



**دراسة تحليلية للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات
وقابلية التقارير المالية للقراءة**

**An analytical Study of the Relationship
between Corporate Social Responsibility
and Financial Reporting Readability**

أ/ سيد حمدي سيد إبراهيم
مدرس مساعد بقسم المحاسبة
كلية التجارة - جامعة القاهرة

د/ مصطفى السيد محمود
مدرس المحاسبة
كلية التجارة - جامعة القاهرة

أ.د / سمية أمين علي
أستاذ المحاسبة المساعد
كلية التجارة- جامعة القاهرة

مجلة الدراسات التجارية المعاصرة

كلية التجارة – جامعة كفر الشيخ
المجلد التاسع . العدد السادس عشر
يوليو 2023 م

رابط المجلة : <https://csj.journals.ekb.eg>

ملخص البحث:

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في إجراء تحليل نظري لتوضيح طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية التقارير المالية للقراءة، وذلك من خلال تحديد الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة، ثم استعراض وتحليل الدراسات السابقة ذات الصلة بهذه العلاقة، بهدف تحديد الفجوات البحثية. خلص الباحث من تحليل تلك الدراسات، إلى تركيز الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة في البيئات الأجنبية مثل (الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، فرنسا، أستراليا)، وهو ما يمثل فجوة بحثية وإضافة علمية جديدة للبحوث العلمية في البيئة العربية. أشارت نتائج معظم الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة إلى وجود علاقة إيجابية بينهما، بينما أشارت إحدى الدراسات إلى وجود تأثير سلبي للمسؤولية الاجتماعية على قابلية التقارير المالية للقراءة. أما الدراسات التي تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة أو جودة الأرباح كمؤشر على قابلية التقارير المالية للقراءة، فقد أشارت نتائج هذه الدراسات لوجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأرباح، بينما أشارت إحدى الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، قابلية التقارير المالية للقراءة.

Abstract:

The main objective of this study is to conduct a theoretical analysis to clarify the nature of the relationship between corporate social responsibility and the readability of financial reports, by defining the conceptual framework for the variables of the study, and then reviewing and analyzing previous studies related to this relationship, in order to identify research gaps. The researcher concluded from the analysis of these studies that the studies that dealt with the direct relationship between social responsibility and the readability of financial reports are concentrated in foreign environments such as (the United States of America, Canada, France, Australia), which represents a research gap and a new scientific addition to scientific research in the Arab environment. The results of most of the studies that dealt with the direct relationship between social responsibility and the readability of financial reports indicated that there is a positive relationship between them, while one study indicated that there is a negative impact of social responsibility on the readability of financial reports. As for studies that dealt with the relationship between social responsibility and earnings management or earnings quality as an indicator of the readability of financial reports, the results of these studies indicated a positive relationship between social responsibility and earnings quality, while one study indicated a positive relationship between social responsibility and earnings management.

Keywords: corporate social responsibility, readability of financial reports.

1- المقدمة وطبيعة المشكلة:

تعد التقارير المالية مصدراً أساسياً للمعلومات للمشاركين في سوق المال، كالمساهمين والدائنين والمحللين الماليين، وبالتالي فإن سهولة وقابلية التقارير المالية للقراءة لها تأثير كبير على فهم هؤلاء المستخدمين للإفصاحات النصية المنشورة بها. لذا، فقد حظيت قابلية التقارير المالية للقراءة باهتمام بحثي كبير في الأدبيات المحاسبية والمالية الحديثة، وذلك بغرض فهم وتحديد العوامل التي قد تؤثر على قابلية التقارير المالية للقراءة وكذلك لتحديد الآثار الاقتصادية المترتبة عليها.

تشير دراسة Kim et al., (2012) لوجهتي نظر فيما يتعلق بتأثير المسؤولية الاجتماعية على شفافية التقارير المالية. وجهة النظر الأولى، تشير إلى أن مديري الشركات التي تتبنى ممارسات المسؤولية الاجتماعية، يكون لديهم دافع للالتزام بالسلوك الأخلاقي في أعمالهم، وذلك لتعزيز سمعتهم وسمعة الشركة لدى أصحاب المصالح، وبالتالي يتوقع أن تكون التقارير المالية لهذه الشركات أكثر شفافية وقابلية للقراءة. بينما، تشير وجهة النظر الثانية إلى أن المديرين التنفيذيين قد يتبنوا ممارسات المسؤولية الاجتماعية إما بهدف تحقيق منافع شخصية لهم وليس من أجل الشركة وأصحاب المصالح كتحسين حياتهم المهنية أو غير ذلك من الأهداف الشخصية، أو قد يقومون بذلك لإعطاء انطباع لأصحاب المصالح بعكس شفافية الشركة، للتغطية على ممارسات إدارة الأرباح، وبالتالي يتوقع أن تكون التقارير المالية لهذه الشركات أقل شفافية وقابلية للقراءة.

في هذا السياق، اهتمت عدة دراسات بفحص طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات ومدى قابلية التقارير المالية للقراءة، ويستعرض الباحث من خلال هذه الدراسة تلك الدراسات للوقوف على طبيعة العلاقة ومعرفة الفجوات البحثية إن وجدت.

في ضوء ما سبق، يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل التالي:

- هل هناك علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات ومدى قابلية التقارير المالية؟

2/1 هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية التقارير المالية للقراءة.

ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح عنها والنظريات المفسرة لها.
- التعرف على مفهوم قابلية التقارير المالية للقراءة والعوامل التي تؤثر عليها.
- تحليل الدراسات السابقة للتعرف على طبيعة العلاقات بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة.

3/1 أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في عرض وتحليل الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين متغيرات البحث وتحديد الفجوات البحثية وآراء الباحثين حول مفاهيم المتغيرات والنظريات المفسرة لها.

4/1- منهج البحث:

يتمثل منهج البحث، في عرض وتحليل الإطار المفاهيمي والدراسات السابقة ذات الصلة، بهدف استعراض أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات، وتحليلها، للوقوف على طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة..

5/1- حدود البحث:

يقتصر البحث على الدراسة النظرية فقط دون إجراء دراسة تطبيقية أو ميدانية.

6/1- خطة البحث:

لتحقيق هدف البحث، سوف يتناول الباحث النقاط التالية:

- 2- المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- 3- قابلية التقارير المالية للقراءة.
- 4- استعراض وتحليل الدراسات السابقة ذات الصلة بالعلاقات بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية التقارير المالية للقراءة.
- 5- الخلاصة والنتائج.

2- المسؤولية الاجتماعية للشركات:

2/1: مقدمة:

تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات منذ ظهوره للمرة الأولى عام 1923 في كتابات Sheldon، حتى يومنا هذا، حيث أن مسؤولية الشركات لم تعد تقتصر فقط على تحقيق أقصى ربح لمساهميها بل أصبح عليها مسؤولية تجاه المجتمع والبيئة التي تعمل بها. وقد مر هذا المفهوم بثلاث مراحل من التطور، حيث تمثل هدف منشآت الأعمال في المرحلة الأولى (مرحلة تعظيم الأرباح) – والتي امتدت من القرن الثامن عشر وحتى بداية عشرينيات القرن الماضي – في تعظيم الأرباح للمساهمين دون النظر لأي اعتبارات اجتماعية أو بيئية. أما المرحلة الثانية (مرحلة تعدد الأهداف أو نموذج حملة الأسهم) فقد امتدت من أواخر العشرينيات حتى بداية السبعينات من القرن الماضي، ويعتبر Milton Friedman أهم المؤيدين لهذه المرحلة، حيث يرى أن مسؤولية المنشأة تتحقق بعدة أهداف تمثلت في، تعظيم الأرباح، سداد الأجور للعاملين، سداد الضرائب، احترام القوانين السارية، إلا أنه كان يرى أن الدور الاجتماعي للمنشأة سيزيد من التكاليف ويقلل الأرباح.

