



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العالي

المركز الجامعي نور البشير البيض

قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج لنيل شهادة في طور الماستر

أثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية على إدارة الأرباح

بكري محمد

- من إعداد الطالبين:

شرقي أحمد

لجنة المناقشة

رئيسا	أ.د بوسالم أبوبكر
مشرفا	د. إلياس الهناني فراح
مناقشا	د. بورداش شهرزاد

الموسم الجامعي: 2022/2023

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
أ	الإهداء
ب	التشكرات
ت	الملخص بالعربية
ث	الملخص بالإنجليزية
ح	قائمة الأشكال
خ	قائمة الجداول
07-01	مقدمة عامة
43-08	الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة
08	- مقدمة الفصل
08	- المبحث الأول: المسؤولية الإجتماعية
09	- المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الإجتماعية
12	- المطلب الثاني: أسباب بروز المسؤولية الإجتماعية في المنشآت و مداخلها
16	- المطلب الثالث: مبادئ و إتجاهات نشر المسؤولية الإجتماعية في الشركات
19	- المبحث الثاني: الحوكمة في الشركات
19	- المطلب الأول: مفهوم حوكمة الشركات
25	- المطلب الثاني: علاقة المسؤولية الإجتماعية بحوكمة الشركات
27	- المبحث الثالث: إدارة الأرباح
27	- المطلب الأول: مفهوم إدارة الأرباح
29	- المطلب الثاني: دوافع، أساليب و أهمية إدارة الأرباح
31	- المطلب الثالث: أثر إدارة الأرباح على الشركات
33	- المبحث الرابع: الدراسات السابقة
33	- المطلب الأول: الدراسات السابقة العربية
36	- المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية
39	- المطلب الثالث: ملخص و أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
40	- المطلب الرابع: المسؤولية الإجتماعية و إدارة الأرباح
42	- خلاصة الفصل
72-44	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
44	- المبحث الأول: تقديم عام لمجمع صيدال
45	- المطلب الأول: نظرة عامة حول مجمع صيدال
49	- المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمجمع صيدال
55	- المطلب الثالث: تصميم أداة الدراسة
56	- المطلب الرابع: صدق وثبات أداة الدراسة

فهرس المحتويات

59	- المطلب الخامس: أساليب المعالجة الإحصائية لاستبيان الدراسة
60	- المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات
60	- المطلب الأول: النتائج المتعلقة بوصف خصائص عينة الدراسة
62	- المطلب الثاني: النتائج المتعلقة بتصورات المبحوثين لأبعاد المسؤولية الإجتماعية في المؤسسة
67	- المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة
70	- المبحث الثالث: إختبار فرضيات الدراسة
70	- المطلب الأول: إستنتاجات الدراسة
72	- المطلب الثاني: توصيات الدراسة
73	- خاتمة عامة
74	- المراجع
75	- الملاحق

المخلص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية بابعادها (المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين) على إدارة الارباح دراسة حالة مجمع صيدال أما العينة فقد تكونت من المحاسبين العاملين في هذه الشركات. و اعتمد الباحث على حزمة SPSS لإجراء الدراسة الميدانية و نتائجها كانت بتأكيد وجود اثر ايجابي لتطبيق المسؤولية الإقتصادية على وإدارة الارباح وتوصي الدراسة بضرورة إصدار معيار أو مؤشر خاص بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، مجالس الادارة في الشركات، إدارة الارباح، مجمع صيدال- الجزائر

Abstract

The aim of this study was to investigate the impact of implementing corporate social responsibility in its dimensions (social responsibility towards the environment, social responsibility towards the community, social responsibility towards employees, social responsibility towards owners) on profit management, using the case study of Saidal Group. The sample consisted of accountants working in these companies. The researcher relied on the SPSS package to conduct the field study, and its results confirmed the existence of a positive impact of implementing corporate social responsibility on profit management. The study recommends the necessity of issuing a standard or indicator specific to corporate social responsibility and disclosing it.

Keywords: corporate social responsibility, corporate boards, profit management, Saidal Group, Algeria.

قائمة الأشكال:

قائمة الأشكال	
الموضوع	رقم الشكل
أنموذج الدراسة	01
صحيفة البيانات لمجمع صيدال	02
الهيكل التنظيمي لمجمع صيدال	03

قائمة الجداول

الموضوع	رقم الجدول
معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الأول المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة بالدرجة الكلية للمحور	01
معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الثاني المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع بالدرجة الكلية للمحور	02
معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الثالث المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين بالدرجة الكلية للمحور	03
معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الرابع المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين بالدرجة الكلية للمحور	04
معاملات ارتباط كاندال لعبارات إدارة أرباح الشركات بالدرجة الكلية للمحور	05
معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) حسب المحاور	06
توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي	07
توزيع عينة الدراسة وفق الوظيفة	08
توزيع عينة الدراسة وفق متغير مدة العمل	09
استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية	10

تجاه البيئة) مرتبة حسب متوسطات الموافقة	
استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع) مرتبة حسب متوسطات الموافقة	11
استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين) مرتبة حسب متوسطات الموافقة	12
استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين) مرتبة حسب متوسطات الموافقة	13
استجابات أفراد الدراسة لعبارات إدارة أرباح الشركات	14
اختبار التوزيع الطبيعي (One-Sample Kolmogorov- (Smirnov Test	15
اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء	16

- المقدمة

قدمت ممارسات الأعمال الحديثة تعريفاً أكثر تطوراً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات (658). نمت مشاركة الشركات في الأنشطة الاجتماعية بشكل كبير من مجرد التزام بالحفاظ على البيئة إلى سلوكيات ومسؤوليات أكثر تعقيداً تشمل البيئة والثقافة والتعليم والمجتمع بشكل عام (Salewski, 2014).

عزف كارول (1979؛ ص 500) المسؤولية الاجتماعية للأعمال تشمل التوقعات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والتقديرية التي لدى المجتمع من المنظمات في وقت معين. "تتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات أربعة جوانب رئيسية في؛ وهي القدرة على جني الأرباح للمساهمين؛ واتباع القواعد والقوانين في المجتمع؛ والقواعد الأخلاقية لهذه الأنشطة وتأثيرها على المجتمع؛ لذا فإن للمسؤولية الاجتماعية للشركات العديد من الفوائد المتبادلة ما بين الشركات والمجتمع. ومع ذلك يجب على الشركات مراعاة فوائد ومخاوف أصحاب المصلحة

قد تستخدم الشركات مفاهيم المسؤولية الاجتماعية بنا على إحدى وجهتي نظر. قد يتبنونها بدافع النزاهة والشفافية؛ أو يمكن استخدامها كأداة انتهازية لجذب المحللين أو المستثمرين أو المستخدمين الآخرين؛ أو لتغطية السلوك المالي غير المناسب (Kim et al., 2012). من ناحية أخرى "قد تنشأ المسؤولية الاجتماعية للشركات من الشعور الحقيقي بالمسؤولية إتجاه الشركة وإتجاه مجتمعها ومن ثم فمن غير المرجح أن تشارك في أي ممارسات قد تؤثر على أي مستخدمين أو مساهمين بطريقة سلبية. لذا فإن الهدف من تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات يتمشى مع الطريقة الانتهازية. فمن الأرجح أن تشارك تلك الشركات في هذه الممارسات؛ لا سيما تلك التي تؤثر على سلوك التقارير المالية وتشوش المستخدمين. كل وأن هذا يشير إلى أن بعض المدراء قد يستخدمون المسؤولية الاجتماعية للشركات كتعويض عن سلوكهم الانتهازي (2013 Pyo et al).

- إشكالية الدراسة

إن أساس تطبيق المسؤولية الاجتماعية عند الشركات هو العودة بالنفع على المجتمع والبيئة والعاملين. ولكن قد تلجأ بعض الشركات الى تطبيقها كقناع لإخفاء بعض جوانب التلاعب وادارة الارباح؛ حيث تظهر الجانب الحسن من خلال تحسين البيئة والمجتمع ونفع العاملين من اجل تصوير الشركة بشكل حسن بينما الحقيقة بأن الشركة لديها العديد من مظاهر التلاعب بالارباح. يمكن التعبير عن مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: هل يوجد أثر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (تجاه البيئة؛ تجاه المجتمع؛ تجاه العاملين تجاه المالكين) على إدارة الأرباح؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل يوجد أثر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه البيئة) على إدارة الارباح في مجمع صيدال.
 2. هل يوجد أثر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه المجتمع) على إدارة الارباح في مجمع صيدال.
 3. هل يوجد أثر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه العاملين) على إدارة الارباح في مجمع صيدال.
- فرضيات الدراسة

بعد الإطلاع على مشكلة الدراسة تم بناء الفرضيات الآتية لتحقيق الهدف الرئيسي لهذه الدراسة:

• الفرضية الرئيسية

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه البيئة؛ المسؤولية الاجتماعية إتجاه المجتمع؛ المسؤولية الاجتماعية إتجاه العاملين؛ المسؤولية الاجتماعية إتجاه المالكين) على إدارة الارباح في مجمع صيدال

ويتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات العدمية الفرعية الآتية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه البيئة) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه المجتمع) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه العاملين) على إدارة الأرباح في الشركات مجمع صيدال

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه المالكين) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال

- أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من حقيقة أن معظم الدراسات المتعلقة بالعلاقة ما بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارتها قد أجريت في البلدان المتقدمة؛. في حين أن البحث حول هذه العلاقة في البلدان النامية وفي الأردن تحديداً كان محدوداً نسبياً أو غير موجود؛ لذا تحاول الدراسة الحالية دراسة هذه القضية وتوسيع نطاق دراسات المسؤولية الاجتماعية للشركات القليلة التي أجريت في الأردن" وبالتالي من المأمول أن توفر الدراسة الحالية نظرة ثاقبة إضافية لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأردن وما إذا كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات مرتبطة بسلوك الإدارة فيما يتعلق بجودتها.

تحمل المسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة في الوقت الحاضر، حيث يعتبر الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية جزءاً أساسياً من استراتيجية الشركات الناجحة. وتتضمن المسؤولية الاجتماعية مسؤولية الشركات تجاه المجتمع والبيئة والموظفين والعملاء والمساهمين والمسؤولية القانونية. وبالتالي، فإن دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية على إدارة الأرباح في مجمع صيدال تحمل العديد من الأهمية، ومنها:

تحسين الأداء المالي: يمكن أن تساعد المسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء المالي للشركات، حيث تؤدي الممارسات المستدامة والمسؤولة إلى تخفيض التكاليف وزيادة الإنتاجية، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة الأرباح.

جذب المستثمرين والعملاء: يمكن لشركات تبني المسؤولية الاجتماعية جذب المستثمرين والعملاء الذين يهتمون بالقيم المسؤولة، وبالتالي يمكن تحسين السمعة والثقة في الشركة وتحقيق المزيد من الأرباح.

تعزيز السمعة: يمكن للمسؤولية الاجتماعية أن تساعد في تعزيز سمعة الشركة وتقليل المخاطر القانونية والبيئية والاجتماعية.

تحسين بيئة العمل: يمكن لتبني المسؤولية الاجتماعية أن تؤدي إلى تحسين بيئة العمل وزيادة رضا الموظفين، وبالتالي زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف المتعلقة بالعمالة.

الالتزام بالمعايير الدولية: تعتبر المسؤولية الاجتماعية واحدة من المعايير الدولية التي يجب على الشركات الالتزام بها، وهي تشمل العديد من المبادئ والمعايير التي تحدد مسؤولية الشركات تجاه المجتمع والبيئة وحقوق العاملين والمساهمين والعملاء. وبالتالي، فإن تبني مجمع صيدال للمسؤولية الاجتماعية في إدارة الأرباح يساعد في الالتزام بالمعايير الدولية، وتحسين المكانة الدولية للشركة.

تحسين العلاقات مع المجتمع: يمكن لتبني المسؤولية الاجتماعية أن تساعد في تحسين العلاقات بين الشركة والمجتمع، والحصول على الدعم والتأييد من المجتمع المحلي.

تحسين الاستدامة: يمكن لتبني المسؤولية الاجتماعية أن يساعد في تحسين الاستدامة والحفاظ على الموارد الطبيعية والحفاظ على البيئة، وبالتالي تقليل التكاليف المتعلقة بالتلوث والأضرار البيئية.

تحسين العمليات الداخلية: يمكن لتبني المسؤولية الاجتماعية أن يساعد في تحسين العمليات الداخلية للشركة، وزيادة كفاءة إدارة الموارد والإنتاج، وبالتالي تحسين الأرباح.

ومن خلال تبني المسؤولية الاجتماعية في إدارة الأرباح في مجمع صيدال، يمكن للشركة أن تعمل على تحقيق الأهداف الاستراتيجية المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، والالتزام بالمعايير الدولية المرتبطة بهذا المجال، مما يساعد على تعزيز مكانتها وتفوقها التنافسي في السوق المحلية والدولية.

- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى تحقيق الهدف الرئيسي التالي:

ايضاح أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه البيئة. المسؤولية الاجتماعية إتجاه المجتمع؛ المسؤولية الاجتماعية إتجاه العاملين؛ المسؤولية الاجتماعية إتجاه المالكين) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال. تهدف دراسة أثر المسؤولية الاجتماعية على إدارة الأرباح في مجمع صيدال إلى فهم تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركة. فعندما تتبنى الشركات المسؤولية الاجتماعية، فإنها تتحمل مسؤولية تأثير أعمالها على المجتمع والبيئة، وهذا قد يؤدي إلى تغييرات في أسلوب إدارة الشركة وتأثيرها على الأرباح.

ومن خلال دراسة هذا التأثير، يمكن لمجمع صيدال تحديد ما إذا كان تبني المسؤولية الاجتماعية يؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على أدائها المالي وإدارة أرباحها. وبالتالي، يمكن للشركة اتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين الأداء المالي وإدارة الأرباح بشكل أفضل في ضوء المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها. كما أن دراسة هذا الأثر يمكن أن تساعد المجموعات الاستشارية والحكومية والمستثمرين في اتخاذ القرارات المناسبة بشأن الاستثمار في الشركة.

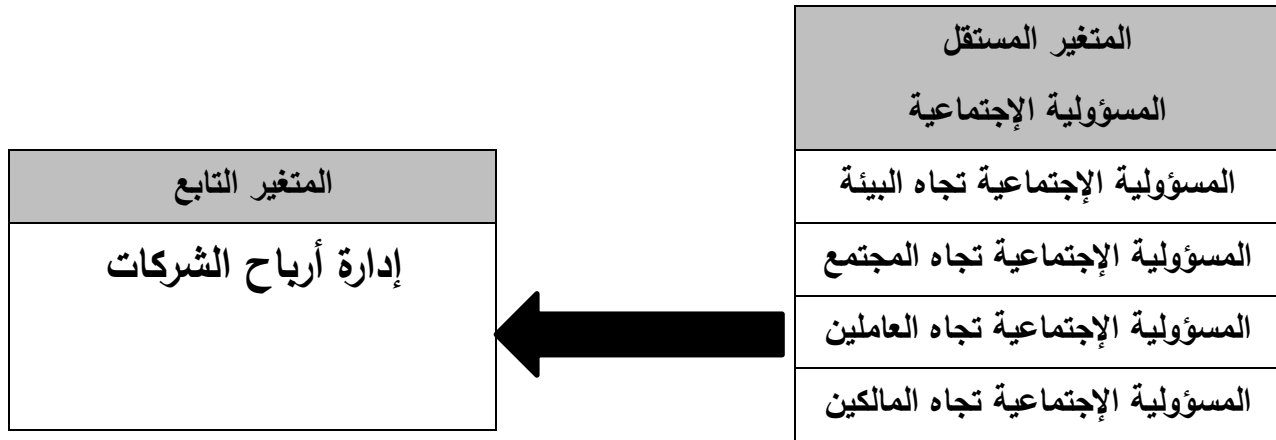
ويتفرع عن هذا الهدف الاهداف الفرعية الآتية:

- 1. ايضاح اثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه البيئة) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال.
- 2. ايضاح اثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه المجتمع) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال .

- ايضاح اثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية (المسؤولية الإجتماعية إتجاه العاملين) على إدارة الارباح في مجمع صيدال.
- ايضاح أثر تطبيق المسؤولية الإجتماعية (المسؤولية الإجتماعية إتجاه المالكين) على إدارة الارباح في مجمع صيدال.

- أنموذج الدراسة:

الشكل رقم (01): أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث

- متغيرات الدراسة

تتكون الدراسة الحالية من نوعين من المتغيرات هما المتغير التابع والمتغيرات المستقلة على النحو التالي:

- أولاً:

المتغير التابع: إدارة الارباح في الشركات: ويقصد بها فعل التأثير بشكل مقصود على عملية التقرير المالي للحصول بعض المكاسب الخاصة. تتضمن إدارة الأرباح تعديل التقارير المالية لتضليل أصحاب المصالح حول أداء الشركة (Salewski, 2014).

- ثانياً

المتغيرات المستقلة: المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة. المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين): المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية الشركة أمام تأثيرات نشاطها على المجتمع؛ وللقيام بهذه الوظيفة

ينبغي على الشركة احترام القوانين؛ والقواعد التنظيمية والمعاهدات التي أبرمتها مع مختلف الأطراف؛ وحتى تؤدي المؤسسة هذه الوظيفة بشكل جيد يفترض أن تدخل في شراكات محدودة مع مختلف الأطراف وتحديد المسار الموجه نحو إدراج اهتمامات الشركة للمسائل الاجتماعية والبيئية والأخلاقيات واحترام حقوق الانسان والمستهلك سواء في أنشطتها التشغيلية أو في وضعها لاستراتيجيتها (عزاوي وسايح؛ 2011).

- حدود الدراسة

كان من أبرز حدود الدراسة الحالية ما يلي:

1. اقتصرت الدراسة الحالية على مجمع صيدال.
2. اقتصرت الدراسة الحالية على سنة 2023.
3. اقتصرت الدراسة الحالية على العاملين في مجمع صيدال.

- تمهيد

شهدت العديد من الشركات تطورات سريعة في بيئة تتسم بالديناميكية؛ حيث لم ينظر إلى الشركات نظرة تقليدية لذا فإن عملية تقييم الشركات يعتمد في عملية بناء السمعة على المراكز المالية لذا تركز الشركات الإقتصادية على تعظيم الأرباح وتحقيق أهداف رؤوس الاموال والتي لم تعد مقبولة وذلك للتعبير عن إستجابة هذه الشركات لمسئولياتهم الإجتماعية. حيث بدأت نظرة المجتمع في أبعاد أكثر تعقيداً وبالنظر للمفاهيم الحديثة التي ساعدت في خلق بيئة العمل للتعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الإقتصادية والإدارية والتكنولوجية؛ ومن أهم هذه المفاهيم المسؤولية الإجتماعية حيث انها لم تحض بأهمية كبيرة في المجتمع وذلك نظراً لغياب الثقافة في المسؤولية الإجتماعية؛ لذا أنها لم تعد المسؤولية الإجتماعية هي المسؤول الوحيد عن برامج التنمية الإجتماعية؛ ونتيجة لذلك أصبح من اللازم تطبيق حوكمة الشركات كونها مصطلح يرتبط بمفهوم المسؤولية الإجتماعية بشكل واسع. (Sanchez et al, 2016)

- المبحث الأول: المسؤولية الإجتماعية

تعد المسؤولية الإجتماعية الحجر الأساس والأداة المهمة في التخفيف من السيطرة على العولمة؛ حيث أصبح الإهتمام بها إحدى المطالب الأساسية من خلال الإلتزام بتوفير البيئة المناسبة في الشركات والعمل على عدم تبديد الموارد، والقيام بعمليات التدريب والتوظيف والعمل على رفع القدرات البشرية.

فلم يكن للمسؤولية الإجتماعية الشكل الواضح في النصف الأول من القرن العشرين لذا فإن اغلب الشركات تحاول تعظيم أرباحها بكافة الوسائل ولكن مع إستمرار النقد لمفهوم إدارة الأرباح فقد ظهرت العديد من الدوافع التي تتبنى دوراً أكبر إتجاه البيئة التي تعمل بها. (عزاوي وسايح؛ 2011).

- المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى التزام الشركات بالأعمال إتجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك من خلال المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية كمحاربة الفقر والعمل على تحسين الخدمات وخلق العديد من فرص العمل وحل مشاكل الإسكان والمواصلات (السحيباني، 2015) والمسؤولية الاجتماعية هي عقد إجتماعي ما بين منظمات الأعمال والمجتمع؛ وذلك من خلال العلاقات المتفق عليها والواجبات التي تتصل بالموثرات التي تشارك في تحقيق رفاهية، و سعادة المجتمع؛ وذلك من خلال الإلتزامات المتفق عليها. (الطاهر، 2017)

المسؤولية الاجتماعية تشير إلى الالتزام الأخلاقي الذي يتحمله الأفراد والمنظمات للتصرف بطرق تعود بالفائدة على المجتمع بأكمله، وتتجاوز مصالحهم المالية (Carroll, 1991) ."

"المسؤولية الاجتماعية تشمل الإجراءات والمبادرات الطوعية التي يتخذها المنظمات لتحسين الظروف الاجتماعية والبيئية، بهدف المساهمة في التنمية المستدامة ورفاهية المجتمعات (ISO, 2010) ."

"المسؤولية الاجتماعية تشير إلى مساءلة المنظمات عن تأثير قراراتها وأنشطتها على المجتمع، وتشمل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية (Matten & Crane, 2005) ."

"المسؤولية الاجتماعية تنطوي على دمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في العمليات التجارية والتفاعلات مع أصحاب المصلحة، وتتجاوز الامتثال القانوني وتسعى لتحقيق تأثير اجتماعي إيجابي (World Business Council for Sustainable Development, 2000) ."

"المسؤولية الاجتماعية هي التزام الشركات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، من خلال العمل مع الموظفين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام لتحسين جودة الحياة (European Commission, 2011) ."

