

الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا

أ. نوري على قطاطي *

د. فنحي فرج زويبيك **

د. عادل عبد الحميد المشاط ***

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التزام المصارف التجارية العاملة في ليبيا بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية من واقع دراسة تقاريرها السنوية المنشورة، ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم استخدام أسلوب تحليل المضمون "Content Analysis" لتحليل ما احتوته عدد (33) تقريراً صادر من ستة مصارف تجارية عاملة في ليبيا على مدى ستة سنوات متتالية (2004-2009). وقد ركز هذا التحليل على المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في هذه التقارير من حيث حجم ونوعية ومجالات الإفصاح. وقد أوضحت النتائج التي تم التوصل إليها أن جميع المصارف التجارية محل الدراسة قد أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في أماكن متفرقة من تقاريرها السنوية وبمستويات متفاوتة ومنتزيدة خلال سنوات الدراسة، حيث تناولت معظم مجالات المسؤولية الاجتماعية حسب أهميتها على النحو التالي: مجال العاملين، مجال التفاعل مع المجتمع، مجال خدمة العملاء، إلا أن الإفصاح في مجال حماية البيئة كان محدوداً، مستخدمة في ذلك جميع طرق الإفصاح الاجتماعي (الوصفي والمالي والكمي)، إلا أن أغلب المعلومات جاءت في شكل وصفي، كما تبين عدم وجود نظام للمحاسبة

*- جامعة المرقب.

** - جامعة المرقب، fzubak@hotmail.com

*** - جامعة الزاوية، adeltrip@hotmail.com

الاجتماعية والإفصاح عنها مطبق فعلاً داخل المصارف التجارية محل الدراسة.

وأخيراً توصلت الدراسة إلى جملة من التوصيات التي تهدف إلى الرفع من مستوى الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية الليبية وصولاً إلى تحقيق التنمية والرفاهية الاجتماعية ومنها علي سبيل المثال العمل على زيادة وعي المستويات الإدارية المختلفة بالمصارف التجارية بأهمية المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في التقارير السنوية وذلك من خلال عقد المؤتمرات والندوات المتخصصة في هذا المجال، وضرورة قيام الجهات المحاسبية والرقابية المختصة بإصدار القوانين والتشريعات والمعايير المحاسبية التي تلزم المصارف بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. كما أن إجراء الدراسات والأبحاث اللازمة لوضع نموذج محاسبي للمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها تلتزم به جميع المصارف التجارية سيكون له الاثر الفعال في سرعة تطوير هذا المجال وتفعيله ومقارنته مع الجهات الأخرى.

مقدمة:

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية في واقع الأمر حقيقة يصعب على الإدارة تجاهلها، ومع ذلك لا يوجد اتفاق محدد حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث يرى البعض أن المسؤولية لا تعدو أن تكون بمثابة تذكير المنظمات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها الذي تنسب إليه، والبعض الآخر يرى أن مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز مجرد مبادرات اختيارية طوعية تقوم بها المنظمات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع، أو أنها صورة من صور الملائمة الاجتماعية الواجبة على المنظمات، ولكن في جميع الأحوال، فإن الجميع يتفق على ضرورة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لهذه المنظمات بحيث تضمن الكشف عن جميع أنشطتها الاجتماعية في القوائم والتقارير الدورية والإيضاحات المرفقة بها بغية التأكد من أن

هذه المنظمات تتحمل المسؤولية عن تأثيراتها الاجتماعية والبيئية في المجتمع التي تعمل فيه، وتعتبر المصارف التجارية ليست بمعزل عن ذلك، فأصبحت هي الأخرى مطالبة بتقديم هذه الخدمات الاجتماعية للمجتمع الذي توجد فيه، حيث كانت المصارف التجارية تحجم عن الدخول والتورط في الأهداف الاجتماعية باعتبارها وسيط مالي ليس من مسؤوليتها تغيير المجتمع أو معالجة مشاكله الاجتماعية بأموال المودعين، إلا أنه وفيما بعد سعت المصارف التجارية إلى الموازنة بين القيام بأعمالها وأنشطتها الاقتصادية والقيام بتلبية حاجات المجتمع الموجودة فيه.

عليه فإن هذه الدراسة ستركز على الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية في التقارير السنوية لعينة من المصارف التجارية العاملة في ليبيا.

مشكلة الدراسة:

لقد نال موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية جانباً كبيراً من اهتمامات الباحثين والأكاديميين، فقد خصصت العديد من الدراسات لدراسة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الدول المتقدمة مثل (Guthrie & Mathews (2001); Gray et al. (2001); Buhr & Freedman (2001), (1985)، وعلى المستوى المحلي هناك العديد من الدراسات التي تناولت المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في المنظمات الصناعية الليبية (أنظر على سبيل المثال: حنيو، 2009؛ رزيق، 2009؛ قرق، 2010) غير أن معظم هذه الدراسات حاولت التركيز على آراء فئات المجتمع المحاسبي المختلفة حول الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من خلال صحيفة الاستبانة التي أعدت لهذا الغرض، دون التركيز على الإفصاح الفعلي في التقارير السنوية لهذه المنظمات.

إن دراسة التقارير السنوية للمنظمات ومعرفة حجم ونوعية ومجالات الإفصاح الاجتماعي، يعطي مؤشراً على مدى التزام ووعي هذه المنظمات

بمسؤولياتها الاجتماعية وبأهمية ما تحتويه هذه التقارير من معلومات عن أنشطتها في مجال خدمة المجتمع وحماية البيئة التي تعمل فيهما.

وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

- ما مدى التزام المصارف التجارية العاملة في ليبيا بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية المنشورة؟

وللإجابة على السؤال الرئيسي تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للمصارف التجارية؟

- ما هي نوعية المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية للمصارف التجارية؟

- ما هي مجالات المسؤولية الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية للمصارف التجارية؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة أساساً إلى التعرف على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية المنشورة وذلك من خلال:

- قياس حجم الإفصاح الاجتماعي في التقارير السنوية المنشورة باستخدام تحليل المضمون (Content Analysis).

- التعرف على نوعية المعلومات الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية المنشورة.

- التعرف على مجالات المسؤولية الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية المنشورة.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله وهو الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات حيث إن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها من الموضوعات المهمة للشركات باعتبار أن الشركات لم تعد تهدف فقط إلى تحقيق الربح؛ بل تهدف أيضاً إلى توفير حاجات أخرى تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، ويمكن تلخيص أهم الدوافع لإجراء هذه الدراسة في النقاط التالية:

● تسهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على ما يمكن أن تقدمه المحاسبة من خلال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من معلومات لمستخدمي المعلومات، ومنظمات المجتمع على اختلاف أنواعها.

● تساعد هذه الدراسة المنشآت على اختلاف أشكالها لتفعيل البعد البيئي والاجتماعي في برامجها، وخططها المستقبلية، بما يساعدها في تحقيق أهدافها، وأهداف المجتمع في التنمية المستدامة، من خلال التقييم الموضوعي لأدائها الاجتماعي والإفصاح عنه.

● تعتبر هذه الدراسة محاولة للمساهمة لسد الفجوة في الأدب المحاسبي نتيجة محدودية مثل هذه الدراسات المتخصصة في هذا الجانب وخاصة باللغة العربية والتي استخدمت طريقة تحليل المضمون، وبالتالي فإن هذه الدراسة ستكون إضافة نوعية إلى المكتبة العربية وقد تساعد في تحفيز باحثين آخرين للقيام بدراسات أخرى، وتبني هذا الأسلوب في البحث العلمي.

