

مدى إدراك إدارة المصارف لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية (دراسة ميدانية للمصارف التجارية الفلسطينية)*

أ. خالد صبحي حبيب

باحث

ماجستير محاسبة

د. ماهر موسى درغام

أستاذ المحاسبة المشارك

ورئيس قسم المحاسبة

كلية التجارة - الجامعة الإسلامية

دولة فلسطين

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وعما إذا كانت إدارة المصارف تهتم بقياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها. وقد تم توزيع 70 استبانة على عينة الدراسة بواقع 25 استبانة في قطاع غزة و45 استبانة في الضفة الغربية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والنسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي واختبار ألفا كرونباخ، واختبار T-Test.

ومن أهم نتائج الدراسة: ظهور إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، لكنه ليس بالمستوى المطلوب، وظهور اختلاف في الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة المصارف، حيث حصل مجال "المسؤولية تجاه عملاء المصرف" على المرتبة الأولى، بينما حصل مجال "المسؤولية تجاه الموظفين" على المرتبة الثانية، بينما جاء اهتمام إدارة المصارف "تجاه المجتمع المحلي" في المرتبة الثالثة، وأخيراً جاءت المسؤولية الاجتماعية "تجاه البيئة" في المرتبة الرابعة. ومن أهم توصيات الدراسة أنه: يجب على إدارة المصارف إعطاء المزيد من الاهتمام لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية بجميع مجالاتها، وضرورة الاهتمام بمسألة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، كما طالبت الدراسة بإجراء الدراسات والأبحاث اللازمة لوضع نموذج محاسبي لقياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية في المصارف.

المقدمة:

تعد المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ظاهرة حديثة نسبياً تبلورت صورتها بعد أن اتجهت الاقتصادات الحديثة نحو المساعدة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية. وبسبب الدور المحوري الذي تلعبه المحاسبة في المنظمات الاقتصادية أصبحت المحاسبة عاملاً أساسياً في تحقيق الرفاهية الاجتماعية لفئات المجتمع. وظهر مصطلح المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لأول مرة في 1923 حين أشار "Sheldon" إلى أن مسؤولية أية منظمة هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية وأن بقاء واستمرارية أية منظمة يلزمها بالوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية (جربوع، 2007). وفي الآونة الأخيرة من القرن العشرين تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، ولاقت المحاسبة الاجتماعية اهتماماً من قبل المنظمات والهيئات الدولية باعتبارها مصدراً للمعلومات اللازمة لتحقيق التنمية المستدامة بالدول المتخلفة (الفضل وآخرون، 2002).

* تم تسلم البحث في يونيو 2011، وقُبل للنشر في سبتمبر 2011.

وتشمل المسؤولية الاجتماعية بمفهومها الواسع والشامل الالتزام بتحقيق التوازن بين أطراف متعددة، لكنها مترابطة تتمثل في مصالح وحاجات كل من المنظمات والعاملين فيها والبيئة الخارجية والمجتمع، أما أنشطة المنظمة تصنف من حيث النوعية إلى أنشطة حماية البيئة والتفاعل مع المجتمع المحلي وحماية المستهلك، والأنشطة المتعلقة بالعاملين (التوحيدي، 1998).

كما ظهرت الحاجة لتطوير مهنة المحاسبة لتشمل المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، ومن أجل تطبيقها كان لابد من إدراك الإدارة لمدى أهمية المسؤولية الاجتماعية ومن ثم تطبيقها، وبعد ذلك الإفصاح عنها من خلال التقارير المالية التي تعدّها إدارة المشروع (Laufer, 2003). وفي الوقت الحاضر يدخل الاقتصاد العالمي في الألفية الثالثة، ويتأثر بمجموعة من المتغيرات العالمية والاقتصادية والمصرفية التي كانت ولا تزال لها انعكاساتها على أداء المصارف، حيث يعد الجهاز المصرفي بمثابة القلب النابض في اقتصادات الدول، ويلعب دوراً رئيساً في النشاط الاقتصادي والتنمية الاجتماعية. وبناءً على ما تقدم ونظراً لأهمية المصارف في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بشكل عام والبيئة الفلسطينية بشكل خاص، فإن هذا البحث يسعى للتعرف على مدى إدراك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

مشكلة الدراسة: تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى إدراك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه كلٍ من (الموظفين - العملاء - المجتمع - البيئة)؟
- 2- هل يوجد تفاوت في الأهمية لمجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية؟
- 3- ما مدى إدراك إدارة المصارف لأهمية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها؟

أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة في المجال التطبيقي للمحاسبة الإدارية، ويتوقع أن تقدم نتائجها دليلاً علمياً لإدارة المصارف التجارية الفلسطينية حول مدى إدراك إدارتها لأهمية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بجميع مجالاتها المختلفة، وكذلك إدراكها لأهمية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها وما يمكن أن يعود على هذه المصارف من فوائد نتيجة تطبيقها للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

كذلك تعد الدراسة مهمة للمجتمع بحيث توضح ما يمكن أن تقدمه المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المحلي والبيئة المحيطة وكذلك للموظفين والعملاء. وأيضاً تعد الدراسة مهمة للمصارف والشركات على مختلف أشكالها لتفعيل البعد الاجتماعي في خططها الاستراتيجية المستقبلية بما يساهم في تحقيق أهدافها وأهداف المجتمع في التنمية المستدامة.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على مدى إدراك إدارة المصارف لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بمجالاتها المختلفة.
- 2- الوقوف على مدى إدراك إدارة المصارف لأهمية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية.
- 3- بيان مدى إدراك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

فرضيات الدراسة:

ظهرت عدة محاولات تهدف إلى تحديد الأنشطة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للمشروعات الاقتصادية التي ينبغي أن تدخل في دائرة اهتمام المحاسبة، وقد وجدت اتجاهات متباينة في تحديد هذه الأنشطة وتبويبها في مجموعات متجانسة، منها (جربوع، 2007):

- قامت لجنة المحاسبة عن الأداء الاجتماعي من قبل الجمعية القومية للمحاسبين بأمريكا (National Association of Accountants, NAA) بتحديد أربعة مجالات للأداء الاجتماعي هي: تفاعل المنظمات مع المجتمع - المساهمة في تنمية الموارد البشرية - المساهمة في تنمية الطبيعة والبيئة - الارتقاء بمستوى جودة السلع والخدمات.
- كما أورد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) ستة مجالات للأداء الاجتماعي هي: البيئة - الموارد غير المتجددة - الموارد البشرية - الموردون - العملاء - المجتمع.
- قامت جمعية المحاسبة الأمريكية (AAA) بإجراء دراسة ميدانية على بعض الشركات التي تعد قوائم وتقارير اجتماعية، وذلك من أجل التعرف على أسس القياس والإفصاح، فقد أصدرت تقريراً بخمس مجالات للأداء الاجتماعي هي: الرقابة على البيئة - توظيف الأقليات - العاملون - تحسين المنتج - خدمة المجتمع.
- ويمكن القول إنه لا يوجد إجماع على أبعاد أو مجالات محددة ممكن أن تكون نموذجاً فريداً لقياسها وتحليلها، إنما يمكن الاعتماد على الأبعاد المناسبة للفكرة التي يراد مناقشتها والإطار الذي يراد تحليله، لذا فإنه تم الاعتماد على الأبعاد الأربعة التالية بشكل رئيس:

- 1- الأداء الاجتماعي تجاه الموظفين.
- 2- الأداء الاجتماعي تجاه البيئة.
- 3- الأداء الاجتماعي تجاه العملاء.
- 4- الأداء الاجتماعي تجاه المجتمع.

وفي ضوء ما سبق تمت صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وتتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

- 1- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.
- 2- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء.
- 3- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
- 4- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

الفرضية الثانية- تختلف الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة المصارف التجارية الفلسطينية.