"المسؤولية الاجتماعية تشير إلى الالتزامات الأخلاقية والمعنوية التي يتحملها الأفراد والمنظمات للتصرف في مصلحة المجتمع وأصحاب المصلحة، مع مراعاة الآثار الاجتماعية والبيئية والاقتصادية الأوسع لأعمالهم (Wood, 1991)." .

"المسؤولية الاجتماعية تضم فكرة أن الشركات لديها واجب للخروج عن نشاطات تحقيق الأرباح والمساهمة بشكل إيجابي في المجتمع، ومعالجة القضايا الاجتماعية وتعزيز الممارسات المستدامة." (Visser, 2005)

1- فوائد المسؤولية الاجتماعية

تظهر الأهمية من المسؤولية الاجتماعية لكل من الشركة والمجتمع والدولة في كل مما يلي:

❖ المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمنشأة:

- العمل على تحسين صورة المنشأة في المجتمع بشكل عام ولدى المتعاملين والعمال بشكل خاص.
- إلتزام المسؤولية الاجتماعية للمنشأة في تحسين مناخ العمل" والعمل على بث روح التعاون والترابط بين العديد من الأطراف.
- تتجاوب المسؤولية الاجتماعية مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع؛ بالإضافة إلى أن هناك فوائد أخرى تتمثل في الأداء المتطور والمردود المادي لتبني المسؤولية الاجتماعية (نصار، 2017).

❖ المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمجتمع:

- تحقيق الإستقرار الإجتماعي نتيجة لتوفير العدالة وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص .
- العمل على تحسين نوعية الخدمات التي يتم تقديمها للمجتمع .
- العمل على زيادة الوعي وذلك لبيان الإدماج التام بين المنشآت ومختلف الفئات ذات المصالح.
- العمل على زيادة التنقيف والوعي الإجتماعي على مستوى الأفراد؛ مما يساهم من الإستقرار
- السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية. (Swift et al, 2014)

❖ المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للدولة:

- العمل على تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة أثناء أداء مهامها وخدماتها التعليمية والصحية والاجتماعية والثقافية.
- العمل على تعظيم فوائد الدولة بسبب الوعي الكبير لدى المنشآت بأهمية المساهمة في تحمل التكاليف الاجتماعية مما يؤدي إلى الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية.
- تساعد المسؤولية الاجتماعية في المساهمة في التطور التكنولوجي والفضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي لا تستطيع الدولة تحمل أعبائها (الأسرج، 2012).

2- أبعاد المسؤولية الاجتماعية

- تعني المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة بأن الشركات والمؤسسات والأفراد على حد سواء يجب أن يتحملوا مسؤولية حماية البيئة والاهتمام بها بشكل يحافظ على استدامتها ويحميها من التدهور والتلوث. وتعد المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة جزءاً من المسؤولية الاجتماعية العامة التي يتحملها الأفراد والمؤسسات في تلبية احتياجات المجتمع والمحافظة على صحته ورفاهيته. (Caroll, 1991)
- تعني المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع بأن المؤسسات والشركات والأفراد يجب أن يتحملوا مسؤولية العمل بشكل يحافظ على رفاهية وصحة المجتمع ويساهم في تلبية احتياجاته وتطويره. وتتضمن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعامل بطريقة عادلة وشفافة مع جميع أصحاب المصلحة. (Wood, 1991)
- تعني المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين بأن المؤسسات والشركات يجب أن تحرص على العناية بصحة وسلامة الموظفين وتوفير بيئة عمل آمنة وصحية لهم، كما يجب عليها أن تحترم حقوق العاملين وتعاملهم بشكل عادل ومنصف، وتوفير فرص التدريب والتطوير والترقيات لهم. و لها عدة جوانب منها (DeGeorge, 1994):
- ✓ توفير بيئة عمل آمنة وصحية، والحرص على توفير وسائل الحماية اللازمة للعاملين، وتدريبهم على استخدامها.
- ✓ احترام حقوق العاملين وعدم التمييز بينهم، وتوفير فرص متساوية للتدريب والترقيات.

- ✓ تحسين جودة حياة العاملين ورفاهيتهم، وتوفير برامج الرعاية الصحية والتأمين الصحي لهم ولعائلاتهم.
- ✓ الحرص على توفير رواتب ومزايا ملائمة للعاملين، وتحسين ظروف العمل وتوفير فرص التطوير والترقية.
- تعني المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين أن المؤسسات والشركات يجب أن تحرص على تحقيق العوائد المالية الملموسة للمساهمين، ولكن بطريقة تحافظ في الوقت نفسه على المبادئ الأخلاقية والاجتماعية، وتحافظ على البيئة والمجتمع وحقوق العاملين. و لها عدة جوانب (Jensen, 2002):
- ✓ تحقيق عوائد مالية ملموسة للمساهمين، وذلك من خلال تطبيق الممارسات الإدارية الفعالة وتحقيق الربحية المستدامة.
- ✓ الحفاظ على سمعة الشركة ومصداقيتها، من خلال الالتزام بالمبادئ الأخلاقية والمساهمة في خدمة المجتمع والحفاظ على البيئة.
- ✓ توفير المعلومات الصحيحة والشفافة للمساهمين والجمهور عموماً، والالتزام بالتقارير المالية والمحاسبية الدقيقة.
- ✓ اتخاذ القرارات الاستثمارية والإدارية بشكل مسؤول وذلك بتقييم المخاطر المحتملة والآثار الاجتماعية والبيئية.
- **المطلب الثاني: أسباب بروز المسؤولية الاجتماعية في المنشآت و مداخلها**
- أسبابها:

تزايدت المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في السنوات الأخيرة بسبب عدة عوامل. أولاً، يواجه العالم تحديات اجتماعية وبيئية كبيرة مثل تغير المناخ والفقر والعدوى البائية وغيرها، والتي تتطلب تدخلاً فعالاً من المؤسسات لمساعدة المجتمع وحل هذه المشكلات. ثانياً، يتوقع المستهلكون والعملاء اليوم من المؤسسات أن تكون أكثر تحملاً للمسؤولية الاجتماعية والبيئية، وتحترم الحقوق الإنسانية والعمل بمبادئ النزاهة والشفافية. كما أن هذه المؤسسات تتعرض للضغط الرقابي من قبل الحكومات والجمعيات والمؤسسات الأخرى التي تتابع نشاطاتها ومعاييرها. وأخيراً، يعتبر التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية وسيلة فعالة لتعزيز الثقة والتفاعل

الإيجابي مع الجمهور والمجتمع، وتعزيز العلاقات الجيدة مع العاملين والشركاء والمستثمرين. لذلك، يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية أصبحت جزءاً أساسياً من استراتيجيات الأعمال الحديثة للمؤسسات.

و هناك العديد من التحديات التي أشارت إلى الأسباب وراء بروز المسؤولية الاجتماعية والتي كان من أهمها:

العولمة: وهي إحدى أهم القوى الدافعة لتبني المنشآت لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؛ حيث أن العديد من الشركات المتعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية؛ والتي أصبحت تركز على حقوق الإنسان في حملاتها الترويجية بالإضافة إلى التزامها بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين؛ كما وأنها تهتم بقضايا البيئة للحفاظ على الموارد الطبيعية. (عيسى، 2019)

تزايد الضغوط الشعبية والحكومية: ويظهر ذلك من خلال التشريعات التي تعنى بضرورة حماية المستهلكين والعاملين والبيئة. وهذا بدوره يكلف المنشآت أموال هائلة إذا إلتزمت بهذه التشريعات. (العودات، 2015)

الكوارث الأخلاقية: حيث نتعرض المنشآت العالمية للقضايا الأخلاقية؛ والذي يجعلها تتكبد أموال هائلة للتعويض عن الخسائر والضحايا. وذلك كما حدث في كارثة الرشوة في شركتي IBM و BANCO NACION في الأرجنتين. (جمعة، 2017)

4. التطورات التقنية: صاحب هذه التطورات العديد من التحديات التي واجهت الشركات والتي فرضت عليها الإلتزام بتطوير المنتجات؛ والعمل على تطوير مهارات العاملين والإهتمام بالتغيرات في أذواق المستهلكين؛ والعمل على تنمية مهارات متخذي القرارات. (السحبياني؛ 2015)

و تعد ظاهرة بروز المسؤولية الاجتماعية في المنشآت نتيجة لعدة أسباب ومداخل تتضمن:

تطور توجهات المستهلكين: يعتبر التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية من قبل المستهلكين أحد العوامل الرئيسية التي تحفز المنشآت على اتخاذ تدابير مسؤولة. فالمستهلكون اليوم أكثر وعياً بالقضايا الاجتماعية والبيئية، ويفضلون التعامل مع المنشآت التي تتبنى ممارسات مسؤولة.

الضغوط الاجتماعية والقانونية: تتعرض المنشآت لضغوط من المجتمع والجمهور لتحمل مسؤولياتها الاجتماعية. بعض القوانين والتشريعات تلزم المنشآت باتباع مبادئ المسؤولية الاجتماعية والقيام بتقارير واضحة حول أداءها في هذا الصدد.

فوائد السمعة والتميز التنافسي: تبحث المنشآت عن تحقيق السمعة والتفرد في السوق. يمكن أن تكون المسؤولية الاجتماعية أداة فعالة لبناء سمعة إيجابية وتفوق تنافسي. بالاستثمار في الممارسات المسؤولة، يمكن للمنشآت تحقيق ميزة تنافسية من خلال جذب المستهلكين والمستثمرين المهتمين بالقضايا الاجتماعية.

المسؤولية المؤسسية والقيادة: يلعب القادة والمدراء دورًا حاسمًا في دفع المنشآت نحو تبني المسؤولية الاجتماعية. عندما يكون لديهم رؤية واضحة وملتزمة تجاه المسؤولية الاجتماعية، يمكنهم توجيه المنشآت نحو تنفيذ الممارسات المسؤولة وتكوين ثقافة مؤسسية تدعمها.

المتطلبات البيئية والاجتماعية: تواجه المنشآت ضغوطًا بيئية واجتماعية متزايدة، مثل التغير المناخي والاستنزاف المستدام للموارد. يدفع هذا الواقع المنشآت إلى العمل بشكل مسؤول للحفاظ على البيئة والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.

هذه الأسباب والمداخل تمثل جزءًا من العوامل المحفزة لبروز المسؤولية الاجتماعية في المنشآت. يجب أن يكون هناك تفاعل مستدام بين المنشآت والمجتمع لتعزيز وتحقيق فوائد المسؤولية الاجتماعية في المجتمع والبيئة المحيطة.

- مداخلها

هناك العديد من العناصر والمكونات المترابطة للمسؤولية الاجتماعية والتي ينتمي كل منها للآخر؛ وتتمثل هذه العناصر بما يلي:

1. التعاون: حيث يعد إحدى المظاهر الإجتماعية التي تهدف للتعاون في المسؤولية والعسل مع جهات أخرى لتحقيق أي هدف مشترك مباشر أو غير مباشر ، وهذا التعاون من الممكن أن يكون إختياري كتعاون الأفراد في مساعدة المحتاجينء أو إجباري نتيجة للظروف المحيطة به. (محمد؛ 2012)
 2. المشاركة: تعتبر المشاركة أعلى درجات المسؤولية الإجتماعية؛ والتي تبنى على مفهوم ديمقراطي يقوم على مبدأ ضرورة مشاركة جميع أفراد المجتمع المحلي في تحقيق التنمية الإجتماعية حيث أن المشاركة تكون من خلال المشاركة بالرأي والجهد والعمل والمقترحات أو المشاركة في عمليات التخطيط والتنفيذ والتقييم للوصول لمستوى أفضل من التنمية. (عزاوي وسايح، 2011)
 3. الإهتمام: وهو الأساس للعلاقة الإجتماعية ولدوافع للعمل الإيجابي؛ لذا يعتبر الإهتمام الأساس للمسؤولية الإجتماعية الأخرى كالتعاون والمشاركة. (جمعة. 2017)
- مؤشرات قياس المسؤولية الإجتماعية

يتم تقييم المسؤولية الإجتماعية بالإعتماد على أربعة مؤشرات أساسية وهي كما يلي:

- 1) مؤشر الأداء الإجتماعي للعاملين بالشركة: وهذا المؤشر يعبر عن جميع تكاليف الأداء وذلك على عكس الأجر الأساسي الذي يتقاضاه العامل في الشركة ويغض النظر عن الموقع التنظيمي أو لأي طبيعة أعمال تقوم بها الشركة للإلتزام بتوفير كافة العوامل التي تلزم في خلق وتعميق حالة الإلتزام والولاء للعاملين، والعمل على تدريبهم وتحسين الوضع الثقافي لهم والإهتمام بمستقبلهم عند إنتهاء فترة الخدمة. (نصار، 2017)
- 2) مؤشر الأداء الإجتماعي لحماية البيئة: ويشمل المؤشر البيئي بكافة التكاليف للأداء المجتمعي والتي تتعلق بأفراد المجتمع المحيط بالشركة للعمل على حمايتهم؛ وهذا المؤشر يشمل كافة التكاليف التي تعمل على حماية تلوث الهواء والبيئة والمزروعات وتلوث المياه والأعشاب الطبيعية.
- 3) مؤشر الأداء الإجتماعي للمجتمع: وتهدف هذه التكاليف بالإسهامات التي تقدمها المنشأة في خدمة المجتمع والتي تشمل كافة المساهمات والتبرعات للشركات التعليمية والثقافية والرياضية بالإضافة لكافة الإسهامات في برامج التدريب الإجتماعي والتعليم بالإضافة لمشاريع التوعية الإجتماعية. (الطاهر، 2017)

4) مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج: وهذا المؤشر يعبر عن كافة التكاليف التي تنصب في خدمة المستهلك بما فيها تكاليف الرقابة على إدارة الإنتاج وتكاليف البحث والتطوير و تدريب وتطوير العاملين بالإضافة للخدمات التي تعمل على تحقيق الرضا عن المنافع والخدمات التي يتم تقديمها للمستهلكين. (عيسى، 2019)

- المطلب الثالث: مبادئ و اتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية في الشركات

- اتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية

بالنسبة لإتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية في الشركات، فإن الشركات الناجحة تعتبر المسؤولية الاجتماعية جزءاً أساسياً من استراتيجيتها العامة وتفهم أن تأثيرها الإيجابي على المجتمع يعود بالفائدة إليها أيضاً. وعلاوة على ذلك، تسعى الشركات الرائدة في مجالاتها إلى التأكد من عدم تأثير عملياتها على البيئة وحقوق العمال، وبالتالي تخصيص المزيد من الجهود لتحسين ممارساتها الاجتماعية والبيئية.

ويمكن القول إن تلك الإتجاهات تركز على عدة مجالات، أولها تضمين المسؤولية الاجتماعية كجزء من استراتيجية الأعمال، مع الإلتزام بمعايير دولية للمسؤولية الاجتماعية. كما تتضمن الإتجاهات تحسين العلاقات مع المجتمع المحلي وضمان حقوق العمال، بالإضافة إلى الاستثمار في التكنولوجيا النظيفة وتحسين جودة المنتجات والخدمات وإدارة النفايات بطريقة صديقة للبيئة. كما تشمل الإتجاهات التعاون مع الحكومات والمنظمات الأخرى لتحسين المجتمعات وتطوير الاقتصاد المستدام.

تهتم الشركات المتقدمة بإدارة أداء المسؤولية الاجتماعية وقياس تأثيرها، من خلال تقييم مدى تأثيرها على المجتمع والبيئة وتحديد أهداف قابلة للقياس. كما يتم توظيف الابتكار والتكنولوجيا لتطوير برامج ومبادرات تدعم المسؤولية الاجتماعية والتخفيف من تأثير الممارسات الاقتصادية على البيئة وحقوق الع

و من الممكن أن يتم نشر المسؤولية الاجتماعية بثلاثة إتجاهات وهي كما يلي:

1) المساهمة التطوعية المجتمعية: وتتضمن هذه المساهمة الهيئات الخيرية والبرامج التطوعية والاستثمارات المجتمعية طويلة المدى سواء أكانت هذه الإستثمارات في الصحة أو التعليم أو أي

مبادرة أخرى حيث أن هذه المساهمات تلقى الإهتمام في الدول التي يكون بها الحوار للمسؤولية الإجتماعية للشركات، حيث من الممكن للشركات العمل على إنشاء الشركات بمبالغ وقفية كبيرة والعمل على تقديم المنح للمنظمات الدولية غير الربحية والتي تعمل في الدول النامية (سامية، 2018)

(2) العمليات الجوهرية للأعمال: وهي غالباً ما تنشأ من رغبة الأفراد والمنظمات الوسيطة لإدخال المسؤولية الإجتماعية لأعمالهم؛ حيث أن أي منشأة تعمل على تحسين ظروف وأوضاع تعظيم فرص التنمية المهنية. كما يمكن للمنشآت أن تكفل صدق وسيولة الإتصال مع العملاء وهذا يظهر الأثر الذي تتركه المسؤولية الإجتماعية بصورة غير المباشرة على تدبير الإحتياجات وبناء القدرات. (فرح والهنداوي، 2011)

(3) تاييد الحشد والبناء المؤسسي وحوار السياسات: ويتم هذا التأييد من خلال قيام قيادة المسؤولية الإجتماعية للمنشأة بتهيئة الرؤية والمناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسؤول عن المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ. كما أن رؤساء مجالس الإدارات في المنشآت يعملون على مشاركة الاعمال في القضايا التي تتعلق بالتنمية بمفهومها الأوسع بالإضافة للمبادرات التي تختص بالصناعة. (عيسى، 2019)

- مبادئ المسؤولية الإجتماعية

تعرف مبادئ المسؤولية الإجتماعية بتلك المبادئ التي تعمل على تنظيم أو فرض أو قياس سلوكيات وأعمال المنشآت؛ حيث أنها تستند إلى المساعلة العامة والشفافية والمصلحة الذاتية للمنشآت لذا تستند المسؤولية الإجتماعية إلى مجموعة من المبادئ التي تنبثق من الميثاق الدولي للمسؤولية الإجتماعية. حيث يتمثل هذا الميثاق بمبادرة دولية صدرت عام 1999، دعت الأمم المتحدة للشركات على التحلي بروح المواطنة المؤسسية؛ والعمل على زيادة مساهمتها للتصدي لتحديات العولمة بالإضافة للمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة؛ لذا فإن الميثاق الدولي للمسؤولية الإجتماعية يتمثل بكل ما تقوم به هذه المنشآت بغض النظر عن حجمها أو مجال عملها، وذلك من أجل العمل على تعظيم القيمة المضافة للمجتمع ككل (عنيزة وعلي؛ 2012) وتتمثل المبادئ التي يقوم عليها الميثاق الدولي بما يلي: (السيد، 2016)

- العمل على دعم وحماية وإحتزام حقوق الإنسان والمعلن عنها دولياً.
- القضاء على التمييز في المهن والوظائف وعمالة الأطفال.
- القضاء على كافة أشكال الأعمال الجبرية والقسرية.
- اتباع وتشجيع النهج الإحترازي الذي يتعلق بالتحديات التي تواجه البيئة؛ والعمل على تشجيع المبادرات التي تزيد من المسؤولية إتجاه البيئة.
- تطوير ونشر وتشجيع التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة.
- العمل على مكافحة كافة أشكال الفساد بما فيها الرشوة والإبتزاز.

كما أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية تشير إلى القيم والمبادئ التوجيهية التي تحكم تصرفات وقرارات الأفراد والمنظمات فيما يتعلق بتأثيرهم على المجتمع والبيئة. تتضمن هذه المبادئ عدة جوانب أساسية (Potter, 2006):

- المسؤولية تجاه المجتمع: تعنى بواجب الأفراد والمنظمات تجاه المجتمع بشكل عام. يشمل ذلك السعي لتحقيق الفائدة العامة وتحسين جودة الحياة والمساهمة في التنمية المجتمعية.
- المسؤولية تجاه الموظفين: تتطلب الاهتمام بحقوق ومصالح الموظفين، مثل توفير بيئة عمل آمنة وصحية وتعزيز فرص التطوير المهني وتعزيز التنوع والمساواة.
- المسؤولية البيئية: تشمل التعامل المسؤول مع الموارد الطبيعية والحفاظ على البيئة وتقليل التأثير السلبي على الطبيعة والتغير المناخي.
- المسؤولية التجارية: تعنى بتحقيق الأداء المالي المستدام وإدارة الأعمال بشكل مسؤول والامتثال للقوانين والمعايير الأخلاقية في الأعمال التجارية.
- المسؤولية تجاه العملاء والمستهلكين: تشمل تقديم منتجات وخدمات عالية الجودة، والنزاهة في الممارسات التجارية، والحفاظ على الخصوصية والأمان للمستهلكين.
- المسؤولية تجاه المجتمع المحلي والعالمي: تشجع على المشاركة الاجتماعية والتعاون مع المجتمعات المحلية والمساهمة في حل المشاكل الاجتماعية والبيئية العالمية.

تتفاعل هذه المبادئ مع بعضها البعض وتعزز الاستدامة والتنمية المستدامة. إن ممارسة المسؤولية الاجتماعية تساهم في بناء سمعة إيجابية للأفراد والمنظمات وتعزز تفاعلهم الإيجابي مع المجتمع والبيئة.

- المبحث الثاني: الحوكمة في الشركات

يعتبر بناء مجلس إدارة فعال في أي منشئة نقطة البداية لتطبيق المبادئ الصحيحة لحوكمة الشركات. حيث أن وجود مجلس الإدارة فعال يضمن الحفاظ على إستمرارية الشركة والعمل على تطويرها بإستمرار بما يتلائم مع كافة المتغيرات التي تحدث في بيئة الأعمال. (السرطاويش، 2015)

- المطلب الأول: مفهوم حوكمة الشركات

تعرف منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية OCDE حوكمة الشركات على أنها النظم التي يتم من خلالها توجيه منظمات الأعمال والرقابة عليها ويتم من خلال هذه النظم تحديد هيكل وإطار توزيع المسؤوليات والواجبات بين المشاركين في الشركات المساهمة كمجلس الإدارة وغيرهم من ذوي المصالح. (المناصير، 2013)

وفي تعريف آخر لحوكمة الشركات فهي الهيكل المناسب الذي يتم من خلاله عملية وضع الشركة لأهدافها؛ بالإضافة للوسائل التي تلزم في عملية تحقيق الأهداف من خلال الحوافز الجيدة التي تعطى للإدارة ومجلس الإدارة والرقابة على الأداء داخل الشركات. (شهبان؛ 2013).

