

The Effect of Disclosing Social Responsibility on Websites on Company Value: An Applied Study on Libyan Companies

Mohamed Khalifa Younes Ibrahim¹ and Mohamed Abd El Salam El Rakyby²

1. Institute of Graduate Studies and Environmental Research in Al-Bustan, Damanhour University
2. Faculty of Commerce, Damanhour University.



Article info.

Received on: 24-10-2023

Accepted on: 22-11-2023

Published on: 1-2024

Open Access

Abstract

Accounting disclosure via the Internet brings many benefits at the level of stakeholders in general and investors in particular, as it facilitates the process of collecting and processing information, in addition to obtaining different types of financial and non-financial, qualitative and quantitative information, which in turn helps investors and other stakeholders narrow down Information gap, reduced information asymmetry and adverse selection risk. Therefore, this research aims to evaluate the effectiveness of online disclosure of social information, determine the content of this social information disclosure, in addition to evaluating the effectiveness of online disclosure of social information in improving company value on a sample of Libyan companies. A sample of Libyan companies listed on the stock exchange was selected from 2017 to 2021, and the number of companies in the sample reached 50 companies. Data related to the study variables were collected through companies' annual financial reports and their electronic pages. The results of the study showed that electronic disclosure of social responsibility has a significant positive impact on company value. Therefore, companies seeking to increase their value should focus on electronic social responsibility disclosure.

Keywords: Social Responsibility, Accounting Disclosure, Internet Disclosure, firm value.

1- مقدمة:

واستيعاب المستثمرين لهذه المعلومات التي يتم نشرها
(Jung et al., 2018).

ومن منظور نظرية الوكالة والتي تقترض وجود مشكلة عدم تماثل المعلومات بين كل من الأطراف الخارجية والأطراف الداخلية، وما ينتج عنها من مشكلة عدم الأمانة، ومشكلة الاختيار العكسي، يساهم الإفصاح الاختياري عبر الإنترنت في تخفيض مشكلة عدم تماثل المعلومات، والذي يقصد به انخفاض مخاطر نقص المعلومات. أما من منظور نظرية الإشارة يعد الإفصاح عبر الإنترنت بمثابة إشارة إلي أن الشركات أكثر شفافية وتستفيد من أحدث التقنيات التكنولوجية في مجال الاتصالات، والذي بدوره يحسن من شفافية الشركة وتوقيت الإفصاح، وبالتالي يؤدي إلي تخفيض مستوى عدم تماثل المعلومات والذي بدوره يساهم في تخفيض تكلفة رأس المال (Albarrak et al., 2020).

تعد المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية أحدث مراحل التطور المحاسبي، فنتائج أعمال الشركات لها تأثير على مصالح العديد من الفئات، ولذلك يجب على المحاسب أن يقدم التقارير المالية بصورة كاملة وشاملة تعمل على تغطية احتياجات جميع أصحاب المصلحة، وهذا ما يطلق عليه في بناء نظرية المحاسبة بمدخل الرفاه الاجتماعي (الجعيد وإبراهيم، 2022). ولذا، أصبح هناك قبول شامل خلال السنوات الأخيرة بأن الضغوط الاجتماعية أعطت مزيد لإدارة الشركات بالإهتمام الكبير لتأثير كل من الإفصاح البيئي والاجتماعي للشركات على أنشطة الشركات الإقتصادية وعملية صنع القرار (Aldrugi & Abdo, 2016).

ورد مصطلح "المسؤولية الاجتماعية لأول مرة لعام 1923 م، حين أشار (شلدون) إلى أن مسؤولية أي منظمة هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية، وأن بقاء أي منظمة واستمرارها يحتم عليها أن تلتزم وتستوفي مسؤوليتها الاجتماعية عند أدائها لوظائفها المختلفة. وفي عام 1953 م صدر كتاب Bowel بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال"، حيث لقي المفهوم اهتماماً من قبل الباحثين، الأكاديميين والمنظمات الدولية؛ نظراً للتأثير الذي يمكن أن تحدثه المؤسسة في محيطها الداخلي والخارجي من خلال التأثير في سلوك مختلف المتعاملين معه. إن الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت يحقق الكثير من المنافع على مستوى أصحاب المصالح بصفة عامة والمستثمرين بصفة خاصة، حيث يسهل عملية جمع المعلومات ومعالجتها، إضافة إلي الحصول على أنواع مختلفة من المعلومات المالية وغير المالية، والتنوعية والكمية، والذي بدوره يساعد المستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين على تضيق فجوة المعلومات، وخفض عدم تماثل المعلومات ومخاطر الاختيار المعاكس (Gajewski & Li, 2015). كما يلعب الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت دور مهم عن طريق توفير المعلومات للمتعاملين في أسواق رأس المال وكافة الأطراف في السوق بصورة متكافئة، والذي بدوره يساهم في زيادة حجم التداول في السوق وخفض تكلفة العمليات، وزيادة عدد المتعاملين في السوق، إضافة إلي خاصية التحاور والتفاعل التي تقوم منصات التواصل الاجتماعي بتوفيرها للتفاعل بين المستثمرين وبعضهم البعض من جانب، وبين المستثمرين والشركة من جانب آخر، والذي يضمن فهم

الباحث وهي دراسة واختبار تأثير الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية علي قيمة الشركات الليبية.

ثانياً: الأهمية العملية:

يستمد البحث أهمية عملية من كونه يسعي لاختبار أثر الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية علي قيمة الشركات الليبية الأمر الذي يؤدي لإثراء المردود العلمي الايجابي للبحث المحاسبي في ذلك المجال، كما يمكن توضيح الأهمية العلمية لذلك البحث فيما يلي:

- يبحث في موضوع يرتبط بالمزايا التي يمكن أن يوفرها الاستثمار في الجوانب الاجتماعية والإفصاح عن تلك الجوانب إلكترونياً علي أصحاب المصالح، من خلال استغلال الموارد الطبيعية والحد من الآثار السلبية الناجمة عن ممارسة الشركة لأنشطة يمكن أن تؤثر علي البيئة.

- يعزز قدرة الشركات علي وضع السياسات الرشيدة بخصوص الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي مساعدة الشركات الليبية في وضع استراتيجيات للمسئوليات الاجتماعية أكثر ملائمة.

1.3. هدف البحث:

يهدف البحث إلى تقييم مدى فعالية الإفصاح عبر الإنترنت عن المعلومات الاجتماعية، وتحديد محتوى الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية هذا بالإضافة إلى تقييم مدى فعالية الإفصاح عبر الإنترنت عن المعلومات الاجتماعية في تحسين قيمة الشركة وذلك علي عينة من الشركات الليبية.

1.4. فرض البحث:

الفرض الرئيسي: لا يوجد تأثير معنوي للإفصاح الالكتروني عن المعلومات الاجتماعية علي قيمة الشركات الليبية.

1.1. مشكلة البحث:

في ضوء زيادة اهتمام الشركات بمسئولياتها الاجتماعية بدأت الشركات في البحث عن قنوات جديدة بخلاف التقارير المالية لإيصال المعلومات عن مسئوليتها الاجتماعية لأصحاب المصالح، وواحدة من تلك القنوات هي المواقع الإلكترونية لما تتمتع به تلك القناة من العديد من المميزات كالسرعة واتساع الانتشار، مما يجعل المواقع الالكترونية أكثر شيوعاً في نشر تلك المعلومات، وهو الأمر الذي يمكن أن يؤثر على مستخدمي المعلومات وقراراتهم خاصة مع ارتفاع معدلات الطلب على استخدامه، مع توسيع الشركات في تطبيق عملياً في ظل عدم وجود قواعد عالمية ملزمة تنظمه.

