مدى أدراك المصارف التجارية لأهمية تطبيق المحاسبة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية دراسة تحليلية في عينة من المصارف التجارية العراقية

المدرس عباس فاضل جياد

كلية شط العرب الجامعة / قسم المحاسبة

المستخلص :

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تطبيق المصارف التجارية العاملة في الأسواق العراقية بالقياس والإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للإطراف كافة المستفيدة من القوائم المالية المنشورة، ومساعدة المستثمرين في ترشيد قراراتهم الاستثمارية، وحيث أن للمصارف طبيعة خاصة من حيث الأنشطة التي تمارسها والمخاطر التي تتعرض لها، وهذا الأمر يتطلب تطوير الدور الذي تقوم به هذه المصارف في النشاط الاقتصادي والنشاط الاجتماعي بما تتمتع به من خيرات المجتمع المتمثلة بموارده الطبيعية والمادية والبشرية، ومن ثم فلابد من المساهمة في حل مشكلاته ضمن إمكانياتها وقدراتها وتحقيق رفاهية المجتمع في البيئة التي تعمل بها تلك المؤسسات وتحقيق التنمية الاقتصادية.

ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة شملت (14) فقرة لجمع المعلومات الأولية من عينة الدراسة وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، وباستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف فضلا عن النسب المئوية، وتوصلت الدراسة إلى أن المصارف التجارية العاملة في العراق تسهم إلى حد معقول بأنشطة مختلفة ضمن مسؤوليتها الاجتماعية والإفصاح عنها في بياناتها المنشورة، وأوصت الدراسة إلى زيادة البرامج التدريبية للعاملين لديها بالتعريف بمتطلبات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وتوعية المصارف بضرورة امتلاكهم لنظام محاسبي يفي بإغراض الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية.

The extent of commercial banks' awareness of the importance of applying accounting and disclosure of social responsibility

An analytical study in a sample of Iraqi commercial banks

Lecturer . Abbas Fadhel Chiyad

Shatt Al - Arab University College / Department of Accounting

Abstract :

This study aimed to reveal the extent of the application of commercial banks operating in the Iraqi markets by measuring and disclosing the accounting for social responsibility of all parties benefiting from the published financial statements, and assisting investors in rationalizing their investment decisions, and that the banks have a special nature in terms of activities that they exercise and the risks they are exposed to, This matter requires the development of the role that these banks play in economic and social activity with the benefits of society in the form of its natural, material and human resources, and therefore it must contribute to solving its problems within its capabilities and capabilities and achieve the welfare of society in the environment in which these institutions operate and reduce the effects The negativity its activity causes to the surrounding environment by reducing pollution, eliminating unemployment and achieving economic development .

To achieve the objectives of the study, the researcher designed a questionnaire that included (14) items to collect the primary information from the study sample and analyze it using the statistical program (SPSS), and using mathematical averages, standard deviations and difference coefficient in addition to percentages, and the study concluded that the commercial banks operating in Iraq contribute to A reasonable limit for various activities within its social responsibility and disclosing it in its published data. The study recommended increasing training programs for its employees by defining the requirements of social responsibility disclosure and making banks aware of the necessity of having an accounting system that meets the purposes of accounting for social responsibility .

المقدمة :

نظرا للتطورات الراهنة وتفاقم المشكلات الاجتماعية في العالم في ظل المنظمات الكبيرة وعصر العولمة التي حولت العالم إلى قرية صغيرة، لذا ظهر مفهوم المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية وضرورة إلزام المؤسسات بتحمل مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه البيئة التي تعمل فيها تلك المؤسسات، ومن ثم صدرت العديد من البحوث حول الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية، خاصة المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين(AICPA) إذ حدد أهداف الأداء الاجتماعي وما يجب الإفصاح عنه في القوائم المالية المنشورة من قبل تلك المؤسسات حول مساهمتها الاجتماعية، فتحقيق الأرباح لم يعد الهدف الأبرز والوحيد لدى منظمات الإعمال ومنها المصارف الأهلية العراقية بل يجب عليها الالتزام بتنفيذ مسؤولياتها الاجتماعية والمساهمة الجادة في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلد، عن طريق توفير معلومات وإعداد التقارير الاجتماعية والتي تبين مدى تطبيق المصارف الأهلية العاملة في الأسواق العراقية بالقياس والإفصاح عن مساهمتها الاجتماعية اتجاه الإطراف العديدة كالمساهمين والعملاء والمجتمع، ولذلك سوف يتطرق هذا البحث إلى المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف الأهلية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية مبينين أهم الأنشطة والإسهامات التي تمارسها تلك المصارف لتحسين أدائها الاجتماعي بما ينسجم مع ما تملكه من إمكانات وقدرات لدعم الاقتصاد المحلي العراقي والإفصاح عن تلك الإسهامات الاجتماعية في كشوفات مرفقة بالقوائم المالية الرئيسة المنشورة وتحقيق فائدة لمستخدمي تلك القوائم. ولتحقيق ذلك تضمنت الدراسة المحاور التالية:

