

The Impact of Social Responsibility Costs on Financial Performance of Jordanian Banks

Mohammad Suleiman Awwad¹ and Buthinah Aref Al-Qaissi²

ABSTRACT

This study aimed to investigate the impact of social responsibility costs on the financial performance of Jordanian banks. The study sample consisted of sixteen Jordanian commercial and Islamic banks listed in Amman Stock Exchange (ASE), using cross-sectional time-series data covering the years (2010-2017). Data was analyzed using fixed -and random- effect regression models using STATA 12.0. The study focused on three different dimensions of Jordanian banks' social responsibility (responsibility towards employees, responsibility towards products and customers and responsibility towards the local community) to determine their impact on the financial performance of Jordanian banks (return on assets, earnings per share and Tobin's Q index).

The results showed different effects of social responsibility dimensions on the financial performance of Jordanian banks. Overall, responsibility towards the social community was the most influential dimension on all financial-performance indicators, followed by responsibility towards employees which positively affects return on assets and earnings per share, while not having any impact on Tobin's Q index. Finally, responsibility towards products and customers showed a negative impact on return on assets, while not having any impact on the other performance indicators.

Keywords: E-Corporate social responsibility, Financial performance, Jordanian banks, ASE.

1 Professor of Business Administration, Department of Business Administration, Faculty of Business, Mu'tah University, Jordan.

2 Master of Business Administration, Department of Business Administration, Faculty of Business, Mu'tah University, Jordan.

Received on 1/9/2019 and Accepted for Publication on 31/10/2020.

أثر تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمصارف الأردنية

لشفت زكبيدوم عيخ¹ وهندب عذ² عيخ

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار أثر تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمصارف الأردنية. شملت عينة الدراسة ستة عشر مصرفاً تجارياً وإسلامياً أردنياً مدرجة في بورصة عمان، وذلك باستخدام بيانات سلسلة زمنية مقطعية غطت السنوات (2010-2017). تم تحليل البيانات باستخدام نموذج الانحدار الثابت والعشوائي باستخدام برنامج STATA 12.0. ركزت الدراسة على ثلاثة أبعاد مختلفة للمسؤولية الاجتماعية للمصارف الأردنية (المسؤولية تجاه العاملين، والمسؤولية تجاه المنتجات والعملاء، والمسؤولية تجاه المجتمع المحلي) لتحديد أثرها على الأداء المالي للمصارف الأردنية (العائد على الأصول، والعائد على السهم، ومؤشر Tobin's Q). أظهرت النتائج تأثيرات مختلفة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمصارف الأردنية. وبشكل عام، كان بُعد المسؤولية تجاه المجتمع المحلي الأكثر تأثيراً على جميع مؤشرات الأداء المالي، يليه بُعد المسؤولية تجاه العاملين الذي أثر بشكل إيجابي على العائد على الأصول والعائد على السهم، بينما لم يؤثر على مؤشر Tobin's Q. أخيراً، أظهر بُعد المسؤولية تجاه المنتجات والعملاء تأثيراً سلبياً على العائد على الأصول، بينما لم يكن له أي تأثير على مؤشرات الأداء الأخرى.

الكلمات الدالة: المسؤولية الاجتماعية للشركات، الأداء المالي، المصارف الأردنية، بورصة عمان.

1. المقدمة

المبادئ التوجيهية والتنظيمية والتشريعية المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات لا تزال غير سائدة في جميع أنحاء العالم، فإن بعض الدول بدأت في تنفيذ مثل هذه التغييرات.

وفي هذا السياق، بدأت بعض المصارف الأردنية بالعمل على إعداد وإصدار ما يسمى تقرير الاستدامة (Sustainability Report)، وهو عبارة عن تقرير متخصص يبين أداء الشركة أو البنك في مجالات التنمية المستدامة بحيث يغطي إنجازات البنك ضمن مختلف المجالات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية ويبين إسهامات البنك في تلك المجالات. إن المصارف العاملة في الأردن تؤمن بمواطنتها وانتمائها للمجتمع الأردني، كما تعتقد بضرورة وجود مسؤولية اجتماعية للشركات بشكل يجعلها تتحمل مسؤوليتها تجاه المجتمع، (Association of Banks in Jordan, 2011). ويمثل الأداء المالي للشركة عاملاً أساسياً لمعرفة نجاحها أو فشلها في القرارات التي تتخذها، والخطط الاستثمارية التي تنفذها. لذلك، حظي موضوع الأداء المالي ونتائجه، والتحوليات التي تجري في هذه الشركات باهتمام كبير من قبل إدارات الشركات. وقد حظي موضوع الربط بين المسؤولية الاجتماعية

يحظى مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات باهتمام واسع ومستمر في جميع أنحاء العالم. وعلى الرغم من تباين نهج الشركات المختلفة تجاه هذا المفهوم، فإن المزيد من الشركات تنفذ مبادرات تطوعية تهدف إلى تقليل تأثيرها السلبي على المجتمع والبيئة (Changrok, Hannah and Taehee, 2014). فمن بين أكبر 250 شركة في العالم ازدادت نسبة الشركات التي تنشر تقارير المسؤولية الاجتماعية والاستدامة من 71% عام 2008 إلى 93% عام 2013 (GreenBiz, 2013). هذا التوجه الجديد لا يعتمد فقط على تبني الشركات لنماذج أعمال جديدة، ولكن أيضاً لأن الشركات تتعرض لضغوط متزايدة من أصحاب المصالح لإظهار المسؤولية والاستدامة. وعلى الرغم من أن

1 أستاذ إدارة الأعمال، جامعة مؤتة، كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال.

2 ماجستير إدارة الأعمال، جامعة مؤتة، كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال.

تاريخ استلام البحث 2019/9/1 وتاريخ قبوله 2020/10/31.

علاقة سلبية بين المسؤولية الاجتماعية للشركة وأدائها المالي (Heli, Jaepil and Jiatao, 2008; Georgeta and Florinita, 2013; Hirigoyen and Poulain, 2015; Tianjiao and Xiang, 2019)، بينما يرى آخرون عدم وجود علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركة وأدائها المالي (Mc Williams and Siegel, 2001; Meher and Farah, 2007; Linthicum, Reitenga and Sanchez, 2010; Kwang-Ho et al., 2018; Tanveer et al., 2018).

واستناداً على هذه النتائج المتضاربة، فإن هذه الدراسة تسعى إلى الإجابة عن السؤال التالي: ما أثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، والمسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعلماء، والمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي) على الأداء المالي للمصارف الأردنية؟ ويتفرع عن هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية كما يلي:

1. ما تأثير المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين على الأداء المالي (العائد على الأصول، وعائد السهم، ومؤشر Tobin's Q) للمصارف الأردنية؟
2. ما تأثير المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعلماء على الأداء المالي (العائد على الأصول، وعائد السهم، ومؤشر Tobin's Q) للمصارف الأردنية؟
3. ما تأثير المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي على الأداء المالي (العائد على الأصول، وعائد السهم، ومؤشر Tobin's Q) للمصارف الأردنية؟

2.1 أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من خلال ما يلي:

1. اعتمدت غالبية الدراسات السابقة إما على الاستبانة لمسح آراء المسؤولين فيما يتعلق بتطبيق المسؤولية الاجتماعية، أو على "تحليل المحتوى" من خلال تحديد ما إذا كانت الشركات تطبق أو لا تطبق المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية. أما الدراسة الحالية، فقد اعتمدت على التكاليف المفصّل عنها في التقارير السنوية لقياس المسؤولية الاجتماعية للمصارف.
2. ركزت غالبية الدراسات السابقة على مؤشر واحد لقياس الأداء المالي، في حين استخدمت الدراسة الحالية ثلاثة

والأداء المالي للشركات بالدراسة في العديد من ادبيات الإدارة مثل الإدارة الاستراتيجية والسلوك التنظيمي (Siegel and Vitaliano, 2007; Bauman and Skitka, 2012). فالشركات تتبنى المسؤولية الاجتماعية من أجل المحافظة على سمعتها ومكانتها وأدائها المالي (Peters and Mullen, 2009; Fellague and Sweis, 2020). وبسبب الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات، فإن الكثير من الشركات على مستوى العالم، سواء أكانت صغيرة أم كبيرة، زادت من اهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية، حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية ضرورة وليس خياراً لجميع الشركات بلا استثناء (Grant, 2008). واستناداً على ما سبق، كان لا بد من دراسة مدى ممارسة المصارف الأردنية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية، ومدى الإفصاح عن هذه الأنشطة في القوائم المالية، والدور الذي يمكن أن تلعبه أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمصارف الأردنية في أدائها المالي، والذي بدوره سوف يمكن تلك المصارف من تحسين وضعها بناءً على قراراتها المتخذة لتحسين الأداء وتطويره مستقبلاً.

