

مجلة البحوث المالية والاقتصادية

مجلة علمية إلكترونية محكمة متخصصة في المجالات المحاسبية والمالية والإدارية والاقتصادية تصدر
عن قسم المحاسبة بكلية الاقتصاد بجامعة بنغازي

واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية "دراسة تطبيقية على المصارف التجارية في ليبيا"

الدكتور: فاطمة مفتاح الفلاح²

الدكتور: فاطمة إبراهيم رفيع¹

الملخص:

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.

الكلمات الدالة: الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية- التقارير المالية المنشورة- المصارف التجارية في ليبيا.

إقتبس هذه المقالة:

معتز كبلان، المعتز الشخي (2020)، مدى إمكانية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن في المستشفيات الخاصة الليبية، مجلة البحوث المالية والاقتصادية، مقالة رقم 3، الإصدار الخامس، جامعة بنغازي، قسم المحاسبة، ص 43-62.

The Reality of the Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) in the Financial Reports of the Commercial Banks "A Applied Study on Commercial Banks in Libya"

Dr. Fatma Ibrahim Rafie

Dr. Fatimah Miftah Alfalah

Abstract:

The study aimed to identify the reality of the Corporate Social Responsibility disclosure (CSR) in the financial reports of the commercial banks in Libya and the pioneering banks in this. The method of content analysis was used. CSR was found in three aspects (employees, public contributions, customers), but the size of disclosure was weak. The Commerce and Development Bank was the pioneer in the field of CSR. The study recommended to issuing legislations to compel the banks in Libya to disclose their social performance, in addition to making them aware of the importance of CSR.

Key Words: Corporate Social Responsibility disclosure(CSR) - The financial reports - The commercial banks in Libya.

1 أستاذ مساعد بقسم المحاسبة - كلية الاقتصاد - جامعة بنغازي. Email: Fatma_saed69@hotmail.com

2 أستاذ مساعد بقسم المحاسبة - كلية الاقتصاد - جامعة بنغازي. Email: fatraf2003@yahoo.com

1 مقدمة:

تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بموضوع المسؤولية الاجتماعية وبات تبني المنظمات المعاصرة لأنشطة في هذا المجال من أولوياتها، بل أصبحت هذه المنظمات تتنافس على أن تكون رائدة في هذا المجال، رغم أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لازالت تعتمد على المبادرات الحسنة من المنظمة دون وجود إلزام قانوني لها، ويرى البعض بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بعدد من الأنشطة الاجتماعية، مثل مكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشاكل المواصلات، والإسكان، والصحة، والتعليم، وغيرها من الخدمات، وقد أكد العديد من الباحثين (الأمير، 2020) على أهمية الاستثمار في المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية بحيث أصبحت تعد استراتيجية كونها تعود بالنفع على المنظمة في شكل زيادة المبيعات أو تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة في عقل أفراد المجتمع الذي تعمل في محيطه، وقد أشار Kablan في دراسته (2017) التي هدفت إلى تحديد أثر تبني شركة المدار (إحدى شركات الاتصالات المساهمة الليبية) للمسؤولية الاجتماعية على أدائها المالي، باستخدام مؤشري العائد على الأصول والعائد على المبيعات، إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني المسؤولية الاجتماعية وتعزيز الأداء المالي للشركة.

إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركة يعني تصرف هذه الأخيرة على نحو يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والمساءلة من قبل أصحاب المصلحة من ملاك، وعاملين، ومستهلكين، وحكومة، ومنظمات مجتمع مدني، وغيرها من أصحاب المصلحة، ويتطلب مفهوم المساءلة هذا توفير معلومات عن المسؤولية الاجتماعية للشركة من خلال الإفصاح عنها في التقارير الدورية، بما يمكن أصحاب المصلحة من الوقوف على الأداء الاجتماعي للمنظمة، وأصبح الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure في تقاريرها المالية الدورية، مطلباً أساسياً وملحاً لأصحاب المصلحة.

2 مشكلة الدراسة:

تناول العديد من الباحثين أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة في التقارير المالية للمنظمة بالنسبة لأصحاب المصلحة، وأثره في قرارات مستخدمي هذه التقارير منها على سبيل المثال دراسة (عنيزة، وعلي، 2013) التي بينت أن مستخدمي القوائم المالية يهتمون بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وإن هذا الإفصاح يؤثر في قراراتهم، كما أشارت دراسة (Nair, et al, 2019) إلى دور الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة في التقارير المالية الدورية في زيادة الشفافية المالية، وتحسين جودة المعلومات المتاحة للمستثمرين، وقد حظي موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة في التقارير المالية باهتمام العديد من الباحثين في هذا المجال على المستوى الدولي والإقليمي والمحلي على حد سواء، إلا أن أغلب الدراسات التي تمت في هذا المجال أكدت على وجود قصور في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة في التقارير المالية، وإن مستوى الإفصاح كان ضعيفاً (أبو سمر، 2009؛ الزامل، 2015)، كما تناولت دراسة الدراوي، وعايض (2016) بالنقد والتحليل عدد من الدراسات التي تمت في البيئة الليبية حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات ومدى الإفصاح عنها في تقاريرها السنوية في الفترة من 2004 إلى 2015، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها إجماع تلك الدراسات على أن هناك ضعف في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما أشارت دراسة (قطاطي وآخرون، 2013) إلى أن المصارف التجارية في ليبيا قد أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في أماكن متفرقة من تقاريرها السنوية وبمستويات متفاوتة خلال الفترات المالية من 2004-2009، إلا أن أغلب المعلومات جاءت في شكل وصفي، كما بينت الدراسة عدم وجود نظام للمحاسبة الاجتماعية والإفصاح عنها مطبق فعلاً داخل تلك المصارف، ونظراً لأهمية القطاع المصرفي في ليبيا ودوره الحيوي في الاقتصاد القومي، فإنه من الأهمية بمكان تسليط الضوء على إفصاحه عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية، للوقوف على مستوى الأداء الاجتماعي لهذا القطاع الحيوي، وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الجوهري التالي:

"ما هو واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية في ليبيا؟"

3 هدف الدراسة:

3.1 الهدف الرئيس للدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية في ليبيا.

3.2 الأهداف الفرعية للدراسة:

3.2.1 التعرف على مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في ليبيا.

3.2.2 التعرف على حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية في ليبيا.

3.2.3 التعرف على كيفية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية في ليبيا.

3.2.4 التعرف على المصارف التجارية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في التقارير المالية.

4 أهمية الدراسة:

4.1 يستمد البحث أهميته من كونه يمس موضوعاً هاماً في الوقت الحاضر ألا وهو المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في القوائم والتقارير المالية.

4.2 تبرز أهمية البحث من أهمية الدور الذي يلعبه القطاع المصرفي في البيئة الليبية في خدمة المجتمع والبيئة.

4.3 يكتسب البحث أهميته من محاولة التعرف على المصارف الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في قوائمها وتقارير المالية، مما يحث المصارف على المضي قدماً والتنافس في هذا المجال.

4.4 يستمد البحث أهميته من خلال إثرائه للمكتبة العربية بهذا النوع من البحوث والتي سوف توفر مادة علمية للكثير من الباحثين والدارسين والمهتمين بموضوع البحث.

4.5 أخيراً، تكمن أهمية البحث من خلال تقديم توصيات للمسؤولين في مصرف ليبيا المركزي والمصارف التجارية العاملة في ليبيا والجهات الرقابية والتشريعية عن أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وما لذلك من مردود إيجابي على قيمة المصرف.

5 الدراسات السابقة:

5.1 دراسة (أبو سمرة، 2009):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات، وكذلك معرفة واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لتلك الشركات، من خلال دراسة محتوى التقارير المالية الصادرة عنها، وخلصت الدراسة إلى أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية كان ضعيفاً ويكاد يكون معدوماً في غالبية التقارير المالية للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، كما بينت الدراسة أن هناك معوقات تحد من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة تمثلت في ضعف التشريعات المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية الفلسطينية، وزيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وأوصت الدراسة بأن يهتم سوق

فلسطين للأوراق المالية بالإفصاح عن معلومات ذات دلالات اجتماعية، ويستخدمها في تقييم أداء الشركات المساهمة العامة، وضرورة قيام الهيئات الرسمية والمنظمات غير الربحية بتطوير مؤشر خاص بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها أسوةً بالعديد من الدول المتقدمة، وتعزيز ثقافة وممارسة الشركات المساهمة العامة لمسؤوليتها الاجتماعية، وتفعيل دور الجمعيات المهنية الفلسطينية في هذا المجال.