امتدت المرحلة الثالثة (مرحلة نموذج أصحاب المصالح) منذ سبعينات القرن الماضي وحتى وقتنا هذا، حيث تميزت هذه المرحلة، بـكبر حجم الوحدات الاقتصادية، وظهور جماعات الضغط، وهو ما أدى لزيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث أصبحت مسؤولية المنشأة تتمثل في تحقيق الرفاهية الاجتماعية لمختلف أصحاب المصالح، سواء كانوا مساهمين، موردين، عاملين، عملاء، والبيئة والمجتمع الذي تعمل به المنشأة. هذا، وقد زاد الاهتمام أكثر بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في الآونة الأخيرة نتيجة لمشكلة التغير المناخي، وما أحدثه من تأثيرات سلبية على البيئة قد تزداد حدتها مستقبلاً إذا لم يتم وضع حلول عاجلة لها، ومن أهمها زيادة الدور الذي تلعبه منشآت الأعمال في مجالات المسؤولية الاجتماعية المختلفة. وهو الأمر الذي نادى به العديد من المبادرات والمؤتمرات الدولية خلال الآونة الأخيرة مثل مؤتمر قمة الأرض بجوهانسبرج عام 2002، وريودي جانيرو عام 2012، ومبادرة التقارير العالمية GRI عام 2002.

هذا، ويتناول الباحث فيما يلي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ومفهوم الإفصاح عنها والنظريات المفسرة لها:

2/2: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات:

يعرض الباحث مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال مجموعتين من المفاهيم وذلك على النحو التالي:

أولاً: مفاهيم قدمتها الجهات التنظيمية والمهنية:

عرف مجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة (WBCSD, 1999, P.3) المسؤولية الاجتماعية بأنها الالتزام المستمر لمنشآت الأعمال بالتصرف بشكل أخلاقي تجاه أصحاب المصالح بما يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. بينما عرفها الاتحاد الأوروبي Commission of the European Communities, (2001, P.6) بأنها عملية اختيارية تقوم من خلالها منشآت الأعمال بدمج مجموعة من الاعتبارات الاجتماعية والبيئية ضمن أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح.

هذا، وقد أوضح البنك الدولي (World Bank, 2005, p.1) أن المسؤولية الاجتماعية تعني التزام منشآت الأعمال بالمساهمة في التنمية المستدامة وذلك من خلال التعاون مع العاملين وأسره، والمجتمع المحلي، والمجتمع ككل بهدف تحسين الوضع المعيشي وبشكل يحقق أهداف المنشأة التجارية وأهداف التنمية في آن واحد. كما عرفتها الأمم المتحدة (United Nations, 2007, P.1) بأنها المساهمة الكلية لمنشآت الأعمال في التنمية المستدامة، حيث يقوم هذا المفهوم على تحقيق هدفين، الأول، تحديد دور منشآت الأعمال في المجتمع، والثاني، تحقيق أقصى قدر من النتائج الإيجابية على المجتمع.

عرفت أيضاً منظمة الأيزو (ISO 26000, 2010, P.3) المسؤولية الاجتماعية بأنها مسؤولية منشآت الأعمال عن الآثار المترتبة على المجتمع والبيئة بسبب قراراتها وأنشطتها، وذلك من خلال اتباع سلوك أخلاقي شفاف، يؤدي للمساهمة في التنمية المستدامة، وتحقيق توقعات أصحاب المصالح، والالتزام بالقوانين والمعايير الدولية للسلوك، ويكون ذلك جزءاً أساسياً ضمن جميع أنشطة وعلاقات المنشأة المختلفة.

هذا، وقد عرف الدليل المصري لحوكمة الشركات (أغسطس 2016، ص13) الصادر عن مركز المديرين المصري، المسؤولية الاجتماعية بأنها الالتزام المستمر من قبل الشركة في المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بما يحث على العمل بطريقة مسؤولة تجاه أصحاب المصالح، والمجتمع الذي تعمل فيه الشركة وتأثيرها على البيئة المحيطة.

ثانياً: مفاهيم قدمتها الأبحاث والدراسات الأكاديمية:

ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمرة الأولى مع بداية كتابات Sheldon في عام 1923م، حيث أشار إلى مجالين أساسيين للمسؤولية الاجتماعية، هما: المسؤولية تجاه العاملين، والمسؤولية تجاه المجتمع (عيسى، 2014، ص. 2). إلا أن مصطلح المسؤولية الاجتماعية بدأ يجذب اهتمام الباحثين في عام 1953م مع بداية كتابات Bowen، حيث عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها إلتزام من قبل رجال الأعمال بالتصرف واتخاذ القرارات ووضع السياسات وفق أهداف المجتمع وقيمه المرغوبة (حسن، 2021، ص. 28).

هذا، وقد أثار مفهوم المسؤولية الاجتماعية الجدل وتعرض للعديد من الانتقادات، لعل أبرزها ما أثاره (Friedman, (1962, P.133; 1970, P.17)، حيث أشار إلى أن المسؤولية الاجتماعية عبارة عن استخدام المنشأة لمواردها من أجل القيام بالأنشطة التي تؤدي إلى زيادة وتعظيم الأرباح طالما أن المنشأة تلتزم بقواعد النشاط الاقتصادي والقوانين السارية، أي المشاركة في منافسة مفتوحة دون أي خداع أو احتيال، ويعتبر ذلك بمثابة المسؤولية الاجتماعية الوحيدة لمنشآت الأعمال، وبالتالي، تتمثل المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في تعظيم ثروة المساهمين بالمقام الأول. تعرف وجهة النظر هذه بوجهة نظر نفقة المساهمين "shareholder expense view" (Manchiraju and) Rajgopal, 2017, (P.1258).

على النقيض من وجهة النظر السابقة، والتي تبناها Friedman، تشير وجهة نظر تعظيم القيمة لأصحاب المصالح "stakeholder value maximization view" أو نظرية أصحاب المصالح والتي تبناها Freeman عام 1984، إلى أنه ينبغي على منشآت الأعمال أن تأخذ في اعتبارها مصالح كل شخص يؤثر أو يتأثر بشكل كبير برفاهية المنشأة. وقد لاقت هذه النظرية قبولاً كبيراً من قبل الباحثين، حيث يعرف (Lantos, (2001, P.600) المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها الإلتزامات التي تقع على عاتق المنشأة تجاه مختلف أصحاب المصالح - الذين يمكن أن يؤثر أو يتأثروا بممارسات وسياسات المنشأة -، والتي يترتب على القيام بها تعظيم الآثار الإيجابية وتخفيف الآثار السلبية المترتبة على أنشطتها وعملياتها، وبما يحقق احتياجات ورغبات المجتمع في الأجل الطويل.

تماشياً مع وجهة النظر المؤيدة للمسؤولية الاجتماعية، عرف أيضاً السيد، (2001، ص.50) المسؤولية الاجتماعية، بأنها مسؤولية منشآت الأعمال تجاه مراعاة المنفعة العامة في إدارة عملياتها واستثماراتها، وبالتالي، ربط الأداء الاقتصادي للمنشأة بالأداء الاجتماعي لها. كما عرف كل من (Yaung et al., (2003, P.1) المسؤولية الاجتماعية بأنها مجموعة التصرفات التي تقوم بها منشآت الأعمال اختيارياً بهدف معالجة المشكلات المجتمعية بالتوازي مع الأنشطة الاقتصادية التي تقوم بها. أيضاً، عرف

Hopinks, (2004, P.1) المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها معاملة مختلف أصحاب المصالح داخل وخارج المنشأة بطريقة أخلاقية أو بشكل مسئول يتماشى مع مبادئ المجتمعات المدنية، وبما يترتب عليه، الوصول إلى مستوى عالي من رفاهية المجتمع، مع الحفاظ على ربحية الشركة.

