

عنوان البحث

معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية
دراسة استطلاعية على المصارف العاملة بمدينة مسلاته

أ.د. خالد البشير محمد¹، أ. عبد الحميد علي محمد²

¹ كلية الاقتصاد جامعة صبراتة، ليبيا. بريد الكتروني: Khaled.ahmed@sabu.edu.ly

² باحث دكتوراه كلية الاقتصاد جامعة الزاوية، ليبيا. بريد الكتروني: abdos83ali@gmail.com

HNSJ, 2025, 6(2); <https://doi.org/10.53796/hnsj62/22>

المعرف العلمي العربي للأبحاث: arsrri.org/10000/62/22

تاريخ النشر: 2025/02/01م

تاريخ القبول: 2025/01/15م

تاريخ الاستقبال: 2025/01/07م

المستخلص

هدفت الدراسة إلى تحليل معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية. من أجل تحقيق هذا الهدف، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تصميم استمارة استبيان وزعت على عينة عشوائية تتمثل في 220 مفردة من المصارف التجارية في المنطقة. وتم استرداد 203 استمارة، أي بمعدل استرجاع بلغ 92%. ومن خلال التحليل الإحصائي للبيانات، ظهرت مجموعة من النتائج التي كان من أهمها؛ أن هناك معوقات كبيرة ناتجة عن عدم إدراك متخذي القرار لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وضعف الأنظمة والتشريعات الملزمة للإفصاح، وارتفاع تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. تعود هذه المعوقات إلى عدم وجود رؤية واضحة لدى الإدارة، ضعف التشريعات، وعدم كفاية الموارد المالية الحالية. كما خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات، والتي كان من أهمها؛ تعزيز الوعي والتدريب لمتخذي القرار بأهمية المسؤولية الاجتماعية، تطوير تشريعات واضحة وملزمة، وتقديم حوافز مالية لتشجيع المصارف على تحمل تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الإفصاح، المصارف التجارية، التشريعات، التكاليف.

المقدمة

في عصر تتزايد فيه الاهتمامات بالمسؤولية الاجتماعية والشفافية، أصبحت المؤسسات المالية، بما في ذلك المصارف، مطالبةً بمزيد من الإفصاح عن أنشطتها وجهودها في مجال المسؤولية الاجتماعية. يُعتبر الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية عنصراً حيوياً لتعزيز ثقة الجمهور وأصحاب المصلحة، بالإضافة إلى تحسين صورة المصرف وتعزيز علاقته بالمجتمع ومع تزايد الطلب على الشفافية والمساءلة، تواجه المصارف العديد من المعوقات في عملية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. هذه المعوقات قد تكون تنظيمية، تقنية، أو متعلقة بالموارد البشرية، وكلها تشكل تحديات تحتاج إلى دراسة وتحليل للتغلب عليها، تهدف هذه الدراسة إلى استعراض وتحليل معوقات الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف بمدينة مسلاته، وإبراز تأثير هذه المعوقات على جودة المعلومات المالية المقدمة. كما تسعى إلى تقديم توصيات عملية لتحسين مستوى الإفصاح وتعزيز الشفافية في هذا المجال، وذلك من خلال تحليل البيانات وجمع المعلومات من المصارف المعنية، من خلال فهم المعوقات وتقديم حلول مبتكرة، تأمل هذه الدراسة أن تسهم في تحسين ممارسات الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي تعزيز الثقة بين المصارف والمجتمع الذي تخدمه.

الدراسات السابقة

يشمل هذا الجزء استعراض ومراجعة الدراسات العلمية السابقة المتعلقة بموضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف:

دراسة فاطمة (2020) هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية في ليبيا، ومعرفة المصارف الرائدة في ذلك، واستخدم أسلوب تحليل المحتوى، وبينت النتائج إن المصارف التجارية في ليبيا تفصح عن المسؤولية الاجتماعية في ثلاث مجالات (العاملين، المساهمات العامة، والعملاء)، إلا إن حجم الإفصاح كان ضعيفاً ومتفاوتاً من مجال لآخر، ومن مصرف لآخر، كما أوضحت النتائج إن مصرف التجارة والتنمية هو الرائد في مجال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، أوصت الدراسة بضرورة إصدار التشريعات وسن القوانين لإلزام المصارف الليبية بالإفصاح عن أدائها الاجتماعي، بالإضافة إلى توعيتها بأهمية الإفصاح عن الأداء الاجتماعي عن طريق إقامة المؤتمرات والندوات العلمية.

دراسة المكي (2020) هدفت إلى تحليل معوقات الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في الشركة الأهلية للإسمنت محل الدراسة. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة. تم تصميم استمارة استبانة وتوزيعها على 70 فرداً من عينة الدراسة. بلغت نسبة الردود 85.7% (60 استمارة مستردة من إجمالي 70 موزعة). أظهرت الدراسة أن هناك معوقات كبيرة ناتجة عن عدم إدراك متخذي القرار لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. كما أوضحت النتائج أن مستوى المعوقات الناتجة عن ضعف التشريعات والقوانين الملزمة للإفصاح كان مرتفعاً. وأظهرت النتائج أيضاً أن تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تعتبر عائقاً رئيسياً بسبب نقص الموارد المالية وعدم استعداد الإدارة لتحمل تكاليف إضافية. وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات والمقترحات، والتي كان من أهمها ضرورة الإفصاح عن الأداء الاجتماعي للشركة ضمن تقاريرها المالية السنوية، وفرض عقوبات على الشركات التي تمتنع عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

دراسة الجعفري (2019): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التزام المصارف بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، في المصارف التجارية العامة في ليبيا، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. من أجل تحقيق أهداف الدراسة، قام الباحث بتصميم استمارة استبانة وتوزيعها على عينة من المصارف التجارية العامة. وقد أظهرت الدراسة أن جميع المصارف التجارية محل الدراسة قد أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في أماكن متفرقة من تقاريرها السنوية وبمستويات متفاوتة. التوصيات: تعزيز التدريب على أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وتطوير نظم معلومات محاسبية تدعم عملية الإفصاح دراسة حسين (2020): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في المصارف العاملة في ليبيا، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. قام الباحث بتوزيع استمارة استبانة على عينة من المصارف العاملة. وقد أظهرت الدراسة ضعف مستوى الإدراك لدى المصارف العاملة في ليبيا بالمسؤولية الاجتماعية، وأن هناك تفاوت في الاهتمام والتطبيق بين مجالات المسؤولية الاجتماعية. التوصيات: زيادة الاهتمام بتطبيق معايير المسؤولية الاجتماعية وتقديم برامج تدريبية لتعزيز الفهم والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

دراسة ناصر (2021): هدفت هذه الدراسة إلى تقييم تحديات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف المصرية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. قام الباحث بتوزيع استمارة استبانة على عينة من المصارف المصرية. وأظهرت الدراسة أن التحديات الرئيسية تشمل نقص التدريب، والتكاليف العالية، والقيود التنظيمية. التوصيات: تحسين برامج التدريب للموظفين وتطوير نظم تقنية تدعم الإفصاح المحاسبي وتعزيز الشفافية التنظيمية.