الفرضية الثالثة- تدرك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية أهمية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الرابعة- تدرك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

الدراسات السابقة:

- دراسة (Shotter, 1994)، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تحمل الشركات في جمهورية جنوب إفريقيا مسؤولياتها الاجتماعية، فحددت الدراسة مجالات المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بالبيئة والموظفين. وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات عامة تركز في تحملها لمسئوليتها الاجتماعية على الاهتمام بالعاملين ثم البيئة، بينما ركزت الشركات العاملة في قطاع التعدين على مسئوليتها تجاه البيئة. يوجد لدى شركات التعدين أنظمة إدارية مصممة خصيصاً لتحقيق الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

- **دراسة (عواد والعلاونة، 1998)**، ركزت على تحديد اتجاهات منظمات الأعمال في مدينة سحاب الأردنية الصناعية نحو تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة وتحديد الأهمية النسبية لكل من هذه الاتجاهات في تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات منظمات الأعمال المنبثقة عن كل من التشريعات البيئية، والسياسات العامة البيئية، وتصميم الهيكل التنظيمي، وقيم الثقافة التنظيمية والعامة - وبين المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة. وتباينت أهمية المتغيرات المستقلة في تفسير سلوك المنظمات تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة.
- **دراسة (Hall and Rieck, 1998)**، هدفت إلى معرفة أثر الممارسات الاجتماعية التي تقوم بها الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة وول ستريت بالولايات المتحدة الأمريكية على ثروة حملة الأسهم. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للممارسات الاجتماعية الإيجابية التي قامت بها الشركات على القيمة السوقية للشركة. إن السوق يميز بين الشركات التي تقوم بمسئوليتها الاجتماعية وتلك التي لا تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية.
- **دراسة (Abu_Baker, 2000)**، ركزت على تقارير الشركات الاجتماعية والإفصاح من قبل الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان. ومن أهم نتائج الدراسة أن الشركات أظهرت بعض الأنواع من الإفصاح وأبدت اهتماماً متواضعاً تجاه الإفصاح الاجتماعي من حيث المساحة المخصصة له في التقارير المالية. وكان أكثر أنواع الإفصاح شيوعاً هو ما يتعلق بالموارد البشرية والاتصال والعلاقات بالمجتمع والجمهور. وأن الإفصاح عن المسؤولية البيئية يحتاج إلى المزيد من الاهتمام.
- **دراسة (الحمادين، 2002)**، هدفت إلى التعرف على مدى إدراك متخذي القرار بالمؤسسات الفندقية الأردنية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبيان مدى قيام المؤسسة بتبني محاسبة المسؤولية لديها. وتوصلت الدراسة إلى أن متخذي القرارات في المؤسسات الفندقية يدركون المفهوم الواسع للمسؤولية الاجتماعية. كما هدفت إلى التعرف على مدى قيام المؤسسات الفندقية بتبني المسؤوليات الاجتماعية ضمن أنشطتها الاعتيادية. وما إذا كان هناك قصور لدى المؤسسات الفندقية بالإفصاح عن أدائها الاجتماعي. وقد احتل مجال البيئة المرتبة الأولى بين مجالات المسؤولية الاجتماعية من حيث درجة الاهتمام والتطبيق، تلا ذلك مجال العاملين، وجاء في المرتبة الأخيرة مجال المجتمع المحلي.
- **دراسة (Zabid and Ibrahim, 2002)**، هدفت إلى التعرف على آراء واتجاهات المديرين في ماليزيا تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك توجهات إيجابية نحو المسؤولية الاجتماعية في الشركات الماليزية. وبالرغم من أن المسؤولية الاجتماعية ليست ظاهرة حديثة في ماليزيا فإن مستوى إدراك مفهومها وأهميتها لا يزال في طور متأخر.
- **دراسة (Jari, et. al., 2003)**، هدفت إلى قياس ووصف ومقارنة مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ضمن قيم أعضاء شركات Foresty-Wood مع سلسلة القيمة لدى أربع دول في الاتحاد الأوروبي. ومن أهم نتائج الدراسة أن السلامة البيئية - بالإضافة إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات - من الضرورات الاجتماعية؛ حيث إن ما نسبته 90% من عينة الدراسة أفادوا بأن المنتجات الصديقة للبيئة ضرورية للمستقبل وأن 80% يعتقدون أنه يجب على الشركات إعادة توجيه عملاتها نحو تقليل الاستهلاك الضار للبيئة.
- **دراسة (Peterson, and Herman, 2004)**، هدفت إلى فحص مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية للمصارف الأمريكية على المسؤولية الاجتماعية، وكذلك قياس درجة استخدام المسؤولية الاجتماعية من قبل الإعلانات التلفزيونية لإنجاز الأهداف التسويقية. ومن أهم نتائج الدراسة: إن ما نسبته 18.7% أفادوا في عام 1992 بأن محتويات الإعلانات تأخذ في الحسبان المسؤولية الاجتماعية، و 21.1% أفادوا بذلك في عام 1997، وكذلك 25.7% في عام 2002. هناك توظيف جيد ومتزايد للمسؤولية الاجتماعية من أجل تحقيق الأهداف التسويقية.

- دراسة (الأغا، 2006)، هدفت إلى التعرف على مدى تبني البنوك العاملة في قطاع غزة لسياسات الأداء الاجتماعي تجاه المواطنين والعملاء والمجتمع والبيئة. ومن أهم نتائج الدراسة أن الأداء الاجتماعي للمصارف تجاه الموظفين والعملاء متفوق بصفة عامة، وأن المصارف تتبنى سياسات إدارية تحافظ على الرضا العام للموظفين والعملاء، وأن الأداء الاجتماعي تجاه المجتمع والبيئة ليس في صميم سياسة البنوك.
- دراسة (عودة، 2008)، هدفت إلى محاولة تصميم وتطبيق نموذج محاسبي يخدم قطاع الفنادق في الأردن لقياس تكلفة الأداء الاجتماعي بالتطبيق على بعض شركات هذا القطاع بهدف الارتقاء بمخرجات النظام المحاسبي بالفنادق مع التركيز على العملاء، والموظفين، والبيئة، والمجتمع المحلي. وخلاصة الدراسة إلى أن تكاليف الأداء الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية تحظى باعتبارات مهمة لدى مختلف القائمين على الفنادق في الأردن. ويمكن قياس التكاليف الاجتماعية والتعبير عنها في شكل تقرير تكاليفي. إن الفنادق في الأردن متفقة في المحافظة على البيئة وتحملها للتكاليف الخاصة بذلك وفقاً لقواعد وأسس معينة.
- دراسة (Rahahleh, and Sharairi, 2008)، هدفت إلى تحديد مدى إدراك إدارة الشركات لمفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في مدينة الحسن الصناعية بالأردن وتحديد مدى تطبيق الشركات لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية. ومن أهم نتائج الدراسة: عدم توافر الاعتراف الكافي لمفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وأن الشركات موضوع الدراسة تقوم بتطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بشكل محدود، بحيث تقتصر مساهماتها في المجتمع على الرعاية الاجتماعية للعمال، والموارد الطبيعية وحماية البيئة. وظهر أيضاً أن غياب التشريعات يعد أهم أسباب ضعف تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية.
- دراسة (السحيباني، 2009)، تناولت التعرف على مدى تبني الشركات في المملكة العربية السعودية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومدى تأثير المسؤولية الاجتماعية على المجتمع السعودي، ودورها في محاربة الفقر وتحقيق التنمية في المجتمع السعودي. وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها: الاهتمام المتأخر للشركات السعودية بالمسؤولية الاجتماعية، ومحدودية الأنشطة التي تمارسها الشركات السعودية في مجال خدمة المجتمع وتركيزها على مجالات محدودة، وضعف الاهتمام الحكومي والشعبي بقضايا البيئة.
- دراسة (الغاتي، 2009)، هدفت إلى قياس الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي بدءاً من الحد من مزار التلوث الإشعاعي الناتج، وكذلك مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل مما يساهم في الحد من البطالة، إضافة لدعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية. وتوصلت الدراسة إلى أن شركات الاتصالات الأردنية تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية، ولا تساهم شركات الاتصالات في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق توفير فرص عمل دون أن تكون لديها حاجة فعلية.
- دراسة (اللولو، 2009)، هدفت إلى التعرف على مدى إدراك الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين للأوراق المالية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والوقوف على مدى اهتمام تلك الشركات بمجالات المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، ودراسة مدى توافر مقومات تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لديها. وقد توصلت الدراسة إلى أن تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يتطلب إدراك الإدارة لمفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وتوفر كادر محاسبي كفء وتشريعات وقوانين تلتزم الشركات بتطبيقها، وأن الإفصاح الاجتماعي غير كافٍ ويكاد يكون معدوماً لدى بعض الشركات.
- دراسة (الفرح والهنداوي، 2011)، هدفت إلى دراسة مدى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان لعامي 2008 و 2009 ومعرفة أثر كل من حجم الموجودات

وحجم المبيعات في درجة الإفصاح. ومن أهم نتائج الدراسة وجود تفاوت في مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية بين الشركات، لكن الإفصاح لا يزال دون المستوى المطلوب حيث لم يتجاوز (43%)، وعدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم الموجودات وحجم المبيعات في مستوى الإفصاح الاجتماعي.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

من خلال تحليل الدراسات السابقة تبين أن غالبيتها تناولت موضوع محاسبة المسؤولية الاجتماعية من ناحية نظرية وحاولت وضع نماذج لقياس التكاليف الاجتماعية وكيفية الإفصاح عنها من جوانب أخرى، مثل مدى تطبيق المحاسبة عن المسؤولية، ومدى الإفصاح الاجتماعي، وأثر الإفصاح عن ثروة الملاك، وبعضها تناول مدى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية ومعرفة أثر حجم الموجودات وحجم المبيعات. ويلاحظ هنا وجود نقص في الدراسات التي تهدف لمعرفة مدى إدراك إدارة المصارف لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية وقياس التكاليف الاجتماعية والإفصاح عنها.

كما إن غالبية الدراسات التطبيقية لموضوع الدراسة قد أجريت خارج فلسطين في بيئة الأردن والبحرين وأخرى في دول أجنبية، لذا فإن هذه الدراسة تتميز بأنها تركز على البيئة الفلسطينية ومدى إدراكها لأهمية تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية، وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة، كما أن غالبية الدراسات قد أجريت على شركات مساهمة عامة، بينما طبقت هذه الدراسة على المصارف التجارية الفلسطينية على وجه الخصوص لما للمصارف من أهمية خاصة في اقتصادات الدول.

