



## تحليل العلاقة بين محاسبة الابتكار، الإبلاغ عن الاستدامة وقيمة الشركة: منظور متكامل

م.م. انمار شهاب الجعفري

ا.م.د. ميثم مالك الخاقاني

ا.د. عقيل حمزة حبيب الحسنواوي

كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة الكوفة

كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة الكوفة

كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة الكوفة

[anmar.sh.2020@gmail.com](mailto:anmar.sh.2020@gmail.com)

[maithmm.khaghaany@uokufa.edu.iq](mailto:maithmm.khaghaany@uokufa.edu.iq)

[akeelh.alhasnawi@uokufa.edu.iq](mailto:akeelh.alhasnawi@uokufa.edu.iq)

### المستخلص:

تهدف الدراسة إلى اختبار تأثير كل من الإبلاغ عن الاستدامة وانشطة الابتكار الأخضر على قيمة الشركة فضلا عن تسليط الضوء على مفهوم وأهمية الاستدامة والابتكار الأخضر وإمكانية الإفصاح عنها وفق البيئة العراقية. كما تهدف الدراسة الى الوقوف على مستوى الإبلاغ عن الاستدامة والابتكار الأخضر في التقارير السنوية للشركات العراقية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، ومدى تأثيره على قيمة الشركة. تم اعتماد منهج كمي لاختبار الفرضيات والوصول الى النتائج باستخدام البيانات المالية وغير المالية للشركات عينة الدراسة والمعلنة في التقارير السنوية. عينة الدراسة تتكون من 21 شركة صناعية مسجلة في سوق العراق للأوراق المالية للفترة من 2011 الى 2020 وبواقع 194 مشاهدة (شركة -سنة) بعد استبعاد القيم المفقودة. لقياس مستوى الإبلاغ عن الاستدامة تم اعتماد أسلوب تحليل المحتوى باستخدام مقياس مكون من 108 مؤشر ابلاغ مستمد من معايير الإبلاغ عن الاستدامة G4 لمبادرة الإبلاغ العالمية GRI والتي تغطي اربع ابعاد رئيسية للاستدامة هي الأداء الاقتصادي، الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي، والحوكمة). كما تم قياس مستوى الابتكار الأخضر باستخدام مقاييس بطاقة أداء الابتكار. لهذا الغرض تم اعتماد مصفوفة ماركون (2017) للابتكار الأخضر المكونة من 30 مؤشر للابتكار والتي تشمل اربع ابعاد أساسية للابتكار الأخضر هي (ابتكار المنتج، ابتكار العملية، الابتكار التنظيمي والابتكار التسويقي). اما قياس قيمة الشركة فقد تم اعتماد مقياس Tobin's Q لتحديد قيم الشركات عينة الدراسة. نتائج الدراسة تبين ان الإبلاغ عن الاستدامة يمتلك تأثيرا معنويا في قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث ولجميع ابعاده. كما تبين النتائج ان هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لمستوى الابتكار الأخضر بجميع ابعاده الوصفية على قيمة الشركة للشركات عينة البحث. فضلا عن ذلك تبين النتائج ان هنالك تأثير ذو دلالة معنوية للتكامل بين الإبلاغ عن الاستدامة والابتكار الأخضر على قيمة الشركة.

**الكلمات المفتاحية:** محاسبة الابتكار، الإبلاغ عن الاستدامة، الابتكار الأخضر، قيمة الشركة.

### المقدمة:

من أجل تحقيق الاستدامة، تعترف غالبية المنظمات بالحاجة إلى تنفيذ مبادئ الأعمال الاستراتيجية والاستدامة. علاوة على ذلك، اتخذت بعض الشركات المزيد من الخطوات للتأكيد على ضرورة تحمل الشركات للمساءلة عن بصمتها البيئية. الاستدامة هي القدرة على التكيف مع البيئة باستخدام الموارد التي يمكن الوصول إليها بطريقة تضمن الحفاظ على وجودها. ومع ذلك، فإن نطاق الاستدامة يتجاوز مجرد الموارد البيئية. ويشمل مجالات مختلفة، بما في ذلك تنفيذ الممارسات المستدامة في الأعمال التجارية. ويتضمن ذلك اعتماد استراتيجيات تهدف إلى إطالة عمر الشركة من خلال دمج الجوانب غير المالية في ممارسات الصناعة، مسترشدة برؤية الشركة وخطة عملها. تستلزم الاستدامة تعزيز الأداء في العناصر البيئية والاجتماعية لتوفير مزايا أو قيمة تجارية طويلة الأجل. تسعى الاستدامة في الأعمال إلى ضمان الأداء المتفوق من خلال النظر في جميع عناصر المنظمة، بما في ذلك العوامل البيئية والاجتماعية والاقتصادية. تسعى العديد من الشركات إلى تحقيق التنمية المستدامة. الاستدامة في الأعمال التجارية هي استراتيجية تهدف إلى خلق قيمة دائمة من خلال الإدارة الفعالة للأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية لعمليات الشركة. من أجل تحقيق النجاح والحفاظ على مكانة قوية في بيئة الشركات الديناميكية، يلعب الابتكار دورًا حاسمًا. وقد

اكتسب مفهوم الابتكار الأخضر شعبية كبيرة بين الشركات الصناعية، حيث كان بمثابة عامل رئيسي في نجاحها وأهميتها. يشير الابتكار إلى تقديم أساليب أو حلول جديدة لمواجهة التحديات التي تواجهها الشركات الصناعية. وهو ينطوي على اعتماد أساليب مبتكرة في جميع جوانب الأعمال وحرص الشركات على استكشاف وتنفيذ الأساليب الأكثر فعالية وابتكاراً. من المعترف به على نطاق واسع أن الابتكار هو عامل حاسم في نمو وتقدم الشركات. ولذلك، فمن الضروري تبني الاستراتيجيات التي تشمل التفكير المتنوع وتعزيز الإبداع لدمج جميع الأساليب. لكي تزدهر الشركة في صناعة تنافسية، يجب عليها توجيه كل جهودها الإبداعية نحو الحفاظ على وجودها وتمييز نفسها عن الشركات المنافسة، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق مكاسب مالية كبيرة. يعد توليد الأفكار المبتكرة وتمييزها من العوامل الحاسمة في تحديد نجاح هذه الشركات.

يشير الابتكار إلى العملية المنهجية لتحقيق أهداف جديدة للمنظمة وينطوي على مجموعة من الأنشطة، بما في ذلك خلق أفكار جديدة، وتحويل هذه الأفكار إلى سلع وعمليات ملموسة، ونشر هذه الابتكارات إلى العملاء المحتملين (Kim & Chung, 2017). الابتكار هو موضوع للدراسة ليس فقط في مجالات الاقتصاد والإدارة، ولكن أيضاً فيما يتعلق بالتغيرات الاجتماعية والسلوكية والمؤسسية (Kochetkov, 2023). يتمتع البشر بالقدرة على إحداث تغيير كبير وتحويلي، وتجاوز حدود ما يمكن تحقيقه الآن. للانخراط في الابتكار تسعى المنظمات الى التعامل بفعالية مع الاحتياجات المتعارضة لأصحاب المصلحة الداخليين، بما في ذلك الإدارة العليا والإدارات المختلفة، بالإضافة إلى أصحاب المصلحة الخارجيين مثل المستهلكين والموردين والمستثمرين والمنافسين. في جوهره، يشمل الابتكار عملية خلق مفاهيم جديدة، وتحويلها إلى نتائج ملموسة، والتكيف مع الاحتياجات المتطورة للأطراف المعنية. تتضمن محاسبة الابتكار البيئي دمج مناهج محاسبة الإدارة البيئية (EMA) مع الابتكار الأخضر (GI) لتحديد ومراقبة العواقب البيئية لعمليات الشركات. تشمل محاسبة الإدارة البيئية (EMA) دمج النفقات والمزايا البيئية في إجراءات اتخاذ القرارات المالية، بينما يركز الابتكار الأخضر (GI) على إنشاء وتنفيذ عمليات ومنتجات مستدامة بيئياً. أظهرت الأبحاث أن EMA لها تأثير مباشر على ابتكار المنتجات وتأثير غير مباشر على ابتكار العمليات باستخدام استراتيجيات الإدارة البيئية. علاوة على ذلك، تم اكتشاف GI لتسهيل العلاقة بين EMA والنجاح المالي، مما يؤدي إلى تعزيز الفعالية في استخدام الموارد، وتميز المنتج، وانخفاض خطر التلوث. وبالإضافة إلى ذلك، فإن إنشاء هياكل جديدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الأنظمة القائمة على الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول، قد سهّل إنشاء أنظمة المحاسبة البيئية. تسمح هذه الأنظمة بحساب وإيصال التكاليف البيئية، مما يشجع أنشطة الاستهلاك وإعادة التدوير المستدامة.

