Delta University Scientific Journal
Journal home page: https://dusj.journals.ekb.eg

أثر مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية على ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح من خلال النفقات التقديرية

حشيش، عمر أحمد

قسم المحاسبة – كلية الإدارة – جامعة الدلتا للعلوم والتكنولوجيا

عمر أحمد خيري عبد القادر حشيش
9 شارع محمود حمدي – المنصورة – الدقهلية – مصر
00201092605364

ملخص البحث

يستهدف البحث فحص أثر مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية على ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية، وباستخدام بيانات السلاسل الزمنية المقطعية Panel Data على عينة مكونة من 15 شركة مالية وغير مالية (60 مشاهدة) مقيدة بالبورصة المصرية خلال الفترة من عام 2013 حتى عام 2021، وأظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية له تأثير إيجابي معنوي على ممارسة الادارة الحقيقية للأرباح باستخدام النفقات التقديرية.

الكلمات المفتاحية: *المسئولية المجتمعية، الإدارة الحقيقية للأرباح، مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية، ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح*

مقدمة البحث:

منذ أن عرف العالم سوق المال كان الاهتمام الأكبر لمستخدمى القوائم المالية هو أرباح الشركة، ومن ثم هدفت إدارة الشركة دائماً إلى تعظيم تلك الأرباح إرضاءً لحملة الأسهم وجذب المزيد من المستثمرين. من هنا لجأت الادارة أحيانا الى ما يعرف بأسلوب ادارة الأرباح بغرض الوصول الى أهدافها سالفة الذكر، أو للتحايل على الإدارة الضريبية وتخفيض حجم مديونيتها الضريبية، أو لغير ذلك من أهداف.

وقد لوحظ في الآونة الأخيرة اتجاه إدارات الشركات، ومن ثم اهتمام الباحثين، الى أسلوب جديد لإدارة الأرباح غير الادارة المحاسبية للأرباح، والتي كانت تعتمد على التغيير في السياسات المحاسبية من قبل الإدارة للوصول الى حجم الأرباح المنشود، وهو الإدارة الحقيقية للأرباح التي لا تتطلب التغيير في السياسات والأساليب المحاسبية بل تعتمد على التلاعب في حجم الأرباح عن طريق التغيير في قرارات الإدارة، مثل حجم الانتاج بهدف تعديل تكلفة الانتاج وإظهارها بغير حقيقتها وقرارات الاستثمار وهو النوع الذى يصعب اكتشافه من قبل المراجعين(Enomoto et. al 2015)

من ناحية أخرى، تزايدت أهمية المسئولية الاجتماعية منذ أكثر من ثمانية عقود، حيث كانت موضوعاً للعديد من المناقشات والبحوث، خاصة مع تزايد الوعي العام فيما يتعلق بدور الشركات في المجتمع على مدى العقود القليلة الماضية (Carroll and Shabana 2010). فقد واجهت الشركات العديد من الضغوط الاجتماعية من قبل أصحاب المصالح، وبالتالي لم يعد مناسباً تقييم الشركات علي أساس مؤشرات الأداء التقليدية، ولكن أيضاً من خلال العديد من الجوانب التي توضح مدي تفاعلها مع مجموعة كبيرة من مطالب أصحاب المصالح. ولذلك انعكس الاعتراف بالمسئولية الاجتماعية فى زيادة الاهتمام والمطالبة بقيام الشركات بالإفصاح عن معلومات المسئولية الاجتماعية (الحوشى 2017). إذ إنه يجب ألا تكون الشركات موجهة فقط نحو الربح على حساب مسئولياتها تجاه الموظفين أو البيئة أو المجتمع.

وتماشيا مع هذا التوجه اتجهت إدارات العديد من الشركات إلى تحديد أهدافها مرتكزة على محددات ومعايير التنمية المستدامة التي اعتمدتها اللجنة الدولية للبيئة والتنمية بالأمم المتحدة (لجنة برونتلاند) المنعقدة فى العشرين من مارس عام 1987، حيث أشارت الى ضرورة تبني هذا المفهوم الذى يركز على التقدم الاقتصادى والعدالة الاجتماعية وحماية البيئة، وعرفتها بأنها التنمية التى تأخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع الراهنة دون المساس بحقوق وقدرة الأجيال القادمة في الوفاء باحتياجاتهم، (Montiel & Delgado-Ceballos 2014). وقد أدى تزايد الإدراك العام والاهتمام بالقضايا البيئية والاجتماعية، ونمو حجم الاستثمارات في مجال المسئولية الاجتماعية، إلي تزايد الإفصاح عن المسئولية الاجتماعية من قبل الشركات لتوصيل معلومات توضح مدي وفائها بمسئوليتها الاجتماعية، وذلك لتحقيق بعض المنافع والتي من أهمها: إظهار مدى الإلتزام بالوفاء بالمسئولية الاجتماعية للشركات، وتلبية متطلبات الجهات التنظيمية، وتدعيم سمعة الشركة، وتخفيض تكلفة التمويل، ورفع أسعار الأسهم، والتأثير الإيجابي على سوق المال (الحناوي 2020).

مشكلة البحث:

انصب دوما اهتمام مستخدمى القوائم المالية على حجم الأرباح المحققة من قبل الشركات والمثبتة فى قوائمها المالية لاعتبارها المؤشر الرئيسى وأحيانا الوحيد لمستخدمى القوائم المالية عن نشاط الشركة ونجاح الادارة من عدمه، ومن هنا كان اهتمام إدارات الشركات ينصب أيضا على كيفية تعظيم اتلك الأرباح لذا تلجأ الادارات أحيانا لوسائل غير أخلاقية من أجل الوصول لهذا الهدف، أحد هذه الوسائل وأكثرها انتشارا ما يعرف بإدارة الأرباح.

وقد لاحظ الباحثين توجه الإدارات المتورطة في التلاعب بالأرباح إلى الإدارة الحقيقية أكثر من إدارة الاستحقاقات، بسبب صعوبة اكتشافها من قبل المراجعين حيث أنها لا تتطلب تغيير في السياسات المحاسبية المتبعة في الشركة أو التلاعب في القوائم المالية أو طريقة عرضها، لكنها تغيير في نشاطات الشركة أو القرارات المتخذة من قبل الادارة.

وقد أجمل (عيسى 2008) المشاكل الناجمة عن الادارة الحقيقية للأرباح على المدى الطويل في عدة نقاط من أهمها تخفيض قيمة المنشأة، الاخلال بالمعايير الأخلاقية، اخفاء مشاكل الادارة التشغيلية، تكلفة العقوبات الاقتصادية وإعادة إعداد القوائم المالية. كما أظهرت (الفداوي 2015) الآثار السلبية للإدارة الحقيقية للأرباح متمثلة في التأثير سلبا على أداء المنشأة، وجودة الأرباح، وقيمة المنشأة، والقيم الأخلاقية وحملة السندات. وأشارت دراسة (Ramos & Rogo 2017) إلى التأثير السلبي لإدارة الأرباح الحقيقية والمحاسبية على قابلية التقارير الخاصة بالشركة للقراءة عن طريق لجوء الادارة لتعقيد الافصاحات والتقارير، خاصة الافصاحات الخاصة بأداء وتحليلات الادارة بهدف اخفاء المعلومات عن مستخدمي القوائم المالية.

على صعيد آخر لم يعد اهتمام أصحاب المصالح في الآونة الأخيرة ينصب على تقييم الأداء المالي للشركة، بل باتت هناك مسؤوليات بيئية واجتماعية وأخلاقية لابد للشركات أن تفصح عنها لتقييمها من قبل أصحاب المصالح ومتخذي قرارات الاستثمار، الأمر الذى جعل التقارير التقليدية عاجزة عن الوفاء باحتياجات أصحاب المصالح المختلفة.

ومن منطلق الربط بين تلك المستويات الثلاثة في الافصاح (الاقتصادي والبيئي والاجتماعي) فقد وضعت مفوضية الأمم المتحدة للبيئة والتنمية في اجتماعها بتاريخ 20 مارس 1987 والتي عرفت باسم لجنة برونتلاند Bruntland committee في تقريرها بعنوان مستقبلنا المشترك (Our Common Future) حجر الأساس لما يعرف باسم الاستدامة وعرفتها على أنها التنمية التي تفي باحتياجات الوقت الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة (الفقرة رقم 27 من تقرير برونتلاند).

وقامت المبادرة العالمية للتقرير في اصدار GRI 101 لسنة 2016 بتعريف استدامة الشركات على أنها تقرير المؤسسة بشكل علني عن تأثيراتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وبالتالي اسهاماتها ايجابية كانت أو سلبية بهدف تحقيق تنمية مستدامة، وأوضحت المبادرة العوامل المؤثرة في جودة تقارير الاستدامة وهى (الدقة والتوازن والوضوح والقابلية للمقارنة والمصداقية والتوقيت)، كما أوضحت المبادرة المعايير والمؤشرات التي يجب أن تفصح عنها الشركات لتحقيق جودة عالية لتقارير الاستدامة، وقد شملت تلك المؤشرات المستويات الثلاثة للافصاح الاقتصادي والبيئي والاجتماعي

وقد لجأ الأدب المحاسبي في دراسته للعلاقة بين درجة وفاء الشركات بمسؤولياتها المجتمعية وادارتها للأرباح الى فرضيتين متنافستين، الأولى تختبر مدى تواجد السلوك الأخلاقي عند وفاء المنشأة بمسؤولياتها المجتمعية، ففي ظل وجود هذا السلوك تتضائل ممارسات ادارة الأرباح مع زيادة درجة وفاء الشركات بمسؤولياتها المجتمعية، ما يعني وجود علاقة عكسية بين المتغيرين. والثانية تختبر مدى وجود السلوك الانتهازي لدى الادارة عند وفاء المنشأة بمسؤولياتها المجتمعية، ففي ظل وجود هذا السلوك تتزايد ممارسات ادارة الأرباح مع زيادة درجة وفاء المنشأة بمسؤولياتها المجتمعية، ما يعني وجود علاقة طردية بين المتغيرين (بركات 2018).

استنادا لما سبق تكمن مشكلة البحث في الاجابة عن تساؤل بحثي وهو هل لجودة تقارير الشركات عن مسؤولياتها المجتمعية (تقارير الاستدامة) أثر على توجه الشركات الى ممارسات الادارة الحقيقية للأرباح، ويثير الباحث تلك المشكلة نظرا للجوء الأدب المحاسبي لدراسة العلاقة بين وفاء المنشأة بمسؤولياتها المجتمعية وممارسات ادارة الأرباح بشكل عام، وانقسموا في نتائجهم الي ثلاثة فرق فمنهم من توصل الى وجود علاقة عكسية بين المتغيرين (Hong & Andersen 2011, Kim et. al 2012, Martinez-Ferrero et al 2015) ومنهم من توصل لوجود علاقة طردية بينهما (Prior et.al 2008, Gragouri et.al 2008) ومنهم من توصل الى عدم وجود علاقة بينهما (Jiang et.al 2013)، لذا سيحاول الباحث تغطية الفجوة البحثية التي تكمن في اهمال الأدب المحاسبي لدراسة أثر جودة تقارير المسؤولية المجتمعية على ممارسات الادارة الحقيقية للأرباح بصفة خاصة.

الدراسات السابقة:

تواجه العلاقة بين وفاء الشركة بسمئوليتها المجتمعية وتورطها في ممارسات إدارة الأرباح حالة تباين الآراء في الأدب المحاسبي حول طبيعة العلاقة بين المسئولية المجتمعية للشركات وتورطها في ممارسات إدارة الأرباح، حيث إنقسمت الدراسات السابقة إلى ثلاث فرق.