المسؤولية الاجتماعية والمحاسبة عنها:

تعريف المسؤولية الاجتماعية:

أورد العديد من الكتاب والباحثين عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية منها، فقد عرفت محاسبة المسؤولية الاجتماعية بأنها "عملية قياس وتوصيل المعلومات ذات الصلة بآثار وأنشطة منظمة على رفاهية العاملين والمجتمع المحلي والبيئة" (Mueller, 1994). وعرف مجلس الأعمال العالمي (World Business Council, 2000) للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية بأنها "الالتزام المستمر من شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل".

كما عرفت بأنها: إجبار المنظمات للعمل بطريقة لخدمة ذوي الاهتمام الداخليين والخارجيين والأطراف ذوي العلاقة بالمنظمة (Schermerhorn, 2002). ومن وجهة نظر "Holmes" المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا "التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها (الغالبى وأدریس، 2002).

كما عُرِفَتْ بأنها "مجموعة التزامات الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، ومنشأ هذه الالتزامات العلاقة المتبادلة بينها وبين المجتمع وكيفية تلبية حاجاته وتحقيق أهدافه" (الجميل، 2005). وعُرِفَتْ بأنها "عقد أخلاقي طوعي تتحقق فيه المنفعة المتبادلة ويبرم بين الشركة (المالكين، المديرين، العاملين) والمجتمع (المستهلكين، الموردين، المجتمع المحلي، المنافسين، البيئة، الحكومة) الذي تعمل فيه بجميع عناصره، حيث يتم بموجب هذا العقد التزام كلا الطرفين بالتزاماته للوصول للصالح العام وتحقيق التنمية لكليهما" (السحبياني، 2009). بينما قام مجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة بتعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها "الالتزام المستمر للشركات بالتصرف على نحو أخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية

حياة العاملين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع كله" (Najam, 2000). أما "Berkowitz" فحدد مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن ثلاثة جوانب أساسية لمسؤوليات المنظمة تمثلت في (الحمدي، 2003):

- المسؤولية تجاه تحقيق الأرباح: تشير إلى أن مسؤولية المنظمة كانت متمثلة فقط في تحقيق الأرباح للمالكين ولحملة الأسهم، وهذه المسؤولية القاصرة تؤيد ما جاء به العالم Friedman.
- المسؤولية تجاه أصحاب المصالح: نتيجة الانتقادات الموجهة لأهداف الربحية كمسؤولية وحيدة تركز عليها المنظمة، ظهر ما يسمى بالمسؤولية تجاه أصحاب المصالح وضرورة الاهتمام بتلبية أهداف أصحاب المصالح من مستهلكين، وعاملين، وموردين، وموزعين،... وغيرهم.
- المسؤولية تجاه المجتمع: انتشر هذا المفهوم في الأعوام الأخيرة، ويشير إلى ضرورة التزام المنظمة بالمسؤولية تجاه البيئة والمجتمع بشكل عام.

المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

تعد المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والبيئية أحدث مراحل التطور المحاسبي. وقد نشأ هذا التطور نتيجة للازدياد المطرد في حجم وقدرات الشركات الاقتصادية وبصفة خاصة الشركات المساهمة، فالشركات الاقتصادية المعاصرة لها تأثيرات مالية واجتماعية واسعة النطاق، سواء من جهة الاقتصاد الوطني في مجموعه، أم من حيث تعدد الأطراف ذوي المصلحة في تتبع اقتصادات تلك الشركات. وأصبح لزاماً على منظمات الأعمال أن تعمل على مقابلة توقعات المجتمع وتقدير متطلباته، سواء من تلقاء نفسها أو تحت ضغط الرأي العام، وذلك بالوفاء بأشكال مختلفة بمسؤولياتها الاجتماعية في حدود إمكاناتها، مع العمل في الوقت نفسه على إعلام الأطراف المعنية بأشكال الأداء الاجتماعي، والإفصاح عن نتائجه (Tilt, 1994).

كما إن المساهمة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية أصبحت وجهة الاقتصادات الحديثة، وهو ما قامت به الأمم المتحدة في دورتها 39 لجمعيتها العامة في 1985 بمطالبة الدول القيام بمشروعات تنمية مستدامة على الصعيد الاجتماعي بجانب الاقتصادي من خلال تغيير سياسة الدولة اقتصادياً وتشريعياً تجاه الرفاهية الاجتماعية (Ball, 2006). وحتى يمكن تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية عملياً يجب على صانع القرار في الشركات إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية لها، ومن ثم النهوض بها، وأخيراً إخلاء طرفها منها عن طريق الإفصاح المحاسبي في صورة تقارير (جهماني، 1996).

مداخل المحاسبة الاجتماعية:

هناك ثلاثة مداخل رئيسة للمحاسبة الاجتماعية وهي (الشيرازي، 1990؛ حنان، 2003):

المدخل الأول- يعرف بمدخل أصحاب الملاك أو المساهمين، وبجد جذوره في النظرية الاقتصادية الكلاسيكية التي تعتبر أن للمنشأة هدفاً وحيداً هو هدف تعظيم الربح بالنسبة للملاك والمساهمين، وهذا المفهوم يقرر أن محاولة الوحدة الاقتصادية الوصول إلى تعظيم الربح في ظل الإطار الأخلاقي والقانوني القائم سوف تؤدي إلى تحقيق مصالح المجتمع ككل، وقد تبني Friedman هذا المدخل مؤكداً أن قبول المسؤولية الاجتماعية في الشركات سوف يقيض أسس المجتمع الحر.

المدخل الثاني- يسمى هذا المدخل بمدخل أصحاب المصالح، وقد تم تطويره في السبعينيات، حيث يعترف بأهمية الأهداف الاجتماعية عند السعي لتحقيق هدف تعظيم الأرباح.

المدخل الثالث- هو المدخل الأكثر انفتاحاً لمتطلبات محاسبة المسؤولية الاجتماعية، حيث ينظر إلى المشروع على أنه نظام اجتماعي فرعي داخل نظام اجتماعي أكبر منه، وبالتالي المحافظة على التوازن مع هذا النظام الاجتماعي الأكبر، وذلك تحقيقاً لأغراض البقاء والنمو.

مجالات محاسبة المسؤولية الاجتماعية:

- 1- **الأداء الاجتماعي تجاه الموظفين:** تمثل العمالة مجالاً داخلياً من مجالات المسؤولية الاجتماعية، تلتزم الشركة فيه بتوفير الخدمات اللازمة لتحسين جودة حياة العاملين، وذلك من خلال (الجمعية المحاسبة الأمريكية AAA):
 - توفير البرامج التدريبية اللازمة، ودعم الراغبين في إكمال دراساتهم العليا.
 - المساهمة في التأمينات الاجتماعية.
 - وضع نظم للرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات ولدى الأطباء.
 - وضع نظم للحوافز والمكافآت، سواء في المناسبات الدينية أم في غيرها.
 - إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم مادياً في الحصول على سكن مناسب.
 - المساعدة مادياً في تأدية المناسك الدينية مثل العمرة والحج.
 - إقامة مصايف للعاملين أو مساعدتهم مادياً في القيام برحلات ترفيهية ورياضية.
- 2- **الأداء الاجتماعي تجاه البيئة والموارد الطبيعية:** يعد هذا المجال من أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية للمشروع بسبب التوسعات الضخمة والتقدم التقني وما نتج عنهما من استخدام متزايد للموارد الطبيعية غير القابلة للتعويض، وزيادة المخلفات الصناعية من أذخنة وكيماويات، والتوسع في استخدام الأسمدة الكيماوية والمبيدات الزراعية، مما أدى إلى تلوث مياه الأنهار والبحيرات والتربة (جربوع، 2007). ونظراً للأهمية التي يتمتع بها هذا الجانب تم إصدار قانون البيئة الفلسطيني رقم (7) لسنة 1999.
- 3- **الأداء الاجتماعي تجاه العملاء:** يشمل الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق رضا المستهلك والعملاء على المنتج أو الخدمة (اللولو، 2009).
- 4- **الأداء الاجتماعي تجاه المجتمع المحلي:** سمي البعض هذا المجال بمجال المساهمات العامة، وهو يشمل مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق فائدة للجمهور بشكل عام بهدف تحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع (بدوي، 2000).

أهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية:

- يمكن تلخيص أهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية في التالي (بحيي وآخرون، 2002؛ جربوع، 2007):
- 1- المساعدة في تحديد ما إذا كانت استراتيجية المنشأة والأنشطة التي لها تأثير مباشر على الموارد، ومراكز الأفراد، وقطاعات المجتمع - تتماشى مع الأولويات الاجتماعية والطموح المقبول للأفراد.
 - 2- تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة من خلال تحديد ما إذا كانت استراتيجية المنظمة وأهدافها تتماشى مع الأولويات الاجتماعية، ومع طموح المنظمة للأفراد بتحقيق نسبة معقولة من الأرباح.
 - 3- تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للمنظمة عن طريق مقارنة التكاليف والمنافع الاجتماعية.
 - 4- توفير البيانات الملائمة عن الأداء الاجتماعي للمنظمة ومدى مساهمتها في تحقيق الأهداف الاجتماعية لكل أطراف المجتمع.
 - 5- توصيل المعلومات الاجتماعية ونتائج القياس المحاسبي إلى الفئات الاجتماعية المستفيدة.