دراسة العدوان (2020): هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير المعوقات التنظيمية على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الأردنية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. قام الباحث بتوزيع استمارة استبانة على عينة من المصارف الأردنية. وأظهرت الدراسة أن المعوقات التنظيمية تؤثر بشكل كبير على مستوى الإفصاح، مع وجود نقص في الدعم الحكومي للتشريعات المتعلقة بالإفصاح. واصلت بالعمل على تحسين التشريعات المتعلقة بالإفصاح وتقديم حوافز للمصارف التي تلتزم بالمعايير الدولية للإفصاح.

دراسة الزهراني (2019): هدفت هذه الدراسة إلى تحديد معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الخليجية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. قام الباحث بتوزيع استمارة استبانة على عينة من المصارف الخليجية. أبرزت الدراسة أن التحديات تشمل نقص الوعي، والتكلفة العالية، ونقص البنية التحتية التقنية.

مشكلة الدراسة

في ظل التزايد المستمر للاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، أصبح الإفصاح عن هذه الممارسات أمراً ضرورياً لتعزيز الشفافية والمصداقية في المؤسسات المالية، بما في ذلك المصارف. ومع ذلك، يواجه القطاع المصرفي العديد من التحديات التي تعوق عملية الإفصاح الفعال عن المسؤولية الاجتماعية. وعلى الرغم من الجهود المبذولة لتعزيز الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، إلا أن هناك فجوة كبيرة بين ما يتم الإعلان عنه وما يتم تحقيقه فعلياً. تعود هذه الفجوة إلى مجموعة من المعوقات التي تتطلب دراسة معمقة لفهم تأثيرها على جودة وشفافية الإفصاح المحاسبي عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية. في هذا المجال، تسلط الدراسات السابقة الضوء على وجود هذه المعوقات وأثرها. على سبيل المثال، دراسة الجعفري (2019) هدفت إلى التعرف على مدى التزام المصارف بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية العامة في ليبيا. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتصميم استمارة

استبانة وتوزيعها على عينة من المصارف التجارية العامة. أظهرت النتائج أن جميع المصارف التجارية التي شملتها الدراسة أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في أماكن متفرقة من تقاريرها السنوية وبمستويات متفاوتة. بناءً على هذه النتائج، أوصت الدراسة بتعزيز التدريب على أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وتطوير نظم معلومات محاسبية تدعم عملية الإفصاح.

بالإضافة إلى ذلك، دراسة بلق (2018) هدفت إلى التعرف على واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية في ليبيا. استخدم الباحث أيضًا المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتوزيع استبانة على عينة من المصارف التجارية. بينت النتائج أن المصارف التجارية في ليبيا تفصح عن المسؤولية الاجتماعية في ثلاث مجالات رئيسية (العاملين، المساهمات العامة، والعملاء)، إلا أن حجم الإفصاح كان ضعيفًا ومتفاوتًا. وأوصت الدراسة بتحسين نظم الإفصاح المحاسبي وزيادة الشفافية وتعزيز الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية بين العاملين في المصارف.

وبناءً على ما سبق، تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

"ما مدى وجود معوقات تحول دون إفصاح المصارف التجارية عن المسؤولية الاجتماعية؟"

ولإجابة على هذا التساؤل الرئيسي؛ فإن الباحث يطرح التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما مدى إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية؟
2. ما مدى وجود قوانين تشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية؟
- 3- ما مدى قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية؟

أهداف الدراسة

يهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على أبرز المعوقات التي تحول دون إفصاح المصارف التجارية عن المسؤولية الاجتماعية، ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

معرفة آثار عدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية: تدرس هذه النقطة مدى تأثير عدم الوعي والإدراك لمفهوم المسؤولية الاجتماعية على عملية الإفصاح.

تحديد آثار غياب القوانين والتشريعات التي تسمح وتلزم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركة الأهلية للإسمنت المساهمة: يتم تحليل مدى تأثير غياب الإطار القانوني والتنظيمي على مستوى الإفصاح في الشركات.

معرفة آثار رفض المصارف التجارية تحمل تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية: يتم التحقيق في مدى تأثير تكاليف الإفصاح على قرار المصارف التجارية بالالتزام بهذا الإفصاح.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية: تمثل هذه الدراسة إضافة قيمة للأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح المحاسبي. تساهم هذه الدراسة في تعزيز الفهم الأكاديمي للمعوقات التي تعترض الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف، مما يدعم تطوير نظريات وممارسات جديدة في هذا المجال.

الأهمية التطبيقية: تساعد هذه الدراسة المصارف على تحسين خدماتها وزيادة كفاءتها من خلال تعزيز الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. من خلال تحديد وفهم المعوقات التي تواجه الإفصاح، يمكن للمصارف تنفيذ استراتيجيات فعالة لتحسين جودة الإفصاح وزيادة الشفافية.

فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي لمشكلة الدراسة؛ فإن الدراسة تعتمد على الفرضيات الآتية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم وجود وقوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

منهجية الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، تم اتباع المنهج الاستقرائي والمنهج الوصفي التحليلي نظراً لطبيعة موضوع الدراسة:

المنهج الاستقرائي: تم استخدام هذا المنهج من خلال تتبع أدبيات الموضوع في الكتب والمراجع والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع لتغطية الجانب النظري من الدراسة.

المنهج الوصفي التحليلي: تم استخدام صحيفة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، بغرض إجراء البحث والتحليل والمعالجة لإثبات صحة فرضيات الدراسة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحقيق دقة وسرعة في النتائج.

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تهدف الدراسة إلى تحليل وتحديد معوقات الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف بمدينة مسلاتة، وتقديم توصيات لتحسين مستوى الإفصاح.

الحدود الزمنية: تغطي الدراسة الفترة الزمنية لعام 2024، حيث يتم جمع وتحليل البيانات خلال هذه الفترة.

الحدود البشرية: يشمل مجتمع الدراسة جميع المصارف العاملة في مدينة مسلاتة. سيتم جمع البيانات من العاملين في هذه المصارف، بما في ذلك المدراء التنفيذيين، المحاسبين، ومدراء تكنولوجيا المعلومات.

الحدود المكانية أو الجغرافية: تركز الدراسة على المصارف العاملة داخل حدود مدينة مسلاتة، مما يسمح بإجراء تحليل معمق ومحدد للسياق المحلي.

الإطار النظري للدراسة:

يعتبر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف موضوعاً حديثاً نسبياً لكنه أصبح من الضروريات لتحسين الثقة وتعزيز الشفافية في القطاع المالي. يُعرف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بأنه الكشف العلني عن الأنشطة والممارسات التي تقوم بها المؤسسة لخدمة المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة. يشمل هذا الإفصاح مجموعة من المجالات مثل:

الأداء البيئي: الإجراءات المتخذة للحد من الأثر البيئي للنشاط المصرفي.

الأداء الاجتماعي: المبادرات المتعلقة بالرعاية الصحية، التعليم، التنمية المجتمعية، وحقوق الإنسان.