كما يمكن تلخيص مشكلة البحث في الإجابة على التساؤلات الآتية:

1. هل تقوم الشركات الخدمية والصناعية الليبية بالإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية علي المواقع الالكترونية؟

2. هل يؤثر الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية علي المواقع الإلكترونية علي قيمة الشركة؟

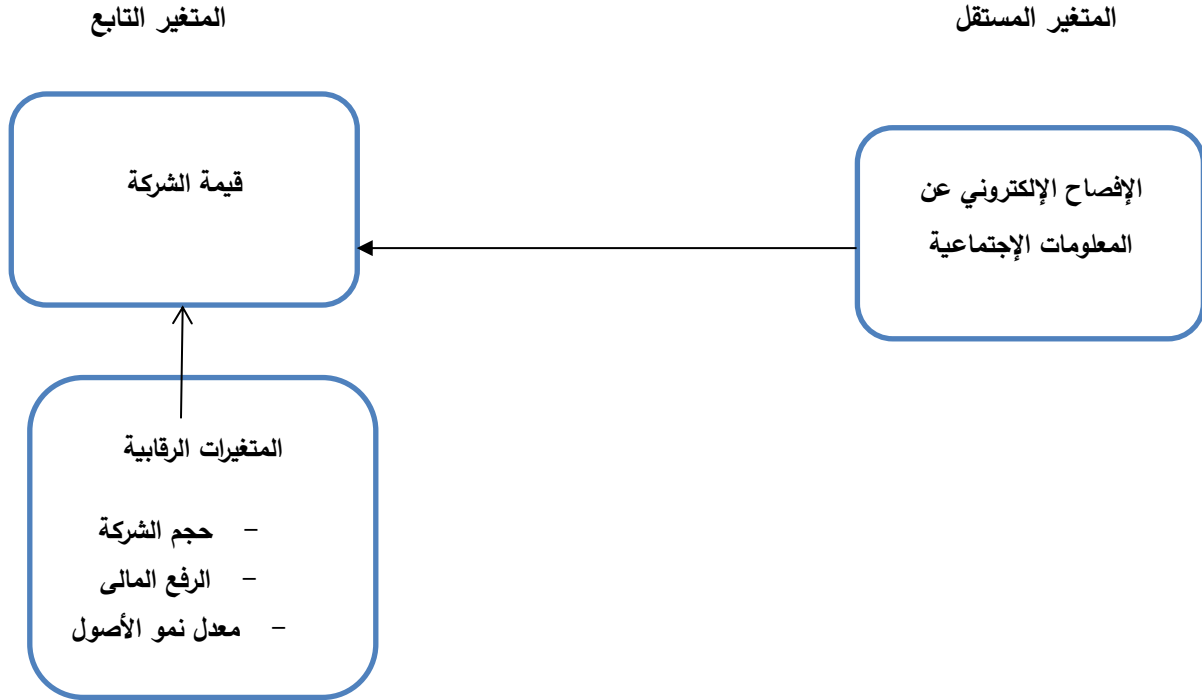
1.2. أهمية البحث:

يسعي هذا البحث إلي قياس الدور الذي تلعبه الشركات الليبية في خدمة المجتمع والمحافظة علي الموارد البيئية وتحديد تأثير ذلك الدور علي قيمة تلك الشركات. وبناء عليه تتمثل أهمية البحث فيما يلي:

أولاً: الأهمية الأكاديمية:

تتبع أهمية البحث الأكاديمية من تناوله لقضية بحثية هامة تناولتها عدد محدود من البحوث الليبية في حدود علم

1.5. نموذج البحث:



المجتمع عن طريق النمو المستدام للشركات، وقد أُرست الأمم المتحدة مبادئ هذا المفهوم في عام 2006، حتى يتم تشجيع الأفراد والمؤسسات على دمج عوامل الاستدامة المتمثلة في العوامل البيئية والاجتماعية والحوكمة في قرارات الإستثمار والأعمال، وزاد عدد الموقعين على مبادئ هذا المفهوم من 63 عضو في عام 2006 إلى 3826 عضو في عام 2021. ونتيجة لذلك فقد أدرك المستثمرين أهمية الإستثمار في البعد الإجتماعي وشكلوا تدريجيًا إتجاه إستثماري رئيسي في البلدان المتقدمة (Yu & Xiao, 2022)، وتعد نظرية الوكالة ونظرية أصحاب المصلحة النظريتان الشائعتان اللتان يتم إستخدامهما لفهم العلاقة بين قيمة الشركة والأداء الإجتماعي لها (Hussain et al., 2018)، وبالإستناد إلى نظرية الوكالة فيقع على عاتق الشركة حماية المساهمين ووضع توقعاتهم وإحتياجاتهم في المرتبة الأولى، وذلك بهدف بناء ثروة متزايدة تعمل كحافز

1.6. منهجية البحث:

يستعرض الباحث في تلك الجزئية كلاً من؛ أهداف الدراسة التطبيقية، مجتمع وعينة الدراسة، نموذج البحث، توصيف وقياس متغيرات الدراسة، النماذج الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

1.7. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة الليبية، للفترة من 2017 وحتى 2021، وقد تم إختيار عينة تحكمية من هذه الشركات روعي في إختيارها عدة إعتبارات، أهم هذه الإعتبارات أن تكون قوائمها المالية والإيضاحات المتممة لها متوفرة خلال سنوات الدراسة.

1.8. الدراسات التي تناولت تأثير الإفصاح الإلكتروني

عن المعلومات الإجتماعية على قيمة الشركة:

ظهر مصطلح الإستثمار المسؤول اجتماعيًا والذي يهدف إلى تعزيز النمو الاقتصادي الشامل وأيضًا زيادة تنمية

وجود علاقة جوهرية بين كل من درجات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات وقيمة الشركة، كما أن المؤشر الاجتماعي يتنبأ بقيمة سوقية أعلى باستمرار، مما يدل ذلك على أن زيادة درجات الإفصاح عن المسؤولية البيئية والاجتماعية يؤدي إلي زيادة قيمة الشركة وهذا يشير الي أهمية الإفصاح عن المسؤولية البيئية والاجتماعية للشركات.

كما إتفقت أيضًا معهم دراسة (Hu et al., 2018) التي هدفت إلي قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الشركة من خلال الإعتماد على نظرية أصحاب المصلحة، حيث تم تجميع بيانات (1720) شركة صينية صناعية مقيدة في بورصة شنغهاي للأوراق المالية أثناء الفترة من عام (2010م) الي عام (2015م)، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها علاقة إيجابية بقيمة الشركة، وأن العلاقة بين كل من المسؤولية الاجتماعية للشركات وقيمة الشركة تكون ضعيفة في الشركات ذات الكثافة الإعلانية المرتفعة كونها تكتسب ردود فعل سلبية من جانب أصحاب المصلحة، كما توصلت أيضًا إلي أن الشركات الحكومية المملوكة للدولة هي الشركات الأكثر إستفادة من المسؤولية الاجتماعية وذلك لأن تلك الشركات تكتسب ردود فعل إيجابية من جانب أصحاب المصلحة لتلك الشركات.

كما أشارت أيضًا دراسة (Noor et al., 2020) التي إستهدفت دراسة إستمرارية وتأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الشركة التي تم قياسها من خلال مؤشر **Tobin's Q**، والتي قامت بجمع البيانات من خلال (600) شركة مقيدة في أربعة إقتصاديات ناشئة وهي روسيا والبرازيل والصين والهند أثناء الفترة من عام

لهم عن طريق الإستثمار في المشروعات التي تعظم أرباحهم، وتقلل من نزاعات الوكالة بالإعتماد على مجموعة من الآليات الرقابية المختلفة في الشركة (Ifeanyi et al., 2016).