هذا، وقد أكد كل من Falck and Heblch, (2007, P.247) على أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام اختياري أو طوعي تتعهد من خلاله المنشأة بشكل صريح أو ضمني بالعمل على تلبية توقعات المجتمع. كما عرف كل من Arevalo and Aravind, (2011, P.400) المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها نشاط اختياري تقوم المنشأة من خلاله بالعمل على توجيه مواردها من أجل تحسين الرفاهية المجتمعية وبما يعزز العلاقات مع أصحاب المصالح الرئيسيين.

أكد عيسى (2014، ص.8) على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتمثل في مجموعة المبادئ الأخلاقية التي تأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح عند إدارة المنشأة بما يؤدي للحفاظ على القيمة وتعظيمها، وتحقيق التوازن بين تلك التوقعات دون الإضرار بمصالح طرف على حساب طرف آخر، وبما يساهم في خلق قيمة مستدامة لمنشآت الأعمال والمجتمع في آن واحد. كما عرف حسن، (2021، ص.28) المسؤولية الاجتماعية بأنها مجموعة المبادئ والممارسات التي تقوم بها منشآت الأعمال نتيجة ممارستها لأعمالها خلال فترة زمنية ما بهدف توجيه مواردها لتحقيق أهداف المساهمين المالية والاقتصادية من خلال تحقيق مستوى مناسب من الأرباح، وبالتوازي مع تحقيق رفاهية المجتمع والحفاظ على البيئة وخلق قيمة واداء مالي مستدام لمنشآت الأعمال.

يرى الباحث أنه في ضوء ما تم استعراضه من مفاهيم مختلفة وردت بالدراسات السابقة، فإنه يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات، على أنها قيام المنشأة بالممارسات التي تهدف إلى تحقيق توقعات كافة أصحاب المصالح بشكل متوازن، أي دون الإضرار بمصالح طرف على طرف آخر.

2/3 مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات:

أدى تزايد الطلب على المعلومات وتحقيق الشفافية خلال الأونة الأخيرة، فضلاً عن زيادة حجم الاستثمارات في المسؤولية الاجتماعية للشركات، والاهتمام المتزايد في وسائل الإعلام، إلى زيادة إفصاح منشآت الأعمال عن ممارساتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وذلك لإرسال إشارات إلى كافة أصحاب المصالح عن الدور الاجتماعي للمنشأة، وهو ما يؤدي إلى تحسين سمعة المنشأة، ويحقق العديد من المزايا الإيجابية لها (الحنوي، 2020، ص.13). وبالتالي، يمثل الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية الأداة الأساسية التي تتواصل من خلالها المنشأة مع أصحاب المصالح بشأن الأداء الاجتماعي لها.

يعرف كل من Hackston & Milne, (1996, P.78) الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بأنه عبارة عن تقديم معلومات مالية وغير مالية تتعلق بتفاعل المنشأة مع البيئة الاجتماعية والمادية وذلك داخل التقارير السنوية أو في تقارير تعدها المنشأة خصيصاً لتحقيق هذا الهدف، حيث تشمل تلك المعلومات، معلومات عن كل من، الموارد البشرية، الطاقة، المنتجات، المشاركة المجتمعية. كما عرفه كل من Gray et al., (2001, P.329) بأنه عبارة عن توفير معلومات مرتبطة بأنشطة المنشأة وتطلعاتها والصورة العامة المتعلقة بالبيئة والمجتمع والعاملين والعملاء.

أكد (Smith, 2005, P.3) أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية هو المعلومات المقدمة بواسطة المنشأة عن أنشطتها الاجتماعية، والتي ينبغي أن تغطي ست مجالات من مجالات المسؤولية الاجتماعية هي، العاملين، العملاء، المجتمع، البيئة، المساهمين، الموردین. كما يشير Hassan, (2010, P.14) إلى أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يعد إفصاحاً اختيارياً في معظم الحالات حيث يهدف إلى توفير المعلومات التي توضح مدى مساهمة المنشأة في تحقيق العدالة الاجتماعية والبيئية.

هذا، وقد عرف عيسى (2014، ص.29) الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بأنه توفير معلومات مالية وغير مالية عن الأداء الاجتماعي لمنشآت الأعمال من خلال تقرير مرفق بالتقرير المالية بما يمكن أصحاب المصالح من التقييم السليم لأداء المنشأة الاجتماعي. كما عرف حسن (2021، ص.44) الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بأنه التقرير الطوعي العادل عن كافة الآثار الاجتماعية والبيئية الجوهرية الحالية والمتوقعة، وسواء كانت إيجابية أو سلبية والمتعلقة بالمنشأة خلال فترة زمنية ما على أن ذلك الإفصاح في التقرير السنوي أو تقارير منفصلة، وبصورة كمية أو وصفية، بهدف إبلاغ كافة أصحاب المصالح بالأداء الاجتماعي للمنشأة في مجالات، العاملين، العملاء، المجتمع، البيئة، المساهمين، الموردین، لتمكينهم من اتخاذ القرارات المختلفة.

يرى الباحث أنه في ضوء ما تم استعراضه من مفاهيم مختلفة وردت بالدراسات السابقة حول ماهية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإنه يمكن تعريفه، على أنه قيام المنشأة بشكل اختياري بتوفير معلومات مالية وغير مالية حول الأداء الاجتماعي والبيئي لها سواء تعلق هذا الأداء بتأثيرات سلبية أو إيجابية، وسواء تم تقديم هذه المعلومات ضمن التقرير المالي السنوي أو في صورة تقرير منفصل، على أن تغطي تلك المعلومات كافة مجالات أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمنشأة، وبما يمكن كافة أصحاب المصالح من التقييم السليم لأداء المنشأة الاجتماعي والبيئي، ويمكنهم كذلك من اتخاذ القرارات في التوقيت المناسب.

2/4 النظريات المفسرة لأداء المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح عنها:

اهتمت العديد من الدراسات الأكاديمية بفهم دوافع المنشأة للقيام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عن هذه الأنشطة، وقد قدمت هذه الدراسات العديد من النظريات التي تفسر ذلك، ومن أهم هذه النظريات وأكثرها استخداماً، نظرية الشرعية، نظرية أصحاب المصالح، نظرية الوكالة، نظرية الإشارة (Omran & Ramdhony, 2015, P.42)؛ الحوشي، 2017، ص.403؛ الحناوي، 2020، ص.12):

أ- نظرية الشرعية Legitimacy Theory:

استخدمت نظرية الشرعية منذ ثمانينات القرن الماضي بواسطة العديد من الباحثين بهدف اختبار دوافع ممارسات منشآت الأعمال في مجال المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها. هذا، وتعرف الشرعية بأنها إدراك أو افتراض عام بأن تصرفات المنشأة مرغوبة أو صحيحة أو ملائمة في إطار مجموعة من

القواعد والقيم والمعتقدات السائدة في المجتمع، Suchman, 1995, P.579 & Van der Laan, 2009, (p.19).

