



دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في ادارة الارباح

The role of corporate social responsibility in profit management

بتوين حميد جاسم

مديرية تربية الكرخ الثانية

batweenhamed@gmail.com

م.م عمر علي حسين

جامعة بغداد /كلية الإدارة والاقتصاد

oali86858@gmail.com

م.م منى حميد سعدون

مركز البحث والتطوير النفطي

muna.hamed72@gmail.com

المستخلص

تعد التجاوزات المتكررة لأخلاقيات العمل من الظواهر السلبية التي تؤثر بشكل ملحوظ على ثقة الجمهور في القطاع المالي، مما ينعكس سلباً على الاستقرار الاقتصادي على الصعيدين الوطني والعالمي. في هذا السياق، يظهر أن المشاركين في الأسواق المالية يتزايدون في وعيهم واستيعابهم لأهمية القطاعات الملتزمة بالاستدامة والاستثمار الأخلاقي والتمويل الأخضر. ولا يقتصر الأمر على ذلك، بل يتسع الفهم ليشمل الأنظمة التي تقلل من التأثيرات الضارة للسلوك الرأسمالي. وفي هذا السياق يترتب على التزام الشركات بممارسات المسؤولية الاجتماعية إعداد تقارير وقوائم مالية متسمة بالشفافية والمصادقية، مما يشير إلى مستوى منخفض لممارسات إدارة الأرباح من قبل إدارات هذه الشركات. يهدف البحث الحالي إلى استكشاف العلاقة بين ممارسات إدارة الأرباح والمسؤولية الاجتماعية، ويركز على تحديد ما إذا كانت المسؤولية الاجتماعية تشكل أداة رقابية تقيّد ممارسات إدارة الأرباح. وقد توصلت الدراسة إلى أهمية تكريس الشركات للعناية الكافية بمسؤولياتها الاجتماعية، نظرًا لتأثيرها المباشر على نتائج الأعمال، بجانب الحاجة الملحة لنشر الوعي بالجوانب الإيجابية لممارسات إدارة الأرباح.

الكلمات الافتتاحية: المسؤولية الاجتماعية، ادارة الارباح.

Abstract:

Recurring violations of ethical practices in the workplace are negative phenomena that significantly impact public trust in the financial sector, reflecting adversely on economic stability at both national and global levels. In this context, participants in financial markets are increasingly aware of and comprehend the importance of sectors committed to sustainability, ethical investment, and green finance. Moreover, this understanding extends to systems that mitigate the harmful effects of capitalist behavior. In this context, corporate commitment to social responsibility entails preparing reports and financial statements characterized by transparency and credibility, indicating a low level of profit management practices by the management of these companies. The current research aims to explore the relationship between profit management practices and social responsibility, focusing on determining whether social responsibility serves as a regulatory tool restricting profit management practices. The study highlights the importance of companies dedicating sufficient attention to their social responsibilities, given their direct impact on business outcomes, alongside the urgent need to raise awareness of the positive aspects of profit management practices.

Keywords: Social Responsibility, Profit Management.

المقدمة:

بسبب الأزمة العالمية في عام 2008 وانهيار العديد من الشركات الكبرى، نتيجة لتوجه إدارتها نحو استخدام صلاحياتها في تحريف الأرباح بهدف تعظيمها، حدث فقدان ثقة المستثمرين والمساهمين وجميع أصحاب المصالح في صدق وعدالة قوائمها المالية. إلى جانب ذلك، كان هناك قصور في التقارير المالية، حيث قدمت المعلومات المالية فقط دون توفير معلومات غير مالية حول الجوانب البيئية والمجتمعية للشركة. تبنت الهيئات المهنية وواضعو المعايير والأكاديميون والمنظمون والصحافة المالية اهتمامًا متزايدًا نحو "إدارة الأرباح"، إلى جانب ظهور ما يُعرف بـ "المسؤولية الاجتماعية". اكتسبت المسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة بفضل التطور الاقتصادي السريع، حيث أصبحت معيارًا للسلوك الأخلاقي، ودخلت في نطاق عمل الشركات للحد من الآثار السلبية للممارسات الخاطئة ومحاربة الفساد. لذا يتطلب توجيه الاهتمام نحو دراسة وتحليل ظاهرة إدارة الأرباح وإيضاح محاولة الحد منها، وذلك عبر إلزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية. يمكن للشركات أن تحقق شرعية في المجتمع وتدعم الجماعات البيئية من خلال ممارسة أنشطتها بشكل إيجابي، مما يعكس تأنيلاً إيجابياً على تعزيز ثقة المستخدمين في تقاريرها المالية، وبالتالي تحسين سمعة الشركة وصورتها في المجتمع.

مشكلة البحث: أثرت الأزمة المالية العالمية على الشركات الكبرى على نطاق عالمي، حيث كانت إحدى أسبابها هي ممارسات إدارة الأرباح التي قامت بها إدارات تلك الشركات. تمثل هذه الممارسات تحديًا كبيرًا للشركات، حيث أثرت سلبًا على سمعتها وثقة الجمهور في الدقة والشفافية للقوائم المالية التي تنشرها. تنبثق من هذه السياقات مشكلة البحث وتتمثل في التساؤلات الآتية:

- 1- هل توجد علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وممارسات إدارة الأرباح؟
 - 2- هل يؤثر مستوى المسؤولية الاجتماعية التي تتحملها الشركات على ممارسات ادارة الأرباح.
- اهمية البحث:** تتجلى في تناوله لأحد أهم المواضيع البحثية الا وهي المسؤولية الاجتماعية وممارسات إدارة الأرباح حيث يعتبر البحث ذات أهمية ل:

- 1- الجهات الرقابية في تقييم درجة التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية، والتي تلعب دورًا حاسمًا في الحد من ممارسات إدارة الأرباح للشركات غير الملتزمة بالمعايير الأخلاقية.
- 2- الشركات في دعم القدرة التنافسية لها وتحسين صورتها وسمعتها في وسط الأعمال من خلال التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والذي يعزز التفاعل الإيجابي مع المجتمع ويسهم في تعزيز التنمية المستدامة.
- 3- الأطراف الخارجية للشركات من خلال تلبية احتياجاتها بتحليل المعلومات المالية وغير المالية بشكل دقيق وموثوق

اهداف البحث: تنبثق من طبيعة المشكلة المحددة وأهميتها الاقتصادية عدة اهداف وهي :

- 1- إثراء المعرفة وتوفير أساس نظري حول المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 2- فهم وتحليل العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح.
- 3- بيان دور المسؤولية الاجتماعية في الحد من ممارسات إدارة الأرباح .

فرضيات البحث يستند البحث الى فرضيتين مفادهما:

- 1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وممارسات ادارة الارباح.
- 2- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وممارسات ادارة الارباح .