الدراسات السابقة:

على الرغم من وجود العديد من البحوث والدراسات العلمية التي أجريت في بيئة الدول المتقدمة والنامية حول الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، إلا أن التركيز في هذه الدراسة سوف ينصب على ما تناولته أهم أحدث إسهامات الباحثين التي

أجريت في الدول النامية من أجل تحديد مجال الدراسة الحالية، وسيتم تقسيم هذه الدراسات إلى دراسات باللغة العربية وأخرى باللغة الأجنبية كالآتي:

أولاً: دراسات باللغة العربية:

1- دراسة حنيو (2009): هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية ومدى استعدادها بالالتزام بمسئوليتها تجاه المجتمع، وكذلك التعرف على إمكانية تحديد وقياس المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية لتلك المصارف التجارية الليبية وإمكانية الإفصاح عنها، كما هدفت أيضاً إلى التعرف على الفئات التي تطالب المصارف التجارية بالإفصاح عن الأداء الاجتماعي وطبيعة الإفصاح الملائم لها، وقد استخدم الباحث صحيفة الاستبانة في تجميع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. أن المصارف التجارية الليبية لها طبيعة اقتصادية واجتماعية وأنها غير مستعدة بالالتزام بمسئوليتها الاجتماعية.
2. عدم وجود تعليمات ملزمة من مصرف ليبيا المركزي بقيامها بأنشطة اجتماعية، حيث يتم تحميل بعض التكاليف التي تنفق على الأغراض الاجتماعية على أنها تكاليف تتعلق بالنشاط الاقتصادي.

3. أنه لا يمكن قياس النشاط الاجتماعي لتلك المصارف محاسبياً، ولا يمكن الإفصاح عن المعلومات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للأطراف المستفيدة.

2- دراسة رزيق (2009): هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء ووجهات نظر المحاسبين الليبيين حول الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية بغية استقصاء آراء العديد من فئات المجتمع المحاسبي في ليبيا والذين لهم علاقة مباشرة بالتقارير المالية، وذلك عن طريق استخدام صحيفة استبانة أعدت لهذا الغرض، وقد خلصت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. أن الهدف من إعداد التقارير المالية هو تقديم المعلومات لمتخذي القرارات ومساعدتهم على اتخاذ القرارات.
 2. إلزام المنظمات بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بإصدار تشريعات وقوانين لذلك.
 3. أن عدم المعرفة والإلمام بأهمية المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية لتلك المنظمات يعتبر من أهم أسباب عدم الإفصاح عن هذه المسؤوليات.
 4. يفضل أن يكون الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في صورة معلومات وصفية وإحصائية ومالية، وأن أفضل مكان يناسب الإفصاح الاجتماعي هو في التقارير السنوية للمنظمة كفقرة مستقلة بعنوان (المسؤوليات الاجتماعية للمنظمة)، ويكون هذا التقرير في كتيب منفصل مرفق بالتقرير السنوي.
- 3- دراسة قرقد (2010): هدفت الدراسة إلى قياس موقف الإدارة في الشركات الصناعية الليبية من المسؤولية البيئية، وتحديد الأسباب التي أدت إلى تدني مستوى الإفصاح البيئي والتي تدفع المديرين إلى عدم الإفصاح عن معلومات الأداء البيئي في الشركات الصناعية الليبية، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم اختيار الاستبانة لتكون أداة يتم من خلالها استقصاء آراء رجال الإدارة في الشركات الصناعية الليبية حول موقفهم من المسؤولية البيئية، وكذلك تحديد العوامل المفسرة لعزوف الشركات الصناعية الليبية عن الإفصاح البيئي، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
1. أن المديرين في الشركات الصناعية الليبية يدركون مسؤولياتهم تجاه البيئة إدراكاً جيداً، مما يفسر قدرتهم على تفسير وتحليل الأسباب التي أدت إلى تدني مستوى الإفصاح البيئي بشركاتهم.
 2. أن هناك مجموعة من الأسباب أدت التي أدت إلى تدني مستوى الإفصاح البيئي حسب رأي مديرو الشركات ومن أهمها: الافتقار للبحوث الأكاديمية وغياب المعايير

المطلوبة من الجهات المحاسبية والرقابية، كذلك غياب دور الأطراف المستفيدة وجماعات الضغط، بالإضافة إلى كلفة تجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالأداء البيئي والإفصاح عنها وسريتها، وغيرها من الأسباب الأخرى.

ثانياً: الدراسات باللغة الانجليزية:

1- دراسة: (Aribi & Gao (2012) : هدفت هذه الدراسة لفحص وتحديد أثر الإسلام على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المالية، وقد استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون لتحليل أثر الإسلام على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وذلك بتحليل التقرير السنوي لـ 42 مؤسسة مالية عاملة في الخليج العربي منها 21 إسلامية و الأخرى غير إسلامية.

وقد أظهرت النتائج أن هناك اختلافات مهمة في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بين المؤسسات المالية الإسلامية ونظيراتها غير الإسلامية حيث تضمنت التقرير للمؤسسات المالية الإسلامية التي تعمل وفق قواعد الشريعة الإسلامية معلومات مثل تقارير هيئة الرقابة الشرعية، و "الزكاة" والصدقة التبرع، وقرضا بدون فائدة.

2- دراسة (Djajadikerta & Trireksani (2012): اهتمت هذه الدراسة بتحديد حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في سوق الأوراق المالية الإندونيسية واختبار درجة تأثير أعمال هذه الشركات على البيئة وحجم إفصاحها عن المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في مواقعها الإلكترونية.

ومن خلال استخدام طريقة تحليل المحتوى (content analysis) للمواقع الإلكترونية لهذه الشركات تبين أن حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ضعيف كما أن معظم المعلومات المنشورة كانت بشكل وصفي. وقد أوضح النتائج بأن الإفصاح عن خدمات المجتمع كانت أكثر البنود إفصاحاً ويليهما الإفصاح عن الموارد البشرية. وفيما يتعلق بدرجة حساسية الشركة على البيئة فقد أوضحت الاختبارات بأنه لا توجد علاقة

بدرجة تأثير هذه الشركات على البيئة وحجم افصاحها عن المسؤولية الاجتماعية. وفى العموم تبين أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في بدايته في إندونيسيا.

3- دراسة (Das 2013): هدفت هذه الدراسة لدراسة مدى التزام الشركات التأمين الهندية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بشكل عام والإفصاح عن الموارد البشرية بشكل خاص ومن تم اختبار نظرية الشرعية لتفسير الإفصاح الاجتماعي. لتحقيق هدف الدراسة تم استخدام طريقة تحليل المضمون لتحليل التقارير السنوية لعدد 26 شركة تأمين هندية خلال السنوات المالية من 2002 إلى 2010.

أوضحت النتائج بأن شركات التأمين على الحياة تفصح أكثر معلومات عن مسؤوليتها الاجتماعية من الشركات الأخرى، كما أوضحت النتائج أيضاً أن شركات التأمين على الحياة الحكومية تفصح أكثر من الشركات الخاصة.

من ناحية أخرى أوضح الاختبار الإحصائي (T test) أن هناك اختلافات ذات دلالة احصائية بين حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات التأمين العامة والشركات المناظرة الأخرى.

ومن خلال الدراسات السابقة في البيئة المحلية يمكن استخلاص النتائج التالية:

1. اعتمدت معظم الدراسات السابقة على صحيفة الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، ولذلك فإن النتائج التي تم التوصل إليها تعبر عن رؤية المشاركين فيها وآرائهم وخبراتهم.

2. اعتمدت الدراسات السابقة على آراء العاملين على اختلاف مستوياتهم الوظيفية كمصدر للحصول على المعلومات، في حين تجاهلت الفئات الأخرى من مستخدمي التقارير والقوائم المالية مثل المستثمرين والمستهلكين والمجتمع، كما تجاهلت ما تناولته التقارير السنوية المنشورة حول موضوع الإفصاح الاجتماعي.