6- مساعدة الأجهزة التخطيطية في تحديد أولية البرامج والأنشطة الاجتماعية التي يجب أن تحظى باهتمام أكبر من الدولة والوحدات الاقتصادية.

7- مساعدة إدارة الوحدة الاقتصادية في وضع برامج اجتماعية وتحديد مساهمتها في ضوء الأهداف التي تسعى لتحقيقها.

أهمية محاسبة المسؤولية الاجتماعية:

ترجع أهمية محاسبة المسؤولية الاجتماعية للأسباب التالية (مرعي والصبان، 1990؛ السعد، 2007):

- 1- تزايد الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية من خلال تحقيق الرفاهية الاجتماعية بجانب الرفاهية الاقتصادية.
- 2- تزايد المطالبة من قبل الجهات المهنية للمنشآت الاقتصادية بالإفصاح عن البيانات ذات المضمون الاجتماعي.
- 3- إدخال التكاليف الاجتماعية للأنشطة التي لها مضمون اجتماعي عند تحديد تكلفتها الحقيقية.
- 4- التركيز عند قياس الأداء الاجتماعي على المنافع الاجتماعية الناتجة عن أنشطة المشروع والتكاليف الاجتماعية لها.

أسباب الاهتمام بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

نتيجة للضغوط الاجتماعية المفروضة على المشروع، أصبح يلاحظ إلزام معظم أسواق المال العالمية المشروعات بعرض نتائج أنشطتها الاجتماعية ضمن التقارير المنشورة وكذلك دورها وأنشطتها المستقبلية في هذا المضمار، ويتضح أيضاً زيادة الإفصاح الاجتماعي في التقارير المالية للمشروعات في الفترات الأخيرة على الرغم من كونه اختياريًا في معظم الحالات (محمد، 2005). وعرف الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية على أنه عرض البيانات والمعلومات المتعلقة بالنشاط الاجتماعي بشكل يمكّن من تقييم الأداء الاجتماعي للمشروع (Jennifer, 1997). وهناك العديد من الأسباب التي تدعو للاهتمام بالإفصاح الاجتماعي منها:

أ- أسباب تتعلق بتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية:

- 1- يساهم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في معالجة القصور بشأن قابلية القوائم المالية للمقارنة بين المشروعات (Spence, 2007).
- 2- ظهور ما يعرف بالمستثمر الأخلاقي Investor Ethic وعدم تركيز المستثمر على الجانب الاقتصادي فقط لاتخاذ قرار الاستثمار، بل تعدى ذلك ليشمل الجوانب والمعايير الدينية والسياسية والاجتماعية (Kandolamm, 2004).
- 3- إن محاسبة المسؤولية الاجتماعية تسعى لتوصيل المعلومات للفئات غير التقليدية مثل: العاملين والمستهلكين والحكومة والمجتمع المحلي والوطني (الحيالي، 2003).

ب- أسباب تتعلق بمسؤولية المحاسب ومهنة المحاسبة:

أوضحت جمعية المحاسبين الأمريكية (AAA) أسباب ضرورة اهتمام المحاسبين بالإفصاح عن بيانات المسؤولية الاجتماعية يمكن تلخيصها كالتالي (AAA, 1973):

- 1- إن البيانات المتعلقة بالأنشطة الاجتماعية ذات طبيعة كمية ومالية تؤثر على أصول الشركة ونفقاتها والتزاماتها وهي من صميم عمل المحاسب.
- 2- إن التغيير في الفلسفة الاجتماعية التي تميل نحو وجهة النظر بضرورة تحمل المشروع لتكاليف المحافظة على البيئة يؤدي إلى معالجة بيانات الأنشطة الخاصة بالبيئة عن طريق وظيفة المحاسبة في المشروعات.

آليات الإفصاح الاجتماعي:

هناك آليات يمكن أن تنتقل عبرها المعلومات الاجتماعية إلى ذوي المصالح وهي (محمد، 2005):

1- الإفصاح الاختياري: يجب أن يكون للإدارة الحوافز للإفصاح الاختياري عن المعلومات بخلاف ما تتطلبه معايير إعداد القوائم المالية.

2- الإفصاح الإلزامي: هو الذي يفرض على المنشأة وفقاً للقوانين واللوائح التنظيمية والإدارية في أسواق المال، ووفقاً للمعايير المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً في المجامع المهنية المحاسبية.

الدراسة الميدانية:

منهج الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل الباحث في مجرياتها ويستطيع الباحث أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها. وتهدف هذه الدراسة إلى دراسة مدى إدراك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية. وقد تم استخدام مصدرين أساسيين للمعلومات:

1- المصادر الثانوية: من أجل معالجة الإطار النظري للبحث، تم الاعتماد على مصادر البيانات الثانوية التي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

2- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث تم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسة للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على المصارف التجارية الفلسطينية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في المصارف التجارية الفلسطينية، وهي خمسة مصارف تم التعرف عليها من خلال دليل للشركات في سوق فلسطين للأوراق المالية لعام 2009، وقد تم استبعاد مصرف فلسطين الدولي بسبب إغلاقه أثناء إجراء الدراسة، كما تم استبعاد المصارف الإسلامية لخصوصيتها، وقد تم استخدام طريقة العينة العشوائية، حيث تم توزيع 70 استبانة على عينة الدراسة بواقع 25 استبانة في قطاع غزة و45 استبانة في الضفة الغربية، وقد تم تحديد هذا العدد بسبب رغبة المصارف في استقبال عدد محدد من الاستبانات فحسب، وروعي أن يكون المجيب عنها من متخذي القرار وله علاقة بالشؤون المالية والإدارية وشئون الموظفين وقسم العملاء، وتم الحصول على 60 استبانة بنسبة استرداد 86% تقريباً، وهي نسبة مقبولة لتعميم نتائجها على مجتمع الدراسة.

أداة الدراسة:

بعد الإطلاع على أدبيات الدراسة، تم إعداد استبانة حول "مدى إدراك إدارة المصارف لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية". وقد قسمت الاستبانة إلى قسمين رئيسيين هما:

القسم الأول- هو عبارة عن الخصائص الشخصية عن المستجيب (العمر، المؤهل العلمي، التخصص، المركز الوظيفي، عدد سنوات الخبرة، عدد الدورات في مجال العمل المصرفي، عدد الدورات في مجال محاسبة المسؤولية الاجتماعية).

- القسم الثاني:** هو عبارة عن مجالات الدراسة حيث تتكون الاستبانة من 43 فقرة موزعة على ثلاثة مجالات هي:
- **المجال الأول:** يتعلق باهتمام الإدارة بالمسؤولية الاجتماعية، حيث يتكون من (25) فقرة وينقسم إلى أربعة مجالات فرعية هي:
 - 1- تجاه الموظفين، ويتكون من ثماني فقرات.
 - 2- تجاه عملاء المصرف، ويتكون من خمس فقرات.
 - 2- تجاه المجتمع المحلي، ويتكون من سبع فقرات.
 - 4- تجاه البيئة المحيطة بالمصرف، ويتكون من خمس فقرات.
 - **المجال الثاني:** الاهتمام بقياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية حيث يتكون من سبع فقرات.
 - **المجال الثالث:** الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية حيث يتكون من ثلاث عشرة فقرة.
- تم تحديد المتوسط الحسابي المرجح بأوزان حُدثت اعتماداً على مقياس ليكرت الخماسي (Five Point Likert Scale)، على النحو التالي:

الاستجابة	موافق بدرجة كبيرة جداً	موافق بدرجة كبيرة	موافق بدرجة متوسطة	موافق بدرجة منخفضة	موافق بدرجة منخفضة جداً
الوزن النسبي	5	4	3	2	1
الوزن المئوي	100-81	80-61	60-41	40-21	20-0

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من خمسة من أعضاء الهيئة التدريسية في كليات التجارة بالجامعات الفلسطينية في قطاع غزة متخصصين في المحاسبة والإحصاء، إضافة إلى عرضها على بعض مديري المصارف التجارية. وقد استجاب الباحث لآراء السادة المحكمين بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرجت الاستبانة في صورتها النهائية.