اولا: المسؤولية الاجتماعية:- نتناول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) قضية لا يمكن تجاهلها في ساحة الأعمال الحديثة، حيث يظهر كواحدة من الحقائق الواضحة التي تفرض نفسها على الساحة الاقتصادية. ورغم ذلك، يظل تحديد تعريف دقيق وموحد للمسؤولية الاجتماعية أمراً صعباً. يمكن فهمها بشكل شامل باعتبارها تجميعاً من الممارسات والسياسات التي تُدمج في مهام الشركات الصناعية والتجارية، وفي عمليات اتخاذ القرارات عبر جميع أقسام الشركة، ابتداءً من القضايا المتعلقة بأخلاقيات العمل والبيئة وصولاً إلى القضايا الاجتماعية وحقوق الموظفين والمستهلكين وحقوق الإنسان، وهو ما يعني انتقالها من الإطار التقليدي الذي يركز على رصد العمليات الاقتصادية وتقريرها، إلى التركيز على وظائف إضافية مثل قياس الأداء الاجتماعي للشركات. يظهر ذلك من خلال الآثار الاجتماعية والبيئية التي تنشأ عن أداء تلك الشركات، حيث يصبح تقدير الأثر الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من مسؤوليات الشركات (Hsu et al., 2017: 507). تُعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات في سياق الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي من خلال الإجراءات والسياسات التنظيمية. وفي هذا السياق أشارت الدراسات إلى أن وجود المسؤولية الاجتماعية للشركات يلزم الشركات بتكثيف جهودها لتحقيق فوائد فورية للمجتمع. بالإضافة إلى ذلك، يُفترض أن تعمل شركات اليوم على تحقيق التوازن بين الفوائد الراهنة وتأثيراتها السلبية، وتجعل من المسؤولية الاجتماعية للشركات جزءاً لا يتجزأ من استراتيجياتها المستقبلية (Alfitri, 2021: 74).

اهمية المسؤولية الاجتماعية :

تتجلى أهمية المسؤولية الاجتماعية في مجتمعاتنا من خلال تفاعل متكامل لعدة عوامل، وذلك وفقاً للبحث الذي أجراه Gras حيث يتضح أن هذه العوامل تسهم في تعزيز الفهم والتطبيق الفعال لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. يمكن تلخيص هذه العوامل على النحو التالي (Gras et al , 2016:287-289):

1. زيادة التكافل الاجتماعي: تعزيز شعور بالانتماء والتضامن بين فئات المجتمع، مما يُسهم في تعزيز التكافل والتعاون الاجتماعي.
2. الاستعداد الاجتماعي: نتيجة لتحقيق عدالة اجتماعية وتبني مبدأ تكافؤ الفرص، والذي يشكل أساس المسؤولية الاجتماعية للشركات.
3. تحسين نوعية الحياة: عبر تطوير البنية التحتية والجوانب الثقافية والاجتماعية، مما يُسهم في تعزيز جودة الحياة في المجتمع.
4. زيادة الوعي والاندماج: تعزيز الفهم حول أهمية التفاعل الفعال بين منظمات المجتمع المختلفة وفئاته المختلفة ذات المصلحة.
5. تعزيز الترابط الاجتماعي: تعزيز التفاعل والازدهار الاجتماعي على مختلف المستويات، بناءً على أساس مفاهيم مثل الشفافية والصدق وتقليل السرية في التعامل.
6. المساهمة في التنمية: دفع عجلة التنمية في كافة جوانبها، مما يؤدي إلى تحقيق مجتمع متحضر ومسؤول، يدرك حقوقه وواجباته.
7. منع تلوث البيئة: تكريس الجهود لمنع تلوث البيئة والحفاظ على الطبيعة، مع التركيز على استخدام أساليب صديقة للبيئة.
8. توفير المعلومات: توفير معلومات كافية للمجتمع حول السلع والخدمات المقدمة، لتعزيز الشفافية والتفاعل بين الشركات والمجتمع.

اهداف المسؤولية الاجتماعية : يتجلى هدف المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق مجموعة متنوعة من الأهداف التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية، وفقاً لأبحاث (أمجوج، 2019: 40-41):

1. اثبات إمكانية تلبية احتياجات الزبائن: تسعى الشركات إلى تحقيق رغبات واحتياجات الزبائن من خلال تقديم منتجات وخدمات تتفق مع متطلباتهم، وهو هدف يعزز العلاقة بين الشركة وزبائنها.
2. زيادة رضا العاملين والزبائن: ينطوي تنفيذ نظام مسؤولية اجتماعية فعال على تحسين ظروف العمل ورفاهية الموظفين، مما يسهم في زيادة رضا العاملين وبالتالي يؤثر إيجابياً على رضا الزبائن.
3. تحسين القدرات والأداء العام: تسعى الشركات إلى تطوير قدرات موظفيها وتعزيز أدائهم العام لتلبية توقعات ورغبات الزبائن وأصحاب المصالح الآخرين، وهذا يسهم في بناء منظومة عمل فعالة ومستدامة.
4. وضع السياسات والأهداف البيئية والمجتمعية: يشمل هذا الهدف وضع أساليب وإجراءات لتعريف الموظفين بالسياسات والأهداف البيئية والمجتمعية للشركة، وتقييم مدى فعاليتها والامتثال لها. يعزز هذا الهدف التزام الشركة بالقضايا البيئية والاجتماعية ويسهم في تحقيق التنمية المستدامة.

ابعاد المسؤولية الاجتماعية : يركز تطور الأعمال على اربعة ركائز أساسية تتمثل بالركائز الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والبيئية لذلك فان الحصول على دعم أصحاب المصالح يتطلب من الشركات التقليل من الآثار السلبية على المجالات الاجتماعية والاقتصادية والقانونية والبيئية وعدم التضحية بمصالح الجيل القادم، لذا تتبع ابعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال علاقة الشركة ببيئتها (Rofiah & Imanu, 2020:49)، ويمكن ايجاز تلك الابعاد في الاتي :