كما تعرف حوكمة الشركات بأنها إطار المبادئ والممارسات التي تهدف إلى إدارة وإشراف الشركات بطريقة تحقق الشفافية والمسؤولية والعدالة في صنع القرارات وحماية مصالح جميع أصحاب المصلحة. تعتبر حوكمة الشركات مهمة جداً لضمان نجاح الشركات واستدامتها على المدى الطويل. (نظمة التعاون والتنمية الاقتصادية)

و تشمل مفاهيم حوكمة الشركات عدة جوانب، بما في ذلك (المعهد الدولي لحوكمة الشركات):

توزيع الصلاحيات: يشير إلى تحديد الأدوار والمسؤوليات بين مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية وأصحاب المصلحة الآخرين. يهدف ذلك إلى تفادي التركيز المفرط للسلطة في يد شخص واحد وتعزيز الشفافية والمساءلة.

المساءلة: تعني تحمل الشركة وأعضاء مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية المسؤولية عن قراراتهم وأعمالهم أمام أصحاب المصلحة، بما في ذلك المساهمين والموظفين والعملاء والمجتمع المحلي.

الشفافية: تتعلق بنشر المعلومات المهمة والدقيقة لأصحاب المصلحة، بما في ذلك المعلومات المالية والتشغيلية والإدارية. تعزز الشفافية الثقة وتسهم في اتخاذ قرارات مستنيرة.

مجلس الإدارة: يعد مجلس الإدارة هيئة رئيسية في نظام حوكمة الشركات. يقوم بمراقبة أداء الإدارة واتخاذ القرارات الاستراتيجية وتحديد سياسات الشركة. يجب أن يتمتع أعضاء المجلس بالكفاءة والاستقلالية ويمتلكون المعرفة والخبرة اللازمة.

حقوق المساهمين: تشمل حقوق المساهمين (المساهمين الأساسيين وغيرهم) حقوقهم في المشاركة في صنع القرارات الهامة، والحق في الحصول على معلومات مهمة، والحق في الحصول على عوائد عادلة على استثماراتهم.

تُعرّف حوكمة الشركات على أنها إطار المبادئ والممارسات التي تهدف إلى إدارة ومراقبة الشركات بشكل فعّال لضمان الشفافية والمساءلة والعدالة في عمليات صنع القرار، مع حماية مصالح جميع أصحاب المصلحة (كادبري، 1992؛ منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، 2015). تشمل حوكمة الشركات توزيع الحقوق والمسؤوليات بين مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية وأصحاب المصلحة الآخرين، وتؤكد على أهمية المساءلة والشفافية وحماية حقوق المساهمين (تريكر، 2015).

تهدف حوكمة الشركات إلى إنشاء نظام للرقابة والتوازن، وتعزيز السلوك الأخلاقي، وتعزيز الأداء المؤسسي على المدى الطويل والاستدامة (سولومون، 2013). وتتطوي على إنشاء آليات تحكم داخلية

صحيحة، وممارسات فعالة لإدارة المخاطر، وتوجيه أهداف الشركة بما يتوافق مع مصالح المساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين (مونكس ومينو، 2014).

وفقاً لشلايفر وفيشني (1997)، "تتعامل حوكمة الشركات مع الطرق التي يضمن بها موردو التمويل للشركات الحصول على عائد على استثمارهم.

بحسب مالين (2016)، "تهتم حوكمة الشركات بالطرق التي يضمن بها موردو التمويل للشركات الحصول على عائد على استثمارهم.

وفقاً لميلشتاين وماكافوي (1998)، "حوكمة الشركات هي الإطار الذي يتضمن مجموعة من القواعد والممارسات التي يضمن بها مجلس الإدارة المساءلة والعدالة والشفافية في علاقة الشركة مع أصحاب المصلحة.

بحسب بلاير (1995)، "تشير حوكمة الشركات إلى العلاقة بين المشاركين المختلفين في تحديد اتجاه وأداء الشركات. المشاركون الأساسيون هم المساهمون والإدارة ومجلس الإدارة."

ومن هنا يمكن تعريف حوكمة الشركات من وجهة نظر الباحث على أنها مجموعة القواعد والأنظمة التي تعمل على تحديد العلاقة بين إدارة الشركة وحملة الأسهم وأصحاب المصالح والأطراف التي ترتبط بالشركة كحملة السندات من ناحية أخرى.

- مفهوم مجلس الإدارة

يعرف مجلس الإدارة على أنه إحدى الأطراف الأساسية والمهم في الشركات الإقتصادية وفق نظام الحوكمة؛ والذي له دور مهم في إدارتها والعمل على تحقيق أهدافها. حيث له أكبر قدر من سلطة الرقابة على الشركات ويتم تعيينه من طرف المساهمين. (علام؛ 2016).

ومجلس الإدارة يمثل الإدارة العليا في المنشأة والذي يتم تعيينه من قبل المساهمين بحيث يكفل لهم بأن رأس المال الذي يتم استثماره يستخدم بأفضل الأساليب من قبل إدارة الشركة. (محمد ومصطفى؛ 2014).

ومن هنا يمكن تعريف مجلس الإدارة من وجهة نظر الباحث على أنها النظام الداخلي الذي يتم مراجعته بشكل سنوي؛ والذي يعمل على وضع السياسات والإستراتيجيات التي تعمل على تحقيق مصالح الشركة وأهدافها وتعظيم حقوق المساهمين والمجتمع المحلي.

- خصائص مجلس الدارة

يعتبر مجلس الإدارة المسؤول الرئيسي عن إدارة الشركة والإشراف على إدارة الأعمال داخل المنشآت؛ وذلك بهدف تحقيق الأهداف المحددة للشركة لتحقيق الأهداف المحددة لها ولكي يقوم مجلس الإدارة بالمهام الموكلة إليه يجب أن تتوفر به الخصائص التالية:

- حجم مجلس الإدارة: حيث يعتبر مجلس الإدارة على أنه إحدى آليات الحوكمة التي تساهم بشكل كبير وفعال في أداء المجلس" بالإضافة لتحسين الأداء والرقابة على ادارة الارباح وذلك من خلال الدور الرقابي الذي يسعى إلى زيادة قيمة المنشآت. (Azzoz et al, 2016)
- إستقلالية مجلس الإدارة: حيث يعرف العضو المستقل في مجلس الإدارة بذلك الشخص الذي ليس له أي ارتباطات مهنية أو شخصية بالشركة أو إدارتها. وتمثل الإستقلالية من أهم الخصائص النوعية لمجلس الإدارة. وعلى الرغم من هذا المجلس في الشركة إلا أنه هناك بعض المحددات لضمان إستقلالية هذا المجلس وهي كما يلي: (الشاهد والكردي، 2018)
- ✓ وجود مجموعة من الأعضاء غير التنفيذيين في مجلس الإدارة.
- ✓ الفصل بين وظيفة رئيس مجلس الإدارة ووظيفة المدير العام التنفيذي، حيث أن ذلك يعود إلى أنه من الممكن أن يكون رئيس مجلس الإدارة هو ذاته المدير العام وذلك بدوره يؤدي إلى تمركز السلطة وإحتمالية تضارب وتعارض المصالح مما يعمل على تدني في مستويات الرقابة.
- ✓ إجتماع رئيس مجلس الإدارة مع الاعضاء غير التنفيذيين فقط دون الأعضاء التنفيذيين.
- ✓ تحديد طريقة إختيار أعضاء مجلس الإدارة الجدد ولجانها بالإضافة لوضعهم لطرق عملهم الخاصة بنفسهم.

و بما أن مجلس الإدارة يشير إلى الهيئة أو المجلس الذي يتولى إدارة ورقابة الشركة أو المنظمة. وتتميز خصائص مجلس الإدارة بالعديد من الجوانب الهامة التي تشمل (Ioannou, et al, 2017):

- التمثيلية: يتألف مجلس الإدارة من مجموعة من الأعضاء الممثلين لمختلف الأصول والاهتمامات ذات الصلة بالشركة أو المنظمة، مثل المساهمين والمديرين التنفيذيين والخبراء المستقلين.
- الاستقلالية: يتميز مجلس الإدارة بوجود أعضاء ذوي استقلالية وكفاءة، يمكنهم اتخاذ القرارات المستقلة وفقاً لمصلحة الشركة أو المنظمة دون تأثر بتحيزات أو تعارضات مصالح.
- المسؤولية: يتحمل أعضاء مجلس الإدارة مسؤولية القرارات والأفعال التي يتخذونها نيابة عن الشركة أو المنظمة، ويتوجب عليهم تحقيق المصلحة العامة وتحقيق أهداف المنظمة بطريقة مسؤولة.
- الخبرة والتنوع: يجب أن يتمتع أعضاء مجلس الإدارة بالخبرة والمهارات المناسبة في المجالات المتعلقة بنشاط الشركة أو المنظمة، ويفضل أيضاً توفر تنوع في التركيبة الجنسية والثقافية والخلفيات المهنية لأعضاء المجلس.
- الشفافية والمساءلة: يجب أن يتعامل مجلس الإدارة مع الشفافية والمساءلة، وأن يتمتع بالبيانات وأنظمة للرقابة والإفصاح المناسبة لضمان الممارسات الصحيحة والقرارات المسؤولة
- مهام ومسؤوليات مجلس الإدارة

يخضع مجلس إدارة أي شركة لنظام خاص داخلي يتم مراجعته بشكل سنوي؛ يتم بموجبه تحديد المهام والصلاحيات والتي تتمثل بما يلي: (محمد، 2012)

- العمل على وضع السياسات التي تنظم العلاقات مع الأطراف ذوي المصالح وذلك بما يضمن تنفيذ الإلتزامات للشركة؛ بما يضمن حقوقهم وتوفير كافة المعلومات اللازمة والعمل على إقامة العلاقات الجيدة فيما بينهم؛ بالإضافة لوضع الإجراءات التي تضمن تطبيق قواعد الحوكمة الرشيدة ووتقييمها ومراجعتها بشكل سنوي داخل الشركات.
- العمل على رسم السياسات التي يتم من خلالها تحقيق المصالح والأهداف لتعظيم الحقوق للمساهمين وتقديم خدمات للمجتمع المحلي.

- العمل على وضع الإجراءات التي تلزم حصول المساهمين جميعهم بما فيهم المساهمين غير الجزائريين على حقوقهم؛ بالإضافة لمعاملتهم بالشكل الذي يحقق لهم العدالة والمساواة.
- ضمان الالتزام بكافة الإجراءات ضمن التشريعات النافذة.
- العمل على وضع سياسات لإدارة المخاطر التي قد تتعرض لها الشركة.
- التقييد بالأنظمة الداخلية الخاصة في تنظيم الأمور المالية والمحاسبية والإدارية للشركة.
- إعداد التقارير المالية السنوية والنصف سنوية والربع سنوية وكافة نتائج الأعمال الأولية عن أعمال الشركة؛ بما تتضمنه من بيانات مالية عن كل هذه الفترات ووفق الأحكام التشريعية النافذة.
- العمل على وضع السياسات للإفصاح والشفافية لمراقبة أداء الشركة وفق ما تتطلبه الجهات الرقابية.
- العمل على وضع الإجراءات التي تهدف لمنع إستغلال الأشخاص المطلعين في المنشئة للمعلومات الداخلية السرية وذلك بهدف تحقيق المكاسب المادية والمعنوية.
- تحديد الأشخاص المفوضين في المنشئة وتحديد صلاحياتهم وذلك وفق سياسة تفويض واضحة يتم وضعها داخل الشركة.
- العمل على تعيين المدير العام للشركة؛ وتحديد المهام والصلاحيات التي تمنح للإدارة التنفيذية في الشركة.
- إتخاذ كافة الخطوات التي تكفل تحقيق الرقابة الداخلية في المنشئة لضمان سير العمل داخل الشركة؛ حيث يتم ذلك من خلال العمل على إنشاء وحدة تختص بالرقابة والتدقيق الداخلي تعمل على التأكد من الإلتزام بتطبيق التشريعات والأحكام النافذة والخطط والإجراءات التي يتم وضعها من قبل مجلس الإدارة.
- تقييم ومتابعة ومراجعة الأداء للإدارة التنفيذية للتأكد من مدى تطبيقها للسياسات والإستراتيجيات والخطط الموضوعة.
- العمل على وضع آلية لإستقبال الإقتراحات والشكاوي التي تقدم من قبل المساهمين كإقتراحاتهم بإدراج مواضيع معينة في جدول أعمال الهيئة العلية؛ وذلك لدراستها وإتخاذ القرار المناسب لها خلال فترة زمنية معينة.

- الإعتماد على أسس معينة لمنح الحوافز والمكافآت الخاصة بأعضاء مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية؛ وذلك لدورها في تحقيق مصلحة وأهداف وغايات الشركة.

- المطلب الثاني: علاقة المسؤولية الإجتماعية بحوكمة الشركات

تتعلق علاقة المسؤولية بحوكمة الشركات بالارتباط الوثيق بين مفهومين أساسيين في سياق إدارة الشركات. تعكس المسؤولية في حوكمة الشركات الالتزام بالممارسات الأخلاقية والقانونية، وتحقيق الشفافية والمساءلة في أعمال الشركة. وتُعزز المسؤولية في حوكمة الشركات من قدرة الشركة على تلبية توقعات ومصالح جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك المساهمين، والعملاء، والموظفين، والمجتمع، والبيئة.

تعتبر حوكمة الشركات الفعالة والمسؤولة أساسية لتحقيق التوازن بين المصالح المختلفة وتعزيز الاستدامة في العمليات الشركائية. تسهم حوكمة الشركات الجيدة في تحقيق نتائج إيجابية للشركة من خلال تحقيق النزاهة والنمو المستدام، وتقليل المخاطر وتحقيق أداء مالي قوي ومستدام على المدى الطويل.

تشكل المسؤولية الإجتماعية إحدى اشكال تقارير المنشآت؛ حيث ان سياسة المسؤولية الإجتماعية تعد بمثابة آلية للتنظيم الذاتي والتي من الممكن من خلالها رصد وضمان إلتزامها بكافة القوانين والمعايير الدولية والأخلاقية. من هنا تنشأ العلاقة ما بين المسؤولية الإجتماعية وحوكمة الشركات من خلال الجدل الكبير الذي ظهر في مجال الحوكمة حول الأطراف الذي تستفيد من مكاسب هذه الشركات وهل هي أصحاب المصالح فقط أو المساهمين أو الزبائن؛ لذا فإن أصحاب المصالح يدافعون عن فكرتهم القائمة على أنه يجب أن يمتد إهتمام وتركيز جميع الشركات من المساهمين 'حملة الأسهم' إلى مجموعات أخرى لها علاقات بالشركة. وتستند بذلك على البراهين التالية: (عيسى، 2019)

- العمل على خلق القيمة يكون بشكل أقوى عندما يتم توزيع الأرباح؛ حيث أن المشروع الذي يلبي احتياجات العاملين ومراقبة المساهمين له قيم مضاعفة وذلك لأنه يتم إستهدافه في وقت واحد من مجموعتين من أصحاب المصالح.
- يتحمل كل من المورد والممول والأجير نسبة من المخاطرة التي تميز المشاريع على عكس المساهمين كما ولهم الحق في إقتسام المكاسب .

ومع ظهور المدارس الفكرية ظهرت مدرستان فكريتان أعطت الأولى الأهمية لتعظيم القيمة للمساهمين وذلك كسبب من أسباب الوجود وكخط رئيسي إرشادي لإدارة المنشأة؛ في حين أن المدرسة الثانية عملت على إستغلال وتحسين قيمة أصحاب المصالح حيث أن الفكرة من وجود المنشأة تقوم على تلبية المصالح؛ ومن ذلك فإن المسؤولية في الشركة هي أكبر من توليد المال؛ وذلك فعليها توزيعها وتوليدها بطريقة ترضي مصالح وتوقعات المشاركين الرئيسيين في عمليات خلق القيم والذي يعرف بالمسؤولية الإجتماعية للشركة. (بريكة وعبدالحليم؛ 2017).

هناك العديد من الميزات التي تتصف بها حوكمة الشركات من بينها المسؤولية الإجتماعية؛ حيث ان الحوكمة تعمل على جعل الشركات مسؤولة على القيام بالمسؤولية الإجتماعية والحفاظ على بيئة نظيفة وذلك من أجل البقاء والتطور في ظل البيئة الإقتصادية؛ كما وعلى الشركات التفاعل مع التوجهات الإجتماعية والبيئية التي عملت على تغيير ظروف النشاط بما يتناسب مع مستوى جميع الأسواق وفرض الظروف التنافسية الجديدة. (يماني؛ 2018).

العلاقة بين المسؤولية وحوكمة الشركات هي جانب أساسي في إدارة الشركات الفعالة. تشير المسؤولية في حوكمة الشركات إلى التزام وامتثال المبادئ الأخلاقية والالتزامات القانونية وتوقعات المجتمع في عمليات اتخاذ القرار وأعمال الشركة (فريدمان، 1970). وتشمل المسؤولية الاستباقية للشركة وشفافيتها واستجابتها لمصالح واحتياجات أصحاب المصلحة، بما في ذلك المساهمين والموظفين والعملاء والموردين والمجتمع والبيئة (ISO, 2018)

توفر حوكمة الشركات الإطار والآليات التي تضمن السلوك المسؤول داخل المنظمة. فهي تحدد التوجيهات والهياكل لاتخاذ القرارات وإدارة المخاطر ونظم الرقابة التي تساعد في منع السلوك غير الأخلاقي وتعزيز السلوك الأخلاقي (تريكر، 2015). تؤسس ممارسات حوكمة الشركات الجيدة الأساس لثقافة المسؤولية، حيث يتم دمج الاعتبارات الأخلاقية في استراتيجيات الأعمال والعمليات والعلاقات (سولومون، 2013).

ترتبط العلاقة بين المسؤولية وحوكمة الشركات بشكل وثيق بالاستدامة. تأخذ حوكمة الشركات المسؤولة في الاعتبار المصالح طويلة الأجل للشركة وأصحاب المصلحة، وتعزز الممارسات المستدامة التي توازن الاهتمامات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية (إلكنغتون، 1997). تشمل ذلك النظر في تأثير أنشطة الأعمال على أصحاب المصلحة المختلفين وضمان أن القرارات والأفعال تساهم في الرفاهية العامة واستدامة المنظمة والمجتمع (كارول وشابانا، 2010).

- المبحث الثالث: إدارة الأرباح

ظهر مفهوم إدارة الأرباح من الدور الكبير له في عملية إعداد التقارير والقوائم المالية وذلك بغرض تحقيق المكاسب الخاصة كما وأنه السلوك الذي تقوم الإدارة للتأثير على التدفقات النقدية لمعالجة الإنحرافات غير العادية وذلك من خلال إختيار السياسات المحاسبية المناسبة؛ وكما أن إدارة الأرباح تعني قيام المديرين بممارسة الأعمال التي تعمل على حجب القيمة الأساسية للشركة أو التأثير على تخصيص الوارد لديها (الشريف، 2013).

- المطلب الأول: مفهوم إدارة الأرباح

في بداية فترة التسعينات إزداد الإهتمام بإدارة الأرباح وذلك عندما إكتشفت لجان الأوراق المالية تلاعب المدققين والمديرين، حيث أن مديري هذه اللجان إهتموا بالتركيز على إدارة الأرباح الإنتهازية وذلك بهدف تلبية التوقعات لأسواق رأس المال، لذا كان لهؤلاء المديرين العديد من الدوافع كإزدياد الإهتمام بتقييم الشركات وذلك بالإعتماد على أدائها المالي؛ والعمل على زيادة قيمة الشركة في السوق المالي، بالإضافة إلى أن إظهار الشركة لأرباحها أكثر من الواقع يعطي صورة جيدة عن أداء الشركة. مما يؤدي إلى زيادة المستحقات وزيادة الربح التشغيلي والتدفقات النقدية والذي بدوره يؤدي إلى تقليل إدارة الأرباح. (حمدان وأبو عجيمة؛ 2012)

تعرف إدارة الأرباح بقدرة المستثمرين على التنبؤ بالأرباح التشغيلية غير العادية؛ وذلك بالإعتماد على المعلومات المالية. لذا فإن إدارة الأرباح هي مدى التعبير عن الأرباح التي تعملها الشركة بعدالة وصدق عن أرباح الشركة الحقيقية. (حمدان، 2012)

إدارة الأرباح هي عملية إدارة الدخل والنفقات في المؤسسة أو الشركة بهدف تحقيق أقصى قدر من الأرباح. تهدف إدارة الأرباح إلى تحقيق الهدف الأساسي لأي مؤسسة أو شركة، وهو تحقيق الأرباح وزيادة رأس المال. وتعد إدارة الأرباح من أهم مهام إدارة الأعمال، حيث تتيح للشركات والمؤسسات تحديد نقاط القوة والضعف في أعمالها واتخاذ القرارات الصحيحة (Lee et al, 2017).

إدارة الأرباح هي عملية التخطيط والتنظيم والرصد والتحكم في الدخل والإنفاق لتحقيق هدف معين. وهي تشمل مجموعة من الإجراءات والتقنيات التي تهدف إلى تحسين الأداء المالي للشركة أو المؤسسة، بما في ذلك زيادة الإيرادات وتحسين الكفاءة في الإنفاق (Chen, 2017).

وفي تعريف آخر لإدارة الأرباح فهي قدرة الشركة على تحقيق أرباحها بصورة حقيقية تعكس واقعها بالإضافة لقدرتها على الإستمرار في المستقبل؛ حيث أنها تمثل إستمرارية الشركة في القدرة على الحفاظ على ارباحها حيث أن قدرتها للحفاظ على هذه الأرباح يعتبر مؤشر جيد عن الأرباح المستقبلية. (زلوم 2015)

من هنا يمكن تعريف إدارة الأرباح من وجهة نظر الباحث بأنها قدرة الأرباح الحالية على التنبؤ بالأرباح المستقبلية للشركة؛ حيث ان إدارة الربح تعتبر مصدرا مهما لتقييم مدى قابلية الأرباح السابقة للشركة من التكرار.