### المبحث الأول: منهجية البحث

1-1 مشكلة البحث: تعمل الشركات العراقية بشكل عام في بيئة تنظيمية معقدة ومتقلبة، وهناك حاجة ملحة للتركيز على إستراتيجيتها التنظيمية من أجل أن تكون قادرة على مواكبة البيئة المتغيرة والمتطورة بسرعة مع اتجاه استراتيجي واضح، مع مراعاة التطورات المستقبلية. ومن خلال دراسة الحقائق تظهر مشكلة الدراسة بعدم الاهتمام بإبعاد التنمية المستدامة، الأمر الذي يؤدي إلى حدوث الأزمة الاقتصادية والمالية العالمية، وفشل الشركات العالمية، وعدم كفاية الإفصاح عن وضعها المالي، وأدائها الاقتصادي والبيئي وانخفاض مستوى الأداء، والذي بدوره يؤثر على الإصلاحات الاقتصادية، وعدم الاهتمام بالابتكارات الخضراء في شراء الآلات أو تصنيع منتجات صديقة للبيئة. ومثل هذه هي إحدى المشاكل الهامة التي تواجهها إدارة الشركات الصناعية، مما يؤثر سلباً أو إيجابياً على قيمة الشركة. وانطلاقاً مما سبق تركزت الدراسة بالتساؤل الاتي: (هل للابلاغ عن الاستدامة ومحاسبة الابتكار الاخضر تأثير على قيمة الشركة )

وينبثق من التساؤل الرئيسي اعلاه مجموعة من التساؤلات البحثية، نسعى للإجابة عليها من خلال المحاور المعرفية القادمة التي سنتناولها وهي :

1. هل هناك تأثير بين الإبلاغ عن الاستدامة وقيمة الشركة ؟
  2. هل هناك تأثير بين محاسبة الابتكار الاخضر وقيمة الشركة ؟
  3. هل هناك تأثير بين الإبلاغ عن الاستدامة ومحاسبة الابتكار الاخضر وقيمة الشركة ؟
- 2-1 أهمية البحث:** تبرز أهمية هذا البحث ومبررات القيام به من أهمية موضوع التنمية المستدامة والحاجة الملحة الى اجراء المزيد من الدراسات التي تهتم بموضوع كيفية الاستعمال العقلاني للموارد البيئية بطريقة تسمح بتحديدتها. كما تبرز أهمية هذا البحث من أهمية موضوع محاسبة الابتكار الاخضر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، حيث الاستثمار في الابتكار الاخضر يحقق العديد من المزايا والمكاسب للشركات الصناعية، لذا صار لزاماً على الشركات تصنيع منتجاتها بالاعتماد على الابتكار الاخضر باعتباره طريقة لتحسين اداء الشركات ورفع قيمتها . كما ويكتسب هذا البحث أهميته كذلك من خلال التطرق الى مجموعة من المواضيع المعاصرة التي تدخل بشكل اساسي في تحقيق الميزة التنافسية للشركة، فضلا عن اختياره لمجتمع الدراسة المتمثل بالشركات الصناعية العراقية وتحديد مستوى الاهتمام بقيمة الشركة في هذه الشركات.
- 3-1 اهداف البحث:** الهدف الرئيسي من هذا البحث هو بيان تأثير الإبلاغ عن الاستدامة ومحاسبة الابتكار الاخضر على قيمة الشركة، فضلا عن تحقيق اهداف عدة ويمكن ذكرها على النحو الآتي :
1. بيان مفهوم الاستدامة وابعادها وطرق قياسها .
  2. بيان مفهوم محاسبة الابتكار الاخضر وابعادها وطرق قياسها .
  3. بيان مفهوم قيمة الشركة وطرق قياسها .
  4. توضيح العلاقة بين الإبلاغ عن الاستدامة وقيمة الشركة على الشركات الصناعية العراقية عينة البحث.
  5. توضيح العلاقة بين محاسبة الابتكار الاخضر وقيمة الشركة على الشركات الصناعية العراقية عينة البحث.
  6. ايجاد التكامل بين الاستدامة و محاسبة الابتكار الاخضر وقيمة الشركة على الشركات الصناعية العراقية عينة البحث.
- 4-1 فرضيات البحث:** تم صياغة ثلاث فرضيات رئيسية لهذا البحث تتفرع عنها فرضيات فرعية تتناسب مع الابعاد المكونة لكل متغير من متغيرات الدراسة الرئيسية وكما يأتي:
- الفرضية الرئيسية الأولى:** تنص على ان هنالك تأثير ذو دلالة احصائية للإبلاغ عن الاستدامة على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث.
- تتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:
- الفرضية الفرعية الأولى:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية للإبلاغ عن الاستدامة على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر الأداء الاقتصادي.
- الفرضية الفرعية الثانية:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية للإبلاغ عن الاستدامة على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر الأداء البيئي.
- الفرضية الفرعية الثالثة:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية للإبلاغ عن الاستدامة على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر الأداء الاجتماعي.
- الفرضية الفرعية الرابعة:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية للإبلاغ عن الاستدامة على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر الحوكمة.
- الفرضية الرئيسية الثانية:** تنص على ان هنالك تأثير ذو دلالة احصائية لمستوى الابتكار الاخضر على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث.

تتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

**الفرضية الفرعية الأولى:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية لمستوى الابتكار الاخضر على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر ابتكار المنتج.

**الفرضية الفرعية الثانية:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية لمستوى الابتكار الاخضر على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر ابتكار العملية.

**الفرضية الفرعية الثالثة:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية لمستوى الابتكار الاخضر على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر الابتكار التنظيمي.

**الفرضية الفرعية الرابعة:** تنص على ان "هنالك تأثير ذات دلالة احصائية لمستوى الابتكار الاخضر على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث باستخدام مؤشر الابتكار التسويقي.

**الفرضية الرئيسية الثالثة:** تنص على ان هنالك تأثير ذو دلالة احصائية لكل من الإبلاغ عن الاستدامة ومستوى الابتكار الاخضر على قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث.

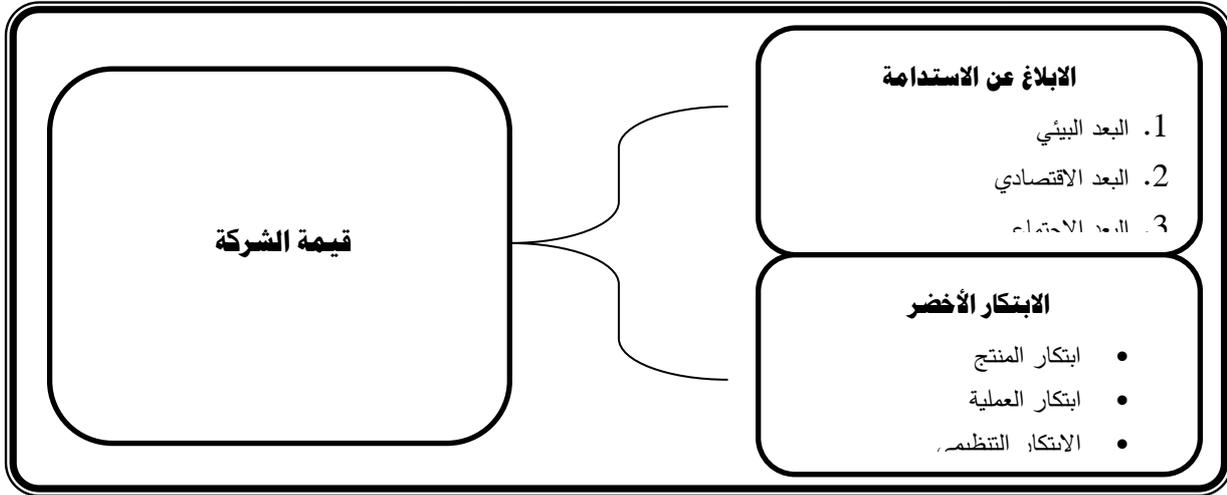
**1-5 مجتمع وعينة البحث:** يتمثل مجتمع البحث بجميع الشركات الصناعية المدرجة في سوق العراق للأوراق البالغ عددها 25 شركة. في حين تمثلت عينة البحث ب (21) شركة صناعية للفترة من عام 2011 الى عام 2020. وتم اختيار عينة البحث بناءً على عدد من المعايير سوف يتم توضيحها في الجانب العملي من البحث. والجدول (1) يوضح قائمة بأسماء الشركات الصناعية عينة البحث.