تتراوح قيمة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لجميع فقرات الاستبانة حول (0.901)، وبين (Sekar, 2005) أن القيمة المقبولة إحصائياً لمعامل ألفا كرونباخ هي (60%) فأكثر وأن القيمة التي تزيد على (90%) هي قيمة ممتازة. وهذا يعني إمكانية اعتماد نتائج الاستبانة والاطمئنان إلى مصداقيتها في تحقيق أهداف الدراسة. والصدق البنائي للاستبانة يشير إلى أن معامل الارتباط يتراوح بين 0.810 و 0.898 وهذا يبين أن محتوى كل متغير من متغيرات الاستبانة له علاقة قوية بهدف الدراسة عند مستوى دلالة (0.05). وتم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، وتبين أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من 0.05 وبذلك تعتبر فقرات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

كما تم استخدام اختبار كولمغوروف-سمرنوف Kolmogorov-Smirnov Test (K-S) لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا. وقد بينت نتائج الاختبار أن قيمة مستوى الدلالة لكل متغير أكبر من 0.05 ($sig. > 0.05$)، وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي وبالتالي يجب استخدام الاختبارات المعلمية لاختبار فرضيات الدراسة.

الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية: النسب المئوية والتكرارات، اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة، معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الفقرات، اختبار كولومجوروف-سمرنوف لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا (1-Sample K-S)، اختبار One sample T-test، اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، اختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) واختبار T في حالة عينتين (T-Test).

التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة:

1- توزيع أفراد العينة حسب العمر:

يتضح من جدول (1) أن هناك تبايناً بين أعمار عينة الدراسة، وأن 70% من أفراد العينة تجاوز عمرهم الأعوام الثلاثين، وقد يعزى السبب في ارتفاع نسبة الفئات العمرية الكبيرة إلى أن أفراد العينة هم في الأغلب من المدراء فأعلى.

جدول (1)

توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 30 سنة	18	30.0
من 30 _ 40 سنة	17	28.3
من 41 _ 50 سنة	13	21.7
أكبر من 50 سنة	12	20.0
المجموع	60	100.0

2- توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

يوضح جدول (2) أن معظم أفراد العينة يتمتعون بمؤهلات علمية عالية تساعد في فهم أسئلة الاستبانة والإجابة عنها بمهنية وبطريقة صحيحة مما يعطي نتائج أقرب للواقع.

جدول (2)

توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية %
بكالوريوس	32	3.35
ماجستير	11	418.
دكتوراه	14	323.
غير ذلك	3	5
المجموع	60	100.0

3- توزيع أفراد العينة حسب التخصص:

يوضح جدول (3) أن جميع أفراد عينة الدراسة من ذوي التخصصات ذات العلاقة، وتعتبر هذه نتيجة مناسبة وملائمة نظراً لطبيعة عمل المصرف.

جدول (3)

توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

التخصص	العدد	النسبة المئوية %
محاسبة	18	30.0
إدارة أعمال	16	26.7
علوم مالية ومصرفية	13	21.7
اقتصاد وعلوم سياسية	11	18.3
غير ذلك	2*	3.3
المجموع	60	100.0

* تخصص طبيب، وتكنولوجيا معلومات يعودان لعضوي مجلس إدارة.

4- توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة:

يوضح جدول (4) أن ما نسبته 46.7% من عينة الدراسة عدد سنوات الخبرة لهم أكثر من 10 سنوات، وأن 35% عدد سنوات خبرتهم من 5-10 سنوات، وهذا يدل على أن غالبية المستجيبين على معرفة ودراية وإطلاع على عمل المصرف بشكل جيد والكيفية التي تتعاطى بها هذه المصارف مع مسؤوليتها الاجتماعية.

جدول (4)

توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 5 سنوات	11	18.3
من 5-10 سنوات	21	35.0
من 11-15 سنة	16	26.7
أكثر من 15 سنة	12	20.0
المجموع	60	100.0

5- توزيع أفراد العينة حسب المركز الوظيفي:

يوضح جدول (5) أن هناك تنوعاً في المسميات الوظيفية والمستويات الإدارية لأفراد العينة، مما يعني أن معظم أفراد عينة الدراسة من ذوي الخبرة العالية وأصحاب القرار، ومستواهم الإداري يمكنهم من الإطلاع على أمور ومجريات العمل أكثر من غيرهم، مما يمكنهم من الإجابة عن أسئلة الدراسة بوضوح وبدقة وبمهنية عالية.

جدول (5)

توزيع أفراد العينة حسب متغير المركز الوظيفي

المركز الوظيفي	العدد	النسبة المئوية %
عضو مجلس إدارة	12	20.0
مدير عام	3	5.0
مدير فرع	8	13.3
نائب مدير فرع	11	18.3
مدير مالي	2	3.3
مدير إداري	9	15.0
أخرى	15	25.0
المجموع	60	100.0

6- توزيع أفراد العينة حسب عدد الدورات التدريبية في مجال العمل المصرفي:

يوضح جدول (6) أن ما نسبته 70% من أفراد العينة قد التحقوا بثلاث دورات تدريبية فأكثر، وهذا يدل على اهتمام المصرف بتنمية خبرات وقدرات الموظفين في مجال العمل المصرفي.

جدول (6)

توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد الدورات في مجال العمل المصرفي

عدد الدورات في مجال العمل المصرفي	العدد	النسبة المئوية %
لا يوجد	10	16.7
1-2	8	13.3
3-4	20	33.3
أكثر من 5	22	36.7
المجموع	60	100.0

7- توزيع أفراد العينة حسب عدد الدورات في مجال محاسبة المسؤولية:

يوضح جدول (7) أن ما نسبته 65% من أفراد العينة قد التحقوا بدورات تدريبية، وهذا يعني أن معظم من أجاب عن الاستبانة يدركون مفهوم المسؤولية الاجتماعية، مما يعطي نتائج أقرب للواقع.

جدول (7)

توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد الدورات في مجال محاسبة المسؤولية

عدد الدورات في مجال محاسبة المسؤولية	العدد	النسبة المئوية %
لا يوجد	21	35.0
1-2	12	20.0
3-4	18	30.0
أكثر من 5	9	15.0
المجموع	60	100.0

تحليل واختبار فرضيات الدراسة:

اختبار الفرضيات حول متوسط درجة الإجابة يساوي درجة الموافقة المتوسطة.

تم استخدام الاختبارات المعلمية (اختبار T) لتحليل فقرات الاستبانة واختبار فرضيات الدراسة، وذلك حسب نتائج اختبار التوزيع الطبيعي. وجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (8)

نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

م	المجال	قيمة (Sig.)
1-	تجاه الموظفين.	0.784
2-	تجاه عملاء المصرف.	0.400
3-	تجاه المجتمع المحلي.	0.941
4-	تجاه البيئة المحيطة بالمصرف.	0.259
5-	اهتمام الإدارة بالمسؤولية الاجتماعية.	0.077
6-	الاهتمام بقياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية.	0.397
7-	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	0.075

الفرضية الصفريّة: اختبار أن متوسط درجة الإجابة يساوي ثلاثة، وهي تقابل موافق بدرجة متوسطة حسب مقياس ليكرت المستخدم.

الفرضية البديلة: متوسط درجة الإجابة لا يساوي ثلاثة.

إذا كانت $Sig > 0.05$ (أكبر من 0.05) فإنه لا يمكن رفض الفرضية الصفريّة، ويكون في هذه الحالة متوسط آراء أفراد العينة حول الظاهرة موضع الدراسة لا يختلف جوهرياً عن موافق بدرجة متوسطة وهي 3، أما إذا كانت $Sig < 0.05$ (أقل من 0.05) فيتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة القائلة بأن متوسط آراء أفراد العينة يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة.

وفي هذه الحالة يمكن تحديد ما إذا كان متوسط الإجابة يزيد أو ينقص بصورة جوهريّة عن درجة الموافقة المتوسطة وذلك من خلال قيمة الاختبار، فإذا كانت الإشارة موجبة فمعناه أن المتوسط الحسابي للإجابة يزيد على درجة الموافقة المتوسطة والعكس صحيح.

الفرضية الأولى- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وتتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

1- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

جدول (9)

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات مجال "تجاه الموظفين"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الرتبة
1-	يقوم المصرف بتنظيم دورات تدريبية للموظفين لرفع قدراتهم وكفاءتهم.	3.97	79.33	6.28	*0.000	1
2-	يراعي المصرف التفاوت في قدرات ومواهب الموظفين عن طريق منح الحوافز.	3.60	72.00	4.03	*0.000	2
3-	سياسة المصرف للترقية تأخذ بالاعتبار قدرات ومهارات الموظفين وتحقق فرصاً متساوية للترقية.	3.28	65.67	1.64	0.054	5
4-	يقوم المصرف بتهيئة ظروف عمل مناسبة للموظفين.	3.48	69.67	2.86	*0.003	3
5-	يوفر المصرف نظام تأمين صحي للموظفين.	3.31	66.10	1.65	0.052	4
6-	يقوم المصرف بتوفير نظام مقبول للتأمين والمعاشات للموظفين.	2.67	53.33	-1.77	*0.041	8
7-	يقدم المصرف برامج اجتماعية للموظفين خارج نطاق العمل.	3.05	61.03	0.25	0.401	7
8-	هناك اهتمام من قبل الإدارة بتكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.	3.13	62.67	0.72	0.239	6
	جميع فقرات المجال معاً	3.32	66.31	3.56	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

بشكل عام يبين الجدول (9) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي 3.32، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 66.31%، قيمة اختبار T تساوي 3.56، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال "تجاه الموظفين" دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، مما يؤهلنا لقبول الفرضية البديلة القائلة "هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين".