تقوم نظرية الشرعية على فكرة أن هناك عقداً اجتماعياً بين المنشأة والمجتمع الذي تعمل فيه، حيث يشتمل هذا العقد على مجموعة من التوقعات الصريحة والضمنية حول الكيفية التي ينبغي أن تدير بها المنشأة أعمالها، والتي ينتظر المجتمع من المنشأة أن تقوم بتحقيقها، وتقوم المنشأة بمحاولة إضفاء الشرعية على ما تقوم به من خلال المشاركة في ممارسات المسؤولية الاجتماعية وكذلك الإفصاح عنها. وبالتالي، تواجه منشآت الأعمال التي لا تقي بالاعتبارات الاجتماعية والبيئية المتضمنة في هذا العقد صعوبات كبيرة في الحصول على الموارد وبيع المنتجات نتيجة شعور المواطنين بعدم شرعية وجود المنشأة، وهو ما قد يهدد بقاء واستمرارية المنشأة (Deegan, 2002, P.292).

ب- نظرية أصحاب المصالح Stakeholders Theory:

قدم Freeman هذه النظرية في عام 1984، وتعد من أهم النظريات في تفسير دوافع منشآت الأعمال لممارسة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، حيث تشير هذه النظرية إلى أن مسؤولية المنشأة لا تقتصر فقط على تحقيق أقصى ربح للمساهمين، لكنها مسؤولة أيضاً عن تحقيق رفاهية المجتمع ككل، أو كما يطلق عليهم أصحاب المصالح، ويعرف Freeman أصحاب المصالح بأنهم أي أفراد أو جماعات يمكن أن تؤثر أو تتأثر بتحقيق المنشأة لأهدافها (حسن، 2021، ص.47). كما يعرف الدليل المصري لحوكمة الشركات (2016، ص13) أصحاب المصالح بأنهم كل من لهم مصالح مرتبطة بالشركة على اختلاف أنواعهم مثل، العاملين، العملاء، الموردين، الموزعين، الدائنين، والجهات الرقابية.

هذا، وينبغي على الشركة تحديد من هم أصحاب المصالح الذين لديهم الحق في الحصول على المعلومات وتحليلهم لترتيب أهدافهم وأولوياتهم، هذا، وتشير العديد من الدراسات إلى منشآت الأعمال تستخدم الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية كوسيلة لإدارة العلاقات مع أصحاب المصالح، حيث يزداد الإفصاح عن المعلومات كلما زادت قوة أصحاب المصالح وقدرتهم على ممارسة الضغوط على إدارة المنشأة (Van der Laan, 2009, P.18).

ج- نظرية الوكالة Agency Theory:

تستند نظرية الوكالة - في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات - على فكرة وجود علاقة بين الوكيل وهو المنشأة والأصيل وهو المجتمع، حيث يقدم المجتمع موارد للمنشأة والمتمثلة في، الأرض، العمل، ورأس المال، وذلك لاستغلال هذه الموارد ليس فقط من أجل تحقيق أقصى ربح ممكن للمساهمين، ولكن أيضاً بهدف تحقيق رفاهية المجتمع ككل، غير أنه قد يحدث تعارض في المصالح بين طرفي الوكالة، فإدارة المنشأة تهدف لتعظيم الأرباح من خلال تخفيض النفقات، مما قد يؤدي إلى خفض الإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية، ومن ثم زيادة ضغط المجتمع من أجل تنفيذ مزيد من الإنفاق لتحقيق رفاهيته، ومن هنا تبرز أهمية حاجة المجتمع لمعلومات تبين مدى التزام المنشأة بتحقيق أهداف المجتمع (عيسى، 2014، ص. 32؛ السيد، 2001، ص، 64).

د- نظرية الإشارة Signaling Theory:

تعد نظرية الإشارات إحدى النظريات التي يستخدمها الباحثون في تفسير الإفصاح الاختياري عن المعلومات، هذا، وتعتبر هذه النظرية مفيدة عندما يكون هناك طرفان لديهم مقدرة مختلفة للوصول للمعلومات، حيث يتمثل الطرف الأول في، المرسل والذي يختار ما إذا كان ينبغي عليه الإفصاح عن المعلومات أم لا، بينما يتمثل الطرف الثاني في المستقبل، وهو الذي يقع عليه تفسير ما يستقبله من معلومات مفصح عنها ومرسلة إليه من قبل الطرف الأول، ووفقاً لهذه النظرية يمكن اعتبار المعلومات المفصح عنها من قبل الشركة بمثابة إشارات للسوق هدفها تخفيض عدم تماثل المعلومات، وتخفيض تكلفة التمويل، وزيادة قيمة الشركة، وفي سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات، فقد تلجأ الشركات للإفصاح عن أدائها في مجال المسؤولية الاجتماعية لإرسال إشارات للسوق بشأن اهتمامها بتحقيق رفاهية المجتمع وما يتبع ذلك من آثار إيجابية كتخفيض تكلفة التمويل، أو زيادة أسعار الأسهم، فضلاً عن تحسن سمعة الشركة (الحوشي، 2017، ص.406).

3/ قابلية التقارير المالية للقراءة:

3/1: مقدمة:

يتمثل الهدف الرئيس من وراء إعداد التقارير المالية في توفير معلومات عن نشاط المنشأة وادائها، وذلك بهدف مساعدة كافة أصحاب المصالح في المنشأة في اتخاذ القرارات المختلفة. هذا وتتضمن هذه التقارير نوعين من الإفصاحات يكمل كل منهما الآخر، حيث يتمثل النوع الأول، في الإفصاحات الكمية والتي تقوم المنشأة بالإفصاح عنها في صلب القوائم المالية وتتضمن أرقاماً حول قيم الأصول والالتزامات وحقوق الملاك وإيرادات ومصروفات المنشأة، أما النوع الثاني من الإفصاحات فيتمثل في الإفصاحات الوصفية، والتي تتضمن الإفصاحات المتممة للقوائم المالية، وكذلك الإفصاح عن المخاطر التي تواجه المنشأة، وتحليلات الإدارة لأداء المنشأة في الوقت الحالي وتوقعات الأداء المستقبلي.

هذا، وتمثل الإفصاحات الوصفية نسبة كبيرة من التقرير المالي لأي منشأة أعمال، حيث يشير كل من (Lo et al., 2017, P.2) إلى أنها تشكل في المتوسط نسبة 80% من التقرير المالي، وبالتالي، يجب أن تتصف هذه الإفصاحات النصية بالوضوح وسهولة القراءة لفهم وتفسير المعلومات المنشورة بالتقارير المالية، ونتيجة لذلك اهتمت العديد من الدراسات السابقة بفحص مدى قابلية التقارير المالية للقراءة وأثرها على قرارات أصحاب المصالح.

هذا، وتناول الباحث فيما يلي مفهوم قابلية التقارير المالية للقراءة والنظريات المفسرة لها:

3/2 مفهوم قابلية التقارير المالية للقراءة:

يعرف كل من (Smith & Smith, 1971, P.553) قابلية القراءة على أنها عبارة عن مقياس كمي وموضوعي لمدى سهولة فهم المادة المكتوبة. كما يعرف أيضاً (Klare, 1974, P.67) قابلية القراءة

بأنها مؤشر تنبؤي لمدى صعوبة قراءة نص ما. بينما يرى كل من Lewis et al, (1986, P.199) أن قابلية القراءة تهتم بدراسة مشكلة مواجهة القارئ بنص ما، ومن ثم تقييم مدى سهولة قراءة وفهم هذا النص من قبل المستقبل أو القارئ لهذا النص.

هذا، وفي سياق قابلية الإفصاحات النصية في التقارير المالية للقراءة، يرى كل من Barnett and Leoffler, (1979, P.50) أن قابلية القراءة تعني مدى سهولة أو صعوبة فهم أو إدراك الإفصاحات النصية المنشورة بالتقارير المالية والمترتبة على أسلوب صياغة تلك الإفصاحات. كما يعرف كل من Loughran & McDonald, (2014, p.1649) قابلية التقارير المالية للقراءة بأنها مدى قدرة المستثمرين الأفراد والمحللين الماليين على استخلاص المعلومات الملائمة من الإفصاحات النصية المنشورة في التقارير المالية.