5.2 دراسة (الفحاء، 2012):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التزام الشركات المساهمة العامة الكويتية بالإفصاح عن بنود المسؤولية الاجتماعية، من خلال استبيان تم توزيعه على عينة من المدراء الماليين العاملين بهذه الشركات، وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات المساهمة العامة الكويتية تلتزم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بحماية البيئة، وحماية المستهلك، ونوع الأنشطة الخاصة بخدمة المجتمع المحلي، وكذلك المتعلقة بأنظمة وقوانين حماية البيئة العامة، وأوصت بحث الشركات المساهمة العامة الكويتية على الاستمرار في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

5.3 دراسة (عنيزة، وعلي، 2013):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية للوحدات الاقتصادية العراقية في قرارات مستخدمي هذه القوائم، من خلال إجراء دراسة تطبيقية على معمل اسمنت الكوفة في سنة 2010، ومن خلال دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي القوائم المالية في سوق العراق للأوراق المالية حول أثر المسؤولية الاجتماعية في قراراتهم، وتوصلت الدراسة إلى أن الوحدات الاقتصادية العراقية لا تقوم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في قوائمها المالية، وأن مستخدمي القوائم المالية يهتمون بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وأن هذا الإفصاح يؤثر في قراراتهم، كما بينت الدراسة اختلاف الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية لمستخدمي القوائم المالية، حيث حظي مجال حماية المستهلك بالاهتمام الأكبر.

5.4 دراسة (قطاطي وآخرون، 2013):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا، وذلك من خلال تحليل مضمون التقارير المنشورة لعينة من المصارف التجارية للسنوات من 2004 - 2009، وقد ركز التحليل على المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في هذه التقارير من حيث حجم ونوعية ومجالات الإفصاح، وتوصلت الدراسة إلى أن جميع المصارف التجارية محل الدراسة أفصحت عن المعلومات الاجتماعية في أماكن متفرقة من تقاريرها السنوية وبمستويات متفاوتة ومتزايدة 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 الاجتماعية والإفصاح عنها مطبق فعلاً داخل المصارف التجارية في ليبيا، وأوصت الدراسة بالعمل 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.

5.5 دراسة (الزامل، 2015):

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للشركات الصناعية المساهمة السعودية (قطاعي البتروكيماويات والإسمنت)، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين مستوى الإفصاح وبعض خصائص الشركات، وآليات الحوكمة، وتوصلت الدراسة إلى تباين مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية بين الشركات، وأن مستوى الإفصاح في العموم كان منخفضاً مقارنة بالدول المتقدمة، وقد تصدر مجال المجتمع المحلي أعلى مستوى إفصاح، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية وكل من إجمالي الأصول، وإجمالي المبيعات، وعلاقة عكسية بين مستوى الإفصاح وكل من عدد أعضاء مجلس الإدارة المستقلين، وعدد لجان مجلس الإدارة، وعدم وجود علاقة بين مستوى الإفصاح وكل من عدد أعضاء مجلس الإدارة، وعدد اجتماعات مجلس الإدارة، وعمر الشركة، كما بينت الدراسة عدم وجود فروق في مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات تبعاً للموقع الجغرافي للشركة.

5.6 دراسة (الدرابي، وعايض، 2016):

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الجهود المبذولة من قبل الباحثين في البيئة الليبية حول موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات، ومدى الإفصاح عنها في تقاريرها السنوية، من خلال استعراض عدد من الدراسات التي تمت في البيئة الليبية في الفترة من 2004 إلى 2015 مع النقد والتحليل، وتوصلت الدراسة إلى إجماع تلك الدراسات على أن هناك ضعف في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما بينت الدراسة أن الإفصاح في مجال البيئة اخذ المرتبة الأولى في الاهتمام من قبل الباحثين في الشأن الليبي، ويأتي في المرتبة الثانية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في مجال الموارد البشرية، وفي المقابل لم يحظى كل من مجال المساهمة العامة ومجال المستهلك بالاهتمام الكافي من قبلهم، وأوصت الدراسة بضرورة بحث العوامل التي من شأنها أن تؤثر على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

5.7 دراسة (عبد العزيز، 2016):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التزام الشركات الصناعية في ولاية الخرطوم بالإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية، واعتمدت الدراسة الميدانية على استبيان تم توزيعه على المدراء الماليين والمحاسبين العاملين في عينة من هذه الشركات، وأظهرت الدراسة التزام الشركات الصناعية بولاية الخرطوم بالإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في مجال البيئة وخدمة المجتمع المحلي، وأوصت الدراسة بأن تقوم الدولة بتشجيع الشركات الصناعية التي تقصح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية من خلال منحها إعفاء من الضرائب أو غيرها من التسهيلات مقابل مساهمتها الاجتماعية.

5.8 دراسة (طرشي، ويخلف، 2017):

تناولت هذه الدراسة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من منظور محاسبي، وهدفت الدراسة إلى معرفة إلى أي مدى يمكن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية للمنشآت، واستعرضت طرق قياس التكاليف والمنافع الاجتماعية وأساليب الإفصاح المختلفة عنها، وأشارت إلى عدد من العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح عن التكاليف والمنافع الاجتماعية (عوامل تتعلق بالوحدة الاقتصادية نفسها، وعوامل متعلقة بالمراجع الخارجي، وعوامل تتعلق بالضغط الإعلامي، بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل مدى ضغط الأجهزة الحكومية على الوحدات الاقتصادية، ومدى استعداد هذه الوحدات وإمكانية امتلاكها للخبرات والكوادر المؤهلة لكي تتبنى هذا الإفصاح، وخلصت الدراسة إلى أن الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية المتعلقة بالتكاليف والمنافع الاجتماعية أمر مهم لتوضيح البنود في الميزانية وقائمة الدخل أو لزيادة الإيضاحات المتعلقة بها، وإن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يساهم في تحسين نتائج

وأداء المنشأة الاقتصادي، والكشف عن واقعها العملي من زاوية اجتماعية، وأوصت بالفصل بين المعلومات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وبيانات المحاسبة المالية.

5.9 دراسة (Elhawary and Arafa, 2018):

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مجموعة أصحاب المصالح الذين لديهم تأثير قوي على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، من خلال دراسة تأثير أصحاب المصالح على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع المصرفي في مصر، وتمت الدراسة على عينة من 38 بنك في مصر لعام 2015، وتوصلت الدراسة إلى أن البورصة المصرية، ولجان المراجعة، وشركات المراجعة الكبرى، لديها التأثير الأقوى في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وفي المقابل وجدت الدراسة أن المدراء والعملاء والمصرفيين تأثيرهم ضئيل جدا في هذا الجانب، كما أشارت الدراسة إلى أن مدى وجودة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع المصرفي المصري لازالت ضعيفة خاصة في المصارف الوطنية، وأوصت الدراسة بمطالبة البورصة المصرية والبنك المركزي المصري بإصدار عدد من القوانين واللوائح والإرشادات لتحسين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتمكين دورها الإشرافي في هذا الصدد.

5.10 دراسة (Nyarku and Hinson, 2018):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير البنوك العاملة في غانا، وذلك من خلال فحص التقارير السنوية للبنوك المحلية والأجنبية العاملة في غانا للفترة المالية من 2010-2014، وتم فحص 50 تقرير لعينة مختارة من على الانترنت (Websites)، وبينت الدراسة أن الإفصاح الخارجي عن المسؤولية الاجتماعية كان أكثر من الإفصاح الداخلي، حيث وجدت الدراسة أن بنك أجنبي واحد أفصح في التقارير الداخلية عن جانب المنتج والعملاء، بينما أفصح بنك محلي واحد وخمس بنوك أجنبية عن جانب العاملين، وفيما يتعلق بالتقارير الخارجية كان الإفصاح في الغالب عن جانبي البيئة والمساهمات العامة، حيث لوحظ أن القضايا المتعلقة بالتعليم والصحة والرياضة والتنمية تهيمن على الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، وأوصت الدراسة بوضع إطار لتبويب تقارير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية داخليا وخارجيا.