الفريق الأول يرى وجود علاقة طردية بين وفاء الشركة بمسئوليتها المجتمعية وتورطها في ممارسات إدارة الأرباح مثل دراسة Prior et al 2008والتي توصلت إلى وجود أثر ايجابي لمارسات ادارة الأرباح على المسؤولية المجتمعية للشركات و أن اجتماع ممارسات ادارة الأرباح و المسؤولية المجتمعية له ضرر كبير على الأداء المالي للشركات. وبالتالي توصلت الدراسة الى أن ادارات الشركات المفصحة عن مسؤولياتها المجتمعية ليست بالضرورة تتسم بالالتزام بأخلاقيات العمل.

وكذلك دراسة Gargouri et al 2010 والتي توصلت لوجود إرتباط إيجابي بين أداء الشركات في المسئولية المجتمعية بشكل عام وإدارة الأرباح بشكل خاص، وتوصلت الدراسة لوجود ارتباط إيجابي بين الأداء البيئي والعلاقة بالموظفين وإدارة الأرباح، فبحسب الدراسة فإن الشركات ذات التقييم العالي في الأداء البيئي تتكبد مصروفات أكبر مما يؤثر على أدائها المالي ويعطي حافز أكبر للمديرين للتورط في عملية إدارة الأرباح. وأقرت الدراسة أن أكبر عيوبها كان الإعتماد على نوع واحد من ممارسات إدارة الأرباح وهو إدارة الأرباح محاسبيا.

الفريق الثاني يرى وجود علاقة عكسية بين وفاء الشركة بمسئوليتها المجتمعية وتورطها في ممارسات إدارة الأرباح مثل دراسة Hong and Anderson 2011والتي توصلت إلى أن الشركات المسئولة مجتمعيا يقل فيها تورط الإدارة في ممارسات إدارة الأرباح بنوعيها سواء الإدارة المحاسبية للأرباح أو الإدارة الحقيقية للأرباح.

وكذلك دراسة Kim et. al 2012 والتي توصلت إلى أن الشركات المسئولة مجتمعيا أقل عرضة من غيرها للتورط في إدارة الأرباح سواء عن طريق استغلال مرونة المعايير المحاسبية أو من خلال قرارات الإدارة وكذلك مديرين تلك الشركات أقل عرضة للمسائلة من قبل البورصة بسبب أي مخالفات مالية أو مخالفة للمعايير المحاسبية.

وأيضا دراسة Martinez-Ferero et al 2015 والتي توصلت لوجود علاقة عكسية ثنائية الإتجاه بين المسئولية المجتمعية وإدارة الأرباح. فالشركات المتورطة في مستوى عالي من إدارة الأرباح تقل ممارساتها في المسئولية المجتمعية والعكس صحيح فالشركات المسئولة مجتمعيا تتورط بشكل أقل في إدارة الأرباح. تظهر تلك العلاقة العكسية بشكل كبير في الدول التي تلقي اهتماما كبيرا للمسئولية المجتمعية وهو ما يعني أن للتوزيع الجغرافي أثر على تلك العلاقة.

وأيضا دراسة Chiang et al 2015 والتي توصلت إلى أن المسئولية المجتمعية تؤثر إيجابيا على جودة التقارير المالية عن طريق الحد من ممارسات الإدارة المحاسبية للأرباح، أما بخصوص الإدارة الحقيقية للأرباح فتوصلت الدراسة إلى أن المسئولية المجتمعية تسهل من الاتجاهات المتحفظة وتقلل من تورط الشركات في ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح.

الفريق الثالث توصل إلى عدم وجود علاقة بين وفاء الشركة بمسئوليتها المجتمعية وتورطها في ممارسات إدارة الأرباح مثل دراسة Jiang et. al 2013 والتي توصلت إلى أن الشركات الصينية الخاصة تلجأ بكثرة لإدارة الأرباح وكذلك تملك تقييم عالي فيما يخص المسئولية المجتمعية الأمر الذي اعتبرته الدراسة مؤشر لعدم وجود ارتباط بين المسئولية المجتمعية وإدارة الأرباح، يخالف هذا الاستنتاج ما توصل اليه

الباحثون في البيئة الأمريكية وهو أن للمسئولية المجتمعية تأثير إيجابي فيما يخص الحد من إدارة الأرباح، وهو ما يراه الباحث مؤشرا لاختلاف العلاقة بين المسئولية المجتمعية وإدارة الأرباح في بيئة أعمال الدول المتقدمة عن الدول النامية.

أهداف البحث:

يهدف البحث الى التعرف على أثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية المجتمعية على ممارسات الادارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية بشكل خاص وما اذا كانت هناك علاقة بينهما وما طبيعة هذه العلاقة ومن هنا يتمثل هدف البحث فيما يلي:

الهدف الرئيسي: دراسة أثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية المجتمعية على ممارسات الادارة الحقيقية للأرباح من خلال النفقات التقديرية

أهمية البحث:

الأهمية العلمية:

- تنبع الأهمية العلمية للبحث من أن الإدارة الحقيقية للأرباح تعتبر أحد الموضوعات الهامة التى تشغل الباحثين فى الفترة الأخيرة، وقد تعدد وجهات النظر حولها وحول ممارساتها وآثارها على أداء الشركات خاصة على المدى الطويل، وكذلك تقارير الاستدامة وأبعادها ومؤشرات جودة تلك التقارير والتوجهات العامة للمساءلة عنها. الأمر الذي تحولت معه نظرة المحاسبين من العوامل الداخلية الى العوامل الخارجية.
- وتنبع الأهمية العلمية للبحث أيضا من حالة عدم الإتفاق في الأدب المحاسبي حول تأثير المسئولية المجتمعية على إدارة الأرباح بشكل عام والإدارة الحقيقية للأرباح بشكل خاص فقد توصل البعض إلى وجود علاقة إيجابية بينهم بينما توصل البعض الآخر لوجود علاقة سلبية بينهم كما توصل آخرون لعدم وجود علاقة بينهم.

الأهمية العملية:

- تنبع الأهمية العملية للبحث من خطورة الإدارة الحقيقية للأرباح وممارساتها وأثارها السلبية على المدى الطويل ومنافاتها لأخلاقيات العمل لذا فيرى الباحث ضرورة التعرف الى أثر وفاء الشركات بمسؤولياتها المجتمعية على مدى تورط الشركات في ممارسات الادارة الحقيقية للأرباح.
- كما تنبع الأهمية العملية للبحث من عدم إهتمام الأدب المحاسبي بدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة في الأسواق النامية وكان التركيز الأكبر على دراستها في إقتصاديات الدول المتقدمة.

فروض البحث:

اعتمد الباحث في صياغة فرضية البحث على الفرض العدمي وجاء الفرض كما يلي:

الفرض الأول: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى الافصاح في تقارير المسئولية المجتمعية على ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية.

حدود البحث:

سيعتمد البحث على دراسة أثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية المجتمعية على ممارسات ادارة الأرباح في الشركات المقيدة في البورصة المصرية المفصحة عن تقارير المسئولية المجتمعية باستثناء البنوك في الفترة من 2013 حتى 2021.

خطة البحث:

1- مفهوم الإدارة الحقيقية للأرباح
2- ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح
3- الآثار المترتبة على الإدارة الحقيقية للأرباح
4- مقاييس ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح
5- مفهوم الإفصاح عن المسئولية المجتمعية
6- محفزات الإهتمام بالمسئولية المجتمعية
7- دوافع إعداد تقارير المسئولية المجتمعية
8- المحتوى المعلوماتي وتقييم جودة تقارير المسئولية المجتمعية
9- العلاقة بين المسئولية المجتمعية والإدارة الحقيقية للأرباح
10- الدراسة التطبيقية
11- النتائج والتوصيات

1- مفهوم الإدارة الحقيقية للأرباح:

لقد تعددت تعريفات الادارة الحقيقية للأرباح حيث يراها (Yousef 2016) على أنها عمليات ادارية شرعية لتحريف الأرباح تتم عندما تقرر المؤسسة التلاعب بالأنشطة التشغيلية لتعزيز الأرباح على المدى القصير وقد تعتمد الادارة الحقيقية للأرباح على هيكلة عمليات الشركة أو اختيارات التصنيع أو الاستثمار. ويراها (Huang 2013) على أنها عمليات ذات هدف (عمليات طموحة) لتحريف الأرباح المفصح عنها في اتجاه معين ويمكن تحقيق ذلك اما عن طريق التغيير في توقيت العمليات أو هيكلتها. وعرف (Gunny 2005) الإدارة الحقيقية للأرباح بأنها تحدث حينما تقوم الادارة باتخاذ اجراءات تنحرف عن الممارسات المثلى بهدف زيادة الأرباح المفصح عنها. كما عرفها (Jiao 2014) على أنها تدخل ذو غرض في عملية التقرير الخارجي للحصول على بعض المكاسب الشخصية وتبعا لهذا التعريف فينظر للادارة الحقيقية للأرباح على أنها تتحقق من خلال التلاعب في توقيتات الاستثمار و قرارات التمويل بغرض تحريف الأرباح المعلنة.

يتضح من كل التعريفات السابقة اتفاقها على أن الإدارة الحقيقية للأرباح ترتكز على مبدأين أساسين أولهما أن الإدارة الحقيقية للأرباح هي ممارسات تحيد عن الممارسات المثالية وتهدف إلى تحقيق أهداف معينة وثانيهما أنها تعتمد على قرارات ادارية بحتة تتعلق إما بالعمليات التشغيلية أو قرارات الاستثمار التي تؤثر على حجم الأرباح المعلن دون أي تدخل مباشر من المحاسبين الذين يقومون فقط بعملية قيد للبيانات الواردة في سجلات الإدارة بناء على تلك القرارات.

مما سبق يرى الباحث أن الإدارة الحقيقية للأرباح يمكن تعريفها على أنها تدخل انتهازي من قبل الإدارة يهدف إلى تحريف أرقام الربح المعلنة في القوائم المالية عن طريق اتخاذ قرارات إدارية تحيد عن القرارات المثالية سواء تخص العمليات التشغيلية أو قرارات الاستثمار دون تدخل أو تحريف مباشر في السياسات المحاسبية.

2- ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح:

يتزايد اهتمام الباحثين والمراقبين بالإدارة الحقيقية للأرباح بسبب ازدياد توجه إدارات الشركات للتورط في عمليات الإدارة الحقيقية للأرباح وذلك بسبب صعوبة كشفها من قبل المراجعين حيث أنها تختلف عن إدارة الاستحقاقات في أنها لا تعتمد على استغلال المرونة الموجودة في المعايير المحاسبية وتختلف أيضا عن الغش والتضليل المحاسبي الذي يعتمد على الافصاح عن بيانات وأرقام مغلوطة وغير حقيقية بل أنها تعتمد على قرارات إدارية تؤثر بدورها على حجم الأرباح المعلنة والمفصح في القوائم المالية كما تمت الإشارة سابقا.