كما تشمل إدارة الأرباح عدة مصادر، ومنها (Wang, 2021):

- التخطيط الاستراتيجي: حيث يتم تحديد الأهداف والرؤية وتحليل السوق والمنافسين وتطوير الاستراتيجيات اللازمة لتحقيق الأهداف المرسومة.
- إدارة المخاطر: حيث يتم تقييم المخاطر المحتملة واتخاذ الإجراءات اللازمة لتقليل تأثيرها على الأرباح.

- تحليل الأداء المالي: حيث يتم تحليل الأداء المالي للشركة بشكل دوري وتقييمها بما في ذلك الإيرادات والتكاليف والأرباح ومستوى الديون والإنفاق وغيرها من المؤشرات المالية الأخرى.
- إدارة التكاليف: حيث يتم تحديد التكاليف المختلفة المرتبطة بإنتاج المنتجات أو تقديم الخدمات وتحليلها وتطوير الاستراتيجيات اللازمة لتخفيض التكاليف وتحسين الكفاءة والإنتاجية.
- تحديد الأسعار: حيث يتم تحديد أسعار المنتجات والخدمات بناءً على تحليل السوق والتكلفة والطلب والعرض والمنافسة

- المطلب الثاني: دوافع، أساليب و أهمية إدارة الأرباح

1- دوافع إدارة الأرباح

إن ممارسة الحياة العملية تحركها دوافع معينة تعمل على تحقيق أهداف الشركة؛ حيث أجمع الباحثون على وجود دافعان لإدارة الأرباح؛ يتمثل الدافع الأول بتحقيق المنافع الذاتية للإدارة؛ أما الدافع الثاني فيتمثل بالتأثير على مستخدمي المعلومات المحاسبية وذلك من خلال إظهار كفاءة الشركة وذلك لضمان بقائها وإستمراريتها في سوق المنافسة؛ وبالنظر إلى اهداف وطبيعة هذه الدوافع فإنها تستطيع تحقيق العديد من المزايا والتي تتمثل بما يلي: (قراقيشء 2017)

- الدوافع التعاقدية: وتظهر هذه الدوافع كمحفز لإدارة الأرباح وذلك عند إستخدام البيانات المحاسبية كأساس يتم الإعتماد عليها في تنظيم العلاقات التعاقدية مع الغير" بالإضافة لوجود حافز يدفع المدراء لإدارة أرباحهم وذلك عندما يتم ربط مكافآتهم أو أوضاعهم الوظيفية بالأرباح المحققة؛ بالإضافة لتحقيق مزايا أخرى كالأمان الوظيفي.
- الدوافع المتعلقة بوضع الشركة في الأسواق المالية: تولد المعلومات المحاسبية للقوائم والتقارير المالية التي يتم نشرها في الأسواق المالية والتي تشكل مصدراً مهماً ومفيداً في عملية إتخاذ القرارات. وهذا بدوره يولد حافز للمديرين للتلاعب في الأرباح للتأثير على تقييم سعر السهم بما يتوافق مع توقعات المحللين؛ والذي يظهر عند إلتزام الشركة بإصدار أسهم جديدة لزيادة أسعارها بالإضافة لقيام الشركة التي تواجه سنة مالية سيئة بتحميل هذه السنة مصروفات غير عادية بمبالغ كبيرة وذلك لتحقيق أرباح كبيرة في السنوات القادمة. (الكبيجي، 2019)

• الدوافع التنظيمية: وهذه الدوافع تتعلق بما تقدم عليه الإدارة من تلاعب في الأرباح أو للتحايل على القرارات أو الضوابط التنظيمية التي يتم إصدارها من قبل بعض الجهات الرسمية والرقابية التي تقوم بتنظيم الأداء؛ لذا تلتزم الشركات بهذا التنظيم والذي بدوره يدفع المدراء إلى التأثير في الأرباح إيجاباً وذلك للتحايل على هذه الدوافع لإظهار أن هذه الشركات تحقق الملاءمة المالية المطلوبة. (مرعي وزكريا. 2013)

2- أساليب إدارة الأرباح

هناك العديد من الدوافع التي تعمل على تحفيز الإدارة لإدارة الأرباح لتحسين العلاقة مع المستثمرين والدائنين والعاملين؛ لذا تتخذ الإدارة من بين البدائل المحاسبية ما يساعد في تعظيم المنفعة ومن بين هذه الأساليب ما يلي: (سالم وأبوعواد. 2019)

- العمل على استخدام التقديرات المتفائلة التي لها علاقة بالعمر الإنتاجي للأصول الثابتة وذلك للعمل على تخفيض قسط الإهلاك مما يؤدي إلى تضخيم الأرباح.
- العمل على استخدام التقديرات المتفائلة في تصنيف الديون والتسهيلات الإئتمانية لتخفيض المخصصات التي تساعد في مقابلة الديون المشكوك بها وبالتالي تضخيم الأرباح.
- العمل على التلاعب في توقيت إثبات الأرباح التي تتعلق بعمليات بيع الأصول كأوراق المالية والأصول الثابتة مما يؤدي إلى التأثير في رقم الربح فقط.
- القيام ببعض المعالجات لمصاريف الصيانة على أنها المصاريف الرأسمالية والعمل على تحميلها على قيمة الأصل المالي وذلك بغرض تدعيم الأرباح المالية.
- لجوء العديد من المديرين لإستخدام قيم سوقية عند عملية تقييم المخزون وذلك كأساس عند القيام بالمقارنة بين التكلفة أو السوق المالي ومن ثم القيام بممارسات إدارة الأرباح. (شتوي، 2014).

3- أهمية إدارة الأرباح

وتظهر أهمية إدارة الأرباح في قدرتها على إستمرار التدفقات النقدية أكثر من إستمرارية المستحقات؛ حيث إزداد إهتمام المستثمرين بإدارة الأرباح؛ خاصة بعد إعلان العديد من الشركات العالمية للمكاسب غير

الدائمة وذلك كجزء من تقاريرها ربع السنوية؛ وتستمد إدارة الأرباح أهميتها من الأرباح ذاتها حيث تعد من المدخلات المهمة في عملية إتخاذ القرارات الإستثمارية والمالية؛ بالإضافة إلى أن إدارة الأرباح يساعد في تقييم الأداء وذلك من قبل مجموعة كبيرة من المستخدمين ولتقييم الوضع المالي للشركة؛ كما تستخدم كمؤشر لتوزيعات الأرباح من قبل الإدارة (السويطي، 2015)؛ وتعتمد إدارة الأرباح على العديد من العوامل التي تؤثر عليها والتي من الممكن تحديدها بما يلي: (مرعي، 2014)، (الشريف 2013)

- الإدارة في المعايير المحاسبية التي لها علاقة بعدم ممارسة الإدارة لإدارة الأرباح.
- الإختلاف في المعايير المحاسبية. حيث أن هذا الإختلاف في المعايير التي يتم إستخدامها في عملية إعداد التقارير المالية وفق المعايير الدولية والمحلية مما يؤدي إلى إستغلال الفرق فيما بينهم.
- تركيب حملة الأسهم حيث أن ممارسة إدارة الأرباح في الشركة التي تمتلك أعلى نسبة من أعضاء مجلس الإدارة يمتلكون أثر كبير في عملية إتخاذ القرارات.
- تساهم مبادئ وأسس الحوكمة في عملية تحسين إدارة الأرباح.
- سيطرة حملة الأسهم في العديد من الدول وذلك من خلال سيطرتها على نسبة من أسهم الشركة الشركات.
- الأثر الذي تتركه لجنة التدقيق في إدارة الأرباح حيث ان الإهتمام الكبير بلجان التدقيق في الفترة الأخيرة أدى لتحسين إدارة الأرباح وذلك من خلال تمتع لجنة التدقيق بالخبرة والإستقلال والذي بدوره يساهم في تحسين إدارة الأرباح.
- دور إدارة الرقابة الداخلية في التحسين من إدارة الأرباح.

– المطلب الثالث: أثر إدارة الأرباح على الشركات

تعتبر الأرباح من اهم الأهداف التي تسعى الشركات للإعتماد عليها في الحصول على التدفقات النقدية وذلك بعد القيام بتغطية مصروفاتها والذي من الممكن إستخدامها لإجراء توزيعات المساهمين وللقيام بالإجراءات الإستثمارية التوسعية التي تلزم لإحداث النمو المستمر ، لذا فإن الأرباح تعطي مؤشراً هاماً يعكس مدى كفاءة الشركة بإستخدام مواردها المتاحة. (الشريف. 2012)

من ناحية أخرى يمكن النظر إلى صافي الربح للشركات وفق أساس الإستحقاق التي تعتمد الشركات في إجراء معاملاتها المالية على أنه عبارة عن التدفقات النقدية للعمليات التشغيلية والإستحقاقات الجارية وغير الجارية. حيث تعبر الإستحقاقات الجارية عن التغيير في كل من حسابات صافي رأس المال دون أي تغيير في الإستثمارات والنقدية أو الديون قصيرة الأجل؛ لذا فهي تتمثل بالتغيير في حساب المخزون أو في الحسابات الدائنة والمدينة؛ أما بالنسبة للإستحقاقات غير الجارية فهي تتمثل بأقساط الإهلاك للأصول الثابتة والتغيير في حساب الضرائب المؤجلة (المعيني، 2018)؛ وبالتالي فإن الوصول لإدارة الأرباح يتم تعزيزه من خلال ما يلي: (الهالي، 2013)؛ (عيسى، 2016)

- مراعاة صحة ودقة التنبؤات بمستوى الأرباح المتوقع في الفترات القادمة؛ فكلما زادت درجة الإدارة في الربح فإن ذلك يؤدي لتعزيز الدقة في التنبؤات المستقبلية بالإضافة لتقديم معلومات أكثر ملائمة للمستثمرين.
- مراعاة درجة الإعتماد على النسب والمؤشرات المالية التي تعتمد على المخرجات من الربح المحاسبي عند إجراء التحليل المالي والعمل على قياس مؤشرات الأداء الفعلي للشركة.
- إظهار صحة العلاقة التي تعمل على قياس ربحية السهم والعائد المتوقع؛ وذلك بإعتبار أن الأرباح تعكس علاقة الارتباط الموجبة التي يتوقعها المستثمر ما بين هدف العائد والربحية التي من المتوقع تحقيقهم في الأسواق المالية.
- العمل على تزويد المستثمر بالمؤشرات التي تبين المكاسب التي تتاح للملاك عن كل سهم عادي وذلك من خلال العمل على إظهار نصيب هذه الأسهم من الأرباح الموزعة وهذا ينعكس على الأرباح الرأسمالية للأسهم والتي تتمثل بالفرق ما بين سعر البيع والشراء والذي بدوره يؤثر على أسعار الأسهم في الأسواق المالية.
- غياب إدارة ودقة الربح وهو يشكل الخطوة الأهم على الأرباح الموزعة؛ حيث أن حالة عدم الدقة في هذه الأرباح يؤدي إلى زيادة في رقم الأرباح دون أي زيادة حقيقية فيه؛ حيث أن الأرباح التي يتم توزيعها يكون توزيعها من رأس مال الشركة.

- المبحث الرابع: الدراسات السابقة

سيتم في هذا المبحث عرض الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة؛ إذ قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة الى دراسات باللغة العربية ودراسات باللغة الاجنبية وذلك على النحو الاتي:

- المطلب الأول: الدراسات السابقة العربية

1) دراسة عيسى (2019) "أثر الإفصاح عن الحوكمة والمسؤولية الإجتماعية على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإفصاح عن معايير الحوكمة والمسؤولية الإجتماعية على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية؛ إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بإستخدام بيانات مجموعة من الشركات الصناعية والبالغ عددهم 56 شركة مدرجة في بورصة عمان أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى الإفصاح عن معايير الحوكمة والمسؤولية الإجتماعية على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية. وبينت النتائج انه إذا قامت الشركة بالإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية التقارير المالية فإن ذلك يعود بالأثر الإيجابي على صورة الشركة لدى أصحاب المصالح مما يحسن من القيمة السوقية للشركة أهم ما أوصت به الدراسة توجيه إدارات الشركات الصناعية الإعتماد على تقارير خاصة بالإفصاح عن معايير الحوكمة والمسؤولية الإجتماعية مما يساهم في ترشيد القرارات الإستثمارية.

2) دراسة جمعة (2017) بعنوان: "أثر تبني الشركات الأردنية للمسؤولية الإجتماعية على أدائها المالي: دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية"

هدفت الدراسة إلى بيان أثر تبني الشركات الأردنية للمسؤولية الإجتماعية على أدائها المالي: مجتمع الدراسة من الشركات الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي في حين إقتصرت عينة الدراسة على 149 شركة مدرجة في سوق عمان للأوراق المالية؛ إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي؛ ووجود أثر لكل من الأنشطة

التي تتعلق بحماية العائد على الأصول؛ وعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أنشطة الشركات التي تتعلق بخدمة المجتمع على الأداء المالي ووجود أثر ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الإجتماعية على الأداء المالي.

3) دراسة العودات (2015) بعنوان: "أثر الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية على القيمة السوقية للبنوك التجارية الأردنية وفقاً لنموذج (Q s' Tobin)"

هدفت الدراسة لبيان أثر الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية على القيمة السوقية للبنوك التجارية الأردنية وفقاً لنموذج (Q s'Tobin)؛ تكون مجتمع وعينة الدراسة من البنوك التجارية الأردنية المدرجة في بورصة عمان والبالغ عندهم 13 بنك لفترة من 2009-2014؛ إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالإعتماد على العديد من الأساليب الإحصائية الوصفية كالوسط الحسابي والانحراف المعياري ونموذج الإنحدار المتعدد البسيط أظهرت النتائج عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية على القيمة السوقية للبنوك التجارية الأردنية وفق نموذج (Q s'Tobin)

4) دراسة محمد (2012) بعنوان: انموذج مقترح لقياس العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية للشركات وإدارة الأرباح"

هدفت هذه الدراسة لدراسة العلاقة بين المسؤولية الإجتماعية للشركات وإدارة الأرباح؛ بالإضافة إلى التركيز على السلوك الإنتهازي والسلوك الاخلاقي لإدارة الشركات عند إستخدام أنشطة المسؤولية الإجتماعية للشركات على مستويات الأرباح؛ إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال بناء نموذج لقياس العلاقة بين متغير المسؤولية الإجتماعية ومتغير إدارة الأرباح» أظهرت نتائج الدراسة أن كلاً من الشركات ذات المسؤولية الإجتماعية والشركات غير ذات المسؤولية الإجتماعية قد مارست إدارة الأرباح؛ ووجود علاقة سلبية جوهريّة بين المسؤولية الإجتماعية للشركات وإدارة الأرباح؛ أهم ما أوصت به هذه الدراسة ضرورة تعديل بناء المؤشر المصري لمسؤولية الشركات ليتضمن جزء يركز على ممارسة أو عدم ممارسة الشركات لإدارة الأرباح.

(5) دراسة عنيزة وعلي (2012) بعنوان: 'تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في قرارات مستخدمي هذه القوائم: دراسة تطبيقية وإستطلاعية'

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية على مستخدمي القوائم المالية؛ تكون مجتمع وعينة الدراسة من معمل إسمنت الكوفة في العراق لعام 2010 ، إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، أظهرت النتائج أن مستخدمي القوائم المالية يهتمون بعمليات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وأن هذا الإفصاح يؤثر بصورة مباشرة في قراراتهم؛ وبينت النتائج إختلاف الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية لمستخدمي القوائم المالية حيث حظي مجال حماية المستهلك للمنتج النهائي بالإهتمام الأكبر.

(6) دراسة عسيري (2011) بعنوان: 'إفصاح شركات المساهمة السعودية عن المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها المالية: دراسة تطبيقية'

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى الإفصاح عن الشركات عن مسؤوليتها الاجتماعية ونوعية هذا الإفصاح وذلك من خلال بيان مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وإستعراض التقارير المالية للشركات المساهمة السعودية؛ تكون مجتمع الدراسة من الشركات المساهمة السعودية في حين إقتصرت عينة الدراسة على 127 شركة من الشركات التي يتم تداول أسهمها في سوق المال السعودي للسنة المالية 02008 إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي" أظهرت النتائج أن غالبية الشركات المساهمة السعودية التي أفصحت عن المسؤولية الاجتماعية كان إفصاحها في صورة وصفية وذلك ربما يرجع إلى عدم وجود معايير للتقرير والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ وأن غالبية الإفصاح تمت في الجزء الخاص بتقرير مجلس الإدارة من التقرير المالي.

(7) دراسة فرح والهنداوي (2011) بعنوان: 'مدى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة: دراسة حالة الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان لعامي 2008-2007'

هدفت هذه الدراسة إلى بيان مدى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية؛ وبيان أثر كل من حجم الموجودات وحجم المبيعات على درجة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية؛ تكون مجتمع الدراسة من الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية في حين اقتصر العينة على جميع الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية والبالغ عددهم 72 لفترة من 2007-2008؛ أظهرت نتائج الدراسة وجود تفاوت بين مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية بين الشركات وأن شركة سوداتل لا تفصح في تقاريرها المالية عن المعلومات البيئية سواء على مستوى التقارير والقوائم المالية السنوية أو في قوائم مالية منفصلة؛ ووجود تجاوب من قبل الشركات إتجاه المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بمجال المجتمع المحلي والمساهمات الاجتماعية.

- المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية

1) Senkl (2017) “Essays on Earnings Quality and Corporate Social Responsibility Reporting”

الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح: هل هي إنعكاس لسلوك المديرين" هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة ما بين إفصاحات المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح التي تمثلها الأرباح المستحقة؛ يتكون مجتمع وعينة الدراسة من جميع الشركات غير المالية والتي يبلغ عددها 135 شركة مدرجة في بورصة دكا في بنغالديش لفترة من 2005-2009 إستخدمت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لإظهار النتائج؛ أظهرت النتائج أن الشركة تتأثر بمجموعة أصحاب المصالح المختلفة في المجتمع وتبلغ عن أنشطتها وفقاً لأنشطتها وفقاً لذلك من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ لأن الشركات المسؤولة اجتماعياً تنفق الموارد لتنفيذ ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات وذلك لتلبية إحتياجات المجتمع.

2) Agoglia et al. (2017)“Can Corporate Social Responsibility Counteract Managers Incentives to Manage Earnings?”

هل يمكن للمسؤولية الاجتماعية للشركات أن تتعارض مع حوافز المديرين لإدارة الأرباح" هدفت هذه الدراسة إلى إستكشاف كيف يمكن لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات أن تتعارض مع حوافز المديرين

للإدارة الجيدة الأرباح؛ تكون مجتمع وعينة من 194 مدير مالي يعملون في 500 شركة مسجلة في مجلة عدا ٥ منذ أكثر من 10 سنوات، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تصميم قائمة السيناريوهات المحتملة لسلوكيات إدارة الأرباح؛ أظهرت نتائج الدراسة أن التزام الشركة ببنود المسؤولية الإجتماعية للشركات؛ وأن توفير حافز للمديرين لممارسة إدارة الأرباح الجيدة سيعطي هؤلاء المديرين دافعاً أكبر للعمل على أساس إدارة الأرباح الجيدة؛ وبينت النتائج أن أحد عشر مديراً ذكروا أن هناك تلاعب في حساباتهم.

3) Hussain et al. (2017) “Corporate Social Responsibility and Earnings Management: the Moderating Role of Analysts Following”

المسؤولية الإجتماعية للشركات وإدارة الأرباح: دور وسيط للمحللين التاليين" هدفت الدراسة إلى بيان أثر المسؤولية الإجتماعية للشركات على إدارة الأرباح؛ تكون مجتمع الدراسة من البيانات المالية لـ 500 شركة في مجلة (Fortune, 2013) في حين تكونت عينة الدراسة من 4931 مشاهدة من 43 دولة خلال الفترة 2005-2014. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام معادلة الإنحدار المتعددة ومقاييس الإتجاه المركزي كالإنحراف المعياري والوسط الحسابي لإظهار النتائج؛ أظهرت النتائج أن الشركات ذات المعايير العليا في الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية للشركات الأكثر أخلاقية في إعداد التقارير المالية والإفصاح عنها وبالتالي فهي ممارسات أفضل لإدارة الأرباح.

4) Sanchezand Meca (2016) “CSR Engagement and Earnings Quality in Banks: The Moderating Role of Institutional Factors”

مشاركة المسؤولية الإجتماعية للشركات وإدارة الأرباح في البنوك: الدور الوسيط للعوامل المؤسسية هدفت هذه الدراسة إلى الربط بين ممارسات المسؤولية الإجتماعية في البنوك وتحسين إدارة الأرباح؛ بالإضافة للتعرف على الإختلافات في إدارة الأرباح الناتجة عن مشاركة المسؤولية الإجتماعية للشركات تتأثر بطريقة نكميلية أو بديلة بمستويات حماية المستثمر والتنظيم المصرفي للمؤسسات المالية عبر البلدان تكون مجتمع وعينة الدراسة من 877 مقابل 159 بنكا من 9 دول للفترة 2004-2010؛ استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ أظهرت النتائج أن أنشطة المسؤولية الإجتماعية للشركات لها تأثير في

تحسين إدارة أرباح البنك، وأن البنوك التي تقوم بممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات بإختيار وجذب المزيد من المقترضين ذوي الجدارة الائتمانية مما يساهم في تحقيق أرباح أعلى وإدارة أفضل لهذه المؤسسات المالية؛ وأن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها أثر على إدارة البنوك بشكل مرتفع في البلدان التي تتمتع بأعلى مستويات الحماية للمستثمرين وتنظيم البنوك.