#### الجدول (1) الشركات عينة البحث

ت	اسم الشركة	القطاع
1	الشركة العراقية لتسويق التمور	غذائية
2	الشركة العراقية لصناعة الكارتون	التعبئة والتغليف
3	الشركة العراقية للأعمال الهندسية	انشائية
4	الشركة العراقية للسجاد والمفروشات	نسيجية
5	الشركة الوطنية للصناعات الكيماوية والبلاستيكية	كيماوية
6	الشركة الوطنية للصناعات المعدنية والدرجات	الالكترونية ومعدنية
7	شركة المشروبات الغازية الشمالية	غذائية
8	شركة الأصباغ الحديثة	كيماوية
9	شركة الخياطة الحديثة	نسيجية
10	شركة الصناعات الالكترونية	الالكترونية ومعدنية
11	شركة الصناعات الخفيفة	الالكترونية ومعدنية
12	شركة الصناعات الكيماوية العصرية	كيماوية
13	شركة الفلوجة للمواد الإنشائية والاستثمارات العقارية (م.م)	انشائية
14	شركة الكندي للقاحات البيطرية	طبية
15	شركة المنصور للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية	طبية
16	شركة الهلال الصناعية	الالكترونية ومعدنية
17	شركة الوطنية لصناعة الاثاث المنزلي	الاثاث
18	شركة إنتاج الألبسة الجاهزة	نسيجية
19	شركة بغداد لصناعة مواد التغليف	التعبئة والتغليف
20	شركة بغداد للمشروبات الغازية	غذائية
21	شركة صناعة المواد الإنشائية الحديثة	انشائية

1-6 نموذج البحث: يوضح الشكل (1) ادناه مخطط لانموذج البحث يوضح العلاقة بين متغيرات البحث الرئيسية وطبيعة العلاقة بينهما وكما يلي:

شكل (1) مخطط البحث الفرضي



### المبحث الثاني: الجانب النظري

1-2 المرتكزات المعرفية للإبلاغ عن الاستدامة وقيمة الشركة: تسعى الشركات الصناعية إلى تحقيق مصالح اقتصادية وبيئية واجتماعية مختلفة، وتحقيق التوازن بين أهداف ومصالح تلك الأطراف هو ما يحدد نجاح أي شركة، تقوم الشركات بالإبلاغ عن الاستدامة في محاولة لتلبية هذه الاحتياجات المختلفة من خلال الكشف عن معلومات الاستدامة، بهدف زيادة الشفافية، وتعزيز قيمة العلامة التجارية، وتحسين السمعة والشرعية والمقارنة مع المنافسين، وتعزيز التنافسية، وتحفيز الموظفين، ودعم مصداقية المعلومات ومراقبة العمليات. لمفهوم محاسبة الاستدامة كفرع للمحاسبة يخدم النظام البيئي والمجتمع (AlShara,2021:40) ويشير (الابراهيمى،2018:77) وأن محاسبة الاستدامة كأداة وطريقة لإدارة المعلومات يمكن أن تعزز استدامة الشركة ومسؤوليتها لذلك، يكمن الاختلاف بين محاسبة الاستدامة والمحاسبة التقليدية في حقيقة أن محاسبة الاستدامة توفر معلومات مالية وغير مالية مناسبة وكافية عن الأنشطة المستدامة للشركات والمساهمات المحددة التي تقدمها تلك الشركات للتنمية المستدامة.

وأضاف (شعبان،2019:665) شهدت العقود الأخيرة ازدهارًا في تقارير استدامة الشركات، ومع ذلك، فإن انتشارها لا يضمن الإفصاح الفعال والمتسق مع الأهمية النسبية، الأهمية النسبية هي المصطلح الرئيسي المستخدم في الإبلاغ عن الاستدامة الحالية للشركات، مما يعني الممارسات التي لها تأثير فعال على الأداء البيئي والمجتمعي للشركات، أو التي لها تأثير مادي على تقييمات أصحاب المصلحة وقراراتهم ويشير (Brockett,2012:30) وهو يتوقع من الشركات أن تختار وتتعامل مع معظم القضايا ذات الأهمية النسبية لتحديات الاستدامة الخاصة بها. والكشف عنها. يساعد ذلك في أن تكون ممارسات الاستبعاد المتعلقة بالاستدامة في الأساس ذات طبيعة اختيارية، مما يمنح الشركات مرونة كبيرة في تجربة الكشف عن معلومات الاستدامة. ويشير (Stubbs:2014:6) وفقًا لإرشادات GRI، تعتمد جودة الإبلاغ عن الاستدامة على الكشف المتوازن لكل من الجوانب الإيجابية والسلبية لأداء الشركة. غالبًا ما يتم الوصول إلى نتائج ذات أهمية كبيرة للمسؤولية الاجتماعية للشركات وبالتالي لا تتطلب الكثير من المعلومات حول الطابع الأخلاقي الحقيقي للشركة. تتيح المادة الاختيارية الحالية بشأن أنشطة الاستدامة مجالًا لإدارة الشركات للتركيز على الجوانب الإيجابية أكثر من الجوانب السلبية، مما يقلل من جودة تقرير الاستدامة. ولتقادي (الهوري،2015:55) ذلك

يجب عمل مؤشر شامل يتضمن ما يجب على الشركات الإفصاح عنه فيما يتعلق بتأثير عملياتها وأنشطتها على البيئة والمجتمع، شريطة أن يشارك مختلف أصحاب المصلحة في صنع هذا المؤشر.

ومع ذلك (الشرع،2019:36) ترتبط جودة التقرير ارتباطاً وثيقاً بجودة مشاركة أصحاب المصلحة على الرغم من أن معايير الإبلاغ والمساءلة الحالية تعزز الشفافية، إلا أنها تقصر عن إشراك أصحاب المصلحة في الحوار ولا تشرك الشركات على الإطلاق أصحاب المصلحة في صنع القرار بشأن محتوى التقارير، مما قد يضر بأهمية المعلومات التي يتم الكشف عنها وأهميتها ويضيف (Adams,2022:10) لذلك، يجب على الشركات التي تسعى إلى الكشف عن الاستدامة إشراك أصحاب المصلحة وتحديد الغرض من تلك المشاركة بوضوح، وتحديد أصحاب المصلحة الرئيسيين، ومصالحهم، وتحديد الأولويات وفقاً لمبدأ الأهمية النسبية، وبالتالي تحديد الأحداث الأساسية للشركة. يجب الكشف عن نتائج هذه الارتباطات في الإبلاغ عن الاستدامة الخاصة بالشركة.

ويذكر (Thaslim,2016:33) من وجهة النظر التقليدية، يعتبر تعظيم ثروة المساهمين هو الهدف النهائي للشركة، ولكن من وجهة نظر أصحاب المصلحة، هناك أطراف أخرى لها أهداف وغايات مختلفة. يمكن أن تكون الشركات ذات الإفصاح الأفضل عن الاستدامة أكثر جاذبية لكل من المساهمين وأصحاب المصلحة الرئيسيين الآخرين، وأن تحسين العلاقة بين الشركات وأصحاب المصلحة المختلفين سيعود بالفائدة على الربحية والقيمة طويلة الأجل للشركة.

