



أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية
دراسة حاله على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية

**The Reasons for the Inability to do social
Responsibility an Applied Study
On Industrial corporation of Amman Stock Exchange**

اعداد الطالب

أنس احمد سعيد عوض

401210066

اشراف

الدكتور عبد الرحيم القدومي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة، قسم

المحاسبة والتمويل-كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

2014

التفويض

افوض انا أنس احمد سعيد عوض جامعة الشرق الاوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا
والكترونيا للمكتبات او المنظمات او الهيئات والمؤسسات المعنية بالابحاث والدراسات العلمية
عند طلبها.

الاسم : أنس احمد سعيد عوض

التوقيع : 

التاريخ : ٢٠١٤ / ٥ / ٢٠

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " أسباب عجز الشركات عن القيام
بالمسؤولية الاجتماعية دراسة حالة على الشركات الصناعية المدرجة في سوق
عمان للأوراق المالية"

واجيزت بتاريخ 20 / 2 / 2014

التوقيع

رئيسا ومشرفا...


لجنة المناقشة

الدكتور عبد الرحيم القدومي

عضوا...


الدكتور/ عبد العزيز خريز

ممتحنا خارجيا...


الدكتور/ رما الرغلاي

شكر وتقدير

لا يسعني بعد أن وفقني الله الى إتمام هذه الرسالة المتواضعة إلا أن اتقدم بخالص شكري وعظيم امتناني لكل من مد يد العون لإتمام هذا العمل وقدم لي النصيح والارشاد والتوجيه خلال مراحل الدراسة والبحث والاعداد لهذه الرسالة المتواضعة.

واخص بالذكر والشكر العميق استاذي ومعلمي الفاضل الذي مهما قلت لن أوفيه حقه الدكتور عبد الرحيم القدومي فكان لي بمثابة الوالد الناصح الامين والمعلم الذي أثار دروب البحث والمعرفة فجزاه الله عني خير جزاء سائلا المولى العلي القدير أن يمد في عمره وينعم عليه بموفور الصحة والعافيه ويجعل هذا الجهد في ميزان أعماله وأتوجه بالشكر والعرفان للسادة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لتفضلهم بقبول مناقشة هذا البحث .

كما أتوجه بالشكر والعرفان للسادة أعضاء لجنة المناقشة الأفاضل ولجامعتي الموقره,
جامعة الشرق الاوسط ممثلة برئيسها وأعضاء الهيئة التدريسية وأعضاء الهيئة الادارية لما بذلوه
من جهد وعطاء.

الإهداء

الى أبي

الذي زرع في الكرامة بلا غرور

الى أمي

التي منحني الحب الحقيقي بلا حدود

الى أخوتي الأعزاء

وإلى كل من وقف بجانبني وأرشدني إلى الطريق المستقيم

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
1	. مقدمة الدراسة
1	2.1 تمهيد
2	3.1 مشكلة الدراسة وأسئلتها
4	4.1 أهداف الدراسة
5	5.1 أهمية الدراسة
5	6.1 فرضية الدراسة
7	2. الإطار النظري والدراسات السابقة
7	المقدمة
9	2.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية
13	3.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية
14	4.2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية
15	5.2 نظرية المسؤولية الاجتماعية
18	6.2 نظرية المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال
21	7.1 المسؤولية الاجتماعية في القطاع العام والخاص وابعاده
26	8.1 معايير قياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية
27	9.1 معوقات المسؤولية الاجتماعية
34	10.1 الدراسات السابقة
44	3. منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات)
44	1.3 منهج الدراسة

ح

44	2.3 مجتمع وعينة الدراسة
45	3.3 أدوات الدراسة
46	4.3 صدق الأداة
46	5.3 ثبات الأداة
48	6.3 متغيرات الدراسة
49	7.3 المعالجة الإحصائية
49	8.3 إجراءات الدراسة
50	4. عرض نتائج الدراسة وإختبار الفرضيات
74	5. مناقشة النتائج والتوصيات
78	6. المراجع
86	الملاحق

الملخص

هدفت الدراسة الى بيان أسباب عجز الشركات المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية (وذلك بسبب ضعف التشريعات, وضعف الثقافة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وضعف الإهتمام بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وإهمال الجانب المحاسبي من قبل الجمعيات المهنية، وارتفاع التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية). واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الدراسة الميدانية والاعتماد على استبانة شملت أهم اسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية ضم مجتمع الدراسة كافة الشركات الصناعية في الاردن وتم توزيع أداة الدراسة على عينة عشوائية من 10 شركات صناعية وشملت عينه أعضاء مجلس الاداره محاسب ومدير حسابات ومدير مالي. وتوصلت الدراسة الى نتائج كان أهمها أن كافة الأسباب التي أخذت بها الدراسة كانت أسباب هامة في عجز الشركات الصناعية الاردنية عن القيام بمسؤولياته الاجتماعية، وعلى ضوء نتائج التي توصلت اليها الدراسة ادت بالباحث الى توصيات كان أهمها ضرورة تفعيل المؤسسات الإعلامية والأهلية والمجتمعية على العمل كقوى ضاغطة على الشركات الصناعي للقيام بمسؤولياتها الاجتماعية، ضرورة تفعيل التشريعات الحكومية من خلال تقديم حوافز وتسهيلات من تخفيض الضرائب والرسوم وإبراز الشركات من خلال الوسائل الرسمية كمؤسسات تعمل على تنمية المجتمع من خلال التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية، ضرورة نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية من خلال وسائل الاعلام المختلفة.

Abstract

The current study aimed to identifying the reasons beyond the inability of companies listed on the Amman Stock Exchange to carry out their social responsibilities (due to legislation weakness , social and environmental issues culture weakness, weak interest in social and environmental issues, neglecting the accounting aspect by professional associations, and the high costs imposed on social responsibility). The current study relied on the descriptive analytical approach using a in answering questionnaire that included the most important reasons beyond the inability of companies to carry out their social responsibility. The population of the current study consisted of all industrial companies in Jordan, where a questionnaire was distributed to a randomly selected sample taken from 10 industrial companies. The sample included 100 members of the Board of Directors, accountants, a director of accounts and financial manager.

The study results showed that all significant reasons explaining the inability of industrial companies to carry out their social responsibilities. The most important reason was the need to activate media , expressing pressure on industrial companies to carry out their social responsibilities, activating government legislations through incentives such as the reduction of taxes and fees rates, and to spread the culture of social responsibility.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

2.1 تمهيد:

أدركت إدارات الشركات أهمية واجباتها الأخلاقية، وبدأت العمل في وضع الاستراتيجيات المختلفة لتحسين سمعتها وتأكيدتها عن طريق قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية، فبعد تفاقم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في دول العالم، والتي كانت الشركات الدولية السبب في ظهور البعض منها، ظهرت ضغوطات كبيرة على هذه الشركات في سبيل مواجهة التزاماتها ومسؤولياتها ، وتصحيح الممارسات غير المسؤولة الصادرة عنها، فبدأت تتبلور ثقافة المسؤولية تجاه المجتمع والبيئة، لتحسين صورتها من جهة ، و لِلْعِبِ دورِ فعَّالٍ وإيجابيٍّ في المجتمع من جهة أخرى، حيث أصبح تكوين السمعة الإيجابية هدفاً أساسياً تسعى إلى تحقيقه كل الشركات أو المؤسسات من خلال تحسين الأداء، فتقييم الشركات لم يعد يعتمد على ربحيتها ومراكزها المالية فحسب، بل على مدى خلق بيئة عملٍ قادرةٍ على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية، إذ بدأت موجة المطالبة بضرورة الإلتزام بمنظومة أخلاقية تجاه المجتمع بالتزامن مع جانبٍ أيٍّ محاولاتٍ تهدف إلى تعظيم الربح، فبات من الأهمية بمكان القيام بالمسؤولية الاجتماعية التي تحت المنظمات على تحقيق أهدافها من خلال إطار أخلاقي يعزز صورتها في مجتمعا (Belal, 2008).

3.1 مشكلة الدراسة وأسئلتها:

إن تطور الأسواق ، ودخول شركات أجنبية إلى السوق المحلية ، أدى إلى زيادة شدة المنافسة، وبدأت الشركات في البحث عن أساليب جديدة في تسويق اسمها كمنظمات مرغوب فيها بالإضافة إلى تسويق منتجاتها، فلم يَعدْ هدف الشركات يقتصر على هاجس الربح بل امتد إلى تحقيق أهداف غير اقتصادية من جانب المسؤولية الاجتماعية الذي تعمل من خلالها على خلق صورة وسمعة إيجابية للمنظمة لدى المجتمع والمساهمين، فالدور الاجتماعي للشركات هو استثمارٌ يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج ، ويعمل على تقليل النزاعات والاختلافات بين الإدارة وبين العاملين فيها ، والمجتمعات التي تتعامل معها، ويزيد أيضا انتماء العاملين والمستفيدين من هذه الشركات.

لقد بدأت المجتمعات تطالب منظماتها بالقيام بمسؤولياتها الاجتماعية من خلال القيام بدورٍ فاعلٍ في تنمية وتطوير المجتمع الذي تعتمد عليه في بقائها وتحقيقها لأرباحها (Heslin and Ochoa, 2008).

وتكمن مشكلة الدراسة الحالية في أن العنصر الأساسي في استراتيجيات العديد من الشركات المساهمة ، والمُدرجة بسوق عمان المالي ، يبقى في مجال مصلحتها المادية دون إعطاء الأهمية الكافية إلى مسؤولياتها الاجتماعية، مما جعل هذه الشركات أكثر عرضة للانتقاد في اعتبارها ذات أهداف ربحية ، وتخلو من النظر إلى حاجات مجتمعاتها، مما أثار ضرورة طرح

تلك المشكلة من خلال الدراسة الحالية والتي تتمحور في بيان أسباب عجز الشركات المساهمة المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

4.1 أسئلة الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل رئيس ، يتمثل في أسباب عجز الشركات عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية؛ حيث تم اشتقاق التساؤلات التالية والتي تشكل المحاور التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها:

- هل يمثل ضعف التشريعات سبباً من أسباب عدم قيام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية؟

- هل يمثل ضعف الثقافة بالقضايا الاجتماعية والبيئية سبباً في عدم قيام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية؟

- هل يمثل ضعف الإهتمام بالقضايا الاجتماعية والبيئية سبباً من أسباب عدم قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية؟

- هل يمثل إهمال الجانب المحاسبي - من قِبَل الجمعيات المهنية - سبباً من أسباب عدم قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية؟

- هل تمثل التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية أسباب عدم قيام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية؟

5.1 أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- بيان أهمية قيام الشركات الصناعية المساهمة المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية بمسؤولياتها الاجتماعية.
- بيان أهم فوائد قيام الشركات الصناعية بمسؤولياتها الاجتماعية (للشركة نفسها، وللمجتمع وللعاملين فيها).
- بيان أسباب عجز الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية (ضعف التشريعات، ضعف الثقافة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، ضعف الإهتمام بالقضايا الاجتماعية والبيئية، إهمال الجانب المحاسبي من قِبَل الجمعيات المهنية، التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية).
- التوصل إلى نتائج وتوصياتٍ من شأنها أن ترفع من مستوى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية.

6.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من خلال معالجتها لموضوع في غاية الأهمية ، ألا وهو : المسؤولية الإجتماعية للشركات . وتتحدد أهمية الدراسة من خلال النقاط التالية:

- 1) أنها تفيد الشركات الصناعية بتوضيح أهمية قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية (للشركة نفسها، وللمجتمع، وللعمالين والمساهمين فيها).
- 2) أنها تفيد المجتمع في تحفيز الشركات الصناعية على القيام بمشروعات تهدف إلى دعم المجتمع وتنميته، وحماية البيئة.
- 3) أنها تساهم في تطوير التشريعات المتعلقة في تشجيع الشركات المساهمة على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.
- 4) كما تكمن أهمية الدراسة في اعتمادها على مصادر أولية (استبانة) ، توجه مباشرة إلى الشركات المساهمة الصناعية للتوصل إلى نتائج أكثر دقة.

7.1 فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين ضعف التشريعات

وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفرضية الثانية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفرضية الثالثة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفرضية الرابعة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفصلُ الثاني

الإطارُ النظريُّ والدراساتُ السابقةُ

1.2 المقدمة:

أصبح مألوفاً في الأدب المحاسبي البحثُ في المحاسبة الاجتماعية (قياس الاداء الاجتماعي للمنشآت) ، أو ما تسهم به هذه المنشآت في تحسين الظروف البيئية للعاملين فيها وعملائها ، والبيئة المحيطة بها ، والمجتمع المحلي بشكل عام ، وباتت المنشآت ترصد الموازنات المستقلة لهذا الغرض ، وترسم الخطط القصيرة والطويلة لأجل ذلك ؛ باعتباره استثماراً طويل الأجل يقود إلى تحقيق ميزة تنافسية(Dentchev,2004).

أدركت الشركات والقيادات السياسية أهمية واجباتها الاجتماعية ، وتكوين سمعة على النحو الذي تتمناه ، عبر اعتماد المعايير أو المبادئ التي تُستخدم للحكم أو السيطرة على سلوك الأفراد أو المجاميع البشرية وأهمية ، استخدام ذلك في دعم أنشطتها، وقد تنامي الإهتمام بالمسؤولية الاجتماعية لدى الشركات، جراء تزايد تأثير المسؤولية الاجتماعية على جذب العملاء ، وتحسين سمعة الشركات والضغوط الناجمة عن المستهلكين، والمستثمرين في الأسواق المالية لضرورة تحمل الشركات مسؤولياتها الاجتماعية (Fernando et al.,2008).

بدأت الشركات والمنظمات بالعمل - بتركيز شديد - في وضع الاستراتيجيات المختلفة لتحسين سمعتها ، وتأكيدا عن طريق قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية، فتقييم الشركات لم يعد يعتمد على ربحيتها ومراكزها المالية فحسب، بل على مدى خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية.