أوضح عمارة، (2020، ص.66) أن الأسلوب الذي يتم به صياغة الإفصاحات المنشورة بالتقارير المالية وكذلك قدرة المستخدمين لهذه التقارير على الاستيعاب والفهم أساسيان لنجاح عملية الاتصال من خلال التقارير المالية، وبالتالي، تستند قابلية التقارير المالية للقراءة على عاملين أساسيين، حيث يتمثل العامل الأول في النص المكتوب، حيث ينبغي صياغة النصوص بطريقة تتلائم مع قدرة القارئ على الاستيعاب، بحيث لا يتم استخدام كلمات معقدة أو جمل وعبارات طويلة تجعل مستقبل هذه النصوص غير قادر على استخلاص ما يريد من معلومات. أما العامل الثاني فيتمثل في القارئ نفسه، والذي ينبغي أن تكون قدرته على الاستيعاب متناسبة مع النص المكتوب ويتوقف ذلك على خبرته ومعرفته العلمية.

يرى الباحث في ضوء المفاهيم السابقة لقابلية التقارير المالية لقراءة على أنه يمكن تعريفها بأنها مدى سهولة فهم الإفصاحات النصية المنشورة في التقارير المالية والتي تتوقف على مدى سهولة النص ومدى قدرة مستخدم التقرير على الفهم والاستيعاب لهذه الإفصاحات.

3/3 العوامل المفسرة لقابلية التقارير المالية للقراءة:

أولاً: التشويش أو التعتيم الإداري **managerial obfuscation**:

تشير هذه النظرية إلى أن المديرين لديهم دوافع لإخفاء المعلومات، أو لإخفاء الأداء الضعيف من خلال الإفصاحات الأقل شفافية التي يتم تصميمها بهدف تثبيط أو تأجيل التأثيرات غير المواتية لسوق رأس المال، ويحدث ذلك من خلال التقارير المالية الأقل قابلية للقراءة. هذا، وتشير العديد من الدراسات إلى أدلة على فرضية التشويش الإداري لتفسير انخفاض قابلية التقارير المالية للقراءة، حيث تشير دراسة Li, (2008, P.221) إلى انخفاض مستوى قابلية قراءة التقارير المالية للشركات التي تحقق أرباح منخفضة والعكس بالنسبة للشركات ذات مستوى الأرباح المرتفع. كما أوضح كل من Ajina et al., (2016, P. 515) إلى أن مديري الشركات ذات الأداء المنخفض يقومون بممارسات إدارة الأرباح، ومن ثم يعملون على تخفيض مستوى قابلية التقارير المالية للقراءة من أجل التشويش على هذا الأداء الضعيف.

ثانياً: التعقد التشغيلي والمحاسبي:

حيث تشير العديد من الدراسات إلى أن منشآت الأعمال التي تعمل في بيئة تشغيل معقدة أو تقوم بتطبيق معالجات محاسبية معقدة، تزداد صعوبة قراءة التقارير المالية الخاصة بها، نتيجة لما تقوم به المنشأة من إفصاح عن هذه العمليات أو المعالجات المعقدة. في هذا السياق، يشير كل من Guay et al., (2011, P. 5) إلى أن الشركات التي تتبنى معيار SFAS 133 "المحاسبة عن المشتقات" ومعيار SFAS 157 "المحاسبة عن القيمة العادلة" تقوم بتقديم مزيد من الإفصاحات حول هذه المعالجات المعقدة مما يعكس بالسلب على قابلية التقارير المالية لها.

هذا، وفيما يتعلق بتعقد العمليات التشغيلية للمنشأة وأثرها على قابلية تقاريرها المالية للقراءة، أوضح كل من Bushee et al., (2018, P.3) إلى أن تعقد التقارير المالية يرجع إلى تعقد ناتج عن إفصاح المنشأة عن معلومات ذات طبيعة فنية تعكس النشاط التشغيلي وأن هذا النوع من التعقد يقلل من عدم تماثل المعلومات لأن الهدف الأساسي من الإفصاح عنه يتمثل في نقل معلومات ذات أهمية لمستخدمي التقارير المالية، وتعقد ناتج عن رغبة إدارة المنشأة في زيادة غموض التقارير المالية مما ينتج عنه زيادة في عدم تماثل المعلومات بين مستخدمي التقارير المالية وإدارة المنشأة.

تشير أيضاً عدة دراسات إلى أن استراتيجية الأعمال التي تتبناها المنشأة تعد أيضاً أحد المحددات الهامة لمدى قابلية تقاريرها المالية للقراءة، فإذا كانت المنشأة تتبنى استراتيجية ذات توجه ابتكاري "innovation-oriented prospector" فإن هذا يعني زيادة فرص إدخال منتجات جديدة وتطوير تكنولوجيا الإنتاج بصورة مستمرة تماشياً مع أي تطورات جديدة وزيادة أنشطة البحث والتطوير، وهو الأمر الذي يتطلب قيام المنشأة بالإفصاح عن هذه التغيرات وما تقوم به من بحث أو تطوير لمنتجات جديدة، مما يزيد من تعقد التقارير المالية لما تتضمنه هذه الإفصاحات من معلومات فنية وتكنولوجية. أما إذا كانت المنشأة تتبنى استراتيجية ذات توجه يركز على الكفاءة "efficiency-oriented defender" فإن هذا مؤشر على تركيز المنشأة على زيادة كفاءة المنتج والعمل على تقليل تكلفته دون توجيه قدر كبير من الموارد على أنشطة البحث والتطوير، الأمر الذي يزيد من قابلية تقاريرها المالية للقراءة لانخفاض الإفصاح عن معلومات فنية معقدة (Lim et al., 2018, P.2).

ثالثاً: تبني المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية IFRS:

يتمثل الهدف الأساسي من إصدار المعايير الدولية للتقارير المالية (IFRS) في تحقيق تجانس التقارير المالية حول العالم وزيادة الفهم وتقليل التعقد مما يزيد من منفعة المستخدمين لهذه المعلومات، إلا أن زيادة متطلبات الإفصاح والترجمة الحرفية من اللغة الإنجليزية - الصادرة بها- إلى لغات البلدان المتبينة لهذه المعايير قد يترتب عليه انخفاض قابلية التقارير المالية للقراءة، وهو ما أكدته بعض الدراسات، حيث تشير دراسة كل من (Jang & Rho, 2016, P.3; Richards & Van Staden, 2015, P.1) إلى أن الشركات التي تبنت معايير ال- IFRS كانت تقاريرها المالية أقل قابلية للقراءة مقارنة بالشركات التي لم تتبنى تلك المعايير.