3. يلاحظ من الدراسات السابقة أنها ركزت على مجال الآثار الاجتماعية البيئية دون المجالات الاجتماعية الأخرى، باعتبار أن الأهمية النسبية للآثار البيئية تفوق كثيراً الأهمية النسبية للمجالات الاجتماعية الأخرى خاصة في بعض الصناعات. وتأسيساً على ما سبق، فإن هذه الدراسة ستحاول تقادي أوجه القصور سالفة الذكر وذلك من خلال قياس حجم الإفصاح الفعلي وتسييل الضوء على ما تفصح عنه التقارير السنوية المنشورة من معلومات عن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا.

الإطار النظري للدراسة:

سنتناول في هذا الجزء نبذة مختصرة عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وأهميته دون التطرق للمسؤولية الاجتماعية في حد ذاتها لضيق المقام للحديث عنها في هذا الجزء.

مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

لقد حاول العديد من المتخصصين بتقديم تعريف شامل لإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية فتعدد وجهات النظر منها على سبيل المثال Gray, et. al (1996:3) عرف عملية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية "بأنه عملية إيصال التأثيرات الاجتماعية للأنشطة الاقتصادية للمنظمات لمجموعات معينة بالمجتمع وللمجتمع ككل". كما أكد ذلك محمد (2008، 116)، عندما عرّف الإفصاح الاجتماعي "بأنه أسلوب لعرض البيانات والمعلومات الحالية والمحتملة عن الأداء الاجتماعي للشركات في صلب القوائم المالية والتقارير الدورية والإيضاحات المتممة لها، مما يسهّل مهمة قارئها في دراسة تلك القوائم والتقارير، بهدف ترشيده عند اتخاذ للقرارات والحكم على مدى كفاءة الإدارة للأداء البيئي والاجتماعي".

ويمكن تلخيص هذه الآراء وغيرها حول مفهوم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية بأنه "الأسلوب أو الطريقة التي تقوم المنظمة بواسطتها اعطاء صورة واضحة عن أنشطة المشروع الاقتصادية والاجتماعية، وإعلام مستخدمي القوائم والتقارير الدورية والإيضاحات المرفقة بها عن مناسط المنظمة المختلفة ذات المضامين الاجتماعية، لكي يتمكن مستخدم تلك القوائم والتقارير من ترشيد القرارات على أسس صحيحة وسليمة".

أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

للإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية أهمية بالغة ويمكن تلخيصها في النقاط التالية (أنظر: محمد، 2008: 117؛ سمهود، 2003: 63).

1. تلبية احتياجات مستخدمي القوائم والتقارير المالية المتعلقة بمعلومات المسؤولية الاجتماعية في ظل تعدد هؤلاء المستخدمين وتباين المعلومات والبيانات اللازمة لهم في ترشيد قراراتهم.
2. تطوير معايير الإفصاح والعرض العام عن طريق التوسع في البيانات والمعلومات التي يتم الإفصاح عنها من حيث الشكل والمضمون لتشمل الأداء الاقتصادي والاجتماعي للمنظمة.
3. دعم ثقة واحترام المجتمع والأفراد للمنظمة، وبالتالي زيادة الإقبال على منتجاتها.
4. المساهمة في قياس اتجاهات الأداء الاجتماعي للمنظمة على مدى زمني معين.
5. قد يكون الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية عاملاً هاماً في تحديد الجزء من الإنفاق الذي ينبغي أن تساهم به الدولة كإعانة أو منحة في هذا المجال.
6. إن الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية يساعد بدون أدنى شك في تخصيص وتوجيه الاستثمارات نحو المنظمة، وذلك لوجود نوع من المستثمرين يفضل هذه المنظمات لاعتبارات أخلاقية أو دينية.

شكل الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

يمكن أن تأخذ المعلومات عن المسؤولية الاجتماعية أحد الأشكال أو الأنواع التالية (حمودة، 2007: 215):

1. التقارير الوصفية: حيث أنه يعتمد على وصف الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة، ولا يعتمد على قواعد محددة في التقرير وإنما يستخدم وصف الظاهرة أو النشاط بأسلوب إنشائي (وصفي)، ويستخدم هذا الأسلوب في الحالات التي يصعب معها القياس النقدي أو الكمي.

2. التقارير الكمية: يستخدم هذا الأسلوب لتوفير معلومات كمية مدعمة بالأرقام والإحصائيات والنسب والمعدلات، أي يتم استخدام التعبير الكمي سواء النقدي أو غير النقدي وهذا الشكل من التقارير هو أكثر التقارير الاجتماعية شيوعاً.

3. التقارير المالية: وفيها يمكن الحصول على معلومات المسؤولية الاجتماعية في صورة مالية تمكن من تحديد التكلفة والعائد من النشاط الاجتماعي.

مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر مجالات المسؤولية الاجتماعية ذات طبيعة متحركة تتغير من زمن إلى آخر تبعاً لتغير الظروف الاقتصادية والاجتماعية السائدة، ولتقدم المعرفة العلمية بآثار بعض الظواهر البيئية والاجتماعية وتبعاً لتغيرات القيم والمواقف في المجتمع، فإن ما هو مستبعد حالياً من الرقابة وتقييم الأداء الاجتماعي في المشروع قد يصبح محورياً للاهتمام في المستقبل، لذلك ليس هناك نطاق ثابت ومحدد للأنشطة الملائمة اجتماعياً، فمن الطبيعي وجود بعض التباين في تحديد هذه الأنشطة وتبويبها في مجموعات متجانسة ومن تم الإفصاح عنها (حنان، 2003: 255)، وعليه يمكن اختصار هذه التصنيفات إلى أربعة مجالات رئيسية وهي: (Gray et al. 1995)

1. مجال العاملين: وتهدف الأنشطة في هذا المجال إلى تحسين وضع العاملين بصفة عامة، ويجب أن يكون تقديم الخدمات الاجتماعية المختلفة لهم أحد السمات الأساسية للمنظمة، وذلك لأن الخدمات التي توجه للعاملين سترتب عليها عوائد اقتصادية غير مباشرة للمنظمة، ومن هذه الخدمات: تدريب العاملين، والتأمين عليهم، ومنحهم العلاج المجاني لهم ولأسرهم، وتوفير المناخ المناسب لهم لإدارة أعمالهم وللحياة الكريمة.
 2. مجال التفاعل مع المجتمع: هي مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق فائدة للمجتمع بشكل عام، ومن أمثلة ذلك المساهمة في أعمال الخير كمجال التعليم والخدمة الصحية وإنشاء المؤسسات الخيرية وكذلك العمل على تدريب وتوظيف المعوقين وتوفير فرص عمل متكافئة والقيام بتشجير المنطقة المحيطة بالمنظمة لتحسين الشكل الجمالي والمساهمة عموماً في حل بعض المشاكل الموجودة في المجتمع.
 3. مجال العملاء أو المستهلكين: تسعى المنظمات لتحقيق وكسب رضا العملاء والمستهلكين والمحافظة على هذا الرضا وذلك من خلال تقديم الخدمات الاجتماعية اللازمة لهم والتي تساعدهم على انجاز أعمالهم بصورة أفضل وكذلك العمل على الصدق في التعامل معهم وحسن معاملتهم، لأن هذه الأمور سوف تنعكس على المنظمة نفسها على المدى القصير والمدى الطويل أيضاً.
 4. مجال حماية البيئة: يجب على المنظمات الاهتمام بالأنشطة التي تسعى من خلالها لتخفيف أو منع التلوث بجميع صورته سواء كان تلوثاً للهواء أو الماء أو الأرض وذلك من خلال التعاون مع الدولة لمجابهة مثل تلك المشاكل المحيطة بالبيئة.
- منهجية الدراسة:**

تتضمن المنهجية المتبعة في الدراسة مجموعة الخطوات التي اتبعت في سبيل تحقيق أهدافها والتي تمثلت في الآتي:

تجميع وتحليل البيانات:

لغرض تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام أسلوب تحليل المضمون "Content Analysis" والذي يُعتبر أحد أساليب البحث والمعرفة العلمية المناسبة لمثل هذه الدراسة، حيث يقوم بتحليل البيانات والمعلومات بشكل موضوعي منظم وفق معايير محددة مسبقاً، وذلك لقياس حجم ونوع ومجالات الإفصاح الاجتماعي في التقارير السنوية للمصارف التجارية.