5.11 دراسة (Salehi et al, 2018):

هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وبعض خصائص الشركة مثل حجم المنشأة، والرافعة المالية، والربحية، وعمر المنشأة، ونوع الصناعة، بالتطبيق على الشركات المسجلة في بورصة طهران للأوراق المالية، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وبعض متغيرات المراجعة مثل تكلفة عملية المراجعة، وساعات المراجعة، وحجم شركة المراجعة، وبينت الدراسة وجود علاقة طردية جوهرية بين كل من حجم وعمر المنشأة وبين مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وفي المقابل أظهرت وجود علاقة عكسية جوهرية بين كل من الرافعة المالية والربحية وبين مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، كما بينت الدراسة أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يختلف باختلاف نوع الصناعة، وأن نوع الصناعة يعتبر عاملاً مؤثراً في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في صناعات الآلات، والأجهزة، والمنتجات المعدنية، والمواد الغذائية، والمشروبات، والمنسوجات أقل من مستوى الإفصاح في صناعة الأدوية، كما أظهرت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية جوهرية بين تكلفة المراجعة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

5.12 دراسة (Nair, et al, 2019):

هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والشفافية المالية في الهند، ودور هذا الإفصاح في تحسين جودة المعلومات المتاحة للمستثمرين، لاسيما في ظل قانون الشركات لعام 2013، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يزيد من الشفافية المالية خاصة في قطاع التجزئة.

6. ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة نستخلص ما يلي:

6.1 إن بعض الدراسات تناولت معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وتناول بعضها الآخر أثر بعض الخصائص والمتغيرات على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية، بينما تهدف الدراسة الحالية لمعرفة واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية.

6.2 إن بعض الدراسات تناولت الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للوحدات الاقتصادية المختلفة (مصارف تجارية، وشركات صناعية، وصناعات بتروكيماوية، وغيرها)، وفي بيئات مختلفة (دولية، وعربية)، بينما تتناول الدراسة الحالية المصارف التجارية في البيئة الليبية.

6.3 تناولت دراسة (القطاطي وآخرون، 2013) الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا بصفة عامة عن الفترة من 2004-2009، بينما الدراسة الحالية تتناول معرفة واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف العاملة في ليبيا عن الفترة من 2011-2015، وهي فترة انتقالية للدولة الليبية حدثت فيها الكثير من المتغيرات التي من شأنها التأثير على الأداء الاجتماعي للمصارف التجارية وحجم الإفصاح عنه في تقاريرها المالية، كما تختلف عنها في أنها تهدف إلى معرفة مستوى الإفصاح لكل مصرف على حده خلال سنوات الدراسة لمعرفة المصرف الرائد في هذا المجال، بينما تناولت الدراسة السابقة حجم الإفصاح للمصارف ككل دون تمييز، كما تختلف عنها في وحدات القياس، حيث استخدمت الدراسة السابقة نسبة من الصفحة بينما استخدمت الدراسة الحالية نسبة من عدد الصفحات.

7 أسئلة الدراسة:

يتمثل التساؤل الجوهرى للدراسة في:

"ما هو واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة في التقارير المالية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا؟"، وللإجابة على هذا التساؤل تم صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

7.1 ما هي مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة في ليبيا؟.

7.2 ما هو حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية في ليبيا؟.

7.3 كيف يتم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية في ليبيا؟.

7.4 ما هو المصرف الرائد في مجال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية؟.

8 التأطير النظري لموضوع الدراسة:

8.1 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

المسؤولية الاجتماعية مصطلح مستخدم على نطاق واسع في الآونة الأخيرة، وقد تعددت واختلفت تعريفات هذا المصطلح من قبل الباحثين والهيئات والمنظمات المهنية والدولية، وإن اتفقت على أهميته الاستراتيجية للمنظمة والمجتمع على حد سواء، فعلى مستوى الباحثين في هذا المجال على سبيل المثال يرى Liu (2019) "أن المسؤولية الاجتماعية تعني المساهمة الطوعية لموارد المنظمة في أنشطة تخدم

البيئة المحيطة وتحقق تحسينات اجتماعية واقتصادية"، في حين يرى (Jacob 2012) "بأن المسؤولية الاجتماعية تمثل السفير بين المجتمعات وقطاع الأعمال" (Lemus, 2016, p:26)، وعلى مستوى المنظمات والهيئات الدولية نجد أن الاتحاد الأوروبي عرف المسؤولية الاجتماعية "بأنها مفهوم تقوم بمقتضاه منظمات الأعمال بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل تطوعي"، كما عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية للشركات على "إنها الالتزام المستمر بالتصرف الأخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرتهم وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع ككل" (Singh, 2014,p:1)، وتُعرف منظمة المقياس العالمية ISO المسؤولية الاجتماعية "بأنها مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع، مع الأخذ في الاعتبار توقعات المساهمين" (زرغون والعمرى، 2013، ص:88).

عليه يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية للشركة (Corporate Social Responsibility) والتي تعرف اختصاراً (CSR) "هي الالتزام الأخلاقي من قبل المنظمة تجاه أصحاب المصلحة من داخل المنظمة وخارجها، والمجتمع التي تعمل في محيطه بصفة عامة".

8.2 أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

تتبع أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة (CSRD) من أهمه الإفصاح بصفة عامة بالنسبة لمستخدمي المعلومات المحاسبية من أصحاب المصلحة، للوقوف على أداء المنظمة المالي والاجتماعي على حد سواء، لاسيما أن الأداء الاجتماعي في حد ذاته يترتب عليه إنفاق موارد اقتصادية تنعكس في بنود القوائم المالية، ومن خلال الاطلاع على الأدب المحاسبي في هذا المجال يمكن تلخيص أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة (CSRD) في النقاط التالية (إبراهيم، ومحمد، 2016 ; أبو سمرة، 2009):

8.2.1 الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة يلبي احتياجات مستخدمي التقارير المالية من أصحاب المصلحة للمعلومات الملائمة عن المسؤولية الاجتماعية للشركة.

8.2.2 الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة يدفع باتجاه تطوير مهنة المحاسبة لتستوعب الأداء الاجتماعي ضمن تقاريرها المالية.

8.2.3 الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة يدعم ثقة أصحاب المصلحة من داخل المنظمة وخارجها في المنظمة، ويزيد من فرص الاستثمار فيها، والإقبال على منتجاتها أو خدماتها، مما يعزز مركزها الريادي بين منافسيها.

8.2.4 الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة يساهم في تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة واتجاهاته من سنة إلى أخرى، مما يعزز توجه الجهات التشريعية والتنفيذية لإصدار القوانين والتشريعات الملزمة لمنظمات الأعمال بتبني مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع الذي تعمل في محيطه من جهة، ومن جهة أخرى منح امتيازات للمنظمات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية.

8.2.5 الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يساعد الهيئات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني بما فيها جمعيات حقوق المستهلك، والنقابات العمالية والمهنية، على التنسيق والتعاون مع المنظمة لترشيد قراراتها في مجال الأداء الاجتماعي، وتوجيهها في المجالات الملحة والأكثر أهمية بالنسبة للعاملين، والعملاء، والمجتمع والبيئة المحيطة بصفة عامة، في إطار السعي نحو تحقيق رفاهية المجتمع.

8.3 مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

تنوع تبويب مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركة في الأدب المحاسبي من قبل الهيئات والمنظمات المهنية، والباحثين في هذا المجال، فقد حددها المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (A.I.C.P.A) بستة مجالات هي: البيئة، والموارد غير المتجددة، والموارد البشرية، والموردون، والعمال، والمجتمع، وهناك تبويب آخر يتضمن ستة مجالات ولكن بتسميات مختلفة هي: المسؤولية تجاه المجتمع المحلي، والعاملين، والعملاء، والموردين، والبيئة، والمساهمين، وهناك اتجاه قسم المسؤولية الاجتماعية إلى خمس مجالات هي: الملاك، والعاملين، والمستهلكين، والبيئة، والمجتمع، أما جمعية المحاسبة الأمريكية (A.A.A) فقد أصدرت تقريراً بخمس مجالات هي: الرقابة على البيئة، وتوظيف الأقليات، والعاملون، وتحسين المنتج، وخدمة المجتمع، كما حددت لجنة المحاسبة عن الأداء الاجتماعي من قبل الجمعية القومية للمحاسبين الأمريكية (A.A.N) المسؤولية الاجتماعية في أربع مجالات هي: تفاعل المنظمات مع المجتمع، والمساهمة في تنمية الموارد البشرية، والمساهمة في تنمية الموارد الطبيعية والبيئية، والارتقاء بمستوى جودة السلع والخدمات، وهناك من حدد المسؤولية الاجتماعية في ثلاث مجالات هي: مجال المنتج، ومجال الموارد البشرية، ومجال الموارد الطبيعية، وفي تبويب آخر مجال الموارد البشرية الداخلية، ومجال الموارد البشرية الخارجية، ومجال البيئة المحيطة (أبو سمرة، 2009، ص:32؛ شابون، 2015، ص:87).