يعتقد الباحثين، ويمكن تبرير ذلك، أن الإفصاح عن ممارسات الاستدامة يوفر معلومات غير مالية إضافية إلى جانب البيانات المالية، مما يقلل من عدم تناسق المعلومات بين الشركات والأطراف ذات الصلة. تعمل هذه المعلومات الإضافية والمتنوعة على تحسين المعلومات حول أسعار الأسهم وزيادة القيمة السوقية للأسهم. يؤدي تعزيز ممارسات الإفصاح عن الاستدامة إلى علاقات أقوى مع أصحاب المصلحة المتعددين الذين يتعاملون مع هذه الشركات، حيث يعطي إشارة لأصحاب المصلحة بأن إدارة الشركة لا تخفي المعلومات التي يمكن أن تؤثر على استثماراتهم في الشركة أو تؤثر على المجتمع بشكل عام بطريقة سلبية.

## شكل (2) تحليل العلاقة بين الإفصاح المحاسبي عن الاستدامة وقيمة الشركة

عنصر الاقتصادية	• زيادة الارباح وقيم المساهمين ( ابتكار المنتجات والخدمات )
عنصر البيئية	• اعطاء رؤية استراتيجية من خلال الافصاح عن الاداء البيئي للشركة
عنصر الحوكمة	• يشمل هيكل الملكية وعملية صنع القرار وسياسة الشركة
عنصر الاجتماعية	• المساهمة في تحقيق مجتمع مستدام

المصدر: من اعداد الباحثين استناداً الى الادبيات المشار اليها

1-2 المرتكزات المعرفية للإبلاغ عن الابتكار الأخضر وقيمة الشركة: الابتكار الأخضر مصطلح جديد يعرّف الابتكار الأخضر ليشمل "المنتجات والعمليات الجديدة التي توفر قيمة للعملاء والشركات، ولكنها تقل بشكل كبير من الآثار البيئية". الابتكار الأخضر هو "وسيلة لتعزيز القدرة التنافسية للشركة مع الحفاظ على البيئة ومواردها القيمة للأجيال القادمة". وفقاً لتقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الذي نُشر في عام 2009، يختلف الابتكار الأخضر عن الابتكار العام بطريقتين مهمتين (Vasileiou,2022:3)

1. يركز الابتكار الأخضر على تقليل البصمة البيئية للشركة كوسيلة لتعزيز القدرة التنافسية مع الحفاظ على البيئة والحفاظ على مواردها القيمة للأجيال القادمة.

2. لا يقتصر الابتكار الأخضر على الابتكار في المنتجات أو العمليات أو التقنيات أو طرق التسويق أو ممارسات الإدارة أو الأساليب التنظيمية، كما يشمل الابتكار في الهياكل الاجتماعية والمؤسسية.

ويذكر (Rodrigues,2019:22) تسعى شركات الاستدامة إلى تحقيق النتائج المذكورة أعلاه من خلال نوعين شائعين من الابتكارات الخضراء:

■ التحسينات التطورية خطوة بخطوة، والتي تمثل نقطة انطلاق لمعظم الشركات والابتكارات النادرة والتي تتطوي على مخاطر أكبر للفشل من الابتكارات التطورية، ولكنها قد تسفر أيضًا عن نتائج تجارية وبيئية متفوقة. من خلال استراتيجيات الكفاءة البيئية، يمكن للشركات أن تخلق قيمة عن طريق تقليل مستوى استهلاك المواد والتلوث المرتبط بالعمليات الصناعية استراتيجيات الابتكار الأخضر وبالتالي، قد تختار الشركة استراتيجية خلق القيمة بناءً على سياقها الاستراتيجي، ونطاق الأنشطة البيئية، ونقاط القوة، ورؤية الإدارة.

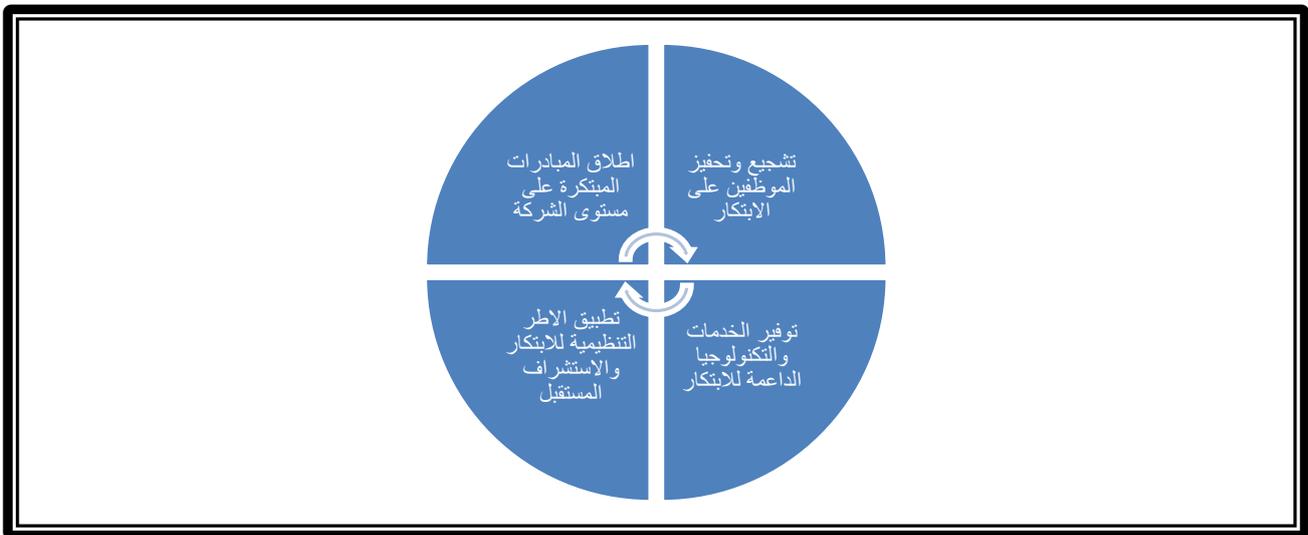
■ التركيز على تحسين كفاءة التكلفة والإنتاجية من خلال استراتيجيات الكفاءة البيئية. تركز معظم أنشطة الابتكار الأخضر على التحسينات الإضافية والمستقلة في المنتجات والعمليات، والتي تتميز بكفاءة الطاقة فضلاً عن التوفير التراكمي في التكاليف.

ويضيف (Orlando:2020:5) من خلال تطوير الاستراتيجيات، نعني عملية تحسين الشركة بما يتماشى مع أهدافها الاستراتيجية وأعمالها، وتبحث الشركات عن طرق جديدة لابتكار وتطوير منتجاتها وسلعها، أو العمليات التشغيلية داخلها، أو آلية وطريقة سير العمل فيها. هم. بهدف تطوير قدراتها وزيادة قدرتها على التكيف مع متغيرات السوق بشكل دائم. . تستفيد الشركات التي تخضع نفسها للمنافسة المستمرة مع الشركات الأخرى في كثير من الجوانب، فهي أكثر قدرة على إدخال تعديلات كبيرة والتكيف معها في الوقت المناسب، وقادرة على تحقيق أرباح مستمرة على المدى الطويل مع قدر أكبر من الاستقرار، بالإضافة إلى لرفع توقعات الأداء بشكل كبير بفضل الإدارة المتقدمة. . من المهم أن تترك أن أحد الواجبات الرئيسية للنمو الاستراتيجي للشركة هو جذب العملاء المناسبين لمنتجاتك أو خدماتك، من خلال وعود العلامة التجارية التي يمكن الوفاء بها.

