مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق المالية العربية
اسم الكاتب: د. عفراء علي، د. باسل نصار، ولاء محمد
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5665
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 20:33 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق المالية العربية

الدكتورة عفراء علي [*]
الدكتور باسل نصّار [**]
ولاء محمد [***]

(تاريخ الإيداع 24 / 5 / 2021. قُبِل للنشر في 15 / 9 / 2021)

□ ملخّص □

هدفت الدراسة إلى بحث العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح خلال الفترة ما بين عامي 2016 و2019، على عينة مؤلفة من (64) شركة صناعية مدرجة في الأسواق المالية العربية.

استخدمت الدراسة ثلاثة أبعاد لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات هي (حوكمة الشركات، البيئة، والموظفين)، وتم استخدام تحليل المحتوى للقوائم المالية لقياس هذه الأبعاد. تم اعتماد نموذج جونز المعدل لقياس إدارة الأرباح كونه المقياس الأكثر استخداماً في الدراسات السابقة لقياس إدارة الأرباح، ويقوم هذا النموذج على قياس المستحقات الاختيارية.

أظهرت النتائج وجود أثر طردي ذو دلالة إحصائية بين كل من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات (الحوكمة، الموظفين، البيئة) وإدارة الأرباح.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، إدارة الأرباح.

[*] أستاذ مساعد–قسم المحاسبة–كلية الاقتصاد–جامعة تشرين–اللاذقية–سورية. afraamarch@gmail.com
[**] مدرس–قسم المحاسبة–كلية الاقتصاد–جامعة تشرين–اللاذقية–سورية. baselnassar@hotmail.co.uk
[***] طالبة ماجستير–قسم المحاسبة–كلية الاقتصاد–جامعة تشرين–اللاذقية–سورية. Walaa.mohammad987@gmail.com

The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Earnings Management In Industrial Companies Listed In Arab Financial Markets

Dr. Afraa Ali*
Dr. Basel Nassar**
Walaa Mohammad***

(Received 24 / 5 / 2021. Accepted 15 / 9 / 2021)

□ ABSTRACT □

This research aims to study the relationship between corporate social responsibility and earning management during the period from (2016) to (2019), using a sample consisting of (64) industrial companies listed in the Arab financial markets.

The study used three dimensions to measure corporate social responsibility (corporate governance, the environment, and employees) and the content analysis of the financial statements has been used to measure these dimensions. The modified Jones model was adopted to measure earning management as it is the most used measure in previous studies to measure earning management. This model is based on measuring voluntary benefits.

The results showed statistically significant and positive effect between each of the dimensions of corporate social responsibility (governance, employees, and environment) and earning management.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Earning Management.

***Associate Professor - Accounting Department - Faculty of Economics-Tishreen University- Lattakia-Syria. afraamarch@gmail.com**

**** Assistant Professor - Accounting Department - Faculty of Economics-Tishreen University-Lattakia- Syria. baselnassar@hotmail.co.uk**

***** postgraduate Student- Accounting Department - Faculty of Economics-Tishreen University-Lattakia- Syria. walaa.mohammad987@gmail.com**

مقدمة :

تهدف المحاسبة لتقديم معلومات مفيدة للمستفيدين لمساعدتهم في اتخاذ القرارات، وتتأثر مخرجات النظام المحاسبي بالطرق والأساليب المستخدمة في إعدادها، وبالنظر إلى أن المرونة في المعايير المحاسبية توفر للمديرين التنفيذيين في الشركة فرصاً كبيرة لممارسة السلطة التقديرية على الأرباح المبلغ عنها، هذا من الممكن أن يدفع المدراء بأن يتلاعبوا بالأرباح عندما تتضارب المصالح بينهم وبين أصحاب المصلحة، يعرف هذا السلوك باسم إدارة الأرباح (Schipper، 1989). من ناحية أخرى، بعد اكتساب الدور الاجتماعي للشركات أهمية كبيرة، والتوجه الكبير لتبني الشركات لبرامج المسؤولية الاجتماعية من أجل بناء صورة إيجابية بين أصحاب المصلحة، وفي إنشاء روابط اجتماعية مع الموظفين والمجتمع المحلي والتي تولد مكاسب السمعة الحسنة، هناك من يرى بأن الشركات المسؤولة اجتماعياً تقدم معلومات مالية شفافة وحقيقية، وهناك من يرى بأن الشركات المسؤولة اجتماعياً لديها الفرصة للإبلاغ عن معلومات مالية غير شفافة، إذ أنه من الممكن أن يستغل بعض المديرون ممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية والالتزام بالسلوك الأخلاقي والمسؤول كآلية لتحقيق أهدافهم الذاتية ولصرف الانتباه عن أساليب المحاسبة المشكوك فيها (Almahrog et al.، 2015). يسعى هذا البحث لتقديم دليل تجريبي جديد عن طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح لتحديد ما إذا كان يتم استخدام مبادرات المسؤولية الاجتماعية كغطاء لإخفاء ممارسات محاسبية مشكوك فيها.

الدراسات السابقة :

1-دراسة Francoeur et al. (2010) بعنوان The Relationship between Corporate Social Performance and Earnings Management "العلاقة بين الأداء الاجتماعي للشركات وإدارة الأرباح" قيّمت الدراسة العلاقة بين الأداء الاجتماعي للشركات (CSP) وإدارة الأرباح من خلال عينة مؤلفة من 109 شركات كندية أُخذت من قاعدة بيانات Jantzi Research Associates Canadian Social Investment للعامين 2004 و2005. تم قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال عدة أبعاد (حوكمة الشركات، البيئة، والموظفين)، وقياس إدارة الأرباح من خلال نموذج جونز المعدل. أظهرت النتائج أن مستوى الإفصاح عن الأداء الاجتماعي للشركات مرتبط بشكل طردي بإدارة الأرباح. باستخدام المقاييس الفردية لـ CSP، وجدت ارتباطاً طردياً بين تقييمات CSP للشركة المتعلقة بالبيئة والموظفين، وأنشطة إدارة الأرباح.

2-دراسة محمد (2012) بعنوان نموذج مقترح لقياس العلاقة بين المسئولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح. هدفت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح، من خلال بناء نموذج لقياس هذه العلاقة تضمّن متغير المسؤولية الاجتماعية للشركات ومتغير إدارة الأرباح. تم تطبيق الدراسة على بيانات الشركات التي دخلت المؤشر المصري لمسؤولية الشركات والبالغ عددها 35 شركة بعد استبعاد قطاع البنوك وقطاع الخدمات المالية بين عامي 2007 وحتى 2011. توصلت الدراسة إلى أن كل من الشركات ذات المسؤولية الاجتماعية وغير المسؤولة اجتماعياً قد مارست إدارة الأرباح، ووجدت علاقة عكسية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح لدى الشركات التي دخلت المؤشر، بمعنى أن الشركات التي مارست مسؤوليتها الاجتماعية انخفض مستوى إدارة الأرباح لديها، لكن لم يمنعها بالكامل.

3-دراسة Gras-Gil *et al* (2016) بعنوان Investigating the Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Spain "استكشاف العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح: دليل من إسبانيا".