ومن جانب آخر استنادًا على نظرية أصحاب المصلحة يتم النظر إلي الشركات على أنها منظمات تعمل داخل المجتمع تتحمل مسؤوليتهم لضمان العدالة الإقتصادية والاجتماعية والذي يعود بالنفع على الأطراف المختلفة من أصحاب المصلحة، وتلبية توقعاتهم التي تتجاوز مجرد الإهتمام بالمساهمين، وتحسين الأداء وإقامة علاقات قوية مع الأطراف المختلفة من أصحاب المصلحة، مثل العملاء والموردين والموظفين والممولين والمجتمع والهيئات الحكومية والنفابات العمالية والجماعات السياسية (Michelon & Parbonetti, 2012; Ifeanyi et al., 2016)، ولذلك تقوم إدارة تلك الشركات بترجمة هذه التوقعات إلي تقارير اجتماعية وبيئية والتي تعتبر عامل جذب مهم جدًا للمستثمرين، وتعتبر عملية إعداد تلك التقارير أمر في غاية الأهمية بهدف تحقيق توقعاتهم متعددة الأوجه جنبًا إلي جنب مع التقارير المالية التقليدية (Velte, 2016).

حيث قامت دراسة (Bajic & Yurtoglu, 2018) بفحص الجوانب التي تحدد المسؤولية الاجتماعية للشركات والتي تعمل على تحريك العلاقة بين كل من المسؤولية الاجتماعية للشركات وقيمة الشركة مقاسة بمؤشر **Tobin's Q**، وتم تطبيق الدراسة على عينة من الشركات مأخوذة من (35) دولة أثناء الفترة من عام (2003م) الي عام (2016م)، وقامت الدراسة بقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال الإعتماد على درجات الإفصاح البيئي والاجتماعي، حيث أشارت الدراسة إلي

والإجتماعي والحوكمة) يولد للشركة عائد مالي مرتفع سواء من حيث الربحية أو القيمة. كما أشارت أيضًا دراسة (Srouf, 2022) والتي هدفت إلي دراسة أثر كل من الإفصاح الإجتماعي والبيئي على قيمة وأداء الشركة المالي أثناء فترة جائحة كورونا، وتم قياس الأداء المالي للشركة من خلال العائد على الأصول، وقياس قيمة الشركة بمؤشر **Tobin's Q** وطبقت الدراسة على عينة من الشركات المصرية بلغ عددها (61) شركة مقيدة بالبورصة المصرية أثناء الفترة من عام (2018م) إلي عام (2021م)، إلي أن الإفصاح عن المسؤولية البيئية والإجتماعية ذات تأثير إيجابي كبير على قيمة الشركة، بينما له تأثير إيجابي ضئيل على معدل العائد على الأصول، بينما جائحة كورونا كان لها تأثير سلبي ضئيل على كل من قيمة الشركة ومعدل العائد على الأصول.

وعلى النقيض من نتائج تلك الدراسات، قامت دراسة (Friske et al., 2023) بفحص العلاقة بين الإفصاح عن تقارير الإستدامة الإختيارية (الأداء البيئي، والأداء الإجتماعي، والحوكمة) وقيمة الشركة التي تم قياسها من خلال مؤشر **Tobin's Q**، وتم تطبيق الدراسة على الفترة من عام (2011م) إلي عام (2020م)، وأشارت نتائج الدراسة أن الإفصاح عن تقارير الإستدامة الإختيارية (الأداء البيئي، والأداء الإجتماعي، والحوكمة) يرتبط إرتباط سلبي بقيمة الشركة التي تم قياسها من خلال مؤشر **Tobin's Q**، وأشارت النتائج أيضًا أن العلاقة بين الإفصاح عن تقارير الإستدامة الإختيارية (الأداء البيئي، والأداء الإجتماعي، والحوكمة) وقيمة الشركة باتت إيجابية بمرور الوقت بشكل متزايد، وهذا وإن دل فهو يوضح أن تقارير الإستدامة تكون في بدايتها مكلفة، ولكن في النهاية تساهم

(2010م) إلي عام (2018م)، إلي أن ممارسات المسؤولية الإجتماعية للشركات المستمرة في البعدين البيئي والإجتماعي لها تأثير إيجابي على قيمة الشركة، بالإضافة إلي ذلك تم ملاحظة أن هذا التأثير كان أكبر بالنسبة للشركات العائلية، وأن تأثير أنشطة المسؤولية الإجتماعية المستمرة في البعد الإجتماعي أكبر على قيمة الشركة. كما إتفقت أيضًا مع نفس النتائج السابقة دراسة (Seok et al., 2020) والتي طبقت على (77) شركة كورية أثناء الفترة من عام (2012م) إلي عام (2015م)، حيث أكدت على أن التقارير الإخبارية التي تخص المسؤولية الإجتماعية للشركات ذات تأثير إيجابي على قيمة الشركة، وكان الكلام الشفهي يتوسط تلك العلاقة، حيث أن التأثير الإيجابي للكلام الشفهي على قيمة الشركة يكون أكبر إذا كانت الشركة ذات إنفاق إعلاني أقل، وأن مديري التسويق يمكن أن يحققوا الفائدة ليس فقط من ممارسات المسؤولية الإجتماعية، ولكن أيضًا من نشر تلك المسؤولية على نطاق واسع، حيث أن التقارير الإخبارية عن المسؤولية الإجتماعية يمكن أن تساعد الشركات على تعزيز الوعي العام بالمسؤولية الإجتماعية والإهتمام بها.

وإتفقت أيضًا دراسة (Aydognmus et al., 2022) مع نفس النتائج السابقة حيث قامت بدراسة الأداء البيئي والأداء الإجتماعي على كل من قيمة وربحية الشركة، وتم تجميع بيانات (1720) شركة مقيدة في قاعدة بيانات بلومبيرج أثناء الفترة من عام (2013م) إلي عام (2021م)، حيث أشارت نتائجها إلي أن الأداء الإجتماعي ذو علاقة إيجابية مع قيمة الشركة، بينما الأداء البيئي ليس له علاقة إيجابية مع قيمة الشركة، وأشارت النتائج أن الإستثمار المرتفع في أبعاد الإستدامة مجتمعة والمتمثلة في (الأداء البيئي

طرق عرض المعلومات من خلال استخام ملفات الفيديو والصوت وغيرها، والذي بدوره يساعد في تحسين جودة الافصاح المحاسبي وبالتالي جذب المزيد من المستثمرين (Khelifi, 2021).

2.1. مفهوم الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت:

إن الإنترنت أصبح يمثل أحد أكثر وأهم وسائل نشر وتوصيل المعلومات وأكثرها استخداما (Windarti, 2020)، وقد دفع ذلك الاستخدام المكثف الشركات إلي انشاء مواقع الكترونية خاصة بها للتقرير عن معلوماتها، والتواصل مع المجموعات المختلفة من أصحاب المصلحة لتبادل الحوار وتعزيز التفاعل معهم، وذلك عن طريق الجمع بين المحتوى المرئي والنص المكتوب وتسجيلات الفيديو والصوت والبيث المباشر بطريقة مرنة (Bosetti, 2018).

وأشارت دراسة (Agyei-Mensah, 2011) أن الإنترنت كان له تأثير كبير على الافصاحات المحاسبية وأدى إلي تغيير طرق نشر التقارير. كما أضافت دراسة (Murdayanti & Khan, 2021) أن بداية نشر التقارير المالية من خلال الإنترنت كانت منذ بداية عام 1996، وأن الافصاح عبر الإنترنت يمثل نهج جديد للافصاح عن المعلومات المحاسبية وذلك عن طريق منصة فعالة لتوصيل المعلومات إلي مستخدميها، يتميز بكونه وسيلة منخفضة التكلفة ووسيلة أسرع في الاتصال. وقامت دراسة (Elsayed, 2010) بتعريف الافصاح الالكتروني بأنه أداة للافصاح هدفها هو النشر اختياريًا عن أنواع مختلفة من المعلومات المالية وغير المالية على موقع الشركة على الإنترنت.

كما قامت دراسة (Bahi & lai, 2012) بتعريفه بأنه النسخة الرقمية من المعلومات المالية والمعلومات غير

في تعزيز قيمة الشركة، حيث تتعلم الشركات طريقة توصيل مبادرات الإفصاح عن الأداء البيئي والاجتماعي بشكل أفضل لأصحاب المصالح المختلفة، كما يتعلم المستثمرون طريقة تقييم تقارير الشركات بشكل صحيح.