4- استعراض وتحليل الدراسات السابقة ذات الصلة بالعلاقات بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية التقارير المالية للقراءة.:

يعتبر تحليل الدراسات السابقة بمثابة حجر الأساس والمنطلق لأي دراسة علمية، وذلك لأنه يمكن الباحث من التعرف على طبيعة العلاقات بين المتغيرات البحثية ومن ثم التحديد الدقيق للفجوة البحثية، وفي ضوء طبيعة المشكلة وأهداف البحث يتناول الباحث فيما يلي الدراسات السابقة ذات العلاقة سواء تلك التي اهتمت بدراسة العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة أو تلك التي اهتمت بدراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة وجودة الأرباح كمؤشرات على قابلية التقارير المالية للقراءة وذلك على النحو التالي:

- هدفت دراسة (Nazari et al., 2017) إلى تحديد العلاقة بين تعقد الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والأداء الفعلي للمسؤولية الاجتماعية، وقد تم الاعتماد على عينة مكونة من 1180 مشاهدة تمثل مجموعة من الشركات المدرجة في مؤشر S&P 500 بالولايات المتحدة الأمريكية، وذلك في الفترة من عام 2008 إلى عام 2013. تم قياس المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على قاعدة بيانات Kinder, Lydenberg, and Domini (KLD) والتي توفر تصنيفاً للمنشآت بناءً على مدى مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، بينما اعتمد الباحثون لقياس قابلية قراءة إفصاحات المسؤولية الاجتماعية على مجموعة من المؤشرات مثل مؤشر الضباب FOG Index ومؤشر SMOG ومؤشر AR، حيث تتمثل فلسفة تلك المؤشرات في قياس مدى سهولة أو صعوبة الإفصاحات النصية في تحديد عدد الكلمات والمقاطع التي تتكون منها الجمل، وكذلك عدد حروف الكلمات كمؤشرات على قابلية القراءة. وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة. توصل الباحثون في هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية قراءة الإفصاحات النصية عن المسؤولية الاجتماعية وكذلك حجم هذا الإفصاح، حيث يؤدي الأداء الجيد للشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية إلى زيادة حجم الإفصاح وزيادة قابليته للقراءة.

- أما دراسة (Ben-Amar & Belgacem, 2018) والتي هدف الباحثان من خلالها إلى تحديد العلاقة بين تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والتعقيد النصي لفقرة مناقشة وتحليل الإدارة (MD&A) في التقرير السنوي. فقد جاءت نتائجها مختلفة لنتائج الدراسة السابقة حيث توصل الباحثان في هذه الدراسة إلى وجود ارتباط إيجابي بين الأداء الاجتماعي للشركات والتعقيد النصي لفقرة مناقشة وتحليلات الإدارة MD&A. وذلك من خلال عينة مكونة من 182 شركة مدرجة بمؤشر TSX ببورصة تورنتو بكندا خلال عام 2013م. اعتمد الباحثان لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات على قاعدة بيانات Sustainability والتي توفر تصنيفاً للمنشآت بناءً على مدى مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية. وقياس قابلية القراءة Readability استخدم الباحثان مؤشرين؛ المؤشر الأول: مؤشر FOG Index الذي يقيس قابلية القراءة بناءً على عدد مقاطع كل كلمة وعدد الكلمات

- بكل جملة. المؤشر الثاني: طول فقرة MD&A من خلال عدد الكلمات الواردة بها. وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة.
- هذا، وقد هدفت دراسة كل من (Wang et al., 2018) إلى تحديد العلاقة بين الأداء الفعلي للمسؤولية الاجتماعية وقابلية إفصاحات تقارير المسؤولية الاجتماعية للقراءة، وقد تم الاعتماد على عينة مكونة من 168 شركة مدرجة بالولايات المتحدة الأمريكية، وذلك في الفترة من عام 2009 إلى عام 2012. تم قياس المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على قاعدة بيانات Kinder Lydenberg, and Domini (KLD) والتي توفر تصنيفاً للمنشآت بناءً على مدى مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، بينما اعتمد الباحثون لقياس قابلية قراءة إفصاحات تقارير المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة مؤشرات هي *Fog Index* ، *Kincaid Index* ، و *Flesch Index*. وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة. وقد جاءت نتائج هذه الدراسة متفقة مع نتائج دراسة كل من (Nazari et al., 2017) حيث توصل الباحثون في هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية قراءة الإفصاحات النصية المنشورة في تقارير المسؤولية الاجتماعية.
- كما هدفت دراسة (Bacha & Ajina, 2019) إلى فحص العلاقة بين أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) وقابلية قراءة التقارير المالية للقراءة. وذلك من خلال عينة مكونة من 100 شركة مدرجة بمؤشر CACAII بفرنسا، وذلك في الفترة من عام 2013 إلى عام 2016. اعتمد الباحثان لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات على قاعدة بيانات CSRHub والتي توفر تصنيفاً للمنشآت بناءً على مدى مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية. ولقياس قابلية القراءة *Readability* استخدم الباحثان مؤشر الضباب *FOG Index*، ومؤشر *Flesh Reading Ease* وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة. توصل الباحثان في هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية معنوية بين الأداء الاجتماعي للشركات وقابلية قراءة التقارير المالية للقراءة، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة كل من (Ben-Amar & Belgacem, 2018; Nazari et al., 2017).
- كما جاءت نتائج دراسة كل من (Li et al., 2022) متوافقة مع ما توصل له كل من (Nazari et al., 2017; Ben-Amar & Belgacem, 2018; Bacha & Ajina, 2019). حيث هدف الباحثون في هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الأداء الفعلي المستدام والخصائص النصية للإفصاحات المنشورة بتقارير الاستدامة (قابلية القراءة، نغمة الإفصاح)، وقد تم الاعتماد على عينة مكونة من 2067 شركة مدرجة باستراليا، وذلك في الفترة من عام 2002 إلى عام 2016. تم قياس المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على قاعدة بيانات ASSET4 والتي توفر تصنيفاً للمنشآت بناءً على مدى مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية والبيئية وحوكمة الشركات، بينما اعتمد الباحثون لقياس قابلية قراءة إفصاحات تقارير الاستدامة على أربعة مؤشرات هي مؤشر *Flesch Reading Ease score (FRE)* ، ومؤشر *Flesch-Kincaid Grade level* ، ومؤشر *Coleman-Liau index (CLI)* ، ومؤشر

(FKGL)، ومؤشر (SMOG) simple measure of gobbledygook، وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة. توصل الباحثون في هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الأداء الفعلي المستدام والخصائص النصية للإفصاحات المنشورة بتقارير الاستدامة، حيث تتسم تلك التقارير بأنها أكثر قابلية للقراءة وأكثر تفافلاً كلما تحسن الأداء المستدام للشركة.

- فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة وجودة الأرباح كمؤشرات على قابلية التقارير المالية للقراءة، فقد هدف كل من (Almahrog et al., 2018) إلى تحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح Earnings Management. وذلك من خلال عينة مكونة من 515 مشاهدة تمثل عدد من الشركات المدرجة بمؤشر FTSE 350 بالمملكة المتحدة خلال الفترة من عام 2008 إلى عام 2010. اعتمد الباحثون لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات على مقياسين؛ الأول: أسلوب تحليل المحتوى لتحديد عدد الكلمات المستخدمة في الإفصاح عن المسؤولية كمؤشر على أداء الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. الثاني: من خلال إعداد مؤشر يتضمن 6 مجالات من مجالات المسؤولية الاجتماعية بحيث تكون الشركات التي تحصل على درجات أعلى هي تلك الشركات الأفضل في أداء المسؤولية الاجتماعية. ولقياس إدارة الأرباح استخدم الباحثون مؤشر جونز المعدل من قبل كل من (Dechow et al. 1995). وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة. توصل الباحثون في هذه الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح، حيث تتمتع الشركات الأفضل في مجال المسؤولية الاجتماعية بجودة استحقاقات أعلى.

- وقد جاءت نتائج دراسة (Habbash & Haddad, 2019) مغايرة لنتائج الدراسة السابقة، حيث هدف الباحثان إلى تحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح. وذلك من خلال عينة مكونة من 225 مشاهدة تمثل عدد من الشركات المدرجة بالمملكة العربية السعودية خلال الفترة من عام 2015 إلى عام 2016. اعتمد الباحثان لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات على مؤشر يتضمن سبعة عشر بنداً من بنود الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية إستناداً على معيار ISO 26000. ولقياس إدارة الأرباح استخدم الباحثان نموذج جونز المعدل من قبل كل من (Dechow et al. 1995). وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة. توصل الباحثان في هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح، حيث تتمتع الشركات الأفضل في مجال المسؤولية الاجتماعية بجودة استحقاقات أقل.