المحور الأول: منهجية البحث والدراسات السابقة.

المحور الثاني: الإطار النظري للبحث

المحور الثالث: الإطار العملي للبحث.

المحور الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

المبحث الأول

منهجية البحث ودراسات سابقة

منهجية البحث: Research Methodology

أولا: مشكلة البحث. Research problem

تتلخص مشكلة البحث بعدم كفاية المصارف الأهلية العاملة في سوق العراق للأوراق المالية بالافصاح عن أدائها الاجتماعي في القوائم المالية المنشورة، ومن ثم فان هذه المصارف لا تهتم بالقياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وعدم إدراكها لأهميته وعدم معرفتها بتأثيره في القرارات المتخذة من قبل مستخدمي تلك القوائم المالية المنشورة من تلك المصارف.

ثانيا: أهمية البحث. research importance

تتمثل أهمية البحث في كونها تتناول احد المواضيع الحديثة والمهمة للمصارف التجارية وهي المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والتي تؤدي دورا مهما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية مما يجب القياس والإفصاح المحاسبي لبيانات الأنشطة الاجتماعية بجانب الأنشطة الاقتصادية والتقرير عنها في القوائم المالية المنشورة ومدى مساهمة تلك المصارف في تحسين مستوى الرفاهية الاجتماعية في البيئة التي تعمل بها وخلق توازن بين أهدافها الاقتصادية والاجتماعية .

ثالثا: أهداف البحث. Search objectives يهدف البحث إلى ما يأتي:

1- إلقاء الضوء على محاسبة المسؤولية الاجتماعية والتعرف على معايير تقييم المسؤولية الاجتماعية القابلة للقياس والإفصاح والدور الذي تقوم به المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في مساعدة الإطراف المختلفة .

2- توضيح مزايا وأهداف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للمصارف والشركات بصفة عامة.

3- بيان أساليب الإفصاح المحاسبي في التقارير المالية التي يمكن استخدامها في عرض المعلومات المعبرة عن المسؤولية الاجتماعية لمختلف الإطراف المستفيدة في اتخاذ القرارات .

رابعا: فرضية البحث. Search Hypothesis الفرضية الرئيسة

(هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة والمدرجة في سوق العراق للأوراق المالية).

خامسا: أسلوب البحث. Search Manner

سيتم اعتماد المنهج العلمي كأسلوب للبحث، ففي المرحلة الأولى من البحث سيتم الاعتماد على البيانات والمعلومات النظرية المستقاة مباشرة من الكتب والدوريات والدراسات السابقة من رسائل وأطروحات جامعية في مجال المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية، وإما في المرحلة الثانية فقد صممت استمارة استبانة تم توزيعها على جميع الموظفين العاملين في الأقسام الرئيسة في المصارف عينة البحث والمديرين الماليين ومدراء التدقيق

وبعض مراقبي الحسابات التابعين إلى مجلس مهنة مراقبة وتدقيق الحسابات، وقد تم استخلاص النتائج ذات الصلة بفرضية البحث .

الدراسات السابقة.

1- دراسة خلف (2012).

عنوان الدراسة (اثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية) هدفت هذه الدراسة إلى أهمية التوجه الاستراتيجي ومدى تحقيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية وتأثيرها في مختلف الإطراف المتعاملة مع تلك المصارف، وقد أوصت الدراسة بضرورة استيعاب المصارف التجارية الأردنية مسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية وان تدرك هذه المؤسسات بأنها شريك مساهم في المجتمع وليس هدفها الرئيس تعظيم أرباحها وتوزعيها على أصحاب الملاك أو المساهمين فيها فقط وان تساهم مساهمة فعالة في البيئة التي تعمل بها.