حيث يقوم هذا الأسلوب على وصف منظم ودقيق لمحتوى نصوص مكتوبة من خلال تحديد موضوع الدراسة وهدفها وتعريف مجتمعهما، ومن ثم دراسة مضمونها وتحليله، وعادة يتم تحليل المضمون من خلال الإجابة على أسئلة معينة ومحددة يتم صياغتها مسبقاً، بحيث تساعد الإجابة على هذه الأسئلة في وصف وتصنيف محتوى المادة المدروسة بشكل يساعد على إظهار العلاقات والترابطات بين أجزاء ومواضيع النص (عليان وغنيم، 2008: 57-58).

خطوات ومراحل تنفيذ تحليل المضمون:

هناك العديد من المراحل الأساسية التي يجب أن تمر بها عملية تحليل المضمون وقد اعتمدت هذه الدراسة بشكل كبير على الآلية واسعة الانتشار التي طورها (Hackston & Milne (1996 معتمداً في ذلك على الآلية التي اقترحها (Gray et al (1995 وهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى: فئات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ومحدداته:

في هذه المرحلة يتم تحديد (تعريف) الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تحديداً دقيقاً و تحديد الفئات التي ستنسب إليها البيانات الموجودة في المصدر (التقرير السنوي) والتي سيتم دعمها بوجود قواعد قرارات شاملة خاصة بكل فئة (بمعنى أن ما كان تابعاً لفئة معينة يجب أن يكون مقصوراً على تلك الفئة دون غيرها، ولا يمكن

بأي حال من الأحوال أن يتكرر ليكون تابعاً لفئة أخرى) وهذا يعني أن ما يقع ضمن هذه الفئات والقواعد سيكون إفصاحاً اجتماعياً، وفي هذا الشأن فقد تم الاعتماد على الآلية التي قام بتطويرها (Hackston & Milne, 1996) واستخدامها لقياس حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، والتي تتكون من قائمة بالفئات المحددة للإفصاح وكذلك قواعد القرار الخاصة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى نموذج لتجميع البيانات.

ويرى البعض ضرورة بذل العناية اللازمة لإثراء بيانات تحليل المضمون وذلك من خلال محاولة بيان جودة ونوعية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية (انظر على سبيل المثال: Guthrie & Mathews, 1985)، وفي سبيل ذلك فإن هذا الدراسة قد تتضمن تحديد فئات معينة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تتمثل فيما يلي:

- أبعاد ومجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية: مجال حماية البيئة، مجال خدمة العملاء، مجال التفاعل مع المجتمع، مجال العاملين.
 - طرق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية: الإفصاح الاجتماعي المالي، الإفصاح الاجتماعي الكمي، الإفصاح الاجتماعي الوصفي.
 - حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية: نسبة من الصفحة.
- المرحلة الثانية: تحديد وحدات تحليل المضمون:**

تتطلب هذه المرحلة اتخاذ قرارات بشأن وحدات تحليل المضمون وهذه القرارات هي:

- أ- تحديد مصدر البيانات أو وحدة المعاينة.
- ب- تحديد وحدة القياس.

حيث تعتبر هذه القرارات من المسائل المهمة في تحليل المضمون نظراً لتأثيرها الكبير على حجم الإفصاح والذي يسعى الباحث في هذه الدراسة إلى تحديده. (Gray et al. 1995)

أ- تحديد مصدر البيانات:

اعتمدت الدراسة على التقارير السنوية المنشورة على اعتبارها الوسيلة الرئيسية الأكثر استخداماً من قبل المنظمات والتي من خلالها تفصح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، كما أن هذه التقارير تعتبر المصدر الأكثر استخداماً من قبل مستخدمي المعلومات، وهي المصدر الأكثر ثقة للمعلومات المتعلقة بأنشطة المنظمة (Belkaoui & Karpik 1989; Gray et al. 1995).

ب- تحديد وحدة القياس:

إن استخدام تحليل المضمون في قياس حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بصفة خاصة مبنية على فكرة أساسية مفادها أن البند الذي خصصت له مساحة أكبر من الإفصاح دل على اهتمام المنظمة بهذا البند، ويمكن تحديد وقياس حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بعدة مقاييس مثل عدد الكلمات أو عدد الجمل أو عدد الفقرات أو عدد الاسطر أو نسبة من الصفحة، قد أعتمد الباحثين في هذه الدراسة على نسبة من الصفحة لقياس حجم الإفصاح ووفقاً للآلية التي قام بتطويرها (Hackston & Milne 1996) واستخدامها في عملية قياس حجم الإفصاح باستخدام "نسبة من الصفحة" والتي تتطلب استخدام ورقة بلاستيكية شفافة بحجم A4 بحيث يتم تقسيمها إلى خمسة وعشرين صفاً (بنفس الطول) وأربعة أعمدة (بنفس العرض) لتصبح على هيئة شبكة تحتوي 100 مستطيل بنفس الحجم يمثل كل منها ما يعادل 1% من الحجم الكلي للصفحة حيث يقوم الباحث بتثبيتها فوق النص الذي تبين أنه يتضمن إفصاحاً اجتماعياً ثم يشرع في عد المستطيلات التي غطت

الأجزاء التي اعتبرت إفصاحاً اجتماعياً، حسب طبيعة أو نوع هذا الإفصاح (إفصاح مالي، إفصاح كمي، إفصاح وصفي) ووفق مجالات المسؤولية الاجتماعية (مجال حماية البيئة، مجال خدمة العملاء، مجال التفاعل مع المجتمع، مجال العاملين)، ليحصل على نسبة معينة من الصفحة الكلية ويرحل الحجم (المجموع) بعد ذلك إلى نموذج تجميع البيانات المعد لهذا الغرض، وتتميز هذه الطريقة بأنه يمكن استخدامها في قياس جميع أساليب الإفصاح مثل: الرسومات والجدول والأشكال البيانية وغيرها، كما يعاب على هذه الطريقة أنها لا تأخذ في الاعتبار اختلاف حجم الطباعة وحجم الأعمدة وحجم الصفحة من تقرير لآخر.

مجتمع الدراسة وعينتها وحدودها:

• **مجتمع الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من المصارف التجارية الليبية، باعتبارها مؤسسات تلعب دوراً مهماً في تعزيز ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، وأن مثل هذه المؤسسات مطالبة بتقديم خدمات اجتماعية للمجتمع الذي توجد فيه وذلك من خلال التعرف على مدى مساهمة والتزام هذه المصارف بمسؤولياتها تجاه القضايا الاجتماعية ذات الاهتمام خدمة للمجتمع وأفراده.

• **عينة الدراسة:** تم اختيار العينة التي تتلاءم مع فترة الدراسة، حيث تم استبعاد المصارف حديثة التأسيس للأسباب التالية⁽¹⁾:

- أن بعض هذه المصارف تتحفظ على نشر تقاريرها السنوية.

- أن بعض هذه المصارف تعتمد في تقاريرها على الميزانية العمومية وقائمة الدخل.

وبذلك تم تكوين عينة الدراسة من ستة مصارف تجارية وهي:

1- مصرف الجمهورية. 2- مصرف الصحاري.

1- تم الحصول على هذه المعلومات من خلال الزيارة الميدانية لإدارات وفروع المصارف التجارية وكذلك زيارة إدارة الرقابة على المصارف والنقد (مصرف ليبيا المركزي).

3- المصرف التجاري الوطني. 4- مصرف الأمة.