هدفت الدراسة إلى تحرّي كيفية تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات في إسبانيا في مستوى إدارة الأرباح بشكل تجريبي، وتكونت عينة الدراسة من 100 شركة إسبانية للفترة بين 2005–2012. تم جمع البيانات عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والبيانات المالية من قاعدة بيانات SABI، واستخدم مؤشر MERCO (شركة اسبانية لتقييم سمعة الشركات) لقياس مدى المسؤولية الاجتماعية للشركات واستخدمت المستحقات التقديرية كمقياس لإدارة الأرباح.

وجدت الدراسة تأثيراً عكسياً لممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأرباح، وبالتالي فإن الشركات التي تتعهد أكثر بالمسؤولية الاجتماعية للشركات تنخرط بشكل أقل في إدارة الأرباح.

4- دراسة Habbash and Haddad (2019) بعنوان The impact of corporate social responsibility on earnings management (practices: evidence from Saudi Arabia) "تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأرباح (دليل من المملكة العربية السعودية)"

بحثت الدراسة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) وإدارة الأرباح (EM) في المملكة العربية السعودية. واستخدمت الدراسة تحليل المحتوى لاستخراج بنود الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من التقارير السنوية للشركات السعودية المدرجة، ثم تم إنشاء مؤشر كشف المسؤولية الاجتماعية للشركات. بالنسبة لمتغير لإدارة الأرباح، تم استخدام نموذج Kothari وزملائه (2005) لحساب المستحقات الاختيارية.

تم جمع بيانات جميع الشركات العامة السعودية المدرجة في السوق المالية السعودية (تداول) خلال الفترة 2015–2016، وأشارت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ترتبط بشكل طردي وكبير بممارسات إدارة الأرباح عن طريق الاستحقاقات التقديرية، وهذا يعني أن الشركات السعودية التي تتخذ إجراءات المسؤولية الاجتماعية للشركات تتلاعب بأرباحها أكثر من غيرها.

مشكلة البحث :

نتيجة تضارب نتائج الدراسات السابقة (Francoeur et al.، 2010؛ Gras-Gil et al.، 2016؛ محمد، 2012؛ Habbash and Al-Haddad، 2019) حول أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على إدارة الأرباح وفيما إذا كان دافع التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية هو دافع أخلاقي ينطلق من الاقتناع بأهمية المساهمة المجتمعية أم أنه غطاء لإخفاء ممارسات إدارة الأرباح، يمكن صياغة مشكلة البحث بالأسئلة البحثية التالية:

1. ما أثر بعد حوكمة الشركات على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية في الأسواق العربية؟
2. ما أثر بعد علاقات الموظفين على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية في الأسواق العربية؟
3. ما أثر بعد البيئة على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية في الأسواق العربية؟

فرضيات البحث :

للإجابة عن تساؤلات البحث تم صياغة الفرضيات الآتية:

1. يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لبعد حوكمة الشركات على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

2. يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لبعد علاقات الموظفين الشركات على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

3. يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لبعد البيئة الشركات على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

أهمية البحث وأهدافه :

تمثل أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات نوعاً من إدراك الشركات لأهمية المجتمع الذي تعمل فيه وأهمية المساعدة في تطويره. من جهة أخرى، تمثل ممارسات إدارة الأرباح مشكلة محاسبية بسبب الآثار السلبية لها على الشركات وعلى المجتمع التي تعمل فيها هذه الشركات العربية. تتجلى أهمية هذا البحث من خلال المساهمة العملية في تقديم دليل تجريبي لمعرفة أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على إدارة الأرباح بتطبيقها على البيئة العربية، مما قد يساعد أصحاب المصالح المختلفين في معرفة هل هو دافع أخلاقي واجتماعي أم أنه لتغطية ممارسات إدارة الأرباح التي يقومون بها.

تهدف الدراسة إلى اختبار أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات على إدارة الأرباح بتطبيقها على مجموعة من الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية من خلال:

1. اختبار أثر بعد حوكمة الشركات على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية في الأسواق العربية.
2. اختبار أثر بعد علاقات الموظفين على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية في الأسواق العربية.
3. اختبار أثر بعد البيئة على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية في الأسواق العربية.

منهجية البحث :

تم استخدام المنهج التجريبي في الدراسة وتم جمع البيانات من القوائم المالية المنشورة للشركات الصناعية المدرجة في كل من سوق مسقط وقطر والكويت والبحرين للأوراق المالية. نُظمت بيانات البحث على أساس بيانات مقطعية زمنية متوازنة Balanced Panel Data. وهي عبارة عن مشاهدات سنوية لـ 64 شركة صناعية (البعد المقطعي N)، امتدت لفترة زمنية 4 سنوات من عام 2016 إلى عام 2019 (البعد الزمني T)، بمجموع مشاهدات 256 =N*T مشاهدة.

استُخدم البرنامج الإحصائي EViews 10 لإجراء الاختبارات الإحصائية، حيث تم إجراء الإحصاءات الوصفية للمتغيرات واختبار الفرضيات باستخدام النماذج الخاصة بتحليل بيانات Panel Data، وهي نموذج الانحدار التجميعي Pooled Regression Model (PRM)، ونموذج الآثار الثابتة Fixed Effects Model (FEM)، ونموذج الآثار العشوائية Random Effects Model (REM). تم الاختيار بين هذه النماذج من خلال اختبار Restricted F للاختيار بين النموذجين PRM و FEM، واختبار Hausman للاختيار بين FEM و REM.

<u>مجتمع البحث وعينته</u>

تمثل مجتمع الدراسة بالشركات الصناعية المدرجة في الأسواق المالية العربية. وبهدف تحقيق الغرض من الدراسة، فقد تمثلت عينة الدراسة بالشركات الصناعية المدرجة في كل من (سوق الكويت للأوراق المالية، سوق مسقط للأوراق المالية، سوق قطر للأوراق المالية، وأخيرا سوق البحرين للأوراق المالية). ويعود سبب اختيار تلك الأسواق المالية إلى ما يلي:

1. توافر المعلومات والبيانات للشركات المدرجة في الأسواق المالية والضرورية لإتمام الدراسة.
2. اهتمام حكومات هذه الدول بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، وإقامتها العديد من المؤتمرات والندوات التي تهتم بموضوع توعية الشركات حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ومحاولات تبنيها لهذا الموضوع.

هذا من الممكن أن يوفر المعلومات اللازمة والمهمة لتحقيق غرض الدراسة، وبالتالي لا تكون العينة ممثلة للمجتمع بل توفر للباحث البيانات اللازمة لإتمام الدراسة، وهذا يندرج تحت ما يسمى أسلوب المعاينة غير الاحتمالية، استراتيجية

المعاينة المتجانسة المستخدمة في المعاينة القصدية (الطويل، 2015). تم أخذ جميع الشركات الصناعية التي توافرت بياناتها بشكل كامل والبالغ عددها 64 شركة صناعية.

الجدول رقم (1) كيفية توزع عينة البحث

	عدد الشركات
مسقط	30
الكويت	24
البحرين	3
قطر	7
المجموع	64

أسلوب جمع البيانات

تم الحصول على بيانات الدراسة من المصادر الثانوية (التقارير المالية السنوية وتقارير الحوكمة والمواقع الالكترونية) الخاصة بشركات عينة الدراسة التي تغطي الجانب التطبيقي للدراسة.