2- دراسة صالح (2009) "معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المعوقات التي تواجه الإفصاح المحاسبي في المحاسبة عن الأداء الاجتماعي في القوائم المالية المنشورة من تلك الشركات المساهمة من خلال التعرف على المتطلبات الواجب توافرها في القوائم المالية حسب متطلبات المعايير الدولية وتحليل أسباب قلة ومحدودية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في قوائمها المالية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإفصاح من قبل أكثر الشركات كان ضعيفا ومتواضعا من وجهة نظر مراقبي الحسابات.

3- دراسة (K. Mc. ELhaney, 2009) " النهج الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية للشركات " وقد هدفت الدراسة إلى معرفة ما هي بالضبط المسؤولية الاجتماعية، ماذا تعني للأفراد والمنظمات، وكذلك ماذا تعني للزبائن والموظفين والمساهمين وهل يتم استخدامها استراتيجيا لدى هذه الفئات؟ وقد توصلت الدراسة إلى أن حملات المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركات هي التي يتردد صداها لدى المستهلكين كونها تسهم في فائدة المجتمع من خلال تقديم مختلف الخدمات لهم.

إما بالنسبة للدراسة الحالية تشبه بصورة جزئية دراسة خلف سنة 2012 ولكن في بعض المجالات التطبيقية مختلفة لان دراسة خلف تبحث عن التوجه الاستراتيجي لتطبيق المسؤولية الاجتماعية ولكن الدراسة الحالية تبحث عن مدى اهتمام المصارف التجارية والمدرجة في سوق العراق للأوراق المالية تجاه المسؤولية الاجتماعية وأوصت الدراسة إلى ضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية من قبل المصارف التجارية والاستفادة من تجارب المصارف الأخرى التي طبقت فيها المسؤولية الاجتماعية.

المحور الثاني

الإطار النظري:

أولا: طبيعة المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

قبل التعرف على أهمية المحاسبة الاجتماعية لابد من تعريفها وهي " عقد إلزامي أو صريح يلزم المؤسسات الاقتصادية بمسؤولياتها الاجتماعية اتجاه البيئة التي تعمل بها بالإضافة إلى مسؤولياتها عن الأحداث المالية (سليمان، 2000، 11) فلذلك تعد المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية (Social responsibility accounting) احدث مراحل التطور في المحاسبة نظرا للتطور الحديث الحاصل في حجم وقدرات الوحدات الاقتصادية وخاصة الشركات المساهمة، فالمؤسسات الاقتصادية المعاصرة لها تأثيرات مالية واقتصادية واجتماعية واسعة النطاق سواء من وجهة نظر الاقتصاد الوطني أم من حيث تعدد الإطراف المختلفة ذوي المصلحة في تتبع اقتصادات هذه الوحدات (جربوع، 2001، 28). ويرى (مطر) أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية احد فروع المحاسبة الحديثة تهدف إلى تحديد نتيجة إعمال والمركز المالي للوحدات الاقتصادية من منظور اجتماعي وان أهميتها تتصاعد بشكل مضطرد وذلك بفعل تصاعد الدورين الاجتماعي والسياسي لمنظمات الإعمال للمحافظة على البيئة التي تعمل فيها الوحدات الاقتصادية(مطر، 2007، 29)، وعرفت المفوضية الأوربية المسؤولية الاجتماعية بأنها" التطوع الذاتي للمنظمات في المساهمة في خلق بيئة ومجتمع أفضل" وكما عرفتها لجنة الاتحاد الأوربي (2004) بأنها" الالتزامات الاختيارية التي تتخذ من وراء المتطلبات التقليدية والتنظيمات الشائعة لتلك المنظمات التي يجب احترامها في كل الأحوال، فالشركات تسع لرفع معايير التطور الاجتماعي كحماية البيئة من التلوث، واحترام الحقوق المالية للمجتمع، والتوفيق بين أصحاب المصالح المختلفة في منهج شامل للجودة والاستدامة (Lemercier, 2006, P2)، وعرفت المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل مكتب العمل الدولي بأنها طريقة تنظر فيها منظمات الإعمال في تأثير عملياتها في المجتمع، وتؤكد مبادئها وقيمها في أساليبها وعملياتها الداخلية وفي التعامل مع القطاعات الأخرى (بودي، 2009، 457). ولأهمية ودور المسؤولية الاجتماعية في زيادة المنافع الكبيرة للشركات، وأكد العديد من الباحثين والكتاب على أهمية الاستثمار في مجالات المسؤولية الاجتماعية، فقد أكد (Margolis and Walsh, 2003, P.268) أن الابتكار والإبداع لا يكفيان لنجاح ترسيخ الصورة الذهنية للمنظمة، فلا بد من التأكيد على زيادة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية لتمتلك المنظمة سجلا تاريخيا في خدمة أفراد المجتمع والبيئة التي تعمل بها تلك المنظمة ومن ثم أدخلت المنظمات هذا البعد في استراتجياتها وخططها المستقبلية، وظهرت أهمية المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية وفوائدها لمنظمات الإعمال في الكثير من الدراسات العالمية ومنها دراسة (Husted&Allen,2006, P.838) أن المسؤولية الاجتماعية تمنح المنظمات قدرة اكبر على جلب الموظفين والإبقاء عليهم وتحسين العائد على الاستثمار نتيجة تحسين الصورة الذهنية للمنظمة لدى المستهلكين. إذ تقوم المنظمات بتحسين صورتها الذهنية وترسيخ مظهرها الجيد والايجابي لدى أفراد المجتمع من خلال قيامها بمسؤولياتها الاجتماعية من منطلق مبادرات طوعية لذلك