وإتقت معها أيضًا دراسة أثبتت دراسة (Fahad & Busru, 2021) والتي قامت بدراسة العلاقة بين البعد الاجتماعي وقيمة الشركة بالتطبيق على (386) شركة هندية أثناء الفترة من عام (2007م) إلي عام (2016م)، وجود علاقة سلبية بين كل من البعد الاجتماعي وقيمة الشركة. وأكدت أيضًا دراسة (Ruan & Liu, 2021) على نفس النتائج حيث قامت بدراسة العلاقة بين كل من الأداء البيئي والاجتماعي وقيمة الشركة وذلك بالتطبيق على عينة من الشركات الصينية المقيدة ببورصة الصين أثناء الفترة من عام (2015م) إلي عام (2019م)، حيث أشارت نتائجها إلي وجود تأثير سلبي للأداء البيئي والاجتماعي على قيمة الشركة. بينما أشارت دراسة (Velte, 2017) والتي قامت بدراسة نفس العلاقة ولكن بالتطبيق على عينة من الشركات الألمانية أثناء الفترة من عام (2010م) إلي عام (2014م)، إلي عدم وجود تأثير لكل من الإفصاح عن الأداء البيئي والأداء الاجتماعي على قيمة الشركة.

2. الإطار النظري للبحث:

باتت المواقع الالكترونية قنوات مهمة للشركات تقوم من خلالها بالافصاح المحاسبي الفوري والوصول إلي نطاق أوسع من المستخدمين وبتكاليف أقل، وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات والإنترنت، والذي يخلق الفرصة للشركات لتوسيع نطاق الافصاح المحاسبي وتوزيع

الالزامية إلي التقارير المتكاملة، وتتراوح ما بين تقارير مالية سنوية أو نصف سنوية أو ربع سنوية، وتقارير السنوات السابقة، وتقارير النشاط، وتقارير مراقب الحسابات، وفي كثير من الأحيان يتم الإفصاح أيضًا عن أحدث أسعار الأسهم، ومعلومات الحوكمة، ومعلومات المسؤولية الاجتماعية، ومعلومات عامة عن الشركة والمنتجات، ومن لغة الإفصاح تتعدد لغة المحتوى، وفيما يتعلق بجوانبه وأدواته الفنية فتمثل في جداول ورسوم، وأحداث، وفيديوهات وصور، وعروض تقديمية، وتقارير صحفية، ولينكات ومتصفحات، وإمكانية الطلب للتقارير والوثائق من خلال الإنترنت، والمسؤول عن الإفصاح هي إدارة الشركة. كما أن دراسة (Di Vaio et al., 2020) أكدت أن الإفصاح عبر الإنترنت عن التقارير المالية يعد أداة مهمة في تحقيق مستقبل الشركة في كافة الجوانب والأبعاد وعلى كافة المستويات التي تدفع الشركة نحو الاستدامة، بالإضافة إلي أن وجود التقارير المالية على الإنترنت يمكن أن يكون دليل على استراتيجية واهتمام الشركة بقضايا الاستدامة، ولكن لا يزال يوجد بعض المشاكل التي تتعلق بالقابلية للمقارنة.

2.2 مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

إن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات يعتبر أحد أهم أنواع الإفصاح الاختياري حيث يهتم بتأثير عمليات الشركة على رفاية المجتمع (Habbash, 2016)، كما أشارت دراسة (Malik & Kanwal, 2018) أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات يمثل إصاحًا اختياريًا عن كل من المعلومات الكمية والنوعية والتي توفرها الشركة للمجتمع، وعرف أيضًا بأنه الإفصاح عن المعلومات المالية

المالية، والتي يتم الإفصاح عنها من خلال تقنية الحاسب الآلي كوسيط لنقل هذه المعلومات. كما عرفته دراسة (Oyelere & Kuruppu, 2016) بأنه شكل من أشكال الإتصال الاعلامي من جانب الشركات لنشر معلوماتها من خلال الإنترنت. وعرفته أيضًا دراسة (Kaur & Kaur, 2015) بأنه ممارسة لنقل المعلومات المالية وغير المالية من خلال الإنترنت، عن طريق توفير قناة للتواصل مع المستثمرين بهدف دعمهم في تقييم أداء الشركة ومن ثم اتخاذ قرارات الاستثمار الرشيدة.

وأضافت دراسة (Pour & Imanzadeh, 2017) أن الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت هو أداة تساعد الشركات على تقليل عدم تماثل المعلومات وزيادة الحوار مع أصحاب المصلحة. وعرفته أيضًا دراسة (Bosetti, 2018) بأنه أداة اتصال منخفضة التكلفة ولكنها قوية. بينما قامت دراسة (Sarifudeen, 2021) بتعريفه بأنه أداة افصاح تمكن الشركات من نشر جزء من معلوماتها المالية أو غير المالية أو كل معلوماتها على الإنترنت، والمقدمة في أشكال ولغات متعددة من خلال استخدام وسائط الكترونية تفاعلية أكثر تقدمًا عن طريق الموقع الرسمي للشركة.

وقامت دراسة (Samaha & Abdallah, 2012) ودراسة (Henchir et al., 2011) بوصف الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت من حيث توقيته وإمكانية الوصول فهو فوري، ومن حيث صفة الالتزام فهو اختياري في الكثير من الدول وإجباري في بعض الدول مثل الولايات المتحدة وكندا، وفيما يتعلق بطبيعته فهو إفصاح مالي وغير مالي تاريخي ومستقبلي كمي ونوعي، وفيما يخص المحتوى فلا يوجد اتفاق على ما يجب أن يقوم الإفصاح على الإنترنت بتوصيله، فمن الممكن أن يتراوح المحتوى من التقارير

حيث أن دور المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يقتصر على تحقيق الربح فقط بل امتد لتحقيق أهداف أصحاب المصلحة المختلفة ورفاهية المجتمع (Sukthomya & Laosiritaworn, 2018).

وعلى الجانب الآخر، فالتحسن في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وما ينتج عنه من زيادة في مستوى الشفافية يؤدي بدوره إلي تحسن القدرة على تقييم الأداء الحالي والمستقبلي للشركة، وبالتالي زيادة ثقة المستثمرين وبالأخص الأجانب، وذلك على اعتبار أن الأداء المالي للشركات وقدرتها على تعظيم قيمتها مرتبط بالأداء البيئي والاجتماعي (Zhu et al., 2014; Mischel & Gruning, 2017). ولذلك سعت الجهات التنظيمية في أغلب أسواق المال في جميع أنحاء العالم إلي وضع قواعد متعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، بهدف ضمان التزامها بالإفصاح عن الحد الأدنى من المعلومات التي تتعلق بالأداء البيئي والاجتماعي، وذلك لتوفير أفضل للعمليات سواء الخارجية أو الداخلية للشركات والتي ترتبط بالأداء ، الأمر الذي يساعد في عملية التنبؤ بأدائها المستقبلي (Arena & Arnaboldi, 2014)

وتتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في كونها تستخدم لتغطية السلوك الانتهازي غير المسؤول اجتماعياً، كما أنها تؤثر على الوضع الحقيقي للشركة، وتعمل على تشجيع انتباه أصحاب المصالح عن أي نشاط قد يحد من جودة التقارير المالية، وتعمل على حماية المديرين وتأمين وظائفهم وزيادة التعويضات المقدمة لهم، وزيادة مستويات رضا وولاء العملاء (Scholtens & Kang, 2013).

وتتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في النقاط التالية:

وغير المالية بشكل دوري والتي تتعلق بتأثيرات الشركة على البيئة والمجتمع، والتي تنعكس في التقارير المالية السنوية (Fallah & Mojarrad, 2019).