ويمكن القول أن التبويب الأوسع والأكثر قبولا من قبل أغلب الباحثين والمهتمين بهذا الشأن، هو تبويبها إلى أربع مجالات هي (عنيزة، وعلي، 2013، ص:165-166):

8.3.1 مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية:

هي الأنشطة التي تعمل على إزالة الآثار السلبية لطبيعة عمل المنظمة، مثل المساهمة في تخفيض التلوث، ومعالجة الأضرار الناتجة عنه، واستخدام مصادر جديدة للطاقة.

8.3.2 مجال الموارد البشرية (العاملين):

هي الأنشطة التي تعمل على تحسين وضع وظروف العاملين بالمنظمة بشكل عام، مثل نظام أجور ملائمة، وسياسة ترقيات عادلة، وبرامج تدريب وتطوير، وتأمين صحي لهم ولأسرهم، وتوفير وسائل النقل، وتوفير إسكان للعاملين، وغيرها من الأنشطة التي من شأنها توفير المناخ المناسب لهم للقيام بأعمالهم وتحسين وضعهم بصفة عامة.

8.3.3 مجال المساهمة العامة:

هي الأنشطة التي تحقق منافع لكافة أفراد المجتمع في مجالات الصحة والتعليم والتدريب والثقافة، ودعم برامج مكافحة الأمراض والأوبئة، والمساهمة في رصف الطرق وإنشاء الحدائق، والمساهمة في مواجهة الطوارئ والكوارث.

8.3.4 مجال العملاء:

هي الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق رضا العملاء، مثل القيام بتعريف بخصائص السلعة أو الخدمة، وتوفير مراكز خدمة ما بعد البيع، تطوير المنتج أو الخدمة لتلبية احتياجات وتطلعات العملاء، توفير آلية لتلقي آراء وشكاوى العملاء. وفي الدراسة الحالية قامت الباحثتان بتبني التبويب الأخير مع استبعاد مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية، نظرا لطبيعة نشاط مجتمع الدراسة المتمثل في المصارف التجارية.

9 منهجية الدراسة:

تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم بدراسة واقع الأحداث، والظواهر، والمواقف، والآراء، وتحليلها وتفسيرها بهدف الوصول إلى استنتاجات مفيدة لتصحيحها، أو تعريفها، أو استكمالها، أو تطويرها، وتم استخدام أسلوب تحليل المحتوى (Content Analysis) وهو أحد أساليب المنهج الوصفي، ويعد وسيلة من وسائل جمع البيانات من الوثائق المرتبطة بموضوع الدراسة، وقد عرفه Berelson بأنه "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال" (أبو عمشة، 2015، ص5)، والتي تمثلها في حالتنا هذه التقارير المالية المنشورة للمصارف التجارية العاملة في ليبيا، والمعلومات المنشورة على شبكة الانترنت، ويتم تطبيق أسلوب تحليل المحتوى وفق الخطوات التالية (المدخلي، بدون):

9.1 تصنيف المحتويات المبحوثة:

حيث يعد أهم خطوة في تحليل المحتوى لأنه انعكاس مباشر للمشكلة المراد دراستها، وفي الدراسة الحالية تم تصنيف محتويات التقارير المالية للمصارف التي تقع ضمن العينة إلى بيانات متعلقة بالأداء المالي، وبيانات متعلقة بالأداء الاجتماعي متمثلة في مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية الأربعة المعتمدة في هذه الدراسة وهي (مجال الموارد الطبيعية والمساهمات البيئية، ومجال الموارد البشرية، ومجال المساهمات العامة، ومجال العملاء).

9.2 تحديد وحدات تحليل المحتوى:**9.2.1 تحديد مصادر البيانات:**

تتمثل المصادر الأولية للدراسة في التقارير المالية المنشورة لعينة الدراسة لمدة خمس فترات مالية متتالية من 2011 إلى 2015، والتي تم الحصول عليها من خلال المواقع الالكترونية الخاصة بالمصارف عينة الدراسة، وتتمثل المصادر الثانوية في المراجع ذات الصلة بموضوع الدراسة من دوريات، ورسائل علمية، وأوراق عمل منشورة في مؤتمرات وندوات علمية لغرض التأطير النظري لموضوع الدراسة.

9.2.2 تحديد وحدة القياس:

تم احتساب مؤشر الإفصاح عن مجالات المسؤولية الاجتماعية بالتقارير المالية، والمواقع الالكترونية لعينة الدراسة بقسمة عدد البنود المفصّل عنها فعلا على إجمالي عدد البنود المتوقع الإفصاح عنها، كما تم احتساب حجم الإفصاح في التقارير المالية كنسبة من عدد صفحات التقرير.

10 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة بالمصارف التجارية العاملة في ليبيا، وتم اختيار عينة منها تتمثل في المصارف التي قامت بنشر تقاريرها المالية بصورة منتظمة في مواقعها على شبكة الانترنت خلال الفترة من 2011-2015، وهي مصرف الوحدة، ومصرف الصحاري، والمصرف التجاري الوطني، ومصرف التجارة والتنمية، والمصرف المتحد.

11 حدود الدراسة:

- 11.1 **حدود مكانية:** يقتصر البحث على التقارير المالية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا.
- 11.2 **حدود زمنية:** يقتصر البحث على السنوات المالية من 2011-2015.
- 11.3 **حدود موضوعية:** يقتصر البحث على دراسة واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة لعينة الدراسة، وبالتالي لا يشمل التقارير الداخلية.

12 تحليل بيانات الدراسة:

يتناول هذا الجزء بيانات الدراسة بالتحليل والنقد للإجابة على الأسئلة الفرعية للدراسة وصولاً للإجابة على التساؤل الرئيس لها.

12.1 السؤال الفرعي الأول: ما هي مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة في ليبيا؟.

للإجابة على هذا السؤال تم الاعتماد على الأدب المحاسبي في استخلاص بنود مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، ومقارنته بما هو موجود فعلاً لدى المصارف عينة الدراسة من خلال تحليل محتوى التقارير المالية، والمواقع الإلكترونية لتلك المصارف، كما تم الاعتماد على النظام الثنائي والذي يعطى درجة (1) للبند المفصّل عنه ودرجة (0) لخلاف ذلك، ويتم تحديد مستوى الإفصاح واحتسابه من خلال قسمة مجموع بنود الإفصاح الفعلية على مجموع البنود المتوقع الإفصاح عنها، ويمكن توضيح نسبة الإفصاح بالمعادلة التالية (الجهاني، 2012):

$$\text{Index Disclosure} = \sum_{i=1}^m x_i / \sum_{i=1}^n y_i$$

حيث:

m: عدد البنود المفصّل عنها بالفعل.

n: عدد البنود الكلية للمؤشر.

x_i : يعوض عن البند الواحد إذا تم الإفصاح عنه وبصفر خلاف ذلك.

y_i : عدد البنود المتوقع الإفصاح عنها من قبل المصرف.

$\sum_{i=1}^m x_i$: مجموع البنود التي تم الإفصاح عنها بالفعل.

$\sum_{i=1}^n y_i$: مجموع البنود المتوقع الإفصاح عنها.