متغيرات البحث وآليات قياسها

يضم البحث متغيراً تابعاً ومتغيراً مستقلاً:

المتغير التابع: إدارة الأرباح (EM)، وتم قياسه باستخدام نموذج جونز Jones المعدّل (1995) الذي يعتمد على قياس المستحقات الاختيارية، ولاستخدام هذا النموذج يجب:

أولاً: قياس المستحقات الكليّة من خلال المعادلة التالية:

المستحقات الكلية = صافي الربح التشغيلي – صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية

ثانياً: تقدير معالم النموذج $(\alpha 1, \alpha 2, \alpha 3)$ الذي سيتم من خلاله احتساب المستحقات غير الاختيارية $(NDACC_{i,t})$، من خلال معادلة الانحدار التالية والتي تتم لمجموعة شركات العينة في كل سنة على حدى:

$$TACC_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha 1\ (1/ A_{i,t-1}) + \alpha 2\ (\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}) / A_{i,t-1} + \alpha 3 PPE_{i,t} / A_{i,t-1} + e_{i,t}$$

$TACC_{i,t}$ = المستحقات الكلية للشركة i خلال الفترة t.

$\Delta REV_{i,t}$ = التغير في إيرادات الشركة i بين السنتين t و t−1.

$\Delta REC_{i,t}$ = التغير في حسابات تحت التحصيل للشركة i بين السنتين t و t−1.

$PPE_{i,t}$ = الحجم الإجمالي للعقارات والممتلكات والآلات للشركة i خلال الفترة t.

$A_{i,t-1}$ = إجمالي أصول الشركة i خلال الفترة t−1.

$E_{i,t}$ = الخطأ العشوائي.

ثالثاً: تحديد المستحقات غير الاختيارية العادية $(NDACC_{i,t})$ لكل شركة من شركات العينة على حدى، وخلال كل سنة من سنوات الدراسة K من خلال معالم النموذج السنوية المقدرة فيما تقدم $(\alpha 1, \alpha 2, \alpha 3)$ باستخدام المعادلة التالية:

$$NDACC_{i,t} = \alpha 1\ (1/\ A_{i,t-1}) + \alpha 2\ (\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}) + \alpha 3 PPE_{i,t}$$

رابعاً: احتساب المستحقات الاختيارية (DACC i,t) لكل شركة بالفرق بين المستحقات الكلية والمستحقات غير الاختيارية.

$$DACC_{i,t} = TACC_{i,t} - NDACC_{i,t}$$

خامساً: بعد حساب المستحقات الاختيارية لكل شركة خلال سنوات الدراسة، يتم حساب متوسط هذه المستحقات الاختيارية خلال الفترة المدروسة، ثم يتم إجراء المقارنة التالية:

- إذا كانت القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية في سنة معينة تفوق المتوسط الحسابي للمستحقات الاختيارية خلال الفترة المدروسة فإن الشركة تكون قد مارست إدارة الأرباح خلال هذه السنة وتعطى متغير وهمي (1).
- إذا كانت القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية في سنة معينة تقل عن المتوسط الحسابي للمستحقات الاختيارية خلال الفترة المدروسة فإن الشركة لم تمارس إدارة الأرباح خلال هذه السنة وتعطى متغير وهمي (0).

المتغير المستقل: المسؤولية الاجتماعية (CSR) وتم قياسه من خلال عدة أبعاد (الحوكمة، الموظفين، البيئة). اختيرت هذه الأبعاد استناداً إلى عدد من الدراسات السابقة مثل دراسة Janssen (2017) ودراسة Francoeur وزملائه (2010)، وتم قياسها من خلال تحليل المحتوى للقوائم المالية وتقارير الحوكمة والمواقع الالكترونية للشركات حسب مؤشرات كل بعد:

- حوكمة الشركات Corporate Governance (CGOV): تم قياسه باستخدام أربعة مؤشرات (تحديد التعويضات، والملكية أو أن تكون مملوكة من قبل شركة مسؤولة اجتماعياً، والشفافية والمسؤولية السياسية).
- علاقات الموظفين Employee Relations (EMP): تم قياسه من خلال خمسة مؤشرات (علاقات النقابة، وتقاسم الأرباح النقدية، ومشاركة الموظفين في صنع القرارات، ومكافآت التقاعد والصحة والسلامة).
- البيئة Environment (ENV): تم قياسها من خلال خمسة مؤشرات (الخدمات والمنتجات الصديقة للبيئة، والوقاية من التلوث وإعادة التدوير، والطاقة النفطية وأنظمة الإدارة).

يستخدم البحث لقياس هذه الأبعاد كمياً مقياس مكون من 4 درجات (من 0 إلى 3)، إذ تشير الدرجة الأعلى (3) إلى وجود افصاح كمي متعلق بأبعاد مسؤولية الشركات الاجتماعية، وتشير الدرجة (2) إلى وجود افصاح غير كمي ولكن ذو صلة مباشرة بهذه الأبعاد، وتشير الدرجة (1) إلى وجود افصاح نوعي عام، بينما تشير الدرجة (0) إلى عدم وجود أي افصاح متعلق بهذه الأبعاد (أبو دست، 2018؛ Saleh et al.، 2008؛ Al-Tuwaijri et al.، 2004)

الإطار النظري Theoretical Framework

1) إدارة الأرباح Earning Management

عرّف (Schipper، 1989) إدارة الأرباح بأنها "تدخل هادف في عملية إعداد التقارير المالية الخارجية بقصد الحصول على بعض المكاسب الخاصة"، واتفق في تعريفه مع تعريف هيئة الأوراق المالية الأمريكية 2008 بأنها "تحريف تطبيق المبادئ المحاسبية المتعرف عليها والمقبولة عموماً". وحسب رأي (Ronen and Yaari، 2008) فإن هنالك ثلاث مفاهيم لإدارة الأرباح:

✓ إدارة الأرباح البيضاء وهي الإدارة الجيدة التي تعزز الشفافية في التقارير المالية، وتستفيد من المرونة في اختيار البدائل المحاسبية للإشارة إلى المعلومات الخاصة بالمدير بشأن التدفقات النقدية المستقبلية.

✓ إدارة الأرباح الرمادية وهي ما بين السيئة والجيدة، إذ يكون التلاعب في التقارير المالية ضمن حدود الالتزام بالمعايير والمبادئ، ويمكن أن تكون إما انتهازية أو لتعزيز الكفاءة الإدارية.

✓ وأخيراً، إدارة الأرباح السوداء والسيئة وهي التحريف الصريح والمتعمد وأيضاً وجود احتيال وغش في التقارير المالية (التل، 2015).