1. **البعد الاقتصادي :** وهي اساس المسؤوليات الاجتماعية للمنظمات ، وتعني العمل على انتاج السلع والخدمات التي يرغب المجتمع فيها، اي على الشركات الوفاء بمسؤولياتها الاساسية كوحدة اقتصادية في المجتمع ، اي يمثل هذا البعد العمليات والانشطة ذات الطابع الاقتصادي والتي يتم تنفيذها في اطار التزام الشركات بالجوانب الاجتماعية تجاه المجتمع عن طريق تحقيق مؤشرات اقتصادية متعلقة بالإداء كالمبيعات وتحسين الانتاجية .
2. **البعد القانوني :** تتبع الواجبات القانونية من احترام القانون ، ويتم تمرير القوانين التي تنظم سير الاعمال لان المجتمع لا يثق دائماً بشركات الاعمال للقيام بما هو حق ، ان القوانين توفر الحد الأدنى الاخلاقي لسلوك الشركات ويمكن ان يتبع لا اراديا خوفا من العقاب وليس طوعا من منطلق اخلاقي داخلي (ياسر، 2013: 30-31)
3. **البعد البيئي :** البُعد البيئي في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات يرتبط بمجموعة من الأنشطة التي تقوم بها الوحدات الاقتصادية للحفاظ على البيئة. يعدّ البيئة معياراً أساسياً يُستخدم لتقييم مدى تبنى الشركات للمسؤولية الاجتماعية. يتضمن البُعد البيئي عدة عناصر، منها وجود نظام لإدارة البيئة، واستخدام الموارد والطاقة، واتخاذ التدابير الوقائية للحد من التلوث الناتج عن الانبعاثات والفضلات الملوثة (مهدي وفارس، 2022: 391-392).
4. **البعد الاجتماعي :** البُعد الاجتماعي يُظهر مدى إسهام الشركات في تحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع الذي تعمل فيه هذه الشركات. يشمل هذا البُعد جهود تحسين شؤون العاملين ورعايتهم، مما ينعكس إيجاباً على حياتهم ويؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتطوير قدراتهم ومهاراتهم الفنية والتقنية. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن توفير الأمان المهني والوظيفي، وتوفير الرعاية الصحية الضرورية للعاملين. يُعكف البحث الذي أجري من قبل (Imanu & Rofiah ، 2020 : 49) على استكشاف هذا البُعد الاجتماعي وتحليله بشكل أكثر تفصيلاً.

الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية : تلقى موضوع الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية اهتماماً كبيراً نظراً للأثر البالغ الذي يتركه على الشركات ومكانتها الاقتصادية والاجتماعية، فضلاً عن تأثيره على قرارات مستخدمي القوائم المالية والتقارير المحاسبية (المالكي وعبد الرحمن، 2019 : 44). يُعرّف الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية على

أنه تقديم البيانات والمعلومات المالية والمحاسبية بشكل واضح وصحيح وملئم لمستخدميها، بهدف تمكينهم من اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمال الشركة. ويمكن تصنيف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من الناحية القانونية إلى عدة فئات، وفقاً للتصنيف القانوني الذي قدمته (Alfitri, 2021:96-98).

1. **الإفصاح الإلزامي** : أي إلزام الشركات بتقديم جميع المعلومات المالية وغير المالية الهامة نسبياً إلى مستخدمي القوائم المالية وفق مبادئ ومعايير محاسبية صادرة من هيئات مهنية دولية التي تلزم بموجبها الشركات المدرجة في الأسواق المالية بتقديمها وبموجبها تتحمل الشركة المسؤولية في حال إخلالها بالإفصاح الإلزامي .

2. **الإفصاح الاختياري** : أو الطوعي، يُعتبر إضافةً مكملةً للإفصاح الإلزامي، حيث يتمثل هدفه في تقديم معلومات مالية وغير مالية تتعلق بالوضع الاقتصادي والاجتماعي للشركة. يهدف هذا النوع من الإفصاح إلى تقليل عدم تماثل المعلومات وتعزيز رقابة أصحاب المصلحة على إدارة الشركة، بالإضافة إلى تقييم مدى تحقيق الشركة للأهداف التي وضعها مجلس الإدارة، وتوقعاتها المستقبلية. غالباً ما تلجأ الشركات إلى التقليل من حجم الإفصاح الاختياري، وذلك استناداً إلى الظروف والعوامل المحيطة بها.

منافع المسؤولية الاجتماعية : أن للمسؤولية الاجتماعية مجموعة من الفوائد والتي يمكن إيجازها في الآتي : (عرفة ونصر، 2015: 176)

1. تشير التقارير الاقتصادية الدولية أن الشركات التي تحقق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها بنسبة 18% مقارنة بالشركات التي لا تتبع برامج المسؤولية الاجتماعية .

2. تشير استطلاعات الرأي العام أن ما يقارب نسبة 73% من قادة الأعمال في أوروبا يؤمنون أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يسهم بشكل فعال في زيادة مستوى الانتاج والربحية للشركات التي تمارس المسؤولية الاجتماعية .

3. اثبتت العديد من البحوث والدراسات أن تثقيف الموظف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وإشراكه في برامجها يسهم في تخفيف الأعباء التي تتحملها الشركات إلى جانب زيادة الإنتاجية وخفض التكاليف التي يتسبب بها الغياب والفواتير الصحية بنسبة 30% .

اتجاهات المسؤولية الاجتماعية : تتمثل اتجاهات المسؤولية الاجتماعية في : (عبد الله، 2021: 59-62)

الاتجاه الأول: التركيز على أداء الشركة في وظيفتها الاقتصادية

يمكن للشركة تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية عبر نجاحها في أداء وظيفتها الاقتصادية. يعتبر تحقيق القوة الإنتاجية والأرباح المتزايدة ومستويات النمو الاقتصادي الجيدة نتائجاً تعكس إيجابياً على قدرة الشركة في التعامل مع مشاكل المجتمع وتحليلها. يُعدُّ تحقيق الرفاهية للمجتمع أحد أهداف الشركة واهتماماتها. يؤكد رجل الاقتصاد الشهير ميلتون فريدمان على أن هناك مسؤولية اجتماعية واحدة فقط للشركة، وهي تحقيق ذلك من خلال استخدام دورها وتنافسها في سوق العمل دون أي خداع.

الاتجاه الثاني: الموازنة بين تحقيق الأرباح وتحقيق الأهداف الاجتماعية

يعزز مؤيدو هذا الاتجاه التغييرات الاجتماعية في المجتمع إلى دور الشركات في تحقيق التوازن بين تحقيق الأرباح وتحقيق الأهداف الاجتماعية. يرون أن تحقيق الأرباح على المدى الطويل يساعد الشركة على الاستمرار والنمو والتوسع. يعتبرون أن الشركة مسؤولة اجتماعياً وتسعى لتحقيق الأرباح بطرق آمنة، وهو الهدف الأسمى والمستدام.

ثانيا : ادارة الاريح

مفهوم إدارة الأرباح يتزايد في أهميته ويأخذ مكانة بارزة في الأدبيات المحاسبية والإدارية، إذ تُعتبر قضية أخلاقية تتسم بأهمية خاصة. يركز الباحثون على فهم الأسباب والطرق التي يقوم بها المدراء بالتلاعب بالأرباح والتأثيرات التي قد تنجم عن ذلك على أداء الشركات في المستقبل وهذا ما اشار اليه الباحث مارانتিকা (Marantika,2021:5077) . أوضح عثمان أن إدارة الأرباح تنفذ من خلال استخدام الإدارات لاختياراتها الشخصية أثناء إعداد التقارير المالية، بهدف تقديمها بشكل يختلف عن الواقع لتضليل أصحاب المصلحة بشأن الأداء الاقتصادي للشركة(عثمان,2022: 163). وتُظهر الدراسات الأخرى، مثل دراسة رحمن وتشودهوري، أن التلاعب بالمركز المالي والتلاعب بالأرباح يتم بهدف تحفيز المستثمرين والمشاركين في الأسواق المالية أو التأثير على قراراتهم الاستثمارية المختلفة(Rahman&CHowdhury,2020:390).