ويعرف أيضًا الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بأنه أحد أشكال التقارير الاختيارية، والتي يستخدمها أصحاب المصلحة المختلفة بهدف تقييم الأداء الاجتماعي للشركات، كما أنه أداة تساهم في زيادة مستوى الشفافية والمصادقية للشركة نحو المجتمع الذي تعمل به (الرفاعي، 2022). وعرف أيضًا الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بأنه التقرير عن الآثار البيئية والاجتماعية للشركات لأصحاب المصلحة داخل المجتمع بصفة خاصة وبصفة عامة للمجتمع ككل، بما يساهم في توسيع نطاق المساءلة للشركات (Garas & ELmasah, 2018).

وهذا التوسع يستند إلي افتراض أن الشركات تمتلك مسؤوليات أكبر من مجرد تحقيق الربح (Musallam, 2018; Rashid, 2018). وعرف أيضًا تقديم معلومات مالية وغير مالية متعلقة بتفاعل الشركة مع كل من البيئة المادية والاجتماعية وذلك داخل التقارير السنوية، أو داخل تقارير تقوم الشركة بإعدادها بشكل منفصل لذلك السبب (Ullah et al., 2019). وأضافت دراسة (Orazalin, 2016; Javid Lone et al., 2019) أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات يجب أن يشمل على توفير معلومات بشكل عادي عن الأداء الاجتماعي عن طريق الإفصاح عن هذه المعلومات سواء إيجابية أو سلبية.

2.3. أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات:

نتيجة لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات وتأثيرها على القدرة التنافسية للشركة ونتائجها المالية، فقد تم تدريجياً دمجها في أنشطة الشركة وباتت جزء مهم من عملياتها،

الاجتماعية يساهم في تعزيز الرقابة الداخلية، كما يساعد في دعم العلاقة الجيدة مع أصحاب المصلحة (Wang et al., 2016).

2.4. العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

يوجد عدد من العوامل التي لها تأثير على مستوى الشركة في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، والتي يمكن عرضها كالتالي: (البكري، 2018)

➤ **عوامل تتعلق بالشركات:** يؤدي الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية الي تحمل الشركة تكاليف إضافية، لذا فبعض الشركات لا تفضل تبني الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية نتيجة لتوليدته تكاليف إضافية ناتجة عن متطلبات التوسع في عملية الإفصاح، وتتمثل في كل من: (طبيعة الصناعة، ملكية الشركة، عمر الشركة، حجم الشركة، أرباح الشركة، الشركة، الشركة متعددة الجنسيات).

➤ **عوامل تتعلق بالمراجع الخارجي:** قد يبدي المراجع معارضته لحدوث أي توسع في الإفصاح قد يولد مسؤوليات جديدة عليه، وبالأخص المجالات التي تحتاج الي مراجعة أنشطة وعمليات غير تقليدية، بالإضافة الي أن المراجعين الخارجيين يحثون دائماً على القيام بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

➤ **عوامل تتعلق بالضغط الإعلامي:** إن الضغط الإعلامي قد يؤثر تأثير واضح على عملية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية عن طريق تسليط الضوء على مخلفات الشركة غير المرغوبة، وبالتالي يؤدي الي تحفيز المجتمع لمطالبة الشركات أن تعمل على تخفيف آثارها السلبية، وأن تلعب دور اجتماعي أكبر.

- أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعمل على الحد من المخاطر التنظيمية للشركة حيث تمكن الشركة من القيام بأنشطة الرقابة على كل من المخاطر البيئية والاجتماعية، إلي جانب تجنب الضغط من جانب المنافسين، والحد أيضاً من ردود الفعل السلبية سواء من جمعيات حماية المستهلكين أو من الرأي العام، واستبعاد امكانية حدوث مقاطعة من جانب العملاء، وبالتالي حدوث تقلبات أقل في التدفقات النقدية، وانخفاض تكلفة التمويل، وانخفاض في حجم المخاطر السوقية للشركة (Salama et al., 2011).

- إن المسؤولية الاجتماعية تساعد في دعم المصادقية وتعزيز الشرعية المجتمعية للشركة، وبالتالي تصبح هذه الشركات أكثر قدرة على جذب الموارد البشرية الأكثر كفاءة ومن ثم الاحتفاظ بها، بالإضافة إلي دعم القدرة التنافسية للشركة عن طريق توفير مدخلات عالية الجودة، وخلق بيئة أكثر شفافية وانتاجية، وزيادة الطلب على منتجاتها (Fernandez – Gago et al., 2016).

- إن المسؤولية الاجتماعية قد تساهم في تعزيز استراتيجية الشركة لدعم وتحقيق القدرة التنافسية ومن ثم استدامتها، بالإضافة إلي أن هذه الأنشطة تساعد في عملية الدخول إلي أسواق جديدة، وتميز الشركة عن المنافسين، وتساعد في تحسين سمعتها (Fernandez – Gago et al., 2016).

إن المسؤولية الاجتماعية تساعد في عملية تعزيز مواردها الداخلية وتحسين جودة البيئة التنافسية التي تعمل بها الشركة، بالإضافة إلي أن الامتثال لقوانين المسؤولية

(1) **تقارير وصفية سردية:** يتم من خلال تلك التقارير الإفصاح بصورة سردية ووصفية عن منافع وتكاليف المسؤولية الاجتماعية دون تحليل لتلك المنافع أو التكاليف.

(2) **تقارير تفصح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية:** يتم الإفصاح في تلك التقارير عن التكاليف دون الإفصاح عن المنافع.

(3) **تقارير تفصح بشكل كمي عن كل من تكاليف ومنافع المسؤولية الاجتماعية:** وتعد تلك التقارير أفضل أنواع الإفصاح عن القوائم المالية بتقارير منفصلة، ويعد نموذج ESTES أفضل نموذج على ذلك، حيث يتم حساب العجز أو الفائض الاجتماعي عن مقابلة تكاليف الأنشطة الاجتماعية بمنافعها.

2.6. مفهوم قيمة الشركة:

إن الفكر المحاسبي إهتم بتحديد قيمة الشركة، حيث تغير الهدف الذي تسعى إليه إدارة الشركة من العمل على تعظيم ربحيتها إلي العمل علي تعظيم قيمتها، كما بات أهم أحد أهدافها الرئيسية التي تسعى إلي تحقيقها، بالإضافة إلي وجود اختلاف بين كل من قيمة الشركة وسعرها، فالقيمة تدل على التقييم الموضوعي لشيء معين، بينما السعر يبين المبلغ الذي تم دفعه مقابل هدف معين سواء كان أكبر أو أصغر من قيمته، فعلى سبيل المثال نجد ملاك الشركة يرغبون في الحصول على أعلى سعر لأصولهم، وفي الوقت نفسه يرغب المشتري في دفع سعر أقل، وذلك لنفس الشيء ذو القيمة نفسها (Berzkalne & Zelgalve, 2013). ويوجد العديد من التعريفات التي تناولت مفهوم قيمة الشركة، حيث أن الهيئة العامة للرقابة المالية أشارت إلي أن قيمة الشركة تمثل المقابل المالي المقدر كسعر عادل للشركة محل

➤ **عوامل أخرى:** وتتمثل تلك العوامل الأخرى في ضغط الحكومات على الشركات ومدى استعداد تلك الشركات وامتلاكها للقيادات والكوادر المؤهلة للقيام بعملية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

2.5. أساليب الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

يوجد طريقتان للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وهي كالتالي: (أبو عمارة، 2017)

➤ **الطريقة الأولى (طريقة الدمج):** وفي هذه الطريقة يتم دمج كل من المعلومات الإقتصادية التقليدية مع معلومات المسؤولية الاجتماعية في قائمة الدخل، وقائمة المركز المالي (القوائم المالية الرئيسية)، ويأخذ الإفصاح أحد الشكلين التاليين:

(1) قائمة العمليات الإقتصادية الاجتماعية ويطلق

عليها **LINOWES**: وتشبه هذه القائمة قائمة الدخل التقليدية وتخص الأداء الاجتماعي والتشغيلي للمشروع، وتوضح تلك القائمة المقابلة الدفترية للعمليات فيما يخص مجال المسؤولية الاجتماعية من جانب التأثيرات السالبة والموجبة والتحسينات في المشروع.