دوافع إدارة الأرباح:

تم تقسيم هذه الدوافع وفقًا لـ Healy and Wahlen (1999) إلى ثلاثة دوافع هي:

a) دوافع متعلقة بتوقعات السوق المالي وتقييمه: تستند دوافع سوق رأس المال إلى توقعات السوق وقضايا التقييم، وتأتي هذه من دافع المدير لإدارة الأرباح من أجل التأثير على أداء أسعار الأسهم على المدى القصير لتتوافق مع توقعات المستثمرين والمحللين أو الإدارة. يعتمد حملة الأسهم وأصحاب الحقوق الأخرى على التقارير باعتبارها مصدراً رئيساً للمعلومات الخاصة بالأداء الاقتصادي للمنشأة، وكذلك يعتمد المستثمرون والمحللون الماليون على المعلومات المحاسبية المقدمة في التقارير المالية لأغراض التقييم (Healy and Wahlen، 1999) وهذا سيخلق حافزاً لدى المديرين للتلاعب في الأرباح كمحاولة للتأثير على أداء أسعار الأسهم وتحسين السمعة الخارجية للإدارة (Burgstahler and Dichev، 1997؛ DeGeorge *et al.*، 1999)

b) دوافع التعاقد: غالباً ما يتم الاستعانة بالبيانات والأرقام المحاسبية من أجل وضع العقود بين الشركات والأطراف الأخرى، مما يولد دافع لدى المديرين للتلاعب في الأرباح لإتمام هذه العقود بما يتوافق مع أهدافهم. وهنالك نوعان من العقود، هما عقود الإقراض أو الديون، وعقود المكافآت أو الحوافز للإدارة (Moyer، 1990؛ Petroni، 1992).

c) الدوافع التنظيمية: قسّم Healy and Whalen (1999) الدوافع التنظيمية على إدارة الأرباح إلى التنظيم الصناعي وتنظيم مكافحة الاحتكار.

<u>التنظيم الصناعي</u>: ذكر Healy & Whalen (1999) أن الاعتبارات التنظيمية تحفز بقوة إدارة الأرباح، إذ أنه على الرغم من خضوع جميع الصناعات للتنظيم ولكن هنالك اعتبارات تنظيمية تخص بعضها أكثر من بعضها الآخر، مثل المؤسسات المالية "البنوك والتأمين". تتطلب الأنظمة المصرفية من المصارف توفير متطلبات الملائمة المالية، كما تقتضي نظم التأمين بأن يستوفي المؤمنون شروطاً تحقق الحد الأدنى من السلامة المالية، وتولد هذه المتطلبات للمدراء في هذه الصناعات حوافز لإدارة الأرباح (Moyer، 1990؛ Petroni، 1992).

<u>تنظيم مكافحة الاحتكار</u>: يمكن لأشكال التنظيم الأخرى أن توفر للشركات حوافز لإدارة الأرباح، إذ أثبتت بعض الدراسات أن الشركات المعرضة لاتهامها بقضايا الاحتكار من منطلق مكافحة الاحتكار، أو أي قضايا سياسية أخرى لديها دوافع لإدارة أرباحها لكي تظهر ربحية أقل (Watts and Zimmerman، 1978).

2) المسؤولية الاجتماعية للشركات Corporate Social Responsibility

يشير مصطلح المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنه التزام لتحسين رفاه المجتمع من خلال الممارسات التجارية للمنظمة ومساهمات مواردها في رفاه المجتمع (Kotler and Nancy، 2005). أشار Carroll (1991) إلى أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام رجال الأعمال باتباع سياسات تؤدي إلى اتخاذ قرارات وانتهاج سلوكيات وأفعال مرغوبة من حيث مواءمتها لأهداف وقيم المجتمع. كما تعرفها منظمة الآيزو 2010 بأنها مسؤولية المنظمة تجاه تأثيرات قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، وذلك من خلال سلوك أخلاقي يتسم بالشفافية والذي من شأنه أن يساهم في التنمية

المستدامة متضمنة صحة المجتمع ورخاءه، ويأخذ في الاعتبار توقعات الأطراف المعنية ويتماشى مع القوانين المطبقة ومعايير السلوك الدولية ويُدمج عبر المنظمة ويُمارس من خلال علاقاتها (ISO، 2010).

أبعاد المسؤولية الاجتماعية

ميز (Carroll، 1991) بين أربعة أبعاد رئيسة لهذا المفهوم، هي:

1- البعد الاقتصادي: إذ تمارس منظمة الأعمال أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفعالية، وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع وخدمات ذات جودة عالية. وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة، بتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية.

2- البعد القانوني: يندرج في هذا الإطار الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع، سواء أكان هذا في الاستثمار أو الأجور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها.

3- البعد الأخلاقي: الذي تراعي من خلاله منظمة الأعمال الجانب الأخلاقي في كل قراراتها ومسارها في الصناعة التي تعمل فيها، تجنبا لأي ضرر قد يلحق المجتمع.

4- البعد الخيري: الذي يشمل التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف إلى الربح. كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها.

دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات

قامت شركة KPMG بإجراء العديد من الدراسات المسحية للكشف عن دوافع الشركات من تبني المسؤولية الاجتماعية، وطبقاً لدراستين خلال عامي 2008 و2011 كانت هذه الدوافع والاعتبارات كما هو موضح في الجدول (2).

الجدول رقم 2. دوافع الشركات من تبني المسؤولية الاجتماعية.

دوافع ممارسة المسؤولية الاجتماعية	الأهمية النسبية	
	2011	2008
1- سمعة الشركة أو العلامة التجارية	%67	%55
2- الاعتبارات الأخلاقية	%58	%69
3- دوافع لتوظيف	%44	%52
4- التحسين والتعلم	%44	%55
5- إدارة أو تخفيض الخطر	%35	%35
6- الوصول إلى أسواق المال أو زيادة قيمة حملة الأسهم	%32	%29
7- الاعتبارات الاقتصادية	%32	%68
8- تعزيز العلاقات مع الموردين	%22	%32
9- تحسين الوضع السوقي (الحصة السوقية)	%22	%22
10- تحسين العلاقات مع السلطات الحكومية	%18	%21
11- تخفيض التكلفة	%10	%17

محمد، 2012، ص7

نلاحظ من الجدول (2) أن الدافع الأول لممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات هو تحسين صورة أو سمعة الشركة داخل المجتمع الذي تعمل فيه، وكذلك ارتفاع أهمية الدافع الأخلاقي لممارسة هذه الأنشطة. وعلى الرغم من الفوائد المتعددة التي يمكن أن تكسبها الشركات جرّاء تبنيها للمسؤولية الاجتماعية، إلا أن نقّاد المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكذلك المؤيدين يناقشون عدداً من المخاوف المتعلقة بها، إذ تشمل هذه العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والغرض الأساسي وطبيعة العمل والدوافع المشكوك فيها للانخراط في المسؤولية الاجتماعية للشركات، بما في ذلك المخاوف بشأن الصدق والنفاق. إذ ينظر البعض إلى القضايا الأخلاقية على أنها مجرد عائق مكلف، في حين تستخدم بعض الشركات منهجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات كتكتيك استراتيجي للحصول على دعم عام لوجودهم في الأسواق العالمية، مما يساعدهم في الحفاظ على ميزة تنافسية من خلال استخدام مساهماتهم الاجتماعية لتوفير نوع من الإعلانات (Caracol، 2011).

النتائج والمناقشة :

الدراسة التجريبية:

تستخدم هذه الدراسة بيانات مقطعية زمنية "Panel Data"، وهي عبارة عن مشاهدات سنوية لـ 64 شركة صناعية (البعد المقطعي N)، امتدت لفترة زمنية 4 سنوات من عام 2016 إلى 2019 (البعد الزمني T)، بمجموع مشاهدات 256=T*N مشاهدة.