دوافع ادارة الاريح: تؤثر ادارة الاريح على جودة القوائم المالية والمعلومات التي تتضمنها وبالتالي فإنها تضلل مستخدمي هذه القوائم عند اتخاذ القرارات ، وعندما تتجه الادارة لممارسة ادارة الاريح فهذا يعني ان لها دوافع خاصة ترغب في تحقيقها كأن تكون دوافع تعاقدية او دوافع سوق راس المال او دوافع تنظيمية ، ويمكن بيان كل من تلك الدوافع كما يلي : (ادم,2016:140-143).

الدوافع التعاقدية تشكل عاملاً أساسياً في إدارة الأرباح، وذلك عندما تكون البيانات المحاسبية هي الأساس في تنظيم بعض العلاقات التعاقدية مع الأطراف الخارجية، والتي تؤثر بشكل كبير على توزيع الموارد لتلبية التكاليف المترتبة على هذه العلاقات. يتمثل هدف هذا التنظيم في تحقيق مزايا تتعلق بالأمان الوظيفي والحصول على مزايا إضافية أثناء التفاوض مع النقابات. تتنوع الدوافع التعاقدية حسب تقسيم محمود إلى فئات أساسية تشمل عقود الاقراض وعقود مكافآت الإدارة. فيما يتعلق بعقود الاقراض، تُكتب هذه العقود بشكل محدد لتقييد تصرفات الإدارة التي قد تقيد أصحاب المصلحة في الشركة على حساب الدائنين. وذلك لأنها قد تؤدي إلى تكلفة إضافية في حال عدم إدارة الأرباح بشكل صحيح، حيث يتم النظر في تكلفة لجان التعويضات والدائنين. على الصعيدين المالي والإداري، تُستخدم عقود مكافآت الإدارة لفهم دوافع إدارة الأرباح، حيث يؤدي مدراء الشركات الاعتراف بالدخل في حال عدم تحقيق أهداف الأرباح المحددة في برامج المكافآت (محمود, 2020 : 65).

دوافع مرتبطة بسوق رأس المال : الدوافع المتعلقة بسوق رأس المال تشكل عنصراً أساسياً في استراتيجيات إدارة الأرباح، حيث تعتبر المعلومات المحاسبية مصدراً حيوياً يعتمد عليه المستثمرون والمحللون في اتخاذ قراراتهم. يظهر تلاعب المدراء بأسعار الأسهم عند إصدار أسهم جديدة بهدف زيادة قيمتها، وتحميل بعض الشركات مصروفات غير عادية في نفس السنة لتحقيق أرباح في السنوات اللاحقة. تنقسم دوافع الشركة المرتبطة بالسوق المالي إلى فئات رئيسية(Magrath,2002,50).

أ- **تنبؤات الأرباح:** تُعتبر تنبؤات الأرباح أهمية بالغة بالنسبة لإدارة الأرباح، حيث تُعد أرقامًا مستهدفة يتطلع إليها إلى تحقيقها لتجنب انخفاض أسعار الأسهم في الأسواق المالية. تتركز جهود الإدارة على الإبلاغ الدقيق عن أرقام الأرباح لضمان استقرار أسعار الأسهم.

ب- **خيارات الأسهم:** يُعتبر تحديد تعويضات ومكافآت الإدارة في شكل خيارات الأسهم استراتيجية محايدة تمكن من تحقيق توازن في مصالح المدراء. يتمثل هذا في اختيار تسويات محاسبية تؤثر على زيادة أسعار الأسهم في تاريخ منح الخيارات. تعزز هذه الخيارات الرغبة في رفع القيمة السوقية لأسهم الشركة، وتُظهر الإدارة كفاءتها من خلال

تلاعبها بصافي الربح المحقق، وذلك لإقناع المستثمرين بأدائها الفعال وتحفيزهم على زيادة الطلب على أسهمها في الأسواق المالية.

دوافع تنظيمية: قد تكون الوحدة الاقتصادية محل اهتمام الدولة والرأي العام وهذا ما يجعلها تخضع لقرارات حكومية وتفرض عليها ضرائب وتكاليف سياسية وهذا الامر يدفع الادارة للتلاعب بصافي الارباح لكي يؤثر على الدولة عبر التقليل من الضغط عليها من خلال تقليل الضرائب والرسوم السياسية . (مطر، 2003: 4)

إدارة الأرباح تشكل ميداناً معقداً يعتمد على مجموعة من السياسات والتكتيكات التي يستخدمها القادة الإداريون لضبط وتحسين الأداء المالي للوحدة الاقتصادية. يمكن تصنيف أشكال إدارة الأرباح إلى عدة فئات متنوعة كما يلي(عبد الكافي وبرايم، 2022: 231-232):

1. تمهيد الدخل: تستخدم الإدارة استراتيجية تمهيد الدخل للتحكم في تقلبات الدخل بين السنوات، وذلك عبر استغلال الحرية الممنوحة لها للحد من التقلبات الطبيعية في الأرباح. يتضمن ذلك نقل جزء من الدخل المحقق في سنة معينة إلى سنوات لاحقة، مثل تأجيل الاعتراف ببعض المصروفات أو الإيرادات.
2. التقارير المالية الاحتياطية: تركز هذه الاستراتيجية على التلاعب بالإفصاح عن المعلومات، حيث تقوم الإدارة بالإفصاح عن المعلومات التي تخدم أهدافها، وتتجنب الإفصاح عن المعلومات التي تعكس سلباً على أهدافها. يمكن أن يكون ذلك عبر تأجيل الاعتراف بالخسائر أو الاعتراف بها بشكل تدريجي.
3. سوء استخدام الأهمية النسبية: يشير إلى خروج الوحدة الاقتصادية عن المعايير المحاسبية في حال كان تطبيقها يحمل تكاليف عالية.
4. المغالاة في تكوين الاحتياطات والمخصصات: تتجه الوحدة الاقتصادية إلى تكوين احتياطات ومخصصات باستخدام أرقام غير واقعية، مما يتيح لها تحقيق أهدافها عبر تضخيم حجم هذه الاحتياطات.
4. التلاعب بالدفاتر والسجلات المحاسبية: يشمل التحكم غير الأخلاقي في الدفاتر المحاسبية مثل الاعتراف بالإيرادات للفترة اللاحقة، وتحميل مصروفات للسنة الحالية إلى سنوات لاحقة.