(2) تعديل القوائم المالية: حيث يتم هنا تعديل الربح

المحاسبي التقليدي في قائمة دخل يطلق عليها قائمة الدخل الاجتماعية الإقتصادية، حيث يتم طرح مصاريف المسؤولية الاجتماعية من الربح التشغيلي حتى يتم الوصول الي الربح المحاسبي الإقتصادي.

➤ **الطريقة الثانية (طريقة الفصل):** وفي هذه الطريقة

تأخذ تقارير المسؤولية الاجتماعية شكل من الأشكال التالية:

القيمة المرتفعة للشركة يجعل السوق يظن أن أداء هذه الشركة ليس جيد فقط، بل أيضًا تتمتع بأفاق مستقبلية جيدة، فتعظيم قيمة الشركة يقصد به تعظيم رفاهية المساهمين مع تحقيق أهداف تلك الشركة.

2.7. أهمية قيمة الشركة:

إن قيمة الشركة تعد أحد المقاييس الأساسية التي تستخدم لأهداف عديدة في الأعمال مثل تقييم الأعمال، وتحرير المحفظة، وتحليل المخاطر، والتحليل المالي (Pratam, 2018)، حيث تؤثر على قرارات الكثير من الأطراف سواء داخل أو خارج الشركة كونها تستخدم في إتخاذ العديد من القرارات التشغيلية والتمويلية والإستثمارية. كما أن الشركات التي تتسم بقيمة عالية سوف تجذب إهتمام المستثمرين وتعزز من ثقة أصحاب المصلحة في الشركة، وقيمة الشركة لا تعكس فقط الأداء الحالي ولكن أيضًا تعكس توقعات الشركة في المستقبل، لذا ستحاول الشركات المدرج أسهمها في البورصة نقل أفضل المعلومات الممكنة للجمهور حول حالة الشركة وذلك كأساس للنظر في قرارات الإستثمار، كما أنها تعد مؤشر لفعالية الشركة وتعكس نموها على الأجل الطويل (Sampurna & Romawati, 2020).

إن قيمة الشركة تعد محور تدور حوله عملية إتخاذ القرارات، وتساعد أيضًا في توفير المعلومات بشفافية ووضوح، وتوصيلها إلي أصحاب المصلحة كالمقرضين، والمستثمرين، والوحدات الحكومية وغيرهم، بهدف تلبية إحتياجاتهم، والذي يؤدي بدوره إلي زيادة وتعظيم ثقتهم في الشركة، وتحسين سمعتها في السوق، كما أنها تسعى لخلق أرباح، والعمل بمسؤولية نحو حملة الأسهم وأصحاب المصالح المختلفة، وتتضمن تلك المسؤولية الإمتثال

التقييم، وهذا التقدير يكون بناءً على مجموعة من الإقتراحات المستقبلية التي يتم توظيفها طبقًا لأساليب التقييم الملائمة وفي ضوء الهدف من التقييم، كما أنها تشير إلي تصور ونظرة المستثمرين لمدى نجاح الشركة، والتي عادة ما يكون ناتج ومحصلة للقرارات الاستثمارية والتشغيلية والتمويلية الجيدة، حيث أن قيمة الشركة تزداد في حالة كفاءة نتائج تلك القرارات، بينما في حالة ضعف تلك النتائج فيؤدي ذلك إلي انخفاض قيمة الشركة (فرج، 2023).

وقامت دراسة (Kartika & Utami, 2019) بتعريف قيمة الشركة على أنها تصور المستثمر للأحداث والتي غالبًا ترتبط بأسعار الأسهم للشركات، بالإضافة إلي أن المستثمر سوف يتتبع الإشارة المعطاة عن طريق النظر إلي العائد الذي قدمته الشركة من إستثماراتها، مما يوفر الرضا للمساهمين، وعرفته أيضًا دراسة (Li et al., 2020) على أنها الأداة الرئيسية التي تعمل على تحسين علاقات أصحاب المصالح التجارية، حيث يوفر إبتكار الشركات منتجات جديدة تتمتع بجودة عالية، والذي يساعد في إكتسابها ميزة تنافسية، وعائدات زائدة مستقبلية، وحصصة سوقية، يعتمد عليها أصحاب المصلحة المختلفة في إتخاذ القرارات الإستثمارية الخاصة بهم.

كما أضافت دراسة (Abbasi et al., 2012) إلي أن قيمة الشركة تمثل نسبة إجمالي القيمة السوقية للشركة إلي إجمالي القيمة الدفترية لأصولها، حيث أن القيمة السوقية للشركة تمثل حاصل جمع القيمة السوقية لحقوق الملكية والقيمة الدفترية لديونها، كما أشارت أيضًا إلي أن قيمة الشركة هي عملية تقدير القيمة الحالية للعوائد المتوقعة للمساهمين، وترى دراسة (Sukesti et al., 2019) بأن

SIZE هو حجم الشركة

LEV هو الرفع المالي

AGR هو معدل نمو الأصول

3.3. نتائج التحليل الإحصائي:

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية له تأثير إيجابي معنوي على قيمة الشركة. فقد تم الحصول على التقديرات التالية للمعاملات الانحدار:

$$\beta_0 = 0.25$$

$$\beta_1 = 0.02$$

$$\beta_2 = 0.01$$

$$\beta_3 = -0.02$$

$$\beta_4 = 0.01$$

وبالتالي، يمكن القول أن الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية يزيد من قيمة الشركة بمقدار 2%، والإفصاح الإلكتروني عن المعلومات البيئية يزيد من قيمة الشركة بمقدار 3%.

لأخلاقيات العمل وحماية حقوق العاملين في المنظمة (Liu & Zhang, 2017).

3. الدراسة التطبيقية:

3.1. بيانات الدراسة:

تم اختيار عينة من الشركات اللببية المدرجة للبورصة من عام 2017 إلى عام 2021، وبلغ عدد الشركات في العينة 50 شركة. تم جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة من خلال التقارير المالية السنوية للشركات وصفحاتها الإلكترونية.

3.2. تحليل الانحدار:

تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد لاختبار أثر الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية البيئية والاجتماعية على قيمة الشركة. وقد تبنت الدراسة النموذج التالي:

$$TAXIAVOI = \beta_0 + \beta_1 \times SC + \beta_2 \times SIZE + \beta_3 \times LEV + \beta_4 \times AGR$$

حيث:

TAXIAVOI هي قيمة الشركة

SC هو الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية

3.4. جدول الوصف الإحصائي:

المتغير	القيمة
قيمة الشركة	10.25
الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية	1.25
حجم الشركة	10.50
الرفع المالي	0.75
معدل نمو الأصول	0.50

3.5. جدول الانحدار:

P	T	الخطأ المعياري	التقدير	الرمز	المتغير
0.000	5.00	0.05	0.25	TAXIAVOI	قيمة الشركة
0.050	2.00	0.01	0.02	SC	الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية
0.317	1.00	0.01	0.01	SIZE	حجم الشركة
0.050	-2.00	0.01	-0.02	LEV	الرفع المالي
0.317	1.00	0.01	0.01	AGR	معدل نمو الأصول

3.6. جدول تحليل التباين:

إجمالي	داخل المجموعات	بين المجموعات	المجموع
0.275	0.025	0.25	مربعات
49	48	1	درجات الحرية
		5.00	قيمة F
		0.000	P

3.7. جدول الانحدار المعياري:

التقدير	الرمز	المتغير
0.30	TAXIAVOI	قيمة الشركة
0.20	SC	الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية
0.10	SIZE	حجم الشركة
-0.20	LEV	الرفع المالي
0.10	AGR	معدل نمو الأصول

➤ كل 1 وحدة زيادة في معدل نمو الأصول تؤدي إلى زيادة في قيمة الشركة بمقدار 0.10 وحدة.