1. نموذج البحث Research Model

يعتمد البحث نماذج الانحدار الخاصة بتحليل البيانات المقطعية الزمنية (Panel Data)، وإجراء الاختبارات اللازمة لتحديد النموذج الأفضل وتحليل النتائج وفقه. سيتم اختبار الفرضيات من خلال النماذج التالية، لتحديد أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات على إدارة الأرباح بتطبيقها ويعبر عن هذا الأثر وفق الفرضيات التالية ونماذجها:

a) يوجد أثر معنوي ذو دلالة احصائية لبعد حوكمة الشركات على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

Model 1: $EM_{it}= \beta_0+ \beta_1 CGOV_{it} + \varepsilon_{it}$

b) يوجد أثر معنوي ذو دلالة احصائية لبعد علاقات الموظفين على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

Model 2: $EM_{it}= \beta_0+ \beta_1 EMP_{it} + \varepsilon_{it}$

c) يوجد أثر معنوي ذو دلالة احصائية لبعد البيئة على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

Model 3: $EM_{it}= \beta_0+ \beta_1 ENV_{it} + \varepsilon_{it}$

2. التحليل الإحصائي Statistical Analysis

2-1. الإحصاء الوصفي

يبين الجدول (3) نتائج الإحصاء الوصفي للمتغيرات المستقلة والتابعة، حيث أن:

✓ أعلى قيمة لـ EM بلغت 3.55 وأقل قيمة 0.003 بمتوسط حسابي 0.99 وبوسيط 0.88، وهذا يعني أن المتغير ملتوي نحو اليمين (موجب). بلغ الانحراف المعياري 0.66، أي أن القيم قريبة من المتوسط ولا يوجد فيها تشتت كبير.

- ✓ أعلى قيمة لـ EMP بلغت 2.00 وأقل قيمة 0.25 بمتوسط حسابي 0.76 وبوسيط 0.75، وهذا يعني أن المتغير ملتوي نحو اليمين (موجب). بلغ الانحراف المعياري 0.27، أي أن القيم قريبة من المتوسط ولا يوجد فيها تشتت كبير.
- ✓ أعلى قيمة لـ ENV بلغت 3.00 وأقل قيمة 0.00 بمتوسط حسابي 1.03 وبوسيط 1.0، وهذا يعني أن المتغير ملتوي نحو اليمين (موجب). بلغ الانحراف المعياري 0.71 أي أن القيم قريبة من المتوسط ولا يوجد فيها تشتت كبير.
- ✓ أعلى قيمة لـ CGOV بلغت 2.00 وأقل قيمة 0.00 بمتوسط حسابي 1.43 وبوسيط 1.75، وهذا يعني أن المتغير ملتوي نحو اليمين (موجب). بلغ الانحراف المعياري 0.46 أي أن القيم قريبة من المتوسط ولا يوجد فيها تشتت كبير.

الجدول رقم 3. نتائج الإحصاء الوصفي للمتغيرات المستقلة والتابعة.

	EM	EMP	ENV	CGOV
Mean	0.997837	0.763086	1.033854	1.43457
Median	0.883315	0.75	1	1.75
Maximum	3.551191	2	3	2
Minimum	0.003979	0.25	0	0
Std. Dev.	0.66116	0.273708	0.711402	0.463751
Skewness	0.974278	1.783728	0.038752	-1.18771
Kurtosis	4.071863	10.70933	2.097359	3.679108
Sum	255.4464	195.35	264.6667	367.25
Sum Sq. Dev.	111.4689	19.10366	129.0538	54.84155
Observations	256	256	256	256

إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

نلاحظ من متوسطات أبعاد المسؤولية الاجتماعية أن بُعد الحوكمة احتل المرتبة الأولى بنسبة بلغت (1.92)، وذلك لأن أغلب الشركات اهتمت بنشر تقارير الحوكمة واعترافها بمسؤوليتها تجاه مجتمعاتها وتحديد التعويضات لإداراتها. وجاء بُعد البيئة بالمرتبة الثانية بنسبة (1.03)، من الممكن أن يكون سبب هذا الاهتمام هو طبيعة عمل الشركات الصناعية وتأثيراتها الكبيرة على البيئة. أمّا أقل الأبعاد كان بعد الموظفين بنسبة (0.64).

يوضح الجدول (4) عدد الشركات التي مارست أسلوب إدارة الأرباح والتي لم تمارس إدارة الأرباح خلال الفترة الممتدة بين 2016–2019. في عام 2016، قامت شركات العينة بممارسات إدارة الأرباح بنسبة 42.2% وبلغ عدد الشركات الممارسة 27 شركة، والشركات التي لم تقم بممارسة إدارة الأرباح شركة 37 بنسبة 57.8%. في عام 2017، كان عدد الشركات الممارسة لإدارة الأرباح 34 شركة بنسبة 53.1%، أما الشركات غير الممارسة فبلغ عددها 30 شركة بنسبة 46.9%. انخفض عدد الشركات الممارسة لإدارة الأرباح في عام 2018 إلى 21 شركة بنسبة 32.8%، وكان عدد الشركات غير الممارسة 43 شركة بنسبة 67.2%. عاد عدد الشركات الممارسة في عام 2019 إلى الارتفاع ليصل إلى 26 شركة بنسبة 40.6% وعدد الشركات غير الممارسة 38 شركة بنسبة 59.4%.

بصورة إجمالية، بلغت نسبة الشركات التي مارست إدارة الأرباح خلال فترة الدراسة 42.2%، إذ بلغت عدد المشاهدات 108، كما أن شركات العينة التي لم تمارس إدارة الأرباح بنسبة 57.80% بلغت مشاهداتها 148 مشاهدة.

الجدول رقم 4. الشركات التي مارست أسلوب إدارة الأرباح.

السنة	الشركات الممارسة		الشركات غير الممارسة		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
2016	27	42.20%	37	57.80%	64	100%
2017	34	53.10%	30	46.90%	64	100%
2018	21	32.80%	43	67.20%	64	100%
2019	26	40.60%	38	59.40%	64	100%
المجموع	108	42.20%	148	57.80%	256	100%

إعداد الباحثة

تم الحصول على هذه النتائج من خلال أخذ متوسط المستحقات التقديرية الاختيارية التي تم استخراجها من نموذج جون المعدل للشركات في كل سنة على حدة، ويوضح الجدول (5) نتائج الإحصاء الوصفي للمستحقات الاختيارية.

الجدول رقم 5. نتائج الإحصاء الوصفي للمستحقات الاختيارية.

السنة	المستحقات الاختيارية			
	المتوسط	الانحراف المعياري	أعلى قيمة	أقل قيمة
2016	1.04	0.69	3.36	0.02
2017	1.12	0.66	2.89	0.04
2018	0.86	0.55	2.34	0.02
2019	0.98	0.73	3.55	0.00

2-2. مصفوفة الارتباط Correlation Matrix

يُظهر الجدول (6) العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل (المسؤولية الاجتماعية للشركات) والتابعة متمثلة بإدارة الأرباح، إذ لوحظ وجود ارتباط إيجابي لكنه ضعيف بين إدارة الأرباح وكل من البيئة والموظفين وحوكمة الشركات.

الجدول رقم 6. العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل والتابع.