- كما هدف كل من (Mohamed et al., 2019) إلى تحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وجودة الأرباح. وذلك من خلال عينة مكونة من 100 شركة، وهي جميع الشركات التي يتم تقييم أدائها في مجال المسؤولية الاجتماعية والبيئية وحوكمة الشركات في مصر حتى يتم اختيار أفضل 30 شركة من بينها لإدراجها بالمؤشر المصري للمسؤولية الاجتماعية S&P/ESG، وذلك خلال الفترة من عام 2007 إلى عام 2015. اعتمد الباحثون لقياس المسؤولية الاجتماعية على بيانات المؤشر المصري للمسؤولية الاجتماعية S&P/ESG والذي

يوفر تصنيفاً للمنشآت بناءً على مدى مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية والبيئية وحوكمة الشركات. ولقياس جودة الأرباح استخدم الباحثون جودة الاستحقاقات كمؤشر والتي تم تقديرها باستخدام نموذج (Kothari et al. (2005). وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى على مرحلتين (2SLS) لمعالجة مشكلة السببية العكسية. هذا، وتوصل الباحثون في هذه الدراسة إلى أنه عندما يتم أخذ جميع الشركات التي تدخل في تقييم المؤشر المصري للمسئولية الاجتماعية والبالغ عددها 100 شركة، فإنه توجد علاقة عكسية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأرباح، ويعتقد الباحثون في هذه الدراسة أن السبب في ذلك يرجع إلى قيام الشركات بالمسئولية الاجتماعية كغطاء على ممارسات إدارة الأرباح (نظرية الوكالة – الانتهازية الإدارية). بينما توصل الباحثون إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأرباح عندما يتم التركيز فقط على أفضل 30 شركة بالمؤشر، حيث تهتم تلك الشركات أكثر بأصحاب المصلحة والمساهمين من خلال توفير تقارير مالية شفافة لمساعدتهم في اتخاذ القرارات (نظرية أصحاب المصلحة).

- أما دراسة كل من (Rezaee et al., 2019) والتي هدف الباحثون من خلالها إلى تحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وجودة الأرباح. فقد توصلت إلى أن الشركات التي تحصل على تقييم أعلى في المسؤولية الاجتماعية أقل ميلاً لإدارة أرباحها سواء عن طريق الاستحقاقات الاختيارية أو عن طريق أنشطة حقيقية، كما أن أرباحها تتمتع باستمرارية أعلى وقدرة تنبؤية أعلى، وبالتالي، توصل الباحثون إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأرباح، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة كل من (Almahrog et al., 2018). تمثلت عينة الدراسة في 14807 مشاهدة تمثل 2580 شركة غير مالية مدرجة بالصين خلال الفترة من عام 2009 إلى عام 2015. اعتمد الباحثون لقياس المسؤولية الاجتماعية على قاعدة بيانات (RKS) والتي توفر تصنيفاً للمنشآت بناءً على مدى مساهمتها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية والبيئية. ولقياس جودة الأرباح استخدم الباحثون أربعة مقاييس تمثلت في، جودة الاستحقاقات كمؤشر على إدارة الأرباح على أساس الاستحقاقات، إدارة الأرباح الحقيقية، إستمرارية الأرباح، القدرة التنبؤية للأرباح. وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) لاختبار فروض الدراسة.

التعليق على نتائج الدراسات السابقة واستنتاج الفجوة البحثية:

بعد استعراض الدراسات السابقة – التي تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية التقارير المالية للقراء أو العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة جودة الأرباح كمؤشرات على قابلية التقارير المالية للقراء – يتضح للباحث ما يلي:

- أ- ندرة الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراء.
- ب- لا توجد دراسات عربية – في حدود علم الباحث – تناولت العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية، حيث إنحصرت الدراسات في البيئات الأجنبية مثل (الولايات

المتحدة الأمريكية، كندا، فرنسا، أستراليا)، وهو ما يمثل فجوة بحثية وإضافة علمية جديدة للبحوث العلمية في البيئة العربية.

ت- أشارت نتائج معظم الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة إلى وجود علاقة إيجابية بينهما، حيث كلما تحسن أداء الشركة في مجالات المسؤولية الاجتماعية كلما تكون تقاريرها المالية أكثر قابلية للقراءة (Nazari et al., 2017; Bacha & Ajina, 2019; Li et al., 2022). بينما أشارت دراسة واحدة فقط هي دراسة (Ben-Amer & Belgacem, 2018) إلى وجود تأثير سلبي للمسؤولية الاجتماعية على قابلية قراءة فقرة مناقشة وتحليلات الإدارة MD&A. كما ركزت معظم الدراسات أيضاً على قابلية قراءة تقارير المسؤولية الاجتماعية وتقارير الاستدامة باستثناء دراسة (Bacha & Ajina, 2019)، حيث ركزت على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة. ويرى الباحث أن اختلاف النتائج والتركيز أكثر على قابلية تقارير المسؤولية الاجتماعية للقراءة يعد فجوة بحثية.

ث- أما الدراسات التي تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة أو جودة الأرباح كمؤشر على قابلية التقارير المالية للقراءة، فقد أشارت نتائج معظم هذه الدراسات لوجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأرباح (Almahrog et al., 2018; Mohamed et al., 2019; Rezaee et al., 2019). بينما أشارت دراسة (Habbash & Haddad, 2019) إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح.

5- الخلاصة والنتائج:

تمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في إجراء تحليل نظري لتوضيح طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وقابلية التقارير المالية للقراءة، وذلك من خلال تحديد الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة، ثم استعراض وتحليل الدراسات السابقة ذات الصلة بهذه العلاقة، بهدف تحديد الفجوات البحثية. هذا، وقد خلص الباحث من خلال هذا التحليل النظري إلى النتائج التالية:-

1. استنتج الباحث - من خلال استعراض مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات - أنه يمكن تعريفها على أنها قيام المنشأة بالممارسات التي تهدف إلى تحقيق توقعات كافة أصحاب المصالح بشكل متوازن، أي دون الإضرار بمصالح طرف على طرف آخر.
2. فيما يتعلق بمفهوم قابلية التقارير المالية للقراءة، فقد استنتج الباحث - من خلال استعراض المفاهيم التي تم تناولها في الدراسات ذات الصلة - أنه يمكن تعريفها بأنها مدى سهولة فهم الإفصاحات النصية المنشورة في التقارير المالية والتي تتوقف على مدى سهولة النص ومدى قدرة مستخدم التقرير على الفهم والاستيعاب لهذه الإفصاحات.
3. اتضح للباحث - من خلال استعراض الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة - إلى ندرة الدراسات بشكل عام مع تركزها في البيئات الأجنبية مثل (الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، فرنسا، أستراليا)، وهو ما يمثل فجوة بحثية وإضافة علمية جديدة للبحوث العلمية في البيئة العربية.

4. أشارت نتائج معظم الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين المسؤولية الاجتماعية وقابلية التقارير المالية للقراءة إلى وجود علاقة إيجابية بينهما، بينما أشارت إحدى الدراسات إلى وجود تأثير سلبي للمسؤولية الاجتماعية على قابلية التقارير المالية للقراءة.
5. أشارت الدراسات التي تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة أو جودة الأرباح كمؤشر على قابلية التقارير المالية للقراءة لوجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الأرباح، بينما أشارت إحدى الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح.