ثالثاً : المسؤولية الاجتماعية ودورها في الحد من إدارة الأرباح:

المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) تمتد على أربعة أبعاد رئيسية: البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، والبعد الاجتماعي. يُعتبر البعد الأخلاقي أحد الأبعاد الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية، حيث يُحث على حماية المستثمرين من خلال تحسين مستوى الإفصاح في القوائم المالية (Chih et.al., 2008:183)، تحتل إدارة الأرباح مكانة هامة في سياق المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث يتم اعتبارها مطلباً أساسياً، يتوجب على الشركات التي تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية أن تكون أكثر شفافية في تقاريرها المالية، مما يقلل من احتمال تبنيها لأساليب إدارة الأرباح (Rezayi and Hadizade, 2014:57). العلاقة العكسية بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح تظهر من خلال مستوى عدالة المعلومات في القوائم المالية. تُظهر الشركات التي تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية تفصيلاً شفافاً في تقاريرها المالية، مما يجعلها أقل عرضة لممارسة أساليب إدارة الأرباح (Hajawiyah, 2020:1351-1366). كما وأكدت العديد من الدراسات ان الاعمال التجارية التي تخضع للمساءلة الاجتماعية تكون اكثر تركيز على خلق وتوطيد علاقة طويلة الامد بين الشركة ومختلف اصحاب المصالح اذ من المهم تركيز الاهتمام على الايفاء بمتطلبات اصحاب المصالح والتي تعد بدورها امر بالغ الاهمية لوجود واستمرار الشركة بمزاولة اعمالها بدلا من ادارة الارباح من خلال تعظيم المنافع والارباح الحالية ومن ثم التأثير سلباً على

اصحاب المصالح بسبب تحقق خسائر طويلة الاجل وهذا يؤدي الى فقدان الثقة بالشركة (Rahman & Chowdhury, 2020: 391)، ومن شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية الحد من الانخراط في الممارسات المحاسبية المشكوك فيها لاسيما تلك المرتبطة بالأداء الاقتصادي وتشويه سمعة الشركة حيث تقدم المسؤولية الاجتماعية مؤشراً متقائلاً فيما يتعلق بسمعة الشركة فاذا كانت الشركة تستخدم التقدير والحكم الشخصي فيمكن للمسؤولية الاجتماعية من تقييد مديري الشركة من ممارسة ادارة الارباح فكلما ازدادت المسؤولية الاجتماعية انخفضت ادارة الارباح ، واشارت دراسة (Gras, 2016) الى ان المسؤولية الاجتماعية للشركات تعد جهاز تنظيمي يحقق الاستغلال الامثل للموارد المتاحة الى جانب التأثير سلباً على ممارسات ادارة الارباح (Gras, 2016: 290-297)، وتعد الشفافية والمساءلة من ضمن مبادئ المسؤولية الاجتماعية للشركات والتي تهدف الى تخفيض امكانية اساءة الاطراف داخل الشركة من خلال استخدام المعلومات لتحقيق اهدافهم المرغوبة على حساب الاطراف الخارجية فالشركات التي تهتم بالمسؤولية الاجتماعية تسعى جاهدة لتلبية توقعات اصحاب المصالح وبالتالي فان تلك الشركات تهتم بشفافية الافصاح وتقديم صورة صادقة لمركزها المالي لذا فان الافصاح عن الارباح الحقيقية والعادلة يعتبر امر حيوي للمسؤولية الاجتماعية كونه يوفر للاطراف الخارجية اساساً للثقة في عمليات الشركة وهذا يرجع تحديداً على المسؤولية الاجتماعية (Gao & Zhang, 2015: 125)، وتأخذ العلاقة بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية وممارسات ادارة الارباح اتجاهين متضادين وكما يلي : (Prior, et al. 2008: 167) **الاتجاه الاول** : ينظر للمسؤولية الاجتماعية كمكمل لأليات الحوكمة اذ انه يخفف من ممارسات ادارة الارباح فالشركات ذات الاداء الاجتماعي الاقوى لن تمارس ادارة الربح والتي يمكن تبريرها من وجهة النظر الاخلاقية حيث ان الشركات مسؤولة اخلاقياً بالالتزام بمبادئ الصدق والنزاهة والثقة حيث تعتبر ان ادارة الارباح امر غير اخلاقي كما ان الشركات ذات المسؤولية الاجتماعية تكون اكثر التزاماً في تعظيم القيمة لحاملي الاسهم باتباع سياسات افصاح اكثر شفافية كما ان الشركات التي تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية لا تركز فقط على الارباح الحالية وانما تهتم ايضا بالارباح المستقبلية لاصحاب المصالح فيما يذهب **الاتجاه الثاني** : الى النظر للمسؤولية الاجتماعية كألية للتحسين اذ تستعين بها الادارة لتخفيض احتمال الضرر بسمعة الشركة نتيجة لممارسات ادارة الارباح وان تعدد الاهداف يمثل دعم لهذا الاتجاه اي ان قيام الشركة بخدمة اهداف متعددة لكل أصحاب المصالح بدلا من الاهتمام بخدمة اهداف طرف محدد لتعظيم قيمته وبذلك لن تكون هنالك معايير لتقييم الاداء لان المدراء قد يقوموا بتحويل موارد الشركة لخدمة منافعهم الخاصة مما ينعكس في النهاية على الارباح المحاسبية.

عرض وتحليل نتائج الاستبانة واختبار الفرضيتين

التحليل الوصفي وعرض النتائج في ضوء إجابات العينة

يتناول هذا الجانب الأدوات الإحصائية المستخدمة وثبات وصدق الاستبانة ، بالإضافة إلى تحليل النتائج العامة لاستجابات العينة على محاور الاستبانة. يعتمد التحليل على التركيز على التكرارات والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، بهدف فهم الاتجاهات الرئيسية والتباين في الاستجابات والسمات الشخصية للمشاركين في الدراسة

أولاً : أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة في الدراسة

تم استخدام بعض الوسائل والأساليب الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة الاسئلة المعدة في استبانة الاستبانة، والتي تتكون من محورين الأول يتناول المسؤولية الاجتماعية فيما يتناول المحور الثاني ادارة الأرباح، كما تم استخدام برنامج الجداول

الالكترونية (Excel) لتفريغ البيانات من الاستبانة، وإعداد ملف البيانات، ثم تمت مراجعتها والتأكد من صحة التفريغ، ومن ثم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، ومن الوسائل المستخدمة الوسط الحسابي، الانحراف المعياري والنسب والتكرارات، الانحدار الخطي.