1.1 مشكلة الدراسة وأسئلتها

لم يعد عمل المصارف مقتصرًا على الأعمال الربحية بعيداً عن تطوير وتنمية البيئة والمجتمعات المحلية، فأصبحت مسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية والقانونية مرتبطة بنشاطاتها الاقتصادية، مراعيةً بذلك واجباتها تجاه العاملين، وتجاه المجتمع المحلي، من خلال المشاركة الفاعلة في تطوير البنى الفوقية والتحية والتزامها بالقوانين والأنظمة والأعراف السائدة، وعدم الاحتكار، والوصول للمنتج الأفضل من حيث الجودة والتنافسية وإرضاء حاجات ورغبات المستهلك. وقد تباينت آراء الباحثين حول أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركة؛ فمنهم من أشار إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية للشركة وأدائها المالي (Carroll, 1999; Simpson and Kohers, 2002; Orlitzky et al., 2003; Roman et al., 2006; Supriti and Damoder, 2010; Yigit and Mukhtar, 2017; Mingming, Xiaodan and Jerry, 2017; Shafat and Nasir, 2018; Obafemi, Oluwabunmi and Collins, 2018; Pang and Yuan, 2019; Gregor et al., 2019)، والبعض الآخر أشار إلى وجود

الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء، والمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي، والمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة (Mandl and Dorr, 2007)، حيث تركز هذه الأبعاد للمسؤولية الاجتماعية للشركات على معالجة اهتمامات مختلف مجموعات أصحاب المصلحة، فالعاملون يمثلون مفتاح النجاح للمنظمات، لذا يتوجب على المنظمات أن تسعى للاهتمام بهم وتنميتهم والحفاظ عليهم، وتوفير البيئة الملائمة التي تساعد على استثمار قدراتهم وإمكانياتهم من خلال تبني المسؤولية الاجتماعية، كما أن تحسين جودة التعامل مع العملاء من خلال الاهتمام باحتياجاتهم ومشاكلهم يزيد من أرباح المنظمة ويحسن من سمعتها في قطاع الأعمال. كذلك تُعد المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي من بين أهم الجوانب التي يجب التركيز عليها؛ لما لها من دور هام في تحسين صورة الشركة (المصرف) في المجتمع المحلي. وقد اعتمدت الدراسة الحالية على هذا النموذج لاختبار أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمصارف، الذي يتكون من العناصر التالية:

1.2.2 المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين

تتمثل في الإفصاح عما يقدمه المصرف للعاملين فيه من رواتب وأجور وعلاوات مجزية، وفسح المجال أمامهم للترقية ضمن السلم الوظيفي، وإتاحة الفرصة لهم للتدريب والتأهيل، وتقديم تأمين صحي، وإيجاد بيئة عمل مناسبة، بالإضافة لمنح العاملين إجازات مدفوعة الأجر ومزايا النقل وتوفير السكن الملائم والتدريب والترقية، وضمان سلامة وظروف العمل (Tuodolo, 2009).

2.2.2 المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء

تتجسد في كل ما تقوم به المصارف للارتقاء بخدماتها المصرفية تجاه العملاء بأعلى مستوى وجودة للوصول إلى تلبية رغباتهم وميولهم، وتوفير كل ما يحتاجون له وصولاً إلى رضاهم، إضافة إلى تقديم منتجات ذات مواصفات عالية، حيث تقوم المصارف بإجراء دراسات واستطلاعات رأي بشأن توجهات العملاء وآرائهم في المنتجات والخدمات المعروضة أو محتملة التطوير، وهي معلومات هامة لاتخاذ القرارات المناسبة من قبل أصحاب القرار داخل المصارف (Gregor et al., 2019).

مؤشرات تمثل مقاييس محاسبية وسوقية (ROA, EPS)، إضافة إلى مؤشر آخر يجمع النوعين من المقاييس المحاسبية والسوقية (Tobin's Q).

3. من المتوقع أن تساهم نتائج هذه الدراسة في تمكين المصارف من تبني استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية الأكثر ملاءمة، التي يمكن أن تساعد على تحقيق أهدافها المتعلقة بتعظيم القيمة لحملة الأسهم.
4. اختبرت غالبية الدراسات السابقة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية الكلية والأداء المالي، في حين قامت هذه الدراسة باختبار أثر المسؤولية الاجتماعية من خلال ثلاث فئات محددة (العاملين، والمنتجات والعملاء، والمجتمع المحلي) على الأداء المالي للمصارف.
5. يُمثل القطاع المصرفي واحداً من أهم القطاعات الاقتصادية في الأردن، حيث بلغت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي 0.5 نقطة مئوية نهاية عام 2017، وهي أعلى مساهمة من بين القطاعات الاقتصادية الأخرى (Central Bank of Jordan, 2017).

2. الإطار النظري وتطوير الفرضيات

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

شهد مفهوم المسؤولية الاجتماعية تغييرات وتطورات جوهرية، ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وتوسع توقعاته؛ إذ لا يوجد تعريف لمفهوم المسؤولية الاجتماعية يحظى بقبول عالمي. فالمسؤولية الاجتماعية تعرف بأنها "التزام على منظمة الأعمال تجاه المجتمع المحلي الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية، مثل محاربة الفقر والبطالة وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلات الإسكان والمواصلات وغيرها" (Holmes, 1977, p. 435). ويرى (Roman et al., 2006, p. 110) أنها "التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وأن هذا الالتزام يتسع باتساع شريحة أصحاب المصالح وتباين توجهاتهم".

2.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية

يمكن تصنيف أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى أربع فئات هي: المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، والمسؤولية

حسابها من خلال قسمة صافي الربح على إجمالي الأصول (مجموع الأصول الثابتة والمتداولة) (Gitman and Zutter, 2015)، ويقاس حسب المعادلة التالية:

$$\text{معدل العائد على الأصول} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{إجمالي الأصول}}$$

2.3.2 معدل عائد السهم (EPS)

ويعرف أيضاً بهيكل رأس المال المركب (Complex Capital Structure)، أو العائد الأساسي للسهم (Basic Earnings per Share)، وهو قياس تقديري لمبلغ أرباح الشركة التي يمكن تخصيصها لسهم واحد من أسهمها، ويُمثل ربح المصرف مقسوماً على عدد الأسهم العادية التي لديه، وهو يشير إلى مقدار الربح الذي يحققه المصرف لكل سهم من أسهمه. ويقاس حسب المعادلة التالية:

$$\text{معدل عائد السهم} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{عدد الأسهم العادية}}$$

3.3.2 مؤشر Tobin's Q

وهو المؤشر الذي يمكن من خلاله قياس القيمة السوقية للمصرف، اعتماداً على توفر البيانات المالية والمحاسبية من القوائم المالية، وقد تم تطويره من قبل Tobin and Brainard (1977). ويقاس هذا المؤشر من خلال سعر السهم العادي في نهاية كل عام (12/31) مضروباً في عدد الأسهم العادية المكتتب بها (القيمة السوقية) مقسوماً على القيمة الدفترية لإجمالي الأصول، ويقاس حسب المعادلة التالية:

$$\text{مؤشر Tobin's Q} = \frac{\text{سعر السهم العادي} \times \text{عدد الأسهم العادية (القيمة السوقية)}}{\text{القيمة الدفترية لإجمالي الأصول}}$$

مستوى رضا المجتمع ومد جسور التعاون معه يساهم في زيادة مردود تلك المنظمات، وهو استثمار مستقبلي هام، خاصة أن هذه المنظمات هي جزء من هذا المجتمع الذي تعيش وتزدهر فيه. كل ذلك يعزز من المردود المستقبلي الناجم عن الأثر الإيجابي الذي تتركه المنظمة في نفوس الناس بسبب مساهمتها الاجتماعية.

3.2.2 المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي

يعد المجتمع المحلي شريحة مهمة بالنسبة لمنظمات الأعمال التي تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه، من خلال بذل المزيد من الجهود لتحقيق الرفاهية العامة، التي تشمل المساهمة في دعم وتحسين البنية التحتية، وإنشاء الجسور والحدائق، والمساهمة الفاعلة في الحد من بعض المشاكل المجتمعية وأهمها الفقر والبطالة، ودعم بعض الأنشطة والبرامج الرياضية والترفيهية، واحترام العادات والتقاليد، ودعم مؤسسات المجتمع المدني، وتقديم العون والدعم لذوي الاحتياجات الخاصة، وتقديم الدعم المتواصل للمراكز الصحية والعلمية، ودعم الأنشطة الثقافية والمراكز التعليمية، وتمويل الشركات المحلية الناشئة، ورعاية الأعمال الخيرية (Gregor et al., 2019).

3.2 مفهوم الأداء المالي

يعد الأداء المالي الركيزة الأساسية للأنشطة التي تقوم بها المؤسسات، وهو الأداة التي يتم من خلالها التعرف على الوضع المالي السائد فيها خلال مدة زمنية محددة. ويمثل قدرة الشركة على تحقيق الأهداف الرئيسة لها من نمو واستمرارية وتعظيم الربحية من خلال أفضل استخدام للموارد الاقتصادية المتوفرة ضمن القرارات الاستراتيجية المتخذة من قبل الإدارة التنفيذية. وقد اعتمدت الدراسة الحالية في قياس الأداء المالي للمصارف الأردنية على المقاييس التالية:

1.3.2 معدل العائد على الأصول (ROA)

وهذه النسبة تتمثل في علاقة أرباح الشركة بأصولها، ويتم

4.2 نموذج الدراسة

ترى نظرية "أصحاب المصالح" (Obafemi et al., 2018; Pang and Yuan, 2019; Gregor et al., 2019) أن الاستثمار في الأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية يساهم في تحقيق الأرباح. وعليه فإن تبني منظمات الأعمال دوراً اجتماعياً أكبر يساهم في زيادة أرباحها على المدى البعيد، وذلك لأن ارتفاع

وقد تم التعبير عن هذه الفرضية من خلال النموذج الكمي التالي:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ESR_{i,t} + \beta_2 SSR_{i,t} + \beta_3 PSR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \dots (1)$$

H2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية تجاه الموظفين، والمسؤولية تجاه المنتجات والعملاء، والمسؤولية تجاه المجتمع المحلي) على عائد السهم للمصارف الأردنية.

وقد تم التعبير عن هذه الفرضية من خلال النموذج الكمي التالي:

$$EPS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ESR_{i,t} + \beta_2 SSR_{i,t} + \beta_3 PSR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \dots (2)$$

H3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية تجاه الموظفين، والمسؤولية تجاه المنتجات والعملاء، والمسؤولية تجاه المجتمع المحلي) على مؤشر Tobin's Q للمصارف الأردنية.