بالإضافة إلى ذلك (Kortmann,2016:90) يمنحك الابتكار الفرصة للاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة، واستخدام طرق جديدة وأكثر فاعلية لتحسين منتجاتك، وتقديم خدمات أكثر ابتكارًا، وتسويق عملك، واستخدام التحليلات لتقييم الأداء. تساهم هذه التقنيات أيضًا في تعزيز عملك واكتساب ميزة تنافسية تمنحك الأولوية وتضعك في المقدمة. خاصة مع الزخم المتزايد والمنافسة الشرسة الآن بسبب العولمة والتغير السريع في السوق. ويمكنك استخدام التفكير الإبداعي لمساعدتك على توقع ظروف السوق وتلبية طلبات العملاء. إذا كانت شركتك لا تسعى جاهدة للابتكار، فسوف تتخلف عن الشركات الأخرى التي ستدفع قدمًا بالكثير من الأفكار الجديدة وتثير إرباكك. يشير (Liu,2022:26) عندما تقوم الشركة بأنشطة جديدة في سلسلة القيمة، أو تؤدي الأنشطة الحالية بشكل مختلف، فإنها توفر فرصًا جديدة لبناء موارد وقدرات جديدة، أو ترجمة الموارد والقدرات الحالية بطرق جديدة، لخلق قيمة للشركة، قد تفرض بعض الشركات علاوة على المنتجات الخضراء. يميل المدراء إلى الاعتقاد بأنه لا توجد حاجة كبيرة لاستراتيجية انتقال صديقة للبيئة إذا استمر نموذج العمل الحالي في العمل. وهم يعتقدون أن التغييرات يمكن أن تقوض أهداف الربحية قصيرة الأجل للشركة، وتزعج المستثمرين وأصحاب المصلحة، وتؤدي إلى ارتفاع غير مرغوب فيه في الأسعار يمكن أن يعرض المركز التنافسي للشركة للخطر. لن يفكروا في إجراء تغيير عميق ما لم تواجه المنظمة أزمة أخلاقية أو بيئية أو مالية. تعتبر بعض الشركات أن القضايا البيئية تشكل تهديدًا ولا تلتزم إلا بالحد الأدنى من السياسات واللوائح البيئية. يمكن أن تصبح أهدافًا للنشطاء البيئيين وتقعد ميزتها المحتملة للمنافسين الاستباقيين بيئيًا.

واضاف (Fazal,2023:26) بالتأكيد لا يكفي لتبرير تصنيف شركة على أنها صديقة للبيئة ". بالإضافة إلى ذلك، قد تجد الشركات التي تقدم منتجات صديقة للبيئة فقط بأسعار مميزة نفسها صديقة للبيئة. غالبًا ما تحتاج الشركة إلى تحديد شركاء جدد لديهم خبرة محددة في جوانب معينة من استدامة الشركة. يتعين على الشركاء تنفيذ التغييرات في الممارسات الفردية التي تعتمد على موفري الخدمات الخارجيين لموارد وقدرات مختلفة، وقد يساعد الشركاء، بالإضافة إلى المواد الجديدة وممارسات إدارة الموارد، في فهم نماذج التكنولوجيا الناشئة وفي التعرف على القضايا البيئية بشكل عام. بناء الثقة شرط أساسي في أي شبكة لأنها تسبق الالتزام. ومع ذلك، فإن الهدف هو خلق ابتكار بتقنيات جديدة وتجربة نماذج أعمال ناشئة وجديدة. ومع ذلك، قد يكون تأثيره على نطاق المنظومة، من خلال الاستثمار بكثافة في البحث والتطوير ونشر الابتكارات. يمكنها تسريع تحول الشركة نحو استدامة الشركات، وفي الوقت نفسه، لديها القدرة على إنشاء مؤسسات جديدة أو تحويل المؤسسات القائمة.

### شكل (3) تحليل العلاقة بين الابتكار الاخضر وقيمة الشركة



المصدر: من اعداد الباحثين استناداً الى الادبيات المشار اليها

تقدم أدبيات إدارة الابتكار وجهات نظر متنوعة فيما يتعلق بمفهوم الابتكار. هذه الاختلافات لها آثار على ما يمكن أن يعنيه الابتكار في المحاسبة عن الاستدامة. يؤكد التعريف الأقدم والأكثر جوهرية للابتكار على توليد وقبول وتنفيذ أفكار أو عمليات أو منتجات أو خدمات جديدة. يُعرّف الابتكار على أنه التطبيق الفعال للعمليات والمنتجات الجديدة للمؤسسة، مما يحقق فوائد للمنظمة وأصحاب المصلحة فيها. يمكن أن تكون هذه الابتكارات تدريجية أو جذرية، اعتمادًا على مدى اختلافها عن الأساليب الحالية. يتم إنشاء الابتكارات في عمليات يعتقد أنها يمكن إدارتها وإدارتها (Lampikoski,2014:92) كما يضيف (Barnett,2020:5) المنشورات الرئيسية حول إدارة الابتكار تدور حول التحديات الأساسية والنهج للتغلب على الصعوبات في عمليات الابتكار. ينص على أن الابتكار هو في الأساس عملية اجتماعية تدريجية يتم فيها توصيل المعلومات المدركة ذاتيًا حول فكرة جديدة وتتطور الابتكارات نتيجة للتجريب والتحسين والتفاعل الاجتماعي. وبالتالي فإن المعلومات هي المفتاح في عملية إنشاء ونشر ابتكارات الاستدامة. يتطلب دعم ابتكارات الاستدامة في الإنتاج والمنتجات ونماذج الأعمال (Lubberink,2017:31). أساس جيد لتوفير المعلومات حول قضايا الاستدامة. بالنظر إلى أن المحاسبة توفر معلومات أساسية لصانعي القرار في المنظمات وعلى خلفية أوجه القصور الكبيرة في مناهج المحاسبة التقليدية للتعامل مع قضايا الاستدامة، فإن الابتكار في المحاسبة من أجل الاستدامة مطلوب. لذلك، تهدف هذه الورقة إلى وصف ما قد ينطوي عليه الابتكار المحاسبي من أجل الاستدامة. وهو يسلط الضوء على أن إحدى المشكلات في إدارة عمليات الابتكار بشكل صحيح هي أن هناك عددًا كبيرًا من تعريفات الابتكار، وأنها تختلف اختلافًا كبيرًا بين التخصصات التي يتم استخدامها فيها.

تعد محاسبة الابتكار مجالاً جديداً نسبياً يكتسب زخماً حيث تعتمد الشركات بشكل أكبر على الابتكار لدفع النمو. محاسبة الابتكار هي عملية قياس وتتبع أداء أنشطة الابتكار لاتخاذ قرارات أفضل حول مكان تخصيص الموارد وكيفية إدارة المخاطر. هناك عدد من الأساليب المختلفة لمحاسبة الابتكار ، لكنها تشترك جميعها في بعض الأهداف المشتركة. وفقاً لـ García-Granero (2018) تشمل هذه الأهداف:

- **قياس قيمة الابتكار:** يمكن أن تساعد محاسبة الابتكار الشركات على تحديد قيمة أنشطة الابتكار الخاصة بها ، من حيث المقاييس المالية وغير المالية. يمكن استخدام هذه المعلومات لاتخاذ قرارات أفضل حول مكان الاستثمار في الابتكار ، ولتتبع عائد الاستثمار من أنشطة الابتكار.
- **إدارة المخاطر:** الابتكار محفوف بالمخاطر بطبيعته ، ويمكن أن تساعد محاسبة الابتكار الشركات على إدارة هذه المخاطر. من خلال تتبع تقدم أنشطة الابتكار ، يمكن للشركات تحديد المخاطر والتخفيف منها في وقت مبكر.
- **إيصال قيمة الابتكار:** يمكن أن تساعد محاسبة الابتكار الشركات على إيصال قيمة الابتكار إلى أصحاب المصلحة ، مثل المستثمرين والعملاء والموظفين. يمكن أن يساعد ذلك في بناء الدعم للابتكار داخل المنظمة ، وجذب استثمارات جديدة. هناك عدد من الطرق المختلفة التي يمكن استخدامها لقياس مستوى الابتكار. تتضمن بعض الطرق الأكثر شيوعاً ما يلي:
  - **المقاييس المالية:** يمكن استخدام المقاييس المالية مثل تكاليف البحث والتطوير، تكلفة الابتكار والإيرادات من الابتكار والعائد على الاستثمار لقياس الأداء المالي لأنشطة الابتكار.
  - **المقاييس غير المالية:** يمكن أيضاً استخدام المقاييس غير المالية مثل رضا العملاء ومشاركة الموظفين وحصصة السوق لقياس أداء أنشطة الابتكار.
  - **بطاقات أداء الابتكار:** تعد بطاقات أداء الابتكار طريقة للجمع بين المقاييس المالية وغير المالية في مقياس واحد لأداء الابتكار.

سيختلف أفضل نهج لمحاسبة الابتكار اعتماداً على الاحتياجات المحددة للمؤسسة. ومع ذلك، يجب على جميع الشركات الجادة بشأن الابتكار التفكير في تنفيذ شكل من أشكال محاسبة الابتكار.