ففي ضوء الخصخصة ، والتجارة الحرة ، وتراجع دور الدول والحكومات ، أصبح دور مؤسسات القطاع الخاص محورياً في عملية التنمية، وهو ما أثبتته النجاحات التي تحققتها الاقتصادات المتقدمة في هذا المجال، وقد أدركت مؤسسات القطاع الخاص - وخاصة الشركات الصناعية منه - أنها غير معزولة عن المجتمع، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، فبدأت تعمل على منح مبالغ سنوية للأعمال الخيرية والإنسانية والتطوعية، تهدف من خلالها إلى مساندة عملية النمو المجتمعي، وتحقيق سمعة اجتماعية حسنة لدى العملاء والزبائن المحتملين، وزيادة قدرتها التنافسية عن طريق رفع مستوى رضا العملاء عن المنظمة ومنتجاتها(خلف، 2009).

لقد إزداد إهتمام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية بعد تفاقم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في دول العالم، والتي كانت الشركات الدولية السبب في ظهور بعض منها، ظهرت ضغوطات كبيرة على هذه الشركات في سبيل مواجهة التزاماتها ومسؤولياتها وتصحيح الممارسات غير المسؤولة الصادرة عنها، حيث تجلّى وصف المسؤولية الاجتماعية في الشركات بأنها تعاقب ضمني بين الأعمال والمجتمع، تسعى من خلالها المنظمات إلى ايجاد

انطباع ايجابي لدى اصحاب المصالح لما سيعود بالفائدة على المنظمة (Kanji & Chopra,2010).

من هنا ، بدأت تتبلور ثقافة المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت منظمات الأعمال تغير من نظرتها للمجتمع والبيئة، في محاولة منها لتحسين صورتها من جهة و للعب دور فعال وإيجابي في المجتمع من جهة أخرى، حيث أصبح تكوين السمعة الإيجابية هدفا أساسيا تسعى إلى تحقيقه كل الشركات أو المؤسسات من خلال الأداء الطيب الذي يتفق مع احتياجات الجماهير, Narwal, (Mahabir, 2007).

2.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تعرضَ العديد من الباحثين والكتاب المهتمين بموضوع المحاسبة الاجتماعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بتعريفات عدة، وفيما يلي بيان لعدة منها:

إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفاده أن كل مؤسسة اجتماعية إنما تمارس أنشطتها الاجتماعية من خلال عقد اجتماعي، سواء تم هذا التعاقد صراحة أم ضمناً (Brendan O'Dwyer, 2004, p 6).

وقد عبر الشحات عنها بقوله: "المسؤولية الاجتماعية للمشروع تتمثل في جميع الأنشطة التي يقوم بها للوفاء باحتياجات اجتماعية ، سواء كانت للبيئة الاجتماعية الخارجية أو الداخلية (العاملين في هذا المشروع) (الشحات. 1988).

كما عُرِّفتِ المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه ، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الإجتماعية مثل : محاربة الفقر ، وتحسين الخدمة ، ومكافحة التلوث ، وخلق فرص عمل ، وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها(الصيرفي، 2007).

ويرى (Ayub, 2008) أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتركز في تغطية القضايا الاجتماعية والبيئية، ومرتبطةً باستراتيجية المنظمات، وهي طوعية وليست مفروضة، ويأخذ بعين الاعتبار أصحاب المصالح والموظفين والعلماء والمنظمات الأخرى والسلطات.

وعرّفَ مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها : "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً ، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية ، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل" (Cetindamar and Husoy,2007).

كما عرّفها معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية بأنها : "السلوكُ الأخلاقيُّ لمؤسسةٍ ما تجاه المجتمع ، وتشمل سلوك الإدارة المسؤولة في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال وليس مجرد حاملي الأسهم.(مؤتمر الاعمال المتحده للتجارة والتنمية 2004، ص27)

وعادةً ما تشمل المسؤولية الاجتماعية رعاية الأعمال الخيرية، الرياضة والفن، التعليم وتدريب المؤسسات، وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي (Anselmsson and Johansson, 2007).

أما مصطلح محاسبة المسؤولية الاجتماعية ، فقد ورد لأول مرة في عام 1923 حيث توصل شلدون، Sheldon إلى أن مسؤولية أي منظمة هي مسؤولية اجتماعية بالدرجة الأولى ، وأن بقاء أي منظمة واستمرارها يحتم عليها أن تلتزم، وتستوفي مسؤولياتها الاجتماعية عند أداء وظائفها.(جربوع، 2006).

فهو توفير البيانات والمعلومات المحاسبية الخاصة بالنشاط الاجتماعي للوحدة الاقتصادية، بما يتضمنه من الإجراءات والأنشطة ذات العلاقة بجوانب المسؤولية الاجتماعية للوحدة وفرض الرقابة عليها (يحيى وآخرون، 2002، ص197)، كما عرِّفت على أنها : مجموعة الأنشطة التي تختص بقياس وتحليل الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال ، وتوصيل تلك المعلومات للفئات والطوائف المختصة ، وذلك بغرض مساعدتهم في اتخاذ القرارات وتقييم الأداء الاجتماعي لتلك المنظمات(خلف، 2009، ص9).

وعلى ضوء تلك التعريفات تم تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية ، حيث شملت تلك الأبعاد ما يلي : (الغالبي، والعامري، 2008، 82):

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
-----------------	------------------	-------

<p>-منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين -احترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الأذى بالمنافسين</p>	<p>المنافسة العادلة</p>	<p>الاقتصادي</p>
<p>-استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي -استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة</p>	<p>التكنولوجيا</p>	
<p>-حماية المستهلك من المواد الضارة -حماية الأطفال صحيا و ثقافيا</p>	<p>قوانين حماية المستهلك</p>	<p>القانوني</p>
<p>-منع التلوث بشتى أنواعه -صيانة الموارد و تتميتها -التخلص من المنتجات بعد استهلاكها</p>	<p>حماية البيئة</p>	
<p>-تقليل إصابات العمل -تحسين ظروف العمل و منع عمل المسنين و صغار السن -منع التمييز على أساس الجنس أو الدين -توظيف المعوقين</p>	<p>السلامة و العدالة</p>	
<p>-مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف -مراعاة حقوق الإنسان -احترام العادات و التقاليد و مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك</p>	<p>المعايير الأخلاقية و القيم الاجتماعية</p>	
<p>-نوعية المنتجات و الخدمات المقدمة -المساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع</p>	<p>نوعية الخدمات</p>	<p>الاجتماعي</p>

3.2 أهمية ومبادئ المسؤولية الاجتماعية:

هناك أهمية كبيرة لقيام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية، وتعود تلك الأهمية بالفائدة على الشركة وعلى المجتمعات التي تحتضنها ، وتتخلص أهمية المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

تساهم المسؤولية الاجتماعية في تحسين ظروف الحياة في مجتمعاتها ، كما تساهم في الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة ، وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص ، وتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع، فهي تعمل على الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد ، وهذا يساهم بالاستقرار والشعور بالعدالة الاجتماعية (Belal, 2008).

فالفائدة التي تعود على المجتمع تتمثل في المساهمات التنموية والاجتماعية للشركات في مجتمعاتها الحاضنة لها، فالمسؤولية الاجتماعية تحت الشركات على بناء المساجد والمدارس والمراكز الطبية وآبار المياه والمشروعات التنموية، ولكن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تقف عند التبرعات للمشروعات ، والبرامج التنموية والخيرية، فثمة مجالات للعمل ومبادئ يجب أن تلتزم بها الشركات ، وسيعود ذلك على المجتمعات والدول بفوائد كبرى، ويجنبها كوارث وأزمات بيئية واقتصادية واجتماعية ستكون - في تكاليفها ونتائجها - أكبر بكثير ، من التكاليف المترتبة على هذه المسؤوليات والالتزامات (السحبياني، 2009).

ومن مجالاتها ومحاورها تنظيم وإدارة الأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية، والمشاركة مع الفقراء والطبقات الوسطى، وحماية البيئة وتطويرها، وحماية الموارد الأساسية كالمياه والغابات والحياة البرية والتربة وتطويرها، ومكافحة الفساد وتجنبه، والتزام حقوق الإنسان والعمل والعمال، ومساعدتهم في تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية مثل : الادخار والتأمين ، والرعاية لهم ولعائلاتهم، ومشاركتهم في الأرباح(الغرابية، 2006).

تم تحديد عدة مبادئ للمسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل : (Guidance on Social

:(Responsibility, 2009,p:10

- 1) مسؤولية الشركة كجزء فاعل في تنمية المجتمع.
- 2) الشفافية في الأعمال التي تقوم بها الشركة.
- 3) التزام الشركة بالمبادئ الأخلاقية أمام مجتمعاتها وأمام العاملين لديها.
- 4) الالتزام بالقوانين والأنظمة والمستحقات الحكومية بشفافية ومصداقية.
- 5) احترام طلبات ورغبات أصحاب المصلحة من المساهمين.
- 6) احترام حقوق الإنسان.
- 7) احترام العلاقات الدولية والسلوكيات المتعارف عليها دولياً.

5.2 نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على مبدأ أن تتحمل المنظمات مسؤولياتها تجاه مجتمعاتها ، وتعمل على الاهتمام بحاجاته، ويظهر ذلك من خلال شعور المنظمات بأهمية دورها في إسعاد المجتمع الذي يحتضنها، فنظرية المسؤولية هي نهجٌ ، مستقلٌ شموليٌّ ليبراليٌّ، تتخذ سياسة عمل واضحةً ، ذات خطط مدروسة ، تتسجم مع ما تتجه نحوه الدولة، فنظرية المسؤولية الاجتماعية تعتنى بالبيئة الاجتماعية وتضعها بمثابة هدف من أهداف المنظمات في ممارستها لأعمالها بالإضافة إلى الأهداف الربحية(عجيلات، 2012، ص17).

ويستند المفهوم الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية على أفكار الاقتصادي آدم سميث التي تبلورت حول كون كافة المؤسسات تسعى إلى تقديم أفضل خدماتٍ للمجتمع ، مع أفضل مستوى ممكن من الأداء ضمن الأحكام القانونية والأخلاقية (البكري، 2001، ص23).

والمسؤولية الاجتماعية لا تنحصر فقط داخل المؤسسة ، وإنما تتعدى حدودها ذلك لتصل إلى أطراف وفئات خارجية عديدة، حيث ظهر مفهوم جديد سمي ب : "المفهوم البيئي" أو "نموذج البيئة الاجتماعية"، وقد اعتبر هذا المفهوم الأكثر حداثة وارتباطاً بالبيئة، وما يميز ذلك مختلف الأبحاث والدراسات التي أجراها العديد من الباحثين ومنهم Ralph Nader et John K.Galbraith الذين قاموا بإجراء دراسة المسؤولية الاجتماعية على مجموعة من المؤسسات ، ومدى تأثيرها على المجتمع لقد توصلوا إلى ما يلي :

إن المصلحة العامة للمجتمع من أولويات المؤسسة ، وفوق أي اعتبار ذاتي، وبالتالي يقوم مفهوم المسؤولية الاجتماعية على تحقيق مصلحة المجتمع من تحقيق أرباح على المدى البعيد بمراعاة حاجات الأفراد وتلبيتها والمحافظة على البيئه وأعتبرها مسؤولية الجميع(البكري، 2001، ص30).

ويوجد نوعان متناقضان من المسؤولية في إدراك المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية الواجب عليها ممارستها ، حيث إنها أُدرجت المسؤولية الاجتماعية على أنها هدف تسعى إلى تحقيقه كسعيها لتحقيق الأرباح ، وهذان النوعان هما: (الغالبي، والعامري، 2008):

1. المسؤولية الاقتصادية : القائمة على مبادئ السوق الحر هي الهدف الوحيد التي

يجب على المؤسسه أن تسعى إليه ، هو تعظيم الأرباح وقد تحملت مسؤوليتها من خلال الالتزام بتقديم السلع ، والخدمات من خلال استجابتها لحاجات المجتمع .

2. المسؤولية الاجتماعية : القائمة على اعتبار المؤسسات جزءاً لا يتجزأ من المجتمع

بالاستجابة لاحتياجات هذا الأخير ، وتلبية متطلباته تعتبر من أولويات الإدارة.

وبالتالي يوجد تقارب في وجهات النظر مما أدى إلى ظهور نموذج ثالث أطلق عليه

النموذج (الاقتصادي - الاجتماعي) المتوازن باعتباره نمطاً وسطياً يشير إلى أن المؤسسات لا

تمثل مصالح المالكين فقط ، بل يتعدى دورها ليصل إلى مختلف أطراف المجتمع العامة به

والبيئة.

وتشمل المسؤولية الاجتماعية أبعاداً أخرى منها: (أنور، 2010، ص14):

1. المسؤولية الانسانية ، أي : أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وتعمل على تحسين نوعية الحياة.
2. المسؤولية الاخلاقية ؛ وذلك بأن تكون المنظمة ملتزمة بالأسس الأخلاقية تجاه المجتمع والعاملين.
3. المسؤولية القانونية ؛ وذلك من خلال التزامها بالقوانين ، وتعمل على كسب الثقة عن طريق عدم القيام بأعمال مخالفة للقانون بنابغ ذاتي من خلال معرفتها الكاملة بالقانون.