وقد تم التعبير عن هذه الفرضية من خلال النموذج الكمي التالي:

$$Tobin's Q_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ESR_{i,t} + \beta_2 SSR_{i,t} + \beta_3 PSR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \dots (3)$$

حيث تمثل:

- $ROA_{i,t}$ العائد على الأصول للمصرف (i) في الفترة الزمنية (t).
- $EPS_{i,t}$ العائد على السهم للمصرف (i) في الفترة الزمنية (t).
- $Tobin's Q_{i,t}$ مؤشر Tobin's Q للمصرف (i) في الفترة الزمنية (t).
- $\varepsilon_{i,t}$ خطأ التقدير للمشاهدة (i) في الفترة الزمنية (t).
- ESR المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين.
- SSR المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي.
- PSR المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء.
- β_0 معامل الانحدار (الثابت).
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ معاملات أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

3. منهجية البحث

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحديد طبيعة وخصائص الأداء المالي والمسؤولية الاجتماعية للمصارف الأردنية، ومن ثم اختبار التفاعل بين المتغيرات التابعة والمستقلة.

ويرى "الاقتصاديون الكلاسيكيون الجدد" من خلال Friedman (1970) أن الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية يتعارض مع السعي نحو تعظيم الأرباح، حيث أكد رواد هذه المدرسة أن توليد الأموال والثروة للمساهمين هو المسؤولية الرئيسية الفردية الوحيدة لإدارة الشركة. وتلتزم نظرية الوكالة (Agent Theory) التزاماً صارماً بمبادئ الاقتصاد الكلاسيكي الجديد، حيث تمثل مصالح المساهمين من وجهة نظر هذه النظرية الأهمية القصوى، وهي ترى أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية يقود الشركة إلى مزيد من التكاليف التي بدورها تخفض من ثروة المساهمين وتقلل من أرباحهم، وبالتالي فإن تبني منظمات الأعمال دوراً اجتماعياً أكبر يؤدي إلى خرق قاعدة تعظيم الأرباح لهذه المنظمات، التي وجدت في الأساس للعمل وتقديم سلع وخدمات ذات جودة مميزة وبأسعار مدروسة بهدف الوصول إلى عائد استثماري كبير، (Hirigoyen and Poulain, 2015; Tianjiao and Xiang, 2019).

أخيراً، يشير بعض الباحثين (Kwang-Ho et al., 2018; Tanveer et al., 2018) إلى أن البيئة التي تحيط بالشركة هي بيئة غير مباشرة، وأن العلاقة التي تربطها ببعضها علاقة معقدة، ويتعدى ذلك بالقول بعدم وجود أي علاقة تربط بينهما. ويتذرع أصحاب هذا الاتجاه بهذا الرأي من خلال اعتماد نظريات التوازن في السوق القائمة على العرض والطلب، وأن موازنة تكاليف الأنشطة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية تتجم في العادة عن طريق السعي الحثيث لتقليل التكاليف الأخرى الجارية. ولأغراض هذه الدراسة، تبني الباحثان "نظرية أصحاب المصالح" Stakeholders Theory التي تشير إلى أنه كلما كانت إدارة العلاقات مع أصحاب المصالح أفضل كانت الشركة أكثر نجاحاً مع مرور الوقت (Barnett and Salomon, 2012). واستناداً إلى ما سبق، وتماشياً مع مشكلة الدراسة، وسعياً إلى تحقيق أهدافها والإجابة عن أسئلتها، تسعى هذه الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (المسؤولية تجاه الموظفين، والمسؤولية تجاه المنتجات والعملاء، والمسؤولية تجاه المجتمع المحلي) على العائد على الأصول للمصارف الأردنية.

3.3 التعريفات الإجرائية وقياس متغيرات الدراسة

قام الباحثان بإجراء مراجعة وتدقيق مفصل للتقارير السنوية للمصارف الأردنية لآخر ثماني سنوات مالية (2010-2017)، وذلك من أجل تحديد عناصر التكاليف المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها الأربعة، وهي المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، والمسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء، والمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي، والمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة. ولقد خلُصت هذه المراجعة إلى ما يلي:

1. كانت عناصر التكاليف المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين هي الأكثر إفصاحاً، إلا أن هناك تبايناً في البنود المالية المتعلقة بالعاملين بين المصارف.
 2. اقتصر الإفصاح بالنسبة لعناصر التكلفة المرتبطة بالمسؤولية تجاه المنتجات والعملاء على بند واحد فقط وهو "الدعاية والإعلان". أما بالنسبة لعناصر التكلفة الاجتماعية المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي فقد اقتصر الإفصاح على "التبرعات والإعانات".
 3. خلت التقارير المالية السنوية للمصارف الأردنية من أية إشارة إلى التكلفة الاجتماعية المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، ولذلك تم استثناءها من التحليل.
- وبناءً على ما تقدم، قام الباحثان بالاعتماد على بنود تكاليف المسؤولية الاجتماعية المشتركة التي ظهرت في جميع القوائم المالية للمصارف بشكل واضح وصريح. وقد تم استخدام العائد على الأصول وعائد السهم ومؤشر Tobin's Q لقياس الداء المالي. والجدول (1) يوضح التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة وكيفية قياسها.

الجدول (1)

التعريفات الإجرائية وكيفية وقياس متغيرات الدراسة

المتغير	التعريف الإجرائي	القياس
المسؤولية تجاه العاملين	مجموع النفقات المفصّل عنها في القوائم المالية الموجهة نحو العاملين (الضمان الاجتماعي، الادخار، النفقات الطبية، نفقات التدريب، السفر والتنقلات، الاتصالات، الأمن والحماية، نفقات العاملين الأخرى).	= مجموع نفقات العاملين / مجموع النفقات
المسؤولية تجاه المنتجات والعملاء	مجموع النفقات المفصّل عنها في القوائم المالية الموجهة نحو المنتجات والعملاء (الدعاية والإعلان).	= مجموع نفقات المنتجات والعملاء / مجموع النفقات

كذلك تبنت الدراسة الحالية المنهج الاستنتاجي (الاستنباطي) Deductive Approach، حيث أجرى الباحثان مراجعة شاملة للأدبيات حول المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، ثم قاما بصياغة فرضيات الدراسة. كما استخدمت الدراسة الحالية البحث الكمي الذي يعتمد على القياس الرقمي للظاهرة، مما يجعل عملية التعميم أبسط مقارنة بالبحث النوعي.

1.3 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع المصارف الأردنية (التجارية والإسلامية) المدرجة في بورصة عمان التي بلغ عددها (16) مصرفاً. وقد تم إجراء مسح شامل لجميع هذه المصارف التي يتكون منها مجتمع الدراسة. وقد استخدمت الدراسة البيانات الثانوية التي تم الحصول عليها من البيانات المالية (التقارير السنوية) للمصارف لمدة ثماني سنوات تغطي الفترة من 2010 إلى 2017.

2.3 تصميم البحث

الهدف من هذه الدراسة هو دراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للمصارف الأردنية المختارة على مدى فترة دراسية مدتها ثماني سنوات (2010-2017). وبالتالي، فإن التصميم الأفضل لهذه الدراسة هو تصميم السلاسل الزمنية المقطعية (Panel Design)، حيث إن هذا التصميم يتضمن التغيرات في جميع مفردات العينة خلال الفترة الزمنية التي تمت خلالها الملاحظة (Blaikie, 2010).

المسؤولية تجاه المجتمع المحلي	مجموع النفقات المفصح عنها في القوائم المالية والموجهة نحو المجتمع (التبرعات والإعانات)	= مجموع نفقات المجتمع المحلي / مجموع النفقات
الأداء المالي	العائد على الأصول (ROA)	= صافي الربح / مجموع الموجودات
	العائد على السهم (EPS)	= صافي الربح بعد الضريبة / عدد الأسهم المكتتب بها
	مؤشر Tobin's Q	= القيمة السوقية / القيمة الدفترية

4. تحليل البيانات

1.4 مؤشرات المسؤولية الاجتماعية

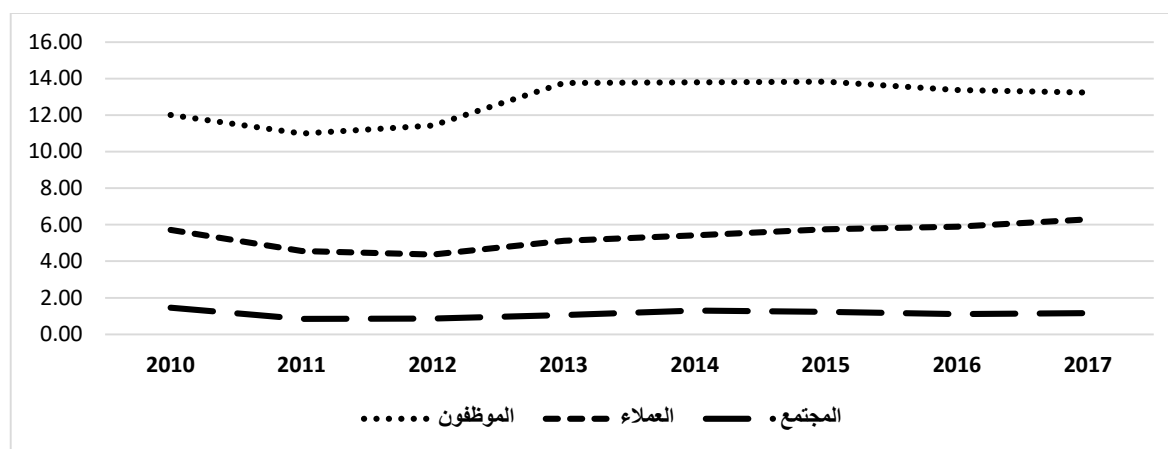
الأخيرة نسبة الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع بمتوسط 1.13% من مجموع النفقات الكلية. وهذا يشير إلى أن العاملين يمثلون الأولوية الأولى بالنسبة للمصارف الأردنية مقارنة بالمنتجات والعملاء، والمجتمع المحلي، على الرغم من أن الإنفاق على هذا البعد في بعض المصارف كان قليلاً نسبة إلى بقية الأبعاد، وهذا واضح من القيمة الدنيا لهذا البعد.