ويعزى اهتمام المصرف بمسؤوليته الاجتماعية تجاه الموظفين باعتبار أن ذلك سيعود عليه بالمنفعة، لكن هذا الاهتمام غير كافٍ ويحتاج إلى مزيد من التطوير، كما لاحظنا عدم رضا الموظفين عن الفقرة المتعلقة بالتأمين والمعاشات. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Shotter, 1994) بأن الاهتمام بالموظفين احتل المرتبة الأولى. بينما احتل الاهتمام بالموظفين المرتبة الثانية حسب دراسة (الحمادين، 2002) وكذلك اتفقت مع دراسة (الأغا، 2006) على المصارف الفلسطينية.

2- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء.

جدول (10)

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات مجال "تجاه عملاء المصرف"

م	الفرقة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الرتبة
1-	يهتم المصرف بشكاوي ومقترحات عملائه.	4.05	81.00	7.42	*0.000	1
2-	يقوم المصرف ببرامج إعلامية تعرف عملائه بخدماته وطرق ومجالات استخداماتها.	3.68	73.56	4.41	*0.000	2
3-	يهتم المصرف بتقديم أفضل وأحدث الخدمات لعملائه.	3.51	70.17	2.85	*0.003	4
4-	يهتم المصرف بتقديم الخدمات لعملائه بجودة عالية.	3.61	72.20	3.29	*0.001	3
5-	تلقي تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه عملاء المصرف اهتمام الإدارة.	3.17	63.39	0.81	0.209	5
	جميع فقرات المجال معاً	3.61	72.22	5.29	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

بشكل عام يبين جدول (10) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي 3.61، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 72.22%، قيمة اختبار T تساوي 5.29، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال "تجاه عملاء المصرف" دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، هذا يعني قبول الفرضية البديلة القائلة "هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء".

ويرجع هذا الاهتمام باعتبار أن العملاء أهم ما يملك المصرف، والحصول على رضاهم يعني التأثير الإيجابي على الأرباح. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الأغا، 2006) بأن 76% من أفراد العينة قد أجمعوا على أن الأداء الاجتماعي للمصارف الفلسطينية تجاه عملائهم يقع ضمن السياسات الإدارية المتبعة. وكذلك مع دراسة (عودة، 2008).

3- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي.

جدول (11)

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات مجال "تجاه المجتمع المحلي"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الرتبة
1-	يقدم المصرف المنح التعليمية لأفراد المجتمع.	3.63	72.67	3.47	*0.000	1
2-	يقوم المصرف برعاية مؤتمرات علمية.	3.37	67.46	2.18	*0.017	3
3-	يقوم المصرف بالتبرع للجمعيات الخيرية.	3.52	70.33	2.89	*0.003	2
4-	يساهم المصرف في التخفيف من البطالة.	2.92	58.33	-0.47	0.320	6
5-	يقوم المصرف بتوظيف أفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة.	3.13	62.67	0.79	0.216	5
6-	يوافق المصرف على تدريب طلاب الجامعات.	3.28	65.67	1.76	*0.042	4
7-	يساهم المصرف في تنفيذ برامج الإسكان.	2.72	54.33	-1.55	0.063	7
	جميع فقرات المجال معاً	3.23	64.50	2.27	*0.013	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

بشكل عام يبين جدول (11) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي 3.23، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 64.50%، قيمة اختبار T تساوي 2.27، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.013 لذلك يعتبر مجال "تجاه المجتمع المحلي" دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، بمعنى قبول الفرضية البديلة التي تقول "هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية بأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي".

وهذا يدل على أن المصارف مهتمة بتنمية العلاقة بالمجتمع المحلي، ويمكن إرجاع ذلك لتنمية دور العلاقات العامة والتسويقية مع الجمهور، غير أن هذا الاهتمام غير كاف، فالمصارف لا تساهم في مشروعات الإسكان بالمستوى المطلوب، وربما يعود ذلك إلى الوضع الفلسطيني والحصار على قطاع غزة الذي أدى لارتفاع تكاليف البناء بشكل عالٍ جداً، كما أن المصارف لا تساهم في حل مشكلة البطالة وعدم مراعاة ذوي الاحتياجات الخاصة بالصورة المطلوبة، وربما يعود ذلك لاعتقاد إدارة المصارف أن هذه الأمور من مسؤولية الدولة.

وتتسجم هذه النتائج الخاصة باهتمام المصارف بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع المحلي مع ما توصلت إليه دراسة (اللولو، 2009)، حيث أشارت إلى أن الشركات تهتم بمجال المجتمع المحلي بصورة متوسطة، لكنه ليس بالقدر الكاف. كما اتفقت مع نتائج دراسة (الحمادين، 2002) ودراسة (عودة، 2008)، ودراسة (العناتي، 2009) على البيئة الأردنية.

4- هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

جدول (12)

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات مجال
"تجاه البيئة المحيطة بالمصرف"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتبة
1-	يقوم المصرف بالمشاركة في برامج حماية البيئة والحد من التلوث.	3.42	68.33	2.17	*0.017	1
2-	يعمل المصرف على تجميل وتشجير المناطق الطبيعية والشوارع.	3.12	62.33	0.66	0.257	4
3-	يقدم المصرف المساعدات للمنظمات الاجتماعية التي تهدف إلى تحسين البيئة التي يعمل فيها المصرف.	3.13	62.67	0.74	0.231	3
4-	يستثمر المصرف في مشروعات تنتج منتجات صديقة للبيئة.	2.97	59.33	-0.18	0.428	5
5-	لا يمول المصرف المشروعات التي تضر بالبيئة.	3.18	63.67	0.93	0.179	2
جميع فقرات المجال معاً		3.16	63.27	1.69	*0.048	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

بشكل عام يبين جدول (12) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي 3.16، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 63.27%، قيمة اختبار T تساوي 1.69، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.048 لذلك يعتبر مجال "تجاه البيئة المحيطة بالمصرف" دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، أي أنه يتم قبول الفرضية البديلة القائلة "يوجد إدراك لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة". وهذا يعطي مؤشراً بأن المصارف تهتم بمجال المحافظة على البيئة بصورة جيدة وتحمل مسؤوليتها تجاه البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، لكن هذا الاهتمام ليس بالدرجة المطلوبة، وربما يعود ذلك لاعتقاد المصارف بأن الاهتمام بالبيئة هو مسؤولية الدولة بالدرجة الأولى. وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (السحيباني، 2009) في البيئة السعودية من حيث ضعف الاهتمام بقضايا البيئة، وكذلك دراسة (الأغا، 2006)، واحتل الاهتمام بالبيئة المرتبة الأولى في قطاع التعدين حسب دراسة (Shotter, 1994).

الفرضية الأولى (ككل) - هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

جدول (13)

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لجميع الفقرات السابقة

الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)
جميع فقرات اهتمام الإدارة بالمسؤولية الاجتماعية	3.32	66.35	4.33	*0.000

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

يبين جدول (13) أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.32 والمتوسط الحسابي النسبي 66.35%، قيمة اختبار T تساوي 4.33، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك تعتبر جميع الفقرات السابقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة على جميع الفقرات بشكل عام، وهذا يؤهلنا لقبول الفرضية البديلة التي نقول "هناك إدراك جوهري لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية".

وتعطي هذه النتيجة مؤشراً إيجابياً عن اهتمام الإدارة بمسئوليتها الاجتماعية تجاه كل من موظفيها، وعملائها، والمجتمع المحلي، والبيئة المحيطة، لكن هذا الإدراك يحتاج لمزيد من التطوير والاهتمام، وتتسجم هذه النتيجة مع دراسة (Rahahleh and Sharairi, 2008)، بأنه يوجد اهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية، ولكن ليس بالشكل المطلوب، وهناك التزام بالمسؤولية الاجتماعية حسب دراسة (Shotter, 1994)، وهناك توجهات إيجابية نحو المسؤولية الاجتماعية حسب دراسة (Zabid and Ibrahim, 2002).

الفرضية الثانية- تختلف الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية من قبل الإدارة المصرفية.