5) Hong and Andersen (2011) “The Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: An Exploratory Study”

"العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح: دراسة إستكشافية" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة ما بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح في أميركا الشمالية؛ تكون مجتمع وعينة الدراسة من الشركات غير المالية المدرجة في مؤشر مورغان ستانلي المركب للفترة من 2005-1995. إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال إستخدام تحليل الإنحدار الخطي المتعدد ومقاييس كالمتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والتكرار ؛ اظهرت النتائج إلى أن الشركات التي لديها تطبيقات المسؤولية الاجتماعية لديها إدارة أعلى.

6) Yib et al. (2011) “Corporate Social Responsibility Reporting and Earnings Management: the Role of Political Costs”

تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح: دور التكاليف السياسية" هدفت هذه الدراسة إلى بيان العلاقة بين الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح؛ وما إذا كانت هذه العلاقة تتأثر بالإعتبارات الأخلاقية أم لاء تكون مجتمع وعينة الدراسة من قطاعي البترول والغاز والتغذية في سوق المال الأمريكي، وتم قياس ادارة الارباح من خلال حسابات الإستحقاق الإختيارية؛ إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. أظهرت النتائج أن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح كانت سلبية في قطاع البترول والغاز وإيجابية في قطاع الأغذية، وأن الإعتبارات السياسية لها أثر مرتفع على العلاقة بين إدارة الأرباح والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ وبينت النتائج أن العلاقة تكاملية في قطاع البترول والغاز وعلاقة إستبدالية في قطاع التغذية.

7) Kim et al. (2008) "Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?"

"هل إدارة الأرباح مرتبطة بالمسؤولية الإجتماعية للشركات" هدفت هذه الدراسة إلى إختبار ما إذا كانت الشركات التي تمارس أنشطة المسؤولية الإجتماعية تسلك سلوكاً مسؤولاً لمنع ممارسات إدار الأرباح؛ تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الأمريكية غير المالية للفترة من 1991-2009 في حين إقتصرت عينة الدراسة على 18160 مفردة من مجتمع الدراسة؛ إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، أظهرت النتائج أن الشركات التي تمارس أنشطة المسؤولية الإجتماعية تكون أقل إحتما لية لإدارة الأرباح من خلال حسابات الإستحقاق الإختيارية. وللتلاعب في الأنشطة الفعلية؛ وأن استخدام مؤشرات proxles بديلة لكل من المسؤولية الإجتماعية للشركات وإدارة حسابات الإستحقاق» وأن الإعتبارات الأخلاقية من المحتمل أن نقود المدراء إلى إنتاج تقارير مالية ذات إدارة عالية.

- المطلب الثالث: ملخص وأوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

من خلال عملية تحليل الدراسات السابقة باللغة (العربية والاجنبية) تمت الاستفادة من هذه الدراسات

كما يلي:

1. ساعدت على تحديد متغيرات الدراسة بدقة أكبر وتحديد الأبعاد التي سيتم تغطيتها ومناقشتها.
2. ساهمت في بناء الإطار النظري لدراسة وتعزيز الخلفية النظرية للباحثة حول موضوع الدراسة.
3. ساهمت في تحديد محاور البحث ومنهجية الدراسة وتوجيه الباحث للوسائل الأمثل للوصول الى النتائج المتوقعة.

- ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث:

- الأهداف: ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنه وفي حدود علم الباحث لم تغطي الدراسات السابقة موضوع العلاقة بين مدى تطبيق المسؤولية الإجتماعية في الشركات وإدارة الأرباح.

➤ أسلوب التحليل: تأتي هذه الدراسة لتكمل ما سبقها من الدراسات التي تناولت موضوع العلاقة بين مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات وإدارة الأرباح؛ وستتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في المنهجية المستخدمة حيث تم استخدام الوصف التحليلي بالاعتماد على أدوات الاستبانة.

➤ تعتبر من أولى الدراسات - في حدود علم الباحث - التي ركزت بشكل اساسي على العلاقة بين مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات وإدارة الأرباح في الجزائر.

- المطلب الرابع: المسؤولية الاجتماعية و إدارة الأرباح

هناك عدد من النظريات يمكن أن توفر وجهات نظر مختلفة حول العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الربح وهي نظريات الشرعية والعرف الاجتماعي وأصحاب المصالح والإشارة نظرية الشرعية تعتمد على مفهوم الشرعي التنظيمية والتي تشير إلى أن أفعال الشركة يجب أن تكون ملاءمة ومرغوبة في إطار القيم والأعراف السائدة. Suchman,1995, وتلقى النظرية الضوء على سلوك ودوافع المديرين حيث تقترح أن المديرين اللذين يمارسون إدارة الربح سيسعون لممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية وذلك لصرف الإنتباه عن عملية التقرير المالي المثير للشك (Hahn & Kuhnen, 2013) وكذلك نظرية أصحاب المصالح تهتم بكيف تدير الشركة علاقاتها مع الأطراف أصحاب المصلحة (Freeman, 1984; Mitchell, et al, 1997, حيث يجب أن يتخذ المديرين القرارات مع الأخذ في الاعتبار مصالح كافة الأطراف أصحاب المصلحة وتحديد أولويات تلك الأطراف والمعلومات التي يجب الإفصاح عنها لكل منهم . وفي سياق تلك النظرية تعتبر ممارسات المسؤولية الاجتماعية جزء من الحوار بين الشركة وتلك الأطراف ووسيلة فعالة لإدارة العلاقات معهم إلا أن مصالح تلك الأطراف مختلفة وغالبا ما تكون متعارضة وهو ما يسبب توتر ينعكس بشكل نهائي في التقرير المالي وفي حالة قيام المديرين بخدمة الأهداف المتعددة لتلك الأطراف يكون هناك عدم تماثل معلومات بصورة كبيرة وبالتالي لا يملك هؤلاء الأطراف الموارد او الحوافز الكافية للوصول للمعلومات لرقابة تصرفات المديرين , وتلك الزيادة في عدم تماثل المعلومات تؤدي لزيادة ممارسات إدارة الربح , بناء على ذلك توفر النظرية وجهة نظر حول أهداف وسلوك المديرين حيث أن المديرين اللذين يمارسون أنشطة المسؤولية الاجتماعية لخدمة مصالح الأطراف أصحاب المصلحة يقومون أيضا بممارسة إدارة الربح.

من جانب آخر، هناك نظرية الإشراف حيث المديرين لديهم رغبة ذاتية لإتمام أعمالهم داخل الشركة وتلك الرغبة تجعلهم يتخطون الدوافع المادية والدوافع الأخرى. وبالتالي فالمديرين يكون هدفهم الأول تحقيق منافع الشركة، حيث يلعب المديرين دور المشرفين والضامين لمصالح الشركة. ومن ثم فمصالح المديرين ترتبط بمصالح الشركة وكل الأفراد الآخرين داخلها ولا

يوجد تعارض في المصالح (Block, 1996; Davis et al., 1997; Peggy & Hugh 2001)، وفي هذا السياق، فالإلتزام بالسلوك الاجتماعي والاهتمام بالمسئولية الاجتماعية يجعل المديرين أكثر حرصا على منافع الشركة وبالتالي اقل اهتماما بممارسة إدارة الربح، وبالتالي هناك ارتباط سلبي بين المسئولية الاجتماعية وإدارة الربح. وفي نفس السياق، فنظرية العرف الاجتماعي تساعد على فهم أهداف وسلوك المديرين في تلك العلاقة السلبية.

أما نظرية الإشارة والتي ترتبط بمفهوم الشرعية حيث احد طرق الاحتفاظ بالشرعية التنظيمية هو إرسال إشارات لطرف آخر. وفي سياق تلك النظرية يقوم المديرين بممارسة أنشطة المسئولية الاجتماعية لإكتساب وضع متميز ضمن القطاع الذي تعمل فيه الشركة وبالتالي ممارسة تلك الأنشطة لا يرتبط بالتقدم أو التدهور في جودة التقرير المالي. ومن ثم لا يوجد تأثير لأنشطة المسئولية الاجتماعية على ممارسة إدارة الربح (Clarckson, 2008).

تناولت الدراسات السابقة إدارة الأرباح من منظور نظرية الوكالة حيث تعتبر إدارة الربح في هذا السياق احد أنماط تكاليف الوكالة حيث تنظر الإدارة لمصالحها الخاصة وتقوم بإصدار معلومات مالية غير دقيقة وبالتالي قد يقوم المساهمين باتخاذ قرارات استثمار غير مثالية. ولكن ممارسات إدارة الربح لا تؤثر فقط على حاملي الأسهم ولكنها تؤثر أيضا على مختلف الأطراف أصحاب المصلحة. في ضوء ذلك فإنه يمكن توسيع نطاق مفهوم الوكالة بحيث أن المديرين يعتبروا وكيل لكافة الأطراف أصحاب المصلحة وليس لحاملي الأسهم فقط وفي ضوء وجهة نظر أصحاب المصلحة - الوكالة تلك يمكن النظر للمنشأة ليس على أنها علاقة ثنائية ما بين حاملي الاسهم والمديرين ولكن على أنها مجموعة من العلاقات بين الأطراف أصحاب المصلحة (Prior, et al, 2008)

و كرد فعل من جانب الأطراف أصحاب المصلحة لمواجهة سلطة الإدارة في حالة تعارض، المصالح تقوم تلك الأطراف بعقاب الإدارة للتخفيض من سلوكها الإنتهازي ويأخذ ذلك العقاب مثل المقاطعة وتكوين جماعات الضغط (Baron, 2001).

في ضوء ذلك فالإدارة التي لديها دوافع لممارسة إدارة الربح سوف تسعى لتأمين نفسها وأحد وسائل ذلك الإنخراط في أنشطة تهدف لتطوير العلاقات مع الأطراف المختلفة وأهمها ممارسات المسؤولية الاجتماعية.

ويهدف المديرين من اتباع ممارسات المسؤولية الاجتماعية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها الحصول على تغطية إيجابية من الإعلام وشرعية من المجتمع وتدقيق أقل من العاملين والمستثمرين كما يعتقد المديرين أن إرضاء اهتمامات الأطراف أصحاب المصلحة ورسم صورة للأداء الاجتماعي والبيئي يخفض من احتمال تدقيق تلك الأطراف في عمليات إدارة الربح ويعتبر ذلك إستخدام إستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية أكثر من اعتبارها تكامل مع آليات الحوكمة. وقد أوضحت عدة دراسات أن الإدارة تقوم بتعويض الأطراف أصحاب المصلحة من خلال الأنشطة الاجتماعية وذلك كآلية لتجذب الضغط من الأسواق المالية.

- خلاصة الفصل

في ختام هذا الفصل، تم استكشاف الإطار النظري المتعلق بموضوع أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على إدارة الأرباح. يوفر هذا الإطار فهماً أعمق للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح، ويعزز الوعي بالتأثيرات المحتملة لممارسات المسؤولية الاجتماعية على جوانب الأرباح والأداء المالي للشركة.

تتركز الدراسات السابقة في هذا المجال على استكشاف التأثيرات المحتملة للمسؤولية الاجتماعية على العديد من المجالات، مثل زيادة القيمة للمساهمين، وتعزيز سمعة العلامة التجارية، وتحسين العلاقات مع أصحاب المصلحة المختلفين. ومع ذلك، تبقى هناك حاجة للبحوث المستقبلية لفهم أكثر عمقاً لطبيعة وآليات

تأثير المسؤولية الاجتماعية على إدارة الأرباح، وكذلك لتحليل العوامل المؤثرة في نجاح تطبيق المسؤولية الاجتماعية في تحقيق أهداف الأرباح للشركة.

يتطلب البحث المستقبلي تحليلاً أكثر دقة للتأثيرات الاقتصادية والمالية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى دراسة تفصيلية للآليات والممارسات التي يمكن للشركات اعتمادها لتحقيق توازن بين المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الأرباح. يمكن استكشاف هذه القضايا من خلال الدراسات الاستقصائية والتحليلات الاقتصادية والمحاكاة الرياضية والأساليب الأخرى المنهجية.

باختصار، يعد فهم أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على إدارة الأرباح موضوعاً معقداً ومتعدد الأبعاد يتطلب الكثير من البحوث والدراسات المستقبلية. يمكن لهذا الفهم أن يساهم في توجيه الشركات نحو ممارسات أعمق وأكثر استدامة، وتحقيق توازن بين تحقيق الأرباح وتلبية الاحتياجات الاجتماعية والبيئية للمجتمعات التي تعمل فيها.

- تمهيد:

بعدما تطرقنا إلى الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، يأتي هذا الفصل العملي كمحاولة لإسقاط ما تم دراسته نظرياً على إحدى الشركات الوطنية التي تتمتع بإحترافية كبيرة في مجال تخصصها، وهي "مجمع صيدال" والتي تعتبر من أهم وأكبر الشركات الصناعية المتواجدة عبر التراب الوطني. ونسعى من خلال هذا الفصل إلى تحقيق الهدف الأساسي للبحث، والذي يتمثل في الكشف عن أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على إدارة الأرباح في المؤسسة موضع الدراسة.

سيتناول هذا الفصل وصفاً لأفراد مجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطرق تصميمها إعدادها، وثباتها وصدقها، كما يتضمن وصفاً للإجراءات التي قمنا بها في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، والمعالجات الإحصائية التي اعتمد عليها في تحليل الدراسة، وتحليل فقرات الاستبانة، وأخيراً اختبار الفرضيات، لأجل الوصول إلى الاستنتاجات والتوصيات التي تخدم الدراسة.

لأجل ذلك قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: الإطار العام لمجمع صيدال

المبحث الثاني: تصميم الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات

- المبحث الأول: تقديم عام لمجمع صيدال:

تميز المشهد في سوق الدواء الجزائري خلال العقد الماضي بتغييرات عميقة، فقد أدى التوسع في صناعة الأدوية في بلدنا إلى خلق خمسين وحدة إنتاج وتمركز مختبرات دولية كبرى، فدخل الوافدين الجدد، يحد الاقتصاد الوطني من اعتماده على الاستيراد وكذا تحسين وصول الدواء إلى المواطن، ويضع المشهد الصناعي الجديد في قلب اهتماماته جميع متطلبات الجودة والرقابة التنافسية، فهذه هي التحديات الرئيسية التي يواجهها مجمع صيدال يومياً حيث أن نتائجها سيكون لها شأن في تحديد المكان والدور الذي سيلعبه المجمع على مستوى السوق، ويتمكن في السنوات المقبلة من الحصول على أداة صناعية تعادل تلك الخاصة بالمجمعات العالمية الكبرى .

- المطلب الأول: نظرة عامة حول مجمع صيدال:

1- نشأة مجمع صيدال :


إن أول مراحل إنشاء مجمع صيدال هو إنشاء الصيدلية المركزية الجزائرية (PCA) سنة 1969 بأمر رئاسي يوكل لها مهمة ضمان احتكار الدولة لاستيراد وتصنيع وتسويق المنتجات الصيدلانية الخاصة بالطب البشري، ثم أنشأت المؤسسة الوطنية للإنتاج الصيدلاني بعد إعادة هيكلة الصيدلية المركزية الجزائرية حسب المرسوم "82/161" المؤرخ في 28 أبريل 1982 وكانت مهمتها تتمثل في ضمان احتكار الدولة للإنتاج وتوزيع الأدوية بهدف تموين السوق الجزائرية بكميات كافية، وقد تم إعادة تسمية المؤسسة الوطنية للإنتاج الصيدلاني سنة 1984 حيث أطلق عليها اسم مؤسسة صيدال (SAIDAL) وفي أبريل 1987 تم إدماج مركب المدينة لإنتاج المضادات الحيوية (Antibiotique) الذي كان تابعا للشركة الوطنية للصناعات الكيماوية (SNIC) وفي 1989 استفادت هذه المؤسسة من الإصلاحات الاقتصادية وأصبحت مؤسسة عمومية اقتصادية تتميز باستقلالية التسيير، حيث اختيرت من بين أوائل المؤسسات الوطنية لكي تصبح شركة ذات أسهم، هدفها احتكار الإنتاج وتوزيع الأدوية وإشباع السوق الجزائرية بها.

وسمحت التغييرات في عام 1993 التي أجريت على القانون الأساسي للشركة، حيث سمح لها بالمشاركة في كل عملية صناعية أو تجارية يمكن أن تكون ذات صلة مع موضوعها الاجتماعي من خلال إنشاء شركات جديدة أو فروع، وقد تم أيضا في هذا العام الإصلاح المال لصيدال، حيث تحملت الدولة جميع ديونها وخسائرها في إطار الإصلاح المال لمؤسسات القطاع العمومي وفي سنة 1997 وضعت المؤسسة مخطط لإعادة الهيكلة الذي أدى إلى تحويل المؤسسة إلى مجمع صناعي وذلك في 28 فيفري 1998م تسميته مجمع صيدال، يضم ثلاثة فروع (فارمال، أنتيببوتيكال وبيوتيك)، وفي 2009، رفعت صيدال من حصتها في رأسمال س وميدال إلى حدود 59% وفي سنة 2010، قامت بشراء 20% من رأسمال شركة إيبيرال كما رفعت من حصتها في رأسمال شركة تافكو" 38.75% إلى 44.51%، وفي 2011، رفعت صيدال حصتها في رأسمال ايب يرال إلى حدود 60% وأما في جانفي 2014، شرع مجمع صيدال في إدماج فروع الآتي ذكرها عن طريق الامتصاص: أنتيببوتيكال، فارمال، وبيوتيك.

2- تعريف مجمع صيدال :

مجمع صيدال عبارة عن شركة ذات أسهم، ورأس ماله يقدر ب 2.500.000.000 دينار جزائري، % 80 من رأسمال صيدال ملك للدولة و20% المتبقية قد تم التنازل عنها في سنة 1999 عن طريق البورصة إلى المستثمرين من المؤسسات والأشخاص، يقع مقره الاجتماعي في 01 شارع يحي لعايشي” حسين داي بالجزائر العاصمة، الذي أنشأ في 02/02/1998، وهو رائد الصناعة الصيدلانية في الجزائر، تحصل في تاريخ 5 فيفري 2005 على شهادة الجودة ISO9001 نسخة 2000، منحتة إياها المنظمة الفرنسية للمراجعة والجودة. كما أنه مسعر بالبورصة منذ 17 جويلية 1999، وتتمثل مهمة المجمع في تطوير، وإنتاج وتسويق المواد الصيدلانية الموجهة للاستهلاك البشري، وتجسد رسالته في ضمان موقع الرائد على المستوى الوطني والاقليمي مع دخول السوق الاجنبية مستقبلا ويمكن تلخيص صحيفة البيانات للمجمع في الشكل التالي:

الشكل رقم 02: صحيفة البيانات لمجمع صيدال

الاسم	مجمع صيدال
الشعار (العلامة التجارية)	
المقر	الطريق الوطني رقم 11 حسين داي الجزائر
راس المال	شركة مساهمة برأس مال 2,500,000,000 دج
طبيعة الصفقة	سعر عرض العام 20% من راس مال 2,000,000,000 سهم
نوع الأوراق المالية	اسهم اسمية
عدد المساهمين	288,19 مساهم
غالبية المساهمة	عقد عمومي مع chimie-pharmacie 80%

التعاملات	طرح 2,000,000 سهم بقيمة اسمية بسعر 250 دج وتصدر ب: 800 دج
مدة العرض	من 15 فبراير الى 15 مارس 1999
الدخول الى البورصة	17 جويلية 1999

Source: Consulté le 20.05.2021 <http://www.cosob.org>

3- أهداف المجمع

يتمثل الهدف الاستراتيجي لمجمع صيدال في تعزيز مكانته كرائد في إنتاج الأدوية الجنسية* والمساهمة، بشكل فعلي، في تحسيد السياسة الوطنية للدواء التي وضعت من قبل السلطات العمومية، وتحقيق الانتعاش الاقتصادي في الجزائر لمواكبة التطور الاقتصادي العالمي، مع تحديد الأهداف الاستراتيجية التالية:

- الاهتمام بالبحث والتطوير في مجال الأدوية ذات المصدر النباتي والاستثمار فيه بشكل معلن وصريح.
- تبني نظام الإدارة بالجودة الشاملة.
- تنويع تشكيلة المنتجات من خلال تحديد سياسة خاصة بالبحث والتطوير المنتجات جليسة جديدة؛
- إنشاء نظام خاص باليقظة التكنولوجية والاستراتيجية والذكاء الصناعي؛
- تطوير الشراكة من خلال الاشتراك في مشاريع مع مخابر ذوي شهرة عالمية، سواء على شكل استثمار مباشر أو عن طريق اتفاقيات التكييف؛
- ضمان استمرارية المجمع عن طريق المحافظة والرفع من حصته السوقية الوطنية؛
- دخول الأسواق الخارجية والبحث المستمر في إمكانية تطوير الأداء الاقتصادي والاهتمام بانشغالات الصحة العمومية في الجزائر؛
- المساهمة في الحد من الواردات؛
- الزيادة من مستوى رضى المستهلك.

4- استراتيجية المجمع:

يعتمد المجمع أساساً على تطوير الأدوية الجنسية التي يتطلبها السوق الوطني ويسعى لتحسين صورته من خلال الرعاية الدائمة للسكان وتلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم وذلك من أجل ضمان اتصال المجمع مع زبائنه وتحقيق رضاهم، ولذلك تم اعتماد لوحة القيادة المستقبلية (Balanced card score) وهو نظام للإدارة هدفه قيام المؤسسة بتحديد رؤيتها واستراتيجيتها وترجمتها إلى عمليات، مع الاهتمام بالتغذية العكسية التي توفر المعلومات حول العمليات الداخلية والخارجية، وذلك بهدف تطوير الكفاءات والاستراتيجية باستمرار. ولهذا النظام أربعة أبعاد هي:

- الربحية: يتميز هذا النظام بالصرامة في التسيير المال للمجمع ومختلف وحداته وفروعه؛
 - السوق: حيث تم وضع ال زبون في مركز اهتمامات الإدارة (الصورة، الخدمة والعلاقة جودة سعر)؛
 - التحكم في العمليات الداخلية: بهدف التحكم في الوقت، الجودة والإنتاجية؛
 - التعلم والنمو: وهي تستهدف التجديد والتكوين المتواصل.
- لا يزال مجمع صيدال يحاول الوفاء بالتزاماته واحترام الدور الاجتماعي الذي يلعبه من أجل المواطن من خلال:

- تعزيز النشاط البيئي والوقاية من المخاطر؛
- المساهمة المالية المنتظمة للمؤسسات التعليمية (توزيع الجوائز، وتوفير وسائل النقل، وتنظيم حملات تحسيسية حول الأسنان والتوزيع المجاني لمعجون الأسنان، وتخصيص زيارات الأطفال المدارس لمواقع الإنتاج والبحث للمجمع)؛
- رعاية الفرق الرياضية؛
- تقديم الدعم للجمعيات البيئية؛
- رعاية جمعيات الطب والصيدلة والكيمياء (أكثر من 60 سهم للرعاية في عام 2002)؛
- رعاية الجمعيات الخيرية والمرضى؛
- هبات من الأدوية لصالح المرضى؛
- المشاركة في جهود الإغاثة لضحايا الكوارث المختلفة، الداخلية والخارجية.