يشير الجدول (2) والشكل (1) إلى أن نسبة الإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين بلغت بالمتوسط 12.81%، تلتها نسبة الإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء بمتوسط 5.39%. وجاءت في المرتبة

الجدول (2)

الإحصاء الوصفي لأبعاد المسؤولية الاجتماعية

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	المتوسط	الانحراف	أقل قيمة	أكبر قيمة
تجاه العاملين	12.81%	4.68%	0.07%	27.62%
تجاه المنتجات والعملاء	5.39%	2.03%	1.85%	12.02%
تجاه المجتمع المحلي	1.13%	1.11%	0.05%	5.64%



الشكل (1)

الإنفاق على أبعاد المسؤولية الاجتماعية

خلال الحملات الترويجية (الإعلانات والجوائز المالية والهدايا ... إلخ) أداة أخرى لمواجهة المنافسة القوية في السوق.

2.4 مؤشرات الأداء المالي

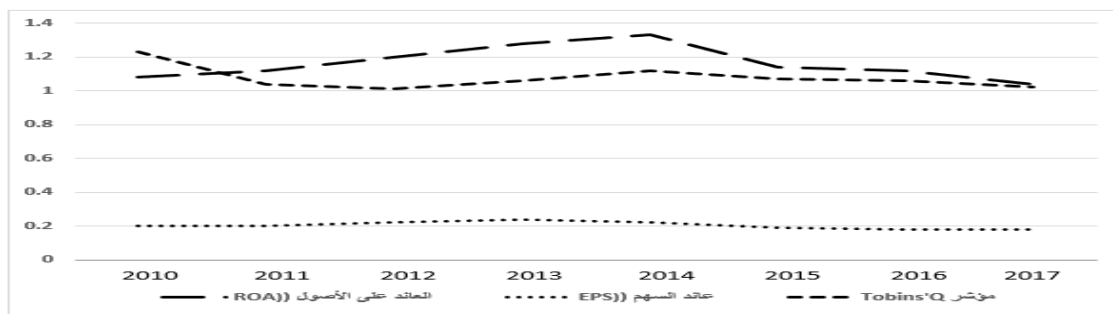
أما فيما يتعلق بمؤشرات الأداء المالي، فتشير النتائج في الجدول (3) والشكل (2) إلى أن متوسط نسبة العائد على الأصول بلغ 1.19%، وهذا يشير إلى أن جميع المصارف حققت في المتوسط أرباحاً على الرغم من أن بعضها قد حققت خسائر كما تشير الأرقام في التقارير المالية. وبلغ متوسط العائد على السهم (ربحية السهم) 0.20%، وهذا يشير إلى أن جميع المصارف قد حققت في المتوسط عائدات لكل سهم من أسهمها على الرغم من أن بعضها قد حققت خسائر كما تشير الأرقام في التقارير المالية. وأخيراً، بلغ متوسط مؤشر Tobin's Q 1.01%، وهذا يعني أن القيمة السوقية لأصول المصارف الأردنية جميعها كانت أعلى من القيمة الدفترية على الرغم من أن بعض المصارف قد حققت قيمة سوقية أقل من القيمة الدفترية، وهذا واضح من القيمة الدنيا التي تقل عن واحد (1).

كذلك تشير النتائج إلى أن هناك تذبذباً في نسبة الإنفاق على أنشطة المسؤولية الاجتماعية من قبل المصارف الأردنية. إلا أن الاتجاه العام للإنفاق على المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الثلاثة في ازدياد (الشكل 1). ويمكن أن يُعزى هذا الاتجاه التصاعدي في نشاطات المسؤولية الاجتماعية إلى عدة أسباب، منها أن الكثير من المصارف لمست نتائج مالية واجتماعية إيجابية نتيجة الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية، أو على الأقل تجنب العواقب السلبية لعدم القيام بذلك. كما أن سعي هذه المصارف للحصول على شهادات التميز والجودة العالمية والمحلية دفعها إلى زيادة الاهتمام بدورها الاجتماعي من أجل تحسين صورتها أمام أصحاب المصالح المختلفين. يضاف إلى ذلك أن المصارف تحاول الاستفادة من الإعفاءات الضريبية مقابل جهودها المتعلقة بزيادة إنفاقها على المجتمع المحلي. بالإضافة إلى أن المنافسة القوية السائدة في القطاع المصرفي أجبرت المصارف الأردنية على إعطاء المزيد من الاهتمام للكوادر البشرية لديها وتمكينها من امتلاك المهارات اللازمة للتعامل مع العملاء. كذلك فإن تميز المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء، والوصول إليهم وجذبهم من

الجدول (3)

الإحصاء الوصفي لمؤشرات الأداء المالي

المتوسط	الانحراف	أقل قيمة	أكبر قيمة
1.19%	0.37%	0.62%	1.68%
0.20%	0.11%	0.07%	0.36%
1.01%	0.26%	0.72%	1.43%
العائد على الأصول (ROA)			
العائد على السهم (EPS)			
مؤشر Tobin's Q			



الشكل (2)

مؤشرات الأداء المالي للمصارف

ومن النتائج نلاحظ أن المؤشرات الثلاثة للأداء المالي كانت تسير في اتجاه متزايد في البداية، ثم عاد هذا الاتجاه إلى الانخفاض في السنوات الأخيرة من فترة الدراسة (2010-2017). ويمكن أن يُعزى هذا الانخفاض في مؤشرات الربحية خلال تلك السنوات إلى عدة عوامل أهمها زيادة حدة المنافسة في القطاع المصرفي، الأمر الذي أثر على الحصة السوقية للمصارف المحلية وبالتالي على أدائها المالي، إلى جانب أن الظروف الاقتصادية الصعبة التي يمر بها الأردن في الوقت الحالي، من حيث ارتفاع تكاليف المعيشة ومعدلات الضريبة على الدخل، أثرت سلباً على مستويات الأرباح. كذلك فإن القطاع المصرفي في الأردن يتسم بالتحفظ، وعدم الإقبال الكبير على المخاطرة، الأمر الذي ينعكس على انخفاض معدلات العائد. هذا إضافة إلى مشاكل أخرى متمثلة بتفاقم الظروف الإقليمية المحيطة بالمملكة، حيث أدى إغلاق الحدود مع الدول المجاورة بسبب الحروب إلى انخفاض الحركة التجارية البينية والاعتمادات المستندية وإلى تراجع واضح لدور المصارف في نقل الأموال بين المستوردين والمصدرين. يضاف إلى ذلك تراجع حجم المساعدات المقدمة من دول الخليج العربي، وانخفاض الدخل السياحي والاستثمار المباشر في الأردن، وتراجع الصادرات الوطنية، وارتفاع مؤشر التضخم، مما قد يؤدي إلى تباطؤ ملحوظ في معدلات النمو الاقتصادي مقارنة بالمتوقع، وارتفاع مستوى البطالة، وتراجع أداء السوق المالي.

3.4 تقدير نموذج الدراسة

تمثل بيانات هذه الدراسة سلسلة زمنية مقطعية لستة عشر مصرفاً على مدار ثماني سنوات (2010-2017). وبناءً على ذلك، بلغ عدد المشاهدات الكلية لبيانات الدراسة 128 مشاهدة. وقد تم استخدام أساليب تقدير بيانات السلاسل الزمنية المقطعية (Panel Data)، حيث تم اختبار بيانات الدراسة لمعرفة ما إذا كانت بيانات تجميعية (Pooled) أو أنها بيانات سلسلة مقطعية (Panel)، وذلك باستخدام اختبار Breusch and Pagan Lagrangian Multiplier (LM). وتشير النتائج في الجدول (4) إلى أن البيانات تمثل بيانات سلسلة مقطعية (Panel) للنماذج الثلاثة، حيث كانت قيمة الدلالة أقل من 5% (p-value = 0.000).

تشير النتائج إلى أن متوسط قيمة العائد على الاستثمار للمصارف الأردنية يُشير بشكل عام إلى انخفاض ربحية هذه المصارف، وعدم كفاءتها في إدارة واستخدام أصولها من أجل توليد الأرباح، خصوصاً خلال السنوات الأخيرة. ومما يؤكد هذه النتيجة الاتجاه العام لمتوسط العائد على الأصول للمصارف الأردنية خلال سنوات الدراسة (2010-2017)، حيث نلاحظ من الشكل (2) أن متوسط العائد على الأصول ارتفع من 1.17% في عام 2010 ليصل إلى 1.30% في عام 2014، ثم عاود الانخفاض ليصل إلى 1.04% في عام 2017.

كذلك تشير النتائج إلى أن المصارف الأردنية حققت بالمتوسط 0.20% كعائد للسهم، الأمر الذي يعني أن هذه المصارف بشكل عام تعاني من عدم قدرتها على زيادة الطلب على منتجاتها وخدماتها، خصوصاً في السنوات الأخيرة. ومما يؤكد هذه النتيجة الاتجاه العام لمتوسط عائد السهم للمصارف الأردنية خلال سنوات الدراسة (2010-2017)، حيث نلاحظ من الشكل (2) أن متوسط عائد السهم ارتفع من 0.20% في عام 2010 ليصل إلى 0.21% في عام 2014 ثم عاد للانخفاض ليصل إلى 0.18% في عام 2017.