6- مراجع البحث:

أولاً: مراجع باللغة العربية:

- الحناوى، السيد محمود. (2020). العلاقة بين مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالى للشركة فى ظل التأثير المعدل لمراحل دورة حياة الشركة: دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية. *مجلة الاسكندرية للبحوث المحاسبية، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية*، المجلد 4(العدد الأول)، 227-290.
- الحوشى، محمد محمود. (2017). التأثير المباشر وغير المباشر لمستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة: دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة. *مجلة البحوث المحاسبية، كلية التجارة، جامعة طنطا*، المجلد 4(العدد الثاني)، 393-444.
- السيد، صفا محمود. (2001). نظرية الوكالة والافصاح الاجتماعي للشركات المصرية. *مجلة البحوث التجارية المعاصرة، كلية التجارة، جامعة سوهاج*، المجلد 15(العدد الثاني)، 45-104.
- حسن، محمد جمال عبدالناصر رجب. (2021). نموذج مقترح لقياس تأثير توزيعات الأرباح على العلاقة بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية والأداء المالى: دراسة تطبيقية. رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة.
- عمارة، محمد سلامة محمد. (2020). قياس أثر تعدد التقارير المالية على قرارا المستثمرين وأسعار وأحجام تداول الأسهم المقيدة في البورصة المصرية: دراسة تطبيقية. رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة.
- عيسى، عارف محمود كامل. (2014). إطار مقترح لزيادة فاعلية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بهدف تحسين جودة التقارير المالية وتعظيم قيمة المنشأة: بالتطبيق على البيئة المصرية. رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة.
- مركز المديرين المصري. 2016. دليل قواعد ومعايير حوكمة الشركات بجمهورية مصر العربية. مركز المديرين المصري، وزارة الاستثمار، جمهورية مصر العربية.

ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية:

- Ajina, A., Laouiti, M., & Msolli, B. (2016). Guiding through the fog: does annual report readability reveal earnings management?. *Research in International Business and Finance*, 38, 509-516.
- Almahrog, Y., Ali Aribi, Z., & Arun, T. (2018). Earnings management and corporate social responsibility: UK evidence. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 16(2), 311-332.
- Arevalo, J. A., & Aravind, D. (2011). Corporate social responsibility practices in India: approach, drivers, and barriers. Corporate

- Governance: *International Journal of Business in Society*, 11(4), 399-414.
- Bacha, S., & Ajina, A. (2020). CSR performance and annual report readability: evidence from France. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 20(2), 201-215.
 - Barnett, A., & Leoffler, K. (1979). Readability of accounting and auditing messages. *The Journal of Business Communication* (1973), 16(3), 49-59.
 - Ben-Amar, W., & Belgacem, I. (2018). Do socially responsible firms provide more readable disclosures in annual reports?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 1009-1018.
 - Bushee, B. J., Gow, I. D., & Taylor, D. J. (2018). Linguistic complexity in firm disclosures: Obfuscation or information?. *Journal of Accounting Research*, 56(1), 85-121.
 - Commission of the European Communities. 2001. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. Green Paper. Industrial Relations and Industrial Change, Employment and Social Affairs, July.
 - Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, auditing & accountability journal*, 15(3), 282-311.
 - Falck, O., & Heblich, S. (2007). Corporate social responsibility: Doing well by doing good. *Business horizons*, 50(3), 247-254.
 - Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. University of Chicago press.
 - Friedman, M. (1970, September 13). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>.
 - Gray, R., Javad, M., Power, D. M., & Sinclair, C. D. (2001). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension. *Journal of business finance & accounting*, 28(3-4), 327-356.
 - Guay, W., Samuels, D., & Taylor, D. (2016). Guiding through the fog: Financial statement complexity and voluntary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 62(2-3), 234-269.
 - Habbash, M., & Haddad, L. (2020). The impact of corporate social responsibility on earnings management practices: *evidence from Saudi Arabia*. *Social Responsibility Journal*, 16(8), 1073-1085.

- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, auditing & accountability journal*, 9(1), 77-108.
- Hassan, N. (2010). corporate social responsibility disclosure: an examination of framework of determinants and consequences Doctoral dissertation, Durham University.
- Hopkins, M. (2004). Corporate social responsibility: an issues paper (No. 993709523402676). International Labour Organization.
- ISO (International Organization for Standardization). 2010. Guidance on Social Responsibility "ISO 26000". Final Draft. available at, www.iso.org.
- Jang, M. H., & Rho, J. H. (2016). IFRS adoption and financial statement readability: Korean evidence. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 23(1), 22-42.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility?. *The accounting review*, 87(3), 761-796.
- Klare, G. R. (1974). Assessing readability. *Reading research quarterly*, 62-102.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of consumer marketing*, 18(7), 595-632.
- Lewis, N. R., Parker, L. D., Pound, G. D., & Sutcliffe, P. (1986). Accounting report readability: The use of readability techniques. *Accounting and Business Research*, 16(63), 199-213.
- Li, F. (2008). Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. *Journal of Accounting and economics*, 45(2-3), 221-247.
- Li, Z., Jia, J., & Chapple, L. J. (2022). Textual characteristics of corporate sustainability disclosure and corporate sustainability performance: evidence from Australia. *Meditari Accountancy Research*.
- Lim, E. K., Chalmers, K., & Hanlon, D. (2018). The influence of business strategy on annual report readability. *Journal of Accounting and Public Policy*, 37(1), 65-81.
- Lo, K., Ramos, F., & Rogo, R. (2017). Earnings management and annual report readability. *Journal of accounting and Economics*, 63(1), 1-25.
- Loughran, T., & McDonald, B. (2014). Measuring readability in financial disclosures. *the Journal of Finance*, 69(4), 1643-1671.
- Manchiraju, H., & Rajgopal, S. (2017). Does corporate social responsibility (CSR) create shareholder value? Evidence from the Indian

- Companies Act 2013. *Journal of Accounting Research*, 55(5), 1257-1300.
- Mohmed, A., Flynn, A., & Grey, C. (2019). The link between CSR and earnings quality: evidence from Egypt. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 10(1), 1-20.
 - Nazari, J. A., Hrazdil, K., & Mahmoudian, F. (2017). Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 13(2), 166-178.
 - Omran, M. A., & Ramdhony, D. (2015). Theoretical perspectives on corporate social responsibility disclosure: a critical review. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 5(2), 38-55.
 - Rezaee, Z., Dou, H., & Zhang, H. (2020). Corporate social responsibility and earnings quality: *Evidence from China. Global Finance Journal*, 45, 100473.
 - Richards, G., & van Staden, C. (2015). The readability impact of international financial reporting standards. *Pacific Accounting Review*, 27(3), 282-303.
 - Smith, J. E., & Smith, N. P. (1971). Readability: A measure of the performance of the communication function of financial reporting. *The Accounting Review*, 46(3), 552-561.
 - Smith, J. V. 2005. The impact of Corporate Social Disclosure on investment behavior across national study. Ph.D. thesis in accounting , Virginia commonwealth university.
 - Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610.
 - United Nations. 2007. CSR and developing countries: What Scope for Government Action? Sustainable development innovation briefs. Available at <http://www.un.org/esa>.
 - Van der Laan, S. (2009). The role of theory in explaining motivation for corporate social disclosures: Voluntary disclosures vs 'solicited' disclosures. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 3(4), 2.
 - Wang, Z., Hsieh, T. S., & Sarkis, J. (2018). CSR performance and the readability of CSR reports: too good to be true?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(1), 66-79.
 - WBCSD (World Business Council for Sustainable Development). 1999. Meeting changing expectations: Corporate social responsibility

- .WBCSD, first report on corporate social responsibility, Geneva, Switzerland.
- World Bank. 2005. Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria, Croatia and Romania. **Working Paper**, March.
 - Young, A. F., Moon, J., & Young, R. (2003). The UK Corporate Social Responsibility consultancy industry: a phenomenological approach (pp. 14-2003). **International Centre for Corporate Social Responsibility**.