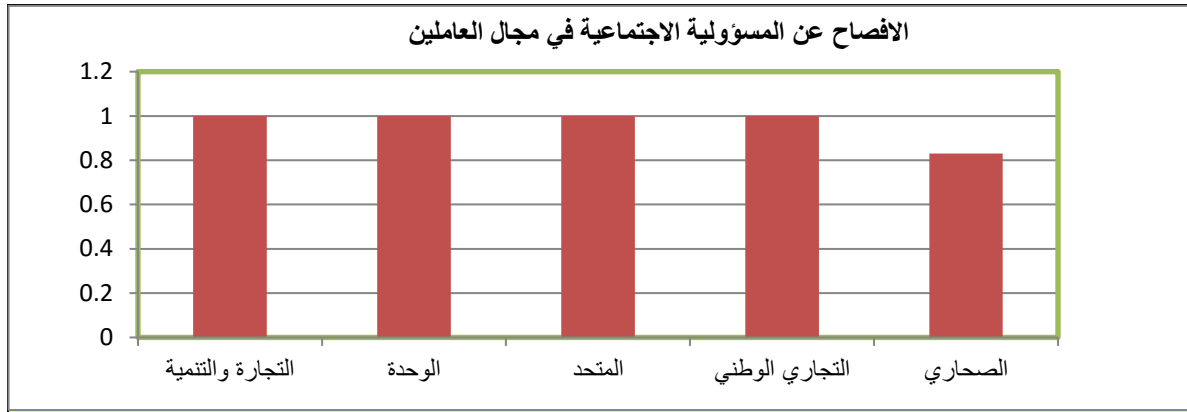
12.1.1 تحليل محتوى التقارير المالية:

تم تحليل محتوى التقارير المالية المنشورة للمصارف عينة الدراسة (مصرف التجارة والتنمية- مصرف الوحدة- المصرف المتحد- المصرف التجاري الوطني- مصرف الصحارى)، للفترة المالية من 2011-2015، وتبين الجداول من رقم (1)- رقم (4)، والأشكال من رقم (1) إلى رقم (4) نتائج التحليل التي تم التوصل إليها.

جدول رقم (1): مؤشر الإفصاح في مجال العاملين للفترة المالية من 2011-2015

مصرف الصحاري	مصرف التجاري الوطني	المصرف المتحد	مصرف الوحدة	مصرف التجارة والتنمية	البنود
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن مرتبات وأجور العاملين.
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن دعم برامج الرعاية الصحية والتأمين الصحي للعاملين وأسرهم.
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن سياسات ترقية العاملين.
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن سياسات وآلية تعيين العاملين.
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن برامج تدريب وتطوير العاملين.
0	1	1	1	1	يفصح المصرف عن الخدمات للعاملين من وسائل نقل وإنشاء مساكن وبرامج ترفيهية وغيرها.
0.83	1.00	1.00	1.00	1.00	مؤشر الإفصاح في مجال العاملين.

شكل رقم (1): مؤشر الإفصاح في مجال العاملين للفترة المالية من 2011-2015

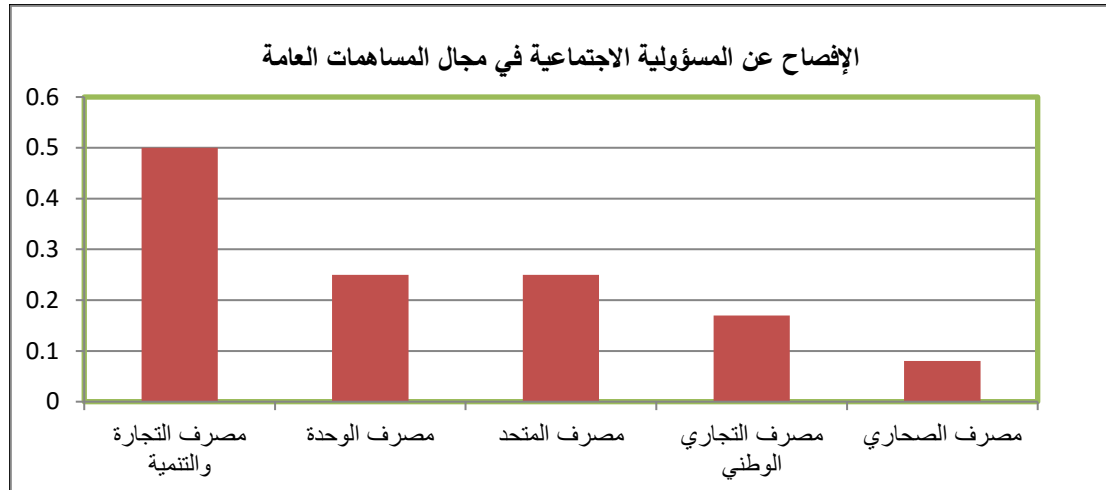


يتضح من الجدول رقم (1)، إن مؤشر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في مجال العاملين مرتفع لدى جميع المصارف عينة الدراسة، حيث بلغ (1.00) لدى كل من مصرف التجارة والتنمية، ومصرف الوحدة، والمصرف المتحد، والمصرف التجاري الوطني، وبلغ (0.83) لدى مصرف الصحاري، مما يعني أن هناك اهتمام من قبل جميع المصارف عينة الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية في مجال العاملين، ويرجع ذلك لأهمية العنصر البشري في القطاع المصرفي، والشكل رقم (1) يمثل هذه النتيجة.

جدول رقم (2): مؤشر الإفصاح في مجال المساهمات العامة للفترة المالية من 2011-2015

البيان	مصرف التجارة والتنمية	مصرف الوحدة	المصرف المتحد	المصرف التجاري الوطني	مصرف الصحاري
يفصح المصرف عن دعم برامج رعاية الطفولة والمرأة.	0	0	0	0	0
يفصح المصرف عن دعم ذوي الاحتياجات الخاصة.	0	0	0	0	0
يفصح المصرف عن دعمه للشباب بتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة.	1	0	0	0	0
يفصح المصرف عن مساهمته في تشجير وتزوين الحدائق العامة.	1	0	0	0	0
يفصح المصرف عن دعمه للمؤسسات التعليمية والأنشطة الثقافية والدينية.	0	0	0	0	0
يفصح المصرف عن صيانة مرافق الخدمات العامة.	1	0	0	0	0
يفصح المصرف عن تقديم قروض اجتماعية لغرض العلاج والتعليم والزواج.	0	0	0	0	0
يفصح المصرف عن توفير فرص تدريب لطلبة الجامعات.	0	0	0	0	0
يفصح المصرف عن توفير فرص عمل الخريجين للحد من البطالة في المجتمع.	1	1	1	1	1
يفصح المصرف عن مساهمته في الاحتفالات بالأعياد الوطنية والدينية.	1	1	1	1	0
يفصح المصرف عن مساهمته إنشاء مشاريع لخدمة المجتمع.	1	1	1	0	0
يفصح المصرف عن مساهمته في حملات نظافة البيئة.	0	0	0	0	0
مؤشر الإفصاح في مجال المساهمات العامة.	0.50	0.25	0.25	0.17	0.08

شكل رقم (2): مؤشر الإفصاح في مجال المساهمات العامة للفترة المالية من 2011-2015

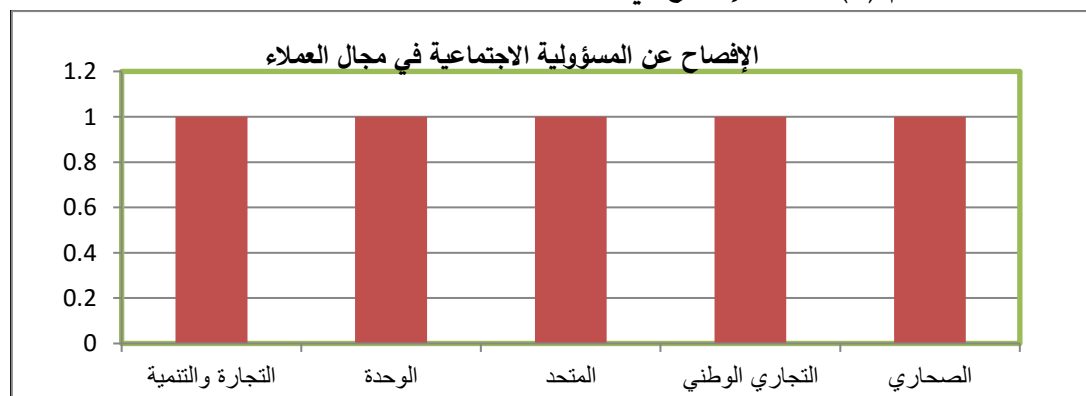


يتضح من الجدول رقم (2)، إن مؤشر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في مجال المساهمات العامة منخفض لدى جميع المصارف عينة الدراسة، حيث بلغ لدى مصرف التجارة والتنمية (0.50)، وفي كل من مصرف الوحدة والمصرف المتحد بلغ (0.25)، أما في المصرف التجاري الوطني فقد بلغ (0.17)، وأدنى مؤشر سجل لمصرف الصحاري حيث بلغ (0.08)، ويمثل الشكل رقم (2) هذه النتيجة.