فيما يلي نستعرض أبرز ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح وأكثرها شيوعا حسب ما ورد في الأدب المحاسبي:

2-1- تخفيض النفقات التقديرية:

يؤثر بند النفقات في قائمة الدخل بشكل مباشر على حجم الأرباح المعلنة لذا فإن رغبت الإدارة في زيادة حجم الأرباح المعلنة فإنها تقوم بتخفيض النفقات عن حجمها الحقيقي إما عن طريق تقليل عدد بنود النفقات أو من خلال اقتطاع أجزاء من النفقات المفصح عنها في قائمة الدخل. والعكس صحيح في حالة ما إذا رغبت الإدارة في تخفيض حجم الأرباح المفصح عنها فإنها تقوم بزيادة النفقات عن حجمها الحقيقي. وتعتبر النفقات التقديرية هي أكثر بنود النفقات ارتباطا بممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح حيث أن الإفصاح عنها يقع بشكل كامل تحت تصرف الإدارة ومن أشهر النفقات التقديرية ما يلي:

أ- نفقات البحوث والتطوير:

أشارت (الفداوي 2015) إلى أن معايير المحاسبة تقتضي أن يتم تسجيل نفقات البحوث والتطوير في المصروفات في وقت صرفها نظرا لأنها لا تضمن بالضرورة تحقيق أرباح مستقبلية وهذا ما يجعل المديرين المهتمين باظهار حجم أرباح كبير في الفترات الحالية أن يقتطع أجزاء من نفقات الاستثمار في البحوث والتطوير خاصة واذا كانت عوائد تلك المشروعات ستظهر في فترات مستقبلية دون أن تؤثر على قيمة المنشأة في الفترات الحالية.

كما أشار (Jiang et.al 2018) إلى أن خفض الانفاق على البحوث والتطوير هو أحد الوسائل الرئيسية في الإدارة الحقيقية للأرباح يؤدي إلى زيادة الأرباح مؤقتا ولكنها تضر بالقدرة التنافسية طويلة الأجل للشركة ويضر بأدائها على المدى البعيد.

ب- نفقات الدعايا والإعلان والنفقات الإدارية:

أشار (Cohen & Zarowin 2009) إلى أن المديرين يقومون بتخفيض أو زيادة نفقات الإعلان للتأثير على نتائج التقارير المالية لتحقيق الربح المنشود ولكن مع مراعاة العلاقة بين نفقات الدعايا والأرباح؛ فحينما يرغب المديرون في زيادة الأرباح المعلنة يلجأون إلى تخفيض نفقات الدعايا والإعلان ولكن قد يغفل المديرون عن التأثير السلبي المحتمل لهذا القرار على المبيعات والذي بدوره قد يتسبب في عدم تحقيق تخفيض النفقات للهدف منه في زيادة الأرباح.

2-2- زيادة الإنتاج:

تعتمد فكرة زيادة الإنتاج على زيادة عدد الوحدات المنتجة مما يؤدى لخفض تكلفة انتاج الوحدة اعتمادا على التكاليف التصنيعية الثابتة وتوزيعها على عدد أكبر من الوحدات مما يؤدى الى خفض بند تكلفة البضاعة المباعة في قائمة الدخل مما يسبب ارتفاع في الربح المفصح عنه (Chapman 2011).

تؤثر عملية زيادة الإنتاج لمشاكل جسيمة للشركات خاصة التي تنتج سلع قابلة للتلف أو تتعرض لسرعة تغير أذواق المستخدمين مما يكبد الشركة زيادة في حجم المخزون في الفترات اللاحقة ويعرض الشركة لخسائر كبيرة في حالة تلف تلك البضائع أو اضطرار الشركة لبيع تلك السلع بتخفيضات كبيرة بهدف التخلص منها وهو ما يضر بالأرباح المستقبلية للشركة.

2-3- إدارة المبيعات:

تعتبر المبيعات هي أحد بنود الإيرادات في قائمة الدخل لذا فإدارة المبيعات هي من صور الإدارة الحقيقية للأرباح وهي إتخاذ الإدارة لمجموعة من الإجراءات التي تؤثر على حجم المبيعات بالزيادة أو النقصان. لذا تلجأ الإدارات لتحقيق أرباحها المستهدفة عن طريق زيادة المبيعات قبل نهاية السنة المالية عن طريق الممارسات التالية

أ- خصومات الأسعار:

تلجأ إدارات الشركات لتقديم تخفيضات على أسعار السلع قبل نهاية السنة المالية من أجل زيادة مبيعات على أن تتسم تلك السلع بعدم القابلية للتلف ومرونة الطلب المرتفعة وهو ما يمكن الإدارة من تخفيض أسعارها في تلك السنة المالية وبالتالي زيادة مبيعاتها ولكنه يمنع الإدارة من تقديم نفس الخصومات في الفترات المالية اللاحقة مما يؤثر بالسلب على مبيعات الشركة مستقبلا (Chapman 2011).

ب- تسهيل شروط الإئتمان:

هي عملية زيادة المبيعات عن طريق التسهيلات الإئتمانية كتخفيض سعر الفائدة على المبيعات الآجلة أو تقديم تخفيضات على عمليات البيع الفوري وهو ما يسبب زيادة في مبيعات الفترة الحالية ولكنه يضر بحجم أرباح الشركة في الفترات اللاحقة (Chapman 2011).

يتضح للباحث مما سبق ومن ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح مدى خطورتها حيث أنها تكون خادعة لمستخدمي القوائم المالية نظرا لآثارها الحميدة على أرباح الشركات وأدائها المالي ظاهريا على المدى القصير ولكنها تضر بالشركة على المدى الطويل وقد تسبب انخفاضا كبيرا في قيمتها وأدائها المالي وقد يعرضها للافلاس وكذلك تنبع خطورة هذا النوع من إدارة الأرباح بسبب صعوبة اكتشافه من قبل المراجعين بعكس ممارسات إدارة الاستحقاقات التي تكتشف بسهولة أكبر.

3- الآثار المترتبة على الإدارة الحقيقية للأرباح:

أشار (Yu zhang 2014) إلى أن هناك وجهتي نظر حول تبعات الإدارة الحقيقية للأرباح على المنشأة. وجهة النظر الأولى هي وجهة النظر الإنتهازية وتشير إلى أن الإدارة الحقيقية للأرباح سلوك انتهازي من قبل الإدارة يؤدي إلى الإضرار بقيمة المنشأة وأدائها الإقتصادي مستقبلا. أما وجهة النظر الثانية هي وجهة النظر المعلوماتية فترى الإدارة الحقيقية للأرباح على أنها تعكس توقعات الإدارة عن الأداء المالي المستقبلي للشركة فبالتالي هي تساعد على دعم القيمة المعلوماتية للأرباح. وفيما يلي سيتم التفصيل عن وجهتي النظر.

أ- وجهة النظر الإنتهازية:

من الدراسات التي تبنت وجهة النظر تلك كان (Roychowdhury 2006) حيث عرف الإدارة الحقيقية للأرباح على أنها انحراف الإدارة عن الممارسات المثالية مدفوعة بأهدافها الشخصية في تضليل مستخدمي القوائم المالية أو مجموعة منهم حتى وإن لم تؤثر تلك الإنحرافات على قيمة المنشأة ولكنها تعكس الصفة الانتهازية للإدارة فهي تسعى لإظهار الأرباح في الصورة التي تخدم مصالحها.

أما دراسة (Graham et al 2005) الإستطلاعية فأشارت إلى أن الإدارة تتورط في ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح بهدف التلاعب في الإفصاحات في القوائم المالية؛ فقد أظهرت أن 80% من عينة الدراسة تتورط في تخفيض النفقات التقديرية و 53,3% تتورط في ممارسات هيكلة العمليات التجارية كتأجيل بعض المشروعات للاستفادة من زيادة رقم الأرباح المفصح عنها وهو ما يؤثر سلبا على قيمة المنشأة وهو ما يعكس الصفة الانتهازية للإدارة وكذلك التضحية بقيمة المنشأة وأدائها المالي مستقبلا.

واتفقت دراسة (حميدان 2004) مع وجهة النظر الانتهازية في تصنيفها للآثار المترتبة على الإدارة الحقيقية للأرباح حيث أشار إلى أنها تقع على ثلاثة مستويات وهي مستوى الإدارة حيث أن الإدارة تعتبر طرفا من الأطراف ذات المصلحة المباشرة سواء كانت نقدية أو عينية أو معنوية في الشركة ويمكن للإدارة الحقيقية للأرباح التأثير على شهرة الإدارة أو قيمة ما تملكه من أسهم رأس المال أو على نظام الحوافز الإدارية المعمول بها، ومستوى المساهمين والمستثمرين حيث إن السياسات المحاسبية المتبعة من قبل الإدارة يكون لها تأثيرها على أسعار المعاملات وحجمها في أسواق رأس المال، وذلك من خلال ما ينتج عن هذه السياسات من إفصاح عن معلومات جديدة وتأثيرات مالية. إلى جانب تأثير تلك السياسات على تكاليف الاقتراض وتكلفة رأس المال والتكاليف السياسية، ومستوى الإقتصاد ككل حيث تؤدي الإدارة الحقيقية للأرباح إلى سوء توزيع الثروة بين فئات المجتمع والتأثير سلبا على عملية إتخاذ القرار نتيجة للإعتماد على معلومات غير سليمة أو ذات جودة منخفضة مما يؤدي بدوره إلى خلل كبير في تحقيق المحاسبة لوظيفتها الاساسية.

أما (عيسى 2008) فقد أجمل تبعات الإدارة الحقيقية للأرباح على الأجل الطويل بالرغم من إمكانية تحقيقها لمنافع على الأجل القصير في التأثير على قيمة المنشأة وتلاشي المعايير الأخلاقية وإخفاء مشاكل الإدارة التشغيلية والعقوبات الإقتصادية وإعادة إعداد القوائم المالية.

ب- وجهة النظر المعلوماتية:

بالرغم من الآثار السلبية المذكورة سلفا للإدارة الحقيقية للأرباح إلا أن هناك توجه في الأدب المحاسبي يرى أن الإدارة هي التي تملك المعلومات الواضحة والكاملة عن أداء الشركة المالي الحالي والقادرة على التنبؤ بشكل سليم عن أداء الشركة المالي مستقبلا مما يجعل إدارة الشركة تستخدم الإدارة الحقيقية للأرباح كوسيلة للإشارة إلى أن الشركة على الطريق الصحيح.

في هذا السياق أشارت (Gunny 2010) إلى أن إدارات الشركات التي تثق في قدرة الشركة على الأداء المالي الجيد مستقبلا قد تلجأ إلى الإدارة الحقيقية للأرباح للإشارة إلى أداء الشركة المالي الجيد اعتمادا على توقع الإدارة أن الشركة قادرة على النمو مستقبلا بشكل يتخطى التأثير السلبي لإدارة أرباحها في وقتها، وأثبتب دراسة (Chen et.al 2010) أن الشركات التي تمارس الإدارة الحقيقية للأرباح بهدف مقابلة توقعات المحللين يتخطى أداءها المالي تلك الشركات التي تمارس إدارة الإستحقاقات. بل أثبتت أيضا أن الإدارة التي تقابل توقعات المحللين باستخدام الإدارة الحقيقية للأرباح تتمتع بأداء مالي أفضل من تلك التي تقابل توقعات المحللين بدون التورط في إدارة أرباحها، وبناء عليه فقد اتفقت الدراستين في الدور الإيجابي للإدارة الحقيقية للأرباح في الإشارة إلى أداء الشركات الجيد خاصة في حالة ثقة الإدارة في قدرتها على تحقيق مكاسب مستقبلية للشركة تتخطى الآثار السلبية التي قد تسببها إدارة الأرباح في وقتها.

يتفق الباحث مع وجهة النظر الانتهازية عن إدارة الأرباح وينظر لإدارة الأرباح كسلوك انتهازي يؤثر سلبا على الشركة سواء أدائها المالي أو التشغيلي أو القيم الأخلاقية أو تعريضها لعقوبات إقتصادية، ويرى الباحث أنه حتى وإن استطاعت إدارة الشركة تخطي كل تلك التأثيرات إلا أنها لن تستطيع محو الآثار السلبية الأخلاقية والجو غير الأخلاقي الذي تتسبب ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح في نشره بين موظفي الشركة وهو الأمر الذي يتنافى مع متغير الدراسة المستقل وهو جودة تقرير الشركة عن مسئوليتها المجتمعية الذي يتطلب تمتع إدارة الشركة بحس أخلاقي عالي.