المجتمع وهذا بدوره يؤدي إلى بث روح التعاون وزيادة الترابط بينها وبين الإطراف المختلفة ذات المصالح مع منظمات الإعمال (ألغالبي والعامري، 2010، 56)، وكما أكد (البكري) على أهمية المكاسب التي تجنيها المنظمات من خلال تطبيقها للمسؤولية الاجتماعية بوصفها حججا مؤيدة لهذه الممارسات وان ثقة المجتمع لها تأثير ايجابي في القيمة السوقية للسهم والذي ينعكس بدوره على المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها تلك الشركات التي تعمل في الأسواق المالية (البكري، 2001، 89).

أن تعدد تعريفات المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية يدل على اختلاف وجهات النظر بين الباحثين في تحديد شكل هذه المسؤولية، فالمسؤولية الاجتماعية كما يرى الباحث هي واجب على منظمات الإعمال تجاه أفراد المجتمع والبيئة التي تمارس تلك المنظمات إعمالها فيها، عن طريق الأنشطة التطوعية والالتزام الأدبي والأخلاقي، وبعضها الأخر يراها عقدا اجتماعيا بين المنظمات والمجتمع، أو هي صورة من صور التكافل الاجتماعي عل منظمات الإعمال السعي لتحقيقها والمحافظة عليها من خلال قيامها بمسؤولياتها تجاه المجتمع التي تمارس إعمالها فيه والذي بدونه لا تستمر تلك المنظمات ولا تحقق أهدافها.

ثانيا: أهداف محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

يمكن التعبير عن أهم أهداف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في الأتي (الفضل وآخرون،2002، 164) (يحي وآخرون، 2002، 197)

1- قياس المساهمة الاجتماعية للشركة والتي تشمل عناصر التكاليف والمنافع الخاصة الداخلية والمنافع الخارجية والتي لها تأثير في مختلف قطاعات المجتمع.

2- المساعدة في تحديد ما أذا كانت إستراتيجية الشركة والأنشطة التي لها تأثير على الإفراد والموارد وجميع قطاعات المجتمع، تتماشى مع الأولويات الاجتماعية من ناحية والطموح المقبول للإفراد من ناحية ثانية.

3- توفير معلومات ملائمة وموثوقة عن أهداف وبرامج وسياسات وأداء ومساهمات الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية لجميع إطراف المجتمع بحيث تسهل لتلك الإطراف عملية اتخاذ القرارات فيما يتعلق بالاختيار الاجتماعي وتوزيع الموارد الاجتماعية.

4- توصيل المعلومات الاجتماعية ونتائج القياس المحاسبي إلى جميع الطوائف الاجتماعية المستفيدة من خلال قوائم اجتماعية تستحدث لهذا الغرض.

5- مساعدة إدارة الوحدة الاقتصادية في وضع البرامج الاجتماعية وتحديد مساهمتها الاجتماعية اللازمة في ضوء الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

6- مساعدة الأجهزة التخطيطية في تحديد أولوية البرامج والأنشطة الاجتماعية من خلال ما يوفره النظام من بيانات ومعلومات تؤشر نقاط القوة والضعف في مستوى المساهمات الاجتماعية .