تعد مصفوفة ماركون (2017) بطاقة أداء الأكثر مقبولية عالمياً يتكون من 30 مؤشر أداء ابتكار تتوزع على أربع مجالات مختلفة. وفقاً لـ García-Granero et al (2018) تشمل هذه المجالات ابتكار المنتج، ابتكار العملية، الابتكار التطبيقي والابتكار التسويقي. الجدول ادناه يوضح المؤشرات الرئيسية لبطاقة أداء الابتكار وفقاً لماركون (2017).

### جدول (2) بطاقة أداء مصفوفة ماركون

التفاصيل	مجالات الابتكار الاخضر	
استخدم مادة جديدة انظف أو مدخلات جديدة ذات تأثير أقل على البيئة	المنتج	
استخدام المواد المعاد تدويرها		
تقليل / تحسين استخدام المواد الخام		
تقليل عدد مكونات المنتج		
التخلص من المكونات الرديئة		
منتج ذو دورة حياة أطول		
قدرة المنتج على إعادة التدوير		
تقليل النفايات الكيميائية		
تقليل استخدام الماء		
تقليل استخدام الطاقة		
تقليل الفاقد إلى الحد الأدنى		
إعادة استخدام المكونات		

إعادة تدوير النفايات أو المياه أو المواد	العملية
استخدام تقنيات صديقة للبيئة	
استخدام الطاقة متجددة	
البحث والتطوير	
اقتناء الآلات والبرمجيات الحديثة	
الحصول على براءات الاختراع والترخيص	التنظيمي
الموارد البشرية الخضراء	
خطط منع التلوث	
الأهداف البيئية	
التدقيق البيئي	
الاستشارات بيئية	
الاستثمار في مجال البحث والتطوير	
التعاون مع أصحاب المصلحة	
الدخول الى أسواق جديدة	
استخدام أنظمة جديدة (أنظمة إعادة التصنيع وأنظمة النقل)	
استخدام تغليف قابل للإرجاع / قابل لإعادة الاستخدام	التسويقي
التغليف باستخدام التصميم الأخضر	
شهادات الجودة	
30	مجموع النقاط

### المبحث الثالث: الجانب العملي للبحث

- 3-1 اختيار عينة البحث :** يتمثل مجتمع البحث بجميع الشركات الصناعية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية البالغ عددها 25 شركة بواقع ثلاث شركات للمشروبات الغازية وغيرها، واربع شركات انشائية ، وشركتان للكرتون والتغليف، وشركتان للغذائية والتمور، واربع شركات للأدوية والكيماويات ، وخمس شركات للإلكترونيات والتعدينية الخفيفة، وشركتان للألبسة والخياطة، وثلاث شركات أخرى. وتم اختيار (21) شركة صناعية بحيث مثلت العينة ما نسبته (84 %) من مجتمع الدراسة للفترة (2010-2020)، وقد اختيرت الشركات عينة الدراسة بسبب عدد من الضوابط والشروط الاتية:
- 1- إن هذه الشركات جميعها مدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، وإن قوائمها وبياناتها مثبتة بشكل رسمي في السوق بحيث يمكن استخدامها والاستفادة منها.
- 2- إن جميع هذه الشركات تأسست سنة 2011 وهذا بذاته يدل على إن هذه الشركات تتوفر فيها الخبرة الكافية لمزاولة اعمالها بشكل جيد و سليم .
- 3- إن جميع الشركات ما زالت مستمرة في مزاولة اعمالها الانتاجية طول مدة الدراسة، ولم يتم تحويل ملكية هذه الشركات أو اندماجها طول فترة الدراسة (2011-2020) .
- 4- إن أسهم هذه الشركات لم تتعرض للإيقاف ولم ينقطع تداولها في السوق المالية طول فترة الدراسة (2011-2020).
- 5- إن شركات العينة تتميز بالشفافية وكذلك الافصاح عن حساباتها لتكون متاحة و متوفرة لجميع المهتمين والباحثين مستخدمي سوق العراق للأوراق المالية.
- 3-2 المنهجية العلمية للبحث وطرق قياس متغيراته:** بناء على الأسس النظرية التي تتعلق بمتغيرات البحث الحالي والعلاقة بينها طور الباحثين فرضية للبحث تضمنت جميع متغيرات البحث وأبعادها باعتماد أسلوب تحليل المحتوى للتقارير السنوية لشركات العينة. وفيما يلي عرض موجز لوصف متغيرات البحث وكيفية قياسها:

**3-2-1 قياس الإبلاغ عن الاستدامة:** يتم قياس درجة الإبلاغ عن الاستدامة، عن طريق استخدام أسلوب تحليل المحتوى للتقارير السنوية للشركات عينة الدراسة، تم اعداد مقياس مكون من 4 ابعاد تقيس درجة الإبلاغ عن الاستدامة، يتكون هذا المقياس من 108 من مؤشرات الإبلاغ عن الاستدامة تتوزع على ابعادها الأربعة، تحصل الشركة على نقطة واحد لكل فقرة يتم الإفصاح عنها في التقرير السنوي للشركة. هذه الابعاد تشمل (الأداء الاقتصادي، الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي، حوكمة الشركات). تم اعداد هذا المقياس استنادا الى (Global Reporting Initiative G4 Index) الجيل الرابع من معايير الإبلاغ الصادرة عن مبادرة الإبلاغ العالمية ويتكون من 108 درجة موزعة على ابعاده الأربعة. يتم قياس كل محور من خلال تحليل محتوى التقرير السنوي للشركة وإعطاء الشركة الدرجة المحددة في المقياس عند الإفصاح عن المعلومات الخاصة بكل بند من بنود المقياس. وبعكسه تستحق الشركة صفرا في حالة عدم توفر هذا النوع من الإفصاحات. الملحق رقم 1 يبين تفاصيل معلومات الإفصاح عن الاستدامة لكل بعد من الابعاد الخاضعة للدراسة (الأداء الاقتصادي، الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي، وحوكمة الشركات) بأبعادها الفرعية.

**3-2-2 قياس الابتكار الأخضر:** تم قياس قيمة الابتكار الأخضر وفقا لهذا المقياس، عن طريق استخدام أسلوب تحليل المحتوى للتقارير السنوية للشركات الصناعية عينة البحث. اذ تم اعتماد مقياس يتكون مكون من 4 مستويات للابتكار الأخضر، يتكون هذا المقياس من 30 مؤشر من مؤشرات الابتكار تتوزع على ابعادها الأربعة، تحصل الشركة على نقطة واحد لكل فقرة يتم الإفصاح عنها في التقرير السنوي للشركة. هذه الابعاد تشمل (الابتكار على مستوى المنتج، الابتكار على مستوى العملية، الابتكار التنظيمي، الابتكار التسويقي). يمثل المقياس اعلاه مؤشرات الأداء الرئيسية التي تقيس قيمة الابتكار الأخضر على مستوى الشركة، لا سيما من منظور المنتج والعملية والتنظيم والتسويق، وفقاً للتصنيف الذي قدمه (Marcon, de Medeiros, & Ribeiro, 2017).

**3-2-3 قياس قيمة الشركة:** اما قياس قيمة الشركة فقد تم اعتماد مقياس Tobin's Q كمقياس يجمع بين القيمة الدفترية والقيمة السوقية للشركة. والمعادلة الآتية تبين طريقة احتساب قيمة الشركة وفقا لهذا المؤشر:

$$\text{قيمة الشركة} = (\text{القيمة السوقية لحقوق الملكية} + \text{القيمة السوقية للمطلوبات}) / \text{القيمة الدفترية لحقوق الملكية}.$$

1. نتائج اختبار فرضيات البحث: يوضح الجدول (3) التحليل الوصفي لمتغيرات البحث على مستوى جميع الشركات عينة البحث ولكل شركة بصورة اجمالية. ويعرض الجدول المتوسط الإجمالي لجميع متغيرات البحث على مستوى كل شركة بشكل اجمالي.