4- مقاييس ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح:

سيستخدم الباحث أكثر النماذج استخداما من قبل الباحثين وهو النموذج الذي استخدمه (Cohen et al 2008) وسيتم استعراضه فيما يلي:

4-1- إدارة المبيعات:

تقاس بالتغير في التدفقات النقدية حيث أن محاولة المديرين زيادة المبيعات من خلال تخفيض الأسعار أو التسهيلات الإئتمانية يؤثر سلبا على التدفقات النقدية المستقبلية، بينما قد يزيد من التدفقات النقدية في تلك الفترة، وبهذا تعد التدفقات النقدية ذات علاقة خطية مع المبيعات والتغير في المبيعات.

يتم احتساب التدفقات النقدية غير العادية وفق كل سنة مالية وعلى نوع النشاط الذى تمارسه الشركة ويمكن التنبؤ بها خلال فترة معينة من خلال النموذج التالي:

$$\frac{\mathrm{CFO_t}}{\mathrm{Assets_{t-1}}} = \beta_0 \left(\frac{1}{\mathrm{Assets_{t-1}}}\right) + \beta_1 \left(\frac{\mathrm{Sales_t}}{\mathrm{Assets_{t-1}}}\right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta\mathrm{Sales_t}}{\mathrm{Assets_{t-1}}}\right) + \varepsilon_t$$

حيث أن:

β_0 : هو ثابت النموذج.

β_1 و β_2 : مؤشرات نموذج الانحدار.

$\mathrm{CFO_t}$: تمثل التدفقات النقدية من العمليات خلال الفترة t.

$\mathrm{Assets_{t-1}}$: جملة الأصول للسنة السابقة.

$\mathrm{Sales_t}$: صافي المبيعات خلال الفترة t.

$\Delta\mathrm{Sales_t}$: التغير في المبيعات بين العام الحالي و العام السابق.

4-2- زيادة الإنتاج:

يتم قياس ممارسات زيادة الإنتاج من خلال قياس تكلفة الإنتاج حيث ترتبط تكلفة الإنتاج التام المبيع مع كل من المخزون والتغير في المخزون، وكل منها يرتبط مع المبيعات ويكون كل منها ذا علاقة خطية مع المبيعات.

تكاليف الإنتاج غير العادية يمكن احتسابها من خلال مجموع تكلفة السلع المبيعة والتغير فى المخزون خلال فترة معينة ويمكن التنبؤ بتكلفة الانتاج خلال فترة ما كما بالنموذج التالي:

$$\frac{\mathrm{Prod}_t}{\mathrm{Assets}_{t-1}} = \alpha_0 \left(\frac{1}{\mathrm{Assets_{t-1}}}\right) + \alpha_1 \left(\frac{\mathrm{Sales_t}}{\mathrm{Assets_{t-1}}}\right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta\mathrm{Sales_t}}{\mathrm{Assets_{t-1}}}\right) + \alpha_3 \left(\frac{\Delta\mathrm{Sales_{t-1}}}{\mathrm{Assets_{t-1}}}\right) + \mathrm{e_t}$$

حيث أن:
α_0: ثابت النموذج.
α_1 و α_2 و α_3: مؤشرات نموذج الانحدار.
Prod_t: تمثل تكاليف الانتاج خلال الفترة t.
ΔSales_{t-1}: تمثل التغير فى المبيعات بين العام السابق و العام الذى يسبقه.

4-3- النفقات التقديرية:

ترتبط النفقات التقديرية بكل من نفقات البحوث والتطوير والدعايا والإعلان ونفقات البيع والمصاريف العمومية والإدارية ومن ثم يتم احتساب التكاليف النثرية أو النفقات التقديرية غير العادية من خلال مجموع نفقات البحوث والتطوير والدعاية والاعلان ونفقات البيع والمصاريف العمومية والادارية ويمكن التنبؤ بها خلال فترة ما من خلال النموذج التالي:

$$\frac{\text{Discecp}_t}{\text{Assets}_{t-1}} = \mu_0\left(\frac{1}{\text{Assets}_{t-1}}\right) + \mu_1\left(\frac{\text{Sales}_t}{\text{Assets}_{t-1}}\right) + v_t$$

حيث أن:
μ_0: تمثل ثابت النموذج.
μ_1: تمثل مؤشر لنموذج الانحدار.
$Discecp_t$: تمثل مجموع النفقات التقديرية خلال الفترة.
Assets_{t-1}: جملة الأصول للسنة السابقة.
Sales_t: صافي المبيعات خلال الفترة t.

5- مفهوم الإفصاح عن المسئولية المجتمعية:

يعتبر مفهوم الإفصاح من المفاهيم الأساسية في علم المحاسبة فهو الأداة الاساسية للتواصل بين المنشأة وأصحاب المصلحة وكل المهتمين بالمنشأة. ويرتكز مفهوم الإفصاح في المحاسبة على أربعة ركائز أساسية وهي الموضوع المفصح عنه، والمرسل، والمرسل إليه، والرسالة ويربط بينهم في إطار يوفر معلومات عن نتائج القياس بغرض توصيلها بصورة معينة لمن يرغب فيها (بالقاسم 2017).

يرتبط مفهوم الإفصاح المحاسبي بتوقيت إظهار المعلومات المالية سواء كانت معلومات كمية أو وصفية. كما أن للإفصاح المحاسبي تقسيمات وتبويبات عدة فمثلا هناك الإفصاح العادل والإفصاح الشامل والإفصاح الإجباري والإفصاح الإختياري. ويعتبر الإفصاح الإختياري هو محل إهتمام الباحث حيث أن الإفصاح عن المسئولية المجتمعية في مصر لا يزال غير إجباري.

ويمثل الإفصاح الاختياري المعلومات التي تبادر الشركات بنشرها طوعاً وبدون إلزام، وذلك سعياً منها لتحسين نوعية الإفصاح، فالإفصاح الإضافي ليس فقط مفيداً لمستخدمي المعلومات المحاسبية بل للشركة نفسها أيضاً، لأنه يحسن من صورتها لدى الغير خاصة في سوق الأوراق المالية، مما ينعكس بصورة إيجابية على سعر أسهمها فيه، فالمستثمرون سوف يقومون بتوجيه مدخراتهم نحو الشركات الناجحة، والتي توفر لهم معلومات دقيقة وموثوقة من حيث كمية المعلومات.

يعتبر الإفصاح عن المسئولية المجتمعية أحد أهم الإفصاحات الطوعية الاختيارية والتي تعتبر من الموضوعات الحديثة نسبياً، وقد تزايد الاهتمام على المستوى المحلي والاقليمي والعالمي بالمسئولية المجتمعية وبأبعادها الثلاثة (الاقتصادي، البيئي، الاجتماعي)، وذلك نظرا للدور الهام والكبير لها ومدى تأثيرها على جميع أصحاب المصلحة، بل ويمتد تأثيرها على جميع أفراد المجتمع بأسره، كما تجدر الإشارة، أن العديد من الأسواق المالية بدأت تلزم الشركات عن وجوب الإفصاح عن مسؤوليتها البيئية والمجتمعية تجاه المجتمع.

يتضح مما سبق مدى أهمية إفصاح الشركات عن مسئوليتها المجتمعية سواء بهذف تحسين الصورة العامة للشركة وإدارتها أو بهدف الحد من مشكلة عدم تماثل المعلومات ولكن إلى الآن لا يوجد تعريف موحد متفق عليه للمسئولية المجتمعية ولكن إجتهدت بعض المنظمات في تعريفها فمثلا عرفت المبادرة العالمية للتقرير المالي GRI الإفصاح عن المسئولية المجتمعية على أنها تقرير المؤسسة بشكل علنى عن تأثيراتها الاقتصادية والمجتمعية والبيئية وبالتالى اسهاماتها ايجابية كانت أو سلبية بهدف تحقيق تنمية مستدامة، وأوضحت المبادرة العوامل المؤثرة فى جودة تقارير الاستدامة وهى (الدقة والتوازن والوضوح والقابلية للمقارنة والمصداقية والتوقيت)، واتفقت معها في نفس السياق الوثيقة الخضراء Green paper الصادرة عن الاتحاد الأوروبي عام 2001 حيث عرفت المسئولية المجتمعية على أنها مفهوم تقوم الشركات من خلاله بدمج اهتماماتها المجتمعية والبيئية مع عملياتها الأساسية، وتتفاعل مع الأطراف الأخرى على أساس طوعي، ويرى البنك الدولي المسئولية المجتمعية في تعريفه لها الذي ذكره (Anto & Astuti 2008) على أنها تعهد الشركة على الإسهام بالتنمية الاقتصادية المستدامة، والتعامل مع العاملين وممثليها والمجتمع المحلي بشكل طوعي، من أجل تحسين جودة الحياة بأسلوب يعود بالفائدة على الشركة والتنمية.

ومما سبق يرى الباحث اتفاق كل التعريفات على أن الإفصاح عن المسئولية المجتمعية هو الوسيلة لسد الفجوة بين إحتياجات أصحاب المصالح وما توفره التقارير المالية التقليدية من معلومات وبيانات عن أداء المؤسسة المالي فقط بينما يهتم الافصاح عن المسئولية المجتمعية يستوجب تضمين أداء الشركة على المستويات البيئية والمجتمعية والإقتصادية ومن هنا يرى الباحث أن الإفصاح عن المسئولية المجتمعية يمكن تعريفها على أنها إفصاح المؤسسة عن أداءها على المستويات البيئية والمجتمعية والإقتصادية بالتوازي مع أداءها المالي في التقارير المالية بشكل طوعي على أساس أخلاقي لخدمة إحتياجات أصحاب المصالح بهدف كسب ثقتهم ومن ثم زيادة فرص الشركة في تحقيق المزيد من المكتسبات.

6- محفزات الإهتمام بالمسئولية المجتمعية:

المسؤولية المجتمعية للشركات ليست مفهوما جديدا، على الرغم من ذلك فقد اكتسب مؤخرا اهتمامًا أكبر في جميع أنحاء العالم، قد ينشأ الاهتمام المتزايد من سببين رئيسيين: أولاً تمسك الشركة بقيم الاستدامة بسبب الأخلاق أو قناعات الرئيس التنفيذي. ثانيًا ، الضغوط التي يمارسها أصحاب المصلحة استجابة للظروف الاقتصادية أو المجتمعية أو البيئية المعاكسة، ومع ذلك ، وقد أقر (Song & Tsang 2016) أنه قد يكون لضغوط أصحاب المصلحة التأثير الأكبر على الشركات فيما يتعلق بمسؤوليتها المجتمعية.

وقد أرجع (Dewsal & Raghaf 2013) تزايد الإهتمام بالمسئولية المجتمعية إلى النقاط التالية:

1- تنامي التوقعات المجتمعية العامة فيما يتعلق بالأعمال، ويرجع ذلك إلى عدم قدرة المؤسسات الحكومية على توفير الاحتياجات المجتمعية والرعاية الأساسية وكذلك حماية البيئة.
2- العولمة التقدمية للاقتصاد ، حيث يصبح اسم العلامة التجارية أكثر أهمية من المنتج، ومن ثم ازداد الميل إلى بناء ميزة تنافسية على أساس المسئولية المجتمعية للشركة. علاوة على ذلك فإن انخفاض الثقة تجاه الشركات العابرة للحدود المشتبه في عدم امتثالها للمعايير الدولية ، ولا سيما في البلدان النامية ، يجبر الشركات على السلوك الجيد.
3- تنامي توقعات الشفافية التشغيلية وتحسين مصداقية الشركات.