الأداء الاقتصادي: الشفافية في العمليات المالية، حماية حقوق المستهلك، والمساهمة في النمو الاقتصادي.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية

التطور التاريخي لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية:

بدأت المرحلة الثالثة من توجهات التغيير في المحاسبة في مراعاة مصالح جميع أفراد المجتمع. منذ سبعينيات القرن العشرين، بدأ البعد البيئي والاجتماعي لنشاط المشروع يكتسب اهتماماً متزايداً نتيجة زيادة حجم المشروعات وتأثيراتها البيئية والاجتماعية على المستويات المحلية والقومية والدولية. هذا الاهتمام أدى إلى ظهور نظرية جديدة، هي نظرية المشروع، التي تركز على تقويم الأداء الاجتماعي للمشروع بالإضافة إلى الأداء الاقتصادي بهدف تحقيق عوائد مرضية للمساهمين والمستثمرين (حنان، 2003).

أدى الاهتمام المتزايد من مجموعات مختلفة كأصحاب المشاريع والعاملين والمستثمرين والجهات الحكومية وجماعات الضغط في المجتمع بالمسؤولية الاجتماعية للمشاريع إلى تغيير النظرة التقليدية في تقييم المشاريع. أصبح أداء المشروع الاجتماعي جزءاً من المعايير المستخدمة في تقويمه بجانب المعايير الاقتصادية المعروفة، مما زاد من الحاجة إلى تسجيل الأحداث الاقتصادية المتعلقة بالأداء الاجتماعي (القاضي وحمدان، 2001).

المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تعتبر أحد أحدث مراحل التطور المحاسبي، وقد نشأت نتيجة للزيادة المطرد في حجم وقدرات الوحدات المحاسبية، خصوصاً الشركات المساهمة، والتي لها تأثيرات مالية واجتماعية واسعة النطاق. هذا التطور أدى إلى توسيع نطاق المحاسبة ليشمل القرارات المتعلقة بالنواحي الاجتماعية ونتائجها، مما يوجه انتباه إدارات المنظمات إلى المشكلات الاجتماعية بالإضافة إلى العمليات الاقتصادية التقليدية (جربوع، 2001؛ سلامة، 1999).

أسباب زيادة الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية للشركات

تتبع أهمية المحاسبة الاجتماعية من ضرورة إظهار نتائج أعمال أي نشاط لفترة زمنية معينة وإظهار المركز المالي لذلك النشاط في نهاية تلك الفترة الزمنية، حيث تعد هذه من أهم متطلبات إعداد البيانات الحسابية الختامية (المجمع العربي للمحاسبين القانونيين والأمم المتحدة، 1999).

أدى تزايد الحديث عن برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى زيادة الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالفقر، وانخفاض مستوى معيشة بعض الفئات، والبطالة، وهي أمور كانت تقليدياً من مسؤوليات الحكومات. ومع تنامي الاهتمام بالتنمية الاجتماعية وأهمية إقامة شراكات بين الحكومة والقطاعين العام والخاص والمجتمع المدني، أدركت الشركات أن تدهور مستوى التنمية الاجتماعية يؤدي إلى هروب رأس المال ويؤثر سلباً على الاستثمار المحلي والأجنبي، مما زاد من الاهتمام بهذا المفهوم (المغربل وفؤاد، 2008).

هناك العديد من العوامل التي زادت الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية، منها:

1. الأثر السلبي للصناعات الحديثة ودورها في القضاء على ثروات طبيعية وتلويث البيئة والإضرار بالصحة العامة.
2. الضغوط التي تواجهها المشروعات الاقتصادية للمشاركة في معالجة مشكلات البيئة وتحمل تكاليف إزالة الآثار السلبية.
3. عدم قدرة الحكومات على حل مشكلات البيئة التي لوثتها شركات الأعمال.
4. مطالبة منظمات المجتمع المدني بتحقيق العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان، وتنفيذ برامج تنمية الموارد البشرية.
5. التغيرات القيمية في المجتمعات الإنسانية والدعوة إلى إيجاد توازن بين مصالح المنشآت ومصالح المجتمع بفئاته المتعددة (مطر والسيوطي، 2008).

تعريف المسؤولية الاجتماعية:

العديد من التعريفات التي قدمها الباحثون لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية منها: أنها نظام محاسبي يختص في عملية قياس الصفقات أو العمليات التي تحدث فيما بين المنشأة والبيئة الاجتماعية من حولها، ومن ثم الإفصاح عن الآثار التي تترتب عليها لجميع الأطراف ذات العلاقة، وأن الهدف الرئيس لها يتمثل في قياس التكاليف والفوائد الاجتماعية لمنشآت الأعمال والإفصاح عنها، كما عرفها آخرون بأنها: فرع من فروع المحاسبة يهدف إلى تحديد نتيجة الأعمال والمركز المالي للمنشأة من مدخل اجتماعي باعتبارها عضواً فاعلاً في المجتمع، ترتبط بالفئات الأخرى فيه، ضمن علاقة تعاقدية مستمدة من قواعد العقد الاجتماعي الذي يجمع بين مصالح تلك الفئات

ويعرف نظام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بأنه نظام يهدف لتوفير البيانات والمعلومات المحاسبية الخاصة بالنشاط الاجتماعي للوحدة الاقتصادية، ويتضمن مجموعة من الإجراءات والأنشطة ذات العلاقة بجوانب المسؤولية الاجتماعية للوحدة وفرض الرقابة عليها (يحيى وآخرون، 2002: 197)

اهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية :

يمكن التعبير عن أهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية في الآتي (الفضل وآخرون، 2002) و(سلامة، 1999) و(يحيى وآخرون، 2002)

- 1- تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية الفترية للمنشأة التي لا تشمل على عناصر التكاليف والمنافع الخاصة والداخلية للمنشأة فقط بل أيضاً العناصر الخارجية والتي لها تأثير على جميع قطاعات المجتمع.
- 2- المساعدة في تحديد ما إذا كانت إستراتيجيه المنشأة والأنشطة التي لها تأثير مباشر على الموارد، ومراكز الأفراد، وقطاعات المجتمع، تتماشى مع الأولويات الاجتماعية من ناحية والطموح المقبول للأفراد من ناحية ثانية.
- 3- توفير بيانات ملائمة عن أهداف وسياسات وبرامج وأداء ومساهمة المنشأة في مجال الأهداف الاجتماعية، لكل أطراف المجتمع ويقصد هنا بالبيانات الملائمة تلك التي تقدم لأغراض المحاسبة وتسهل للمجتمع عملية اتخاذ القرارات فيما يتعلق بالاختيار الاجتماعي وتوزيع الموارد الاجتماعية.
- 4- توصيل المعلومات الاجتماعية ونتائج القياس المحاسبي إلى الطوائف الاجتماعية المستفيدة، من خلال قوائم اجتماعية تستحدث لهذا الغرض
- 5- إمكانية تقييم الأداء الاجتماعي للإدارة بالصورة التي تتكامل مع تقييم الأداء الاقتصادي (التقليدي)، تقييم للأداء الشامل للمنظمة.
- 6- مساعدة إدارة الوحدة الاقتصادية في وضع البرامج الاجتماعية وتحديد مساهمتها اللازمة في ضوء الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.
- 7- مساعدة الأجهزة التخطيطية في تحديد أولوية البرامج والأنشطة الاجتماعية التي يجب أن تحظى باهتمام أكبر من الدولة والوحدات الاقتصادية من خلال ما يوفره النظام من بيانات ومعلومات تؤثر نقاط القوة والضعف في مستوى المساهمات الاجتماعية للوحدات الاقتصادية.

أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

يعزز الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ثقة الجمهور وأصحاب المصلحة في المصرف، ويعزز السمعة المؤسسية. يعتبر أداة لتوجيه السياسات الداخلية نحو الاستدامة وتحقيق أهداف التنمية المستدامة. تعزيز الشفافية والمصداقية: من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة عن الأنشطة الاجتماعية. بناء الثقة مع المجتمع: الإفصاح يعزز الثقة مع المجتمع، ويسهم في تحقيق التفاهم المتبادل. تحسين السمعة المؤسسية: المؤسسات التي تفصح عن مسؤولياتها الاجتماعية تُعتبر مؤسسات مسؤولة ومهنية، مما يعزز سمعتها في السوق.

معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية

تُعرف المعوقات بأنها جميع العوائق المالية والإدارية والفنية والاجتماعية التي تعيق المدير عن تحقيق أهداف برامجه الإدارية. تعرف معوقات الإفصاح الاجتماعي إجرائياً بأنها الأسباب أو العوامل التي قد تعرقل أو تقلل من قدرة الشركات المساهمة العامة أو المنشآت بشكل عام على الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية (أبو سمرة، 2009).

ويمكن تقسيم العوامل المؤثرة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين (أبو سمرة، 2009):

1. العوامل الداخلية:

- تتمثل في الثقافة السائدة داخل الشركة وكيفية التعامل مع المسؤولية الاجتماعية والتكاليف الاجتماعية والبيئية.
- تشمل إدراك إدارة الشركة لمسؤوليتها الاجتماعية وواجباتها تجاه المستثمرين والدائنين والموارد البشرية والمستهلكين والمجتمع المحلي.

2. العوامل الخارجية:

- تتعلق بالبيئة والظروف التي تعمل فيها الشركة مثل التشريعات والقوانين السارية وأجهزة الرقابة داخل المجتمع.
- تشمل الدور الذي قد تلعبه الحكومة في تشجيع المحاسبة والإفصاح عن المعلومات ذات الدلالات الاجتماعية.

الدراسة العملية

تناول هذا الجانب الدراسة استعرضت الإجراءات المتبعة في تنفيذ البحث الميداني لمعرفة معوقات الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في الشركة الأهلية للإسمنت. وشملت أدوات جمع البيانات، طرق إعدادها، الأساليب الإحصائية المستخدمة، بالإضافة إلى مصداقية وثبات أداة الدراسة والمجتمع والعينة المدروسة.

مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة: يتألف مجتمع الدراسة من جميع المصارف التجارية العاملة في مدينة مسلاتة.

عينة الدراسة: سيتم اختيار عينة عشوائية من المصارف التجارية العاملة في مدينة مسلاتة لتمثيل مجتمع الدراسة.

أداة الدراسة

بعد الاطلاع على الإطار النظري ومراجعة العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قام الباحث بتطوير استمارة استبيان تتألف من أربع محاور رئيسية:

المحور الأول: يتناول المعلومات الجغرافية حول أفراد العينة، والتي تشمل المؤهل العلمي، والتخصص الأكاديمي، وعدد سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي، وعدد الدورات والندوات العلمية المتعلقة بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

المحور الثاني: معوقات عدم إدراك متخذي القرار لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ويتضمن (10) أسئلة.

المحور الثالث: معوقات ناتجة عن القوانين والتشريعات الملزمة للإفصاح عن الأداء الاجتماعي ويتضمن (10) أسئلة.

المحور الرابع: معوقات تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ويتضمن (10) أسئلة.

يبلغ إجمالي الاستبيان (30) فقرة، بالإضافة إلى البيانات الشخصية. تم إعطاء جميع الأسئلة أوزاناً متدرجة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، حيث تم تصنيف الإجابات كالتالي:

(غير موافق بشدة = 1، غير موافق = 2، محايد = 3، موافق = 4، موافق بشدة = 5).

الجدول رقم (1) تصنيف الإجابات					
الإجابة	غير موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	موافق بشدة
الترميز	1	2	3	4	5

صدق الأداء

صدق المحكمين: الصدق هو شرط ضروري وحيوي لتطوير الاختبارات والمقاييس. فهو يشير إلى مدى دقة الفقرات في قياس ما تهدف إليه الدراسة. واحدة من أفضل الطرق لقياس الصدق هي الصدق الظاهري، والذي يتم عن طريق عرض الاستبيان على خبراء لتقييم صلاحيته. وقد تحقق الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين، وأخذ ملاحظاتهم بعين الاعتبار.

صدق الاتساق البنائي لمحاوَر الدراسة

جدول (2) معامل الارتباط بين محاور الدراسة وإجمالي الاستبيان				
ت المحور	عدد الاسئلة	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية	
1	10	0.916	0.000	معوقات عدم إدراك متخذ القرار لمفهوم المسؤولية الاجتماعية
2	10	0.965	0.000	معوقات القوانين والتشريعات الملزمة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية
3	10	0.842	0.000	معوقات ناتجة عن تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية

أوضحت النتائج الواردة في الجدول (2) أن قيمة معامل الارتباط بين إجمالي الاستبيان ومحور "معوقات ناتجة عن عدم إدراك متخذي القرار لمفهوم المسؤولية الاجتماعية" بلغت 0.916، مما يشير إلى وجود علاقة قوية بين هذا المحور وإجمالي الاستبيان. كما بينت النتائج أن قيمة معامل الارتباط بين إجمالي الاستبيان ومحور "معوقات ناتجة عن القوانين والتشريعات الملزمة للإفصاح عن الأداء الاجتماعي" بلغت 0.965، مما يعكس تأثيراً كبيراً لهذه المعوقات على مستوى الإفصاح.

وبالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أن معامل الارتباط بين إجمالي الاستبيان ومحور "معوقات تكاليف الإفصاح عن

المسؤولية الاجتماعية " بلغ 0.842، مما يشير إلى وجود علاقة ملحوظة بين التكاليف والإفصاح. جميع قيم الدلالة الإحصائية كانت أقل من 0.05، مما يدل على دلالتها الإحصائية العالية عند مستوى معنوية 0.05.

هذه النتائج تؤكد على وجود معوقات متعددة تواجه المصارف التجارية في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وتشير إلى أن عدم إدراك متخذي القرار، والأنظمة والتشريعات، والتكاليف المترتبة جميعها تلعب دوراً مهماً في التأثير على جودة وشفافية الإفصاح المحاسبي.

ثبات الأداة:

الثبات هو مقياس رئيسي لمدى اتساق نتائج المقياس عند تطبيقه في أوقات مختلفة على نفس الأفراد. لتحقيق هذا الثبات، يتم استخدام معامل ألفا كرونباخ كأداة تقييم قيمة، حيث يعتمد على اتساق أداء الأفراد من فقرة إلى أخرى. في الأغلب، تعتبر قيمة معامل ألفا مقبولة إذا كانت تعادل 0.6 أو أكثر، وأقل من ذلك تكون غير مرضية.

