجاهات الاستراتيجية للمصرف يُسهم في بناء فهم شامل لدى الجمهور عن رؤيته ورسالة وجوده المجتمعي، ويؤدي إلى رفع مستويات القبول والتأييد العام للمؤسسة.
5. الشفافية المالية تُعد محفزاً مباشراً لإشراك المصارف في قضايا المجتمع، من خلال تقديمها معلومات دقيقة تسهم في اتخاذ قرارات ذات طابع تنموي طويل الأجل، خاصة في مجالات مثل البيئة، التعليم، ودعم الفئات الهشة.
6. وجود علاقة تبادلية بين الشفافية المالية والمسؤولية الاجتماعية يُشير إلى أن كلاهما يغذي الآخر، حيث إن زيادة الشفافية تؤدي إلى تحسين الممارسات الاجتماعية، والعكس صحيح.
7. المنظمات المصرفية التي تتبنى نماذج الإفصاح الطوعي تكون أكثر مرونة واستجابة لمتغيرات البيئة الخارجية، مما ينعكس على فاعليتها في تبني مسؤوليات اجتماعية موجهة ومستدامة.
8. تعزيز الشفافية المالية من ثقة المستثمرين والعملاء والمجتمع بمؤسسات القطاع المصرفي، ما يجعلها عنصراً استراتيجياً في دعم القدرة التنافسية لهذه المؤسسات، وليس فقط أداة تنظيمية.

ثانياً: التوصيات

1. ضرورة تبني المؤسسات المصرفية لسياسات إفصاح مالي شاملة وواضحة، تشمل اتجاهات المصرف الاستراتيجية، السياسات المحاسبية المتبعة، والفرص والمخاطر المحتملة، بما يسهم في تعزيز ثقة المجتمع وأصحاب المصلحة.
2. تفعيل دور الرقابة الداخلية والتدقيق المالي والمحاسبي لضمان التزام المصارف بمعايير الشفافية المالية، وبما يدعم مصداقية أنشطتها الاجتماعية.
3. تشجيع المصارف على إصدار تقارير دورية تتعلق بالشفافية والمسؤولية الاجتماعية، بما يعزز التزاماتها التنموية ويمكن الجهات الرقابية من المتابعة والتقييم.
4. إدراج مبدأ الشفافية المالية كجزء أساسي من استراتيجية المسؤولية الاجتماعية المستدامة للمصارف، وربط ممارسات الإفصاح بمشاريع التنمية المجتمعية.
5. إقامة ورش عمل وتدريبات دورية للعاملين في القطاع المصرفي حول أهمية الشفافية والمسؤولية الاجتماعية، لضمان التطبيق العملي للمفاهيم ورفع الوعي المؤسسي بها.
6. الاستفادة من تجارب المصارف الرائدة في مجال الشفافية والمسؤولية الاجتماعية، من خلال اعتماد أفضل الممارسات العالمية وتكييفها مع البيئة المصرفية المحلية.
7. دعوة الجهات التشريعية والرقابية إلى وضع ضوابط وإرشادات تنظم الإفصاح المالي والمسؤولية الاجتماعية، بما يعزز من التزام المؤسسات المصرفية بمعايير التنمية المستدامة.

References

1. ضواء كمال حسين ال. (2022). دور المسؤولية الاجتماعية المستدامة في الثقة التنظيمية دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في جامعة الموصل. *Muthanna Journal of Administrative & Economics Sciences*, 12(2).
2. كشكول، حسين محمد علي، 2024، دور خوارزميات تسويق البلوك تشين في تعزيز التفاعل الرقمي لعملاء شركات الاتصالات (زين وأسيا سيل وكورك)، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد 20 ، عدد خاص.
3. كشكول، حسين محمد علي & المالكي، نضال عبد الله & عزيز ، ميادة ، 2024، العلاقة التأثيرية بين القيادة الخادمة والفخر التنظيمي دراسة تطبيقية في العتبة الحسينية المقدسة، مجلة وارث العلمية، المجلد 6، العدد خاص
4. المالكي، نضال عبد الله & الحبوبى، محمد نبيل & كشكول، حسين محمد علي & الهلالي، فوزية حسين، 2024، التكنولوجيا السيبرانية ودورها في تأمين البيئة التعليمية الرقمية -دراسة تحليلية لآراء عينة من أساتذة الجامعات العراقية، مجلة دراسات في الانسانيات والعلوم التربوية، العدد 60، المجلد، A6.
5. كشكول، حسين محمد علي & عبيد، علي حميد، 2024، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات التسويق الرشيق - دراسة تحليلية لآراء عينة من المختصين في مركز بحوث الذكاء الاصطناعي في جامعتي بغداد والمستقبل، مجلة دراسات في الانسانيات والعلوم التربوية، العدد 60، المجلد، A6.
6. كشكول، حسين محمد علي & فليح ، ايات علي ، 2023، الدبلوماسية التنظيمية ودورها في تعزيز الاداء الجامعي المتميز دراسة تطبيقية في جامعة وارث الانبياء(ع) أنموذجاً، مجلة وارث العلمية ، العدد خاص ، المجلد 5.