ثالثا: الحاجة إلى محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

نظرا لاتساع دائرة أصحاب المصالح المختلفة في الشركات المعاصرة مثل أصحاب الملكية والمستهلكين والموردين والمستثمرين والعمال والنقابات العمالية والجهات الحكومية والمنظمات الدولية وجمعيات حماية المستهلك والمقرضين وجمعيات حماية البيئة وجمعيات حقوق الإنسان وغيرها، ومن ثم تأتي أهمية اتساع حجم ونوعية التقارير عن المعلومات المحاسبية لتشمل فضلا عن التقارير المالية التقليدية السنوية التقارير عن الأداء البيئي والاجتماعي لتلك الشركات ومدى التزامها بالتشريعات واللوائح القانونية والتي تحقق الرفاهية للمجتمع المحلي (حنان، 2003، 340).

وتتمثل مزايا نظام محاسبة المسؤولية الاجتماعية في التالي (مطر، 2008، 424).

1- يعمق هذا النظام الدور الاجتماعي للشركات على اختلاف أنواعها بتحفيزها لخدمة البيئة التي تعمل بها تلك الشركات ومشاركة الدولة أعباء التنمية الاجتماعية والاقتصادية .

2- يوفر تطبيق هذا النظام الفرصة لإدخال العامل البيئي في أنظمة الحسابات القومية عن طريق توفير معلومات على قدر كبير من الأهمية تستخدمها الجهات المختصة بوضع الخطط التنموية على المستوى القومي.

3- توفير الفرصة لتحسين الأسس المتبعة في قياس الناتج المحلي الإجمالي وكذلك معدلات النمو المحققة فيه بما يتماشى مع النظام الذي اقترحته الأمم المتحدة عام (1993).

إن التزام الشركات بمسؤوليتها الاجتماعية يعود عليها بالعديد من المزايا ومنها (المغربل وفؤاد، 2008، 5).

1- تحسين سمعة الشركة والتي تبنى على أساس الكفاءة في الأداء والنجاح في تقديم الخدمات والثقة المتبادلة بين الشركات وأصحاب المصالح المختلفة .

2- تسهيل الحصول على الائتمان المصرفي خاصة في ضوء استحداث بعض المؤشرات التي تؤثر في القرار الائتماني للبنوك.

3- استقطاب العناصر البشرية الجيدة حيث يمثل التزام الشركات بمسؤوليتها اتجاه المجتمع والبيئة التي تعمل بها عنصر جذب أمام العناصر المميزة.

4- بناء علاقة قوية مع الدولة مما يساعدها في حل جميع المشكلات أو الخلافات القانونية التي قد تتعرض لها الشركات أثناء مزاولة أعمالها الاقتصادية.

5- رفع قدرة الشركة على التعلم والابتكار وحسن أدارة المخاطر الاجتماعية التي تواجه الشركات.

رابعا: الإطراف المتأثرة بالمسؤولية الاجتماعية وطبيعة المسؤولية الاجتماعية اتجاههم.

يبين الجدول الأتي جميع الإطراف المتأثرة من وجود المؤسسات الاقتصادية في البيئة الحالية ومدى مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه تلك البيئة، وهي تختلف عن الإطراف المتأثرة في البيئة التقليدية التي كانت محصورة في عدد فليل من الفئات .

الجدول (1)