5- مصرف الوحدة. 6- مصرف التجارة والتنمية.

وتجدر الإشارة إلى أن مصرفي الجمهورية والأمة قد تم دمجهما في كيان مصرفي واحد تحت مسمى "مصرف الجمهورية" وقد باشر المصرف الجديد العمل فعلياً مع بداية سنة 2008⁽¹⁾.

• حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: تتحصر حدود الدراسة المكانية على عينة تتكون من 6 مصارف من المصارف التجارية الليبية والتي توفر لها تقارير سنوية لفترة الدراسة.

- الحدود الزمنية: تتحصر حدود الدراسة الزمنية من سنة 2004 إلى سنة 2009، وذلك لعدم الحصول على تقارير أحدث لبعض المصارف عينة الدراسة.

تحليل البيانات ومناقشة نتائج الدراسة:

يتناول هذا الجزء من الدراسة بالتحليل والمناقشة جهود المصارف التجارية في مجال الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية المنشورة، وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات المشار إليها آنفاً في فقرة مشكلة الدراسة، ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم الحصول على (33) تقريراً سنوياً من أصول هذه التقارير على مدى ستة سنوات (2004-2009)، وهو ما يمثل عدد (6) مصارف تجارية، وفيما يلي أهم ما تم التوصل إليه من نتائج:

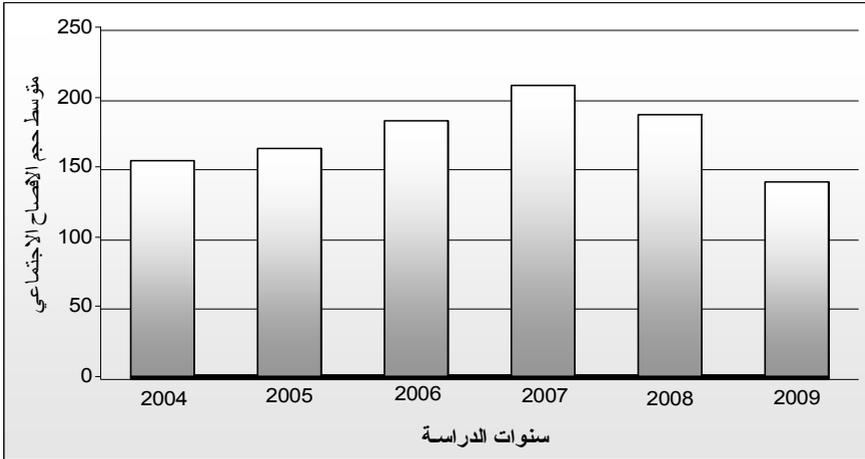
السؤال الفرعي الأول: ما حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للمصارف التجارية؟

1- القرار رقم (50) الصادر في 8 أكتوبر 2007 بشأن الأذن بدمج مصرف الجمهورية ومصرف الأمة.

يبين الجدول (1) متوسط حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، أما الشكل (1) فيوضح التمثيل البياني لمتوسط حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية وفقاً للبيانات المتاحة في الجدول (2).

جدول (1) متوسط حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية

سنة	سنة	سنة	سنة	سنة	سنة	البيان
2009	2008	2007	2006	2005	2004	
ن=5	ن=5	ن=6	ن=6	ن=6	ن=6	
5	5	6	6	6	6	عدد المصارف المفصحة
1.40	1.88	2.09	1.83	1.64	1.55	متوسط حجم الإفصاح الاجتماعي
2.21	3.00	3.11	3.03	2.87	2.76	المستوى الأعلى لحجم الإفصاح
0.62	1.10	0.90	0.96	0.44	0.78	المستوى الأدنى لحجم الإفصاح
1.59	1.90	2.21	2.07	2.43	1.98	المدى

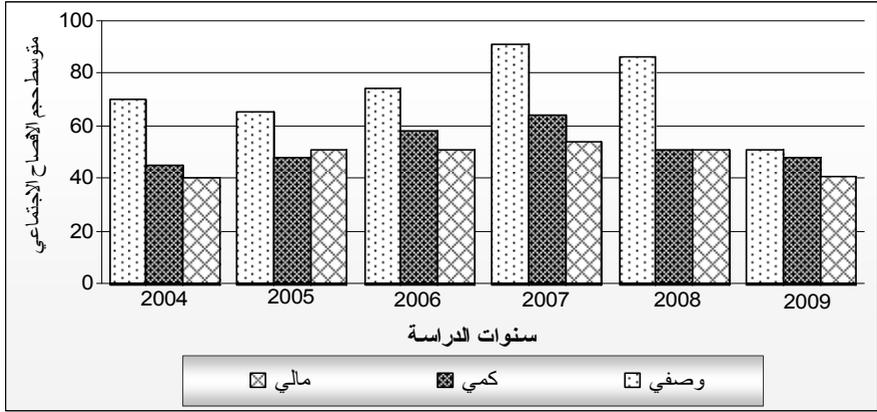


شكل (1) متوسط حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية

يبدو واضحاً أن جميع المصارف التجارية قد أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في تقاريرها السنوية خلال سنوات الدراسة، كما يتبين أيضاً من خلال الرسم البياني أن هناك زيادة وبشكل تدريجي في متوسط حجم الإفصاح للمصارف ككل على مدى السنوات الأربع الأولى من الدراسة، حيث ارتفع من (1.55 من الصفحات) في سنة 2004 حتى وصل أعلى مستوى له في سنة 2007، بحيث بلغ (2.09 من الصفحات)، مما يدل على أهميته المتزايدة والتزام هذه المصارف بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، إلا أن هذه الزيادة لم تستمر وبدأت في الانخفاض تدريجياً حتى وصل حجم الإفصاح أدنى مستوى له في سنة 2009 عندما بلغ (1.40 من الصفحات).

كما تبين من البيانات الواردة بالجدول السابق أن المستوى الأعلى للإفصاح استأثرت به سنة 2007 حيث بلغ (3.11 من الصفحات) في حين بلغ المستوى الأدنى للإفصاح (0.44 من الصفحات) وقد كان ذلك في سنة 2005.

السؤال الفرعي الثاني: ما نوعية المعلومات الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية للمصارف التجارية؟ تتضمن التقارير السنوية بعض جوانب المسؤولية الاجتماعية ويتضح ذلك من خلال البيانات الواردة بالجدول (2) الذي يبين متوسط حجم الإفصاح حسب طرق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وكذلك من خلال الشكل (2) الذي يبين التمثيل البياني لمتوسط حجم الإفصاح حسب طرق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.



جدول (2) متوسط حجم الإفصاح (حسب طرق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية)

متوسط حجم الإفصاح	سنوات الدراسة						طرق الإفصاح الاجتماعي
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
0.48	0.41	0.51	0.54	0.51	0.51	0.40	الإفصاح المالي
0.52	0.48	0.51	0.64	0.58	0.48	0.45	الإفصاح الكمي
0.73	0.51	0.86	0.91	0.74	0.65	0.70	الإفصاح الوصفي
1.73	1.40	1.88	2.09	1.83	1.64	1.55	متوسط حجم الإفصاح

شكل (2) متوسط حجم الإفصاح (حسب طرق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية)

يبدو جلياً أن المصارف المستهدفة بالدراسة قد أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في تقاريرها السنوية مستخدمة في ذلك جميع طرق الإفصاح الاجتماعي

(المالي والكمي والوصفي) كما تبين من البيانات الواردة بالجدول (2) ما يلي:

- الإفصاح المالي: بلغ متوسط حجم الإفصاح المالي (0.48 من الصفحات)، ويعتبر الأقل من بين طرق الإفصاح الاجتماعي الأخرى، ولعل ذلك يرجع إلى صعوبة قياس التكاليف والمنافع الاجتماعية محاسبياً.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن متوسط حجم الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية بشكل مالي متقارب من سنة إلى أخرى، بحيث بلغ في سنة 2004 (0.40 من الصفحات)، واستمر في الارتفاع بشكل طفيف حتى بلغ في سنة 2007 (0.54 من الصفحات) ثم الانخفاض تدريجياً حتى بلغ في سنة 2009 (0.41 من الصفحات)، مما يدل على أن القوائم المالية التقليدية تأخذ نفس السياق في عملية الإفصاح المالي، بحيث كانت سنة 2007 هي الأعلى في مستوى حجم الإفصاح المالي من بين سنوات الدراسة.