الجدول رقم (3) معامل ألفا كرونباخ للثبات		
ت	المحور	عدد الفقرات
1	معوقات عدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية.	10
2	معوقات عدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	10
3	معوقات عدم قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	10
	إجمالي الاستبيان	0.972

أظهرت النتائج في الجدول رقم (3) لحساب الثبات باستخدام استمارات الاستبيان أن معامل ألفا لكرونباخ لمحور "معوقات عدم إدراك متخذي القرار لأهمية المسؤولية الاجتماعية" كان 0.956، مما يدل على مستوى عالٍ من الثبات الداخلي لهذا المحور بالنسبة لمحور "معوقات عدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"، بلغ معامل ألفا لكرونباخ 0.965، مما يشير إلى اتساق النتائج ضمن هذا المحور وأخيراً، لمحور "معوقات عدم قبول إدارة المصارف لتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"، كان معامل ألفا 0.930، مما يعكس اتساقاً جيداً.

بالنظر إلى إجمالي الاستبيان، كان معامل الثبات الكلي 0.972، مما يعتبر مؤشراً ممتازاً على الاتساق الداخلي للأداة ككل. هذه القيم تشير إلى أن الأداة تتمتع بثبات عالٍ ويمكن الاعتماد عليها في البحث، مما يعزز مصداقية وموثوقية البيانات المستخلصة من الاستبيان.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بالمصارف التجارية في مدينة مسلاته. بينما كانت عينة الدراسة مجموعة من العاملين بالمصارف التجارية بمدينة مسلاته، ويتضمن مدرء المصارف ومدراء الإدارات، ورؤساء الأقسام، والمحاسبين الماليين، ومراجعي الحسابات. يبلغ العدد الإجمالي لهؤلاء الأفراد 220 فرداً.

من أجل الحصول على بيانات دقيقة وشاملة، اعتمد الباحث علي توزيع 220 استمارة استبيان على هؤلاء الأفراد. من بين الاستمارات الموزعة، تم استرداد 203 استمارة صالحة للتحليل، مما يشير إلى نسبة استجابة بلغت 94.29%.

يعكس هذا العدد الكبير من الاستمارات المستردة والصالحة للتحليل، مستوى عالٍ من المشاركة والاستجابة من قبل أفراد

مجتمع الدراسة، مما يعزز من مصداقية وموثوقية النتائج التي ستستخلص من هذه البيانات.

الجدول رقم (4) يوضح تفاصيل توزيع وعدد الاستثمارات المستردة:			
عدد الأفراد	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المستردة	نسبة الاستجابة
220	220	203	%94.29

بهذا التوزيع والنسبة العالية من الاستجابة، يمكن الاعتماد على هذه العينة لتمثيل مجتمع الدراسة بشكل دقيق، مما يتيح تقديم نتائج وتوصيات موثوقة ومبنية على أسس علمية قوية.

عرض وتحليل بيانات الدراسة:

1- الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية

جدول (5) توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي						
المؤهل العلمي	تعليم متوسط	شهادة جامعية	ماجستير	دكتوراه	أخرى	المجموع
العدد	33	155	5	0	10	203
النسبة	%16.26	%76.35	%2.46	%0	%4.92	100%

يُظهر الجدول رقم (5) نظرة شاملة على الخلفيات الأكاديمية للأفراد المشاركين في الدراسة. تُظهر البيانات أن غالبية المشاركين يحملون شهادة جامعية بنسبة %76.35، مما يعكس تركيزاً عالياً على الكفاءات الأكاديمية المتوسطة في المؤسسة. هؤلاء الأفراد يشكلون النسبة الأكبر من المجتمع المدروس، مما يشير إلى أن الشركة قد تركز على توظيف الأفراد ذوي التأهيل المتوسط العالي للعمل في المجالات المالية والإدارية.

النسبة الأقل تشمل المشاركين الذين يحملون شهادات ماجستير بنسبة %2.46، ولا يوجد أي من المشاركين يحمل شهادة دكتوراه. هذا يدل على وجود بعض الكفاءات الأكاديمية العالية التي قد تكون مسؤولة عن التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرارات المهمة. بالإضافة إلى ذلك، هناك نسبة %4.92 من المشاركين يحملون مؤهلات تعليمية أخرى، مما يعكس تنوعاً في الخلفيات الأكاديمية.

هذا التنوع يعزز من احتمالية وجود وجهات نظر متعددة وقيمة تحليلية متعمقة عند مناقشة وتحليل معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

عدد سنوات الخبرة

مدة الخبرة	15 سنة فأكثر	10 سنوات الي 15 سنة	5 سنوات الي 10	أقل من 5 سنوات	المجموع
العدد	104	53	32	12	203
النسبة	%51.23	%26.11	%15.76	%6.69	%100

يُظهر الجدول رقم (6) توزيع المشاركين في الدراسة حسب سنوات الخبرة في المصارف. يمكن ملاحظة أن المشاركين الذين تزيد خبرتهم في المصارف عن 15 سنة يمثلون النسبة الأكبر، حيث بلغت نسبتهم %51.23. يليهم المشاركون الذين تتراوح خبرتهم بين 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة، بنسبة %26.11. أما المشاركون الذين تتراوح خبرتهم بين 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، فقد بلغت نسبتهم %15.76. في حين كانت أقل نسبة للمشاركين هي لمن لديهم خبرة أقل من 5 سنوات، وبلغت نسبتهم %6.69. هذا التوزيع يعكس تواجدهم مجموعة متنوعة من الخبرات داخل المؤسسة، مما يشير إلى إمكانية الاستفادة من خبرات طويلة الأمد بجانب الخبرات المتوسطة والمبتدئة..

المسمى الوظيفي

العمر	مدير عام	مدير إدارة	رئيس قسم	محاسب	مراجع	المجموع
العدد	7	44	86	45	21	203
النسبة	%3.44	%21.67	%42.36	%22.16	%10.03	%100

يُظهر الجدول رقم (7) المسميات الوظيفية للمشاركين في الدراسة. يُظهر الجدول أن نسبة %42.36 من المشاركين يعملون كمحاسبين، مما يعكس تركيزًا كبيرًا على الأعمال المحاسبية داخل المؤسسة. يليهم رؤساء الأقسام بنسبة %21.67، مما يشير إلى وجود عدد لا بأس به من الأفراد في مناصب إدارية متوسطة. أما مراجعو الحسابات فيمثلون نسبة %22.16، مما يدل على الأهمية المخصصة لمراجعة الحسابات داخل المؤسسة. مدراء الإدارات يشكلون نسبة %10.03، بينما تبلغ نسبة المدراء العامين %3.44. توزيع هذه المسميات الوظيفية يعكس هيكلية الشركة ويؤكد على أهمية الأدوار المحاسبية والمالية في إدارة شؤون الشركة، بالإضافة إلى الأدوار الإدارية التي تساهم في تطوير السياسات والاستراتيجيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية..