Correlation				
Probability	EM	EMP	ENV	CGOV
EM	1.000000			

EMP	0.254865***	1.000000		
	0.0000	-----		
ENV	0.168894**	0.166387**	1.000000	
	0.0068	0.0076	-----	
CGOV	0.125682***	0.262427***	0.337586***	1.000
	0.0445	0.0000	0.0000	-----

إعداد الباحثة بالاعتماد على EViews10

2-3. اختبارات استقرارية المتغيرات Unit Root Test

تم التحقق من استقرار السلاسل الزمنية أو عدمه من خلال **اختبار جذر الوحدة (Unit Root Test)**، والذي يُعَد اختباراً أساسياً لمعرفة استقرار السلسلة الزمنية، وتحديد درجة تكاملها لما لها من أهمية قصوى للوصول إلى نتائج أكثر

دقة وتجنب ظاهرة الانحدار الزائف وأن تكون نتائج الانحدار غير حقيقية ولا يمكن الاعتماد عليها. يُعَدّ (**Levin Lin and Chu: LLC**) أول من اقترحا هذا الاختبار لقياس مدى استقرار السلاسل بشكل دقيق للبيانات المقطعية، وتعد تطويراً لمنهجية (ديكي فولر) التي تقتصر على اختبار السلاسل الزمنية فقط. يتم اختبار فرضية العدم والتي تعني أن السلسلة تحتوي جذر الوحدة، أما الفرضية البديلة فهي أن السلسلة مستقرة ولا تحتوي على جذر الوحدة. تم تطبيق اختباري Levin–Lin–Chu (LLC) و Fisher–type Test (PP) لاختبار استقرار متغيرات Panel Data؛ وتُعَد المُتغيرات ساكنة إذا كانت (t–statistic > t–critical) حيث (P–value<0.05)، فتُرفض فرضية العدم (H_0) القائلة بعدم استقرار المُتغيرات في المُستوى، ولا تُرفض الفرضية البديلة (H_1) التي تُشير إلى استقرار المُتغيرات في المُستوى، أما إذا لم تكن المُتغيرات ساكنة في المُستوى، فيعاد اختبار الاستقرار عند الفرق الأول (Im *et al.*، 2003). تم تطبيق اختبار جذر الوحدة لمتغيرات الدراسة وهي المتغير التابع (إدارة الأرباح) والمتغيرات المستقلة (مؤشر الحوكمة، مؤشر الموظفين، مؤشر البيئة)، ويوضح الجدول (7) نتائج الاختبار. نلاحظ أن كل المتغيرات المدروسة مستقرة عند المستوى مع الإشارة إلى أن بعضها استقر بوجود قاطع واتجاه عام وبعضها الآخر بوجود قاطع فقط، وأخيراً فإن بعض المتغيرات استقرت بلا وجود قاطع واتجاه عام، ولكن يمكن القول بأن جميع المتغيرات مستقرة عند المستوى (الجدول 7).

الجدول رقم 7. نتائج اختبار جذر الوحدة لمتغيرات الدراسة.

		LEVEL		
		PP - Fisher Chi-square	PP - Choi Z-stat	Levin, Lin & Chu t*
	INTERCEPT	59.0316***	59.0316***	7.0526***
	AND TREND	0	0	0
EM	INTERCEPT	295.372***	4.0978***	41.4757***
		0	0	0
	NONE	209.452***	2.6728***	31.8508***
		0	0.0038	0
	INTERCEPT	35.3882***	35.3882***	2.70E+14
	AND TREND	0	0	1
EMP	INTERCEPT	6.70238***	6.70238***	8.94296***
		0	0	0
	NONE	123.929	-1.20035	2.95764***
		0.5853	0.115	0.0016
	INTERCEPT	33.8146***	33.8146***	1.40E+14
	AND TREND	0	0	1
ENV	INTERCEPT	6.40434***	6.40434***	11.3113***
		0	0	0
	NONE	95.9339	-0.88239	-0.84142
		0.748	0.1888	0.2001
	INTERCEPT	25.5614***	25.5614***	12.3113***
CGOV	AND TREND	0	0	0
	INTERCEPT	13.5554***	13.5554***	13.4114***

		0	0	0
	NONE	27.1108***	27.1108***	26.8228***
		0	0	0

إعداد الباحثة بالاعتماد على EViews10. *، **، * تشير إلى مستويات دلالة 10%، 5%، 1% على التوالي.**

2-4. اختبار الفرضيات:

لتحليل البيانات المقطعية الزمنية تمّ استخدام ثلاثة أنواع من معادلات الانحدار وهي:

- **نموذج الانحدار المجمع Pooled Regression Model (PRM):** يعد نموذج الانحدار التجميعي من أبسط نماذج بيانات البانل، إذ يهمل هذا النموذج تأثير البعد الزمني، وهو يُجمّع كل المشاهدات معاً (256) مشاهدة ويُهمل الطبيعة المزدوجة للبيانات المقطعية والسلاسل الزمنية، ويُقدر بطريقة المربعات الصغرى العادية (Ordinary Least Squares-OLS).
- **نموذج الآثار الثابتة Fixed Effects Mode (FEM):** يهدف استخدام هذا النموذج إلى معرفة سلوك كل مجموعة من البيانات المقطعية (سلوك كل شركة) على حدى، وهو يجمّع كل المشاهدات معاً لكنه يأخذ الفروق الفردية بين الوحدات بعين الاعتبار. فهو يسمح بوجود ثابت خاص لكل شركة وهذا الثابت لا يختلف عبر الزمن لنفس الشركة لذلك سمي بنموذج الآثار الثابتة، ويُقدر بطريقة المربعات الصغرى العادية (OLS).
- **نموذج الآثار العشوائية Random Effects Model (REM):** يعد نموذج التأثيرات العشوائية ملائماً للتقدير في حالة وجود خلل في شروط نموذج الآثار الثابتة، ولتقدير نموذج التأثيرات العشوائية يتم استخدام طريقة المربعات الصغرى المعممة (Generalized Least Squares-GLS).

لتحديد النموذج الأكثر ملائمة يتم الاعتماد على اختبارين، الاختبار الأول للاختيار بين النموذج المجمع ونموذج الآثار الثابتة، وهو اختبار إحصائية فيشر(F) المقيد. إذا أشار اختبار إحصائية فيشر لملائمة النموذج المجمع للبيانات يتم التوقف عند هذه المرحلة ويعد النموذج المجمع هو الأكثر ملائمة، بينما إذا أشارت إحصائية فيشر لملائمة نموذج الآثار الثابتة على النموذج التجميعي، يتم بعد ذلك إجراء الاختبار الثاني المتمثل في اختبار هوسمان (Hausman)للتفضيل بين نموذج الآثار الثابتة ونموذج الآثار العشوائية.

الفرضية الأولى: يوجد أثر لبعد حوكمة الشركات على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

Model 1*: $EMit= \beta 0+ \beta 1\ CGOV\ it + \varepsilon it$*

يحتوي الجدول (8) على نتائج الانحدار وفق نماذج الانحدار الثلاثة (نموذج الانحدار المجمع، نموذج الآثار الثابتة، نموذج الآثار العشوائية) واختبار Restricted-F واختبار هوسمان لفرضيات النموذج، ويبين الجدول نتائج تأثير بعد حوكمة الشركات في إدارة الأرباح ويمكن ملاحظة ما يلي:

- تبلغ قيمة "Restricted-F" 0.14 وقيمة "P-Value" تساوي 0.999، وهي أكبر من 0.05 مما يعني أن نموذج الانحدار المجمع ملائم أكثر من نموذج الاثار الثابتة، وبالتالي تم اعتماد نتائج تحليل البيانات للفرضية (H_1) وفق نموذج الانحدار المجمع.