ويرى الباحث أنه يمكن - من خلال ما سبق - القولُ بأن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم ليس فقط على مسؤولية المنظمة تجاه المجتمع ، أو البيئة الخارجية للمنظمة ، إنما تشمل البيئة الداخلية بمن فيها من عاملين وأصحاب مصلحة، فنظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على التكامل بين المنظمة وعملياتها ومنتجاتها وخدماتها، فهي نظرية تسعى إلى إسعاد الجميع ، وزيادة مستوى التعاون في التنمية الشاملة ، فمن ناحية البيئة الخارجية تسعى تلك النظرية إلى إفادة المجتمع من الأرباح والعوائد التي تحققها المنظمات التي يحتضنها عن طريق المحافظة على البيئة ، وتمويل مشاريع تنموية غير ربحية، وفي البيئة الداخلية تسعى تلك النظرية إلى كسب رضا العاملين بهدف زيادة ولائهم وانتمائهم التنظيمي ، مع الإهتمام بأصحاب المصلحة عن

طريق رفع مستوى الأداء من ناحية الموارد البشرية ، وبالتالي زيادة الربحية وتقليل الخطر مما يحقق أهداف أصحاب المصلحة.

6.2 نظرية المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال:

إن القوانين والتشريعات ، مهما كانت مُحكَمَةً ، فإنها لا تحمي المجتمعات والحقوق ، ولا توفر وحدها الأمن والثقة، ولكنها حين تعمل في بيئة أخلاقية فإنها تحقق كفاءة عالية في التنمية والإصلاح، وللأخلاق - في كثير من الأحيان - سلطات واقعية وفكرية تفوق السلطة المادية، وقد أدركت الشركات والقيادات السياسية أهمية مسؤولياتها وواجباتها الأخلاقية لتكوين سمعة - على النحو الذي تتمناه - عبر اعتماد المعايير أو المبادئ في السلوك الإنساني والتي تُستخدم للحكم أو السيطرة على سلوك الأفراد أو المجاميع البشرية ، واستخدام ذلك في دعم أنشطتها، وبدأت بالعمل بتركيز شديد في وضع الاستراتيجيات المختلفة لتحسين سمعتها وتأكيداتها عن طريق قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية.

ويمكن القول إن أخلاقيات العمل هي الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما ، وتوضح ما هو مقبول أو صحيح ، وما هو مرفوض أو خاطئ - بشكل نسبي - في ضوء المعايير السائدة في المجتمع بحكم العرف والقانون ، والذي تلعب فيه الثقافة المنظمة والقيم وأنظمة المنظمة وأصحاب المصالح دوراً أساسياً في تحديده (المعاضبي ، 2005 ، 6) .

كل ذلك جعل العديد من المنظمات تعيد تفكيرها ، وتزيد اهتمامها في ثقافتها التنظيمية ومواردها البشرية ؛ لكي تصبح أكثر استجابة من السابق في مجال أدائها الاجتماعي ، ولهذا ، تسعى المنظمات الدولية إلى استقطاب الأفراد ذوي الأخلاقيات العالية للعمل في المنظمة على أساس أن هؤلاء الأفراد هم الذين يجلبون الأخلاقيات لها أو أن المنظمة تستمد أخلاقياتها من الأفراد العاملين فيها (Daft, 2003, 326) ،

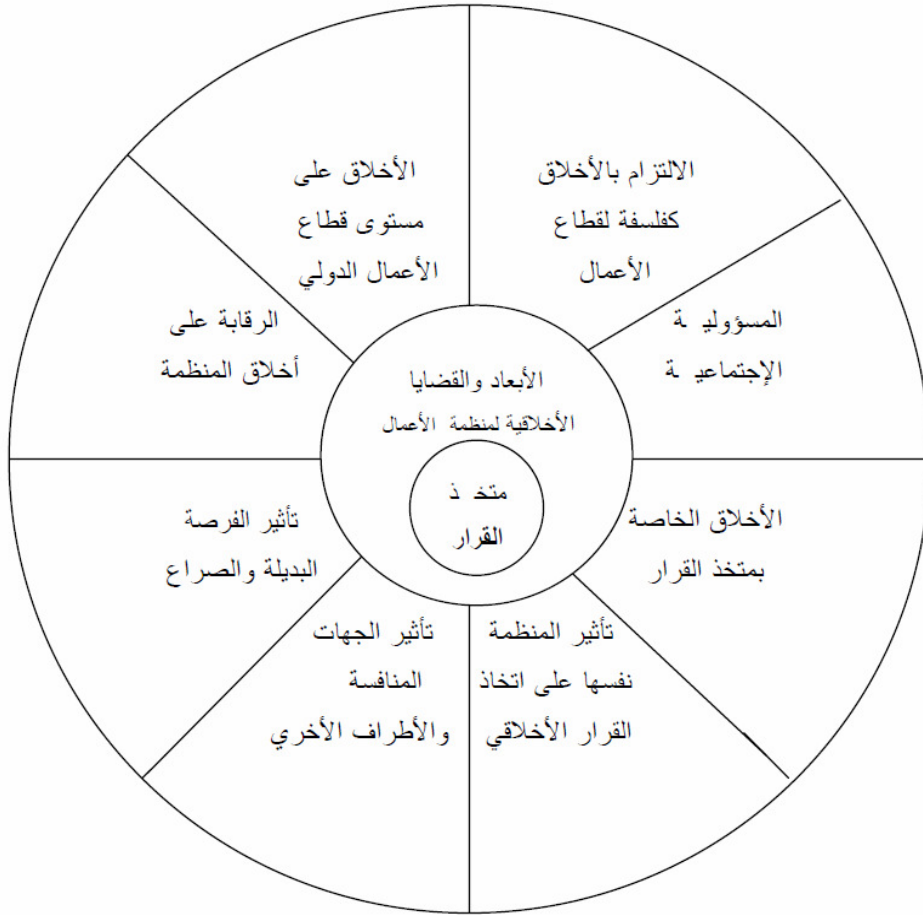
كما أن الاستجابة الاجتماعية للمنظمة تتطلب منها إنجاز أعمال مسؤولة تجاه الأفراد العاملين ، والأطراف الأخرى في بيئتها الخارجية بهدف إنجاز توقعات الأداء الاجتماعي للمجتمع ، بما في ذلك مسؤوليتها الاجتماعية بعامة ، وتجاه أفرادها العاملين بخاصة، فهل هذا التوجه سينعكس على سلوكياتها وأخلاقيات العمل ؟ فالمنظمة التي تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية ، تشكل وسيلة مشروعة ، ومقنعة لتحسين سمعتها لدى مجتمعها الداخلي والخارجي.

وقد أوضح معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية معنى المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة من خلال البعد الأخلاقي ، فقد عرفها بأنها : "السلوك الأخلاقي لمؤسسة ما تجاه المجتمع ، وتشمل سلوك الإدارة المسؤولة في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال وليس مجرد حاملي الأسهم.(مؤتمر الأعمال المتحدة للتجارة والتنمية، 2004، ص27)

وتحتل المسؤولية الاجتماعية مكانة هامة في الأبعاد الأخلاقية ، وتتحدد تلك المكانة من خلال الأبعاد الأخلاقية الموضحة في الشكل التالي : (عودة، 2008، ص42):

الشكل رقم (١)

موقع المسؤولية الاجتماعية كأحد الأبعاد الاخلاقية لقرارات المنظمة



المصدر: عودة، إياد محمد، (2008)، قياس المسؤولية الاجتماعية ، ومدى مساهمتها

بتحقيق الرفاه الاجتماعي، دراسة ميدانية على فنادق ذات الفئات خمس نجوم في الأردن،

بحث ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

7.1 المسؤولية الاجتماعية في القطاع العام والخاص وابعاده:

برزت أهمية أداء المسؤولية الاجتماعية في الشركات في الفترة الأخيرة بسبب خصخصة الأعمال ، وأنخفاض دور المؤسسات الحكومية في تقديم الخدمات للمواطنين، فقد كان للمؤسسات الحكومية مسؤولية كبيرة تجاه مجتمعها ، وأخذ القطاع الخاص تلك المسؤولية، ولكن التطبيق العملي لتجارب الخصخصة أظهر أن الدور الاجتماعي ، والالتزام الأخلاقي للشركات هو أيضا استثمار يعود عليها بزيادة الربح والإنتاج ، وتقليل النزاعات وزيادة رغبة المجتمعات في التعامل معها، بالإضافة إلى رضا العاملين وولائهم، فكان لابد من إعادة تنظيم وإدارة شركات القطاع الخاص للقيام بدورها الاجتماعي، وهو دور جديد نسبياً على القطاع الخاص.

وبناءً على الفائدة التي تجنيها الشركات من المسؤولية الاجتماعية ، بات الكثير من قادة وأصحاب الشركات يرغبون في المشاركة الاجتماعية، وينظرون إلى العملية الاقتصادية على أنها نشاط اجتماعي ووطني وإنساني يهدف - فيما يهدف إليه - إلى التنمية والمشاركة في العمل العام، ومقاسة من قبل الاهتمام بالزبائن والعاملين والبيئة شرط أن يكون هذا الالتزام طوعياً متجاوزاً لما تنص عليه القوانين ، ومساهما في رفع مستوى رفاة المجتمع(أنور، 2010، ص14).

وهناك أهمية كبيرة لقيام مؤسسات القطاع الخاص بالمسؤولية الاجتماعية، ويمكن تلخيصها

بما يلي:

إن المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمنظمة في علاقاتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها (chauveau, Rosé, 2003) ، فالمسؤولية الاجتماعية تعمل على تحسين صورة المؤسسة في المجتمع ، وخاصة لدى العملاء والعمال باعتبارها طوعية ، وعادة هي أعمال غير ربحية ، مما يرفع من الصورة الذهنية لدى الجمهور عن المنظمة ، ويزيد من احترامها، كما تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين مناخ العمل، وتبث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف، وكل ذلك يؤدي إلى زيادة في المردود المادي واستمرارية المنظمة في مجتمعها وتفاعله معها.

وتتمثل فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات في : (Weber,2008):

- خلق صورة وسمعة إيجابية للمنظمة لدى أصحاب المصالح.
- استقطاب أكفأ العناصر البشرية، وزيادة دافعية العاملين والرغبة في البقاء.
- زيادة المبيعات والحصة السوقية، من خلال تكوين تفضيلات واتجاهات إيجابية نحو سلع أو خدمات الشركة.
- تحقيق وفورات في التكاليف، وهذه ترجع إلى البحوث المتصلة بالاستدامة.
- التقليل من المخاطر المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية، من جانب مواجهة وسائل الإعلام، أو مقاطعة المستهلكين والجهات غير الحكومية.

أما بالنسبة إلى العاملين فإن المسؤولية الاجتماعية تلزم الشركات على تحسين أوضاع العاملين لديها من خلال تحسين الدخل والرواتب، ورعاية أسر العاملين، وتهيئة مكان عمل آمن، وتوفير دورات التدريب والتعليم للعاملين، وتأمين صحي ملائم للعاملين، والتعاطف مع العاملين في شؤونهم الوظيفية والاجتماعية، ومساعدتهم في تحقيق مكاسب اقتصادية واجتماعية مثل الادخار والتأمين والرعاية لهم ولعائلاتهم، ومشاركتهم في الأرباح ، كما تعمل الشركات التي تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية على منح الحوافز، مما يرفع ولاء العاملين، ويرفع مستوى الإنتاجية (Sims, 2003).

1. والمسؤولية الاجتماعية للشركات لها مجالات ومبادئ متعددة للعمل ، لا بد أن تلتزم بها الشركات ، وسيعود ذلك على المجتمعات والدول بفوائد كبرى، ويجنبها كوارث وأزمات بيئية واقتصادية واجتماعية ستكون - في تكاليفها ونتائجها - أكبر بكثير من التكاليف المترتبة على هذه المسؤوليات والالتزامات، إلا أن التزام الشركات له ثلاثة اتجاهات نحو المسؤولية الاجتماعية وهي : (دحلان، 2004، ص، 16):

- المسؤولية الاجتماعية لا تعدو أن تكون بمثابة تذكير الشركات بمسؤولياتها وواجباتها إزاء مجتمعها .
- مقتضى هذه المسؤولية لا يتجاوز كونه مجرد مبادرات إختيارية دون إلزام، تقوم بها الشركات صاحبة الشأن بإرادتها المنفردة تجاه المجتمع .

- المسؤولية الاجتماعية صورة من صورّ الملاءمة الاجتماعية الواجبة على الشركات.

تتوّعت أبعاد المسؤولية الاجتماعية في شركات القطاع الخاص ، حيث حاول العديد من الباحثين تقسيم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى أبعاد محددة لتسهيل دراسة وقياس هذا المفهوم المتفرّع والشامل لمجالات مختلفة، وأول محاولة لتحديد الأبعاد التي تشكل المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الباحث Carroll سنة 1979، الذي حدد أبعاد المسؤولية الاجتماعية في بعدين : بعد المسؤولية الأخلاقية، وبعد المسؤولية الخيرية، وقد جاء العديد من الباحثين الذين قاموا بتطوير تلك الأبعاد، حيث حدد الصيرفي، (2007) عدة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية مثلت العناصر التي يجب على الإدارة إدراكها للقيام بمسؤولياتها الاجتماعية وهي على النحو التالي: (الصيرفي، 2007، ص70-72):

العنصر	بعض ما يجب أن تدرّكه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	حماية أصول المنشأة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمنشأة تعظيم قيمة السهم و المنشأة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب و أجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم و ترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين و نقلهم، ظروف عمل مناسبة.
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة و بنوعية جيدة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها.

المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة و نزيهة.
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية و الصدق في التعامل.
المجتمع	خلق فرص عمل، احترام العادات و التقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصدق في التعامل ، المساهمة في حالة الكوارث.
البيئة	التشجير و قيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء و الهواء و التربة، الاستخدام الأمثل للموارد و خصوصا غير المتجددة منها.
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل و التدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية ، تسديد الالتزامات الضريبية.
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية و التعامل الجيد معها.