وأشارت نتائج الإحصاء الوصفي لمؤشرات الأداء المالي إلى أن متوسط مؤشر Tobin's Q بلغ 1.01، حيث يمثل هذا المؤشر النسبة بين القيمة السوقية والقيمة الدفترية. وتشير الأدبيات إلى أن نسبة مؤشر Tobin's Q التي تزيد على واحد (1) تعني أن القيمة السوقية للأصول أكثر مما يتم تسجيله دفترياً، وهذا يشير إلى أن القيمة السوقية تعكس بعض الأصول غير المقيدة أو غير المسجلة للشركة. هذا الأمر يشجع الشركة على زيادة الاستثمارات الرأسمالية لأنها "تساوي" أكثر من السعر الذي دفعته الشركة. وهذا يعني أن القيمة السوقية لأصول المصارف الأردنية جميعها كانت أعلى من القيمة الدفترية. وتشير النتائج أيضاً إلى عدم قدرة المصارف الأردنية على زيادة القيمة السوقية لاستثماراتها الرأسمالية. ومما يؤكد هذه النتيجة الاتجاه العام لمؤشر Tobin's Q للمصارف الأردنية خلال سنوات الدراسة (2010-2017). حيث نلاحظ من الشكل (2) أن مؤشر Tobin's Q قد انخفض من 1.23 في عام 2010 ليصل إلى 1.02 في عام 2017.

الجدول (4)

اختبار Breusch and Pagan

النموذج	المتغير التابع	كاي تربيع	الدالة
(1)	العائد على الأصول (ROA)	134.02	0.000
	الانحراف المعياري الكلي		
	الانحراف المعياري داخل المجموعات		
(2)	العائد على السهم (EPS)	235.98	0.000
	الانحراف المعياري الكلي		
	الانحراف المعياري داخل المجموعات		
(3)	مؤشر Tobin's Q	239.48	0.000
	الانحراف المعياري الكلي		
	الانحراف المعياري داخل المجموعات		

* المتغيرات المستقلة: المسؤولية تجاه الموظفين، والمسؤولية تجاه المنتجات والعملاء، والمسؤولية تجاهه المجتمع المحلي.

وفي حالة بيانات السلسلة المقطعية، فإن نماذج الانحدار التي يمكن استخدامها لاختبار نموذج الدراسة هي نموذج التأثير العشوائي (Random-effect Model) ونموذج التأثير الثابت (Fixed-effect Model). ولاختيار النموذج الأنسب، قام الباحثان

الجدول (5)

اختبار Hausman

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	الخطأ المعياري	كاي تربيع	الدالة	النموذج المفضل
العائد على الأصول (ROA)	المسؤولية تجاه العاملين	0.005	8.21	0.042	التأثير الثابت
	المسؤولية تجاه المنتجات والعملاء	0.005			
	المسؤولية تجاه المجتمع المحلي	0.029			
العائد على السهم (EPS)	المسؤولية تجاه العاملين	0.001	7.43	0.059	التأثير العشوائي
	المسؤولية تجاه المنتجات والعملاء	0.000			
	المسؤولية تجاه المجتمع المحلي	0.004			
مؤشر Tobin's Q	المسؤولية تجاه العاملين	0.001	20.81	0.000	التأثير الثابت
	المسؤولية تجاه المنتجات والعملاء	0.000			
	المسؤولية تجاه المجتمع المحلي	0.007			

مؤشر Tobin's Q، أما نموذج التأثير العشوائي فيكون هو المفضل عندما يكون عائد السهم هو المتغير التابع.

تشير النتائج إلى أن نموذج التأثير الثابت يكون هو النموذج المفضل عندما يكون المتغير التابع هو العائد على الأصول أو

4.4 الاختبارات التشخيصية

المتعدد. كذلك تشير النتائج إلى أن جميع قيم معامل تضخم التباين (VIF) كانت أقل من 10، وأن مستوى التباين المسموح (Tolerance) كان أكبر من 0.10 (Hair, Anderson, Tatham and Black, 1998)، وهذا يؤكد عدم وجود مشكلة الارتباط المتعدد.

تم إجراء عدد من الاختبارات الإحصائية من أجل التحقق من افتراضات تحليل الانحدار. فقد تم إجراء اختبار الارتباط المتعدد، حيث تشير النتائج في الجدول (6) إلى أن أكبر معامل ارتباط كان 0.5530، وهذا يدل على عدم وجود مشكلة الارتباط

الجدول (6)

اختبار الارتباط المتعدد

Tolerance	VIF	معاملات الارتباط			المسؤولية الاجتماعية
		تجاه المجتمع المحلي	تجاه المنتجات والعملاء	تجاه العاملين	
0.687	1.45			1	تجاه العاملين
0.694	1.44		1	0.5530	تجاه المنتجات والعملاء
0.983	1.02	1	0.0842	0.1283	تجاه المجتمع المحلي

أقل من 5%. وللتغلب على هذه المشكلة، تم استخدام القيم المعيارية للبيانات (Haniffa and Cooke, 2005). حيث يمكن تجنب الأثر السلبي لمشكلة التوزيع غير الطبيعي على النتائج.

كذلك تم إجراء عدد من الاختبارات للتوزيع الطبيعي للبيانات كما في الجدول (7)، حيث تشير النتائج إلى أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، حيث كانت قيمة الدلالة لجميع هذه الاختبارات

الجدول (7)

اختبار التوزيع الطبيعي

الدلالة	قيمة الاختبار	المشاهدات	
0.0119	0.0133	128	الالتواء
0.0388	0.9784	128	Shapiro-Wilk
0.0197	0.9750	128	Shapiro-Francia

سلباً على اختبارات الدلالة الإحصائية. ولمعالجة هذه المشكلة، يمكن استخدام أخطاء الانحراف المعياري المقاومة (المضادة) لاختلاف التباين (Robust) من أجل التعامل مع هذه المشكلة (Baltagi, 2005).

كذلك تم إجراء عدد من الاختبارات من أجل التأكد من عدم وجود اختلاف في التباين في أخطاء الانحدار، حيث تشير النتائج في الجدول (8) إلى أن قيمة الدلالة أقل من 5%، وهذا يشير إلى وجود مشكلة في البيانات تتمثل في اختلاف أو عدم تجانس التباين في أخطاء الانحدار، الأمر الذي يمكن أن يؤثر

الجدول (8)

اختبار اختلاف التباين

الاختبار	كاي تربيع	الدلالة
Breusch-Pagan/Cook-Weisbrg	26.39	0.000
White	53.40	0.000

نموذج التأثير الثابت (Fixed-effect Model) لاختبار نموذج الدراسة الأول ونموذج الدراسة الثالث، كما تم استخدام نموذج التأثير العشوائي (Random-effect Model) لاختبار نموذج الدراسة الثاني. وتشير الأرقام خارج الأقواس إلى قيم معاملات المتغيرات (β) والقيم بين الأقواس إلى مستوى الدلالة (p-value) لكل نموذج.

الجدول (9)

اختبار الارتباط الذاتي

الاختبار	الدلالة	القيمة
Wooldridge	0.0401	-
Durbin-Watson	-	0.955

أخيراً، تم إجراء عدد من الاختبارات من أجل التأكد من عدم وجود ارتباط ذاتي (أو تسلسلي)، بين قيم المتغير التابع في الفترات الزمنية المختلفة، حيث تشير النتائج في الجدول (9) إلى أن قيمة الدلالة لاختبار Wooldridge كانت أقل من 5%، كما أن قيمة Durbin-Watson كانت أقل من 2؛ الأمر الذي يعني وجود ارتباط ذاتي (تسلسلي) بين قيم المتغير التابع في الفترات الزمنية المختلفة. ولمعالجة هذه المشكلة، يمكن استخدام أخطاء الانحراف المعياري المقاومة (المضادة) لاختلاف التباين (Robust) من أجل التعامل مع هذه المشكلة (Baltagi, 2005).

5. اختبار نماذج الدراسة

يشير الجدول (10) إلى نتائج تحليل الانحدار باستخدام

الجدول (10)

نتائج تحليل الانحدار

المتغير التابع			
النموذج (3) Tobin's Q	النموذج (2) (EPS)	النموذج (1) (ROA)	المتغيرات المستقلة
التأثير الثابت	التأثير العشوائي	التأثير الثابت	
0.0948 (0.176)	0.2463*** (0.003)	0.7332*** (0.000)	تجاه العاملين
-0.0218 (0.675)	-0.0412 (0.514)	-0.4375*** (0.000)	تجاه المنتجات والعملاء
0.2098*** (0.007)	0.1896** (0.032)	0.2833** (0.030)	تجاه المجتمع المحلي
-2.90e-09	-2.58e-09	4.03e-09	الثابت
128	128	128	عدد المشاهدات
0.09	0.16	0.31	معامل التحديد (R^2)
3.62	16.24	15.94	اختبار F
0.015	0.001	0.000	الدلالة لاختبار F (P-value)

*** دالة عند مستوى 1%، ** دالة عند مستوى 5%، من إعداد الباحثين.

المجتمع المحلي ($\beta = 0.1896$; Sig. = 0.032). بمعنى أنه كلما زاد الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين زاد عائد السهم، كما أن زيادة أو تخفيض إنفاق المصرف على المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء ليس له تأثير على عائد السهم، وأخيراً كلما زاد الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي زاد عائد السهم. واستناداً إلى النتائج السابقة، فإن نموذج الدراسة المتعلق بعائد السهم (EPS) كمتغير تابع يكون على النحو التالي:

$$EPS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ESR_{i,t} + \beta_2 SSR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \dots(2)$$

3.5 النموذج (3): مؤشر Tobin's Q

تشير النتائج إلى أن هذا النموذج قد فسر ما نسبته 9% من التباين في مؤشر Tobin's Q، كما تشير النتائج إلى أن واحداً فقط من أبعاد المسؤولية الاجتماعية في هذا النموذج (تجاه المجتمع المحلي) كان له تأثير على المؤشر، في حين لم تؤثر أبعاد المسؤولية الاجتماعية الأخرى (تجاه العاملين، وتجاه المنتجات والعملاء) على مؤشر Tobin's Q. وقد أشارت النتائج إلى أن مؤشر Tobin's Q لا يتأثر بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين ($\beta = 0.0948$; Sig. = 0.176)، كما أنه لا يتأثر بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء ($\beta = -0.0218$; Sig. = 0.675)، وأخيراً يتأثر إيجاباً بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي ($\beta = 0.2098$; Sig. = 0.007)، بمعنى أنه بغض النظر عن زيادة أو تخفيض إنفاق المصرف على المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وتجاه المنتجات والعملاء، فإن مؤشر Tobin's Q لا يتأثر بهذا التغير، كما أنه كلما زاد الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي زاد مؤشر Tobin's Q. واستناداً إلى النتائج السابقة، فإن نموذج الدراسة المتعلق بمؤشر Tobin's Q كمتغير تابع يكون على النحو التالي:

$$Tobin's Q_{i,t} = \beta_0 + \beta_2 SSR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \dots(3)$$