4- ميل مجموعات معينة من المستهلكين إلى دفع أسعار أعلى لمنتجات الشركات ذات المسؤولية المجتمعية، وقد يكون هذا هو الحال في الدول المتقدمة.
5- عدم قبول التسويق العدواني واستكشاف طرق جديدة للمنافسة القائمة على الثقة.
6- ميل الموظفين ليكونوا أكثر فاعلية وأكثر استعدادًا للعمل في الشركات المسؤولة اجتماعيًا، وسيُترجم هذا إلى زيادة الإنتاجية وانخفاض مستويات تغيير الموظفين.
7- زيادة ثقة المستثمرين تجاه المسؤولية المجتمعية للشركات كضمان للنمو الدائم وطويل الأجل للشركة. يوجه المستثمرون انتباههم بشكل متزايد إلى استراتيجيات الشركات فيما يتعلق بأصحاب المصلحة.
8- زيادة النشاط الاجتماعي ونمو احترافية المنظمات غير الحكومية.. فمن ناحية ، أصبحت المنظمات غير الحكومية قادرة بشكل متزايد على أن تكون شريكًا مسؤولاً ومتطلبًا للأعمال ، بينما من ناحية أخرى أصبحت أفضل بشكل متزايد في العمل ضد الممارسات غير العادلة في الأعمال التجارية.
9- انتهت علاقة الشراكة بين قطاع الأعمال والمنظمات غير الحكومية كونها مجرد متلقي للمساعدة، أصبحت المنظمات غير الحكومية وسيطًا يسمح للشركات بالمشاركة في برامج مجتمعية طويلة الأجل تعود بالفائدة على جميع أصحاب المصلحة.
10- الفوائد التجارية المحتملة للمسؤولية المجتمعية للشركات ؛ يمكن أن يختلف حجم وطبيعة فوائد المسؤولية المجتمعية للشركات اعتمادًا على طبيعة المؤسسة.

ومن ثم يخلص الباحث إلى أن الاهتمام المتزايد بالمسؤولية المجتمعية للشركات في السنوات الأخيرة يأتي من أحداث العالم الحقيقي. تعد سقوط الثقة بسبب الفضائح المالية الأخيرة ومؤخراً الأزمة المالية العالمية أحد أهم الدوافع لازدهار ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركات، بالإضافة إلى ذلك ، تمثل المنافسة العالمية المتزايدة والمنظمات غير الحكومية ومتطلبات أصحاب المصلحة والضغوط لتحقيق الاستدامة أنواعًا أخرى من الدوافع. تشير كل هذه الدوافع إلى أن الممارسات الاقتصادية والقانونية للشركات لم تعد كافية بل يتعين على الشركات أن تتجاوز وتتصرف بشكل أخلاقي تجاه أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي والمجتمع بأسره. علاوة على ذلك لا يكفي اعتماد المستثمرين على المعلومات المالية والأداء. يعد الأداء غير المالي مهمًا بالإضافة إلى الأداء المالي في عالم الأعمال اليوم.

7- دوافع إعداد تقارير المسئولية المجتمعية:

يعتبر الحافز لتحسين تقارير المسؤولية المجتمعية للشركات بحسب دراسة (Almendros et.al 2013) هو الممارسات والأداء الفعلي للمسؤولية الاجتماعية للشركات. يمكن تقييم ممارسات المسؤولية المجتمعية للشركات عن طريق بعض المتغيرات. أحد هذه المتغيرات هو تحليل تقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات السنوي، وبحسب (Lenciu et.al 2014) فإن الحافز لتطوير إعداد تقارير المسئولية المجتمعية هو الممارسات الجيدة لحوكمة الشركات، تشمل هذه الممارسات؛ أولاً، إنشاء لجان السلامة أو المسؤولية البيئية التي تراقب الأثر البيئي داخل الشركة، ثانياً، إن إدخال عدد كافٍ من المديرين المستقلين ممن يمكنهم ضمان الشفافية والموضوعية، كما يحفز هؤلاء المديرين الشركات على إعداد تقارير عن المزيد من المعلومات التطوعية فيما يتعلق بالأداء البيئي والجوانب الأخرى، أما (Cooper et.al 2005) فيرى أن الحافز لإعداد تقارير المسئولية المجتمعية هو عدم كفاية الإطار التقليدي للتقارير المالية لتلبية متطلبات أصحاب المصالح حيث يركز على الأفكار الرأس مالية والمنافسة في السوق مما يزيد الضغط على العمالة وموارد الشركة لذلك نمت الدعوة للإفصاح عن المعلومات غير المالية استجابة للوعي بعدم كفاية المعلومات المالية فقد تحذف القوائم المالية معلومات بارزة عن الشركة تهم أصحاب المصالح.

وهنا يرى الباحث أن توفر بيئات الأعمال اليوم المليئة بالتحديات والتهديدات المصحوبة بالفضائح والأزمات المالية العديد من الحوافز لتحسين الإفصاح عن المسئولية المجتمعية للشركات، من المتوقع أن يؤدي إعداد تقارير المسئولية المجتمعية المحسنة إلى زيادة مساءلة الشركات وشفافيتها، على الرغم من ذلك لا يقوم سوى عدد قليل من الشركات بإعداد تقارير شاملة حول المسئولية المجتمعية ، في حين أن الشركات الأخرى لا تولي هذا القدر من الأهمية في هذا الصدد، ومع ذلك فإن الإفصاح عن المسئولية المجتمعية ليس إلزامياً؛ ومن ثم، هناك نقص في الاتساق بين إفصاحات الشركات، بالإضافة إلى ذلك تحاول معظم الشركات تقديم صورة عن كونها مسئولة مجتمعيا من خلال تقارير المسئولية المجتمعية، قد تتخذ هذه التقارير شكل إدراج معلومات المسئولية المجتمعية في تقاريرها السنوية أو من خلال إنتاج تقارير قائمة بذاتها حول المسئولية المجتمعية، لذلك هناك حاجة إلى إرشادات عالمية مقبولة للإفصاح عن المسئولية المجتمعية من أجل ضمان الاتساق.

8- المحتوى المعلوماتي وتقييم جودة تقارير المسئولية المجتمعية:

لم تتفق الدراسات السابقة على مؤشر موحد لقياس جودة تقارير المسئولية المجتمعية فقد انقسمت الدراسات إلى فريقين في هذا الصدد؛ ففريق إعتمد على مبدأ كم الإفصاحات مثل (Michelon et.al 2015 و Wolniak & Habek 2016 و إسماعيل 2017) وإعتمد فريق آخر على مبدأ الخصائص النوعية للمعلومات في تقارير المسئولية المجتمعية مثل (Leitoniene & Sapkauskiene 2015).

وبناء عليه فستلجأ الدراسة للدمج بين المبدأين في تحليل جودة تقارير المسئولية المجتمعية حيث سيعبر عنها بكم الإفصاحات داخل التقرير وكذلك الخصائص النوعية للمعلومات المفصح عنها.

ولقيسا جودة تقارير المسئولية المجتمعية معبرا عنها بكم الإفصاحات ستلجأ الدراسة للنموذج المستخدم في دراسة إسماعيل 2017 لدمجه بين مؤشرات المبادرة العالمية للتقرير والمؤشر المصري للاستدامة وجاء النموذج كما هو موضح في الجدول رقم (1):

جدول رقم (1) مؤشر قياس مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية كما ورد في دراسة عبد المنعم 2017

	أولا : الإفصاحات العامة
	(أ) الإستراتيجية والتحليل
1	تقرير الرئيس التنفيذي (وأي منصب مكافئ) حول استدامة الشركة وإستراتيجيتها لدمج الاستدامة في عملياتها.
2	تقرير لوصف المنافع والمخاطر والفرص الرئيسية : -المنافع : تحدد المنافع التي يمكن أن تحققها الشركة وأصحاب المصالح من مبادرات الاستدامة الخاصة بالشركة -القيود والتحديات : أي ملخص بالعوائق والقيود التي تواجه المنشأة عند تنفيذ مبادرات الاستدامة ، وكيفية استجابة الشركة لها ، وفرص التعلم والشفافية
	(ب) سجل خصائص الشركة

3	رؤية ورسالة الشركة
4	العلامات التجارية والمنتجات والخدمات الأساسية.
5	موقع المقر الرئيسي للشركة.
6	المنتجات والخدمات الرئيسية للشركة .
7	الهيكل التنظيمي والقطاعات الرئيسية والفروع .
8	قيم الشركة (العمل الجماعي ، القيادة ، الأداء، المساءلة ، الابتكار ، التعلم والتدريب ، التميز) .
9	عدد وأسماء الدول التي تعمل فيها الشركة ، وتلك التي تمتلك فيها عمليات هامة .
10	الأسواق التي تخدمها الشركة (التصنيف الجغرافي ، القطاعات ، العملاء).
11	مستوى الشركة - إجمالي عدد الموظفين تبعاً لنوع عقد العمل ونوع الجنس. - إجمالي عدد العمليات. - صافي المبيعات. - إجمالي رؤوس الأموال مقسمة طبقاً للديون وحقوق المساهمين. - كمية المنتجات أو الخدمات المقدمة .
12	التغيرات في: - الموقع أو التغيرات في العمليات و توسيع الشركة. - هيكل حصص رأس المال وعمليات تشكيل رأس المال . - موقع الموردين أو في هيكل سلسلة التوريد أو في العلاقات مع الموردين . - سياسة الجودة للمنتجات والخدمات.
13	عضوية الجمعيات (مثل الجمعيات الصناعية) أو المنظمات الوطنية أو الدولية.
14	أنشطة البحوث والتطوير (التكلفة ، عدد العاملين).
	(ج) إشراك أصحاب المصالح
15	قائمة بأصحاب المصالح الرئيسيين .
16	أساس تحديد واختيار أصحاب المصالح الذين تم إشراكهم.
17	القضايا ذات الأولوية لأصحاب المصالح وكيفية تعامل المنشأة معها .
18	عمليات التشاور بين أصحاب المصالح و مجلس الإدارة في الموضوعات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.
19	العمليات التي يقوم بها مجلس الإدارة لتجنب تضارب المصالح .
	(د) الحوكمة
20	هيكل حوكمة الشركة ، متضمنا لجان مجلس الإدارة. وأي لجان مسئولة عن القرار.
21	عملية تفويض السلطة إلى كبار الموظفين التنفيذيين .
22	سجل الحضور لاجتماعات المجلس.
23	تعيين منصبً تنفيذي لتحمل المسئوليات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية .
24	ترشيح واختيار مجلس الإدارة ولجانه، والمعايير المستخدمة .
25	معلومات عن أعضاء مجلس الإدارة غير المعلومات الخاصة بالاسم واللقب.
26	المشاركة في الأحزاب السياسية.
27	إجراءات وضع وتعزيز المعرفة الجماعية لمجلس الإدارة بالموضوعات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.
28	عمليات تقييم أداء مجلس الإدارة لحوكمة الموضوعات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.
29	دور مجلس الإدارة في تحديد الآثار والمخاطر والفرص الاقتصادية والبيئية والاجتماعية وإدارتها.
30	دور مجلس الإدارة في مراجعة فعالية عمليات إدارة الشركة لمخاطر الموضوعات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.
31	مشاركة مجلس الإدارة في وضع الإفصاحات الخاصة بالاستدامة عن المخاطر والفرص الاقتصادية والبيئية والاجتماعية.
32	سياسات الأجور بالنسبة لمجلس الإدارة وكبار الموظفين التنفيذيين.
33	دعوة مراقب الحسابات الجمعية العامة للانعقاد في الأحوال التي يتراخى فيها مجلس الإدارة عن الدعوة
34	عدم مشاركة أعضاء مجلس الإدارة في التصويت على قرارات الجمعية العامة في شأن تحديد رواتبهم ومكافآتهم أو إبراء ذمتهم وإخلاء مسئوليتهم .
	(هـ) الأخلاقيات والنزاهة
35	قيم المنشأة وقواعد سلوكها مثل مدونات قواعد السلوك وقواعد الأخلاق.
36	آليات التماس النصح حول السلوك الأخلاقي والقانوني، والنزاهة التنظيمية .
37	مدى توافر سياسة لاحترام أخلاقيات الأعمال التجارية ، توقيع الشركة على الميثاق العالمي للأمم المتحدة أو إتباع المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية.
	ثانيا : الإفصاحات القياسية
	(أ) مؤشرات الأداء الاقتصادي
38	البيانات المالية السنوية وفقًا للمعايير المحاسبية الدولية (المعايير الدولية IFRS)
39	القيم الاقتصادية المباشرة الناتجة والموزعة وتشمل: - الإيرادات وتكاليف التشغيل. - مكافآت الموظفين والتبرعات وغيرها من الاستثمارات الاجتماعية . - الأرباح المحتجزة .