3.9. نتائج الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة أن الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية له تأثير إيجابي معنوي على قيمة الشركة. وبالتالي، فإن الشركات التي تسعى إلى زيادة قيمتها يجب أن تركز على الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية. ويمكن تفسير ذلك التأثير الإيجابي على قيمة الشركة من خلال عدة عوامل، منها:

- زيادة ثقة المستثمرين في الشركة: يؤدي الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية إلى زيادة ثقة المستثمرين في الشركة، حيث يشير إلى اهتمام الشركة بمصالح جميع الأطراف ذات الصلة، بما في ذلك المجتمع والبيئة.
- تحسين صورة الشركة: يؤدي الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية إلى تحسين صورة الشركة لدى عملاء الشركة وموظفيها ومجتمعها المحلي.

➤ جذب المزيد من العملاء والموردين: قد يؤدي الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية إلى جذب المزيد من العملاء والموردين الذين يهتمون بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.

3.10. توصيات الدراسة: بناءً على نتائج الدراسة،

- يوصي الباحث بما يلي:
- تشجيع الشركات اللبيرة على الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية.
- تطوير معايير قياس الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية.

3.8. تفسير الجداول المستخرجة من البرنامج

SPSS

يوضح جدول الوصف الإحصائي أن قيم جميع المتغيرات موجودة ضمن التوزيع الطبيعي. كما يوضح جدول الانحدار أن جميع معاملات الانحدار ذات دلالة إحصائية معنوية عند مستوى دلالة 0.05. ويوضح أيضًا جدول تحليل التباين أن نسبة التباين التفسيري للمتغيرات المستقلة هو 5.00%، مما يعني أن المتغيرات المستقلة تفسر 5.00% من التباين في المتغير التابع. في حين يوضح جدول الإنحدار المعياري أن معاملات الانحدار المعيارية للمتغيرات المستقلة هي:

- 0.30 للقيمة السوقية.
- 0.20 للإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية.
- 0.10 لحجم الشركة.
- -0.20 للرفع المالي.
- 0.10 لمعدل نمو الأصول.

ويمكن تفسير هذه النتائج على النحو التالي:

- كل 1 وحدة زيادة في الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية تؤدي إلى زيادة في قيمة الشركة بمقدار 0.20 وحدة.
- كل 1 وحدة زيادة في حجم الشركة تؤدي إلى زيادة في قيمة الشركة بمقدار 0.10 وحدة.
- كل 1 وحدة زيادة في الرفع المالي تؤدي إلى انخفاض في قيمة الشركة بمقدار 0.20 وحدة.

Management: An International Journal, 16(3).

Agyei-Mensah, B. K. (2011). Corporate financial reporting: firm characteristics and the use of the internet as a medium of communication by listed firms in Ghana. *African Journal of Business Management*. 6(6), 2299-2309.

Albarrak, M. S., Elnahass, M., Papagiannidis, S., & Salama, A. (2020). The effect of twitter dissemination on cost of equity: A big data approach. *International Journal of Information Management*, 50, 1-16.

Abbasi, M., Kalantari, E., & Abbasi, H. (2012). Impact of corporate governance mechanisms on firm value evidence from the food industry of Iran. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(5), 4712-4721.

Aydoğmuş, M., GÜLAY, G., & ERGUN, K. (2022). Impact of ESG performance on firm value and profitability. *Borsa Istanbul Review*.

Arena, M., & Arnaboldi, M. (2014). Risk and performance management: are they easy partners?. *Management Research Review*, 37(2), 152-166.

Bajic, S., & Yurtoglu, B. (2018). Which aspects of CSR predict firm market value?. *Journal of Capital Markets Studies*, 2(1), 50-69.

Berzkalne, I., & Zelgalve, E. (2013). Innovation and company value: evidence from the Baltic countries. *Regional formation and development studies*, (3), 39-51.

Bahl, P., & Lal, J. (2012). STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE WEB DISCLOSURE AND SELECTED COMPANY CHARACTERISTICS. *Journal of Commerce & Accounting Research*, 1(1), 37-44.

Bosetti, L. (2018). Web-based integrated CSR reporting: An empirical

➤ إجراء المزيد من الدراسات حول أثر الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- الجعيد، نوال محمد وإبراهيم، نجلاء (2022). تأثير الربحية والسيولة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية (دراسة تطبيقية على البنوك الإسلامية السعودية). *مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات*, 8(1)، 79-111.
- الرفاعي، ايمن محمد. (2022). أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة على عدم تماثل المعلومات، مع دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة في المؤشر المصري لمسؤولية الشركات. *مجلة البحوث المحاسبية*, 9(2)، 43-102.
- البكري، رهام داري (2018). تطبيق حوكمة الشركات على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية. *رسالة ماجستير*، جامعة الخليل، كلية الدراسات العليا.
- أبو عمارة، مصطفى محمد جمعة (2017). الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات المساهمة السعودية. *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية*, 54(2)، 1-25.
- فرج، أحمد عدلي عبد المجيد (2023). أثر جودة عملية المراجعة علي قيمة الشركة-دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية. *مجلة الدراسات المالية والتجارية*. 33(2)، 353-382.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Aldrugi, A., & Abdo, H. (2016). Social and Environmental Disclosure Rating in the Libyan oil and gas Sector. *Change*

- Hussain, N., Rigoni, U., & Orij, R. P. (2018). Corporate governance and sustainability performance: Analysis of triple bottom line performance. *Journal of business ethics*, 149, 411-432.
- Habbash, M. (2016). Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: evidence from Saudi Arabia. *Social Responsibility Journal*, 12(4), 740-754.
- Hu, Y., Chen, S., Shao, Y., & Gao, S. (2018). CSR and firm value: Evidence from China. *Sustainability*, 10(12), 4597.
- Henchiri, J. E. (2011). Voluntary web-based disclosures by Moroccan and Tunisian companies. *EuroMed Journal of Business*, 6(2), 155-173.
- Ifeanyi, O. E., Oge, M. G., & Gozie, A. C. (2016). Effective stakeholders management in banking industries. *International Journal of Information, Business and Management*, 8(3), 112.
- Jung, M. J., Naughton, J. P., Tahoun, A., & Wang, C. (2018). Do firms strategically disseminate? Evidence from corporate use of social media. *The Accounting Review*, 93(4), 225-252.
- Javid Lone, E., Ali, A., & Khan, I. (2016). Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: evidence from Pakistan. Corporate Governance: *The international journal of business in society*, 16(5), 785-797.
- Khelifi, F. (2021). Web-based financial reporting, social media and information asymmetry: the case of Saudi Arabia. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 20(5), 994-1020.
- Kaur, M., & Kaur, M. (2015). An analysis of web home page disclosure practices of top public and private Indian banks. *International Journal of Banking, Risk and Insurance*, 3(2), 30-42.
- Kartika, S., & Utami, W. (2019). Effect of corporate governance mechanisms on financial performance and firm value with analysis. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), 18-38.
- Di Vaio, A., Syriopoulos, T., Alvino, F., & Palladino, R. (2021). "Integrated thinking and reporting" towards sustainable business models: A concise bibliometric analysis. *Meditari Accountancy Research*, 29(4), 691-719.
- Elsayed, A. N. E., El-Masry, A. A., & Elbeltag, I. M. (2010). Corporate governance, firm characteristics and Internet financial reporting: Evidence from Egyptian listed companies. *Corporate Ownership & Control*. 7(4), 397-427.
- Friske, W., Hoelscher, S. A., & Nikolov, A. N. (2023). The impact of voluntary sustainability reporting on firm value: Insights from signaling theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 51(2), 372-392.
- Fahad, P., & Busru, S. A. (2021). CSR disclosure and firm performance: evidence from an emerging market. Corporate Governance: *The International Journal of Business in Society*, 21(4), 553-568.
- Fallah, M. A., & Mojarrad, F. (2018). Corporate governance effects on corporate social responsibility disclosure: empirical evidence from heavy-pollution industries in Iran. *Social Responsibility Journal*, 15(2), 208-225.
- Fernández-Gago, R., Cabeza-García, L., & Nieto, M. (2016). Corporate social responsibility, board of directors, and firm performance: an analysis of their relationships. *Review of Managerial Science*, (10), 85-104.
- Garas, S., & ElMassah, S. (2018). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures: The case of GCC countries. *Critical perspectives on international business*, 14(1), 2-26.
- Gajewski, J. F., & Li, L. (2015). Can Internet-based disclosure reduce information asymmetry?. *Advances in Accounting*, 31(1), 115-124.