### جدول (3) الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة الرئيسية.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EC	194	1.00	7.00	4.1082	1.83902
EN	194	2.00	10.00	6.2732	2.08190
SOC	194	2.00	10.00	5.8711	2.49121
GOV	194	3.00	8.00	5.4794	1.41131
CSR	194	8.00	35.00	21.7320	7.70575
PRO	194	.00	4.00	1.8866	1.12785
PRS	194	1.00	7.00	5.7113	1.02263
ORG	194	2.00	5.00	3.9278	.65574
MRK	194	.00	3.00	1.1907	.49841
ECOIN	194	3.00	19.00	12.7165	2.98997
FMV	194	.00	.76	.0257	.09988
Valid N (listwise)	193				



إذ ان:

EC = الأداء الاقتصادي

EN = الأداء البيئي

SOC = الأداء الاجتماعي

GOV = الحوكمة

CSR = الإبلاغ عن الاستدامة

PRO = الابتكار على مستوى المنتج

PRS = الابتكار على مستوى العملية

ORG = الابتكار التنظيمي

MRK = الابتكار التسويقي

ECOIN = مؤشر الابتكار الأخضر الكلي

FMV = قيمة الشركة وفقا لمؤشر TobinQ

وقد اعتمدت النتائج المستخرجة من التحليل الإحصائي على البرنامج الإحصائي (SPSS). عدد الشركات = 21 شركة للفترة من 2011 إلى 2020، وعدد المشاهدات = 194 مشاهدة (سنة الشركة) بعد استبعاد القيم المفقودة الناتجة عن عدم توفر بيانات الشركة في سنة محددة أو توقف عملها النشاط عند مستوى معنوي \* \* 0.01.

**الفرضية الرئيسية الأولى:** تنص على أن (هنالك تأثير ذو دلالة إحصائية لمستوى الإبلاغ عن الاستدامة على قيمة الشركة). وتشير نتائج التحليل الإحصائي لنتائج اختبار هذه الفرضية باستخدام المقياس العام الإبلاغ عن الاستدامة (G4) إلى أن المتغير المستقل الإبلاغ عن الاستدامة (CSR) قد حقق تأثيراً كبيراً على قيمة الشركة (FMV) للشركات العراقية، عينة البحث عند مستوى معنوي قدره 0.01، وأن المتغير المستقل (الإبلاغ عن الاستدامة (CSR)) يفسر قيمته (19%) من المتغير التابع قيمة الشركة (FMV) كقيمة معامل التحديد. كان (R<sup>2</sup> = 0.193).

#### جدول (4) نتائج اختبار فرضيات الدراسة

Model 3	Model 2	Model 1	Variables
t	Coefficient	t	Coefficient
-6.325	-.241	-6.799	-.186
			Constant
		-5.061	-.098
		6.089	.022
		7.087	.022
		6.468	.017
		7.098	.032
		6.776	.006
-2.062	-.006		PRO
		7.531	.042
		4.730	.032
		6.315	.063
		13.447	.140
		7.950	.017
4.295	.031		MRK
.264			ECOIN
.256		.193	R <sup>2</sup>
34.264		.189	R <sup>2</sup> adj
<.001**		45.911	F
		<.001**	P

a Note: The displayed coefficients are unstandardized. \* p less than 0.05, \*\*p. less than 0.01.

أظهرت نتائج هذه الفرضية أن الإبلاغ عن الاستدامة له تأثير قوي بنسبة 19% على قيمة الشركة. ويعني ذلك أن الزيادة في مستوى أداء الاستدامة ستؤدي إلى تحسين قيمة الشركة. سيؤدي إعداد التقارير حول الاستدامة إلى تحسين سمعة الشركة في المجتمع والمجتمع الاقتصادي نحو التحول إلى الطاقة النظيفة وزيادة كفاءة أداء الاستدامة. ولا شك أن ذلك سينعكس على جذب المستثمرين لأن منتجات هذه الشركة صديقة للبيئة وتؤدي إلى تقليل الانبعاثات وبالتالي تحسين قيمة الشركة.

**الفرضية الرئيسية الثانية:** تنص على أن (هنالك تأثير ذو دلالة إحصائية لمستوى الابتكار البيئي على قيمة الشركة).

تم اختبار هذه الفرضية باستخدام مقياس الابتكار البيئي المعد وفق مصفوفة ماركون (2017) والذي يتكون من 30 مؤشراً للابتكار البيئي.

وأظهرت نتائج اختبار هذه الفرضية باستخدام مقياس الابتكار البيئي (ECOIN) أن المتغير المستقل (ECOIN) قد حقق تأثيراً معنوياً على المتغير التابع قيمة الشركة (FMV) للشركات العراقية عينة البحث بمعدل مستوى معنوي قدره 0.05، وأن المتغير المستقل (الابتكار البيئي (ECOIN)) يفسر قيمته (25%) للمتغير التابع قيمة الشركة (FMV)). وكانت قيمة معامل التحديد ( $R^2=0.248$ ) مما يعني قبول الفرضية الرئيسية الرابعة.

أظهرت نتائج هذه الفرضية أن مستوى أداء الابتكار البيئي له تأثير قوي بنسبة 25% على قيمة الشركة. ويعني ذلك أن الزيادة في مستوى أداء الابتكار البيئي ستؤدي إلى تحسين قيمة الشركة. حيث إن أنشطة الابتكار البيئي سواء تلك المتعلقة بالمنتج أو العملية أو الابتكار التنظيمي أو التسويقي من شأنها تحسين سمعة الشركة في المجتمع والوسط الاقتصادي نحو الاستفادة من التقنيات الحديثة والأجهزة والمعدات المبتكرة في أنشطتها وبالتالي تحسين الشركة قيمة.

**الفرضية الرئيسية الثالثة:** تنص على أن (هنالك تأثير ذو دلالة احصائية للإبلاغ عن الاستدامة ومستوى الابتكار البيئي على قيمة الشركة).

تظهر نتائج اختبار هذه الفرضية باستخدام مقياس الإبلاغ عن الاستدامة (G4) ومصفوفة ماركون للابتكار البيئي (ECOIN) أن المتغيرين المستقلين، الإبلاغ عن الاستدامة (CER) وابتكار الابتكار البيئي (ECOIN)، قد حققا تقدماً كبيراً تأثير المتغير التابع قيمة الشركة (FMV) للشركات العراقية عينة البحث عند مستوى معنوي قدره 0.05، وأن المتغيرين المستقلين (الإبلاغ عن الاستدامة (CER) والابتكار البيئي والابتكار (ECOIN)) يفسران قيمتها (26%) من قيمة المتغير التابع الشركة (FMV)). وكانت قيمة معامل التحديد ( $R^2 = 0.264$ )، مما يعني قبول الفرضية الرئيسية الخامسة وأن هناك تأثير تكميلي لتطبيق كل من معايير الإبلاغ عن الاستدامة ومؤشرات الابتكار البيئي على قيمة الشركة.

أظهرت نتائج هذه الفرضية أن التكامل بين الإبلاغ عن الاستدامة ومستوى أداء الابتكار البيئي أثر بقوة على 26% من قيمة الشركة. ويعني ذلك أن الزيادة في مستوى الإبلاغ عن الاستدامة ومستوى أداء الابتكار البيئي ستؤدي إلى تحسين قيمة الشركة. إن أنشطة الابتكار البيئي، سواء كانت تتعلق بالمنتج، أو العملية، أو الابتكار التنظيمي، أو التسويقي، ستعمل على تحسين سمعة الشركة في المجتمع والوسط الاقتصادي نحو الاستفادة من التقنيات الحديثة والأجهزة والمعدات المبتكرة. ولا شك أن التحول إلى الطاقة النظيفة وزيادة كفاءة الأداء المستدام سينعكس على جذب المستثمرين باعتبار منتجات هذه الشركة صديقة للبيئة وتؤدي إلى تقليل الانبعاثات وبالتالي تحسين قيمة الشركة.

## المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

### 4-1 الاستنتاجات

- يتناول هذا المبحث عرضاً لأهم الاستنتاجات التي توصل اليها الباحثين، وهي على النحو التالي:
1. ان الالتزام بمعايير مبادرة الإبلاغ العالمية (GRI) خارطة الطريق للإبلاغ عن أبعاد محاسبة الاستدامة في تحقيق استمرارية الشركات واستدامتها.
  2. أن أبعاد الابتكار الأخضر ذات تأثير قوي وفعال على أبعاد تصميم المنتجات صديقة البيئة وهذا يؤكد على إدراك المنظمات لمفهوم الابتكار الأخضر ضمن استراتيجياتها التنظيمية والذي من شأنه تحقيق تأثيرات إيجابية في تصميم المنتجات صديقة البيئة .
  3. تبين نتائج الدراسة انخفاض مستوى الإبلاغ عن الاستدامة لدى الشركات محل البحث ولجميع ابعادها (الأداء الاقتصادي، الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي و الحوكمة) مقاسه بنسبة عدد المؤشرات المفصح عنها نسبة الى اجمالي فقرات المقياس البالغة 108 مؤشر .
  4. تبين نتائج الدراسة انخفاض مستوى الابتكار الأخضر لدى الشركات محل البحث ولجميع ابعادها (ابتكار المنتج، ابتكار العملية، الابتكار التنظيمي و الابتكار التسويقي) مقاسه بنسبة عدد المؤشرات المفصح عنها نسبة الى اجمالي فقرات المقياس البالغة 30 مؤشر .
  5. تبين نتائج التحليل الاحصائي للبيانات ان الإبلاغ عن الاستدامة يمتلك تأثيرا معنويا في قيمة الشركة للشركات العراقية عينة البحث ولجميع ابعاده (الأداء الاقتصادي، الأداء البيئي، الأداء الاجتماعي و الحوكمة).
  6. تبين نتائج التحليل الاحصائي للبيانات ان هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لمستوى الابتكار الأخضر بجميع ابعاده الوصفية (ابتكار المنتج، ابتكار العملية، الابتكار التنظيمي و الابتكار التسويقي) على قيمة الشركة للشركات عينة البحث.
  7. تبين نتائج التحليل الاحصائي للبيانات ان هنالك تأثير ذو دلالة معنوية للتكامل بين الإبلاغ عن الاستدامة والابتكار الاخضر على قيمة الشركة.

### 4-2 التوصيات

- يوضح هذا الجزء أيضاً أهم التوصيات التي توصل اليها الباحثين، من خلال الاستنتاجات الموضحة في البحث التي تعيد الشركات الصناعية موضوع البحث والشركات المماثلة وهي على النحو التالي :
1. يجب على الشركات بدء مشاريع جديدة وتشجيع البحث والتطوير في التقنيات الصديقة للبيئة.
  2. الابتكار الاخضر يزيد من أداء الشركات ويساعد على اتخاذ قرارات المديرين في المنظمة ويؤدي إلى قيام الإدارات العليا بتنفيذ هذا النظام الجديد.
  3. توعية وتنقيف مختلف الأطراف لأصحاب المصالح بأهمية الأخذ بنظر الاعتبار المعلومات الخاصة بالجانب البيئي والاجتماعي بالإضافة إلى المعلومات الاقتصادية عند اتخاذ القرارات المهمة.
  4. ضرورة الاهتمام بالأبعاد البيئية والاجتماعية للاستدامة لما لها من تأثير كبير ومباشر ونتيجة الأضرار التي خلفتها الشركات بالبيئة وعدم المحافظة عليها
  5. زيادة التوعية المجتمعية بدور الشركات ومسئوليتها تجاه البيئة والمجتمع المحيط، والعائد المتبادل الذي يعود على كل من المجتمع وكذلك علي قيمة الشركة
  6. انجاز مراكز وطنية لمراقبة البيئة، وتكثيف برامج الحفاظ على المناخ، وتعزيز أدوات التنمية الاقتصادية ذات البعد الصديق للبيئة الابتكار الأخضر.



7. تبني مؤسسات الصناعات التقليدية إستراتيجية الابتكار الأخضر والالتزام بالقوانين واللوائح المتعلقة بالمحافظة وحماية البيئة.

#### المصادر:

1. الابراهيمى، حسن عبد الكريم، 2018، "توظيف معايير محاسبة الاستدامة معيار "FNO101" لتحسين الافصاح والشفافية وتعزيز ثقة المستثمرين " رسالة ماجستير -كلية الادارة والاقتصاد - جامعة كربلاء
2. الشرع ، حوراء نعمة صادق ، 2019، " الإطار المتكامل للإبلاغ عن المعلومات المحاسبية في ظل تحقيق أهداف التنمية المستدامة دراسة تطبيقية في بنك عودة/ فرع النجف"، رسالة ماجستير -كلية الادارة والاقتصاد - جامعة الكوفة.
3. شعبان، محمد رمضان محمد and محمد رمضان محمد. "اثر الافصاح المحاسبي عن الاستدامة على قيمة الشركة: دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة في مؤشر مسؤولية الشركات المصري". مجلة البحوث المحاسبية. 6. الجزء الثاني-العدد 1 (2019): 37-80.
4. الهوارى، ناهد محمد يسري، و ناهد محمد يسري. "محددات الإفصاح المحاسبي لإعداد تقارير متكاملة وانعكاساتها على قرارات أصحاب المصالح في البيئة المصرية: دراسة نظرية وميدانية". الفكر المحاسبى. 633-746. (2015) 19.5
5. Adams, C. A., Alhamood, A. M., & He, X. (2022). The development and implementation of GRI Standards: practice and policy issues. In Handbook of Accounting and Sustainability (pp. 26-43). Edward Elgar Publishing.
6. Alshara, H. N. (2021). Sustainability Reporting Practices Through Integrated Reporting Framework for Sustainable Development in Developing Countries: An Empirical Study. Akkad Journal of Contemporary Accounting Studies, 1(1), 38-51.
7. Barnett, M. L., Henriques, I., & Husted, B. W. (2020). Beyond good intentions: Designing CSR initiatives for greater social impact. Journal of Management, 46(6), 937-964.
8. Brockett, A., & Rezaee, Z. (2012). Corporate sustainability: Integrating performance and reporting (Vol. 630). John Wiley & Sons.
9. Fazal-e-Hasan, S. M., Ahmadi, H., Sekhon, H., Mortimer, G., Sadiq, M., Kharouf, H., & Abid, M. (2023). The role of green innovation and hope in employee retention. Business Strategy and the Environment, 32(1), 220-239.
10. García-Granero, E. M., Piedra-Muñoz, L., & Galdeano-Gómez, E. (2018). Eco-innovation measurement: A review of firm performance indicators. Journal of Cleaner Production, 191, 304-317.
11. Kochetkov, D. M. (2023). Innovation: A State-of-the-Art Review and Typology. International Journal of Innovation Studies.
12. Kortmann, S., & Piller, F. (2016). Open business models and closed-loop value chains: Redefining the firm-consumer relationship. California Management Review, 58(3), 88-108.
13. Lampikoski, T., Westerlund, M., Rajala, R., & Möller, K. (2014). Green innovation games: Value-creation strategies for corporate sustainability. California Management Review, 57(1), 88-116.
14. Liu, Y., Kim, C. Y., Lee, E. H., & Yoo, J. W. (2022). Relationship between sustainable management activities and financial performance: Mediating effects of non-financial performance and moderating effects of institutional environment. Sustainability, 14(3), 1168.
15. Lubberink, R., Blok, V., Van Ophem, J., & Omta, O. (2017). Lessons for responsible innovation in the business context: A systematic literature review of responsible, social and sustainable innovation practices. Sustainability, 9(5), 721.
16. Marcon, A., de Medeiros, J. F., & Ribeiro, J. L. D. (2017). Innovation and environmentally sustainable economy: Identifying the best practices developed by multinationals in Brazil. Journal of Cleaner Production, 160, 83-97.
17. Orlando, B., Ballestra, L. V., Scuotto, V., Pironti, M., & Del Giudice, M. (2020). The impact of R&D investments on eco-innovation: A cross-cultural perspective of green technology management. IEEE Transactions on Engineering Management, 69(5), 2275-2284.
18. Rodrigus, M., & Franco, M. (2019). The corporate sustainability strategy in organizations: A systematic review and future directions. Sustainability, 11(22), 6214.
19. Stubbs, W., & Higgins, C. (2014). Integrated reporting and internal mechanisms of change. Accounting, auditing & accountability journal.
20. Thaslim, K. M., & Antony, A. R. (2016). Sustainability reporting—Its then, now and the emerging next!. World Scientific News, (42), 24-40.
21. Vasileiou, E., Georgantzis, N., Attanasi, G., & Llerena, P. (2022). Green innovation and financial performance: A study on Italian firms. Research Policy, 51(6), 104530.