الدورات التدريبية

الدورات	لا يوجد دورات	2 دورات فأكثر	3 دورات فأكثر	5 دورات فأكثر	أكثر من ذلك	المجموع
العدد	101	50	40	10	2	203
النسبة	%49.75	%24.6	%19.7	%4.9	%1	%100

يُظهر الجدول رقم (8) الدورات التدريبية التي حضرها المشاركون في الدراسة. تُظهر البيانات أن النسبة الأكبر من المشاركين لم يحضروا أي دورات تدريبية، حيث بلغت نسبتهم 49.75%. هذا قد يشير إلى وجود فجوة في التدريب والتطوير المستمر للعاملين فيما يتعلق بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وإجراءات الإفصاح عنها.

من جهة أخرى، نجد أن 24.6% من المشاركين حضروا دورتين تدريبيتين، و19.7% حضروا ثلاث دورات تدريبية فأكثر، مما يعكس أن هناك بعض الجهود المبذولة في التدريب. بينما نسبة 4.9% من المشاركين حضروا خمس دورات أو أكثر، و1% فقط حضروا أكثر من ذلك.

هذا التوزيع يعزز من أهمية تقديم برامج تدريبية منتظمة ومستمرة لتعزيز الفهم والمعرفة بممارسات المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في الشركة، مما يمكن أن يسهم في تحسين جودة وشفافية الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية

2- تحليل البيانات الخاصة بالفرضية الأولى:

المحور الأول: عدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية.

جدول (9) المحور الاول عدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية					
الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	نسبته	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %
1	متخذي القرار في المصارف التجارية يدركون جيداً أهمية المسؤولية الاجتماعية.	3.15	63%	1.154	36.635
2	المسؤولية الاجتماعية تحتل أولوية في قرارات إدارة المصارف	3.04	60%	1.173	38.586
3	3 يتم تقييم تأثير الأنشطة الاجتماعية على الأداء المالي للمصرف.	3.22	64%	1.031	32.019
4	إدراك المسؤولية الاجتماعية يؤثر على استراتيجيات المصرف.	3.20	64%	0.934	29.188
5	يتفهم متخذي القرار الفوائد الاقتصادية الناتجة عن الأنشطة الاجتماعية.	3.07	61%	1.254	40.847
6	يتم تخصيص موارد كافية للأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.	3.37	67%	1.123	33.323
7	يتم تدريب متخذي القرار على أهمية المسؤولية الاجتماعية وأثرها.	3.54	71%	1.130	31.921
8	8 المسؤولية الاجتماعية جزء لا يتجزأ من رؤية المصرف.	3.25	65%	1.133	32.096
9	9 يتم تشجيع الموظفين على المشاركة في الأنشطة الاجتماعية.	3.74	75%	1.145	30.152
10	يخصص المصرف وقتاً لمراجعة وتقييم الأنشطة الاجتماعية بانتظام.	3.50	70%	1.122	30.025
	الإجمالي	3.31	66%	1.11	34.26

نلاحظ من الجدول رقم (9) أن المتوسط الحسابي العام لمحور عدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية هو (3.31) بنسبة (66%)، مع انحراف معياري (1.11) ومعامل اختلاف (34.26%). يشير هذا إلى وجود توافق نسبي بين المبحوثين حول أهمية المسؤولية الاجتماعية.

أعلى متوسط حسابي كان للفقرة التي تشير إلى تشجيع الموظفين على المشاركة في الأنشطة الاجتماعية بمتوسط (3.74)

ونسبة (75%)، في حين أن أدنى متوسط كان للفقرة التي تذكر أن المسؤولية الاجتماعية تحتل أولوية في قرارات إدارة المصارف بمتوسط (3.04) ونسبة (60%).

عمومًا، تعكس النتائج إدراكًا جيدًا لأهمية المسؤولية الاجتماعية، ولكن هناك تفاوت في مدى هذا الإدراك بين مختلف الجوانب المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية. هناك حاجة لتعزيز الوعي وتوفير المزيد من التدريب لضمان تفهم أعمق وشامل لأهمية هذه المسؤولية في عمليات المصارف.

ب. المحور الثاني: - عدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	نسبته	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %
1	هناك تشريعات واضحة تلزم المصارف بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	30.11	62%	1.120	36.013
2	المصارف التجارية تلتزم بالقوانين المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.	3.26	65%	1.201	36.840
3	التشريعات الحالية كافية لضمان الشفافية في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	3.11	62%	1.140	36.656
4	هناك مراقبة فعالة للتأكد من التزام المصارف بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	3.11	62%	1.016	32.669
5	العقوبات عن عدم الالتزام بالتشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية كافية لردع المخالفات.	3.07	61%	1.162	37.850
6	هناك تحديث منظم للتشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.	3.17	63%	1.122	35.394
7	تتعاون المصارف مع الهيئات الرقابية لضمان الالتزام بالتشريعات.	3.06	61%	1.013	33.105
8	التشريعات تعزز الشفافية والمصادقية في أنشطة المصارف.	3.07	61%	0.990	32.245
9	يتم تدريب موظفي المصارف على التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.	3.58	72%	0.860	24.002
10	التشريعات تسهم في تعزيز ثقة المجتمع بالمصارف التجارية.	3.81	76%	0.802	21.049
	الإجمالي	3.14	63%	1.13	35.90

نلاحظ من الجدول رقم (10) أن المتوسط الحسابي العام لمحور عدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية هو (3.14) بنسبة (63%)، مع انحراف معياري (1.13) ومعامل اختلاف (35.90%). يشير هذا إلى وجود تفاوت نسبي بين المبحوثين حول فعالية القوانين والتشريعات في إلزام المصارف بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

أعلى متوسط حسابي كان للفقرة التي تشير إلى أن التشريعات تسهم في تعزيز ثقة المجتمع بالمصارف التجارية بمتوسط (3.81) ونسبة (76%)، في حين أن أدنى متوسط كان للفقرة التي تذكر أن العقوبات عن عدم الالتزام بالتشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية كافية لردع المخالفات بمتوسط (3.07) ونسبة (61%).

ج. المحور الثالث: - عدم قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	نسبته	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %
1	إدارة المصارف التجارية ترى أن تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية مبررة.	3.26	%65	1.058	32.654
2	يتم تخصيص ميزانية كافية للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	3.20	%64	0.931	30.828
3	تتفهم الإدارة العوائد الطويلة الأجل للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	3.29	%66	0.985	30.122
4	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يعتبر استثمارًا للمستقبل.	3.73	%75	0.818	22.049
5	إدارة المصارف التجارية على استعداد لتحمل تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	4.20	%84	0.662	15.951
6	يتم تضمين تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التخطيط المالي.	3.94	%79	0.829	21.148
7	إدارة المصارف التجارية تشجع الإفصاح الشفاف عن الأنشطة الاجتماعية.	3.26	%65	0.946	29.198
8	التكاليف المرتبطة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي على سمعة المصرف.	3.35	%67	0.966	29.009
9	يتم تقديم تقارير دورية عن الأنشطة والمسؤولية الاجتماعية.	3.37	%67	0.886	26.448
10	الإدارة تعترف بأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية كمبدأ أساسي في العمليات المصرفية.	3.60	%72	1.082	30.223
	الإجمالي	3.52	%70	0.921	26.955

نلاحظ من الجدول رقم (11) أن المتوسط الحسابي العام لمحور عدم قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية هو (3.52) بنسبة (70%)، مع انحراف معياري (0.921) ومعامل اختلاف (26.955%). يشير هذا إلى وجود تفاوت نسبي بين المبحوثين حول تكاليف الإفصاح ومدى قبول الإدارة لهذه التكاليف.