جدول (14)

يبين الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية

المرتبة	القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	المتوسط الحسابي النسبي	المتوسط الحسابي	الفقرة
2	*0.000	3.56	66.31	3.32	محاسبة المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين
1	*0.000	5.29	72.22	3.61	محاسبة المسؤولية تجاه عملاء المصرف
3	*0.013	2.27	64.50	3.23	محاسبة المسؤولية تجاه المجتمع المحلي
4	*0.048	1.69	63.27	3.16	محاسبة المسؤولية تجاه البيئة المحيطة بالمصرف

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

تبين نتائج جدول (14) أن مجال "محاسبة المسؤولية تجاه عملاء المصرف" حصل على المرتبة الأولى بمتوسط نسبي 72.22%، ويرجع ذلك إلى أن العملاء هم سوق المصرف ويتوقف على رضاهم النجاح أو الفشل في الاستمرار. وتتفق النتيجة مع دراسة (الأغا، 2006)، وأن مجال "محاسبة المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين" حصل على المرتبة الثانية بمتوسط نسبي 66.31%، ويأتي هذا الاهتمام بسبب استفادة المصارف المباشرة من تنمية مهارات موظفيها. بينما احتل هذا المجال حسب دراسة (Shotter, 1994) المرتبة الأولى. وحصل مجال "محاسبة المسؤولية تجاه المجتمع المحلي" على المرتبة الثالثة بمتوسط نسبي 64.50%، ويرجع ذلك لتنمية دور العلاقات العامة والتسويقية مع الجمهور. واتفقت النتيجة مع دراسة (الحمادين، 2002). وأخيراً جاء مجال "محاسبة المسؤولية تجاه البيئة المحيطة بالمصرف" بالمرتبة الرابعة من حيث اهتمام الإدارة المصرفية بمتوسط نسبي 63.27%، وذلك لاعتقاد الإدارة المصرفية بأن الاهتمام بالبيئة هو مسؤولية الدولة بالدرجة الأولى. هنا نستطيع القول بصدق الفرضية القائلة "تختلف الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية من قبل الإدارة المصرفية". وتعتبر هذه النتيجة قريبة إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة (اللولو، 2009) بأن الشركات المساهمة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية تهتم بنسب متفاوتة بمجالات المسؤولية الاجتماعية، حيث يحظى المستهلكون بالأولوية، ثم بعد ذلك الموارد البشرية يليها البيئة، وأخيراً المجتمع المحلي.

الفرضية الثالثة- تدرك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية أهمية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية.

جدول (15)

المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات مجال
"الاهتمام بقياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الرتبة
1-1	يقوم المصرف بمسك سجلات خاصة لمعالجة بيانات المسؤولية الاجتماعية.	3.70	74.00	4.38	*0.000	1
2-2	يعمل المصرف على توثيق وتسجيل البيانات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.	3.18	63.67	1.29	0.100	5
3-3	يهتم المصرف بقياس التكاليف المتعلقة بالموظفين.	3.34	66.79	1.94	*0.029	2
4-4	يهتم المصرف بقياس التكاليف المتعلقة بالمساهمات العامة.	3.10	62.03	0.52	0.303	6
5-5	يهتم المصرف بقياس التكاليف المتعلقة بالمحافظة على البيئة والحد من التلوث.	2.95	59.00	-0.24	0.405	7
6-6	يهتم المصرف بقياس التكاليف المتعلقة بمجال تنمية الخدمات المقدمة لعملائه.	3.25	65.08	1.19	0.119	3
7-7	يهتم المصرف بقياس المسؤولية الاجتماعية للوقوف على العائد والتكاليف لكل مجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية.	3.24	64.75	1.14	0.130	4
	جميع فقرات المجال معاً	3.26	65.13	2.73	*0.004	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

بشكل عام يبين جدول (15) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي 3.26، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 65.13%، قيمة اختبار T تساوي 2.73، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.004 لذلك يعتبر مجال "الاهتمام بقياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية" دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، وبذلك نستطيع القول بصدق الفرضية البديلة، وهي "تدرك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية أهمية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية".

ويمكن تفسير اهتمام المصارف بتكاليف المسؤولية الاجتماعية باعتبارها جزءاً من المصروفات العادية للشركة والتي يجب معالجتها، بالإضافة إلى أن هذه التكاليف قد يتم الإفصاح عنها في القوائم المالية بشكل منفصل ويجب أن تكون محددة بشكل دقيق، لكن هذا الاهتمام بحاجة لمزيد من التطوير بحيث يتم الاهتمام بتكاليف كل مجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الرابعة- تدرك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

جدول (16)
المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (Sig.) لكل فقرة من فقرات مجال
"الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية (Sig.)	الترتبة
1-	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يحقق للمصرف بعض المزايا والفوائد.	3.50	70.00	2.71	*0.004	2
2-	يعكس الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية المزيد من المصداقية والموضوعية للقوائم المالية.	3.38	67.59	2.38	*0.010	4
3-	يعكس الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية المزيد من الثقة للقوائم المالية.	3.55	71.03	3.23	*0.001	1
4-	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يدعم الموقف التنافسي للمصرف.	3.37	67.37	1.99	*0.026	5
5-	يؤيد المصرف مبدأ الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية.	3.21	64.21	1.10	0.139	12
6-	يقوم المصرف بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.	3.47	69.31	2.50	*0.008	3
7-	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين يعود عليه بالمنفعة على المصرف.	3.33	66.67	1.92	*0.030	6
8-	يهتم المصرف بالإفصاح عن تكاليف مسؤوليته الاجتماعية تجاه عملائه.	3.28	65.52	1.44	0.078	11
9-	الإفصاح عن تكاليف مسؤوليته الاجتماعية تجاه عملائه يؤثر على سمعة المصرف.	3.33	66.67	1.74	*0.043	6
10-	يفصح المصرف عن تكاليف المسؤولية تجاه المجتمع في قوائمته المالية.	3.30	66.07	1.48	0.072	10
11-	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع يعود بالمنفعة على المصرف.	3.32	66.32	1.63	0.055	9
12-	الإفصاح عن التكاليف المتعلقة بمسؤولية المصرف تجاه البيئة يلقي اهتمام إدارة المصرف.	2.98	59.65	-0.09	0.464	13
13-	الإفصاح عن التكاليف المتعلقة بمسؤولية المصرف تجاه البيئة يؤثر على سمعة المصرف.	3.33	66.55	1.74	*0.043	8
	جميع فقرات المجال معاً	3.33	66.65	3.91	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

بشكل عام يبين جدول (16) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال يساوي 3.33 وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي 66.65%، قيمة اختبار T تساوي 3.91، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي 0.000 لذلك يعتبر مجال "الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية" دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال، مما يعني قبول الفرضية البديلة "تدرك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية أهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية". يرجع هذا الاهتمام إلى أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يعود بالمنفعة على المصرف، بحيث يعتبر نوعاً من الدعاية. وتتسم هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (الشرايري والمومني، 2001) بأن الشركات الصناعية الأردنية تقوم بالإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية. واختلفت مع دراسة (الحمادين، 2002) بأن هناك قصوراً في الإفصاح في المؤسسات الفندقية، وكذلك اتفقت مع دراسة (اللولو، 2009) بأن الإفصاح الاجتماعي غير كاف

في فلسطين، واتفقت مع دراسة (Abu Baker, 2000) بأن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية (البيئية) يحتاج إلى المزيد من الاهتمام من قبل الشركات الصناعية الأردنية.

النتائج والتوصيات والدراسات المقترحة:

النتائج: من خلال الدراسة تم التوصل للنتائج التالية:

- 1- بينت نتائج الدراسة أن هناك إدراكًا جوهريًا لدى إدارة المصارف التجارية الفلسطينية لأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين، وتجاه العملاء، وتجاه المجتمع، وتجاه البيئة بدرجة كبيرة تراوحت بين 63%-72%، لكن هذا الاهتمام بحاجة للمزيد.
- 2- تختلف الأهمية النسبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة المصارف التجارية الفلسطينية، حيث حصل مجال "عملاء المصرف" على المرتبة الأولى، يليه مجال "الموظفين" على المرتبة الثانية، ثم مجال "المجتمع المحلي" بالمرتبة الثالثة، بينما جاء اهتمام إدارة المصارف بمجال "البيئة" بالمرتبة الرابعة.
- 3- تدرك إدارة المصارف التجارية الفلسطينية أهمية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها بدرجة كبيرة.

التوصيات: وبناءً على النتائج السابقة نورد التوصيات التالية:

- 1- ضرورة قيام المصارف التجارية بالمزيد من الاهتمام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه موظفيها، خاصة فيما يتعلق بتوفير نظام للتأمين والمعاشات يرضي موظفيها.
- 2- ضرورة اهتمام المصارف بشكل أكبر بمسئوليتها الاجتماعية تجاه العملاء والمجتمع، والبيئة المحيطة.
- 3- يجب أن تحظى عملية قياس تكاليف المسؤولية الاجتماعية بمزيد من الاهتمام من قبل إدارة المصارف.
- 4- ضرورة قيام الجهات المعنية بإجراء الدراسات والأبحاث اللازمة لوضع نموذج محاسبي للمسؤولية الاجتماعية يمكن المصارف من قياس ومعالجة تكاليف المسؤولية الاجتماعية.
- 5- أن تقوم المصارف بتطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بجميع جوانبها، واستخدامها كنظام معلومات اجتماعي يخدم جميع الأطراف ذات العلاقة.
- 6- ضرورة عقد المزيد من الدورات للموظفين في مجال المسؤولية الاجتماعية لتطوير قدراتهم وإدراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- 7- ضرورة العمل على استحداث القوانين والتشريعات من قبل سلطة النقد الفلسطينية التي تلزم المصارف بالمسؤولية الاجتماعية.

دراسات مقترحة:

- 1- دراسة مدى إدراك البنوك الإسلامية لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية في ضوء معايير المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية.
- 2- قياس التكاليف الاجتماعية ومدى مساهمتها في تحقيق الرفاهية الاجتماعية لمجموعة الاتصالات الفلسطينية.
- 3- دراسة أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على أرباح الشركات المساهمة العاملة في فلسطين.