1.5 النموذج (1): العائد على الأصول (ROA)

تشير النتائج إلى أن هذا النموذج قد فسر ما نسبته 31% من التباين في العائد على الأصول، كما أن جميع أبعاد المسؤولية الاجتماعية في هذا النموذج كان لها تأثير ذو دلالة إحصائية على العائد على الأصول. فقد أشارت النتائج إلى أن العائد على الأصول يتأثر إيجاباً ($\beta = 0.7332$; Sig. = 0.000) بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، ويتأثر سلباً ($\beta = -0.4375$; Sig. = 0.000) بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء، وأخيراً يتأثر إيجاباً ($\beta = 0.2833$; Sig. = 0.030) بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، بمعنى أنه كلما زاد الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين زاد العائد على الأصول، وكلما زاد إنفاق المصرف على المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء انخفض العائد على الأصول، وأخيراً كلما زاد الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي زاد العائد على الأصول. واستناداً إلى النتائج السابقة، فإن نموذج الدراسة المتعلق بالعائد على الأصول (ROA) كمتغير تابع يكون على النحو التالي:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ESR_{i,t} + \beta_2 SSR_{i,t} + \beta_3 PSR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \dots(1)$$

2.5 النموذج (2): عائد السهم (EPS)

تشير النتائج إلى أن هذا النموذج قد فسر ما نسبته 16% من التباين في عائد السهم، كما تشير النتائج إلى أن اثنين فقط من أبعاد المسؤولية الاجتماعية في هذا النموذج (تجاه العاملين، وتجاه المجتمع المحلي) كان لهما تأثير على عائد السهم، بينما لم تؤثر المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء على عائد السهم. وقد أشارت النتائج إلى أن عائد السهم يتأثر إيجاباً بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين ($\beta = 0.2463$; Sig. = 0.003)، ولا يتأثر بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء ($\beta = -0.0412$; Sig. = 0.514)، وأخيراً يتأثر إيجاباً بالمسؤولية الاجتماعية تجاه

الجدول (11) ملخص اختبار النماذج

المتغيرات (المسؤولية الاجتماعية)	الأثر الفعلي	النموذج
تجاه العاملين	إيجابي	(1) العائد على الأصول (ROA)
تجاه المنتجات والعملاء	سلبي	
تجاه المجتمع المحلي	إيجابي	
تجاه العاملين	إيجابي	(2) عائد السهم (EPS)
تجاه المنتجات والعملاء	لا يوجد	
تجاه المجتمع المحلي	إيجابي	
تجاه العاملين	لا يوجد	(3) مؤشر Tobin's Q
تجاه المنتجات والعملاء	لا يوجد	
تجاه المجتمع المحلي	إيجابي	

6. تفسير النتائج

1.6 المسؤولية تجاه العاملين وأثرها على الأداء المالي

نلاحظ من الجدول (12) أن المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين تؤثر بشكل إيجابي على مؤشرات الأداء المالي باستثناء مؤشر Tobin's Q، وبالتالي نستطيع القول بشكل عام إن المسؤولية تجاه العاملين تؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي للمصارف الأردنية. وهذا يعني أن المصارف الأردنية تولي العاملين لديها اهتماماً كبيراً؛ فهم يشكلون واحداً من الأصول ذات القيمة بالنسبة للمصرف، وذلك من خلال توفير بيئة عمل آمنة وداعمة من حيث ساعات عمل معقولة وتعويضات مناسبة (ضمان وادخار) وتأمين صحي، ومكافأة نهاية خدمة، وتدريب وتطوير، وغيرها من الاحتياجات الضرورية للعاملين التي تحقق لهم الرضا والاستقرار. هذه الممارسات سوف تساعد في تعزيز التزام العاملين وزيادة إنتاجيتهم وتحفيزهم على بذل المزيد من الجهود لتحقيق الأهداف التنظيمية الكلية للمصرف (Feng, Wang and Keruze, 2017). لذلك يمكن للمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين أن تفيد المصرف، ليس فقط في جذب الموظفين والاحتفاظ بهم، بل أيضاً في خلق القيمة للمصرف.

فالعاملون الذين يشعرون بالرضا والسعادة على الأغلب يحققون إنتاجية أعلى ويبدون سلوكيات مواطنة تنظيمية بشكل أكبر، تعتبر مهمة، خاصة للشركات التي يلعب فيها العاملون

نلاحظ من النتائج السابقة أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية تختلف في تأثيرها على الأداء المالي، وذلك باختلاف المؤشر المالي المستخدم، حيث أشارت النتائج إلى أن أبعاد المسؤولية الاجتماعية قد يكون لها تأثير إيجابي أو سلبي أو ليس لها تأثير على مؤشرات الأداء المالي المختلفة. وهذه النتيجة تتفق مع ما ذهبت إليه الدراسات السابقة التي قسمت تأثير المسؤولية الاجتماعية إلى ثلاث مجموعات هي التأثير الإيجابي والتأثير السلبي وعدم وجود تأثير. ويبين الجدول (12) الدراسات السابقة التي اتفقت أو اختلفت مع نتائج الدراسة الحالية.

ويمكن أن يُعزى هذا الاختلاف في النتائج إلى وجود مشكلة في قياس تكاليف أبعاد المسؤولية الاجتماعية، تنتج عن الاختلاف والتباين بين الشركات في طريقة الإفصاح عن تكاليف هذه الأنشطة التي تتحملها الشركات. فقد وجد الباحثان من خلال مراجعة القوائم المالية للمصارف الأردنية عدم التزام هذه المصارف بنمط موحد في الإفصاح عن تكاليف الأنشطة الاجتماعية؛ فبعض المصارف يفصح عنها بشكل مفصل، والبعض الآخر يشير إليها بشكل إجمالي، وبعضها الآخر لا يشير إلى التكاليف التي تتحملها المصارف لتنفيذ هذه الأنشطة. وسوف يحاول الباحثان تفسير هذه النتائج من خلال الفقرات التالية.

(et al., 2002). فالعاملون الذين يشعرون بالرضا سوف يقدمون خدمات أفضل للعملاء ويعالجون مشاكلهم، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى زيادة مستوى رضا العملاء وينعكس إيجاباً على أداء الشركة المالي.

دوراً هاماً في توليد الإيرادات المالية (Harter, Schmidt and Hayes, 2002). ويبدو هذا التأثير واضحاً بشكل أكبر في الشركات الخدمية، مثل المصارف، حيث يعتبر التفاعل بين العاملين والعملاء أداة قوية لزيادة فاعلية الخدمة المقدمة (Pugh)

الجدول (12)
أبعاد المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي

المسؤولية تجاه المجتمع المحلي			المسؤولية تجاه المنتجات والعملاء			المسؤولية تجاه العاملين			الدراسات
TQ	EPS	ROA	TQ	EPS	ROA	TQ	EPS	ROA	
إيجابي	إيجابي	إيجابي	لا تأثير	لا تأثير	سلبي	لا تأثير	إيجابي	إيجابي	الدراسة الحالية (2019)
سلبي	----	لا تأثير	لا تأثير	----	لا تأثير	لا تأثير	----	سلبي	Abdul Wahab et al. (2019)
سلبي	لا تأثير	سلبي	سلبي	سلبي	سلبي	إيجابي	لا تأثير	لا تأثير	Cherian et al. (2019)
إيجابي	----	إيجابي	سلبي	----	لا تأثير	لا تأثير	----	لا تأثير	Cho, Chung & Young (2019)
----	----	إيجابي	----	----	إيجابي	----	----	إيجابي	Demetriades & Auret (2018)
سلبي	إيجابي	إيجابي	سلبي	إيجابي	إيجابي	سلبي	إيجابي	إيجابي	Minghui (2018)
----	إيجابي	لا تأثير	----	سلبي	لا تأثير	----	لا تأثير	لا تأثير	Moslemany & Etab (2017)
----	إيجابي	----	----	إيجابي	----	----	إيجابي	----	Al-Smadi and Almsafir (2016)
إيجابي	إيجابي	----	----	----	----	----	إيجابي	----	Jiang, Fu & Liu (2016)
----	لا تأثير	إيجابي	----	لا تأثير	إيجابي	----	لا تأثير	إيجابي	Basharat and Al-Issa (2016)
----	----	إيجابي	لا تأثير	سلبي	لا تأثير	سلبي	----	سلبي	Jitaree (2015)
----	لا تأثير	إيجابي	----	سلبي	سلبي	----	لا تأثير	سلبي	Usman & Amran (2015)
----	----	لا تأثير	----	----	لا تأثير	----	----	لا تأثير	Ben Azzouz and Bensassi (2015)
----	سلبي	إيجابي	----	سلبي	إيجابي	----	إيجابي	سلبي	Pan et al. (2014)
----	لا تأثير	لا تأثير	----	إيجابي	إيجابي	----	لا تأثير	لا تأثير	Omer et al. (2014)
سلبي	إيجابي	إيجابي	إيجابي	سلبي	إيجابي	إيجابي	إيجابي	إيجابي	Muhamad & Noordin (2010)
----	----	إيجابي	----	----	سلبي	----	----	لا تأثير	Lim (2005)

المسؤولية الاجتماعية الموجهة للمنتجات والعملاء من الأنشطة التي تساهم في جهود المصرف الهادفة إلى تعزيز الصورة الذهنية للمصرف في عيون العملاء. لذلك، يمكن لأي شخص أن يتوقع أن تؤدي أنشطة المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء إلى تحقيق أداء مالي أفضل للمصرف. ومع ذلك، فإن مدى

2.6 المسؤولية تجاه المنتجات والعملاء وأثرها على الأداء المالي

نلاحظ من الجدول (12) أن المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء لا تؤثر على مؤشرات الأداء المالي، باستثناء تأثير سلبي بسيط على العائد على الأصول. وتعتبر أنشطة

الموجهة للمجتمع المحلي. هذا إضافة إلى أن هذه الأنشطة تعمل على تحسين الصورة الذهنية للمصارف في أذهان العملاء، الأمر الذي يمكن أن يحسن من فرصتها في جذب المزيد من العملاء وزيادة حجم مبيعاتها، وبالتالي تحسين مستوى العوائد الاقتصادية التي تحققها. وهذه النتيجة تتسجم مع نتائج غالبية الدراسات السابقة التي أشارت إلى العلاقة الإيجابية بين المسؤولية تجاه المجتمع المحلي والأداء المالي.