جدول رقم (3): مؤشر الإفصاح في مجال العملاء للفترة المالية من 2011-2015

مصرف الصحاري	المصرف التجاري الوطني	المصرف المتحد	مصرف الوحدة	مصرف التجارة والتنمية	البند
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن مدى تطويره للخدمات التي يقدمها للعملاء.
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن دائرة خاصة بخدمة العملاء.
1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن وحدة للتعامل مع شكاوى العملاء.
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	مؤشر الإفصاح في مجال العملاء.

شكل رقم (3): مؤشر الإفصاح في مجال العملاء للفترة المالية من 2011-2015

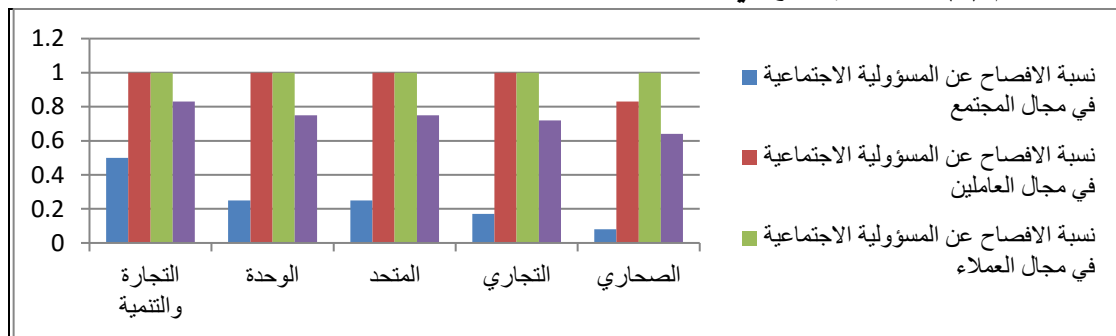


يتضح من الجدول رقم (3)، إن مؤشر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في مجال العملاء بلغ (1.00) لدى جميع المصارف عينة الدراسة، مما يعني أن هناك اهتماماً كبيراً جداً من قبل جميع المصارف عينة الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية في مجال العملاء، ويمكن أن يعزى ذلك إلى حرص المصارف على تقديم خدمات متميزة للعملاء، نظراً لارتفاع حدة المنافسة في القطاع المصرفي، والشكل رقم (3) يمثل هذه النتيجة.

جدول رقم (4): مؤشر الإفصاح في مجالات المسؤولية الاجتماعية للفترة المالية من 2011-2015

البيان	مصرف التجارة والتنمية	مصرف الوحدة	المصرف المتحد	المصرف التجاري الوطني	مصرف الصحارى	الإجمالي
مؤشر الإفصاح في مجال العاملين.	1.00	1.00	1.00	1.00	0.83	0.97
مؤشر الإفصاح في مجال المساهمة العامة.	0.50	0.25	0.25	0.17	0.08	0.25
مؤشر الإفصاح في مجال العملاء.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
مؤشر الإفصاح في مجالات المسؤولية الاجتماعية.	0.83	0.75	0.75	0.72	0.64	0.74

شكل رقم (4): مؤشر الإفصاح في مجالات المسؤولية الاجتماعية للفترة المالية من 2011-2015



يتضح من الجدول رقم (4) المبين أعلاه إن مؤشر الإفصاح عن مجالات المسؤولية الاجتماعية في المصارف عينة الدراسة بلغ (0.74)، ويعتبر مؤشر جيد نسبياً ويعزى ذلك إلى اهتمام المصارف بمجالي العاملين والعملاء، كما يتضح أن مصرف التجارة والتنمية هو المصرف الرائد في مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث بلغ مؤشر الإفصاح لمجالات المسؤولية الاجتماعية لديه (0.83)، يليه كل من مصرف الوحدة والمصرف المتحد بمؤشر إفصاح بلغ (0.75) لكل منهما، ثم المصرف التجاري الوطني بمؤشر إفصاح (0.72)، ويأتي مصرف الصحارى في الترتيب الأخير بمؤشر إفصاح (0.64)، والشكل رقم (4) يمثل هذه النتيجة بيانياً.

12.1.2 تحليل محتوى المواقع الالكترونية:

تم الاطلاع على مواقع مفردات عينة الدراسة الالكترونية عبر شبكة الانترنت والمبينة بالجدول رقم (5) المبين أدناه.

جدول رقم (5): المواقع الالكترونية للمصارف عينة الدراسة

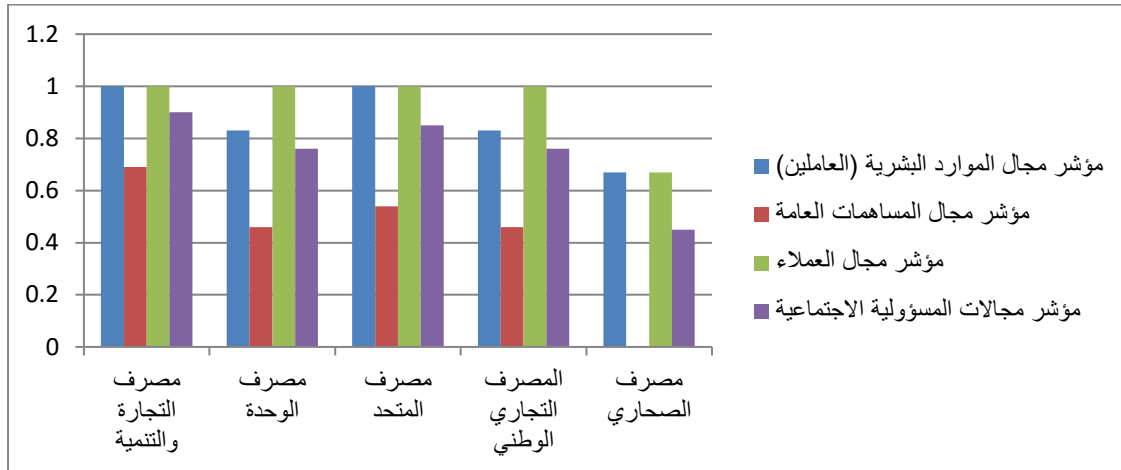
البيان	الموقع/ المواقع الالكترونية التي تم استسقاء البيانات منها
مصرف التجارة والتنمية.	www.bcd.ly www.bcd.ly/ bcd/Banking Accounts Children Agency.htm/
مصرف الوحدة.	www.wahdabank.com.ly
المصرف التجاري الوطني.	Ncb.ly/ar/about-us/social-responsibility/
المصرف المتحد.	www.ar.ubci.libya.com
مصرف الصحارى.	www.saharabank.ly

من خلال الدراسة المسحية للمواقع الالكترونية للمصارف عينة الدراسة المشار إليها في الجدول رقم (5) خلال الفترة من 14 - 20 فبراير/2020، تم التوصل للنتائج المبينة بالجدول رقم (6).