8.1 معاييرُ قياسِ وتقييمِ المسؤوليةِ الاجتماعية:

هناك عدة معايير لقياس المسؤولية الاجتماعية في الشركات ، وقياس دورها في تحمل مسؤولياتها الاجتماعية تجاه الأطراف المتعددة ، سواء داخلها أو خارجها، ويمكن عرض بعض هذه المعايير كمايلي : (سكولنيكوف، وآخرون، 2004، ص5):

1. معايير قياس حجم الإسهام الاجتماعي للشركة تجاه العاملين .
2. معايير قياس تكلفة الأنشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء.
3. معايير قياس تكلفة حجم الإسهام الاجتماعي للشركة تجاه المجتمع وحماية البيئة.
4. معيار قياس مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة.
5. معيار قياس مساهمة الشركة في تطوير وتحسين البنية التحتية في المنطقة المحيطة.

9.1 معوقاتُ المسؤوليةِ الاجتماعية:

تعاني المسؤولية الاجتماعية ، وخاصة في الدول العربية ، من العديد من المعوقات والتي تحول دون تطبيق تلك المسؤولية بشكل واسع في تلك الشركات ، ومن أهم تلك المعوقات ما يلي:

1. ضعفُ التشريعاتِ المتعلقةِ بالمسؤوليةِ الاجتماعية:

فالمسؤولية الاجتماعية هي التزام مستمر من قبل الشركات بالتصرف أخلاقياً ، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية ، وتحسين الظروف المعيشية للعاملين في تلك الشركات ومجتمعهم المحلي والدولي.

وقد تم صياغة العديد من التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية إلا أن تلك التشريعات ليست ملزمة بتطبيقها، وعمدت العديد من المؤسسات الدولية إلى طرح مبادرات لبنود تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية ، ومن أهم تلك المنظمات الأمم المتحدة، ومنظمة التجارة الدولية، المنظمة الدولية للعمل، وغيرها من المؤسسات، وهي مبادرات وطروحات كانت كتوصيات للشركات دون إلزامها بها، إلا أن الجماعات الضاغطة هي التي لها التأثير الأكبر لدى شركات للقيام بمسؤولياتها الاجتماعية، وتكمن قوة الجماعات البيئية في الاتحاد معاً ، لتشكل وسيلة ضغط فعالة على الوحدات الاقتصادية والحكومات بخصوص قضايا بيئية معينة، كما أنها تساهم في توجيه نظر وسائل الإعلام والمستهلكين إلى الوحدات الاقتصادية التي تسبب أضراراً للبيئة ، وحث المستهلكين على عدم التعامل معها ، والمساعدة في إقامة الدعاوي القضائية في الحالات التي تتطلب ذلك (غالي، 2003، ص 439).

أما في الأردن فقد بادرت وزارة التنمية الاجتماعية إلى طرح دليل للمسؤولية الاجتماعية للشركات تناول مبادئ المسؤولية المجتمعية الأساسية، والمبادئ العالمية، التي تشكل إطار عمل المسؤولية المجتمعية، وكذلك طرق تطبيقها داخل المؤسسة، وهو قابل للتطبيق في المؤسسات، بغض النظر عن طبيعة عملها، وحجمها، وخدماتها المقدمة، على أن يتم استخدامه كنقطة إنطلاق

توضح المتطلبات، والإحتياجات الرئيسة للمسؤولية المجتمعية، بالإضافة إلى تقديم الخيارات المناسبة؛ لمعالجتها وذكر العديد من الأدوات الناجعة، التي تسهم في تبني المؤسسات للمسؤولية المجتمعية.

وتجدرُ الإشارة، إلى أنه تم اعتبار المسؤولية الاجتماعية، في هذا الدليل، واحدة من جوانب شاملة، متعددة الأطراف، تعمل لتحسين الظروف البيئية والمجتمعية والإقتصادية، في المؤسسة، وتقدم إنموذجاً للشراكة ما بين المؤسسات أياً كانت هويتها، والمنظمات غير الحكومية، وغيرهم من المواطنين؛ لمخاطبة القضايا التي تمسُّ المجتمع، والسعي لإيجاد حلول لها(وزارة التنمية الاجتماعية الموقع الرسمي).

2. ضعفُ ثقافةِ الشركاتِ المساهمةِ بالقضايا الاجتماعيةِ والبيئيةِ:

إن ثقافة المنظمة والبحث في خصائصها من الموضوعات الجديدة نسبياً في الفكر الإداري والتنظيمي(W. L. Gardner, 2009)، وتختلف الثقافة التنظيمية بين مؤسسة وأخرى ، وكما أن هناك اختلافاً وتعدديةً في الثقافة ضمن المنظمة الواحدة خاصة في وجود تخطيط شامل واقتصاد سوق اجتماعي (Matsumoto, 2006).

إن الثقافة التنظيمية هي سلوك الأشخاص الذين يعتبرون جزءاً من المنظمة ، وتشمل الثقافة قيم المنظمة ورؤيا المنظمة والمعايير ، ولغة العمل والرموز ، والمعتقدات والعادات، وهي نمط من السلوكيات والافتراضات الجماعية التي يتم تعميمها لأعضاء المنظمة الجدد كوسيلة للادراك ،

وحتى التفكير والشعور، فالثقافة التنظيمية تؤثر على تفاعل الأشخاص ، والجماعات مع بعضها البعض ، ومع العملاء ومع أصحاب المصلحة، والمجتمع (Martin,2002).

وتختلف ثقافة المؤسسات التنظيمية في مسؤولياتها الإجتماعية على حسب الموروث الثقافي للمنظمة والذي يشمل : (سالم، 2006):

(أ) المؤسسون: إن ثقافة المنظمة هي ثقافة عادة ما تكون مستنبطة من ثقافة

المؤسسين ، فثقافة المنظمة عادة ما تنبع من قيم مؤسسيها ومعتقداتهم.

(ب) سلوك قادة المنظمة: القائد هو القدوة في التنظيم ، وثقافة وأنماط القيادة عادة ما

تؤثر بشكل فعال في ثقافة المنظمة والعاملين فيها ، فهم يتأثرون بما يفعله القادة

أكثر مما يقولونه.

(ج) تاريخ المنظمة: إن لتاريخ المنظمة دوراً كبيراً في ثقافتها فالتاريخ هو التجارب

التي مرت، والنجاحات التي تحققت.

(د) الأبطال: وهم أشخاص كانوا مميزين في العمل في المنظمة ، وكان لهم تأثير

على تحقيق أهداف المنظمة من خلال كفاءتهم ، وتوافق عملهم مع أنظمة

المنظمة.

وفيما يتعلق بالثقافة المسؤولة والفاعلة فهي ثقافة تتفق مع المسؤوليات الاجتماعية للتنظيم

ومجموعة من الخصائص التي تتصف بها المنظمة ذات الثقافة الفاعلة ومنها :

:(Schein,2010)

- ميزة تنافسية مستمدة من الابتكار وخدمة العملاء .
 - زيادة كفاءة الموظفين .
 - تماسك فريق العمل.
 - ارتفاع معنويات الموظفين .
 - القبول والتقدير للتنوع.
 - احترام مساهمة كل موظف في الشركة.
 - فرص متساوية للجميع لتحقيق كامل آمالهم داخل المنظمة
 - اتصالات قوية مع جميع العاملين فيما يتعلق بسياسات الشركة.
- مما سبق ، نلاحظ أن للثقافة دوراً هاماً في تحديد مدى التزام المؤسسة بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه العاملين لديها ، وتجاه المساهمين والمجتمع الذي يحتضنها، وعلى ذلك ، فإن تطبيق المسؤولية الاجتماعية يتباين بشكل واضح بتباين الثقافة التنظيمية بين المؤسسات.

3. ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قِبَل الجمعيات المهنية

بات الاهتمام بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ، للمؤسسات والشركات ، من المواضيع التي تتزايد قبل المنظمات المحاسبية المهنية ، والجهات الأكاديمية في الدول المتطورة ، وهي بذلك عملت على دفع المنظمات إلى القيام بمسؤولياتها الاجتماعية عن طريق مساءلتها للمحاسبة، فقد أصدرت جمعية المحاسبين الأمريكيين تقريراً عن الأداء الاجتماعي للمنشآت، وطالبت فيه المنشآت بضرورة إظهار معلومات محاسبية في تقاريرها المالية، تتعلق بمساهمتها في التنمية

الاجتماعية ومكافحة التلوث، ووصفته بأنه أحد المعايير التي يمكن استخدامها لتقييم كفاءة أداء المنشأة من وجهة نظر المجتمع (أبو سمره، 2009، 18).

وبالرغم من أن بعض المؤسسات في الأردن عملت على تنمية ذلك الاهتمام على غرار الدول المتقدمة، إلا أن الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية، من قبل الجمعيات المهنية، لم يزل غير فعال في الأردن، مما يسبب ضعفا في تطبيق الشركات لمسؤولياتها الاجتماعية.

4. زيادة التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية:

تتجنب الكثير من المؤسسات والشركات القيام بمسؤولياتها الاجتماعية؛ لأسباب تتعلق بالتكاليف المالية لتلك الأعمال، فتلك المؤسسات تحاول الوصول إلى أهدافها المتمثلة بالربح مع الحد الأدنى في التكاليف في عملياتها التجارية أو الإنتاجية، وبالتالي تتجنب وضع بند جديد من التكاليف لقيامها بمسؤولياتها الاجتماعية، ولكن المسؤولية الاجتماعية للقطاع للشركات ستكون في تكاليفها ونتائجها أكبر بكثير من التكاليف المترتبة على هذه المسؤوليات والالتزامات، حيث يتوقف نجاح الشركات وقدرتها على تحقيق أرباح مرتفعة على سمعتها، وتعتمد هذه السمعة - بالإضافة إلى العوامل المادية - على عوامل الثقة والجودة والاستمرارية والشفافية والمسؤولية، التي تمثل تطلعات المجتمع في التنمية، فالمجتمع يتقرب عادة من الشركات التي تكون لها آثار واضحة في مشاركتها في تنميته (المغربل، وفؤاد، 2008، ص7).

وبحسب نتائج دراسة (أبو سمره، 2009، ص120) فإن أسباب التكاليف التي تؤدي إلى عزوف الشركات عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية ، تتمثل في عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى الشركات المساهمة العامة، وتجنب الإفصاح عن المعلومات التي قد تدين الشركة عن أثرها البيئي وفقاً للقانون، وضعف دور جماعات الضغط الفلسطينية مثل : جمعيات حقوق الإنسان ، وحماية البيئة ، وحماية المستهلك نحو تحمل الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية، وعدم استخدام المعلومات الاجتماعية والبيئية المفصّل عنها في تقييم أداء الشركات المساهمة العامة.

10.1 الدراساتُ السابقةُ:

1.10.2 الدراسات العربية:

دراسة (طه، 2002) بعنوان : (المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمنظمات في توفير مبدأ حماية المستخدم بالتطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية) ، هدفت الدراسة إلى بيان المواقف المتناقضة في تطبيق مفهومي المسؤولية الاجتماعية ، والمسؤولية والأخلاقية لدى المنظمات الإنتاجية، والتعرف على مسؤولية الإدارة تجاه العاملين لديها ، ومدى توفيرها لحقوق العاملين من حيث حمايتهم من المخاطر وإصابات العمل والأمراض ، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على بعض النقاط السلبية من حيث إدراك المنظمات عينة الدراسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية وتطبيقها ، وقد بلغ عدد أفراد العينة (40) مديرا ، موزعين على (12) منظمة.

ومن خلال تحليل استجابات أفراد العينة حول فقرات الاستبيان الذي وُزِعَ عليهم، تم تأشير مجموعة من الاستنتاجات ، كان من أهمها : غياب حق الأمان في تلك المنظمات، وكذلك تباين المنظمات المشمولة بالدراسة في الاهتمام بحقوق المستهلك ، إذ إن كل قطاع من القطاعات اهتم بحق معين، كما أشارت أن الحقوق التالية : (الأمان، الاختيار، سماع الرأي، الحصول على المعلومات) لم تحظ بأهمية كبيرة من جميع القطاعات.

دراسة (الحوري، وآخرون، 2008) بعنوان: إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية .

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة : (المجتمع المحلي, الموظفين, الزبائن, الموردين, البيئة, المساهمين), وتحديد مستوى الفروق في إدراك أفراد عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيراتهم الشخصية, كما هدفت الدراسة إلى تقييم أثر المسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية, حيث توصلت الدراسة إلى أن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية أظهرت مستوىً عالياً من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها الستة، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك أفراد عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية تبعاً لمتغيراتهم الديموغرافية، وجود أثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية ببعدها مجتمعة في إدارة الصورة الذهنية ككل.

وتوصلت الدراسة إلى توصيات من أهمها : مضاعفة الاهتمام من قبل شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بمسؤولياتها الاجتماعية, ضرورة بلورة رؤية واضحة فيما يخص المسؤولية الاجتماعية فضلاً عن إدراجها ضمن أهدافها الإستراتيجية، ضرورة بذل المزيد من قبل الشركات تجاه الموظفين, ضرورة بذل المزيد من أنشطة المسؤولية الاجتماعية تجاه الزبائن من خلال توسيع نطاق الأنشطة والأعمال الخيرية أو الإنسانية التي من شأنها أن تزيد من رصيد الشركات الملتزمة بذلك.

دراسة (الحمدي، وجعل، 2008) بعنوان : مدى إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها : دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمينية .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك المديرين العاملين في المنظمات الصناعية اليمينية لمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية، والتعرف على واقع الأنشطة والممارسات التي تقوم بها المنظمات الصناعية اليمينية تجاه المجتمع اليميني في إطار مسؤوليتها الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود شعور إيجابي لدى أغلب أفراد العينة نحو منظماتهم ، وإيمان كامل بأن منظماتهم تقوم بتنفيذ العديد من الأنشطة والممارسات الإيجابية التي من شأنها تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية تجاه كافة أصحاب المصالح من عاملين ومستهلكين ومجتمع .. إلخ.

كما أوصت الدراسة بضرورة إدراك المنظمات الصناعية اليمينية - بشكل أفضل - أن تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية ، هو أكثر من كونه عملاً خيرياً ، تقدمه المنظمات لمجتمعها ، ولكنه عامل تنافسي ، يؤدي إلى زيادة استقطاب العملاء ، وبالتالي تخدم مصلحة المنظمة ، وتؤدي إلى زيادة الأرباح على المدى الطويل.