-

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمجمع صيدال :

يعتمد استمرار نشاط المجمع على مدى تحديده للأهداف الاستراتيجية ووضع هيكل تنظيمي يتلاءم معه .

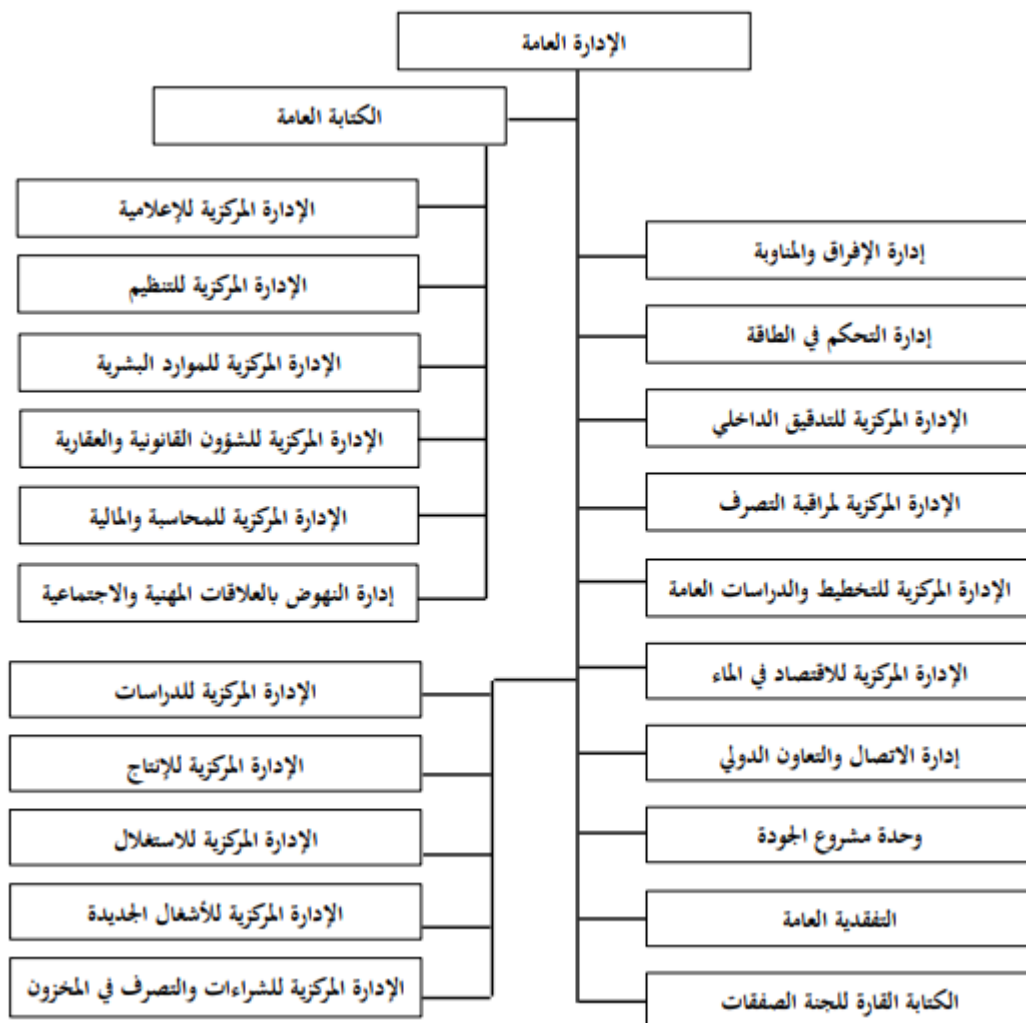
1- الهيكل التنظيمي للمجمع:

ينقسم مجمع صيدال إلى عدة مديريات وفروع يتم إدارتها من طرف المديرية العامة التي تول عدة مهام في الإدارة إلى المديريات المركزية والإدارة العامة، ومن خلال الشكل الموالي يمكن التمييز بين الوظائف والفروع وذلك حسب التدرج الهرمي وتسلسل الوظائف في المجمع، وكل فرع من هذه الفروع بإمكانه الاستفادة من خدمات المديريات المترابطة، ويضمن التنسيق الكافي بين ذلك من خلال المديرية العامة للمجمع، لذلك فإن نوع الهيكل المعتمد في هذه الحالة هو الهيكل المصفوفي أو ما يعرف بالهيكل الإبداعي والذي يتميز بما يلي:

- التسيير اللامركزي للفروع والوحدات داخل المجمع؛
- تداخل الوظائف والمسؤوليات
- وجود فرق عمل بحثية موزعة في الوحدات .

سنحاول شرح ذلك من خلال تبيان مختلف المديريات والفروع في المجمع والموضحة في الهيكل التنظيمي الموالي :

الشكل رقم 03: الهيكل التنظيمي لمجمع صيدال



الشكل رقم (1) الهيكل التنظيمي للمجمع

Source : Consultez 20-04-2022 <http://www.saidalgroup.dz/production.htm>

2- المديرية العامة للمجمع:

الهيكل الإداري الذي تنطوي عليه المديرية المركزية يتمثل في الآتي:

1) مركز البحث والتطوير (CRD): أنشأ هذا المركز بتاريخ 27 جويلية 1998 وهو مكلف أساسا بـ:

- تصميم وإعداد سياسة لتطوير محاور البحث التي لها علاقة بالمهام الاستراتيجية صيدال في مجال العلوم الطبية وخصوصا في الإبداع الصيدلاني؛
- المشاركة في تخطيط سياسة تطوير منتجات المجمع؛
- ترقية ونشر الأعمال التقنية والعلمية ونتائج البحث؛

- التصميم والتطوير الصناعي للأدوية العامة لفائدة المجمع؛
 - تجميع الوسائل المادية والتقنية وكذا تحفيز وتثمين الموارد البشرية التي تسمح له بضمان اليقظة التكنول وجية وسيرورة سوق المنتجات الصيدلانية في الجزائر ؛
 - تقديم خدمات مراقبة الجودة الفيز وكيمائية والصيدلانية التقنية والميكرو بيولوجية؛
 - القيام بأعمال البحث والدراسة التي تسمح للمجمع بتأسيس التحالفات والشراكة الاستراتيجية المريحة .
- (2) **مديرية التسويق والمبيعات:** تتمتع هذه المديرية بفريق طبي تسويقي ذا مستوى عال، بالإضافة إلى شبكة من الممثلين الطبيين تغطي كل القطر الوطني .
- (3) **مديرية أنظمة الإعلام:** تتمثل مهمتها في ضمان التنسيق بين مختلف وظائف المجمع والترويج لمنتجاته .
- (4) **مديرية الشراكة والتطوير:** نظرا للمكانة الهامة والأهمية الاستراتيجية التي يوليها المجمع للشراكة الصناعية، تم إنشاء مديرية للشراكة والتطوير داخل المديرية العامة للمجمع، ومن المهام المنسوبة إليها:
- تحديد ووضع حيز التنفيذ استراتيجية المجمع في مجال الشراكة والتطوير الصناعي والبحث عن شركاء محتملين وتحديد مشاريع للشراكة؛
 - التفاوض والتحضير للاتفاقيات التي لا تتنافى مع النظام القائم؛
 - الاهتمام بالعمليات الإدارية والقانونية المتعلقة بتكوين المؤسسات المشتركة؛
 - المشاركة حسب كل حالة في متابعة مراحل إنجاز المشاريع الصناعية؛
 - التنسيق ومتابعة تقدم المشاريع الصناعية ومساعدة الشركاء لدى الإدارات المحلية والوطنية من أجل الحصول على مختلف الوثائق المتعلقة بالاستثمار (عقد الملكية، رخصة البناء... الخ) .
- وتتلخص أهدافها فيما يلي:
- الرفع من الحصة السوقية الحالية للمجمع؛ إدماج المجمع في السوق الإقليمية والدولية في إطار انضمام الج زائر إلى المنظمة العالمية للتجارة تحويل؛ التكنولوجيا والحصول على معرفة الكيف؛

توسيع تشكيلة المنتجات وتحسين جودها وتخفيض الأسعار .

(5) مديرية ضمان الجودة: وهي مديرية تقنية مكلفة بمراجعة ملفات صنع الدواء ومراقبة وحدة البحث والتطوير وتوجيهها بخصوص تشكيل المنتجات المطابقة للأصل، تعمل وفق برنامج خاص بنظام الجودة وفق معيار الايزو 9001.

(6) مديرية التدقيق الداخلية: تتمثل مهامها أساسا في مراقبة التسيير، ويعمل بها عددا من الإطارات المكونة في الرقابة والمراجعة.

(7) مديرية التطوير الصناعي والشراكة: تتم هذه المديرية بكل النشاطات المرتبطة بالتطوير الصناعي، خاصة الاستثمار في مجال الشراكة سواء مع الوطنيين أو الأجانب، وهذا لتعزيز مكانة المؤسسة في السوق الوطني وفي الأسواق العالمية .

(8) مديرية المستخدمين: مهمتها تتمثل في توظيف واستقطاب واختيار الكفاءات ثم متابعة المسار الوظيفي للمستخدمين في المجمع، وخاصة التكوين الذي يعتبر أهم الأولويات في المديرية.

(9) مديرية تسيير المحفظة والاستراتيجيات المالية: تتمثل المهام الأساسية لهذه المديرية في تسيير الاستراتيجيات المالية وكذا تسيير الميزانية، المحاسبة والمالية والتمويل على المدى المتوسط والطويل، وهذا إضافة إلى متابعة محفظة الأوراق المالية للمجمع في السوق الثانوي.

(3) مراكز التوزيع¹:

يتوفر المجمع على ثلاث مراكز للتوزيع، تضمن توزيع منتجات صيدال عبر كافة أنحاء التراب الوطني، وهي كما يلي:

بتوفرها على الوسائل اللوجستية القوية والإمكانات البشرية الشابة، الحيوية والمتخصصة، فإن هذه المراكز تضمن توزيع منتجات صيدال عبر كافة أنحاء التراب الوطني .

1) مركز التوزيع للوسط UCC: تم إنشاؤها سنة 1996، كان أول مركز توزيع للمجمع. كان يهدف إلى تسويق وتوزيع كافة منتجات المجمع انطلاقا من نقطة بيع واحدة. مكنت النتائج المشجعة المتحصل عليها، من إنشاء مركزين للتوزيع أحدهما بباتنة والآخر بوهران

2) مركز التوزيع للشرق (باتنة) UCB: أنشئت سنة 1999، حيث يضمن هذا المركز تسويق منتجات صيدال في المنطقة الشرقية.

3) مركز التوزيع الغرب بوهران UCO: تأسس عام 2000 من أجل ضمان توزيع أفضل للمنتجات في المنطقة الغربية.

4) مصانع الإنتاج²:

تمتلك صيدال 09 مصانع للإنتاج بسعة إجمالية قدرها 200 مليون وحدة بيع:

01) مصنع المدينة: متخصص في إنتاج المضادات الحيوية البنيسيلينية وغير البنيسيلينية. يتوفر على وحدتين خاصتين (بالتركيب الجزئي) لإنتاج الأدوية التي يتم تناولها عن طريق الفم وعن طريق الحقن، ووحدة الإنتاج الاختصاصات الصيدلانية وكذا مبنين: أحدهما مخصص للمنتجات البنيسيلينية، والآخر للمنتجات غير البنيسيلينية.

2) مصنع الدار البيضاء: وهو أقدم وحدات الفرع حيث تعود نشأته إلى سنة 1958، أين كان تابعا للمخبر الفرنسي Labaz قبل تأميمه حاليا، ويقوم هذا المعمل بصناعة العديد من الأدوية وصيغ (أقراص، شراب، محاليل الغسل، المحاليل المذابة، والمراهم) وهو يحتوي على مخبر لمراقبة الجودة والتحليل الفيزيوكيميائي والمكروبيولوجي .

3) مصنع جسر قسنطينة: يتمتع بقدرة إنتاج تفوق 18 مليون وحدة بيع، وهو المنتج الجزائري الوحيد للمحاليل الكثيفة، وهو يتكون من قسمين مختلفين:

الأول لصناعة الصيغ الغالينية، تحميلات، أنيولات وأقراص، والثاني مجهز بتكنولوجيا جد متطورة، ويتخصص في صناعة المحاليل الكثيفة (جيوب وقارورات)، ويحتوي هذا المعمل على مخبر لمراقبة الجودة، وهو مكلف بالتحليل الفيزيوكيميائي والمكروبيولوجي والساموي (toxicologic) والتسيير التقني والوثائقي، كما يحتوي أيضا على خمس ورشات للإنتاج

▪ ورشة الأقراص والمليسات (dragées) بقدرة إنتاج 59.3 مليون وحدة بيع؛

▪ ورشة التحميلات (suppositoires): بقدرة إنتاج 8.5 مليون وحدة بيع؛

ورشتين لإنتاج المحاليل المكثفة بحيث:

- ورشة المحاليل المكثفة جيوب بقدرة إنتاج 8.9 مليون وحدة بيع؛
 - ورشة المحاليل المكثفة قارورات بقدرة إنتاج 550000 مليون وب .
- (4) مصنع الحراش: قدرته الإنتاجية تقدر ب 20 مليون وب، ويتكون من مخير لمراقبة الجودة مكلف بالتحليل الفيز وكيميائي والتسيير التقني والوثائقي لخمسة ورشات إنتاج التي تتمثل في:
- ورشة الشراب، بقدرة إنتاج 4.4 مليون وب؛
 - ورشة المحاليل بقدرة إنتاج 0,9 مليون وب؛
 - ورشة الأقراص والمليسات (dragées) بقدرة إنتاج 3.3 مليون وب؛
 - ورشة المراهم بقدرة إنتاج 5.7 مليون وب؛
 - ورشة التحميلات بقدرة إنتاج 2 مليون وب .
- (5) مصنع شرشال: المنتج الجزائري الوحيد لمركز غسل الكلى، ويتكون من:
- ورشة إنتاج بقدرة إنتاج تفوق 200000 وحدة بيع؛
 - مخبر للمراقبة الفيز وكيميائية والمكروبيولوجية والسماطة الصيدلانية.
- (6) مصنع قسنطينة: يقع في قسنطينة، في المنطقة الشرقية للبلد، يتوفر على ورشتين مختصين في إنتاج الشراب .
- (7) مصنع قسنطينة خاص بالأنسولين: متخصص في إنتاج الأنسولين البشرية من ثلاثة أنواع السريع، القاعدي والمركب 25، على شكل قارورات.
- (8) مصنع عنابة: تم تحويله إلى فارمال بعد حل ECOPHARM بتاريخ 31 ديسمبر 1997، ويقع هذا المعمل في ولاية عنابة وهو متخصص في صناعة الصيغ الجافة (أقراص وحبيبات)، كما أنه يحتوي على ورشة لصناعة الصيغ الجافة بقدرة إنتاج تقدر ب 000.000.8 وحدة بيع في السنة¹

- المطلب الثالث: تصميم أداة الدراسة

بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها، وعلى المنهج المتبع في الدراسة والوقت المسموح به والإمكانات المادية المتاحة، وجدنا أن الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف الدراسة هي (الإستبانة)، إضافة إلى إعتقاد الأدوات الأخرى في جمع البيانات كالمقابلات و الملاحظات. وعليه فقد قمنا بتصميم إستبانة الدراسة معتمدين في ذلك على الدراسات السابقة في نفس المجال.

وقد تكونت الإستبانة من ثلاثة أجزاء: الجزء الأول يتعلق بالمتغيرات الشخصية والخصائص الوظيفية لعينة الدراسة ممثلة في (الوظيفة، المستوى التعليمي ، مدة العمل بالشركة)، أما الجزء الثاني من الإستبانة فيتعلق بالمتغير المستقل (المسؤولية الإجتماعية) ويتكون من (20) عبارة:

- 1) محور المسؤولية الإجتماعية اتجاه البيئة و يشتمل هذا المحور على (5) عبارات
 - 2) محور المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع ويشتمل هذا المحور على (5) عبارات.
 - 3) محور المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين ويشتمل هذا المحور على (05) عبارات.
 - 4) محور المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين ويشتمل هذا المحور على (05) عبارات
- أما الجزء الثالث فيتعلق بالمتغير التابع (إدارة الأرباح) و يتكون من (10) عبارات
- وإستخدمنا التقسيم الخماسي الليكارتى حيث يقابل كل فقرة من محاور أداة الدراسة خمسة خيارات مقسمة إلى درجات كمايلي:

- درجة (1) غير موافق بشدة.

- درجة (2) غير موافق.

- درجة (3) موافق بدرجة متوسطة.

- درجة (4) موافق.

- درجة (5) موافق بدرجة عالية.

كما إعتدنا على الملاحظة كأداة لجمع البيانات و الحقائق من واقع المواقف و التصرفات و الحالة الراهنة لتفسير أسباب بعض الممارسات والسلوكات الخاصة

إضافة إلى إعتدنا على المقابلة كأداة بحث مباشرة تستخدم في مساءلة مجموعة من المسؤولين في الإدارة العليا والوسطى.

- المطلب الرابع: صدق وثبات أداة الدراسة

أولا-الصدق الظاهري للأداة:

للتعرف على مدى صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه، تم عرضها على عدد من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات الجزائرية ، وتم الأخذ بملاحظاتهم، وإعادة صياغة بعض الفقرات، وإجراء التعديلات المطلوبة، بشكل دقيق يحقق التوازن بين مضامين الإستبانة في فقراتها وبلغ عدد المحكمين (05) كما هو موضح في الملحق رقم (2).

وفي ضوء تصويبات المحكمين قمنا بإعداد أداة هذه الدراسة (الإستبانة) بصورتها النهائية والملحق رقم (3) يوضح الإستبانة في صورتها النهائية.

ثانيا- صدق الاتساق الداخلي للأداة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قمنا بتطبيقها ميدانيا على بيانات العينة الكلية حيث قام بحساب معامل الارتباط (كاندال) لمعرفة درجة الارتباط بين كل فقرة من فقرات الإستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه، كما توضح ذلك الجداول التالية، وتم تقريب الأرقام إلى رقمين عشريين للإختصار .

الجدول (01): معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الأول المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة بالدرجة

الكلية للمحور

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
الأولى	**0.63	الخامسة	**0.53
الثانية	**0.73		
الثالثة	**0.81		
الرابعة	**0.55		

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول (02): معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الثاني المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع

بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
الأولى	**0.60	الخامسة	**0.79

**0.82	الثانية
**0.73	الثالثة
**0.73	الرابعة
0.70	التاسعة
0.71	العاشرة

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول (03): معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الثالث المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
الأولى	**0.71	الخامسة	**0.73
الثانية	**0.75		
الثالثة	**0.59		
الرابعة	**0.78		

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول (04): معاملات ارتباط كاندال لعبارات المحور الرابع المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
الأولى	**0.62	الخامسة	**0.73
الثانية	**0.60		
الثالثة	**0.70		
الرابعة	**0.72		

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

الجدول (05): معاملات ارتباط كاندال لعبارات إدارة أرباح الشركات بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
الأولى	**0.71	التاسعة	**0.72
الثانية	**0.75	العاشر	**0.73
الثالثة	**0.59		
الرابعة	**0.59		
الخامسة	**0.60		
السادسة	**0.70		
السابعة	**0.70		
الثامنة	**0.71		

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

ثالثا- ثبات أداة الدراسة:

اقترح كرونباخ (Cronbach) معادلة تعتمد على متوسط معاملات الارتباط بين أبعاد المقياس أطلق عليها معامل ألفا (Coefficient Alpha) لاختبار ثبات (Reliability) أو تجانس (Homogeneity) المقياس واتساقه الداخلي (Internal Consistency). حيث أن معامل "ألفا كرونباخ" كلما كان (0.7) فأكثر دل ذلك على الثبات والاتساق الداخلي للمقياس المستخدم¹.
وقد أجرينا خطوات الثبات على العينة بطريقة "ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha)، لقياس ثبات الاستبانة تم احتساب معامل (ألفا كرونباخ) كمعامل للثبات الكلي، وارتباط الفقرات والجدول رقم (10) يبين معاملات (ألفا كرونباخ) لأبعاد الدراسة بالإضافة إلي معامل الثبات الكلي.

¹ جولي بالانت: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (Spss)، ط2، ترجمة خالد العامري، دار الفاروق للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2009، ص 111.

الجدول (06): معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) حسب المحاور

إسم البعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ للثبات
المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة	05	0.859
المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع	05	0.941
المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين	05	0.913
المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين	05	0.860
إدارة الأرباح	10	0.940

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الـ (SPSS)

وبلغ معامل الثبات الكلي (0.805)، وهو أكبر من (0.70) مما يدل على أن الإستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، وهذا ما يسمح بتطبيقها على جميع أفراد عينة الدراسة¹.

- المطلب الخامس: أساليب المعالجة الإحصائية لاستبيان الدراسة

بعد الحصول على وثيقة تسهيل المهمة ، تم توزيع الإستبانة على عينة الدراسة والبالغ عددها (113) إستبانة وقد استرد الطالب (102) إستبانة صالحة للتحليل الإحصائي، وهو ما يشكل نسبة 90% من العدد الإجمالي للعينة.