ولإجراء التحليلات الإحصائية اللازمة، فقد تم اعتماد مقياس ليكرت بدرجاته الخمسة في صياغة الأسئلة،

ثانياً : تحليل ثبات الاستبانة وصدقها:

لغرض تقويم موضوعية الأسئلة التي انطوت عليها محاور الاستبانة وتقييم الصدق الظاهري وصدق المحتوى لها، تم عرضها على مجموعة من الخبراء، وقد أبدى السادة الخبراء ملاحظاتهم القيمة عليها، وفي ضوءها تمت الصياغة النهائية لها. وقد تم توزيع الاستبانة على عينة البحث والتي هي عينة عشوائية متمثلة بمجموعة من الأكاديميين والمهنيين وبلغ عدد الاستمارات المسترجعة والصالحة للتحليل (81) استمارة . وتم إجراء تحليلاً إحصائياً يوضح مدى موثوقية البيانات التي سوف نحصل عليها من العينة المبحوثة، عن طريق إجراء اختبار الثبات باستعمال طريقة (Cronbach's Alpha) الأكثر شيوعاً ودقة بين معظم طرائق قياس الثبات، وتكون نتيجة الاختبار معنوية في حال الحصول على قيمة لمعامل الثبات (Cronbach's Alpha) أكبر من (0.70)، فبعد تطبيق خطوات الاختبار كانت قيمة معامل ثبات ألفا كرونباخ لمجمل فقرات الاستبانة (0.923) وهي قيمة كبيرة تؤكد توفر ثبات عال في فقرات الاستبانة، ومن ثم يؤكد ذلك تحقق شرط الثبات في فقرات الاستبانة، أما صدق المحتوى فيقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، ويمكن حساب معامل الصدق عن طريق حساب جذر معامل الثبات. وكانت هناك ثقة مقدارها (0.9611)، مما يدل على صدق الاستبانة

ثالثاً: تحليل نتائج استجابات العينة على محاور الاستبانة

1-المسؤولية الاجتماعية : تمثل المسؤولية الاجتماعية المتغير المستقل، وفي ضوء الاوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعاملات الاختلاف خصصت الفقرات التالية لعرض الوصف الاحصائي للمتغير المستقل وبالتالي مستوى الاجابة قسمت الى خمسة مستويات هي : منخفض جداً (1-1.79)، منخفض (1.80- 2.59)، معتدل (2.60- 3.39)، مرتفع (3.40-4.19)، مرتفع جداً (4.20-5) من خلال تقسيم الفرق بين الحدين الاعلى والادنى للمقياس على فئاته الخمس وازضافة ناتج القسمة (0.80) الى الحد الادنى للمقياس صعوداً باتجاه باقي قيم المقياس ، وتم قياس الاهمية النسبية على اساس معاملات الاختلاف لكل فقرة من فقرات ابعاد المتغيرين للبحث .

أثبتت نتائج التحليل الوصفي الخاصة لمتغير المسؤولية الاجتماعية والذي حقق وسط حسابي عام (3.96) وانحراف معياري عام (0.520) ومعامل اختلاف عام (0.131) والمبينة في الجدول (1) حصول الفقرة الاولى (تلعب المسؤولية الاجتماعية للشركات الاجتماعية دوراً هاماً في تنظيم إدارة الأرباح إلى حد ما ، هذا الدور يكون مفيد بالنظام القانوني) على اقل معامل اختلاف بمقدار (0.144) بوسط حسابي مقداره (4.16) وانحراف معياري (0.601) وبمستوى اجابة مرتفع اكد على وجود انسجام و توافق عالي بين افراد العينة بشأن مضمون هذه الفقرة كما اكدته قيمة معامل التشتت او الاختلاف المنخفضة بما يؤثر تقارب واضح في اجابات العينة حول وسطها الحسابي، الامر الذي انعكس على تحقيق هذه الفقرة الاهمية النسبية الاولى مقارنة مع باقي فقرات متغيرالمسؤولية الاجتماعية، بينما احتلت الفقرة العاشرة (تؤثر المسؤولية الاجتماعية للشركات تأثيراً سلبياً على إدارة الأرباح ، حيث

ان طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وادارة الارباح تعد علاقة معاكسة وسلبية حيث يكون لاستقلالية مجلس الادارة والفصل بين وظيفتي رئيس مجلس الادارة والرئيس التنفيذي الانعكاس السلبي على ادارة الارباح اعلى معامل اختلاف بمقدار (0.359) أما الوسط الحسابي فقد بلغ (3.26) وبأنحراف معياري (1.170) بمستوى اجابة معتدل وأهمية نسبية هي العاشرة والاخيرة في مرتبتها في ضوء معامل الاختلاف لهذه الفقرة بالمقارنة مع الفقرات الاخرى لهذا المتغير والتي اختلفت نتائج وصفها الاحصائي طبقا لما هو معروض في الجدول (1)، وما يلاحظ كذلك من هذه النتائج أن هذه الفقرات حققت مستويات اجابة مرتفعة تعكس اتفاق ملحوظ بين افراد العينة المبحوثة حول مضامينها بشكل اكبر .

الجدول (1) الاحصاء الوصفي لمتغير المسؤولية الاجتماعية

الاهمية النسبية	مستوى الاجابة	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	قياس الاستجابة										الفقرات
					لا اتفق تماما		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماما		
					%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
X1															
1	مرتفع	0.144	0.601	4.16	-	-	1.2	1	7.4	6	65.4	53	25.9	21	1
X2															
6	مرتفع	0.215	0.840	3.91	-	-	6.2	5	21	17	48.1	39	24.7	20	2
X3															
3	مرتفع	0.193	0.797	4.12	-	-	-	-	25.9	21	35.8	29	38.3	31	3
X4															
5	مرتفع جدا	0.206	0.887	4.30	1.2	1	6.2	5	2.5	2	42	34	48.1	39	4
X5															
8	مرتفع	0.269	0.961	3.57	-	-	17.3	14	24.7	20	42	34	16	13	5
X6															
9	مرتفع	0.299	1.168	3.90	4.9	4	8.6	7	17.3	14	29.6	24	39.5	32	6
X7															
10	معتدل	0.359	1.170	3.26	3.7	3	29.6	24	21	17	28.4	23	17.3	14	7
X8															
7	مرتفع	0.253	1.012	4.00	-	-	4.9	4	21	17	38.3	31	35.8	29	8

X9															
4	مرتفع	0.202	0.825	4.09	-	-	1.2	1	25.9	21	35.8	29	37	30	9
X10															
2	مرتفع جدا	0.166	0.715	4.30	-	-	-	-	4.9	4	55.6	45	39.5	32	10
	مرتفع	0.131	0.520	3.96	المستوى العام للمتغير										

ثانياً : إدارة الأرباح أثبتت نتائج التحليل الوصفي الخاصة لمتغير إدارة الأرباح والذي حقق وسط حسابي عام (4.20) وانحراف معياري عام (0.370) ومعامل اختلاف عام (0.088) والمبينة في الجدول (2) حصول الفقرة الرابعة (إلزام المؤسسات والمصارف بنشر كافة المعلومات المحاسبية في التقارير والقوائم المالية بشفافية والإفصاح التام عنها يؤدي الى تحسين سمعتها في السوق). على اقل معامل اختلاف بمقدار (0.0912) بوسط حسابي مقداره (4.17) وانحراف معياري (0.380) وبمستوى اجابة مرتفع اكد على وجود انسجام عالي بين افراد العينة بشأن مضمون هذه الفقرة كما اكدته قيمة معامل التنسنت او الاختلاف المنخفضة بما يؤثر تقارب واضح في اجابات العينة حول وسطها الحسابي، الامر الذي انعكس على تحقيق هذه الفقرة الاهمية النسبية الاولى مقارنة مع باقي فقرات البعد، بينما احتلت الفقرة الثامنة (تلجأ بعض الشركات الأقل التزاما بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية الى انتهاج ممارسات ادارة الأرباح لتخفيض مقدار الربح المفصح عنه في القوائم المالية) اعلى معامل اختلاف بمقدار (0.358) أما الوسط الحسابي فقد بلغ (3.79) وبأنحراف معياري (1.358) بمستوى اجابة معتدل وأهمية نسبية هي التاسعة في مرتبتها في ضوء معامل الاختلاف لهذه الفقرة بالمقارنة مع الفقرات الاخرى لهذا البعد والتي اختلفت نتائج وصفها الاحصائي طبقا لما هو معروض في الجدول (2)، وما يلاحظ كذلك من هذه النتائج أن هذه الفقرات حققت مستويات اجابة مرتفعة تعكس انسجام ملحوظ بين افراد العينة المدروسة حول مضامينها بشكل اكبر.