دراسة (العناتي، 2009) بعنوان: محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات

الأردنية

هدفت هذه الدراسة إلى قياس الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية من هواتف أرضية ثابتة ، وخطوية متنقلة ، في تنمية مجتمعها المحلي ، بدءاً من الحد من مضار التلوث الإشعاعي الناتج ، وكذلك مساهمة هذه الشركات في توفير فرص العمل ، مما يساهم في الحد من البطالة ، إضافة لدعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية، واعتمدت الدراسة على المقابلات الشخصية ، وتقارير محاسبة المسؤولية في شركات الاتصالات الأردنية، وتوصلت الدراسة إلى أن شركات الاتصالات الأردنية تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق دعم الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية بدرجة متوسطة، وأن هناك تبايناً واضحاً بين أداء شركات الاتصالات الأردنية في تنمية مجتمعها المحلي، إلا أن شركات الاتصالات الأردنية لا تساهم في تنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه عن طريق توفير فرص عمل.

وبناءً على تلك النتائج ، أوصت الدراسة بضرورة توعية إدارات شركات الاتصالات الأردنية بدورها في تحمل مسؤولياتها نحو مجتمعها الذي تعمل فيه، وكذلك تنمية الدور الذي تلعبه شركات الاتصالات الأردنية في خدمة وتنمية مجتمعها المحلي الذي تعمل فيه بشكل خاص ، وفي الأردن بشكل عام ، عن طريق توجيه بعض استثماراتها نحو مشاريع ذات صبغة اجتماعية تساهم في توفير فرص عمل ؛ مما يساهم في الحد من البطالة.

دراسة (اللؤلؤ، 2009)، بعنوان: "مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن

المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك الشركات المساهمة العامة - المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية - لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، والوقوف على مدى اهتمام تلك الشركات بمجالات المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، ودراسة مدى توفر مقومات تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لديها، وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمها أن تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يتطلب إدراك الإدارة لمفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وتوفير كادر محاسبي كفؤ، ويتطلب أيضاً تشريعات وقوانين تلزم الشركات بتطبيقها، كما بينت الدراسة أن الإفصاح الاجتماعي متدنٍ وغير موجود لدى بعض الشركات، وبناءً على نتائج الدراسة، قام الباحث بتوصيات من أهمها: ضرورة قيام الشركات بتطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وأن يكون للحكومة موقف وممارسات إيجابية تجاه الشركات التي تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية، من خلال تشريعات أو إجراءات، تسمح بإعفاءها من الضرائب أو غيرها من التسهيلات، كما أوصت بتنشيط دور المنظمات والجمعيات المهنية الوطنية تجاه توعية الشركات بمفهوم وأهمية المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

دراسة (الظاهر، 2011)، بعنوان (الإفصاح المحاسبي عن الأداء البيئي في الشركة الأهلية

للإسمنت بلبييا) : "دراسة استطلاعية"

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف مدى التزام الشركة الأهلية للإسمنت بالإفصاح عن أدائها

البيئي. كما هدفت إلى إبراز المعوقات التي تحول دون قيام الشركة - موضوع البحث -

بالإفصاح عن أدائها البيئي، فاعتمدت الدراسة على استبيان تم توزيعه على الأفراد العاملين في الدوائر المالية والمحاسبية في الشركة الأهلية للإسمنت، وتوصل البحث إلى نتائج كان من أهمها: لا تقوم الشركة الأهلية للإسمنت بالإفصاح محاسبياً عن أدائها البيئي، هناك العديد من المعوقات التي تحد من قيام الشركة الأهلية للإسمنت بالإفصاح محاسبياً عن أدائها البيئي، وأبرز تلك المعوقات قلة البرامج التعليمية للتعريف بمتطلبات الإفصاح عن الأداء البيئي، وعدم توافر نظام محاسبي يفي بأغراض الإفصاح عن الأداء البيئي، وعدم وجود قوانين ملزمة للإفصاح عن الأداء البيئي، وصعوبة قياس التكاليف البيئية، وعدم وجود رغبة للإفصاح عن التكاليف المرتبطة بالأضرار البيئية الناتجة عن عملياتها حتى ولو أمكن قياسها.

دراسة الفحماء، (2012)، بعنوان: (مدى التزام الشركات المساهمة العامة الكويتية بالإفصاح عن بنود محاسبة المسؤولية الاجتماعية)

هدفت هذه الدراسة إلى بيان مدى التزام الشركات المساهمة العامة الكويتية بالإفصاح عن بنود محاسبة المسؤولية الاجتماعية، إذ اعتمدت الدراسة على استبيان تم توزيعه على عينة من (206) مدراء وعاملين في الشركات المساهمة العامة الكويتية، وتم تحليلها عن طريق برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) واعتمد التحليل الإحصائي على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (One sample t-test)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمها : أن الشركات المساهمة العامة الكويتية تلتزم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالنواحي البيئية،

وحماية المستهلك، ونوع الأنشطة الخاصة بالمجتمع وخدمته، والقوانين والأنظمة، والاستمرار في الإفصاح عن تلك الأنشطة.

3.10.2. الدراسات الأجنبية:

دراسة (Abu-Baker, 2000) بعنوان:

Corporate social reporting and disclosure practice in Jordan: an "empirical investigation"

هدفت الدراسة إلى زيادة المعرفة حول الإقرار والإفصاح من قِبَل الشركات المساهمة العامة المحدودة - كموضوع محاسبي مُلِحٌّ - وكذلك ، عن مدى استجابة الشركات المساهمة العامة الأردنية لهذا الموضوع، وارتكزت الدراسة على عينة مكونة من التقارير السنوية الصادرة في العام 1996 م لمائة وثلاث وأربعين شركة مدرجة في سوق عمان المالي من مختلف القطاعات. وأشارت النتائج إلى أن التقارير المالية للشركات الأردنية أظهرت بعض الأنواع من الإفصاح الاجتماعي، وبالرغم من ذلك فإن الإفصاح الاجتماعي قد لقي اهتماماً متواضعاً جداً من قبل معظم الشركات الأردنية ، من حيث المساحة المخصصة لهذا الإفصاح في التقارير المالية السنوية ، والمواضيع التي تم تناولها، كما أشارت النتائج إلى أن مواضيع الإفصاح الاجتماعي الأكثر شيوعاً في التقارير السنوية للشركات الأردنية ، في مختلف القطاعات ، تتعلق بالموارد البشرية

والاتصال ، والعلاقات بالمجتمع والجمهور، وأن الإفصاح المتعلق بالمسائل البيئية يحتاج إلى اهتمام أكبر .

دراسة (Jenkins, 2006) بعنوان:

Small business champions for corporate social responsibility,

هدفت الدراسة إلى بيان الشركات الصغيرة البريطانية التي تعنى بالمسؤولية الاجتماعية، كما هدفت إلى بيان المجالات التي تركز عليها تلك الشركات في قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية، حيث توصلت الدراسة إلى أن الشركات الصغيرة البريطانية تمارس المسؤولية الاجتماعية بشكل عام وتعمل على الاهتمام بالدرجة الأولى بالبيئة، تلاها العاملين، ثم الموردين، وهي تهدف في ذلك إلى تحسين صورتها وسمعتها في مجتمعتها ، بالتالي زيادة ثقة المستفيدين، وزيادة تحفيز العاملين، مما يجعلها بمركز أفضل في السوق.

دراسة قام بها (Sriramesh, et.al., 2007) بعنوان

Corporate Social Responsibility and Public Relations :Perceptions and Practices in Singapore

هدفت الدراسة إلى تحليل اتجاهات المديرين التنفيذيين نحو المسؤولية الاجتماعية، وتقييم الأنشطة والدوافع لعمليات صنع القرار وعمليات الاتصالات وتخصيص الموارد والتقييم وفوائد المسؤولية

الاجتماعية حيث بلغ مجتمع الدراسة (512) شركة في سنغافورة، وقد تم أخذ عينة من المدراء تكونت من (74) مدير واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليل من خلال دراسة ميدانية بواسطة استبيان ومقابلات شخصية وتوصلت الدراسة الى ان هناك إدراك كبير للمسؤولية الاجتماعية، وان عدم وجود التزام بين بعض الشركات لتقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية يعوم لأسباب أهمها أن تلك الشركات لم تضع أهدافاً للمسؤولية الاجتماعية ولم تكن المسؤولية الاجتماعية ضمن خططها القصيرة والطويلة الأجل.

دراسة (Rahahleh, and Sharairi, 2008) بعنوان ،

**"The Extent of Social Responsibility Accounting Application in the
Qualified Industrial Zones in Jordan"**

هدفت الدراسة إلى بيان المدى الذي وصلت إليه الشركات الصناعية الأردنية في تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية، إذ تم تطبيقها على (107) شركات مساهمة صناعية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمها : عدم وجود وعي كامل بمفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية باستثناء بعض الجوانب، وبالتالي ، لم يكن هناك تطبيق كامل لمفهوم المحاسبة الاجتماعية، ومن خلال النتائج توصلت الدراسة إلى تصويات كان من أهمها : منح الأداء الاجتماعي أهمية ووزناً أكبر في السياسة المعتمدة، وكذلك أوصت بدورات تدريبية ، وحلقات دراسية وورش عمل للعاملين في مجال المحاسبة الاجتماعية، وإعطاء أهمية لقياسات التكاليف والمنافع

الاجتماعية ، والإفصاح عن التكاليف في القوائم المالية، كما أوصت بسن القوانين الملزمة بالاعتراف وبتطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية، وضرورة قيام الشركات باستخدام النشاطات الاجتماعية من أجل رفع قيمة شركاتها.

دراسة قام بها (Kaufmann, Olaru, 2012) بعنوان

THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON BUSINESS PERFORMANCE – CAN IT BE MEASURED, AND IF SO, HOW?

هدفت الدراسة الى بحث إمكانية قياس أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على أداء الأعمال، اعتمدت الدراسة على الاسلوب الوصفي النظري من خلال مقاييس نمطية على فترات قصيرة الاجل مع التركيز بشكل خاص على مؤشرات مثل قيمة حقوق المساهمين والإيرادات وحصصة السوق، ومؤشرات أخرى مثل رضا الموظف ورضا العملاء، والتي تسهم في نجاح الشركة على المدى الطويل. ويظهر هذا النهج القائم على المعايير الأوروبية لإدارة الجودة (EFQM) ان الاتجاهات الحديثة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات وفرت وسيلة ممكنة لقياس أثرها على أداء الأعمال على أساس مفهوم أصحاب المصلحة، باستخدام النهج غير المباشرة.

ومن الممكن تحديد تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أصحاب المصلحة في الشركة عن طريق استخدام نهج اللازمة لقياس التغيرات في مستويات رضا أصحاب المصلحة بسبب الاستثمارات في المسؤولية الاجتماعية للشركات.

3.11.2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتميز الدراسة الحالية في موضوعها : (المسؤولية الاجتماعية وأسباب عجز الشركات الصناعية في القيام بتلك المسؤوليات) ؛ لما له من أثر كبير على تنمية المجتمع ، وتوعية الشركات لأهمية قيامها بتلك المسؤوليات ، وتوعية جماعات الضغط ، والتي تتمثل في : الإعلام ، والمؤسسات الأهلية : من حقوق مستهلك وغيرها، كما تتميز الدراسة الحالية في كونها تجري في وقت عَرَف الكثير من التطورات في وعي أفراد المجتمع بأهمية المحافظة على البيئة وتطور الديمقراطية، وحقوق الانسان، وتكاتف أبناء المجتمع في تنمية المجتمع الأردني، وفي ضوء المشكلات المالية والاقتصادية والاجتماعية كالأزمة المالية العالمية، والمشكلات التي رافقت ما بات يُسمى ب : (الربيع العربي) في دول الجوار للأردن، والتي أثرت بشكل كبير على أداء الشركات.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

1.3 منهج الدراسة

استخدم الباحث - لأغراض استكمال هذه الدراسة - منهجين من مناهج البحث العلمي:

1 - **المنهج الوصفي التحليلي**: لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة بموضوع الدراسة ،

مع إجراء بعض التحليل والمقارنات كلما أمكن ذلك، وذلك لتغطية الجانب النظري .

2 - **منهج الدراسة الميدانية**: لتغطية الجانب التطبيقي من الدراسة ، والذي حاولنا - من

خلاله - اختبار صحة الفرضيات ، والإجابة على تساؤلاتها ؛ للوصول إلى هدف الدراسة، من

خلال الاعتماد على استبانة ، تم تصميمها ، وفقا للخطوات العلمية المتعارف عليها.

2.3 مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة كافة الشركات الصناعية في الأردن حيث تم اختيار عينة عشوائية

من 10 شركات وهي : (الشركة الوطنية للكابلات، شركة مصفاة البترول الأردنية، شركة

البوتاس، شركة دار الدواء، الشركة الصناعية التجارية الزراعية / الإنتاج، الشركة العامة

للتعدين، شركة الشرق الأوسط للكابلات المتخصصة، مصانع الإسمنت الأردنية، شركة حديد الأردن، الوطنية لصناعة الكلورين) ، حيث تم توزيع 10 استبانات على قسم المحاسبة في تلك الشركات ، وبالتالي يبلغ العدد الكلي لأفراد عينة الدراسة : (100) محاسب.

3.3 أدوات الدراسة:

اعتمد الباحث في جمع البيانات والمعلومات على نوعين من المصادر هما:

1 - المصادر الثانوية الجاهزة : وذلك بالرجوع إلى الكتب والدوريات والبحوث

والدراسات السابقة العربية والأجنبية المتخصصة في الموضوع.

2 - الاستبانة: حيث قام الباحث ببناء وتطوير استبانة رئيسية واحدة مستفيدا من الأدبيات

والدراسات والاستبانات السابقة، واستشارة ذوي الخبرة والاختصاص الدكتور (عبد الرحيم

القدومي).