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والذي يرمز له اختصارا بالرمز (SPSS)، وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، المتوسطات والانحرافات المعيارية...الخ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معاملات الارتباط، التباين الأحادي...الخ. وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في هذه الدراسة:

1- المدى: حيث بعد إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي المستخدم في الاستبيان تم حساب المدى بين أكبر وأصغر قيمة لدرجات مقياس ليكارت (5-1=4)، ثم تقسيمه على عدد درجات المقياس للحصول في الأخير على طول الخلية الصحيحة أي (4/5=0.8)، تم

¹ أنظر الملحق رقم (02): قياس معاملات الثبات باستخدام طريقة ألفا كرونباخ باستخدام (SPSS).

إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الأعلى للفئة (1.8=1+0.8)، وهكذا أصبح طول الفئات كما يلي:

- من 1 إلى 1.8 يمثل الرأي لا أوافق بشدة.

- من 1.81 إلى 2.6 يمثل الرأي لا أوافق.

- من 2.61 إلى 3.4 يمثل الرأي موافق بدرجة متوسطة.

- من 3.41 إلى 4.2 يمثل الرأي موافق.

- من 4.21 إلى 5 يمثل الرأي موافق بشدة.

2- التكرارات والنسب المئوية: تمت الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وكذا لتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستبيان.

3- معامل ارتباط كاندال: أستخدم هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (الاتساق الداخلي لأداة الدراسة).

4- اختبار ألفا كرونباخ: لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.

5- اختبار كولومجروف-سمرنوف: لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا (1-Sample K-S).

6 - الانحدار البسيط (Simple Regression): من خلال إدخال أبعاد المتغير المستقل كل واحد على حدى مع المتغير التابع في المعادلة، ويتم تقييم المتغير

- المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات

سيتم في هذا المبحث وصف المتغيرات الشخصية، وعرض مستويات تواجد أبعاد المتغير ، وصولاً إلى إختبار فرضيات الدراسة.

- المطلب الأول: النتائج المتعلقة بوصف خصائص عينة الدراسة

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات الديموغرافية المتعلقة بالخصائص الوظيفية والشخصية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في (المستوى التعليمي، الوظيفة، مدة العمل بالشركة)، وفي ضوء هذه المتغيرات يمكن وصف عينة الدراسة على النحو التالي.

1. توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (07)

توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
المؤهل العلمي	متوسط	16	15.84
	ثانوي	40	39.60
	جامعي	42	41.59
	دراسات عليا	3	2.97

تبين من الجدول رقم (07) أن (42) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته 41.59% من إجمالي عينة الدراسة مؤهلهم العلمي ليسانس وهم أعلى نسبة من مجموع أفراد العينة المبحوثة، تلاها الأفراد الذين يحملون المؤهل الثانوي والبالغ عددهم (40) فرد بنسبة 39.60%، بينما (16) فرد منهم يمثلون ما نسبته 15.84% من مؤهل الشهادات المتوسط، وأخيرا فإن (03) فرد هم ممن لديهم مؤهل شهادة عليا بنسبة 2.97%.

2. توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

الجدول رقم (08)

توزيع عينة الدراسة وفق الوظيفة

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
المستوى الوظيفي	موظف	45	33.33
	رئيس مصلحة	35	18.18
	محاسب	22	5.05

يتضح من الجدول رقم (08) أن (45) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته 33.33% من إجمالي عينة الدراسة هم من مستوى (موظف) وهي الفئة الأعلى من أفراد الدراسة، في حين أن (35) منهم يمثلون ما نسبته 18.18% من إجمالي عينة الدراسة هم من مستوى (رئيس مصلحة)، وأخيرا فإن (22) فرد من عينة

الدراسة يمثلون ما نسبته 5.05% هم من فئة (محاسب)، وهذا أمر منطقي كون أغلب موظفي الشركة موظفون.

3. توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة:

الجدول رقم (09)

توزيع عينة الدراسة وفق متغير مدة العمل

العامل	الفئة	العدد	النسبة %
مدة العمل	أقل من 5 سنوات	19	5.55
	5 سنوات - أقل من 10 سنوات	79	23.09
	10 سنوات - أقل من 15 سنوات	71	20.76
	15 سنوات فأكثر	173	50.58

يتضح من الجدول رقم (09) أن (173) من المبحوثين تزيد مدة عملهم بالشركة على 15 سنة وهذا ما يمثل نسبة 50.58% أي ما يزيد عن نصف العدد الإجمالي للعينة المبحوثة، في حين أن (79) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته 23.09% من إجمالي أفراد الدراسة تتراوح مدة عملهم بالشركة من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، تليها في ذلك فئة الأفراد الذين تتراوح مدة عملهم من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة وقد كان عددهم (71) فرد وبنسبة 20.76% من إجمالي عينة الدراسة، بينما كان (19) من أفراد الدراسة هم ممن تقل مدة عملهم عن 5 سنوات بالشركة وبنسبة 5.55% ويمثلون بذلك أقل نسبة من حيث مدة العمل في مجمع صيدال.

- المطلب الثاني: النتائج المتعلقة بتصورات المبحوثين لأبعاد المسؤولية

الإجتماعية في المؤسسة

1. نتائج تحليل المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة

الجدول رقم (10)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة) مرتبة حسب

متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
01	تعمل الشركة على استخدام التقنيات الملائمة لتجنب تلوث البيئة.	4.25	0.69	2	مرتفع
02	تساهم الشركة في إكتشاف المصادر البديلة للطاقة التي تلزم للعمل.	3.91	0.89	4	مرتفع
03	تعمل الشركة على إنتاج منتجات صديقة للبيئة	4.14	0.78	3	مرتفع
04	تتبع الشركة أساليب حديثة تعمل على التقليل من المخلفات والعمل على إعادة تدويرها.	4.26	0.66	1	مرتفع
05	إبلاغ الجهات المختصة في حال تسببت الشركة في تلويث البيئة دون قصد،	3.45	0.58	7	متوسط
	المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة	4.02	0.72	2	مرتفع

يعرض الجدول رقم (10) نتائج تحليل المحور الأول وهو محور المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة والذي كانت عدد الأسئلة التي تقيسه هي (5) أسئلة تمثلت في الأسئلة من (5-1) كما جاء في أداة الدراسة (الملحق رقم 1)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (4.02) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة حوله بدرجة مرتفعة وهو إشارة إلى اقتناع أفراد عينة الدراسة بمسؤولية الشركة إتجاه حماية البيئة حيث جاءت الفقرة رقم (04) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.26) وانحراف معياري (0.66)، تلتها في المرتبة الثانية وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (04) بمتوسط حسابي (4.26) وانحراف معياري (0.69)، في حين جاءت الفقرة رقم (01) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.78)، بينما جاءت في المرتبة الرابعة وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (02) بمتوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.89) وجاءت الفقرة رقم (05) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (0.58).

- نتائج تحليل المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع

الجدول رقم (11)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع) مرتبة حسب متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
01	تعمل الشركة في عملية دعم البنية التحتية في المجتمع،	4.29	0.58	1	مرتفع
02	تعمل الشركة على تقديم المساعدات لأفراد المجتمع.	4.18	0.59	3	مرتفع
03	تقوم الشركة بدعم الجامعات بكليات المجتمع من خلال ما تقدمه من تجهيز المختبرات وقاعات الحاسوب وغيرها من خدمات.	4.22	0.58	2	مرتفع
04	تساعد الشركة بإنشاء المراكز الصحية و المدارس	4.17	0.57	4	مرتفع
05	تدعم الشركة الأنشطة الإجتماعية داخل المجتمع كالأندية الرياضية والمراكز الثقافية.	4.06	0.51	5	مرتفع
	المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع	4.18	0.56	1	مرتفع

يعرض الجدول رقم (11) نتائج تحليل المحور الثاني وهو المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع والذي جاء قياسه عن طريق (05) أسئلة تمثلت في الأسئلة من (1-05) كما وضحت في أداة الدراسة (الملحق رقم 1) « حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (4.18) وبدرجة موافقة (مرتفعة) وهو أعلى متوسط من بين متوسطات أبعاد المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع حيث جاءت الفقرة رقم (01) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.29) وانحراف معياري (0.58) « تلتها في المرتبة الثانية وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (03) بمتوسط حسابي (4.22) وانحراف معياري (0.58) « في حين جاءت الفقرة رقم (02) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري (0.59) «: بينما جاءت في المرتبة الرابعة وبدرجة موافقة مرتفعة الفقرة رقم (04) بمتوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (0.57). في حين جاءت الفقرة رقم (05) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.51) «

- نتائج تحليل المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين

الجدول رقم (12)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين) مرتبة حسب

متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
01	تعمل الشركة على منح الأجور والرواتب العادلة لموازية الجهود المبذولة.	3.62	1.21	7	مرتفع
02	توفر الشركة البرامج التدريبية التي تلزم في تنمية مهارات العاملين بشكل دوري.	3.55	1.16	8	مرتفع
03	تعمل الشركة على تقديم الحوافز والمكافآت لتقدير جهود العاملين.	3.28	1.02	13	متوسط
04	تعمل الشركة على توفير فرص الترقية العادلة لعاملها	3.29	1.01	12	متوسط
05	تقوم الشركة بتوفير ظروف عمل صحية ومناسبة للعاملين.	3.69	1.15	4	مرتفع
	المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين	3.48	1.11	—	متوسط

يبين الجدول أعلاه نتائج تحليل محور المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين والذي كانت عدد الأسئلة التي نقيسه هي (05) سؤال تمثلت في الأسئلة من (01-05) كما جاء متضمنا في أداة الدراسة (الملحق رقم 3)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير (3.48) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة حوله بدرجة متوسطة وهو إشارة إلى تحقيق الشركة المبحوثة لمستوى متوسط لاستدامة مزاياها التنافسية من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث عكست الفقرات (1،2،5) المستوى المرتفع للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر عينة الدراسة ، بمتوسطات حسابية (3.62،3.55،3.69) ، بينما تشير المتوسطات الحسابية للفقرات (3، 4) إلى المستوى المتوسط في الشركة المبحوثة وبمتوسطات حسابية بلغت (3.28، 3.29) .

- نتائج تحليل المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين

الجدول رقم (13)

استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور (المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين) مرتبة حسب

متوسطات الموافقة

رقم الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
01	تسعى إدارة الشركة لتحقيق عوائد مالية تتناسب مع حجم الإستشارات.	3.20	1.05	3	متوسط
02	تهتم الشركة بتعظيم قيمة أسهمها بالإضافة لتعظيم قيمة الشركة ككل.	3.27	1.01	2	متوسط
03	تعمل الشركة جاهدة على ايراز سمعتها وصورتها المتميزة في مجال عملها.	3.13	1.02	6	متوسط
04	تسعى الشركة إلى زيادة حجم المبيعات لديها وبالتالي العمل على تحقيق عوائد مالية مجزية.	3.18	1.07	4	متوسط
05	تعمل إدارة الشركة على المحافظة على أصولها الملموسة وغير الملموسة.	3.28	1.01	1	متوسط
	المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين	3.21	1.03	-	متوسط

يبين الجدول أعلاه نتائج تحليل محور المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين والذي كانت عدد الأسئلة التي تقيسه هي (05) سؤال تمثلت في الأسئلة من (01-05) كما جاء متضمنا في أداة الدراسة (الملحق رقم 3)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير (3.21) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة حوله بدرجة متوسطة وهو إشارة إلى تحقيق الشركة المبحوثة لمستوى متوسط لاستدامة مزاياها التنافسية من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث جاءت الفقرة رقم 05 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.28) و انحراف معياري (1.01)، تلتها الفقرة رقم (02) بمتوسط حسابي (3.27) و انحراف معياري (1.01)، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت الفقرة رقم 01 بمتوسط حسابي (3.20) و انحراف معياري (1.05)، و بعدها في المرتبة الرابعة الفقرة رقم (04) بمتوسط حسابي (3.18) و انحراف معياري

(01.07)، أما الفقرة رقم (03) فقد احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.13) و انحراف معياري (01.02).

- استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور إدارة الأرباح

الجدول رقم 14 استجابات أفراد الدراسة لعبارات إدارة أرباح الشركات

رقم الفقرة	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
01	تعبر الأرباح التي تعلنها الشركة عن الصدق والواقعية في الأرباح الحقيقية والفعلية للشركة.	4.01	0.69	1	مرتفع
02	تساهم قواعد حوكمة الشركات في زيادة قدرة الأرباح الحالية على الإستمرار في المستقبل.	3.85	0.62	3	مرتفع
03	يساعد تطبيق قواعد حوكمة الشركات في زيادة فترة الأرباح على توليد النقد،	3.75	0.54	4	مرتفع
04	تساهم الإدارة العليا للعمل المحاسبي على تحسين إدارة الأرباح،	2.70	0.68	7	متوسط
05	تعتبر إدارة الأرباح إحدى الخصائص التي يتم الإستناد عليها من قبل الأطراف ذات العلاقة.	2.89	0.83	6	مرتفع
06	تعمل ممارسات التلاعب بإدارة لأرباح إلى تخفيض قيمة الشركة	3.92	0.74	2	مرتفع
07	تعمل إدارة المعايير المحاسبية على تخفيض نسب التلاعب في الأرباح.	2.66	0.61	8	متوسط
08	تطبق الشركة ممارسات الرقابة الداخلية لتحقيق إدارة الأرباح.	3.62	0.68	5	مرتفع
09	عمل مجلس الإدارة في الشركة على تحسين سستريات إدارة الأرباح في حفظ حقوق المساهمين .	3.90	0.72	10	مرتفع
10	تعود الزيادة في مستويات الأرباح في الشركة إلى تطبيق المعايير المحاسبية الدولية.	3.94	0.76	9	مرتفع
#	إدارة أرباح الشركات	3.42	0.68	-	مرتفع

لقد بينت ردود أفراد الدراسة على الأسئلة الواردة في جدول رقم (14) على أن محور إدارة أرباح الشركات مرتفع، حيث جاءت الفقرة رقم (1) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.01) وانحراف معياري (0.69)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة وبدرجة موافقة متوسطة الفقرة رقم (07) بمتوسط حسابي (2.66) وانحراف معياري (0.61).

- المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة

قمنا ولأجل اعتماد و تطبيق نموذج الإنحدار البسيط باستخدام اختبار كولمجروف -سمرنوف (1- Sample K-S) لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات باستخدام نموذج الإنحدار لان معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا والجدول رقم 14 يوضح طبيعية توزيع عينة الدراسة:

الجدول رقم (15)

اختبار التوزيع الطبيعي (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

مستوى الدلالة المعنوية	قيمة Z	الفقرات	محتوى المحور
0.200	0.056	05-01	المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة
0.060	0.091	11-06	المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع
0.095	0.069	16-11	المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين
0.062	0.082	20-16	المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

ويوضح الجدول رقم (15) نتائج الاختبار حيث أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (0.05) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية. كما قمنا أيضا وقبل اختبار الفرضيات بالتأكد من عدم وجود ارتباط عالي بين المتغيرات المستقلة "Multicollinearity" وقمنا بإجراء معامل تضخم التباين "Variance Inflation Factor" (VIF) واختبار التباين المسموح به "Tolerance" لكل متغير من المتغيرات المستقلة، ويشير الجدول رقم (15) إلى أنه إذا كان معامل التضخم

(VIF) للمتغير يتجاوز (10) وكانت قيمة التباين المسموح به أقل من (0.05) فإنه يمكن القول أن هذا المتغير له ارتباط عال مع متغيرات مستقلة أخرى وبالتالي سيؤدي إلى حدوث مشكلة في تحليل الانحدار. وقد تم الاعتماد على هذه القاعدة لاختبار الارتباط "Multicollinearity" بين المتغيرات المستقلة. وكما يتضح في الجدول رقم (15) والذي يحتوي على المتغيرات المستقلة وقيمة معامل تضخم التباين (VIF) والتباين المسموح به "Tolerance" لكل متغير نلاحظ أن قيمة (VIF) لجميع المتغيرات كانت أقل من (10) وتتراوح ما بين (1.02-1.41) كما نلاحظ أن قيمة التباين المسموح به لجميع المتغيرات كانت أكبر من (0.05) وتتراوح ما بين (0.70-0.97) وبذلك يمكن القول أنه لا يوجد ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة. ومن أجل التحقق من افتراض التوزيع الطبيعي Normal Distribution للبيانات فقد تم الاستناد إلى حساب قيمة معامل الالتواء (Skewness) للمتغيرات، وكما يوضح الجدول رقم (15) فإن قيمة معامل الالتواء لجميع متغيرات الدراسة كانت تقع ضمن المجال (-2,2)¹ لذلك يمكن القول بأنه لا توجد مشكلة حقيقية تتعلق بالتوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

الجدول رقم (16)

اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء

المتغيرات	التباين المسموح به Tolerance	معامل تقييم التباين (VIF)	معامل الالتواء Skewness
المسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة	0.70	1.41	0.51
المسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع	0.78	1.27	0.81
المسؤولية الإجتماعية تجاه العاملين	0.76	1.30	- 1.36
المسؤولية الإجتماعية تجاه المالكين	0.72	1.30	0.53

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

الإحصائية لتطبيق المسؤولية الإجتماعية (المسؤولية الإجتماعية إتجاه البيئة) على إدارة الارباح في مجمع

صيدال

¹ - سعد زغلول بشير، "دليلك إلى البرنامج الإحصائي"، المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية، الإصدار العاشر، جمهورية العراق، 2003، ص 92.

تشير النتائج الإحصائية الواردة إلى وجود أثر للمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في مجمع صيدال ، استنادا إلى أن قيمة T المحسوبة بلغت (4.46) وهي أكبر من قيمتها الجدولية على مستوى دلالة α ($0.05 \geq$) كما أن مستوى المعنوية (Sig= 0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يقتضي رفض الفرضية العدمية والتي تنص على أنه لا أثر للمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في مجمع صيدال ، وقبول الفرضية البديلة.

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه المجتمع) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال يتبين من النتائج الإحصائية الواردة أنه لا يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في مجمع صيدال ، استنادا إلى قيمة T المحسوبة التي بلغت (0.02) وهي أقل من قيمتها الجدولية، على مستوى دلالة α ($0.05 \geq$)، كما أن مستوى المعنوية (Sig= 0.981) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يقتضي قبول الفرضية العدمية التي تنص على أنه لا يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع في مجمع صيدال

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه العاملين) على إدارة الأرباح في الشركات مجمع صيدال يتضح من النتائج الإحصائية الواردة أنه يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في مجمع صيدال ، استنادا إلى قيمة T المحسوبة التي بلغت (4.37) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، على مستوى دلالة α ($0.05 \geq$)، كما أن مستوى المعنوية (Sig= 0.000) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يقتضي رفض الفرضية العدمية التي تنص على أنه لا يوجد أثر للمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في مجمع صيدال

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه المالكين) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال تشير النتائج الإحصائية إلى وجود أثر لتطبيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه المالكين على إدارة الأرباح ، استنادا إلى أن قيمة T المحسوبة بلغت (2.630) وهي أكبر من قيمتها الجدولية على مستوى دلالة α (≤ 0.05) كما أن مستوى المعنوية (Sig=0.012) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يقتضي

رفض الفرضية العدمية والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية إتجاه المالكين) على إدارة الأرباح في مجمع صيدال

- المبحث الثالث: إستنتاجات وتوصيات الدراسة

- المطلب الأول: إستنتاجات الدراسة

جاءت هذه الدراسة لتحديد أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على إدارة الأرباح ، وقد أجابت الدراسة عن تساؤل البحث من حيث تحديد نسب الأهمية لمتغيرات الدراسة ، كما توصلت الدراسة من خلال اختبار الفرضيات إلى عدة نتائج نذكر منها:

1- تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة لا يؤثر بشكل كبير على إدارة الأرباح في مجمع صيدال. ينبغي على المجمع أن يراجع استراتيجياته المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة ومراجعة التكاليف والفوائد المتعلقة بهذه الجوانب.

2- تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع لا يؤثر بشكل كبير على إدارة الأرباح في مجمع صيدال. يجب على المجمع أن يقيم تفصيلياً الأنشطة المسؤولة اجتماعياً المتعلقة بالمجتمع وتأثيرها المحتمل على العائد المالي والمستدامة العامة للشركة.

3- تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين يؤثر بشكل كبير على إدارة الأرباح في مجمع صيدال. يجب على المجمع التركيز على تطوير بيئة عمل إيجابية وتوفير مزايا وفرص تنموية للعاملين، وذلك لجذب الموظفين الموهوبين وتعزيز رضاهم والحفاظ عليهم، مما يؤثر بشكل إيجابي على الأرباح والأداء العام للشركة.

4- تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المالكين يؤثر بشكل كبير على إدارة الأرباح في مجمع صيدال. يجب على المجمع أن يعتبر المالكين شركاء مهمين ويعزز التواصل والشفافية معهم، ويعمل على تلبية توقعاتهم واحتياجاتهم، وذلك لتعزيز الثقة والاستقرار المالي في المجمع.

يمكن تفسير هذه النتائج بأنه في حالة مجمع صيدال، يمكن أن يكون لتطبيق المسؤولية الاجتماعية تأثير إيجابي وملحوس على العلاقة مع العاملين والمالكين، مما يؤدي إلى تحسين إدارة الأرباح. قد يتعلق ذلك بزيادة رضا الموظفين وتحفيزهم للعمل بجهد أكبر وتعزيز الثقة والتعاون مع المالكين.