أعلى متوسط حسابي كان للفقرة التي تشير إلى استعداد الإدارة لتحمل تكاليف الإفصاح بمتوسط (4.20) ونسبة (84%)، في حين أن أدنى متوسط كان للفقرة التي تذكر تخصيص ميزانية كافية للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بمتوسط (3.20) ونسبة (64%).

2- اختبار فرضيات الدراسة:

اختبار فرضيات الدراسة يعتبر أحد الأدوات الأساسية التي تُستخدم لتقييم مدى الاتفاق أو الاختلاف بين أفراد العينة حول

فقرات الاستبيان وأيضًا بين محاور الاستبيان المختلفة. في هذا السياق، استخدم الباحثون اختبار العينة الواحدة (One Sample T-Test) لتحديد درجة الاتفاق على كل فقرة من فقرات الاستبيان وإجمالي كل محور.

عند تحليل النتائج تم استخدام متوسط القياس (3) وهو متوسط القيم (1، 2، 3، 4، 5) للإجابات الخمسة، كنقطة مقارنة لتحديد مستوى إجمالي كل محور من محاور الدراسة وبذلك تُعتبر درجة الاتفاق مرتفعة إذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05 ومتوسط استجابة الفقرة أكبر من المتوسط المحدد (3). في هذه الحالة، يمكن استنتاج أن أفراد العينة متفقون بشكل كبير على محتوى الفقرة، وبالتالي تُقبل الفرضية.

❖ اختبار الفرضية الأولى "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية"

الجدول رقم (12) اختبار الفرضية الأولى					
"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية"					
الفرضية	المتوسط الحسابي الكلي	الانحراف المعياري الكلي	حجم العينة	حجم العينة t	النتيجة
الثالثة	3.308	1.121	220	4.086	دالة إحصائيًا

من خلال الجدول رقم (12) الفرضية الأولى، والتي تنص على "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية"، توصلنا إلى نتائج دالة إحصائيًا. بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.308) مع انحراف معياري (1.121) وحجم عينة (220)، وكانت قيمة إحصاء t المحسوبة (4.086). هذه القيمة أكبر من القيمة الحرجة لإحصاء t عند مستوى دلالة 0.05، مما يؤكد أن النتيجة دالة إحصائيًا.

هذا يعني أن هناك أثرًا ذو دلالة إحصائية لعدم إدراك متخذي القرار في المصارف التجارية لأهمية المسؤولية الاجتماعية. بمعنى آخر، يظهر أن هناك نقصًا واضحًا في الوعي بين متخذي القرار في هذه المصارف حول الأهمية القصوى للمسؤولية الاجتماعية وتأثيرها الإيجابي على الأداء المالي والسمعة المؤسسية.

ومن هنا تأتي الحاجة إلى مجموعة من التوصيات لتحسين هذا الإدراك. ينبغي تنظيم ورش عمل وبرامج تدريبية تستهدف متخذي القرار في المصارف التجارية، لزيادة الوعي والتفهم العميق لأهمية المسؤولية الاجتماعية. هذه البرامج يمكن أن تسلط الضوء على الفوائد الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بالممارسات المسؤولة، وكيف يمكن لهذه الممارسات أن تعزز من سمعة المصرف وثقة العملاء.

يجب أيضًا على المصارف التجارية دمج مبادئ المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجياتها وسياساتها التشغيلية. هذا يتطلب التزامًا من الإدارة العليا لتعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية عبر جميع مستويات المصرف. يمكن تحقيق ذلك من خلال وضع نظام لتقييم ومتابعة تنفيذ المسؤولية الاجتماعية داخل المصرف، مع تقديم تقارير دورية عن التقدم المحرز.

تعزيز الشفافية هو أحد العوامل الأساسية في هذا السياق. تبني سياسات شفافة في الإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية والمسؤولية الاجتماعية يعزز من ثقة المجتمع والعملاء في المصرف، ويظهر التزامًا حقيقيًا بالممارسات المسؤولة. يجب أن يكون هناك تواصل مستمر مع المجتمع المحلي والجهات المعنية لعرض الجهود المبذولة في مجال المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها.

في الختام، تعكس النتائج الحاجة الماسة لتعزيز الوعي وتوفير التدريب المناسب لمتخذي القرار في المصارف التجارية، لضمان فهم أعمق وشامل لأهمية المسؤولية الاجتماعية. هذه الجهود ستسهم بشكل كبير في تحسين الممارسات وزيادة الشفافية، مما يعزز من مكانة المصرف ويدعم استدامته المالية والاجتماعية

❖ اختبار الفرضية الثانية "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"

الجدول رقم (13) اختبار الفرضية الثانية					
"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"					
الفرضية	المتوسط الحسابي الكلي	الانحراف المعياري الكلي	حجم العينة	حجم العينة t	النتيجة
الثالثة	3.23	1.128	220	3.03	دالة إحصائيًا

من خلال الجدول رقم (13) اختبار الفرضية الثانية ، والتي تنص على "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"، توصلنا إلى نتائج دالة إحصائيًا. بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.23) مع انحراف معياري (1.128) وحجم عينة (220)، وكانت قيمة إحصاء t المحسوبة (3.03). هذه القيمة أكبر من القيمة الحرجة لإحصاء t عند مستوى دلالة 0.05، مما يؤكد أن النتيجة دالة إحصائيًا.

هذا يعني أن هناك أثرًا ذو دلالة إحصائية لعدم وجود قوانين وتشريعات تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. بمعنى آخر، يظهر أن غياب القوانين والتشريعات الواضحة يترك فجوة في ممارسات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية، مما قد يؤدي إلى نقص في الشفافية والمصادقية.

ومن هنا تأتي الحاجة إلى مجموعة من التوصيات لتحسين هذا الوضع. يجب أن يتم تطوير تشريعات واضحة وملزمة تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. هذه التشريعات يجب أن تكون مصممة لضمان الشفافية والمصادقية في أنشطة المصارف، وتحقيق الالتزام الكامل من خلال تطبيق العقوبات المناسبة على المخالفات.

إضافة إلى ذلك، ينبغي على الهيئات الرقابية تعزيز جهودها لضمان الالتزام بالتشريعات، من خلال مراقبة فعالة وتطبيق العقوبات بحزم عند عدم الامتثال. يجب أن يكون هناك تحديث منتظم للتشريعات لمواكبة التطورات والتحديات الجديدة في مجال المسؤولية الاجتماعية، مما يضمن بقاء هذه التشريعات فعالة وملزمة.

التعاون بين المصارف والهيئات الرقابية هو مفتاح تحقيق الامتثال الكامل. يجب تعزيز هذا التعاون من خلال اجتماعات دورية وتبادل المعلومات، مما يتيح تبني أفضل الممارسات وضمان الالتزام بالتشريعات.