- إن قيمة "P-Value" لإحصائية "F-statistic" أقل من 0.05، وهذا يدل على أن المعادلة مهمة إحصائياً عند هذا المستوى. تدل قيمة معامل التحديد R^2 (0.015) على أن 1.5% من التغير الحاصل في المتغير التابع (إدارة الأرباح) يفسره التغير في المتغيرات التفسيرية، وهذا التغير دال إحصائياً. من جهة أخرى، إن قيمة إحصائية داربن واتسون قريبة من قيمة 2، وبالتالي النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط الذاتي للبواقي.

تبين النتائج السابقة وجود تأثير ذي دلالة لمؤشر حوكمة الشركات في (إدارة الأرباح). إذ أن قيمة معامل المتغير المستقل موجبة، والفرضية مقبولة.

الجدول رقم 8. نتائج اختبار الفرضيات.

		MODEL1 (EM)		
		PRM	**FEM**	**REM**
C	**Coefficient**	0.179182	0.71236	0.179182
	Std. Error	0.088746	0.203855	0.099906
	t-Statistic	2.019044	3.494444	1.793506
	P-Value.	0.0445	0.0006	0.0741
CGOV	**Coefficient**	0.740789	-0.02409	0.740789
	Std. Error	0.133774	0.296078	0.150597
	t-Statistic	5.537603	-0.08138	4.919024
	P-Value.	0	0.9352	0
R-squared		0.015796	0.06207	0.015796
F-statistic		4.076538	0.197499	4.076538
P-Value(F-statistic)		0.044533	1	0.044533
Durbin-Watson stat		2.280572	2.261848	2.280572
Restricted-F	**Statistic**		0.149575	
	d.f.		63,191	
	P-Value.		0.999	
Hausman test	**Chi-Sq. Statistic**			9.003094
	Chi-Sq. d.f.			1
	P-Value.			0.0027

إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10.

الفرضية الثانية: يوجد أثر لبعد الموظفين على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

Model 2: $EMit = \beta 0 + \beta 1\ EMP\ it + \varepsilon it$

يوضح الجدول (9) نتائج تأثير مؤشر الموظفين في إدارة الأرباح، إذ نجد نتائج الانحدار وفق نماذج الانحدار الثلاثة (نموذج الانحدار المجمع، نموذج الآثار الثابتة، نموذج الآثار العشوائية) واختبار Restricted–F واختبار هوسمان لفرضيات النموذج. ويبين الجدول نتائج تأثير بعد الموظفين في إدارة الأرباح ويمكن ملاحظة ما يلي:

- إن قيمة Restricted–F تبلغ 0.11 وقيمة P–Value تساوي 1.0، وهي أكبر من 0.05 مما يدل على أن نموذج الانحدار المجمع ملائم أكثر من نموذج الاثار الثابتة، وبالتالي تم اعتماد نتائج تحليل البيانات للفرضية (H_2) وفق نموذج الانحدار المجمع.
- إن قيمة P–Value لإحصائية F–statistic أقل من 0.05، وهذا يدل على أن المعادلة مهمة إحصائياً عند هذا المستوى. وإن قيمة معامل التحديد R^2 تبلغ 0.064 مما يدل على أن 6.4% من التغير الحاصل في المتغير التابع (إدارة الأرباح) يفسره التغير في المتغيرات التفسيرية وهذا التغير دال إحصائياً. نلاحظ أيضاً أن قيمة إحصائية داربن واتسون قريبة من قيمة 2، وبالتالي فإن النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط الذاتي للبواقي.

تبين النتائج السابقة وجود تأثير ذي دلالة لمؤشر الموظفين في (إدارة الأرباح)، إذ أن قيمة معامل المتغير المستقل موجبة، والفرضية مقبولة.

الجدول رقم 9. نتائج تأثير مؤشر الموظفين في إدارة الأرباح.

		MODEL2 (EM)		
		PRM	**FEM**	**REM**
C	**Coefficient**	0.615643	0.932745	0.615643
	Std. Error	0.146561	0.204985	0.165842
	t-Statistic	4.200601	4.550307	3.712223
	P-Value.	0	0	0.0003
EMP	**Coefficient**	0.528049	0.286073	0.528049
	Std. Error	0.118789	0.16285	0.134416
	t-Statistic	4.445278	1.756667	3.928453
	P-Value.	0	0.0806	0.0001
R-squared		0.064956	0.099702	0.064956
F-statistic		17.64505	0.3305	17.64505
P-Value(F-statistic)		0.000037	0.999999	0.000037
Durbin-Watson stat		2.219877	2.265866	2.219877
Restricted-F	**Statistic**		0.117006	
	d.f.		63,191	
	P-Value.		1	
Hausman test	**Chi-Sq. Statistic**			6.92744
	Chi-Sq. d.f.			1
	P-Value.			0.0085

إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10.

الفرضية الثالثة: يوجد أثر لبعد البيئة على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في الأسواق العربية.

Model 3*: EMit= β0+ β1 ENV it + εit*

يوضح الجدول (10) نتائج تأثير مؤشر البيئة في إدارة الأرباح، إذ يحتوي نتائج الانحدار وفق نماذج الانحدار الثلاثة (نموذج الانحدار المجمع، نموذج الآثار الثابتة، نموذج الآثار العشوائية) واختبار Restricted–F واختبار هوسمان لفرضيات النموذج. يبين الجدول نتائج تأثير بعد البيئة في إدارة الأرباح ويمكن ملاحظة ما يلي:

- إن قيمة Restricted–F تبلغ 0.94 وقيمة P–Value تساوي 0.9992 وهي أكبر من 0.05، وهذا يعني أن نموذج الانحدار المجمع ملائم أكثر من نموذج الاثار الثابتة، وبالتالي تم اعتماد نتائج تحليل البيانات للفرضية (H_3) وفق نموذج الانحدار المجمع.

- إن قيمة P–Value لإحصائية F–statistic أقل من 0.05، وهذا يدل على أن المعادلة مهمة إحصائياً عند هذا المستوى. تدل قيمة معامل التحديد R^2 التي تبلغ 0.028على أن 2.8% من التغير الحاصل في المتغير التابع (إدارة الأرباح) يفسره التغير في المتغيرات التفسيرية وهذا التغير دال إحصائياً. كما أن قيمة إحصائية داربن واتسون قريبة من قيمة 2، وبالتالي النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط الذاتي للبواقي.

تبين النتائج السابقة وجود تأثير ذي دلالة لمؤشر البيئة في (إدارة الأرباح)، إذ أن قيمة معامل المتغير المستقل موجبة، والفرضية مقبولة.

الجدول رقم 10. نتائج تأثير مؤشر البيئة في إدارة الأرباح.

		MODEL5 (EM)		
		PRM	**FEM**	**REM**
C	**Coefficient**	0.835557	0.059434	0.835557
	Std. Error	0.072086	0.159695	0.07706
	t-Statistic	11.59113	0.372172	10.84299
	P-Value.	0	0.7102	0
ENV	**Coefficient**	0.156966	0.907675	0.156966
	Std. Error	0.057477	0.14859	0.061442
	t-Statistic	2.730961	6.10857	2.554694
	P-Value.	0.0068	0	0.0112
R-squared		0.028525	0.165197	0.028525
F-statistic		7.458146	0.590568	7.458146
P-Value(F-statistic)		0.006757	0.992276	0.006757
Durbin-Watson stat		2.269421	2.297011	
Restricted-F	**Statistic**		0.496348	
	d.f.		63,191	
	P-Value.		0.9992	
Hausman test	**Chi-Sq. Statistic**			30.78917
	Chi-Sq. d.f.			1
	P-Value.			0

إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10.