ومع ذلك، فإن تأثير تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة والمجتمع على إدارة الأرباح قد يكون أقل وغير ملموس في حالة مجمع صيدال. قد يعود ذلك إلى عدة عوامل محتملة مثل تأثير مشاريع المسؤولية الاجتماعية على الأرباح المالية المباشرة أو التوافق بين استراتيجية المسؤولية الاجتماعية واحتياجات وتوقعات العملاء والسوق. وبناءً على هذه النتائج، يمكن للدراسات المستقبلية أن تستكشف وتحلل بشكل أعمق العوامل التي تؤثر في علاقة المسؤولية الاجتماعية وإدارة الأرباح في قطاع مجمع صيدال، وذلك من أجل تحقيقها

- المطلب الثاني: توصيات الدراسة

في ضوء نتائج الدراسة الحالية توصي الدراسة بمايلي:

- مراجعة استراتيجية المسؤولية الاجتماعية: ينبغي على مجمع صيدال مراجعة استراتيجيته في تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحليل الجوانب التي لها تأثير مباشر على الأرباح. يجب التركيز على تنمية مزايا متناسبة وتحقيق التوازن بين الفوائد الاجتماعية والاقتصادية.
 - تحسين العلاقات مع المجتمع: ينبغي على المجمع أن يقوم بتعزيز العلاقات مع المجتمع المحلي من خلال دعم المشاريع الاجتماعية والمشاركة في المبادرات المحلية. يجب أيضاً تحسين التواصل والشفافية مع المجتمع لتعزيز الثقة وبناء علاقات قوية.
 - تطوير بيئة عمل مستدامة: ينبغي على مجمع صيدال أن يستثمر في تطوير بيئة عمل إيجابية وتقديم فرص تنمية للعاملين. يجب تعزيز الشفافية والمشاركة وتوفير برامج تحفيزية وتدريبية لتعزيز رضا الموظفين وزيادة إنتاجيتهم.
 - الاهتمام بالمالكين وتلبية توقعاتهم: يجب على المجمع أن يعتبر المالكين شركاء استراتيجيين ويعزز التواصل المستمر معهم. يجب تلبية توقعاتهم وتقديم المعلومات المالية والأداء بشكل دوري وشفاف للحفاظ على الثقة ودعم الاستقرار المالي للشركة.
- تنفيذ هذه التوصيات قد يساهم في تحسين إدارة الأرباح وتعزيز الأداء المستدام لمجمع صيدال وتحقيق الاستدامة المالية والاجتماعية في الوقت نفسه

- خاتمة عامة

تختم الدراسات والأبحاث العديدة بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات تلعب دوراً حاسماً في إدارة

الأرباح بطرق تفيد الشركات والمجتمع على حد سواء. فقد أصبحت الشركات اليوم أكثر وعياً بأهمية الاستدامة والمساهمة في بناء مجتمع أفضل.

تؤثر المسؤولية الاجتماعية بشكل مباشر على إدارة الأرباح من خلال عدة طرق. أولاً، تعزز المسؤولية الاجتماعية سمعة الشركة وثقة المستهلكين والمستثمرين فيها، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على منتجاتها وخدماتها وبالتالي زيادة الإيرادات. ثانياً، تقلل الممارسات المستدامة والمسؤولة من المخاطر التشغيلية والقانونية والبيئية، مما يقلل من التكاليف ويحسن هامش الربحية. وثالثاً، تساعد المسؤولية الاجتماعية في تعزيز رأس المال البشري وجذب واحتفاظ بالموظفين الموهوبين، مما يزيد من الإنتاجية ويقلل من تكاليف التوظيف والتدريب.

بالإضافة إلى ذلك، يتضمن تبني المسؤولية الاجتماعية مبادئ أخلاقية وقيم اجتماعية تعزز التوازن بين الأرباح المالية والاستدامة الاجتماعية والبيئية. تتضمن هذه المبادئ التزام الشركات بتحسين ظروف العمل، والحفاظ على البيئة، وتعزيز التنمية المستدامة في المجتمعات التي تعمل فيها. في النهاية، يمكن القول بثقة أن المسؤولية الاجتماعية تلعب دوراً حاسماً في إدارة الأرباح للشركات. فهي ليست فقط أداة للتسويق وتحقيق المزيد من العملاء والمستثمرين، بل تعتبر أيضاً استراتيجية استدامة تساهم في نجاح الشركة على المدى الطويل. بالاستثمار في المسؤولية الاجتماعية، يمكن للشركات تحقيق ربحية مستدامة وتعزيز القيمة المشتركة للمساهمين والمجتمع بشكل عام.

- المراجع باللغة العربية:

1. بريكة، السعيد وعبدالحليم؛ بليزك (2017). العلاقة بين الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق القدرة التنافسية للشركات. مجلة الإقتصاد الصناعي. (13). 93-110.
2. الجبر، يحيى بن علي (2012). العلاقة بين إدارة الأرباح المحاسبية والمراجع الخارجي؛ مجلة البحوث المحاسبية. 11(2). 12-38.
3. جمعة. محمد أحمد (2017). "أثر تبني الشركات الأردنية للمسؤولية الاجتماعية على أدائها المالي: دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية. رسالة ماجستير غير منشورة؛ جامعة الشرق الأوسط، عمان. الأردن.
4. حمدان، علام محمد موسى (2012). العوامل المؤثرة في إدارة الأرباح: دليل من الشركات الصناعية الأردنية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والهارية 2(1) 265-3001.
5. حمدان؛ علام وأبو عجيمة؛ عماد (2012). إدارة التدقيق في الأردن وأثرها في إدارة وادارة الأرباح. المجلة العربية للمحاسبة. 1(21). 158-184.
6. زلوم؛ نضال عمر (2015). نموذج مقترح لقياس استخدام المعلومات المحاسبية للتنبؤ بإستمرارية الأرباح كأداة لجودتها، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال. 3(11). 621-640.
7. سالم؛ عمار وأبو عواد. بهاء(2019). أثر إدارة الأرباح في سياسة توزيع الأرباح وانعكاسها على القيمة السوقية للشركة. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية. 1(12). 173-190.
8. السحيباني؛ صالح (2015). المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على العربية السعودية. المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية؛ بيروت؛ لبنان.

9. السرطاوي، موسى (2015). اثر الحاكمية المؤسسية على أداء الشركات المدرجة في الاسواق المالية لدول مجلس التعاون الخليجي المجلة الاردنية للعلوم الادارية. 3 (11). 27-49.
10. السويطي؛ سميح (2015). العلاقة بين إدارة الأرباح وبين توزيعات الأرباح: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الخليل. الخليلء فلسطين .
11. السيد. أحمد كردي (2016). "المسؤولية الاجتماعية للشركات ؛التحديات والآفاق من أجل التنمية". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك فهد. السعودية.
12. الشاهد؛ ريما محمود والكردي، أمنه علي (2018). أثر خصائص مجلس الإدارة ولجان التدقيق على إدارة الأرباح دليل من البنوك التجارية الأردنية. المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية. 1(20). 69-44.
13. شتوي؛ أيمن أحمد (2014). دراسة تطبيقية لتحليل العوامل الاقتصادية على ممارسات إدارة بالشركات المصرية. المجلة العلمية للتجارة والتمويل. 1(2) 18-41.
14. الشريفي إقبال (2012). إدارة الأرباح وعلاقتها بالحاكمة المؤسسية. الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية. الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة عمان؛ ا لاردن-
15. الشريف. إقبال (2013). إدارة الأرباح وعلاقتها بجوانب الحاكمة المؤسسية: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. أطروحة دكتوراة . الأكاديمية العربية للعلوم المالية و المصرفية الأردن.
16. شقور؛ عمر فريد مصطفى. (2016). أثر هيكل الملكية في ممارسة إدارة الأرباح: دراسة تطبيقية على الفنادق المدرجة في سوق عمان المالي .مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات في العلوم الإنسانية . 341 (3694) 1-1].

17. شيوان ،يوسف (2013)؛ أثر تطبيق مبادئ الحاكمة المؤسسية على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي ؛ رسالة ماجستير غير منشورة؛ جامعة الزرقاء الزرقاء. الأردن
18. الطاهر، خامرة (2017). المسؤولية البيئية والاجتماعية: مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة حالة سوناطراك. مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية؛ جامعة ورقلة. الجزائر.
19. عزوي، أعمار وسايح بوزيد (2011)- دور المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة الاقتصادية في إرساء الثقافة البيئية؛ الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة. الجزائر .
20. عسيري. عبدالله علي (2011). إفصاح شركات المساهمة السعودية عن المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها المالية: دراسة تطبيقية. مجلة البحوث التجارية. جامعة الزقازيق. 33(2) 211-175.
21. علم؛ محمد موسى حمدان (2016). العلاقة بين استقلالية مجلس الإدارة وأداء الشركة: دليل من البحرين. المجلة الأردنية لإدارة الأعمال . 12 (3). 21-53.
22. عنيزة. حسين هادي وعلي؛ ماهر ناجي (2012). "تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في قرارات مستخدمي هذه القوائم: دراسة تطبيقية واستطلاعية" 26(9). 189-153.
23. سامية؛ بلجراف (2018). دور الشركات في تحمل المسؤولية الاجتماعية. مجلة الحقوق والحريات. 6(1)؛ 118-
24. الأسراج؛ حسين عبدالمطلب (2012). منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. الملتقى العلمي الثالث في جامعة بشار . الجزائر . الجزائر .

25. العودات، أنس إبراهيم (2015). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للبنوك التجارية اردنية وفقاً لنموذج (10510:5 0). رسالة ماجستير غير منشورة؛ جامعة الشرق الأوسط عمان؛ الأردن.
26. عيسى؛ سمير محمد (2016). أثر إدارة المراجعة الخارجية على عمليات إدارة الأرباح: دراسة حالة تطبيقية. مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية. جامعة الإسكندرية. 45(2). 91-76.
27. عيسى؛ محمد عبدالله (2019). أثر الإفصاح عن الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية على القيمة السوقية للشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية". رسالة ماجستير غير منشورة؛ جامعة الشرق الأوسط الأردن.
28. فرح عبدالرزاق والهنداويث رياض (2011). "مدى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة: دراسة حالة الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان لعامي 2007-2008". المجلة الأردنية في إدارة الاعمال. 2(7). 294-273.
29. قراقيش، سائد (2017). تأثير خصائص لجان التدقيق على إدارة الأرباح: دراسة تطبيقية على شركات القطاع الصناعي المدرجة في بورصة عمان. أطروحة دكتوراة غير منشورة. الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية. عمان، الاردن.
30. الكبيجي، مجدي وائل (2019). دور حوكمة الشركات في ضبط ممارسات إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المساهمة العامة الفلسطينية. المجلة العربية للإدارة. 2(39). 126-99.
31. محمد إبراهيم ومصطفى خليل علي (2014)؛ أثر أنماط هياكل الملكية وخصائص مجلس الإدارة على إدارة التقرير المالي عبر الإنترنت بالتطبيق على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية. جامعة عين الشمس: كلية التجارة 19 (1) 613،673.
32. محمد. حميده محمد (2012). انموذج مقترح لقياس العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح". مجلة الدراسات والبحوث التجارية. جامعة بنها. 1(1). 372-337.

33. محمد، سليمان (2012). حوكمة الشركات ومعالجة الفساد المالي والاداري. الطبعة الثانية: الدار الجامعية. الاسكندرية. مصر.
34. مرعي؛ عبد الرحمن وزكريا نائلة (2013). أثر سياسة توزيع الأرباح على القيمة السوقية للسهم دراسة ميدانية. سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. 5(35). 19-33.
35. مرعي؛ ليلي أحمد (2014). تقييم مدى إدارة الأرباح المحاسبية الصادرة عن الشركات المساهمة المصرية من منظور ممارسات إدارة الأرباح. مجلة الدراسات المالية والتجارية. كلية التجارة. جامعة القاهرة. 2(1)؛ 1-27.
36. المعيني سعد سلمان عواد (2018). قياس إدارة الأرباح في المصارف التجارية: دراسة تحليلية لعينة من حسابات المصارف التجارية العراقية؛ الكلية التقنية الإدارية؛ بغداد. العراق.
37. المناصير عمر. (2016)0(6)13 أثر تطبيق قواعد حوكمة الشركات على اداء شركات الخدمات المساهمة العامة الاردنية : رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الهاشمية.الزرقاء.ا لاردن.
38. نصار. هبة (2017). المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال الخاص: دراسة استطلاعية. مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية بجامعة القاهرة. (1)14 114-85.
39. نور ؛ عبدالناصر إبراهيم والعوادة؛ حنان (2015). إدارة الأرباح وأثرها على إدارة الارباح المحاسبية: دراسة اختبارية على الشركات الصناعية الاردنية المساهمة العامة. بحث مقدم للمؤتمر الدولي الخامس لكلية الإقتصاد والعلوم الإدارية. جامعة العلوم التطبيقية. الاردن.
40. اليلالي؛ ضياء زامل خضير (2013). دور مراقب الحسابات في الحد من ممارسات الدارة لإدارة الأرباح: بحث تطبيقي لعينة من الشركات الخاضعة لرقابة وتدقيق ديوان الرقابة المالية ومكاتب التدقيق في القطاع الخاص؛ رسالة دكتوراة. جامعة بغداد. العراق.

41. يماني؛ عبدا بن قاسم (2018). أثر الحوكمة على الوفاء بالمسؤولية الإجتماعية لدى شركات المساهمة السعودية. رسالة ماجستير غير منشورة؛ جامعة الملك عبدالعزيز. كلية الإقتصاد والإدارة.

- المراجع باللغة الاجنبية

42. L. Wang and Y. X. Tang. (2021). Analysis of the Impact of Industrial Internet on Enterprise Profit Management. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 1098, 032027.
43. Agoglia, P. and Cathy, G. and Bradley, B. George, T. (2017) "Can Corporate Social Responsibility Counteract Managers Incentives to Manage Earnings.?"
44. Azoz A. R. A. M., & Khamees, B. A. (2016). The Impact of Corporate Governance Characteristics on Earnings Quality and Earnings Management: Evidence from Jordan. Jordan Journal of Business Administration, 4(36), 1-21.
45. Berenson, M. L., and Levine, D. M., 1999, Basic Business Statistics: Concepts and Applications, Prentice Hall
46. Gujarati, D. N., Bernier, B., & Bernier, B. (2004). Basic Econometric. (pp. 17-5). Brussels: De Boeck.
47. Hong, Y. and Andersen, M (2011). "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: An Exploratory Study". Journal of Business Ethics, (104), 461-471.
48. Kim, Y. and Park, M. and Wier, B. (2008). "Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility? The Accounting Review, 87(3), 761-796.
49. R. H. Chen and Y. L. Kao. (2017). Empirical Research on the Relationship between Profit Management and Corporate Social Responsibility - An Example of the Taiwan Banking Industry. The Journal of East Asian Affairs, 31(2), 65-94
50. Sanchez, G. and Meca, E. (2017). "CSR Engagement and Earnings Quality in Banks: The Moderating Role of Institutional Factors". Corp Social Respy and Environmental Management, 24(2), 145-158.
51. Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). Research methods for business: A skill building approach. John Wiley & Sons.

- .52 Senkl, D. (2015) "Essays on Earnings Quality and Corporate Social Responsibility Reporting". University Hamburg.
- .53 Swift, T. and Zadek, S. (2014). Corporate Social Responsibility and Earnings Management: the Moderating Role of Analysts Following Radboud University Nijmegen. 1-31.
- .54 W. T. Lee and Y. C. Chen. (2017). An Analysis of Profit Management Strategy: An Empirical Study of Taiwan's High-Tech Industry. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(7), 249-253.
- .55 Yib, E. and Staden, C. and Cahan, S. (2011). "Corporate Social Responsibility Reporting and Earnings Management: the Role of Political Costs". *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 5(3), 17-33.
- .56 Jensen, M. C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 235-256.
- .57 Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- .58 Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- .59 Cadbury, A. (1992). Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance: The Code of Best Practice. Gee Publishing.
- .60 OECD. (2015). G20/OECD Principles of Corporate Governance. OECD Publishing.
- .61 Tricker, B. (2015). *Corporate Governance: Principles, Policies, and Practices* (3rd ed.). Oxford University Press.
- .62 Solomon, J. (2013). *Corporate Governance and Accountability* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- .63 Monks, R. A. G., & Minow, N. (2014). *Corporate Governance* (5th ed.). John Wiley & Sons
- .64 Millstein, I. M., & MacAvoy, P. W. (1998). The active board of directors and corporate governance. *Journal of Applied Corporate Finance*, 11(4), 8-20
- .65 Blair, M. M. (1995). *Ownership and control: Rethinking corporate governance for the twenty-first century*. Brookings Institution Press.
- .66 Mallin, C. (2016). *Corporate Governance* (5th ed.). Oxford University Press.

- .67 Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52(2), 737-783.
- .68 Carroll, A. B., & 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.
- .69 Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing
- .70 Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, September 13.
- .71 ISO. (2018). *ISO 26000:2010 - Guidance on social responsibility*. International Organization for Standardization.
- .72 Solomon, J. (2013). *Corporate Governance and Accountability* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- .73 Tricker, B. (2015). *Corporate Governance: Principles, Policies, and Practices* (3rd ed.). Oxford University Press.
- .74 Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

أولاً: العوامل الشخصية والوظيفية:

يرجى وضع إشارة (×) أمام رمز الإجابة التي تنطبق عليك:

1- الجنس:-

1. ذكر

2. أنثى

2- العمر:-

1. 20 - 30 سنة

2. 31 - 40 سنة

2. أكثر من 40 سنة

3- مدة الخدمة:-

1. 5 سنوات أو أقل

2. 6 - 10 سنوات

3. 11 - 15 سنة

4. أكثر من 15 سنة

4- المستوى الدراسي:-

1. دبلوم

2. بكالوريوس

3. ماجستير

4. دكتوراه

الجزء الثاني:- يتعلق هذا الجزء من الاسئلة التي تقيس إدارة الأرباح، يرجى التكرم بوضع اشارة (x)

في المكانالذي يعكس وجهة نظرك بالنسبة لكل فقرة من فقرات الدراسة.

الرقم	الفقرات	(5) موافق بدرجة عالية جدا	(4) موافق بدرجة عالية	(3) موافق بدرجة متوسطة	(2) موافق بدرجة قليلة	(1) موافق بدرجة قليلة جدا
1.	تعتبر الأرباح التي تعلنها الشركة عن الصدق والواقعية في الأرباح الحقيقية والفعيلة للشركة.					
2.	تساهم قواعد حوكمة الشركات في زيادة قدرة الأرباح الحالية على الإستمرار في المستقبل.					
3.	يساعد تطبيق قواعد حوكمة الشركات في زيادة قدرة الأرباح على توليد النقد.					
4.	تساهم الإدارة العليا للعمل المحاسبي على تحسين إدارة الأرباح.					
5.	تعتبر إدارة الأرباح إحدى الخصائص التي يتم الإستناد عليها من قبل الأطراف ذات العلاقة.					
6.	تعمل ممارسات التلاعب بإدارة الأرباح إلى تخفيض قيمة الشركة.					
7.	تعمل إدارة المعايير المحاسبية على تخفيض نسب التلاعب في الأرباح.					
8.	تطبق الشركة ممارسات الرقابة الداخلية لتحقيق إدارة الأرباح.					
9.	عمل مجلس الإدارة في الشركة على تحسين مستويات إدارة الأرباح في حفظ حقوق المساهمين.					
10.	تعود الزيادة في مستويات الأرباح في الشركة إلى تطبيق المعايير المحاسبية الدولية.					

الجزء الثالث: يتعلق هذا الجزء من الاسئلة التي تقيس المسؤولية الإجتماعية من قبل مجلس الإدارة، يرجى التكرم بوضع اشارة (x) في المكان الذي يعكس وجهة نظرك بالنسبة لكل فقرة من فقرات الدراسة.

الرقم	الفقرات	(5) موافق بدرجة عالية جدا	(4) موافق بدرجة عالية	(3) موافق بدرجة متوسطة	(2) موافق بدرجة قليلة	(1) موافق بدرجة قليلة جدا
البعد الأول: المسؤولية الإجتماعية إتجاه البيئة						
1.	تعمل الشركة على إستخدام التقنيات الملائمة لتجنب تلوث البيئة.					
2.	تساهم الشركة في إكتشاف المصادر البديلة للطاقة التي تلزم للعمل.					
3.	تعمل الشركة على إنتاج منتجات صديقة للبيئة.					
4.	تتبع الشركة أساليب حديثة تعمل على التقليل من المخلفات والعمل على إعادة تدويرها.					
5.	إبلاغ الجهات المختصة في حال تسببت الشركة في تلويث البيئة دون قصد.					
البعد الثاني: المسؤولية الإجتماعية إتجاه المجتمع						
1.	تعمل الشركة في عملية دعم البنية التحتية في المجتمع.					
2.	تعمل الشركة على تقديم المساعدات لأفراد المجتمع.					
3.	تقوم الشركة بدعم الجامعات وكليات المجتمع من خلال ما تقدمه من تجهيز المختبرات وقاعات الحاسوب وغيرها من خدمات.					
4.	تساعد الشركة بإنشاء المراكز الصحية					

					والمدارس.
					5. تدعم الشركة الأنشطة الإجتماعية داخل المجتمع كالأندية الرياضية والمراكز الثقافية.
البعد الثالث: المسؤولية الإجتماعية إتجاه العاملين					
					1. تعمل الشركة على منح الأجور والرواتب العادلة لموازية الجهود المبذولة.
					2. توفر الشركة البرامج التدريبية التي تلزم في تنمية مهارات العاملين بشكل دوري.
					3. تعمل الشركة على تقديم الحوافز والمكافآت لتقدير جهود العاملين.
					4. تعمل الشركة على توفير فرص الترقية العادلة لعاملها.
					5. تقوم الشركة بتوفير ظروف عمل صحية ومناسبة للعاملين.
البعد الرابع: المسؤولية الإجتماعية إتجاه المالكين					
					1. تسعى إدارة الشركة لتحقيق عوائد مالية تتناسب مع حجم الإستثمارات.
					2. تهتم الشركة بتعظيم قيمة أسهمها بالإضافة لتعظيم قيمة الشركة ككل.
					3. تعمل الشركة جاهدة على إبراز سمعتها وصورتها المتميزة في مجال عملها.
					4. تسعى الشركة إلى زيادة حجم المبيعات لديها وبالتالي العمل على تحقيق عوائد مالية مجزية.
					5. تعمل إدارة الشركة على المحافظة على أصولها الملموسة وغير الملموسة.