توفير دورات تدريبية منتظمة للموظفين حول التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وأهمية الالتزام بها هو عنصر أساسي لضمان فهم شامل ودقيق لهذه القوانين. هذه الدورات يمكن أن تساعد في بناء ثقافة الامتثال داخل المصارف وتعزيز الشفافية

❖ الفرضية الثالثة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"

الجدول رقم (14) اختبار الفرضية الثالثة					
"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"					
الفرضية	المتوسط الحسابي الكلي	الانحراف المعياري الكلي	حجم العينة	حجم العينة t	النتيجة
الثالثة	3.52	0.892	220	8.67	دالة إحصائياً

من خلال الجدول رقم (14) اختبار الفرضية الثالثة، والتي تنص على "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعدم قبول إدارة المصارف التجارية بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"، توصلنا إلى نتائج ذات دلالة إحصائية قوية. بلغت قيمة المتوسط الحسابي الكلي (3.52) مع انحراف معياري (0.892) وحجم عينة (220)، حيث كانت قيمة إحصاء t المحسوبة (8.67). هذه القيمة أكبر بكثير من القيمة الحرجة لإحصاء t عند مستوى دلالة 0.05، مما يؤكد أن النتيجة دالة إحصائياً.

هذا يشير بوضوح إلى أن هناك تأثيراً ملموساً لعدم قبول إدارة المصارف التجارية لتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. بمعنى آخر، يمكن القول بأن هناك مقاومة ملحوظة بين إدارات المصارف التجارية تجاه تحمل تكاليف الإفصاح، والتي قد تكون ناتجة عن اعتبارات مالية أو إدارية.

ومن هنا تأتي الحاجة إلى توصيات عملية لتعزيز هذا القبول. ينبغي على المصارف التجارية التركيز على زيادة التوعية بأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من خلال برامج تعليمية وورش عمل مخصصة، تهدف إلى تقديم فهم أعمق للعوائد الإيجابية المرتبطة بالإفصاح الشفاف والصادق عن الأنشطة الاجتماعية

تقديم الحوافز المالية وغير المالية لإدارات المصارف التجارية يمكن أن يكون خطوة فعالة في تشجيع قبول تكاليف الإفصاح، حيث إن تبني هذا النهج يُظهر الالتزام والاستثمار طويل الأجل في المسؤولية الاجتماعية. دمج تكاليف الإفصاح ضمن التخطيط المالي والاستراتيجي للمصارف يعد أيضاً إجراءً مهماً لضمان استدامة الممارسات. يجب أن يكون هناك نظام لتقييم ومراجعة الأداء المالي والاجتماعي بشكل دوري، مع تقارير دورية تقدم للإدارة لضمان تحقيق الأهداف المحددة.

الأكثر أهمية هو تبني سياسات شفافة في الإفصاح عن تكاليف وأنشطة المسؤولية الاجتماعية، مما يعزز من ثقة المجتمع والعملاء في المصارف التجارية. هذا النهج الشفاف يمكن أن يساهم في بناء سمعة إيجابية ويحقق فوائد مالية واجتماعية على المدى الطويل

باختصار، النتائج توضح الحاجة الملحة لتعزيز القبول بتكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال التوعية، الحوافز، التخطيط الاستراتيجي، المراجعة الدورية، والشفافية، مما يعزز من مكانة المصارف التجارية ويدعم استدامتها المالية والاجتماعية

النتائج

من خلال دراسة نتائج الفرضيات حول المصارف التجارية، تم استخلاص النقاط الرئيسية التالية

- 1: أظهرت الدراسة أن هناك معوقات كبيرة بسبب عدم فهم متخذي القرار لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. يعود ذلك إلى غياب رؤية واضحة وعدم التركيز على البيئة كجزء من هذه المسؤولية، وكذلك عدم اعتماد المسؤولية الاجتماعية كأولوية.
- 2: أشارت النتائج إلى أن ضعف التشريعات والقوانين الملزمة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يشكل معوقاً كبيراً. هذا يشمل نقص العقوبات الرادعة واستغلال الثغرات الموجودة، إلى جانب تهاون السلطات في المساءلة.
- 3: بينت الدراسة أن تكاليف الإفصاح تشكل عائقاً رئيسياً بسبب نقص الموارد المالية وعدم استعداد الإدارات لتحمل تكاليف إضافية. أيضاً، هناك تجنب للإفصاح خوفاً من استغلال المعلومات من قبل المنافسين، مع عدم وجود حوافز حكومية مشجعة.

بناءً على هذه النتائج، يتوجب تعزيز الوعي والتدريب، تطوير التشريعات، وتحفيز الالتزام المالي لزيادة الشفافية والمصادقية في المصارف التجارية

التوصيات

في النتائج، نقدم التوصيات التالية

- 1 تعزيز الوعي والتدريب وتنظيم ورش عمل وبرامج تدريبية تستهدف متخذي القرار في المصارف التجارية لزيادة الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها الإيجابي على الأداء المالي والسمعة المؤسسية.
- 2 تطوير تشريعات واضحة وملزمة تلزم المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، مع تطبيق عقوبات على المخالفات لضمان الامتثال.
- 3 تحفيز الالتزام المالي وتقديم حوافز مالية، مثل الإعفاءات الضريبية، لتشجيع المصارف على تحمل تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
- 4 تعزيز الشفافية وتبني سياسات شفافة في الإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية والمسؤولية الاجتماعية لزيادة ثقة المجتمع والعملاء في المصارف التجارية.
- 5 مراقبة ومتابعة وتعزيز دور السلطات الرقابية لضمان الالتزام بالتشريعات والإفصاح الشفاف عن المسؤولية الاجتماعية، مع تقديم تقارير دورية لمتابعة التقدم وتحقيق الأهداف المحددة.

المراجع: -

- 1- رفيع د. ف. إ. & . الفلاح د. ف. م. . (2020). واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية. دراسة تطبيقية على المصارف التجارية في ليبيا. مجلة البحوث المالية والاقتصادية، (5)
- 2- المكي. سعود (2020). معوقات الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على الشركة الأهلية للإسمنت بالدولة الليبية. مجلة دراسات الإنسان والمجتمع،.
- 3- حنان، رضوان حلوه، (2003)، بدائل القياس المحاسبي المعاصر، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

- 4- القاضي، حسين وحمدان، مأمون، (2001)، نظرية المحاسبة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 5- الفضل، مؤيد وآخرون، (2002)، المشاكل المحاسبية المعاصرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- 6- يحيى، زياد وآخرون، (2002)، أهمية المعلومات المحاسبية عن المسؤولية الاجتماعية في عملية التحليل المالي بالتطبيق على شركة الخازر لإنتاج المواد الإنشائية، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 24، العدد 67، ص. 207-193
- 7- مطر، محمد والسويطي، موسى، (2008)، التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية، ط 2، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- 8- المغربي، نهال، وفؤاد، ياسمين، (2008)، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم (138)، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، مصر، نسخة الكترونية.
- 9- سلامة، نبيل فهمي، (1999)، بحوث في: المحاسبة والمراجعة الاجتماعية، ط 2، مكتبة.
- 10- جربوع، يوسف، (2001)، نظرية المحاسبة، بدون دار نشر، غزة، فلسطين.
- 11- أبو سمرة، (2009)، معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات العامة المدرجة في سوق الأوراق المالية، الجامعة الإسلامية، غزة .