المراجع

أولاً- المراجع باللغة العربية:

- الأغا، أديب سالم، (2006)، "مدى التزام البنوك العاملة في قطاع غزة بأداء مسئوليتها الاجتماعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة، فلسطين.
- بدوي، محمد وعثمان، الأميرة، (2000)، "دراسات في قضايا ومشاكل محاسبية معاصرة"، الإسكندرية: دار المعارف.
- التيجري، محمد، (1988)، "المسئولية الاجتماعية في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية"، *المجلة العربية للإدارة*، جامعة الدول العربية، م 12، ع 4، 20-35.
- جريوع، يوسف محمود، (2007) "مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسئولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة: دراسة استكشافية لآراء المديرين الماليين ورؤساء أقسام المحاسبة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في قطاع غزة، فلسطين"، *مجلة الجامعة الإسلامية بغزة، سلسلة الدراسات الإنسانية*، م 15، ع 4، 239-281.
- جهمني، يوسف، (1996)، "محاسبة المسئولية الاجتماعية والشركات المساهمة العامة"، *مجلة أبحاث اليرموك*، م 12، ع 4، 45-85.
- الجميل، سرمد كوكب، (2005)، "المسئولية الاجتماعية للاستثمار الأجنبي المباشر"، *مجلة العلوم الإنسانية*، جامعة الموصل، ع 18، نسخة إلكترونية.
- الحمدي، فؤاد محمد، (2003)، "الأبعاد التسويقية للمسئولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك"، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة المستنصرية، العراق.
- حنان، رضوان حلوة، بدائل القياس المحاسبي المعاصر، عمان: دار وائل للنشر.
- الحمادين، راضي، (2002)، "محاسبة المسئولية الاجتماعية في المؤسسات الفندقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- الحياي، وليد، (2003)، *دراسات في المشاكل المحاسبية المعاصرة*، الطبعة الأولى، عمان: دار الحامد للنشر.
- السحيباني، صالح، (2009)، "المسئولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية"، بيروت، لبنان.
- الشيرازي، عباس، (1990)، "نظرية المحاسبة"، الكويت: دار السلاسل للنشر والتوزيع.
- الشرايري، ماجد، والمومني، غازي، (2001)، "مدى مشاركة الشركات الصناعية الأردنية في النشاطات الاجتماعية ومدى الإفصاح المحاسبي عنها"، *مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين*، جامعة القاهرة، م 41، ع 67، 61-98.
- العناتي، رضوان، (2009)، "محاسبة المسئولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية"، *المؤتمر الدولي السابع*، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء الخاصة، الأردن.
- العلونة، علي، وعواد، عبد الكريم، (1998)، "اتجاهات منظمات الأعمال في مدينة سحاب الصناعية نحو تحقيق المسئولية الاجتماعية نحو البيئة"، *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، كلية الإدارة والاقتصاد، م 14، ع 1، 35.
- عودة، إياد، (2008)، "قياس التكاليف الاجتماعية ومدى مساهمتها بتحقيق الرفاهية الاجتماعية: دراسة ميدانية على فنادق ذات فئات خمس نجوم في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.
- الغالبي، طاهر والعامري، صالح، (2002)، "المسئولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية"، منشور في وقائع المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

- الفضل، مؤيد، ونور، عبد الناصر، والدوجي، علي، (2002) *المشاكل المحاسبية المعاصرة*، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- اللولو، محمد سالم، (2009)، "مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة، فلسطين.
- مرعي، عبد الحي، والصبان، محمد سمير، (1990)، "دراسات في تطور الفكر المحاسبي وبعض المشكلات المحاسبية المعاصرة"، الإسكندرية: الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع.
- السعد، صالح، (2007)، "المراجعة البيئية في المملكة العربية السعودية الممارسة الحالية والنظرة المستقبلية: دراسة ميدانية استكشافية"، *مجلة جامعة الملك عبد العزيز*، م 11، ع 2، 83-150.
- محمد، فهيم أبو العزم، (2005) "معوقات الإفصاح البيئي في التقارير المالية -حالة جمهورية مصر العربية"، *مجلة الإدارة العامة*، م 45، ع 1 (2005)، 42-89.
- يحيى، زياد، وأيوب، لقمان، ومصطفى، شكري، "أهمية المعلومات المحاسبية عن المسؤولية الاجتماعية في عملية التحليل المالي بالتطبيق على شركة الخازر لإنتاج المواد الإنشائية"، *مجلة تنمية الرافدين*، جامعة الموصل، م 24، ع 67 (2002)، 193-207.

ثانيًا - المراجع باللغة الأجنبية:

- Abu-Baker Nafez, "Corporate social reporting and disc practice in Jordan: an empirical investigation", *Dirasat*, University of Jordan, Vol. 27, No. 1, (2000), 249-263.
- American Accounting Association (AAA), Report of the committee on the measurement of social costs, *The accounting review*, supplement volume, accounting for social performance, (1973), 99-113.
- Ball, Amanda, "Environmental accounting as workplace activism", *New Zealand*, Vol. 4, No. 5, (2006), 461-490
- Hall, Pamela L. and Rieck Robin, "The effect of positive corporate social actions on shareholder wealth", *Journal of Financial and Strategic Decisions*, Vol. 11, No. 2 (1998), 83-89.
- Jari, Krn, Eric, Hansen and Heikki, Juslin, "Social responsibility in environmental marketing planning European", *Journal of Marketing*, Vol. 37, No. 5/6, (2003), 848-871, <http://thesis.emeraldlibrary.com/4/1/2012>.
- Jennifer, Griffin and John, Mahon, "The corporate social performance and corporate financial performance debate", *Boston university*, Vol. 36, No.1, (1997), 5-31.
- Kandola, Pratima, *Corporate Social Responsibility: why good people behave badly in organizations*, (2004), 1- 5.
- Laufer, William, "Social accountability and corporate green washing", *Kluwer academic publishers, Netherlands*, Vol. 43, No. 3 (2003), 224-253.
- Mueller, E., "The Value and allocation of time in rural Botswana", *Journal of Development Economics*, Vol. 15, No. 1-3, (1994), 329-360.
- Najam, Adil, Word Business Council for Sustainable Development: The Greening of Business or a Green wash?, *Year Book of International Cooperation on Environment and Development*, (2000), 65-75.
- Peterson, Robin T. and Herman, Charles M., "The communication of social responsibility by US banks", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22, No. 3, (2004), 30-45., <http://thesis.emerald-library.com/4/1/2012>.

- Rahahleh, Muhammad, and Jamal, Sharairi, "The Extent of Social Responsibility Accounting Application in the Qualified Industrial Zones in Jordan", *International Management Review*, Vol. 4, No. 2, (2008), 5-17.
- Schermerhorn, John R., *Management*, (7th ed.), John Wiley and Sons Inc., New York, 2002.
- Spence, Crawford, "Social accounting's emancipator potential agramscian critique", *United Kingdom*, Vol. 6, No.3, (2007), 19-47.
- Sekaran, Uma, *Research Methods for Business with Spss 13.0 Set*, (4th ed.), John Wiley and Sons, New York, 2005.
- Shotter, Magdalena, "*The Social Responsibility of Quoted Companies in the Republic of South Africa*", University of Pretoria, (1994).
- Tilt, E., "The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure: Some Empirical Evidence", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 7, No. 4, (1994), 56-71.
- World Business Council for Sustainable Development, (2000), "*Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*", World Business Council for Sustainable, Geneva.
- Zabid, Abdul, and Ibrahim, Saadiatul, (2002), "Executive and management attitudes towards corporate social responsibility in Malaysia", *Corporate Governance*, Vol. 2, No. 4, (2002), 10-16. <http://thesis.emerald-library.com, 4/1/2012>.

**The Extent of Bank Management Awareness
For the Accounting of Social Responsibility
"Filed Study on the Palestinian Commercial Banks"**

Dr. Maher Mousa Durgham
Associate Prof. of Accounting

Khaled Sobhi Habib
Researcher in Accounting

Faculty of Commerce
Islamic University
Palestine

ABSTRACT

This study aimed to identify the extent of awareness of Palestinian commercial banks for the importance of accounting for social responsibility. The study also aimed to identify whether the management of the banks were concerned to measure the costs of social responsibility and its disclosure. 70 questionnaires were distributed on the study sample, 25 in the Gaza Strip and 45 in the West Bank, and were analyzed using descriptive analytical methods, percentages, frequencies, averages, test alpha Cronbach and testing of T-Test.

The study reached that Palestinian Commercial banks are aware of the importance of the accounting and disclosure of social responsibility, but not at the required level and found different relative importance of the areas of social responsibility, where the "responsibility towards customers" came in first, "responsibility towards employees" came in second, "the attention of bank management to the local community" came in third, and finally "the social responsibility toward the Environment" came in the fourth.

The study concluded a series of recommendations including: Banks should give more attention to the accountability for social responsibility for all sectors and the need to address the issue of disclosure of social responsibility. The study also called for conducting studies and research necessary to develop an accounting model for the disclosure and treatment of social responsibility costs.