جدول رقم (6): مؤشر الإفصاح عن مجالات المسؤولية الاجتماعية المستسقة من المواقع الإلكترونية لعينة الدراسة

المؤشر الإجمالي	مصرف الصحاري	المصرف التجاري الوطني	مصرف المتحد	مصرف الوحدة	مصرف التجارة والتنمية	البيان
1.00	1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن مرتبات وأجور العاملين.
0.60	0	1	1	0	1	يفصح المصرف عن دعم برامج الرعاية الصحية والتأمين الصحي للعاملين وأسرهم.
1.00	1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن سياسات ترقية العاملين.
1.00	1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن سياسات وآلية تعيين العاملين.
1.00	1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن برامج تدريب وتطوير العاملين.
0.60	0	0	1	1	1	يفصح المصرف عن الخدمات للعاملين من وسائل نقل، وإنشاء مساكن، وبرامج ترفيهية، وغيرها.
0.87	0.67	0.83	1.00	0.83	1.00	مؤشر مجال الموارد البشرية (العاملين).
0.40	0	0	1	0	1	يفصح المصرف عن دعم برامج رعاية الطفولة والمرأة.
0.20	0	0	1	0	0	يفصح المصرف عن دعم ذوي الاحتياجات الخاصة.
0.40	0	1	0	0	1	يفصح المصرف عن دعمه للشباب بتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
0.20	0	0	0	0	1	يفصح المصرف عن مساهمته في تشجير وتزيين الحدائق العامة.
0.40	0	1	1	0	0	يفصح المصرف عن دعمه للمؤسسات التعليمية والأنشطة الثقافية والدينية.
0.40	0	0	1	0	1	يفصح المصرف عن صيانة مرافق الخدمات العامة.
0.80	0	1	1	1	1	يفصح المصرف عن منح التبرعات والمساهمة في الأنشطة الخيرية.
0.40	0	1	0	1	0	يفصح المصرف عن تقديم قروض اجتماعية لغرض العلاج والتعليم والزواج.
0.00	0	0	0	0	0	يفصح المصرف عن توفير فرص تدريب لطلبة الجامعات.
0.60	0	1	0	1	1	يفصح المصرف عن توفير فرص عمل للشباب الخريجين للحد من البطالة في المجتمع.
0.60	0	0	1	1	1	يفصح المصرف عن مساهمته في الاحتفالات بالأعياد الوطنية والدينية.
0.80	0	1	1	1	1	يفصح المصرف عن مساهمته إنشاء مشاريع لخدمة المجتمع.
0.40	0	0	0	1	1	يفصح المصرف عن مساهمته في حملات نظافة البيئة.
0.43	0.00	0.46	0.54	0.46	0.69	مؤشر مجال المساهمات العامة.
1.00	1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن مدى تطويره للخدمات التي يقدمها للعملاء.
1.00	1	1	1	1	1	يفصح المصرف عن دائرة خاصة بخدمة العملاء.
0.80	0	1	1	1	1	يفصح المصرف وحدة للتعامل مع شكاوى العملاء.
0.93	0.67	1.00	1.00	1.00	1.00	مؤشر مجال العملاء.
0.74	0.45	0.76	0.85	0.76	0.90	مؤشر مجالات المسؤولية الاجتماعية.

شكل رقم (5): مؤشر الإفصاح عن مجالات المسؤولية الاجتماعية المستقاة من المواقع الإلكترونية لعينة الدراسة



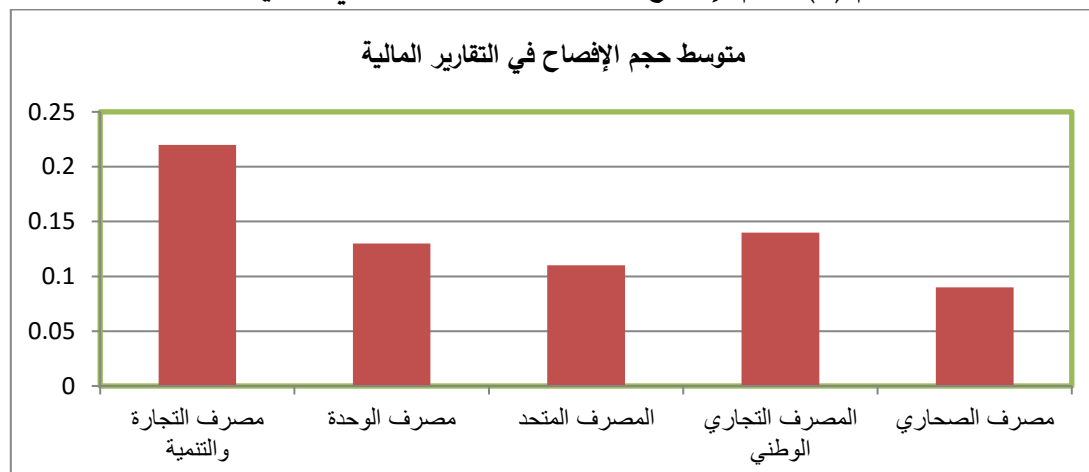
يتضح من الجدول رقم (6) المبين أعلاه إن المصارف عينة الدراسة تتبنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية في ثلاث مجالات (العاملين، والمساهمات العامة، والعملاء) بمؤشر إفصاح إجمالي بلغ (0.74) وبمستويات متفاوتة، حيث يأتي مجال العملاء في الترتيب الأول بمؤشر إفصاح (0.93)، يليه مجال العاملين بمؤشر إفصاح (0.87) وفي المرتبة الأخيرة يأتي مجال المساهمات العامة بمؤشر إفصاح (0.43)، وهذه النتيجة تؤيد ما تم التوصل إليه من خلال تحليل محتوى التقارير المالية، ويعتبر مصرف التجارة والتنمية رائد في مجال المسؤولية الاجتماعية حيث تحصل على أعلى مؤشر إفصاح (0.90)، يليه مصرف المتحد بمؤشر إفصاح بلغ (0.85)، ثم مصرفي الوحدة، والتجاري الوطني بمؤشر إفصاح (0.76) لكل منهما، ويأتي مصرف الصحاري في الترتيب الأخير بمؤشر إفصاح (0.45)، والشكل رقم (5) يمثل هذه النتيجة ببيانيا.

12.2 السؤال الفرعي الثاني: ما هو حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية في ليبيا؟

جدول رقم (7): حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية

البيان	مصرف التجارة والتنمية	مصرف الوحدة	المصرف المتحد	المصرف التجاري الوطني	مصرف الصحاري	متوسط حجم الإفصاح
سنة 2011	0.24	0.08	0.10	0.32	0.07	0.16
سنة 2012	0.24	0.12	0.13	0.12	0.11	0.14
سنة 2013	0.19	0.14	0.09	0.08	0.08	0.12
سنة 2014	0.20	0.15	0.13	0.08	0.09	0.13
سنة 2015	0.24	0.15	0.08	0.08	0.08	0.13
متوسط حجم الإفصاح	0.22	0.13	0.11	0.14	0.09	0.14

شكل رقم (6): حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية



يتضح من البيانات الواردة بالجدول رقم (7) ضعف حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة للمصارف عينة الدراسة، حيث بلغ متوسط حجم الإفصاح للمصارف مجتمعة (0.14) من عدد صفحات التقارير، ورغم ذلك يظل مصرف التجارة والتنمية الرائد في مجال المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، حيث بلغ متوسط حجم الإفصاح لديه (0.22) من عدد صفحات التقارير، يليه المصرف التجاري الوطني بمتوسط (0.14)، ثم مصرف الوحدة بمتوسط (0.13)، ثم المصرف المتحد بمتوسط (0.11)، ويأتي في المرتبة الأخيرة مصرف الصحارى بمتوسط (0.09).

12.3 السؤال الفرعي الثالث: كيف يتم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية في ليبيا؟ من خلال تحليل محتوى عدد 25 تقريراً مالياً منشوراً للمصارف عينة الدراسة خلال الفترة من 2011-2015، والمواقع الالكترونية لهذه المصارف، تبين أن هناك اهتمام بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بمجالاتها الثلاث (العاملين، والمساهمات العامة، والعملاء) في التقارير المالية، وإن كان حجمه ضعيفاً نسبياً، حيث كان نوع الإفصاح مالياً في الإيضاحات الملحقه بالقوائم المالية (قائمة الدخل، وقائمة المركز المالي)، وكما من خلال الجداول والإشكال البيانية، أما في القوائم المالية فقد كان الإفصاح بصورة إجمالية ودون تفصيل، وفيما يتعلق بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في مواقع المصارف عينة الدراسة فقد كان في شكل كمي (مالي وغير مالي) وفي شكل وصفي.

12.4 السؤال الفرعي الرابع: ما هو المصرف الرائد في مجال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية؟ من خلال نتائج التحليلات السابقة التي تم عرضها في الجداول والأشكال السابقة يتضح جليا أن المصرف الرائد في مجال المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها هو مصرف التجارة والتنمية.

13 النتائج:

تناولت الدراسة واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا، من خلال فحص وتحليل محتوى التقارير المالية المنشورة عن الفترات المالية من 2011-2015، والمواقع الالكترونية لهذه المصارف، ويمكن استخلاص النتائج التالية:

13.1 إن المصارف التجارية العاملة في ليبيا تفصح عن مجالات المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها المالية المنشورة، وذلك في الإيضاحات المرفقة بالقوائم المالية بصورة مالية، أو كمية أو وصفية، في شكل رسومات وأشكال بيانية، كما تفصح عن المسؤولية الاجتماعية بصورة وصفية في مواقعها الالكترونية، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (قطاطي وآخرون، 2013) ودراسة (Nyarku & Hinson, 2018).