● الإفصاح الكمي: بلغ متوسط حجم الإفصاح الكمي (0.52 من الصفحات)، وهي تمثل الرسومات البيانية والجداول الإحصائية التي تناولتها التقارير السنوية، بحيث بلغ متوسط حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية أدنى مستوى له في سنة 2004 (0.45 من الصفحات)، واستمر في الارتفاع تدريجياً خلال السنوات الأولى حتى سنة 2007 حيث بلغ (0.64 من الصفحات)، ويعتبر أعلى مستوى له خلال سنوات الدراسة، مما يدل على تزايد اهتمام المصارف التجارية بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، إلا أنه عاد ينخفض من جديد إلى أن بلغ (0.48 من الصفحات) في سنة 2009.

● الإفصاح الوصفي: بلغ متوسط حجم الإفصاح الوصفي (0.73 من الصفحات)، ويعتبر الأكبر حجماً من بين طرق الإفصاح الأخرى، مما يشير إلى أن المصارف التجارية تعتمد بشكل كبير على أسلوب الإفصاح الوصفي في أغلب تقاريرها، ويرجع ذلك إلى أن هذه التقارير غالباً ما تتضمن التعبير عن المعلومات الاجتماعية بصورة وصفية أكثر من طرق الإفصاح الاجتماعي الأخرى، كما يلاحظ أن مستوى حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية متذبذب من سنة إلى أخرى، حيث سجل أعلى

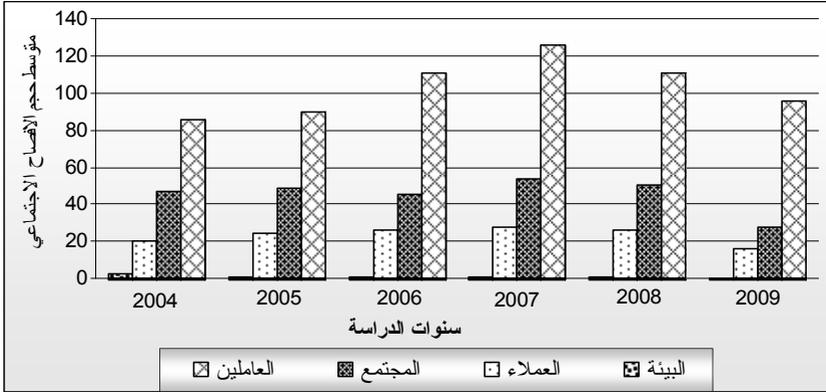
مستوى له في سنة 2007 (0.91 من الصفحات) مقارنة بسنوات الدراسة، وسجل أدنى مستوى له في سنة 2009 حيث بلغ (0.51 من الصفحات).

وبشكل عام يبدو أن المصارف المستهدفة بالدراسة قد استخدمت طرقاً مختلفة للإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية فكان بعضها في شكل إفصاح مالي والبعض الآخر في شكل إفصاح كمي أو وصفي، إلا أن أغلب طرق الإفصاح جاء في صورة (الإفصاح الوصفي) أكثر من طرق الإفصاح الأخرى.

السؤال الفرعي الثالث: ما مجالات المسؤولية الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية للمصارف التجارية؟

يبين الجدول (3) متوسط حجم الإفصاح حسب مجالات المسؤولية الاجتماعية التي أفصحت عنها المصارف التجارية المستهدفة بالدراسة في تقاريرها السنوية، والشكل (3) يبين التمثيل البياني لمتوسط حجم الإفصاح حسب مجالات المسؤولية الاجتماعية.

جدول (3) متوسط حجم الإفصاح (حسب مجالات المسؤولية الاجتماعية)							
متوسط حجم الإفصاح	سنوات الدراسة						مجالات المسؤولية الاجتماعية
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
0.01	0	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	حماية البيئة
0.23	0.16	0.26	0.28	0.26	0.24	0.20	خدمة العملاء
0.46	0.28	0.50	0.54	0.45	0.49	0.47	التفاعل مع المجتمع
1.03	0.96	1.11	1.26	1.11	0.90	0.86	العاملين
1.73	1.40	1.88	2.09	1.83	1.64	1.55	متوسط حجم الإفصاح



شكل (3) متوسط حجم الإفصاح (حسب مجالات المسؤولية الاجتماعية)

يبدو واضحاً من الجدول (3) والشكل (3) أن هناك تفاوت في متوسط حجم الإفصاح بين مجالات المسؤولية الاجتماعية، إذ نلاحظ أن أعلى متوسط لحجم الإفصاح كان في مجال العاملين يلي ذلك مجال التفاعل مع المجتمع، ثم مجال خدمة العملاء، وأما بالنسبة لمجال حماية البيئة فكاد أن يكون معدوماً في جميع التقارير السنوية للمصارف التجارية المستخدمة في الدراسة.

• مجال العاملين: أفصحت المصارف التجارية عن المعلومات المتعلقة بمجال العاملين، وقد بلغ متوسط حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لمجال العاملين (1.03 من الصفحات)، مما يدل على ارتفاع حجم مساهمة المصارف التجارية تجاه العاملين مقارنة بمجالات المسؤولية الاجتماعية الأخرى، حيث نلاحظ ارتفاع مستوى الإفصاح تدريجياً على مدى السنوات الأربع الأولى حتى بلغ أعلى مستوى له في سنة 2007 (1.26 من الصفحات)، ثم بدأ في الانخفاض خلال السنتين التاليتين ليبلغ في سنة 2009 (0.96 من الصفحات)، ويبدو أن هناك اهتمام من قبل المصارف المستهدفة بالدراسة بتحسين المستوى الاجتماعي والمادي والنفسي للعاملين، وقد يعود

ذلك إلى أن الموارد البشرية تمثل عنصراً مهماً من عناصر الإنتاج وهي ضرورية لزيادة ربحية المصارف، وفيما يلي نموذج للإفصاح المتعلق بالعاملين كالتالي:

"واصل المصرف تكثيف جهوده في مجال تنمية العناصر البشرية وتطوير مهارات وخبرات موظفيه من خلال التدريب والتأهيل في العلوم والتقنيات الخاصة بالأعمال المصرفية بالإضافة إلى تشجيع العاملين ومساعدتهم على التعلم والالتحاق بالجامعات والمعاهد العليا للحصول على درجات البكالوريوس والدبلوم العالي والماجستير في العلوم ذات العلاقة بالعمل المصرفي، كما تحرص إدارة المصرف على توفير الرعاية الصحية والاجتماعية اللازمة للموظفين وتقديم الحوافز المادية والمعنوية وتشجيعهم لتقديم الخدمات بكفاءة عالية"⁽¹⁾.

● مجال التفاعل مع المجتمع: نلاحظ أن جميع المصارف التجارية قد أفصحت عن مجال التفاعل مع المجتمع لجميع سنوات الدراسة، حيث بلغ متوسط حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية (0.46 من الصفحات)، مما يدل على إدراك هذه المصارف لدورها في خدمة المجتمع.

كما يتبين من خلال الجدول (3) والشكل (3) أن متوسط حجم الإفصاح غير متناسق خلال سنوات الدراسة ما بين الارتفاع والانخفاض، حيث بلغ أعلى مستوى له (0.54 من الصفحات) خلال سنة 2007، كما بلغ أدنى مستوى له في سنة 2009 إذ لم يتجاوز (0.28 من الصفحات)، ويوضح المثال التالي الإفصاح المتعلق بمجال التفاعل مع المجتمع.