7. التوصيات والدراسات المستقبلية 1.7 التوصيات

أظهرت نتائج الدراسة الأهمية الكبيرة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمصارف الأردنية. لذلك يجب على المصارف الاهتمام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية لما لها من دور بارز في تحسين الأداء المالي. واعتماداً على نتائج الدراسة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. التأكيد على ضرورة المزيد من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للمصارف تجاه العاملين، حيث أظهرت النتائج التأثير الإيجابي لهذا البعد على الأداء المالي للمصارف الأردنية. وهذا يعني أنه يجب على المصارف الأردنية أن تولي العاملين لديها اهتماماً متزايداً، وذلك من خلال توفير بيئة عمل آمنة وداعمة من حيث ساعات عمل معقولة وتعويضات مناسبة (ضمان وادخار) وتأمين صحي، ومكافأة نهاية خدمة، وتدريب وتطوير، وغيرها من الاحتياجات الضرورية للعاملين التي تحقق لهم الرضا والاستقرار.

2. يجب على المصارف عدم المغالاة في الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء، حيث أظهرت النتائج التأثير السلبي لهذا البعد على الأداء المالي للمصارف. ونظراً لأن الخدمات المصرفية يصعب تمييزها (نمطية) عن خدمات المنافسين، فإن مزودي هذه الخدمات (المصارف) لا يستفيدون من المنافع العديدة التي توفرها أنشطة المسؤولية الاجتماعية الموجهة للمنتجات والعملاء، بل يمكن أن تؤدي المبالغة في الاستثمار في هذه الأنشطة في الشركات الخدمية إلى حدوث تأثير سلبي على الأداء المالي في هذه الشركات.

تأثير هذه الأنشطة على الأداء المالي يختلف باختلاف الصناعة. فالصناعات التي تقدم منتجات يصعب تمييزها عن منتجات المنافسين لا تستفيد من أنشطة المسؤولية الموجهة للمنتجات والعملاء في تحسين أدائها المالي، على الرغم من أن هذه الأنشطة تستهدف تحسين الصورة الذهنية للمنتج لدى العملاء، حيث إن تأثير هذه الأنشطة يعتمد بشكل كبير على فرص تمييز الشركة لمنتجاتها عن منتجات المنافسين. ونظراً لأن الخدمات المصرفية يصعب تمييزها (نمطية)، فإن مزودي هذه الخدمات (المصارف) لا تستفيد من المنافع العديدة التي توفرها أنشطة المسؤولية الموجهة للمنتجات والعملاء، بل يمكن أن تؤدي المبالغة في الاستثمار في هذه الأنشطة في الشركات الخدمية إلى حدوث تأثير سلبي على الأداء المالي في هذه الشركات. بالتالي نستطيع القول إن أنشطة المسؤولية الاجتماعية الموجهة للمنتجات والعملاء يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي في القطاعات الصناعية والسلع الاستهلاكية وليس في القطاعات الخدمية التي لا تتأثر بهذه الأنشطة أو حتى يمكن أن يكون التأثير فيها سلبياً (Feng et al., 2017). وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الحالية التي أشارت إلى أن تأثير المسؤولية الاجتماعية تجاه المنتجات والعملاء على الأداء المالي للمصارف في النماذج الثلاثة، بغض النظر عما إذا كان هذا الأثر ذا دلالة إحصائية أم لا، كان سلبياً، وهذا واضح من خلال الإشارة السالبة لمعاملات هذا المتغير في النماذج الثلاثة. وهذا يؤكد حقيقة مفادها أن زيادة الإنفاق على الأنشطة المتعلقة بالمنتجات والعملاء تنعكس سلباً على الأداء المالي للمصرف.

3.6 المسؤولية تجاه المجتمع المحلي وأثرها على الأداء المالي

نلاحظ من الجدول (12) أن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع تؤثر بشكل إيجابي على جميع مؤشرات الأداء المالي، وهذا يعني أن المصارف الأردنية تحقق عوائد اقتصادية من خلال الاستثمار في الأنشطة الخاصة بمساهمتها في تنمية المجتمع المحلي من حيث تقديم المساعدات، والدعم المالي لمنظمات المجتمع المحلي من أجل تطوير الخدمات الصحية والتعليمية، والثقافية، وتطوير البنية التحتية للمجتمع المحلي، الأمر الذي يُمكنها من الاستفادة من تجنب الضرائب الحكومية من خلال الإعفاءات الضريبية للمبالغ المنفقة على الأنشطة

2.7 اتجاهات الدراسات المستقبلية

اشتملت الدراسة الحالية على جميع المصارف الأردنية، وبالتالي يمكن إجراء دراسة مقارنة بين المصارف التجارية والمصارف الإسلامية لمعرفة أوجه الشبه والاختلاف بينها، ومدى التزامها بأداء مسؤوليتها الاجتماعية. وقد أجريت هذه الدراسة في القطاع المصرفي الأردني، وبالتالي لا بد من إعادة إجراء هذه الدراسة على قطاعات خدمية أخرى وقطاعات صناعية أيضاً. كذلك يمكن إجراء دراسة مقارنة بين القطاعات الاقتصادية المختلفة، سواءً الخدمة منها أو الصناعية، لمعرفة الاختلافات بينها من حيث تأثير المسؤولية الاجتماعية على أدائها المالي. وقد اختبرت هذه الدراسة أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي كمتغير تابع، وبالتالي يمكن دراسة متغيرات تابعة أخرى مثل الصورة الذهنية للشركة، والاحتفاظ بالعملاء، والاحتفاظ بالموظفين... إلخ. كما اختبرت الدراسة الحالية تأثير المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي، ولم تتطرق إلى دور المتغيرات المعدلة لهذه العلاقة، وبالتالي يمكن دراسة أثر المتغيرات المعدلة، مثل عمر الشركة، وحجم الشركة، وأرباح الشركة وغيرها (Abu Farha and Alkhalaileh, 2016). أخيراً، استخدمت الدراسة الحالية ثلاثة مؤشرات فقط لقياس الأداء المالي للمصارف التجارية والإسلامية الأردنية، وهي العائد على الأصول، وعائد السهم، ومؤشر Tobin's Q، وبالتالي يمكن استخدام مؤشرات مالية أخرى، مثل العائد على الاستثمار، والعائد على حقوق المساهمين وغيرهما.

3. يجب على المصارف الاهتمام بأنشطة المسؤولية الاجتماعية الموجهة للمجتمع المحلي، حيث أظهرت النتائج التأثير الإيجابي لهذا البعد على الأداء المالي للمصارف؛ إذ تلعب المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي دوراً هاماً في تحسين الصورة الذهنية للمصارف، الأمر الذي يمكن أن يحسن من فرصتها في جذب المزيد من العملاء وزيادة حجم مبيعاتها، وبالتالي تحسين مستوى العوائد الاقتصادية التي تحققها.

4. إن إلزام المصارف بتقديم إفصاحات مالية مفصلة عن جميع أنشطة المسؤولية الاجتماعية يساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي. ولا بد أيضاً من قيام المصارف بإبراز دورها المتعلق بأنشطة المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، حيث خلت التقارير المالية السنوية من أية معلومات تتعلق بالأنشطة البيئية للمصارف.

5. يجب توحيد عناصر التكاليف المتعلقة بالإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية السنوية ما أمكن. كذلك لا بد من زيادة وعي الشركات، باختلاف أنواعها وأحجامها، بشأن المسؤولية الاجتماعية ومتطلبات دعمها لتشجيعها في تبني مسؤولياتها الاجتماعية.

6. أخيراً، يجب على الجهات المسؤولة القيام بتطوير وتوفير قواعد بيانات تحتوي على مؤشرات قياس أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات في جميع القطاعات المختلفة مثل قاعدة بيانات Kinder, Lydenberg, Domini (KLD) & Co. data.

المراجع

المراجع العربية باللغة الإنجليزية والأجنبية

- Abdul Wahab, N., Yusoff, H. and Ahmad, N. 2019. Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Corporate Performance for Malaysian Plantation and Consumer Product Sectors. *The Journal of Social Sciences Research*, (SPI 1): 59-68.
- Abu Farha, Enas and Alkhalaileh, Mahmoud. 2016. The Relationship between Corporate Social Responsibility's Disclosure and Financial Performance: An Empirical

- Study of Jordanian Companies Listed in Amman Stock Exchange. *Jordan Journal of Business Administration*, 12 (2): 401-415.
- Al-Smadi, A.W. and Almsafir, M.K. 2016. The Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Jordanian Local Banks: Panel Data Approach. *Journal of Advanced Social Research*, 6 (1): 01-19.