وتتكون الاستبانة من جزئين أساسيين كما يلي:

الجزء الأول: (البيانات العامة) ، وتشمل ما يأتي: المؤهل العلمي، التخصص العلمي،

عدد سنوات الخبرة في الوظيفة في قسم المحاسبه .

الجزء الثاني: (البيانات الخاصة) ، وتشمل الفقرات التي تتعلق بموضوع أسباب عجز

الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية. وتقاس كل فقرة من هذه الفقرات بمقياس

خماسي (Likert Scale)، لمعرفة درجة أهمية كل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتلاءم المقياس الخماسي مع قدرات (المبحوثين) في إعطاء الإجابات الدقيقة في الخيار المناسب من الخيارات الخمسة التي يطرحها هذا المقياس بما يخدم أهداف البحث، وسوف يتم توزيع درجات الإجابة على هذه الخيارات، فتعطى الإجابة : موافق بشدة (5) درجات، الإجابة : موافق (4) درجات، والإجابة : محايد (3) درجات، والإجابة : معارض (درجتين)، والإجابة : معارض بشدة (درجة واحدة).

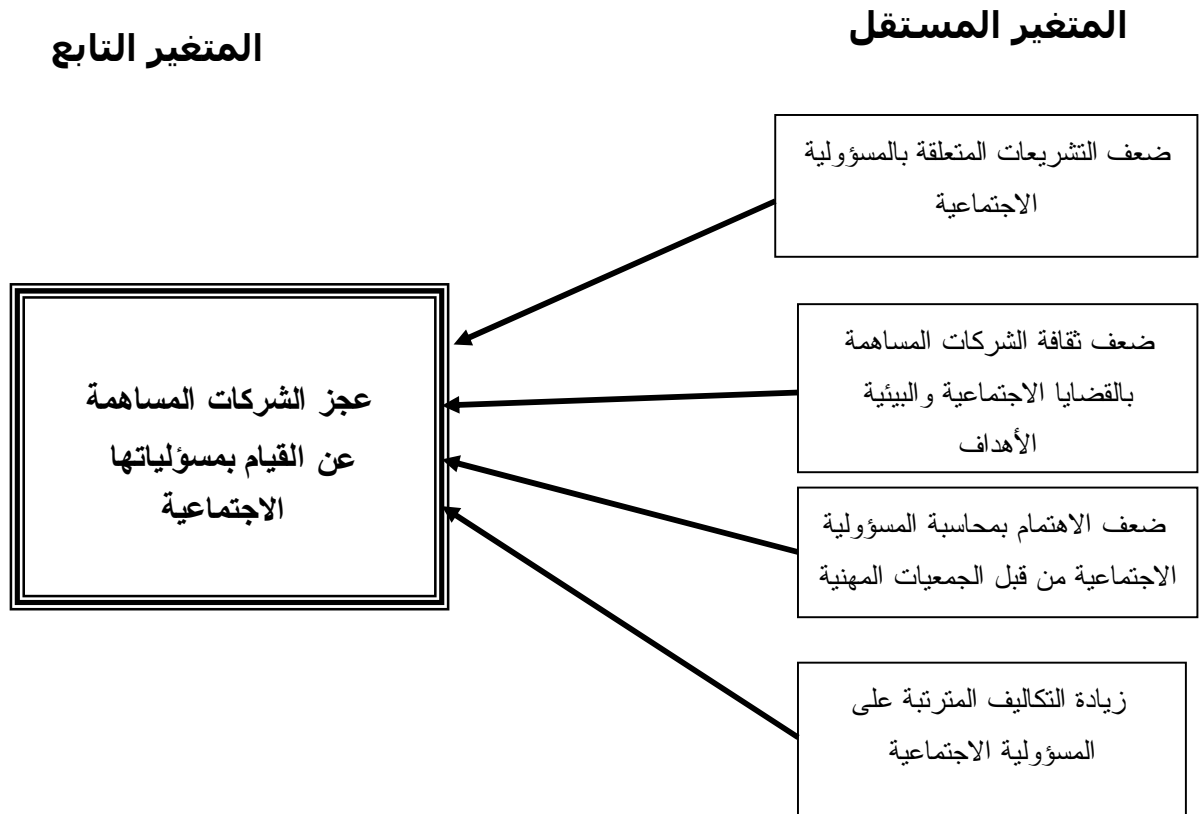
4.3 صدق الأداة:

ويقصد بهذا الإختبار قدرة المقياس على قياس الظاهرة قيد الدراسة ، وفيه قام الباحث بالتحقق من صدق أداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة المحكمين والمتخصصين في مجال علم المحاسبة، ومناهج البحث العلمي، والإحصاء ؛ للاستئناس بآرائهم ؛ بقصد تطويرها ، حيث تم الأخذ بآرائهم للوصول إلى شكلها النهائي(الملحق، رقم (1)).

5.3 ثبات الأداة :

اختبار معامل الثبات حيث تم اعتماد اختبار الثبات (Reliability Test): والذي يُستخدم لاختبار وحساب معامل (كرونباخ ألفا) (Cronbach- Alpha) ؛ بهدف التحقق من الاتساق الداخلي لمجالات الدراسة ومكونات الاستبانة ككل، ولقياس مدى ثبات أداة القياس.

6.3 متغيرات الدراسة:



إعداد الباحث اعتماداً على دراسة (ابو سمرة، 2009)

7.3 المعالجة الإحصائية:

ولأغراض التحليل الإحصائي ، تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث سيتم توظيف مقاييس الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures؛ وذلك لوصف وتحليل مجتمع الدراسة وإظهار خصائصه. وكذلك الاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، وترتيب متغيرات الدراسة حسب أهميتها النسبية بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

كما تم الاعتماد على اختبار الانحدار البسيط والمتعدد لإختبار فرضيات الدراسة.

8.3 إجراءات الدراسة:

تم اتباع الاجراءات التالية في الدراسة:

- 1) دراسة موضوع الدراسة من خلال الدراسات السابقة والبحوث والمصادر المختلفة عن موضوع الدراسة.
- 2) إعداد خطة البحث وعرضها على المحكمين الأفاضل، وإجراء التعديلات التي يوصون بها.
- 3) إجراء الإطار النظري للدراسة بالتوافق مع إعداد أداة الدراسة وتحكيمها.
- 4) توزيع أداة الدراسة على العينة المختارة وإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى نتائج الدراسة وتوصياتها.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة التحليل الاحصائي وإختبار الفرضيات

هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية ، حيث تم توزيع 100 استبانة على أفراد عينة الدراسة ، وتم استرداد 85 بنسبة (85%)، وبعد التدقيق تم إهمال 8 استبانات ؛ لعدم استكمال الإجابات في بعضها وعدم جديتها في بعضها الآخر، وبالتالي بلغ عدد الاستبانات التي تم تطبيقها 77 استبانة.

1.4 النتائج:

بعد تطبيق أداة الدراسة، جمعت استجابات أفراد عينة الدراسة، وحولت استجاباتهم إلى درجات خام، ثم وجدت التكرارات والنسب المئوية، وتم إجراء اختبار One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test للتأكد من التوزيع الطبيعي للبيانات ، ثم تم ايجاد التكرارات والنسب المئوية، كما استخدم اختبار الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) ، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ، واختبار ONE SAMPLE Ttest لأسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية وذلك عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$).

2.4 خصائص عينة الدراسة:

تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لخصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

(1) الجنس: ويوضح الجدول رقم (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
48.1%	37	ذكر
50.6%	39	أنثى
1.3%	1	دون إجابة
100%	77	المجموع

يظهر الجدول رقم (1) تقارب نسب الذكور والإناث ، حيث بلغت نسبة الذكور: (48.1%)، أما

نسبة الإناث فقد بلغت : (50.6%) من مجموع أفراد عينة الدراسة.

(2) العمر، ويوضح الجدول رقم (2) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

جدول رقم (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

النسبة %	التكرار	العمر
49.4%	38	30 سنة فأقل
39%	30	31 — 40 سنة
7.8%	6	41 — 50 سنة
2.6%	2	51 سنة فأكثر
1.3%	1	دون إجابة
100.0%	77	المجموع

يشير الجدول رقم (2) إلى أن الفئة العمرية : (30 سنة فأقل) كانت الفئة الأكبر في الفئات العمرية لأفراد عينة الدراسة، تلاها الفئة : (31 — 40 سنة) حيث بلغت : (39%) ، أما الفئة العمرية : (41 — 50 سنة) فكانت بنسبة أقل حيث بلغت : (7.8%) في حين كانت أقل نسبة للفئة : (51 سنة فأكثر) وبلغت : (2.6%) من مجموع عينة الدراسة.

(3) المؤهل العلمي: ويوضح الجدول رقم (3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

جدول رقم (3)

توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة %	التكرار	المؤهل العلمي
3.9%	3	دبلوم
89.6%	69	بكالوريوس
3.9%	3	ماجستير
2.9%	2	دكتوراه
100%	77	المجموع

يظهر الجدول رقم (3) أن أكثر أفراد العينة هم من الحاصلين على شهادة البكالوريوس ، وبنسبة بلغت : (89.6%)، أما باقي أفراد عينة الدراسة فبلغت نسبة حملة دبلوم وحملة الماجستير (3%) لكل فئة من هاتين الفئتين ، أما حملة الدكتوراه فكانت نسبتهم : (2.9%) من مجموع عينة الدراسة.

**(4) الوظيفة: ويوضح الجدول رقم (4) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة
جدول رقم (4)**

توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة %
مدير مالي	10	13%
مدير حسابات	10	13%
محاسب	57	74%
المجموع	77	100%

يظهر الجدول رقم (4) أن أكبر نسبة في الفئات الوظيفية كانت للمحاسبين وبلغت : (74%)، أما المدراء الماليون ، ومدراء الحسابات فقد بلغت نسبتهم : (13%) من مجموع عينة الدراسة ، وذلك لكل فئة من الفئتين.

(5) عدد سنوات الخبرة: ويوضح الجدول رقم (5) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

جدول رقم (5)

توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة %
أقل من 5 سنوات	30	39%
من 5 إلى 10 سنة	37	48.1%
من 11 إلى 15 سنة	6	7.8%
16 سنة فأكثر	3	3.9%
دون إجابة	1	1.3%
المجموع	77	100%

يظهر الجدول رقم (5) أن النسبة الأكبر لعدد سنوات الخبرة كانت لأفراد العينة من ذوي الخبرات (5-10 سنوات) وبنسبة بلغت : (48.1%)، تلاها ذوو الخبرة (أقل من 5 سنوات) وبنسبة بلغت : (39%) أما باقي أفراد عينة الدراسة فبلغت مجموع نسبهم : (13%) من مجموع عينة الدراسة.

3.4 التوزيع الطبيعي للبيانات:

تم إجراء اختبار (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) للتأكد من التوزيع

الطبيعي للبيانات ويشير الجدول رقم (6) إلى أن التوزيع طبيعي:

الجدول رقم (6) التوزيع الطبيعي للبيانات

77		العينة
3.8606	Mean	المتوسط الحسابي
0.762		قيمة الاختبار
0.607		مستوى الدلالة

يشير الجدول رقم (6) إلى أن قيمة الاختبار Kolmogorov-Smirnov Z بلغت : (0.607)،

بقيمة احتمالية بلغت : (0.607) وهي أعلى من القيمة المحددة : (0.05) مما يشير إلى أن توزيع

البيانات طبيعي.

4.4 اختبار اعتمادية أداة الدراسة:

لقد تم استخدام اختبار (كروبناخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس حيث بلغت قيمة ألفا=88.2%

لكافة فقرات الاستبيان البالغة : (23) فقرة ، وهي نسبة جيدة وتشير إلى اعتمادية وصدق عالٍ،

كونها أعلى من النسبة المقبولة 60%.

وقد تم إجراء اختبار الاعتمادية (كروبناخ ألفا) ؛ لقياس مدى ثبات أداة القياس لكل مجال من مجالات الأداة حيث كانت النتائج على النحو التالي:

- بلغت قيمة ألفا=68.6% لفقرات المجال الأول: أسباب تتعلق بضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- بلغت قيمة ألفا=71.4% لفقرات المجال الثاني: أسباب تتعلق بضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية.
- بلغت قيمة ألفا=81% لفقرات المجال الثالث: أسباب تتعلق بتعلق بضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية.
- بلغت قيمة ألفا=76.7% لفقرات المجال الرابع: أسباب تتعلق بزيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية.

5.4 مخرجات الدراسة:

تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة وذلك على النحو التالي:

إن المقياس المستخدم هو مقياس (ليكرت) الخماسي ، وتم ترميز إجابات عينة الدراسة بما يتفق مع ذلك المقياس ، فتم اعتماد الترميز التالي لمدى أهمية فقرات الاستبيان:

(5) للإجابة موافق بشدة.

(4) للإجابة موافق.

(3) للإجابة محايد.

(2) للإجابة غير موافق.

(1) (للإجابة غير موافق بشدة.

تم اعتماد المعيار التالي لأغراض تحليل نتائج فقرات مقياس الدراسة.

(1) (1-1.49) تقابل درجة : متدنية جداً من الأهمية.

(2) (1.5-2.49) تقابل درجة : متدنية من الأهمية.

(3) (2.5-3.49) تقابل درجة : متوسطة من الأهمية.

(4) (3.5-4.49) تقابل درجة : عالية من الأهمية.