الجدول (2) الاحصاء الوصفي لمتغير إدارة الأرباح

الاهمية النسبية	مستوى الاجابة	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	قياس الاستجابة										الفقرات
					لا تفي تماما		لا تفي		محايد		اتفي		اتفي تماما		
					%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
X1															
3	مرتفع جدا	0.105	0.486	4.63	-	-	-	-	-	-	37	30	63	51	1
X2															
5	مرتفع	0.203	0.843	4.16	-	-	4.9	4	13.6	11	42	34	39.5	32	2
X3															
2	مرتفع	0.0913	0.434	4.75	-	-	-	-	-	-	24.7	20	75.3	61	3
X4															

1	مرتفع	0.0912	0.380	4.17	-	-	-	-	-	-	82.7	67	17.3	14	4
X5															
41	مرتفع جدا	0.136	0.588	4.32	-	-	-	-	6.2	5	55.6	45	38.3	31	5
X6															
8	مرتفع	0.303	1.101	3.63	-	-	27.2	22	3.7	3	48.1	39	21	17	6
7X															
7	مرتفع	0.266	1.054	3.96	3.7	3	8.6	7	8.6	7	45.7	37	33.3	27	7
8X															
9	مرتفع	0.358	1.358	3.79	-	-	4.9	4	24.7	20	27.2	22	43.2	35	8
9X															
6	مرتفع جدا	0.207	0.923	4.46	-	-	-	-	4.9	4	34.6	28	60.5	49	9
	مرتفع	0.088	0.370	4.20	المستوى العام للمتغير										

رابعاً: اختبار فرضيات البحث وتفسير النتائج وتحليلها

تهدف هذه الفقرة لأختبار الفرضيات التي حددها الباحثين من اجل قبولها او رفضها ، لذلك سيجري التحري عنها بأستخدام الانحدار الخطي البسيط بواسطة برنامج (SPSS V 25)، ومن خلال قيمة معامل الارتباط، ومستوى الدلالة وعلى وفق قيمة (F) المحسوبة، ومعامل التحديد (R^2)، وكذلك من خلال معامل بيتا (β)، واختبار (t) لبيان معنوية معامل بيتا (β) وكما في الفقرات الآتية:

1- : اختبار الفرضية الرئيسية الأولى : التي تنص (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الارباح)

جدول (3) قيم الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الارباح

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة الارتباط	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية	إدارة الارباح	**0.684	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على البرنامج الاحصائي (SPSS v25)

يوضح الجدول (3) ان معامل الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الارباح بلغ (**0.684) عند مستوى دلالة (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يدل على وجود ارتباط طردي قوي بينهما، وهذا يعني قبول الفرضية الأولى التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الارباح).

2- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: التي تنص (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح)

جدول (4) تأثير المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	دلالة F	قيمة الحد الثابت A	معامل بيتا (B)	القيمة المحسوبة (T)	دلالة T
المسؤولية الاجتماعية	إدارة الأرباح	0.684	0.468	69.516	0.000	2.279	0.487	8.338	0.000

قيمة F الجدولية = 4.00 عند مستوى دلالة = 0.05 وقيمة t الجدولية (1.67) المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على البرنامج الاحصائي (SPSS v25)

يوضح الجدول (4) ما يأتي:

- أ- بلغت قيمة معامل الارتباط ما بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح (0.684) وهذا يدل على وجود ارتباط طردي قوي بينهما.
 - ب- بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (0.468) وهذا يدل بان المسؤولية الاجتماعية يفسر ما نسبته (46.8%) من المتغيرات التي تطرأ في إدارة الأرباح اما النسبة الباقية والبالغة (53.2%) فتعود الى متغيرات اخرى.
 - ت- بلغت قيمة (F) المحسوبة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح (69.516)، وهي أكبر من القيمة (F) الجدولية البالغة (4.00)، وان دلالة (F) بلغت (0.000) وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وبناءً على قيمة (F) ودلالاتها المعنوية، قبول الفرضية والتي تنص على (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للمسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأرباح)
 - ث- بلغت قيمة الثابت (α) (2.279)، بمعنى عندما تكون المسؤولية الاجتماعية مساوية للصفر فان نظم إدارة الأرباح لن تقل عن هذه القيمة.
 - ج- ويتضح من خلال قيمة معامل الميل الحدي (β) البالغ (0.487) بان زيادة المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ستؤدي إلى زيادة في إدارة الأرباح بنسبة (48.7%)
 - ح- بلغت قيمة (t) المحسوبة (8.338) وهي أكبر من قيمة (t) الجدولية البالغة (1.67)، وان دلالة (t) بلغت (0.000) وهي أصغر من قيمة (0.05) وهذا يدل على دلالتها المعنوية.
- خ- ويمكن كتابة معادلة الانحدار الخطي البسيط :-
 $Y = a + b(x)$
ويتطبيق المعادلة تكون القيم :-
 $Y = 0.279 + 0.487(X)$

الاستنتاجات:

1. تحمي المستثمرين وتعزز العلاقة العكسية بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح الشفاف، مما يقلل من ممارسات إدارة الأرباح.
2. الشركات الملتزمة اجتماعياً تحظى بحوافز لتظهر بأنها آمنة وجديرة بالثقة، وتعزز سمعتها من خلال ميثاق أخلاقي، مما يقلل من فرص ممارسات إدارة الأرباح.