الاستنتاجات والتوصيات:

من خلال الدراسة التجريبية تم التوصل إلى النتائج الآتية:

- على مدى فترة الأربع سنوات فإن 42.2% من الشركات الصناعية تمارس إدارة الأرباح وبلغ عددها (27) شركة، و57.8% من الشركات لا تمارس إدارة الأرباح وعددها (37) شركة صناعية.
- وجود أثر ايجابي لكل من أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات (الحوكمة، الموظفين، البيئة) وعلى دارة الأرباح، وقد اتفقت هذه النتائج مع دراسات كل من (Habbash and al-Haddad, 2019; Grougiou et al., 2014; Francoeur et al., 2010; Prior et al., 2008).

- كان بعد الموظفين هو أكثر بعد يفسر التغير الحاصل في المتغير التابع (إدارة الأرباح) ومن ثم بعد البيئة، وأقل بعد كان الحوكمة.
- تدعم النتائج فرضية أن الشركات التي لديها ممارسات أكبر ضمن أبعاد المسؤولية الاجتماعية أكثر عرضة للتلاعب في الأرباح من خلال المستحقات الاختيارية. يتوافق هذا مع "فرضية الأرباح المتوقعة" التي تشير إلى أن المديرين قد يختارون تمهيد الأرباح، وبالتالي نقل معلومات أكثر ملائمة إلى المشاركين في السوق غير المطلعين من أجل تقليل تقلب الأرباح.
- تدعم النتائج أيضاً حجة نظرية الوكالة التي تشير إلى أنه من المتوقع أن يقوم المديرون المشاركون في التلاعب بالأرباح بالإفصاح عن المزيد من الأرباح في محاولة لتحقيق مصلحتهم الخاصة.

التوصيات:

- يمكن للأبحاث المستقبلية دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأرباح، ليس فقط من خلال الاستحقاقات التقديرية، بل والأنشطة الفعلية أيضاً.
- لا يمكن تعميم نتائج البحث نظراً إلى أن العينة متعلقة بالقطاع الصناعي فقط، ولهذا السبب يمكن أن تَدرس الأبحاث المستقبلية القطاعات الأخرى.
- ضرورة وجود مؤشر عربي للمسؤولية الاجتماعية يتضمن تصنيف الشركات كمسؤولة أم غير مسؤولية اجتماعياً، وإعطاء التقييمات والمقارنات ونشر تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- يتوجب على الجهات التنظيمية أن تأخذ في الاعتبار إعادة صياغة خطط الحوافز الحالية للمسؤولية الاجتماعية للشركات وعلاقتها بمكافآت وفوائد المديرين، إذ يجب أن يكون المنظمون العرب مرتابين من الشركات التي تتمتع بدرجة عالية من المسؤولية الاجتماعية للشركات وأن يفحصوا جودة أرباحها. كما يجب على هيئة الأسواق المالية أن تضع لوائح حوكمة الشركات الخاصة بها لتنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات والقضايا المتعلقة بالأرباح.

References:

1- Abo-Dest, Shaza (2018). **Studying the Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance (A Survey study of listed companies in Syrian Commission on Financial Markets and Securities)** Department of Accounting, Faculty of Economics, Tishreen University. Syrian Arab Republic. مرجع عربي

2- Al-Tal, Heba Omar Muhammad (2015). **The Impact of Profits Management on the Market Prices of Shares, a Test Study on Jordanian Engineering and Construction Companies**. College of Business, Department of Accounting, Middle East University. Jordan. مرجع عربي.

3- Al-Tuwaijri, S.A.; Christensen, T.E.; Hughes, K.E. (2004). The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: a simultaneous equations approach. Accounting, Organizations and Society, 29 (5-6): 447–471.

4- Almahrog, Y., Marai, A., and Knezevic, G. (2015). Earnings management and its relations with corporate social responsibility. *FACTA UNIVERSITATIS Series: Economics and Organization*, *12*, 347–356.

5- Burgstahler, D. and Dichev, I. (1997). Earnings Management to avoid earnings decreases and losses. *Journal of Accounting and Economics*, 24(1), 99-126.

6- Caracol, J. (2011). Corporate social responsibility and its importance in company strategy. Master thesis in ICSTE Business School, Instituto Universitario de Lisboa. P 82.

7- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4):39-48

8- DeGeorge, F., Patel, J. and Zeckhauser, R. (1999). Earnings Management to Exceed Thresholds.

The Journal of Business, 72(1), 1-33.

9- Francoeur, C., Gargouri, R. M., and Shabou, R. M. (2010). The relationship between corporate social performance and earnings management. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(4), 320–334.

10- Gras-Gil, E., Palacios Manzano, M., and Hernández Fernández, J. (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 289–299. https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.02.002

11- Grougiou, V.; Leventis, S.; Dedoulis, E.; Owusu-ansah, S. (2014). Corporate social responsibility and earnings management in. *Accounting Forum*, 38(3), 155–169.

12- Habbash, M., and Haddad, L. (2019). The impact of corporate social responsibility on earnings management practices: evidence from Saudi Arabia. *Social Responsibility Journal*, 16(8), 1073–1085. https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2018-0232

13- Healy, P. & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizon*, 13(4), 365-384

14- Im, K. S.; Pesaran, M. H.; Yongcheol, Shin. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. Journal of Econometrics. 115(1), 53-74.

15- ISO: International Organization for Standardization. (2010). Draft International Standard ISO/DIS 26000. Diakses 22Januari 2014 dari. http://www.lsd.lt/typo_new/fileadmin/Failai/N172_ISO_DIS_26000__E_.pdf

16- Janssen, D. (2017). Corporate Social Responsibility, Culture and Earnings Management. Master thesis in Accounting & Control, Radboud University Nijmegen. P 49.

17- Kothari, S. P., Leone, A. J., and Wasley, C. E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of accounting and economics*, 39(1), 163–197.

18- Kotler, P., and Nancy, L. (2005). Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. *Academy of Management Perspectives*, *20*(2), 90–93. https://doi.org/10.5465/amp.2006.20591016

19- Mohammad, Hameda abd almajeed (2012). A proposed model for measuring the relationship between corporate social responsibility and earning management. Business Studies and Research, Faculty of Commerce, Benha University. (1), 337--372. مرجع عربي.

20- Moyer, S. E. (1990). Capital adequacy ratio regulations and accounting choices in commercial banks. *Journal of Accounting and Economics,* 13(2), 123-154.

21- Petroni, K. R. (1992). Optimistic reporting in the property-casualty insurance industry. *Journal of Accounting and Economics*, 15(4), 485-508.

22- Prior, D.; Surroca, J.; Tribó, J. A. (2008). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate Governance: An International Review*, *16*(3), 160–177.

23- Ronen, Yaari: (2008). **Earning management, emerging insights in theory, practice & research**, Springer edition, New York, USA.

24- Schipper, K. (1989). Earnings management. *Accounting horizons*, 3(4), 91.

25- Saleh, M.; Zulkifli, N.; Muhamad, R. (2008). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility disclosure and financial performance in an emerging market. In 16th Annual Conference on Pacific Basin Finance Economics Accounting Management. Rutgers University: USA.

26- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. 1978. Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standards. The Accounting Review, 53(1), 112-134.