(5) (4.5-5) تقابل درجة : عالية جداً من الأهمية.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بفقرات الاستبيان ، وقد تم

ترتيبها تنازليا حسب الأهمية بالاعتماد على المتوسط الحسابي:

أولا: أسباب تتعلق بضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية

يشير الجدول رقم (7) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان

فيما يتعلق بضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية:

الجدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بضعف التشريعات

المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وقد تم ترتيبها تنازليا حسب درجة الأهمية (76=Df)

الرقم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأهمية	الرتبة
3	0.917	4.117	عالية	1.
2	0.981	3.896	عالية	2.
4	1.005	3.831	عالية	3.
1	1.228	3.792	عالية	4.
المتوسط الحسابي العام للمجال الأول ضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية				
	1.033	3.909	عالية	

يظهر الجدول رقم (7) أهمية عالية لآراء عينة الدراسة حول المجال الأول : أسباب تتعلق بضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية ، ويشير الجدول إلى أن عدم وجود قرارات تشجع الشركات المساهمة العامة على الوفاء بمسئوليتها الاجتماعية ، هو سبب عجزها في القيام بمسئولياتها في هذا المجال، كانت من أهم أسباب عجز الشركات عن القيام بمسئولياتها الاجتماعية بمتوسط حسابي بلغ (4.11)، تلاها عدم وجود معايير محاسبية لقياس وعرض الآثار الاجتماعية لنشاطات الشركات المساهمة العامة هو سبب عجزها في القيام بمسئولياتها الاجتماعية، بمتوسط حسابي (3.896).

المجال الثاني: أسباب تتعلق بضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية.

الجدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بالمجال الثاني: أسباب تتعلق بضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية وقد تم ترتيبها تنازليا حسب درجة الأهمية

(20=Df)

الرقم		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأهمية	الرتبة
8	غياب الممارسة التنظيمية بما تمثله من خطط وأهداف محددة خاصة في قضايا المسؤولية الاجتماعية.	0.799	4.118	عالية	1.
9	ضعف دور الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية	0.888	4.026	عالية	2.

				الاجتماعية للشركات المساهمة العامة.
3.	عالية	3.987	0.851	لا تنظر الشركات المساهمة العامة إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها واجب يؤدي إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية.
4.	عالية	3.829	1.088	ضعف ممارسة الشركات المساهمة العامة لمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية تجاه المجتمع والبيئة هو سبب ثقافي.
5.	عالية	3.468	1.187	هناك تفاوت بين ثقافة الشركات المساهمة العامة وثقافة المجتمع الأردني فيما يتعلق بمتطلبات المسؤولية الاجتماعية.
	عالية	3.886	0.963	المتوسط الحسابي العام للمجال الثاني: أسباب تتعلق بضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية.

يظهر الجدول رقم (8) أهمية عالية لآراء عينة الدراسة المجال الثاني: أسباب تتعلق بضعف

ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام

لتلك الأسباب : (3.886) مما يشير إلى أن ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا

الاجتماعية والبيئية هي أسباب هامة لعجز الشركات عن القيام بواجباتها الاجتماعية.

كما ويشير الجدول رقم (8) إلى أن غياب الممارسة التنظيمية بما تمثله من خطط وأهداف محددة

خاصة في قضايا المسؤولية الاجتماعية، ضعف دور الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية

للشركات المساهمة العامة، كانت من أهم تلك الأسباب حيث بلغ المتوسط الحسابي لتلك الأسباب أعلى من (4.00) مما يشير إلى موافقة بشكل كبير عليها.

المجال الثالث: أسباب تتعلق بضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية.

الجدول رقم (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بالمجال الثالث ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية وقد تم ترتيبها تنازليا حسب درجة الأهمية (76=Df)

الرقم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأهمية	الرتبة
15	0.908	4.065	عالية	.1
11	0.803	4.013	عالية	.2
14	0.957	3.922	عالية	.3
16	1.005	3.870	عالية	.4
12	0.964	3.792	عالية	.5
10	0.992	3.740	عالية	.6
13	0.871	3.714	عالية	.7

				عمل ودورات حول المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.
عالية	3.874	0.929		المتوسط الحسابي العام لضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية

يظهر الجدول رقم (9) أهمية عالية لآراء عينة الدراسة المجال الثالث: أسباب تتعلق بضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لتلك الأسباب : (3.874) مما يشير إلى أن الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية هي أسباب هامة لعجز الشركات عن القيام بواجباتها الاجتماعية.

كما ويشير الجدول رقم (9) إلى أن عدم توفر الخبرة والمعرفة لدى القائمين على الجمعيات المهنية لوضع معايير ، ولوائح تضبط المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المساهمة العامة، وعدم دعم العلاقات السائدة بين الإدارات المختلفة داخل الشركات المساهمة العامة قضايا المسؤولية الاجتماعية، كانت من أهم تلك الأسباب حيث بلغ المتوسط الحسابي لتلك الأسباب أعلى من (4.00) مما يشير إلى موافقة بشكل كبير عليها.

المجال الرابع: أسباب تتعلق بزيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية.

الجدول رقم (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بالمجال الرابع: أسباب تتعلق بزيادة

التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية وقد تم ترتيبها تنازليا حسب درجة الأهمية (76=Df)

الرقم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأهمية	الرتبة
-------	-------------------	-----------------	---------	--------

21	عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى الشركات المساهمة مثل إعفاء ضريبي أو دعم معنوي.	0.812	4.156	عالية	.1
19	عدم وجود ثقافة لدى الشركات المساهمة العامة بتحمل استثمارات اضافية وفاءً بمسؤولياتها الاجتماعية.	0.957	3.922	عالية	.2
22	عدم استخدام سوق عمان للأوراق المالية المعلومات الاجتماعية والبيئية المفصح عنها في تقييم أداء الشركات المساهمة العامة.	0.969	3.857	عالية	.3
17	العوائد المالية المتوقعة من الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية أقل من تكاليف عدم القيام بها.	1.195	3.760	عالية	.4
20	عجز الشركات المساهمة العام عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية التي من الممكن أن تسبب انخفاض الإيرادات والتدفقات النقدية المستقبلية.	0.907	3.688	عالية	.5
23	عدم كفاية دور جماعات الضغط مثل جمعيات حقوق الإنسان وحماية البيئة وحماية المستهلك نحو حث الشركات على مسؤوليتها الاجتماعية.	1.036	3.649	عالية	.6
18	تتجنب الشركات المساهمة العامة القيام بمسؤولياتها الاجتماعية خوفاً أن تلحق الضرر بصورة الشركة في أذهان أصحاب المصالح.	1.167	3.605	عالية	.7
	المتوسط الحسابي العام للأسباب التي تتعلق بزيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية.	1.006	3.805	عالية	

يظهر الجدول رقم (10) أهمية عالية لآراء عينة الدراسة المجال الرابع: أسباب تتعلق بزيادة

التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لتلك الأسباب

(3.805) مما يشير إلى أن التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية هي أسباب هامة لعجز الشركات عن القيام بواجباتها الاجتماعية.

كما ويشير الجدول رقم (10) إلى أن عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى الشركات المساهمة مثل : إعفاء ضريبي أو دعم معنوي، كانت من أهم تلك الأسباب حيث بلغ المتوسط الحسابي لتلك الأسباب أعلى من : (4.00) مما يشير إلى موافقة بشكل كبير عليها.

أسباب عجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية:

يشير الجدول رقم (11) إلى أهم أسباب عجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية

الجدول رقم (11)

أسباب عجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية وقد تم ترتيبها تنازليا

الرتبة	المتوسط الحسابي	الأسباب
.1	3.909	ضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية
.2	3.886	ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية.
.3	3.874	ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية
.4	3.805	زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية.

يظهر الجدول رقم (11) إلى أن أكثر أسباب عجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية كان ضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية بمتوسط حسابي بلغ : (3.909)، أما السبب الثاني في الأهمية في عجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية كان ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية وبمتوسط حسابي بلغ : (3.886)، أما السبب الثالث في الأهمية لعجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية ، كان ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية حيث بلغ المتوسط الحسابي لذلك السبب : (3.874)، أما زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية فقد كانت بالمرتبة الرابعة في أسباب عجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية وبمتوسط حسابي بلغ : (3.805).

6.4 اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين (ضعف التشريعات، ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية، زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية) وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار (One Sample T test) على الوسط الفرضي

(3.500) , لمعرفة إن كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين : (ضعف التشريعات، ضعف

ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية، زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية)، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) وبيين الجدول رقم (12) ذلك.

الجدول رقم (12)

الفرضية الرئيسية اختبار (One-Sample T Test)

المتوسط الحسابي	t	t الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة
3.8727	6.239	1.664	76	0.000

يشير الجدول أعلاه إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين : (ضعف التشريعات، ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية، زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية)، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى دلالة إحصائية $(\alpha \leq 0.05)$ ، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) : (6.239) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة : (1.664)، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) وهي أقل من القيمة المحددة $(\alpha \leq 0.05)$ ، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة أي : أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين : (ضعف التشريعات، ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية، زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية) ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

ولبيان العلاقة بين كل من الأسباب : (ضعف التشريعات، ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية، زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية)، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية تم اختبار الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى:

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$) بين ضعف التشريعات ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية. ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار : (One Sample T test) على الوسط الفرضي (3.500) ؛ لمعرفة إن كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف التشريعات، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha = 0.05$) ويبين الجدول رقم (13) ذلك.

الجدول رقم (13)

الفرضية الفرعية الأولى اختبار (One-Sample T Test)

المتوسط الحسابي	t	t الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة
3.9275	4.816	1.664	76	0.000

يشير الجدول أعلاه إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف التشريعات، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى دلالة إحصائية $(\alpha=0.05)$ ، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) : (4.816) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (1.664)، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) وهي أقل من القيمة المحددة $(\alpha=0.05)$ ، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة أي : أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة $(\alpha<0.05)$ بين ضعف التشريعات ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة $(\alpha<0.05)$ بين ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار (One Sample T test) على الوسط الفرضي (3.500) ؛ لمعرفة إن كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى الدلالة الإحصائية $(\alpha\leq 0.05)$ ويشير الجدول رقم (14) إلى نتائج الاختبار.

الجدول رقم (14)

اختبار (One-Sample T Test)

المتوسط الحسابي	t	t الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة
3.887	5.115	1.664	76	0.000

يشير الجدول أعلاه إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$)، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) : (5.115) ، وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة : (1.664)، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) ، وهي أقل من القيمة المحددة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة أي : أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار (One Sample T test) على الوسط الفرضي (3.500) , لمعرفة إن كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية, وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) ويشير الجدول رقم (15) إلى نتائج الاختبار.

الجدول رقم (15)

الفرضية الفرعية الثالثة اختبار (One-Sample T Test)

المتوسط الحسابي	t	t الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة
3.8738	5.152	1.664	76	0.000

يشير الجدول أعلاه إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية, وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) , حيث بلغت قيمة الاختبار (T)

: (5.152) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (1.664)، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) وهي أقل من القيمة المحددة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة أي : أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفرضية الفرعية الرابعة:

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية. ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار (One Sample T test) على الوسط الفرضي (3.500) , لمعرفة إن كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) ويشير الجدول رقم (16) إلى نتائج الاختبار.

الجدول رقم (16)

الفرضية الفرعية الرابعة اختبار (One-Sample T Test)

المتوسط الحسابي	t	t الجدولية	درجات الحرية	مستوى الدلالة
3.8024	4.018	1.664	76	0.000

يشير الجدول أعلاه إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على مستوى دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) : (4.018) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (1.664)، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) وهي أقل من القيمة المحددة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة أي : أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التكاليف المترتبة على المسؤولية الاجتماعية ، وعجز الشركات المساهمة عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

1.5 النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

(1) تشكل ضعف التشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية سبباً هاماً من أسباب عجز الشركات الصناعية الأردنية عن القيام بمسؤولياته الاجتماعية، فقد أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود قرارات تشجع الشركات المساهمة العامة على الوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية، وعدم وجود معايير محاسبية لقياس وعرض الآثار الاجتماعية لنشاطات الشركات المساهمة العامة، وعدم إمكانية فرض مخالفات بحق المحجمين عن المسؤولية الاجتماعية، وضعف الرقابة على الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية.

(2) تشكل ضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية سبباً هاماً من أسباب عجز الشركات الصناعية الأردنية عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية، فقد أشارت نتائج الدراسة إلى غياب الممارسة التنظيمية بما تمثله من خطط وأهداف محددة، خاصة في قضايا المسؤولية الاجتماعية، ضعف دور الإعلام في نشر ثقافة

المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة، لا تنتظر الشركات المساهمة العامة إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها واجب يؤدي إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية.

(3) أشارت نتائج الدراسة على أن ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية هو سبب هام من أسباب عجز الشركات الصناعية الأردنية عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية، فقد أشارت نتائج الدراسة إلى عدم توفر الخبرة والمعرفة لدى القائمين على الجمعيات المهنية لوضع معايير ولوائح تضبط المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المساهمة العامة، لا تدعم العلاقات السائدة بين الإدارات المختلفة داخل الشركات المساهمة العامة قضايا المسؤولية الاجتماعية، ضعف دور الجمعيات المهنية في توعية المحاسبين بأهمية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية.

(4) كما بينت الدراسة أن زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية هو سبب هام من أسباب عجز الشركات الصناعية الأردنية عن القيام بمسؤولياتها الاجتماعية، فقد أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى الشركات المساهمة، مثل: إعفاء ضريبي أو دعم معنوي، عدم وجود ثقافة لدى الشركات المساهمة العامة بتحمل استثمارات إضافية وفاءً بمسؤولياتها الاجتماعية، وعدم استخدام سوق عمان للأوراق المالية المعلومات الاجتماعية والبيئية المفصح عنها في تقييم أداء الشركات المساهمة العامة، كما أن الشركات الصناعية تعتقد

أن العوائد المالية المتوقعة من الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية أقل من تكاليف عدم القيام بها.