3. يؤدي قيام الشركات بممارسات إدارة الأرباح إلى فقدان سمعتها في الأسواق المالية، مما يؤثر سلباً على أدائها واستمراريتها.
4. زيادة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تقلل من ممارسات إدارة الأرباح وتقوي الأداء المالي من خلال تقليل التكاليف وزيادة الأرباح غير الممهدة.
5. يعد الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية مرتكز أساسي أوجده القانون لحماية حقوق اصحاب المصالح بتنظيم سوق المال ويجب على الشركات الإفصاح عن البيانات والمعلومات التي تهم اصحاب المصالح على ان تكون تلك المعلومات صادقة وغير مضللة وموثوق بها لتمكين مستخدميها من التعرف على الوضع الاقتصادي الحقيقي للشركة ومن ثم اتخاذ القرارات المناسبة .
6. تؤثر المسؤولية الاجتماعية للشركات تأثيراً سلبياً على إدارة الأرباح .
7. تستخدم بعض الشركات الإفصاحات البيئية ضمن استراتيجيتها الشاملة كوسيلة وقائية لتجنب الوقوع تحت طائلة التدخل السياسي أو الرقابة الحكومية، بما يقلل من حاجتها إلى انتهاج ممارسات إدارة الأرباح عقب وقوع أزمة أو كارثة معينة، تجنباً للتكاليف السياسية التي قد تفرض عليها.

التوصيات:

1. ضرورة ان تحظى المسؤولية الاجتماعية والافصاح عنها بالاهتمام الكافي من قبل الشركات لأهميتها في نتائج الاعمال .
2. إلزام المؤسسات والمصارف بنشر كافة المعلومات المحاسبية في التقارير والقوائم المالية بشفافية والإفصاح التام عنها.
3. من الضروري نشر الوعي الكافي حول الاثار المترتبة على ممارسة عمليات ادارة الارباح وانعكاسها على مستقبل الشركة في الاجل الطويل .
4. من المهم حث الشركات على الالتزام بالإرشادات التي توضح كيفية الالتزام بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وابعادها الثلاث (الاقتصادي والاجتماعي البيئي) .
5. توعية الشركات بأهمية وضرورة تبني المسؤولية الاجتماعية، نظراً لمساهمتها في تطوير المجتمع وخلق مجتمع داخلي متماسك .
6. لا بد من توفير كافة الوسائل والتقنيات الحديثة في الشركة ، لتطبيق مبادا المسؤولية الاجتماعية .

المصادر:

المصادر العربية:

1. ابو بكر محمد الحسن :دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين اداء المنظمة، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير بابتنة ،سنة 2014، ص 16 .
2. ادم مختار ادريس ابو بكر، معايير اعداد التقارير المالية الدولية وجودة المعلومات المحاسبية ودورها في الحد من ممارسات ادارة الارباح دراسة تطبيقية ميدانية علي عينة من المصارف التجارية المدرجة بسوق الخرطوم للأوراق المالية، 2016 ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
3. شيبان، محمد احمد، أثر اساليب ممارسة إدارة الأرباح على خصائص المعلومات المحاسبية، 2019، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية ،



4. صورية امجوح، 2019، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين اداء المؤسسة العمومية- دراسة ميدانية على الموظفين الاداريين لمؤسسة سونلغاز ام البواقي، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي
5. عبد الله ، ايهاب هاشم، 2021، انعكاس الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في تقييم اداء الوحدات الاقتصادية، مجلة الريادة للمال والاعمال، المجلد2، العدد1، العراق.
6. عثمان، م. م.، & مي محمود محمد. (2022). أثر إدارة الأرباح علي مكافأة مجلس الإدارة. مجلة البحوث التجارية، 44(2)، 161-196.
7. عرفه، ن. ط. ح.، & نصر طه حسن. (2015). المسؤولية الاجتماعية وإدارة الربح والأداء المالي: أدله عمليه من الشركات السعودية المسجلة. التجارة والتمويل، 35(4)، 153-189.
8. المالكي ، سارة عبد الله وعبد الرحمن، نجلاء ابراهيم، 2019، اثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على جودة الارباح : دراسة تحليلية في قطاع المواد الاساسية السعودي 2015-2017 ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية والقانونية، مجلد3، العدد6.
9. محمد مطر ، الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والائتماني والاساليب والادوات والاستخدامات العملية ، (عمان : دار وائل للنشر والتوزيع ، 2003 .
10. محمود، عبدالحميد العيسوي، 2020 ، " اثر ممارسات ادارة الارباح من خلال ادارة عرض بنود قائمة الدخل على جودة الارباح المحاسبية مع دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة المصرية"، مجلة الاسكندرية للبحوث المحاسبية، قسم المحاسبة والمراجعة، العدد1، المجلد 4 .
11. نور احمد مهدي، & أ. م. د. أشرف هاشم فارس. (2022). تأثير الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في الحد من إدارة الأرباح دراسة تطبيقية على عينة من الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية. Journal of Business Economics for Applied Research, 2(2).
12. ياسر سعيد أبو هريبد: دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية ،دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تخصص ادارة الدولة جامعة الاقصى ،سنة 2017 .

المصادر الأجنبية:

1. Alfritri, Dwi Izki Aizzah. Pengaruh diversitas dewan, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel pemoderasi: Studi pada perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.
2. Balaciu, Diana, and C. M. Pop. "Is creative accounting a form of manipulation." Annals of the University of Oradea, Economic Science Series 17.3 (2008): 936-941.
3. Beaver, William H. "Perspectives on recent capital market research." The Accounting Review 77.2 (2002): 453-474.
4. Chih, Hsiang-Lin, Chung-Hua Shen, and Feng-Ching Kang. "Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence." Journal of business ethics 79 (2008): 179-198.
5. Gao, Lei, and Joseph H. Zhang. "Firms' earnings smoothing, corporate social responsibility, and valuation." Journal of corporate finance 32 (2015): 108-127.
6. Gras-Gil, Ester, Mercedes Palacios Manzano, and Joaquín Hernández Fernández. "Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain." BRQ Business Research Quarterly 19.4 (2016): 289-299.
7. Hajawiyah, Ain, et al. "CSR & Earnings Management: An Assessment of Firm Ethics." KnE Social Sciences (2020): 1351-1369.
8. Hsu, Audrey, et al. "Corporate social responsibility and corporate disclosures: An investigation of investors' and analysts' perceptions." Journal of Business Ethics 158 (2019): 507-534.
9. Kamarudin, Khairul Anuar, and Wan Adibah Wan Ismail. "The risk of earnings quality impairment." Procedia-Social and Behavioral Sciences 145 (2014): 226-236.
10. Magrath, Lorraine, and Leonard G. Weld. "Abusive earnings management and early warning signs." CPA journal 72.8 (2002): 50-54.
11. Prior, Diego, Jordi Surroca, and Josep A. Tribó. "Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility." Corporate governance: An international review 16.3 (2008): 160-177.



12. Rahman, Mashuur, and Sarah Chowdhury. "Relationship between corporate social responsibility and earnings management: A systematic review of measurement methods." *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 4.2 (2020): 389-397.
13. Rezayi, Farzin, and Elahe Hadizade. "The relationship between earnings quality and corporate social responsibility with emphasis on the stability of their performance." *Iranian Journal of Business and Economics* 1.3 (2014): 1-7.
14. Rofiah, Imanu. Peran pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas, likuiditas, leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan BUMN tahun 2016-2018. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020.