	- المدفوعات المقدمة لأصحاب رؤوس الأموال والحكومات.
40	تغطية التزامات خطة المخصصات المحددة الخاصة بالمنشأة.
41	المساعدة المالية الهامة التي تقدمها الحكومة.
42	السياسات المحاسبية للشركة .
43	معدلات الأجور مقارنة بالحد الأدنى للأجور على المستوى المحلي.
44	إجراءات التوظيف المحلي ونسبة موظفي الإدارة العليا من المجتمع المحلي في وظائف العمليات الهامة للمنشأة.
45	- تطوير استثمارات البنية التحتية وآثارها . - الخدمات التي يتم تقديمها في المقام الأول لتحقيق المنفعة العامة . - الأعمال التجارية أو الخيرية أو التبرعات المقدمة طوعاً من قبل المنشأة.
46	الحصة السوقية الحالية والمستقبلية .
47	إجراءات منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين .
48	احترام قواعد المنافسة وعدم الإضرار بالمنافسين .
	(ب) مؤشرات الأداء البيئي
49	مدى الالتزام بالقوانين والتشريعات البيئية .
50	نفقات تشغيل أنشطة الحفاظ على البيئة .
51	تقارير المراجعة البيئية .
52	الدعاوى القضائية الحالية والمحتملة الناتجة عن التلوث .
53	قيمة الاستثمار في تكنولوجيا وأنشطة مكافحة تلوث البيئة .
54	الأعباء الحالية والمحتملة الناجمة عن مخالفة الشركة لقوانين حماية البيئة .
55	التأثير السلبي لأنشطة الشركة على البيئة .
56	الشهادات البيئية الممنوحة للشركة .
57	فلسفة مجلس الإدارة ورسالة الشركة نحو الحفاظ على البيئة .
58	تشكيل لجان دائمة لحماية البيئة و الحفاظ على الموارد الطبيعية .
59	المواد التي تساهم في تآكل طبقة الأوزون من حيث الوزن.
60	بيان المواقع الملوثة وجهود المعالجة .
61	تضامن الشركة مع أطراف أخرى لحماية البيئة .
62	انبعاث الغازات الدفيئة مثل أكسيد النيتروجين وأكسيد الكبريت والانبعاثات الأخرى التي تؤثر في طبقة الأوزون .
63	إجمالي الكميات المستخدمة من المياه والطاقة والمواد .
64	الطاقة التي تم توفيرها نتيجة لتطوير كفاءة وسائل التشغيل.
65	المحميات الطبيعية التي يتم استعادتها أو الحفاظ عليها.
66	إجمالي وزن النفايات من حيث النوع وأسلوب التصريف.
67	إجراءات الإلتزام بالقوانين والمعايير المتعلقة بالاتصالات التسويقية مثل: الإعلان والترويج والرعاية. وضع آلية لمعالجة شكاوي ومقترحات (المعلومات المرتدة).
68	نسبة الموردين الجدد الذين يتم فحصهم وفرزهم باستخدام معاير بيئية.
69	حجم استهلاك الموارد الطبيعية .
70	اكتشاف مصادر جديدة للطاقة .
	(ج) مؤشرات الأداء الاجتماعي
71	إجمالي عدد الموظفين ونسبة التعيينات الجديدة حسب الفئة العمرية والجنس.
72	المزايا الممنوحة للعاملين بدوام كامل والتي لا تقدم لموظفي الدوام الجزئي أو المؤقت .
73	صحة وسلامة الموظفين .
74	وجود صندوق لمعاشات التقاعد والرعاية الصحية والتأمينات.
75	كيفية معاملة الأقليات في القوى العاملة وتوافر سياسة لتكافؤ الفرص.
76	معدل ساعات التدريب في كل عام لكل موظف وفقاً لطبيعة عمله ونوع الجنس.
77	إجمالي عدد حوادث انتهاكات حقوق السكان الأصليين والإجراءات المتخذة للحد منها.
78	الموردين الجدد الذي تم اختيارهم باستخدام معايير حقوق الإنسان.
79	الجهود المبذولة لدعم الأعمال الخيرية في المجتمع المحلى .
80	حالات الفساد المؤكدة والإجراءات المتخذة بشأنها.
81	الإجراءات القانونية للسياسات المناهضة للمنافسة والممارسات الاحتكارية ونتائجها .
82	قيمة الغرامات وعدد العقوبات غير المالية نتيجة عدم التوافق مع اللوائح والقوانين.
83	سلامة وجودة المنتجات وتوافر سياسة حماية الصحة والسلامة العملاء.
84	وجود عدد من الدراسات الاستقصائية لتقييم رضا العملاء والتي أجريت خلال عام.
85	طبيعة معلومات المنتجات والخدمات التي تتطلبها إجراءات المنشأة ووضع العلامات والبطاقات التعريفية التي ينبغي الإفصاح عنها.
86	إجمالي المبيعات للمنتجات المحظورة في بعض الأسواق.
87	مدى المساهمة في دعم المشروعات الصغيرة .
88	توفير حل للمشكلات الاجتماعية مثل : - إسكان العمالة . - رعاية اجتماعية للفئات الضعيفة فى المجتمع .

- توفير فرص عمل لمعالجة البطالة خاصة المرأة.	

9- العلاقة بين المسئولية المجتمعية والإدارة الحقيقية للأرباح:

أولا: وجهة النظر الأخلاقية:

وضح الباحث في العرض السابق إن الإدارة الحقيقية للأرباح يمكن تعريفها على أنها تدخل انتهازي من قبل الإدارة يهدف إلى تحريف أرقام الربح المعلنة في القوائم المالية عن طريق اتخاذ قرارات إدارية تحيد عن القرارات المثالية سواء تخص العمليات التشغيلية أو قرارات الاستثمار دون تدخل أو تحريف مباشر في السياسات المحاسبية.

كما يمكن تقسيم دوافع إدارة الأرباح إلى دوافع سوق رأس المال وهي مقابلة توقعات المحللين الماليين وأسعار الأسهم ومشاركة الإدارة في الملكية ودوافع تعاقدية وهي تعارض المصالح بين الإدارة والمستفيدين والوفاء بشروط المديونية والتكاليف السياسية ودوافع تنظيمية وهي التحايل على القانون والمدفوعات الضريبية ويتضح أن كل هذه الدوافع تدعم كون إدارة الأرباح بشكل عام والإدارة الحقيقية للأرباح بشكل خاص هي سلوك إنتهازي وغير أخلاقي من جانب الإدارة يهدف إلى تحقيق مصالح شخصية ولا يلقي بالا للأضرار الناتجة عن تلك الممارسات على المؤسسة وإستمراريتها وعلى أصحاب المصالح.

كما أوضح الباحث أيضا أن الإفصاح عن المسئولية المجتمعية يمكن تعريفه على أنه إفصاح المؤسسة عن أداءها على المستويات البيئية والمجتمعية والإقتصادية بالتوازي مع أداءها المالي في التقارير المالية بشكل طوعي على أساس أخلاقي لخدمة إحتياجات أصحاب المصالح بهدف كسب ثقتهم ومن ثم زيادة فرص الشركة في تحقيق المزيد من المكتسبات.

مما سبق يتضح أن إدارة الأرباح بصفة عامة والإدارة الحقيقية للأرباح بصفة خاصة تعد سلوك إنتهازي من قبل الإدارة يهدف لتحقيق مصالح شخصية حتى وإن أضر بمصلحة الشركة وأصحاب المصالح؛ في حين أن الإفصاح عن المسئولية المجتمعية الذي يعتبر مؤشر عن وفاء الشركة بمسئوليتها المجتمعية وهو الأمر الذي يعد أخلاقيا من قبل الإدارة.

وبناء عليه هناك تعارض بين السلوك الإنتهازي الذي تنتهجه الشركات المتورطة في إدارة الأرباح والسلوك الأخلاقي المفترض في الشركات المفصحة عن تقارير المسئولية المجتمعية وهو ما يفسر توصل (Kimt et.al 2012) لوجود علاقة سلبية بين وفاء الشركة بمسئوليتها المجتمعية وقيام الشركة بممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح.

ثانيا وجهة النظر التنظيمية:

اتفقت نظريتي الوكالة وأصحاب المصالح على أن مشكلة عدم تماثل المعلومات هي أحد أكبر المشكلات الناجمة عن فصل الملكية عن الإدارة، ويعتبر الإفصاح عن تقارير المسئولية المجتمعية هو أحد وسائل الشركة للحد من مشكلة عدم تماثل المعلومات حيث أنها تحتوي على بيانات غير مالية بالإضافة للبيانات المالية المفصح عنها في القوائم المالية التقليدية.

وبالتالي تستخدم إدارات الشركات الإفصاح عن تقارير المسئولية المجتمعية لكسب ثقة أكبر من أصحاب المصالح وهو نفس الهدف الذي تلجأ أحيانا الشركات لممارسات إدارة الأرباح من أجل تحقيقه ، وبالتالي قد يعتبر الإفصاح عن تقارير المسئولية أحد وسائل تضليل أصحاب المصالح بهدف كسب المزيد من الثقة.

في نفس السياق توصلت دراسة Prior et al 2008 إلى وجود أثر ايجابي لممارسات ادارة الأرباح على المسؤولية المجتمعية للشركات و أن اجتماع ممارسات ادارة الأرباح و المسؤولية المجتمعية له ضرر كبير على الأداء المالي للشركات حيث يلجأ مديرين الشركات الذين يتلاعبون بالنتائج المالية إلى ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات من أجل كسب دعم أصحاب المصلحة ذوي النفوذ علاوة على ذلك ، فإن المديرين الذين يتلاعبون بالنتائج المالية يعرفون مسبقًا أن نفوذ أصحاب المصلحة يمكن أن يضر بمكانة الإدارات، وبالتالي يطلبون دعم أصحاب المصلحة هؤلاء من خلال الانخراط في أنشطة المسئولية المجتمعية، وهم بذلك يأملون أن يساعد أصحاب المصلحة ذوي النفوذ في حمايتهم من الإجراءات التأديبية التي يتخذها المساهمون الذين لا يتم خدمة مصالحهم طويلة الأجل.

وبناء عليه فيمكن إعتبار الإفصاح عن تقارير المسئولية المجتمعية أحد الوسائل التي تستخدمها الإدارة لتضليل أصحاب المصالح في حالة قيام إدارة الشركة بممارسات إدارة الأرباح.

ثالثا الربط بين أبعاد تقارير المسئولية المجتمعية وإدارة الأرباح:

كما تبين من العرض السابق أن تقارير المسئولية المجتمعية تتضمن عدة عناصر من أهمها حوكمة الشركات والأداء البيئي والأداء الإجتماعي، لمحاولة توضيح العلاقة بين المسؤولية المجتمعية للشركات وإدارة الأرباح ، درسنا بعمق أكبر العلاقة بين أبعاد معينة من المسؤولية المجتمعية للشركات وإدارة الأرباح.