"في إطار التوجهات التنموية الاقتصادية والاجتماعية المستهدفة لعب المصرف دوراً رئيسياً في حل مشكلة السكن بما يقدم من تسهيلات ائتمانية وقروض

1- مصرف الأمة، التقرير السنوي لسنة 2006، ص8.

للمواطنين وللشركات، كما ساهم المصرف في منح السلف الاجتماعية للمواطنين لغرض الزواج والمركوب⁽¹⁾.

• مجال خدمة العملاء: يتبين من الجدول (3) والشكل (3) أن جميع المصارف التجارية قد أفصحت عن مجال خدمة العملاء بنسب متزايدة ومتقاربة، حيث بلغ متوسط حجم الإفصاح عن هذا المجال (0.23 من الصفحات)، كما نلاحظ أن حجم الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بخدمة العملاء لم ينتج عنها اختلافاً كبيراً خلال سنوات الدراسة، بحيث بلغ (0.20 من الصفحات) في سنة 2004، ثم ارتفع مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تدريجياً خلال السنوات التالية، بحيث سجل أعلى مستوى له (0.28 من الصفحات) في سنة 2007، ثم انخفض مستوى الإفصاح خلال السنتين الأخيرتين حيث بلغ أدنى مستوى له (0.16 من الصفحات) في سنة 2009 مما يدل على انخفاض في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في مجال خدمة العملاء، مقارنة بمجالات المسؤولية الاجتماعية الأخرى، والتالي نموذج للإفصاح المتعلق بمجال خدمة العملاء كالتالي:

"يقدم المصرف كافة الخدمات المصرفية لعملائه وقد تميزت هذه السنة بزيادة حجم الودائع التي تحرص الإدارة على استقطابها لتلبية حاجات العملاء الائتمانية كما واصل المصرف العمل على توسيع قاعدة عملائه وتقديم أفضل الخدمات المصرفية لهم بسرعة وسهولة، كما يقوم المصرف بفتح الاعتمادات المستندية وتنفيذ الحوالات وشراء وبيع العملات وفق تعليمات مصرف ليبيا المركزي"⁽²⁾.

• مجال حماية البيئة: من خلال الجدول (3) والشكل (3) يتبين أن متوسط حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بلغ (0.01 من الصفحات) مما يدل على انخفاض

1- المصرف التجاري الوطني، التقرير السنوي رقم (35) لسنة 2005، ص2.

2- مصرف الأمة، التقرير السنوي لسنة 2007، ص11.

حجم مساهمة المصارف التجارية تجاه البيئة مقارنة بمجالات المسؤولية الاجتماعية الأخرى، حيث بلغ متوسط حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في سنة 2004 (0.02 من الصفحات) وهو الأعلى مقارنة بين سنوات الدراسة.

كما تبين أن متوسط حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لمجال حماية البيئة في باقي السنوات بلغ (0.01 من الصفحات)، باستثناء سنة 2009 والتي يعدم فيها الإفصاح كلياً، حيث جاء على سبيل المثال الإفصاح عن مجال حماية البيئة كالتالي: "إنشاء حديقة جميلة تحوط مبنى الوكالة من الجانب والخلف"⁽¹⁾.

كما تبين أيضاً أن المصارف التجارية لم تفصح عن معلومات تتعلق بمجال حماية البيئة بالصورة الكافية في تقاريرها السنوية، مما يدل على عدم مساهمتها في البرامج البيئية ويمكن إرجاع ذلك إما لانخفاض مستوى الوعي الاجتماعي بالأمور البيئية، وإما لعدم وجود قوانين ولوائح تلزمها بالقيام بمثل هذه النشاطات والإفصاح عنها، أو نتيجة عدم وجود ارتباط مباشر بين طبيعة أنشطة المصارف وبين قضايا البيئة كذلك الموجودة في منظمات أخرى كصناعة الإسمنت مثلاً.

وكنظرة عامة نلاحظ أن كل المصارف التجارية التي شملتها الدراسة قد أفصحت في تقاريرها السنوية عن معظم مجالات المسؤولية الاجتماعية وإن كانت بنسب متفاوتة، فنجد أن أعلى متوسط لحجم الإفصاح كان في مجال العاملين، ثم يليه مجال التفاعل مع المجتمع، مجال خدمة العملاء، مجال حماية البيئة على التوالي.

ملخص النتائج وتوصيات الدراسة:

النتائج ومناقشتها:

تناولت الدراسة بالبحث والتحليل الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا من واقع تقاريرها السنوية، فمن خلال التحليل السابق يمكن استخلاص النتائج التالية:

1- تبين أن جميع المصارف التجارية التي شملتها الدراسة قد أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في تقريرها السنوية في أماكن متفرقة وبمستويات متفاوتة ومتزايدة خلال سنوات الدراسة، حيث جاء هذا الإفصاح إما في صلب القوائم المالية التقليدية "معلومات مالية"، أو في الإيضاحات المتممة للتقارير المالية "معلومات وصفية"، أو في رسومات وأشكال بيانية وإحصائية "معلومات كمية"، وهذا يؤكد النتائج السابقة التي أوضحت أن هناك اهتمام واضح من قبل الشركات العاملة في ليبيا بمسؤولياتها الاجتماعية والإفصاح عنها، انظر على سبيل المثال (السيلايني، 2005؛ سمهود، 2003).

كما أن هذه النتيجة تتعارض مع ما توصلت إليه بعض الدراسات بأنه لا يوجد تحديد واضح لمجالات المسؤولية الاجتماعية والتي يجب الإفصاح عنها من قبل المنظمات الصناعية الليبية، انظر على سبيل المثال (المقلة، 1999؛ سمهود، 2003؛ حنيو، 2009).

2- أظهرت نتائج الدراسة أن المصارف التجارية قد تناولت طرق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بأشكالها المختلفة في تقاريرها السنوية (مالية وكمية ووصفية)، مع تركيزها على استخدام الأسلوب الوصفي، حيث كانت معظم المعلومات الواردة في التقارير السنوية في شكل وصفي (ما يقارب 43%) من متوسط حجم المعلومات التي تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية، في حين استخدم الأسلوب المالي بأقل نسبة أي بما

يعادل ربع متوسط حجم المعلومات المفصح عنها ويمكن ارجاع ذلك لصعوبة قياس وفصل المعلومات المتعلقة بتكاليف المسؤولية الاجتماعية، وهذا يتفق مع آراء مستخدمي ومعدّي التقارير، حيث يرون أنه من الأفضل الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في صورة معلومات وصفية وكمية ومالية، انظر على سبيل المثال (رزيق، 2009؛ الخيال، 2003).

3- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تفاوت في متوسط حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لدى المصارف التجارية عند تقريرها عن أنشطتها الخاصة عن كل مجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية حيث أن الأهمية النسبية تتفاوت بدرجة كبيرة من مجال لآخر و جاءت هذه النتائج منسجمة مع معظم الدراسات السابقة التي أكدت أن الموارد البشرية (مجال العاملين) حضي باهتمام أكبر، وخصت له مساحات أكبر في التقارير السنوية مقارنة بباقي المجالات، انظر على سبيل المثال (Andrew et al., 1989; Abu-Baker & Naser, 2000,) (Pratten & Mashat, 2009, Zubek, & Lovegrove 2009) في حين جاءت المعلومات المتعلقة بمجال التفاعل مع المجتمع ومجال خدمة العملاء في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي، وهذه النتيجة لا تتطابق مع ما توصل إليه (Aribi & Gao, 2012) في دراستهم للمصارف العاملة في الخليج العربي ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، حيث كان متوسط حجم الإفصاح عن مجال خدمة العملاء في المرتبة الأولى يليه مجال العاملين.

4- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تدني في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية عن مجال المحافظة على البيئة، وقد يرجع ذلك إما لاختلاف طبيعة نشاط المصارف عن منظمات الأعمال الأخرى (صناعي، مالي، تأميني، خدمي) وإما أن هذه المصارف لا تعير اهتماماً كبيراً بالجوانب الايجابية من المعلومات البيئية واعتبار

ذلك من مسؤولية الدولة، وهذا يؤكد النتيجة السابقة التي أوضحت غياب وعدم اهتمام المنظمات في ليبيا بالإفصاح البيئي كما وكيفاً، انظر على سبيل المثال; Ahmad & Handley 2008) السيليني، (2005).

5- تبين من خلال الاطلاع على التقارير السنوية للمصارف التجارية الليبية عدم وجود نموذج محاسبي يمكن من خلاله الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية، مما يدل على عدم وجود نظام للمحاسبة الاجتماعية والإفصاح عنها مطبقاً فعلاً داخل المصارف التجارية محل الدراسة، وأن هذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة بعدم وجود نموذج محاسبي مقبول بشكل عام وقابل للتطبيق، انظر على سبيل المثال (سمهود، 2003).

التوصيات:

على ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، ولكي تقوم المصارف التجارية الليبية بمسؤولياتها الاجتماعية يجب أن تدرك أولاً مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع، ثم القيام بها من خلال ممارسة بعض الأنشطة المرتبطة بالمجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية، وعليه يمكن تقديم التوصيات التالية:

1- العمل على زيادة وعي المستويات الإدارية المختلفة بالمصارف التجارية بأهمية المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في التقرير السنوي، باعتبار أنها جزء من البيئة المحيطة تؤثر وتتأثر بها.

2- ضرورة قيام الجهات المحاسبية والرقابية المختصة في هذا المجال بعملية إصدار القوانين والتشريعات والمعايير المحاسبية التي تلزم المصارف بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، والبحث عن أفضل الطرق والوسائل الممكنة نحو التشجيع والتحفيز والتوسع في سياسة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

- 3- إجراء الدراسات والأبحاث اللازمة لوضع نموذج محاسبي للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تلتزم به جميع المنظمات الليبية بشكل عام، بحيث يكون سهل الفهم والتطبيق معاً وبتكلفة مقبولة.
- 4- ضرورة أن يقوم الباحثون في مجال المحاسبة والإدارة بإجراء المزيد من البحوث والدراسات العلمية في مجال المحاسبة الاجتماعية، تمهيداً لإيجاد الحلول المناسبة من أجل الرفع من مستوى الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الليبية عموماً، مثل إجراء دراسة تشمل كل المصارف التجارية العاملة في ليبيا وإجراء بعض المقارنات بين القطاعين العام والخاص.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- 1- الخيال، توفيق عبد المحسن، (2003)، أهمية الإفصاح عن المسؤولية البيئية والاجتماعية في التقارير المالية المنشورة، مجلة الفكر المحاسبي، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد 2، ص ص 256-353.
- 2- السيليني، معمر يوسف، (2005)، مدى التزام الشركات الصناعية الليبية بالإفصاح عن الأداء الاجتماعي محاسبياً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- 3- الككلي، سعاد العربي، (2001)، الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية للوحدات الاقتصادية في القوائم المالية المنشورة، دراسة ميدانية في الشركات الصناعية الليبية بالمنطقة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس.
- 4- المُقله، محمود عاشور، (1999)، المسؤولية الاجتماعية وأساليب الإفصاح عنها في المنظمات الصناعية الليبية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة قاريونس.
- 5- حنيو، نضال محمد، (2009)، المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية الليبية، مع دراسة حالة مصرفي الوحدة والتجارة والتنمية، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس.
- 6- حنان، رضوان حلوة، (2003)، بدائل القياس المحاسبي المعاصر/مشكلات محاسبية معاصرة، عمان: دار وائل للنشر، الطبعة الأولى.
- 7- حمودة، نور الدين عبد الله، (2007)، نحو نظرية للمحاسبة البيئية والاجتماعية طرابلس: الدار الأكاديمية للطباعة والتأليف والترجمة والنشر، الطبعة الأولى.

8- رزيق، مراد أبو القاسم، (2009)، الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية وموقف المحاسبين الليبيين منه، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس.

9- سمهود، فتحي المبروك، (2003)، دور المحاسبة في قياس وعرض الأداء الاجتماعي للوحدات الصناعية، دراسة ميدانية على الشركة العامة للصناعات الكيماوية بأبي كماش، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية المحاسبة، جامعة غريان.

10- قرقد، علي مفتاح، (2010)، المسؤولية البيئية والإفصاح البيئي للشركات من وجهة نظر مديري الشركات الصناعية الليبية، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس.

11- عليان، ربحي مصطفى وغنيم عثمان محمد، (2008)، أساليب البحث العلمي - الأسس النظرية والتطبيق العلمي، عمان: دار صفا للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية.

12- محمد، خالد حسين، (2008)، تأثير القياس والإفصاح المحاسبي عن تكاليف حماية البيئة على قرار الاستثمار، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.

ثانياً المراجع الأجنبية:

1- Abu-Baker, N., & Naser, K. (2000). Empirical Evidence on Corporate Social Disclosure (CSD) Practices in Jordan. International Journal of Commerce and Management, 10(3), 18-34.

2- Ahmad, N.S & Handley, M, (2008), "Corporate Environmental Disclosure in Libya", Business Excellence and Competitiveness in Middle East and North Africa, Inderscience Enterprises Ltd, UK.

- 3- Aribi, Z. A. & Gao, S. S. (2012). Narrative Disclosure of Corporate Social Responsibility in Islamic Financial Institutions. *Managerial Auditing Journal*, 27(2) 199-222.
- 4- Andrew, B., Gul, F., Guthrie, J., & Teoh, H. (1989). A Note on Corporate Social Disclosure Practices in Developing Countries: The Case of Malaysia and Singapore. *The British Accounting Review*, 21(4), 371-376.
- 5- Belkaoui, A., & Karpik, P. G. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2(1) 36-51.
- 6- Buhr, N. & Freedman, M. (2001). Culture, Institutional Factors and Differences in Environmental Disclosure between Canada and the United States. *Critical Perspectives on Accounting*; 12, 293-322.
- 7- Das, S. C. (2013). Corporate Social Reporting and Human Resource Disclosures: Experiences from Insurance Companies in India. *Social Responsibility Journal*, 9, 19-32.
- 8- Djajadikerta H. G. & Trireksani T. (2012) Corporate Social and Environmental Disclosure by Indonesian Listed Companies on

- Their Corporate Web Sites. Journal of Applied Accounting Research, 13 (1) 21-36.
- 9- Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S. (1995), "Methodological Themes Constructing a Research Database of Social And Environmental Reporting by UK Companies, Accounting Auditing And Accountability Journal,8(2)78-101.
- 10- Gray, R. Owen, D. and Adams, C.(1996)," Accounting and Accountability, London, Prentice Hall Inc
- 11- Gray, R., Javad, M., Power, D.M. & Sinclair, C.D. (2001), "Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension", Journal of Business Finance and Accounting, 28 (3), 327-56.
- 12- Guthrie, J. & Mathews, M. (1985), Corporate Social Reporting in Australia, Research in Corporate Social Performance and Policy, 7, 251-271.
- 13- Hackston, D. & Milne, M.J. (1996), Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies, Accounting Auditing and Accountability Journal, 9(1),77-108.
- 14- Pratten, J.D. & Mashat, A.A. (2009), "Corporate Social Disclosure in Libya", Social Responsibility Journal, 5 (3), 311-27.

15- Zubek, F. & Lovegrove, I. (2009). Human Resource Disclosure: Practice and Influences in the Libyan Oil Industry, The international Journal of Knowledge, Culture and Change Management 9(5), 51-60.