- Association of Banks in Jordan. 2011. *The Social Responsibility of Banks Operating in Jordan during the Years 2010 and 2011*. 2 (2): 1-24.
- Baltagi, Badi H. 2005. *Econometric Analysis of Panel Data*. 3rd Edition, John Wiley & Sons, Ltd., The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8SQ, England.
- Barnett, M. L. and Salomon. R.M. 2012. Does It Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 33: 1304-1320.
- Basharat, Raed and Al-Issa, Yassin. 2016. *The Level of Public Shareholding Companies' Social Responsibility Disclosure and Its Impact on the Market Return of Their Shares Listed in the Amman Stock Exchange*. Unpublished PhD Thesis, International Islamic Sciences University, Jordan.
- Bauman, C.W. and Skitka, L.J. 2012. Corporate Social Responsibility As a Source of Employee Satisfaction. *Research in Organizational Behavior*, 32: 63-86.
- Ben Azzouz, Iman and Bensassi, Elias. 2015. The Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: A Study of a Sample of Algerian Economic Firms during the Period 2009-2013. *Journal of the Performance of Algerian Enterprises*, 4 (7): 87-102.
- Blaikie, Norman. 2010. Designing Social Research: The Logic of Anticipation Policy. *Social Science*.
- Carroll, A.B. 1999. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38 (3): 268-295.
- Central Bank of Jordan. 2017. *Annual Report*. Available at: <http://www.cbj.gov.jo/Pages/viewpage.aspx?pageID=68>
- Changrok, S., Hannah, J.K. and Taehee, W. 2014. Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation in South Korea: Lessons from American and British CSR Policies. *Journal of International and Area Studies*, 21(2): 99-118.
- Cherian, J., Umar, M., Anh Thu, P., Nguyen-Trang, T., Sial, M. S. and Khuong, Nguyen Vinh. 2019. Does Corporate Social Responsibility Affect the Financial Performance of the Manufacturing Sector? Evidence from an Emerging Economy. *Sustainability*, 11 (4): 1182.
- Cho, S.J., Chung, C.Y. and Young, J. 2019. Study on the Relationship between CSR and Financial Performance. *Sustainability* (Switzerland), 11 (2): 1-26.
- Demetriades, K. and Auret, C.J. 2018. Corporate Social Responsibility and Firm Performance in South Africa. *South African Journal of Business Management*, 45 (1): 1-12.
- Fellague, Mohammed and Sweis, Rateb. 2020. Contribution of Applying Social Responsibility Practices to Reinforcing Corporate Reputation: A Field Study on a Sample of Clients of Telecommunication Companies Operating in Algeria. *Jordan Journal of Business Administration*, 16 (1): 69-92.
- Feng, M., Wang, X. and Kreuze, J.G. 2017. Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Comparison Analyses across Industries and CSR Categories. *American Journal of Business*, 32 (3-4): 106-133.
- Friedman, M. 1970. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine*, (September 13).
- Georgeta, V. and Florinita, D. 2013. Study on CEO Duality and Corporate Governance of Companies Listed in Bucharest Stock Exchange. *Revista Română de Statistică*, 1 (2): 88-93.
- Gitman, L. and Zutter, C. 2015. *Principles of Managerial Finance*. Global Edition, 13th Edition, Pearson, Inc.
- Grant, Thornton. 2008. Corporate Social Responsibility: A Necessity Not a Choice. *International Business Report*, 1-18.
- GreenBiz. 2013. *Survey Reveals a Surge in Corporate Sustainability Reporting Sustainable Business*. Available at: <http://www.greenbiz.com/blog/2013/12/11/survey-reveals-surgecorporate-sustainability-reporting> (Accessed 1st of September 2019).
- Gregor, S., Cecilia B., Marta P., Christoph H., Konstantinos

- G. and Minna L. 2019. Why Social Sustainability Counts: The Impact of Corporate Social Sustainability Culture on Financial Success. *Sustainable Production and Consumption*, 17: 1-10.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. and Black, W. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Haniffa, R.M. and Cooke, T.E. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24 (5): 391-430.
- Harter, J.K., Schmidt, F.L. and Hayes, T.L. 2002. Business-Unit-level Relationship between Employee Satisfaction, Employee Engagement and Business Outcomes: A Meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87 (2): 268-279.
- Heli, W., Jaepil, C. and Jiatao L. 2008. Too Little or Too Much? Untangling the Relationship between Corporate Philanthropy and Firm Financial Performance. *Organization Science*, 19 (1): 143-159.
- Hirigoyen, G. and Poulain, R. 2015. Relationships between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: What Is the Causality? *Journal of Business & Management*, 4 (1): 18-43.
- Holmes, Sandra. 1977. Corporate Social Performance: Past and Present Areas of Commitment. *Academy of Management Journal*, 20 (3): 433-438.
- Jiang, S., Fu, Q. and Liu, X. 2016. Research on the Impact of CSR on Firm Performance: An Empirical Analysis Based on Food and Beverage Industry in China. *Advanced Journal of Food Science and Technology*, 10 (7): 548-551.
- Jitaree, W. 2015. *Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance: Evidence from Thailand*. Unpublished PhD Thesis. University of Wollongong.
- Kwang-Ho K., Min-Chung, K. and Cuili, Q. 2018. Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Competitive-action Perspective. *Journal of Management*, 44 (3): 1097-1118.
- Lim, C. 2005. *Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance*. Unpublished PhD Thesis. Walden University.
- Linthicum, C. Reitenga, A.L. and Sanchez, J.M. 2010. Social Responsibility and Corporate Reputation: The Case of the Arthur Andersen Enron Audit Failure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 29: 160-176.
- Mandl, I. and Dorr, A. 2007. *CSR and Competitiveness European SMEs' Good Practice Consolidated European Report*. Austrian Institute for SME Research, Vienna.
- Mc Williams and Siegel. 2001. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Review*, 26 (1): 117-127.
- Meher, A. and Farah, R. 2007. Impact of Corporate Social Responsibility on Firm's Financial Performance. *South Asian Journal of Management Sciences*, 1 (1): 16-24.
- Minghui, Yang. 2018. *The Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Performance in Emerging Economies: Evidence from Pharmaceutical Chinese Firms*. Unpublished PhD Thesis.
- Mingming, F., Xiaodan, W. and Jerry, G.K. 2017. Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Comparison Analyses across Industries and CSR Categories. *American Journal of Business*, 32 (4): 106-133.
- Moslemany, R. and Etab, M. 2017. The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosures on Financial Performance in the Banking Industry: Empirical Study on Egyptian Banking Sector. *International Journal of Business and Economic Development*, 5 (1): 20-35.
- Muhamad, R. and Noordin, K. 2010. *Corporate Social Responsibility, Corporate Financial Performance and Institutional Ownership: Evidence from Malaysia*.
- Obafemi, R., Oluwabunmi, A. and Collins S. 2018. Investment in Corporate Social Responsibility, Disclosure Practices and Financial Performance of Banks in Nigeria. *Future Business Journal*, 4: 195-205.
- Omar, Bilal Fayiz, Al Shaar, Eshaq Mahmmoed and Zalloum, Nidal Omar. 2014. The Effect of Social Responsibility Accounting Disclosure on the Financial Performance of Jordanian Industrial Companies. *Dirasat: Administrative*

- Sciences*, 41 (2): 240-258.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. and Rynes, S. 2003. Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Meta-analysis Organization Studies, 24 (3): 403- 441.
- Pan, X., Sha, J., Zhang, H. and Ke, W. 2014. Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Mineral Industry: Evidence from Chinese Mineral Firms. *Sustainability* (Switzerland), 6 (7): 4077-4101.
- Pang, S. and Yuan, J. 2019. Research on the Impact of Corporate Social Responsibility and Reputation on Financial Performance Based on Listed Company Data. *Journal of Social Sciences*, 7: 160-169.
- Peters, R. and Mullen, M. R. 2009. Some Evidence of the Cumulative Effects of Corporate Social Responsibility on Financial Performance. *Journal of Global Business Issues*, 3 (1): 1-14.
- Pugh, S.D., Dietz, J., Wiley, J.W. and Brooks, S.M. 2002. Driving Service Effectiveness through Employee-Customer Linkages. *Academy of Management Executive*, 16 (4): 73-84.
- Roman, M., Ronald Hayibor, Safe and Angle, R. Barbly. 2006. The Relationship between Social and Financial Performance. *Business and Social Studies*, 38 (1): 109-125.
- Shafat, Maqbool and Nasir, Zameer. 2018. Corporate Social Responsibility and Financial Performance: An Empirical Analysis of Indian Banks. *Future Business Journal*, 14: 84-93.
- Siegel, D.S. and Vitaliano, D.F. 2007. An Empirical Analysis of the Strategic Use of Corporate Social Responsibility. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16: 773-792.
- Simpson, W.G. and Kohers, T. 2002. The Link between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry. *Journal of Business Ethics*, 35: 97-109.
- Supriti, Mish and Damodar, Suar. 2010. Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies? *Journal of Business Ethics*, 95 (4): 571-601.
- Tanveer, A., Babar Z.B. and Waleed, K.M. 2018. The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm's Financial Performance. *Information Management and Business Review*, 10 (2): 30-37.
- Tianjiao, Z. and Xiang, X. 2019. The Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Constraints: Does the Life Cycle Stage of a Firm Matter? *International Review of Economics & Finance*, 63: 76-93.
- Tobin, J. and Brainard, W.C. 1977. *Asset Markets and the Cost of Capital*. Cowles Foundation Discussion Papers 427, Cowles Foundation for Research in Economics, Yale University.
- Tuodolo, F. 2009. Corporate Social Responsibility: Between Civil Society and the Oil Industry in the Developing World. *An International E-journal for Critical Geographies*, 8 (3): 530-541.
- Usman, A.B. and Amran, N.A.B. 2015. Corporate Social Responsibility Practice and Corporate Financial Performance: Evidence from Nigeria Companies. *Social Responsibility Journal*, 11 (4): 749-763.
- Yigit, B.S. and Mukhtar, A.S. 2017. The Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: Evidence from the Banking Industry in Emerging Economies. *Journal of Business Studies*, 9 (1): 22-31.