1- الرابط بين حوكمة الشركات وإدارة الأرباح:

تم فحص تأثير حوكمة الشركات على مصداقية التقارير المالية في الأدب المحاسبي حيث توصلت دراسة Dechow et.al 1996 إلى أن نظام الحوكمة الجيد حد من حدوث حالات بالغة من الاحتيال والمخالفات.

وقد قامت دراسات (Dard et.al 2004, Bergestresser & Philippon 2006 and Bowen et.al 2008) بدراسة العلاقة بين السمات المختلفة لحوكمة الشركات، بما في ذلك هيكل الملكية ، وهيكل مجلس الإدارة وهيكل لجنة المراجعة والمكافآت المفرطة لكبار المديرين وإزدواجية المدير التنفيذي والأسواق الناشئة وقد أشارت النتائج إلى وجود علاقة سلبية بين استقلالية مجلس الإدارة وإدارة الأرباح ووجود علاقة سلبية بين استقلالية لجان المراجعة وإدارة الأرباح. كما أظهرت أن الملكية الإدارية ترتبط بشكل سلبي بإدارة الأرباح.

وقد أشارت دراسة (Burns & Kedia 2006) إلى جانب آخر من جوانب حوكمة الشركات الذي من المحتمل أن يؤثر على السلوك التقديري للمديرين هو مكافأة كبار المديرين، حيث توصلت بعض الدراسات الحديثة عن وجود علاقة إيجابية بين المكافآت على أساس حقوق الملكية لكبار المديرين وميل الشركات إلى التلاعب بأرباحهم، علاوة على ذلك ، تقلل ازدواجية الرئيس التنفيذي من قدرة المجلس على أداء دور المراقبة وقد أظهرت نتائج تلك الدراسات وجود ارتباط إيجابيًا بين ازدواجية الرئيس التنفيذي وإدارة الأرباح يمكننا أن نستنتج من هذا أن جودة حوكمة الشركات الأفضل تحد من قدرة المديرين على إدارة الأرباح.

2- الرابط بين الأداء البيئي وإدارة الأرباح:

وفقا للنظرية الإيجابية فإن المديرين الذين يواجهون خطر التعرض لأي غرامات أو تكاليف سياسية فإنهم يلجأون لأساليب محاسبية تقلل من إحتمالية تعرضهم لتلك التكاليف أو الغرامات أو تخفيضها.

كما توصلت دراسة Cahan et.al 1997 إلى أن الشركات ذات الأداء البيئي المنخفض تلجأ إداراتها للتورط في ممارسات إدارة الأرباح بهدف تخفيض أرباحها خاصة في الفترات التي تزداد فيها حدة المراقبة الحكومية؛ هذا لأن تلك الشركات تخضع لرقابة أكثر من غيرها ذات الأداء البيئي الجيد.

واتفقت دراسة Hall & Stamerjohan 1997 مع ذلك الإستنتاج حيث توصلت إلى أن الشركات الملوثة للبيئة والتي تكون أكثر عرضة للمراقبة من قبل الهيئات الرقابية أكثر من غيرها تلجأ لإدارة أرباحها بهدف تخفيض حجم الربح من أجل تخفيض الغرامات أو التكاليف السياسية التي تتعرض لها.

3- علاقة الأداء الإجتماعي بإدارة الأرباح:

يشتمل البعد الإجتماعي في تقارير المسئولية المجتمعية على مؤشرات تخص الموظفين خاصة مفهوم التنوع؛ يتمثل مفهوم التنوع في الموظفين في تنوع الموظفين بين الجنسين الإناث والذكور.

ومن ضمن مؤشرات جودة تقارير المسئولية المجتمعية هو إجمالي عدد الموظفين ونسبة التعيينات الجديدة حسب الفئة العمرية والجنس؛ الأمر الذي يعكس مدى إهتمام المسئولية المجتمعية بالتمثيل النسائي لا سيما في مجالس الإدارات.

وقد توصلت دراسة Adams & Ferreira 2009 إلى أن تأثير العنصر النسائي في مجلس الإدارة يتساوى مع تأثير العنصر المستقل فيما يتعلق بالسلطة التقديرية لمجلس الإدارة، وأثبتت الدراسة أن التمثيل النسائي في مجلس الإدارة يجعله في مكانة أفضل فيما يتعلق بعدم التورط في سلوكيات إنتهازية كإدارة الأرباح، واتفقت معها دراسة Smith et.al 2006 حيث توصلت إلى أن وجود العناصر النسائية في مجالس الإدارة يشكل جانبًا من جوانب الحوكمة الجيدة للشركات ، مما يتيح تقييد ممارسات إدارة الأرباح.

بالإضافة إلى تنوع مجالس الإدارة والإدارة العليا ، فإن أنظمة وبرامج إدارة التنوع المؤسسي المتعلقة بالعدالة والمساواة في فرص التوظيف تشكل بعد مهما للتنوعية، لقد توصلت دراسة Flood et.al 2005 إلى أن ممارسات إدارة التنوع تعمل على تحسين مستوى اتخاذ القرار وتؤدي إلى مستوى أعلى من الالتزام التنظيمي بين الموظفين، وبالتالي فإن مثل هذه الممارسات تولد إحساسًا بالإنصاف والرضا بين الموظفين، مما يشجعهم على التصرف لصالح ممثليهم، وهذا يقيد السلوكيات الانتهازية لإدارة الأرباح ، والتي يمكن أن تضر بنجاح مؤسستهم.

وفى ضوء ما سبق يتضح لنا وجود تباين فى الآراء حول طبيعة العلاقة بين المسئولية المجتمعية وقيام الإدارة بممارسات إدارة الأرباح بشكل عام والإدارة الحقيقية للأرباح بشكل خاص.

وبالتالى فإن الأمر يحتاج إلى إجراء المزيد من الدراسات فى هذا الشأن , لذلك سيقوم الباحث فى الفصل التالى بإجراء دراسة تطبيقية لدراسة تلك العلاقة فى البيئة المصرية.

10- الدراسة التطبيقية:

أولا: مصادر جمع البيانات:

1. الموقع الإلكتروني الرسمي للبورصة المصرية (*www.egx.com.eg*) لاحتوائه على نموذج إفصاح إلزامي سنوي، يتضمن معلومات عن خصائص مجلس الإدارة، هيكل الملكية، وبعض البيانات المرتبطة بخصائص الشركة.
2. الموقع الإلكتروني للمبادرة العالمية للتقرير (*GRI*) (*www.globalreporting.org*) لاحتوائه على تقارير المسئولية المجتمعية لبعض الشركات المصرية.
3. المواقع الرسمية للشركات المدرجة في العينة محل الدراسة.

ثانيا : مجتمع وعينة الدراسة:

1. مجتمع الدراسة:

يتمثل المجتمع الإحصائي في جميع الشركات المالية وغير المالية المدرجة في البورصة المصرية والتي أصدر تقريرها المالي خلال الفترة من 2013/1/1 حتى 2021/12/31 حيث يبلغ إجمالي العدد 193 شركة.

2. عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في الشركات المصرية التي تصدر تقارير المسئولية المجتمعية إما في صورة تقارير منفصلة أو من خلال إصدار تقرير سنوي مجمع تمثلت في إجمالي عدد 15 شركة فقط، ونظرا لعدم إتاحة كافة البيانات الخاصة بالمتغيرات المستقلة خلال الفترة الزمنية المقترحة ونتيجة لندرة تلك البيانات فبلغ إجمالي عدد المشاهدات 60 مشاهدة موزعة على قطاعات وسنوات الدراسة كما يوضحها جدول رقم 4، بجانب ما سبق تم إختيار عينة تحكمية تم تحديدها وفقا لمجموعة من الشروط وهي:

- استبعاد الشركات التي عدلت من تاريخ إعداد قوائمها المالية خلال فترة الدراسة.
- ألا تكون تعرضت للشطب أو الإندماج بمعنى أن جميع الشركات المختارة مستمرة في نشاطها ولم تتوقف قط خلال فترة الدراسة.
- أن تتوفر التقارير المالية عن الشركات المختارة بشكل منتظم.

جدول رقم (2) يوضح توزيع العينة النهائية للدراسة على قطاعات وسنين الدراسة

القطاع / السنة	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	إجمالي
اتصالات وإعلام وتكنولوجيا المعلومات	–	–	–	1	2	3	1	1	–	**8**
أغذية ومشروبات وتبغ	–	–	–	–	1	1	1	1	–	**4**

خدمات النقل والشحن	–	1	1	1	1	1	1	1	1	**8**
خدمات مالية غير مصرفية	–	–	1	2	1	2	1	1	–	**8**
خدمات ومنتجات صناعية وسيارات	–	–	–	1	1	1	1	1	–	**5**
سياحة وترفيه	1	1	1	–	–	–	–	–	–	**3**
طاقة وخدمات مساندة	–	–	–	–	1	1	–	1	–	**3**
مقاولات وإنشاءات هندسية	–	–	–	–	1	1	1	1	–	**4**
منسوجات وسلع معمرة	–	–	1	1	1	1	1	1	–	**6**
مواد بناء	–	1	1	1	2	2	1	1	–	**9**
موارد أساسية	–	–	–	–	1	1	–	–	–	**2**
الإجمالي	**1**	**3**	**5**	**6**	**13**	**13**	**9**	**9**	**1**	**60**

ثانيا: التحليل الوصفي *(Descriptive Analysis):*

يهتم التحليل الأحادي بالتفسير الإحصائي لكل متغير على حدة من خلال الاحصاءات الوصفية Descriptive Statistics بهدف الحصول على قراءات عامة عن عينة الدراسة، ويبين الجدول رقم (3) الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة.

جدول رقم (3) الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

الإحصاء الوصفي للمتغير التابع (إدارة الأرباح الحقيقية) [إجمالى عدد المشاهدات = 60]

ممارسات / المتغير	الوسط	الوسيط	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأقصى
معدل التغير النفقات التقديرية	0.000000167-	0.0074-	0.0593	0.1296-	0.1978

الإحصاء الوصفي للمتغيرات المستقلة والرقابية المستمرة [إجمالى عدد المشاهدات = 60]

المتغير	الوسط	الوسيط	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأقصى
مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية	47.0265	43.1818	16.3033	14.7727	77.2727
ملكية مجلس الإدارة	31.9804	32.3145	23.1956	0	63.89
حجم الشركة	9.6467	9.5589	0.783	8.3366	12.2284

الإحصاءات الوصفية للمتغيرات المستقلة الوهمية [إجمالى عدد المشاهدات = 60]				
المتغير	الكود	التكرار	النسبة المئوية للفئة	النسبة المئوية المتجمعة الصاعدة
نوع مكتب المراجعة	0	13	٪21.67	٪21.67
	1	47	٪78.33	٪100

ثالثا: إختبارات الفروض:

لاختبار فرض البحث والمتعلق بدراسة **أثر مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية على ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية**، تم تقدير كل من نموذج الانحدار المجمع ونموذج الآثار الثابتة ونموذج الآثار العشوائية.