13.2 إن حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة للمصارف التجارية في ليبيا كان ضعيف نسبياً، ومتفاوتاً من مجال لآخر من مجالات المسؤولية الاجتماعية، حيث جاء مجال العملاء في المرتبة الأولى، يليه مجال العاملين، ثم مجال المساهمات العامة، وهذه النتيجة تتعارض مع نتائج دراسة (قطاطي و آخرون، 2013)، التي أوضحت أن مجال العاملين حظي بالاهتمام الأكبر من قبل المصارف التجارية، يليه مجال المساهمات العامة، ثم مجال العملاء، وربما يرجع ذلك لأن الدراسة أجريت في فترة استقرار في البلاد، في حين الدراسة الحالية أجريت في فترة انتقالية منذ عام 2011 والتي ظهرت خلالها مشكلة السيولة مما دفع المصارف إلى التوجه نحو تقديم خدمات جديدة ومتنوعة الكترونية وغير الكترونية للعملاء لمواجهة هذه المشكلة.

13.3 إن مصرف التجارة والتنمية هو المصرف الرائد في مجال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بين المصارف التجارية العاملة في ليبيا، ويؤيد هذه النتيجة حصول هذا المصرف على جائزة أفضل مصرف في ليبيا للعام 2015 وفقاً لتصنيف الاتحاد الدولي للمصرفيين العرب، وذلك لتمكنه من اجتياز الأزمة الاقتصادية التي تمر بها البلاد دون أن يؤثر ذلك سلباً على أدائه العام⁽¹⁾.

14 التوصيات:

- بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها فإن الباحثين توصيان بالآتي:
- 14.1 توعية المصارف التجارية العاملة في ليبيا بأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها المالية المنشورة، من خلال إقامة المؤتمرات والندوات وورش العمل.
 - 14.2 قيام مصرف ليبيا المركزي بإلزام المصارف التجارية العاملة في ليبيا بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها المالية، وذلك من خلال سن القوانين وإصدار اللوائح اللازمة.
 - 14.3 حث ديوان المحاسبة الليبي بمراجعة مدى التزام المصارف التجارية العاملة في ليبيا بالإفصاح عن الأداء الاجتماعي في قوائمها المالية، وذلك تطبيقاً لمعايير المراجعة الحكومية الدولية.
 - 14.4 تشجيع المصارف الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية بمنحها مزايا مثل الإعفاءات الضريبية، والتسهيلات المالية وغيرها من المزايا.
 - 14.5 زيادة الاهتمام من قبل أقسام المحاسبة في الجامعات والمعاهد العليا بموضوع المسؤولية الاجتماعية في مناهجها العلمية.

المراجع:

أولاً.. المراجع باللغة العربية:

- 1 إبراهيم، محمد المعتر المجتبى؛ محمد، رانية نور الدين عثمان. (2016) 'أثر القياس والإفصاح المحاسبي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية على فاعلية وجودة التقارير المالية: دراسة ميدانية للشركة السودانية للاتصالات المحدودة سوداتل'، أماراباك- مجلة الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 7، العدد 21، ص ص 101-124.
- 2 أبو سمرة، حامد احمد صالح. (2009). معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.
- 3 أبو عمشة، خالد حسين. (2015) 'تحليل المحتوى: مفهومه، أهميته، فوائده، خصائصه، أهدافه، أنواعه، شروطه'، شبكة الالوكة، <http://www.alukah.net>
- 4 الامير، نبيل احمد. (2020) 'الريادة ودورها في إرساء مبادئ المسؤولية الاجتماعية'، صحيفة المثقف، العدد 4907. متاحة على <http://www.almothaqaf.com>
- 5 الدراوي، معمر احمد؛ عايض عبد الله محمد. (2016) 'واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات وعوامل الإفصاح عنها في الدول الإسلامية: أدلة من ليبيا'. المؤتمر الدولي الأول حول الإسلام والقضايا المعاصرة في العالم الإسلامي: آفاق وتحديات المستقبل. أكاديمية الدراسات الإسلامية بجامعة ملايا، ماليزيا.
- 6 الزامل، سليمان عبد الله. (2015). 'مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية المساهمة السعودية: دراسة تحليلية للتقارير المالية السنوية لشركات الأسمنت والبتروكيماويات. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، السعودية.
- 7 زرقون، محمد؛ العمري، جميلة. (2013) 'دور المسؤولية الاجتماعية في تفعيل حوكمة الشركات، المؤتمر الثالث للعلوم المالية والمصرفية حول حاكمية الشركات والمسؤولية الاجتماعية: تجربة الأسواق الناشئة. كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، الأردن.
- 8 شابون، أبو بكر مفتاح. (2015) 'محاسبة المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الرفاه الاجتماعي'، مجلة جامعة سبها (العلوم البحثية والتطبيقية)، المجلد 14، العدد 1، ص ص 84-95.

- 9 طرشي، محمد؛ يخلف، إيمان. (2017) 'الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من منظور محاسبي'، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 3، العدد 5، ص ص 99-117.
- 10 عبد العزيز، جعفر عثمان الشريف. (2016) 'مدى التزام الشركات الصناعية بالإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية'، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 17، العدد 1، ص ص 106-121.
- 11 عنيزة، حسين هادي؛ علي، ماهر ناجي. (2013) 'تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في قرارات مستخدمي هذه القوائم: دراسة تطبيقية واستطلاعية'، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 9، العدد 26، ص ص 153-189.
- 12 الفحما، فهد راعي. (2012). 'مدى التزام الشركات المساهمة العامة الكويتية بالإفصاح عن بنود محاسبة المسؤولية الاجتماعية'. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الكويت.
- 13 القطاطي، نوري علي؛ زويبيك، فتحي فرج؛ المشاط، عادل عبد الحميد. (2013) 'الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا'، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، العدد 2، ص ص 192-227.
- 14 المدخلي، محمد بن عمر. 'منهج تحليل المحتوى'، مقالات أكاديمية منشورة على موقع جامعة الملك عبد العزيز، كلية المعلمين بمحافظة جدة، متاحة على <https://www.kau.edu.sa>.

ثانياً .. المراجع باللغة الانجليزية:

- Elhawary, Engy; Arafa, Iman M. (2018) 'Studying the Effect of Stakeholders on the Disclosure of Corporate Social Responsibility by Banks: Evidence from Egypt', *Accounting and Finance Research*, Vol. 7, No. 4, PP. 200-226.
- Kablan, Moutaz Ali. (2017) 'A Comparative Study on the Financial Performance before and After the Implementation of Corporate Social Responsibility at the Company Al madar Telecommunication Company as a Case Study', *Journal of Accounting and Auditing: Research & Practice*, 25 May, pp. 1-11
- Lemus, Edel. (2016) 'The Importance of CSR in Financial Reporting Standards', *Global Journal of Management and Business Research*, Vol. 16, No. 2, PP. 24-32.
- Liu, Nana; Liu, Chuanzhe; Guo, Quan; Da, Bowen; Guan, Linna; Chen, Huiying. (2019) 'Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Quantile Regression Approach', *Sustainability Jurnal*, Vol. 11, No. 371, PP. 1-22.
- Nair, Rajiv; Muttakin, Mohammad; Khan, Arifur; Subramaniam, Nava; Somanath, V.S. (2019) 'Corporate social responsibility disclosure and financial transparency: Evidence from India', *Pacific-Basin Finance Journal*, No. 56, PP. 330-351.
- Nyarku, K. Minta; Hinson, R. Ebo. (2018) 'Corporate Social Responsibility reporting of banks operating in Ghana', *African Journal of Business Ethics*, Vol. 11, No. 2, PP. 19-36.
- Salehi, Mahdi; Tarighi, Hossein; Rezanezhad, Malihe. (2019) 'Empirical study on the effective factors of social responsibility disclosure of Iranian companies', *Journal of Asian Business and Economic Studies*, Vol. 26, No. 1, PP. 34-55.
- Singh, Shruti, (2014) 'Impact of corporate social responsibility disclosure on the financial performance of firms in UK', Master Thesis. University of Twente, The Netherlands.