7. Antonaras, A. (2022). Fundamental Concepts Of Corporate Social Responsibility And Sustainability (Pp. 24–37). Igi Global Ebooks. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4503-7.Ch002>
8. Antonaras, A. (2022). Fundamental Concepts Of Corporate Social Responsibility And Sustainability (Pp. 19–32). Igi Global Ebooks. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5590-6.Ch002>
9. Budiartini, L., & Putra, I. P. D. S. (2021). Pengaruh Tekanan Eksternal, Akuntabilitas, Ketidapastian Lingkungan Dan Pengendalian Internal Terhadap Penerapan Transparansi Pelaporan Keuangan. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 69-93.

10. Costandi, S. (2022). Social Responsibility For A Sustainable Environment. *Advances In Finance, Accounting, And Economics Book Series*, 157–179. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5580-7.Ch008>
11. Den Hurk, A. (2021). Transparency In Dutch Insurance Regulation And Financial Supervision (Pp. 291–308). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-63621-0_13
12. Li, Y. (2024). The Impact Of Corporate Financial Transparency On Audit Quality. *International Business & Economics Studies*, 6(4), P109. <https://doi.org/10.22158/Ibes.V6n4p109>
13. Mikhailova, Z. V. (N.D.). Analysis Of The Value Of Financial Transparency Of Economic Activity. <https://doi.org/10.36871/Ek.Up.P.R.2021.10.05.016>
14. Rueda Galvis, J. F., Herrera Guzmán, A., & Rueda Galvis, M. (2020). La Gerencia Sostenible Como Modelo De Responsabilidad Social. 15(1), 86–98. <https://doi.org/10.33304/Revinv.V15n1-2020010>
15. Sam, A. A. R., Haliah, H., & Kusumawati, A. (2024). Disclosure Of Transparency, Accountability And Value For Money Concept In Public Sector Financial Management: A Systematic Literature Review. <https://doi.org/10.55227/Ijerfa.V3i1.245>
16. Stupina, A., Kuzmich, R., & Rouiga, I. R. (2021). Financial Transparency As A Factor Of A Company's Attractiveness In The Era Of Change (Pp. 3–12). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58823-6_1
17. Summak, E. (2024). Sosyal Sorumluluk Ve Sürdürülebilirlik Odaklı Halkla İlişkiler: Duyarlı İletişim Stratejileri. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(36), 509–526. <https://doi.org/10.52096/Usbd.8.36.24>
18. Wang, J. (2024). The Impact Of Financial Information Transparency On Corporate Governance Effectiveness. *Transactions On Economics, Business And Management Research*, 10, 298–302. <https://doi.org/10.62051/5kh49x75>
19. Zakharkina, L. S., & Chukhno, R. Yu. (2022). Theoretical Principles Of Ensuring The Transparency Of Financial Relations At Different Levels Of The Economic Structure. *Вісник Сумського Державного Університету*, 2022(2), 67–73. <https://doi.org/10.21272/1817-9215.2022.2-7>
20. Zvarych, R., & Rivilis, I. (2023). Social Responsibility Of Business As Sustainable Development Approach In Management. *Agora International Journal Of Economical Sciences*. <https://doi.org/10.15837/Ajjes.V17i1.5773>
21. Бычкова, С., & Mikhaylova, Z. V. (2024). Financial Transparency Of Economic Activity As A Principle Of Corporate Management Of Agricultural Enterprises (Pp. 115–120). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51272-8_20
22. Ємельянова, О., Tytok, V., & Пилипчук, О. (2024). Aspects Of Social Responsibility And Sustainable Development Of The Construction Company. *Вісник Хмельницького Національного Університету*, 330(3), 165–171. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-24>