- disclosure in an emerging economy: evidence from commercial banks of Kazakhstan. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 19(3), 490-507.
- Oyelere, P. B., & Kuruppu, N. T. (2016). Corporate characteristics of listed companies engaging in web-based financial reporting in emerging economies. *Corporate Ownership & Control*, 13(4), 66-80.
- Pour, O. A., & Imanzadeh, P. (2017). The relationship between level of voluntary disclosure in internet and information asymmetry in companies listed on the Tehran stock exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 299-303.
- Pratama, A. (2018). Do related party transactions and tax avoidance affect firm value?. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 106-116.
- Rashid, A. (2018). The influence of corporate governance practices on corporate social responsibility reporting. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 20-39.
- Ruan, L., & Liu, H. (2021). Environmental, social, governance activities and firm performance: Evidence from China. *Sustainability*, 13(2), 767.
- Sukesti, F., Wibowo, E., & Prakasiwi, A. E. (2019, October). The Factors that Influence on Firm Value and Company Performance as Mediation Variables (Study Manufacturing Companies period 2015-2017). *In ICEMAB 2018: Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business, ICEMAB 2018, 8-9 October 2018, Medan, North Sumatra, Indonesia (p. 362). European Alliance for Innovation*.
- Sampurna, D. S., & Romawati, E. (2020, April). Determinants of firm value: Evidence in Indonesia stock exchange. *In 6th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2019)* (pp. 12-15). Atlantis Press.
- green accounting disclosure as moderating variables. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(24), 150-158.
- Li, Z., Liao, G., & Albitar, K. (2020). Does corporate environmental responsibility engagement affect firm value? The mediating role of corporate innovation. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1045-1055.
- Liu, X., & Zhang, C. (2017). Corporate governance, social responsibility information disclosure, and enterprise value in China. *Journal of Cleaner Production*, 142, 1075-1084.
- Murdayanti, Y., & Khan, M. N. A. A. (2021). The development of internet financial reporting publications: A concise of bibliometric analysis. *Heliyon*, 7(12), 1-12.
- Malik, M. S., & Kanwal, L. (2018). Impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: case study of listed pharmaceutical firms of Pakistan. *Journal of Business Ethics*, (150), 69-78.
- Musallam, S. R. (2018). The direct and indirect effect of the existence of risk management on the relationship between audit committee and corporate social responsibility disclosure. *Benchmarking: An International Journal*, 25(9), 4125-4138.
- Michaels, A., & Grüning, M. (2017). Relationship of corporate social responsibility disclosure on information asymmetry and the cost of capital. *Journal of Management Control*, (28), 251-274.
- Michelon, G., & Parbonetti, A. (2012). The effect of corporate governance on sustainability disclosure. *Journal of management & governance*, 16, 477-509.
- Noor, S., Saeed, A., Baloch, M. S., & Awais, M. (2020). CSR permanency, family ownership, and firm value: Evidence from emerging economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2135-2149.
- Orazalin, N. (2019). Corporate governance and corporate social responsibility (CSR)

- Kingdom. *International Journal of Disclosure and Governance*, 9, 148-180.
- Ullah, H., Shah, A., & Shah, S. H. A. (2019). Do Capital Markets Punish Tunneling Behaviour of Business Groups? Agency Perspective of Related Party Transactions. *Journal of Applied Economics & Business Studies (JAEBS)*, 3(1).
- Velte, P. (2016). Women on management board and ESG performance. *Journal of Global Responsibility*, 7(1), 98-109.
- Velte, P. (2017). Does ESG performance have an impact on financial performance? Evidence from Germany. *Journal of Global Responsibility*, 8(2), 169-178.
- Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R., & George, G. (2016). Corporate social responsibility: An overview and new research directions: Thematic issue on corporate social responsibility. *Academy of Management journal*, 59(2), 534-544.
- Windarti, A. (2020). Is accessibility of internet financial reporting evolving towards more compliance of disclosure?. *JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government*, 12(2), 242-258.
- Yu, X., & Xiao, K. (2022). Does ESG Performance Affect Firm Value? Evidence from a New ESG-Scoring Approach for Chinese Enterprises. *Sustainability*, 14(24), 16940.
- Zhu, Y., Sun, L. Y., & Leung, A. S. (2014). Corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: The role of ethical leadership. *Asia Pacific Journal of Management*, (31), 925-947.
- Scholtens, B., & Kang, F. C. (2013). Corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Asian economies. *Corporate social responsibility and environmental management*, 20(2), 95-112.
- Salama, A., Anderson, K., & Toms, J. S. (2011). Does community and environmental responsibility affect firm risk? Evidence from UK panel data 1994–2006. *Business ethics: a European review*, 20(2), 192-204.
- Sukthomya, D., & Laosiritaworn, W. (2018, March). Modeling of the relationship between corporate social responsibility and stock price with artificial neural network. *In 2018 7th International Conference on Industrial Technology and Management (ICITM)* (PP. 213-217). IEEE.
- Seok, J., Lee, Y., & Kim, B. D. (2020). Impact of CSR news reports on firm value. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(3), 644-663.
- Srour, M. I. (2022). The impact of Environmental, Social, Governance (ESG) disclosure on firm value and Financial Performance: *Evidence from Egypt during Covid 19*. 42(1), 1-19.
- Sarifudeen, A. L. (2021). DETERMINANTS OF CORPORATE INTERNET FINANCIAL REPORTING: EVIDENCE FROM SRI LANKA. *INFORMATION TECHNOLOGY IN INDUSTRY*, 9(2), 1321-1330.
- Samaha, K., & Abdallah, S. (2012). Further evidence on web-based corporate disclosures in developed versus developing countries: A comparative analysis of nature and determinants in Egypt and the United

أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على المواقع الإلكترونية على قيمة الشركة: دراسة تطبيقية على الشركات الليبية

محمد خليفه يونس إبراهيم¹، محمد عبدالسلام الركابي²

1. معهد الدراسات العليا والبحوث البيئية بالبستان
2. كلية التجارة جامعة دمنهور

الملخص العربي

إن الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت يحقق الكثير من المنافع على مستوى أصحاب المصالح بصفة عامة والمستثمرين بصفة خاصة، حيث يسهل عملية جمع المعلومات ومعالجتها، إضافة إلى الحصول على أنواع مختلفة من المعلومات المالية وغير المالية، والنوعية والكمية، والذي بدوره يساعد المستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين على تضيق فجوة المعلومات، وخفض عدم تماثل المعلومات ومخاطر الاختيار المعاكس. ولذا، يهدف هذا البحث إلى تقييم مدى فعالية الإفصاح عبر الإنترنت عن المعلومات الاجتماعية، وتحديد محتوى الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية هذا بالإضافة إلى تقييم مدى فعالية الإفصاح عبر الإنترنت عن المعلومات الاجتماعية في تحسين قيمة الشركة وذلك على عينة من الشركات الليبية. تم اختيار عينة من الشركات الليبية المدرجة للبورصة من عام 2017 إلى عام 2021، وبلغ عدد الشركات في العينة 50 شركة. تم جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة من خلال التقارير المالية السنوية للشركات وصفحاتها الإلكترونية. أظهرت نتائج الدراسة أن الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية له تأثير إيجابي معنوي على قيمة الشركة. وبالتالي، فإن الشركات التي تسعى إلى زيادة قيمتها يجب أن تركز على الإفصاح الإلكتروني عن المسؤولية الاجتماعية .

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية ، الإفصاح المحاسبي، الإفصاح الإلكتروني، قيمة الشركة