2.5 التوصيات:

توصلت الدراسة - على ضوء النتائج السابقة - إلى التوصيات التالية:

- 1) ضرورة تفعيل المؤسسات الإعلامية والأهلية والمجتمعية على العمل كقوى ضاغطة على الضغط الشركات الصناعية ؛ للقيام بمسؤولياتها الاجتماعية ، من خلال حث أفراد المجتمع على التعامل مع الشركات التي تقوم بتلك المسؤوليات.
- 2) ضرورة تفعيل التشريعات الحكومية من خلال تقديم حوافز وتسهلات : من تخفيض الضرائب والرسوم وإبراز تلك الشركات من خلال الوسائل الرسمية كمؤسسات تعمل على تنمية المجتمع من خلال التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية.
- 3) ضرورة نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية من خلال تعميم النماذج الدولية في الثقافات التنظيمية التي تُعنى بالمسؤولية الاجتماعية.
- 4) ضرورة العمل على إيجاد معادلات واضحة ترجِّح العوائد المتوقعة من قيام الشركات الصناعية بمسؤولياتها الاجتماعية ، بحيث تكون أعلى من تكاليف القيام بتلك المسؤوليات.
- 5) ضرورة تعميم نتائج وتوصيات هذه الدراسة على الشركات الصناعية الأردنية ؛ لما لها من أثر هام على تنمية وتكاتف المجتمع الأردني.
- 6) ضرورة القيام بالمزيد من الدراسات التي تبحث في إيجاد حلول عملية للأسباب التي تؤدي إلى عجز الشركات عن قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية.

6. المراجع:

المراجع العربية:

1. أبو سمرة، حامد أحمد صالح، (2009)، معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية (من وجهة نظر مدققي الحسابات وإدارات الشركات)، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
2. اللولو، محمد، (2009)، مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
3. أنور، نورا محمد عماد الدين، (2010) المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل الازمة الاقتصادية العالمية دراسة تطبيقية، مركز المديرين المصريين مسابقة الأبحاث السنوية، القاهرة.
4. البكري، تامر ياسر، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2001.

5. جربوع، يوسف، (2007)، "مدى تطبيق القياس والإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، ص 237 ص 281.
6. الحمدي، فؤاد محمد حسين وجعل، ماجد مبخوت، (2008)، مدى إدراك المدراء لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والأنشطة المترتبة عليها: دراسة تحليلية لآراء المديرين العاملين في عينة من المنظمات الصناعية اليمنية، بحث مقدم إلى (المؤتمر الأول للمسؤولية الاجتماعية للشركات) بتكليف من مركز دراسات وبحوث السوق والمستهلك - صنعاء ٢٩ أكتوبر.
7. الحوري، فالح عبد القادر، والزيادات، ممدوح، وعبابنه، هايل، (2008)، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية"، بحث منشور جامعة العلوم التطبيقية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان.
8. خلف، لعيبي هاتو، (2009)، الإفصاح المحاسبي في ظل توسع المنهج المحاسبي المعاصر ليشمل المحاسبة الاجتماعية، دراسة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك.

9. خلف، لعبيي هاتو، (2009)، محاسبة التلوث البيئي، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
10. دحلان، عبد الله صادق، (2004)، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مجلة عالم العمل، العدد49، مارس 2004.
11. سالم، إلياس، (2006)، تأثير الثقافة التنظيمية على أداء الموارد البشرية دراسة حالة الشركة الجزائرية للألمنيوم، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
12. السحبياني، صالح، (2009)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حاله تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييم إستشراف" بيروت، لبنان، 23-25 مارس.
13. سكولنيكوف، الكسندر وليتشان، جوش وسوليفان، جون، (2004)، النموذج التجاري لمواطنة الشركات، مركز المشروعات الدولية الخاصة، التقرير رقم 410، 27 ديسمبر.
14. الشحات، خضر السيد، (1988)، "تكاليف المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصحفية في مصر، المفهوم والمشاكل والقياس" مجلة الإدارة، (يوليو).

15. الصيرفي، محمد، (2007)، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر،مصر .
16. الطاهر، عادل البهلول حميدان، (2011)، الإفصاح المحاسبي عن الأداء البيئي في الشركة الأهلية للإسمنت بليبيا "دراسة استطلاعية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد الأول، 2011.
17. الطه، شهاب محمد محمود،(2002)، "المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمنظمات الإنتاجية في توفير مبدأ حماية المستخدم بالتطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية"، رسالة ماجستير(غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
18. عجيلات، فارس نبيل، (2012)، المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية، دراسة حالة شركة الاتصالات الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
19. عودة، إياد محمد، (2008)، قياس المسؤولية الاجتماعية ومدى مساهمتها بتحقيق الرفاه الاجتماعي، دراسة ميدانية على فنادق ذات فئات الخمس نجوم في الأردن، بحث ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
20. الغالبي، طاهر محسن المنصور، العامري، صالح مهدي محسن (2008) "المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال :الأعمال والمجتمع"، دار وائل للنشر، عمان.

21. غالي، جورج دانيال، (2001)، تطوير مهنة المراجعة لمواجهة المشكلات المعاصرة وتحديات الألفية الثالثة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
22. الغرايبة، إبراهيم، (2006)، المبادئ الأخلاقية في العمل الاقتصادي الشركات والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، بحث منشور، دراسات الجزيرة، 2006/10/27.
23. الفحاء، فهد راعي، (2012)، مدى التزام الشركات المساهمة العامة الكويتية بالإفصاح عن بنود محاسبة المسؤولية الاجتماعية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
24. المعاضيدي، محمد عصام احمد (2005)، اثر اخلاقيات العمل في تعزيز ادارة المعرفة"، دراسة لآراء عينة من تدريسيي جامعة الموصل ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة الموصل .
25. المغربل، نهال، وفؤاد، ياسمين، (2008)، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر، بعض التجارب الدولية، ورقة عمل مقدمة إلى المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، مصر.
26. مؤتمر الاعمال المتحدده للتجاره والتنميه (2004)، "كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنه "نيويورك وجنيف 2004 .

27. العناتي، رضوان محمد، (2009)، محاسبة المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات

الأردنية، بحث مقدم للمؤتمر السابع الدولي لمنعقد في الفترة 10-11/11/2009،

جامعة الزرقاء، الأردن.

المراجع الأجنبية:

1. Abu-Baker Nafez, (2000), Corporate social reporting and disclosure practice in Jordan: an empirical investigation, Dirasat, Jan, 2000, vol 27, No. 1. pp249-263.
2. Alain chauveau et Jean-jacques Rosé, L'entreprise Responsable, paris, 2003, p 45
3. Anselmsson, Johan and Johansson, Ulf (2007)Corporate Social Responsibility and the Positioning of grocery brands"An exploratory study of retailer and manufacturer brands at point of purchase, International Journal of Retail & Distribution Management,Vol.35, No.10, 2007,pp.835-856.
4. Belal U. M. (2008), "Three Dimensional Aspects of Corporate Social Responsibility", Daffodil International University, Journal of Business and Economics, 3, (1), 201-213.
5. Belkaoui, Ahmed Riahi, "Accounting Theory", 4th Edition , Thomson Learning , 2002.
6. Brendan O'Dwyer, The emergence and future development of corporate social disclosure in Ireland: the perspective of non-government organization, the Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference 4 to 6 July Singapore, 2004.

7. Brendan O'Dwyer, The emergence and future development of corporate social disclosure in Ireland: the perspective of non-government organization, the Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference 4 to 6 July Singapore, 2004, p
8. D. Matsumoto, 2006, Culture and Cultural Worldviews: Do Verbal Descriptions about Culture Reflect Anything Other Than Verbal Descriptions of Culture?, *Culture & Psychology*, Vol.12, No. 1, 33-62.
9. Heslin, Peter A. and Ochoa, J. D., (2008)"Understanding and developing strategic corporate social Responsibility", *Organizational Dynamics*, Vol.37, No. 2, 125–144.
10. International Organization For Standardization, (2009),"Guidance on Social Responsibility", Draft International Standard Iso/Dis 26000.
11. Jenkins, H.,(2006) Small business champions for corporate social responsibility, *Journal of Business Ethics* , 67,241P256.
12. Martin, Joanne (2002) *Organizational Culture: Mapping the Terrain*, SAGE
13. Narwal, Mahabir(2007) Corporate Social Responsibility of Indian Banking Industry, *Social Responsibility Journal*, Vol.3, Issue.4, pp.49-60.
14. Rahahleh, Muhammad, and Sharairi, Yassein, (2008), The Extent of Social Responsibility Accounting Application in the Qualified Industrial Zones in Jordan, *International Management Review*, Vol. 4.

15. Schein, Edgar H. (2010) *Organizational Culture and Leadership*, John Wiley & Sons
16. Sims, R.R. (2003). *Ethics and Corporate Social Responsibility – Why Giants Fall*. Praeger, Westport USA.
17. W. L. Gardner, 2009, *Attraction to Organizational Culture Profiles*, *Management Communication Quarterly*, Vol.22, No. 3, 437-472.
18. Daft, Richard L., (2003), *Management*, South–Western & College Publishing Co., Canada.
19. Weber, M. (2008), “*The Business Case for Corporate Social Responsibility*”, 2008.
20. Kaufmann, Malte, & Olaru, Marieta, (2012) *The impact of corporate social responsibility on business performance – can it be measured, and if so, how?*, *The Berlin International Economics Congress 2012*, March 7th-10th, 2012 .
21. Sriramesh, Krishnamurthy, Ng, Chew Wee, Ting, Soh Ting, Wanyin, Luo, (2007), *Corporate Social Responsibility and Public Relations: Perceptions and Practices in Singapore*, Paper submitted to the 14th *International Public Relations Symposium*, Bled, Slovenia July 3 - 5, 2007.

الملاحق
الملحق رقم (1)
استبانة الدراسة

بسم الله الرحمن الرحيم

تحية طيبة وبعد ،

يقوم الباحث بدراسة بعنوان : (مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية المدرجة في البورصة) : دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، الرجاء التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بدقة وموضوعية ، مع العلم بأن جميع الإجابات ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي .

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحث

القسم الأول : المتغيرات الشخصية والوظيفية .

يرجى وضع إشارة (X) في الفراغ المقابل للإجابة التي تراها مناسبة .

1. الجنس :

ذكر أنثى

2. العمر :

30 سنة فأقل 31 — 40 سنة

41 — 50 51 سنة فأكثر

3. المؤهل التعليمي :

دبلوم بكالوريوس

ماجستير دكتوراه

4. الوظيفة :

مدير مالي مدير حسابات محاسب

6. الخبرة في مجال العمل :

5 سنوات فأقل 6 — 10 سنوات

11 — 15 16 سنة فأكثر

القسم الثاني الرجاء وضع اشارة عند العبارة المناسبة

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البيان
أسباب تتعلق بضعف التشريعات المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.					
					1. لا تلتزم تعليمات سوق عمان المالي الشركات المساهمة العامة الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية.
					2. ضعف الرقابة على الشركات في المجال الاجتماعي والبيئي يعيق من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة.
					3. عدم وجود معايير محاسبية لقياس وعرض الآثار الاجتماعية لنشاطات الشركات المساهمة العامة.
					4. عدم وجود قرارات تشجع الشركات المساهمة العامة على الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية.

أسباب تتعلق بضعف ثقافة الشركات المساهمة العامة بالقضايا الاجتماعية والبيئية.				
				5. ضعف ممارسة الشركات المساهمة العامة لمسئوليتها الاجتماعية والبيئية تجاه المجتمع والبيئة.
				6. هناك تفاوت بين ثقافة الشركات المساهمة العامة وثقافة المجتمع الأردني فيما يتعلق بمتطلبات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
				7. لا تنظر الشركات المساهمة العامة إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها واجب يؤدي إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية.
				8. تعتبر ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات المساهمة العامة جهود عشوائية أي : لا تأخذ شكلا تنظيميا له خطة وأهداف محددة.
				9. ضعف دور الإعلام في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة.
أسباب تتعلق بضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية .				
				10. لا يؤثر الإفصاح الاجتماعي على تقييم الجمعية العمومية للمساهمين لمدى نجاح إدارة الشركة المساهمة العامة.

					11. لا تدعم العلاقات السائدة بين الإدارات المختلفة داخل الشركات المساهمة العامة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
					12. ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية.
					13. عدم قيام الجمعيات المهنية بعقد دورات متخصصة في المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
					14. عدم قيام الجمعيات المهنية بعقد حلقات بحث وورش عمل حول المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
					15. ضعف دور الجمعيات المهنية في توعية المحاسبين بأهمية تطبيق المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
					16. عدم توفر الخبرة والمعرفة لدى القائمين على الجمعيات المهنية لوضع معايير ولوائح تضبط المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات المساهمة العامة.
<p>أسباب تتعلق بزيادة التكاليف المترتبة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.</p>					
					17. العوائد المالية المتوقعة من إفصاح الشركات المساهمة العامة عن المسؤولية الاجتماعية أقل من

					تكاليف الإفصاح عنها.
					18. تتجنب الشركات المساهمة العامة الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية التي من الممكن أن تلحق الضرر بصورة الشركة في أذهان أصحاب المصالح.
					19. لا يوجد استعداد من قبل الشركات المساهمة العامة بتحمل استثمارات إضافية وفاءً بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية.
					20. تتجنب الشركات المساهمة العامة الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية التي من الممكن أن تسبب انخفاض الإيرادات والتدفقات النقدية المستقبلية.
					21. عدم وجود حوافز حكومية كافية لتبني سياسات اجتماعية وبيئية مرغوبة لدى الشركات المساهمة مثل : إعفاء ضريبي أو دعم معنوي.
					22. لا يستخدم سوق عمان للأوراق المالية المعلومات الاجتماعية والبيئية المفصّل عنها في تقييم أداء الشركات المساهمة العامة.
					23. ضعف دور جماعات الضغط مثل جمعيات حقوق الإنسان وحماية البيئة وحماية المستهلك نحو تحمل الشركات مسؤوليتها الاجتماعية.