جدول رقم (4): نتائج تقديرات نماذج تحليل الانحدار للفرض بعد استخدام (نموذج 1) نموذج الانحدار المجمع؛ (نموذج 2) نموذج الاثار الثابتة؛ (نموذج 3) نموذج الاثار العشوائية

	Model 1	Model 2	Model 3
Variable	Regression Model Pooling (RMP)	Fixed Effects Model (FEM)	Random Effects Model (REM)
Constant	-0.0250 (0.769)	-0.4321 (0.197)	-0.0925* (0.502)
SustQUN	0.0011** (0.017)	0.0017* (0.096)	0.0014** (0.023)
LnAsst	-0.0097 (0.275)	0.03534 (0.307)	-0.0056 (0.699)
ManOwn	0.0006* (0.050)	0.0006 (0.131)	0.0007** (0.020)
Big4	0.0637*** (0.001)		0.0798*** (0.004)
Observations	54	54	54
F-Statistics	4.60***		
R-squared	0.2730		
Adj R-squared	0.2136		
Rho		0.8629	

Wald chi2			13.16**

للمفاضلة بين الأنواع الثلاث لنماذج السلاسل الزمنية المقطعية (*panel data*) يتم استخدام *F-Fisher* المقيد للمفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي ونموذج التاثيرات الثابتة وتم رفض الفرضية العدم والتى تنص على أن نموذج الانحدار التجميعى هو النموذج المناسب وقبول الفرضية البديلة والتى تنص على أن نموذج التاثيرات الثابتة هو النموذج المناسب، كما تم استخدام اختبار *Breusch and Pagan Lagrangian multiplier* للمفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي ونموذج التاثيرات العشوائية وبلغت قيمة *chibar2 26.76*** وبالتالى يتم قبول الفرضية البديلة والتى تنص على أن نموذج التاثيرات العشوائية هو النموذج المناسب، وللمفاضلة بين نموذج التاثيرات الثابتة والعشوائية *Hausman* وبلغت قيمة *P-Value* المقابلة لقيمة *Chi-square 0.6113* وبناء عليه يتم قبول نموذج التاثيرات العشوائية ورفض نموذج التاثيرات الثابتة.

وأيضًا يبين نموذج (3) الوارد بالجدول رقم (4) أن محددات ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية هي مستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية، ملكية مجلس الادارة، وحجم مكتب المراجعة؛ فمعامل متغير (*SustQUN*) يحمل إشارة موجبة ويُعد معنويًّا من الناحية الإحصائية عند مستوى 5٪ أي أن زيادة كم الافصاحات بتقارير المسئولية المجتمعية تؤدي إلى زيادة ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية، وعن معامل متغير (*ManOwn*) فيحمل إشارة موجبة ويُعد معنويًّا من الناحية الإحصائية عند مستوى 5٪ أي أن زيادة الملكية الادارية يتبعها زيادة في ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية، وبشأن معامل متغير (*Big4*) فيحمل إشارة موجبة ويُعد معنويًّا من الناحية الإحصائية عند مستوى 1٪ وهذا يتفق مع نتائج تحليل الارتباط والذي يشير بان زيادة ممارسة الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية مرتبطة بتعيين مكتب مراجعة مرتبط بأحد مكاتب المراجعة العالمية الكبرى بالمقارنة مع الشركات صغيرة الحجم.

من ناحية أخرى، يبين نموذج (3) الوارد بالجدول رقم (4) أن حجم الشركة لم يثبت معنوية تأثيره (عند مستوى 10٪ أو أفضل) على ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح من خلال النفقات التقديرية.

بناء على ما سبق يتم رفض الفرض ما يعني وجود أثر موجب ذو دلالة إحصائية لمستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية على ممارسة الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية.

11- النتائج والتوصيات:

من خلال استعراض البحث بشقيه النظري والتطبيقي، توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

أولا: نتائج الدراسة:

بعد عرض الدراسة النظرية والتطبيقية على عينة من الشركات المقيدة في البورصة المصرية وإختبار فروض الدراسة التسعة جائت نتائجها كما يلي:

1- وجود أثر معنوي موجب لمستوى الإفصاح عن المسئولية المجتمعية على تورط الشركة في ممارسة الإدارة الحقيقية للأرباح عن طريق النفقات التقديرية

في ضوء نتائج الدراسة يرى الباحث أن بالرغم من أن المسئولية المجتمعية تعتبر سلوك أخلاقي من قبل إدارات الشركات إلا أنها في البيئة المصرية قد تكون أحد الأساليب التي يلجأ لها المديرين للتحايل وإخفاء تورطهم في ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح لتنافي الأخلاقية المفترضة في المسئولية المجتمعية مع السلوك الإنتهازي المتمثل في الإدارة الحقيقية للأرباح.

ثانيا: التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة يمكن تلخيص التوصيات التي يعتقد الباحث أنها ضرورية ويمكن الإستفادة منها فيما يلي:

1- ضرورة إلزام البورصة المصرية الشركات المدرجة بها بإعداد تقارير عن مسئولياتها المجتمعية حيث أنها لا تزال تندرج تحت مظلة الإفصاح الإختياري وهو ما يجعل الشركات غير مجبرة على إعدادها أو طرحها.

2- إجراء تعديلات على المؤشر المصري للمسئولية المجتمعية (مؤشر الإستدامة) نظرا لاعتماده على المؤشرات والإفصاحات الواجب توافرها في تقارير المسئولية المجتمعية وإهمالة لجودة تلك الإفصاحات وخصائصها النوعية.

3- على الهيئات الرقابية والمنظمات المهنية وضع ضوابط محكمة للحد من ممارسات الإدارة الحقيقية للأرباح نظرا لخطورتها وصعوبة إكتشافها في حينها من قبل المراجعين.

4- إضافة مقررات تتعلق بالمسئولية المجتمعية في البرامج المحاسبية الأكاديمية في الجامعات المصرية نظرا لما يحمله هذا المفهوم من أهمية بالغة وإتجاه الشركات على مستوى العالم إليه وكذلك إتجاه بعض البورصات على مستوى العالم لإجبار الشركات المدرجة بها على الإفصاح عنه.

المراجع:

أولا المراجع العربية:

إسماعيل، عصام عبد المنعم، 2017، أثر درجة الإفصاح عن استدامة الشركات على جودة التقارير المالية دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية.

الحناوي، السيد محمود (2020) العلاقة بين مستوي الإفصاح عن المسئولية الاجتماعية والأداء المالي للشركة في ظل التأثير المُعدِّل لمراحل دورة حياة الشركة - دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية، ***مجلة الأسكندرية للبحوث المحاسبية***، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، العددالأول، ص 227-290.

الحوشي، محمد محمود (2017) التأثير المباشر وغير المباشر لمستوي الإفصاح عن المسئولية الاجتماعية على قيمة الشركة- دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية. ***مجلة البحوث المحاسبية***، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الثاني، ص393-444.

الفداوي، علياء عبد البديع محمد، 2015 " أثر جودة عملية المراجعة على الإدارة الحقيقية للأرباح: دراسة تطبيقية" جامعة المنصورة ، رسالة ماجستير غير منشورة.

بالقاسم، إمحارب سعد سليمان (2017)، أثر الإفصاح عن الاستدامة على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان. كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الاسلامية العالمية.

بركات، خالد سعيد، 2018، "جودة الإفصاح المحاسبي الإجتماعي وعلاقتها بإدارة الأرباح في الشركات السعودية" ، مجلة الفكر المحاسبي، مج22 ع1 ص992-1039

حميدان، عبد الناصر. 2004 قدرة معايير المحاسبة الدولية في سد الفجوة الأخلاقية بين الإدارة والمساهمين في إدارة الأرباح من وجهة نظر الفئات ذات العلاقة بالبيئة المحاسبية. مجلة الدراسات المالية والتجارية. جامعة بني سويف. العدد الثاني. ص37-54

عيسى، سمير كامل محمد 2008،" أثر جودة المراجعة الخارجية على عمليات إدارة الأرباح : مع دراسة تطبيقية " ، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية_ جامعة الاسكندرية، مجلد 45، العدد 2 .

ثانيا المراجع الأجنبية:

Almendros, C. P., Anke, L. E., & Valdés, R. T. (2013). Corporate social responsibility in the IBEX 35: A corpus-based study of CSR reports. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 95, 612-620.

Anto, M. H., & Astuti, D. R. (2008). Persepsi Stakeholder terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility: Kasus Pada Bank Syariah di DIY. Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen, 10(1).

Carroll, A, & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. ***International Journal of Management Reviews*** 12 (1), 85-105.

Chapman, C. J. (2011). The effects of real earnings management on the firm, its competitors and subsequent reporting periods. Available at SSRN 1747151.

Chen, L., Feldmann, A., & Tang, O. (2015). The relationship between disclosures of corporate social performance and financial performance: Evidences from GRI reports in manufacturing industry. International Journal of Production Economics, 170, 445-456.

Chiang, H., He, L. J., & Shiao, C. F. (2015). Financial reports quality and corporate social responsibility. Asian Economic and Financial Review, 5(3), 453-467.

Cohen, D. A., Dey, A., & Lys, T. Z. (2008). Real and accrual-based earnings management in the pre-and post-Sarbanes-Oxley periods. The accounting review, 83(3), 757-787.

Cooper, C., Taylor, P., Smith, N., & Catchpowle, L. (2005). A discussion of the political potential of social accounting. Critical Perspectives on Accounting, 16(7), 951-974.

Deswal, P., & Raghav, N. (2013). Corporate social responsibility: A relationship between business organizations and the society. OIDA International Journal of Sustainable Development, 6(11), 37-44.

Enomoto, M., Kimura, F., & Yamaguchi, T. (2015). Accrual-based and real earnings management: An international comparison for investor protection. Journal of Contemporary Accounting & Economics, 11(3), 183-198.

Gargouri, R. M., Shabou, R., & Francoeur, C. (2010). The relationship between corporate social performance and earnings management. Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences De l'Administration, 27(4), 320-334.

Gunny, K. A. (2005). What are the consequences of real earnings management?. University of California, Berkeley.

Hong, Y., & Andersen, M. L. (2011). The relationship between corporate social responsibility and earnings management: An exploratory study. Journal of Business Ethics, 104(4), 461-471.

Huang, X. (2013). Managerial ability and real earnings management. The University of Oklahoma.

Jiang, H., Habib, A., & Wang, S. (2018). Real earnings management, institutional environment, and future operating performance: An international study. The International Journal of Accounting, 53(1), 33-53.

Jiao, F. (2014). Real earnings management, habitually meeting/closely beating analysts' forecasts and firms' long-term economic performance. The University of Texas at Arlington.

Jo, H., Song, M. H., & Tsang, A. (2016). Corporate social responsibility and stakeholder governance around the world. Global Finance Journal, 29, 42-69.

Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility?. The accounting review, 87(3), 761-796.

Leitoniene, S., & Sapkauskiene, A. (2015). Quality of corporate social responsibility information. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 213, 334-339.

Lo, K., Ramos, F., & Rogo, R. (2017). Earnings management and annual report readability. Journal of accounting and Economics, 63(1), 1-25.

Martínez-Ferrero, J., Gallego-Álvarez, I., & García-Sánchez, I. M. (2015). A bidirectional analysis of earnings management and corporate social responsibility: the moderating effect of stakeholder and investor protection. Australian Accounting Review, 25(4), 359-371.

Montiel, I., & Delgado-Ceballos, J. (2014). Defining and measuring corporate sustainability: Are we there yet?. Organization & Environment, 27(2), 113-139.

Prior, D., Surroca, J., & Tribó, J. A. (2008). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. Corporate governance: An international review, 16(3), 160-177.

Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. Journal of accounting and economics, 42(3), 335-370.

Wolniak, R., & Hąbek, P. (2016). Quality assessment of CSR reports–factor analysis. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 220, 541-547.

Youssif, Y. (2016). The Effect of Corporate Governance on Management's Real Earnings Management Decisions (Doctoral dissertation, Northcentral University).

Zhang, Y. (2014). The Interactions Between Real Earnings Management And Short Selling Activity.