الإطراف المختلفة التي تتأثر بالمسؤولية الاجتماعية وطبيعة تلك التأثر

الإطراف المتأثرة	نوع التأثر بالمسؤولية الاجتماعية
المالكون للوحدة الاقتصادية	تحقيق اكبر قدر ممكن من الأرباح، تعظيم قيمة السهم، زيادة قيمة الوحدة الاقتصادية، رسم صورة جيدة للوحدة الاقتصادية في المجتمع .
العاملون في الوحدة الاقتصادية	مرتبات وأجور مجزية، فرص للترقية ، تدريب وتطوير مهاراتهم مستمرة، توفير حماية صحية، عدالة ومشاركة بالقرارات، خدمات وامتيازات أخرى.
الزبائن	منتجات بنوعية جيدة وأسعار مناسبة، منتجات أمينة عند الاستخدام، توفير الوسائل للحصول على المنتج أو الخدمة، الالتزام بمعالجة الأضرار أذا ما حدثت، أعادة تدوير بعض الأرباح لصالح فئات من الزبائن.
البيئة التي تعمل بها الوحدة الاقتصادية	ربط الأداء البيئي برسالة الوحدة الاقتصادية، الحد من المخاطر البيئية، أشراك ممثلي البيئة في مجلس الإدارة، مكافآت للعاملين المتميزين بالأنشطة البيئية، تقليل استهلاك الطاقة وسياسات واضحة بشان استخدام الموارد، ترشيد استخدام المياه،
المجتمع المحلي	دعم البنى التحتية، احترام العادات والتقاليد وعدم خرق القواعد العامة والسلوك، محاربة الفساد الإداري والرشوة، دعم مؤسسات المجتمع المدني، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم مؤسسات التعليم.
الحكومة	الالتزام بالتشريعات والقوانين، تسديد الالتزامات الضريبية والرسوم، تعزيز سمعة الدولة في التعامل الخارجي، احترام مبدأ تكافؤ الفرص بالعمل، احترام الحقوق المدنية للجميع بدون تميز، تعزيز جهود الدولة الصحية.
الموردون	استمرار التعامل العادل، أسعار عادلة ومقبولة للمواد المجهزة، تطوير استخدام المواد المجهزة، الصدق بالتعامل وتسديد الالتزامات، تدريب المجهزين على مختلف طرائق أو أساليب تطوير العمل.
المنافسون	منافسة عادلة ونزيهة وعدم الإضرار بمصالح الآخرين، عدم سحب العاملين من الآخرين بأساليب غير نزيهة.
الأقليات وذوو الاحتياجات الخاصة	المساواة في التوظيف والعدالة في الوصول إلى المناصب العليا، نشر روح التسامح نحو الأقليات، الاهتمام بتجهيزات للمعاقين، دعم الجمعيات التي تساعد المعوقين على الاندماج في المجتمع، احترام حقوق وخصوصية المرأة، فرص الترقية العادلة، نشر ثقافة التسامح، الاهتمام بكبار السن.
جماعات الضغط الأخرى	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك والنقابات، التعامل الصادق مع الصحافة ووسائل الإعلام، الصدق والشفافية بنشر المعلومات.

المصدر:(العامري، مهدي محسن والغالبي، طاهر محسن (2008) "الإدارة والإعمال" دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، ص 99).

خامسا: مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

1- حددت لجنة المحاسبة عن الأداء الاجتماعي من قبل الجمعية القومية للمحاسبين بأمريكا(N.A.A) أربعة مجالات للأداء الاجتماعي هي: (بزماوي، 2002، 67).(تفاعل المنظمات مع المجتمع، المساهمة في تنمية الموارد البشرية، المساهمة في تنمية الموارد الطبيعية والبيئية، الارتقاء بجودة السلع والخدمات).

2- كما حدد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) ستة مجالات للأداء الاجتماعي وهي: (البيئة، الموارد عير المتجددة، الموارد البشرية، الموردون، العملاء، المجتمع).

3- إما جمعية المحاسبة الأمريكية (AAA) فقد قامت بدراسة ميدانية على بعض الشركات التي تعد قوائم وتقارير اجتماعية وذلك من اجل التعرف على أسس القياس والإفصاح فقد تم اصدرا تقرير بخمس مجالات للأداء الاجتماعي وهي: (بزماوي، 2002، 68). (الرقابة على البيئة، توظيف الأقليات، العاملون، تحسين المنتج، خدمة المجتمع).

سادسا: مداخل و اتجاهات محاسبة المسؤولية الاجتماعية:

يمكن التمييز بين ثلاثة مداخل لمفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية وهي: (حنان، 2003، 254).

1- المدخل الأول. وهو مدخل أصحاب المشروع (Shareholder) وهو المدخل التقليدي للمسؤولية الاجتماعية ويجد جذوره في النظرية الاقتصادية التقليدية، معبرا عنه بفرضية أن للمنشاة هدفا وحيدا فقط هو هدف تعظيم الأرباح للملاك والمساهمين مع التقيد بمراعاة الالتزام بالقواعد الأخلاقية والإطار القانوني السائد في المجتمع.

2- المدخل الثاني. ويطلق عليه بمدخل أصحاب المصالح (Stakeholder) ويعترف هذا المدخل بأهمية الأهداف الاجتماعية عند السعي لتحقيق هدف تعظيم الأرباح.

3- المدخل الثالث. وهو المدخل الذي ينظر إلى المشروع على انه نظام اجتماعي فرعي داخل نظام اجتماعي اكبر وانه على أدارة المشروع أن تحافظ على التوازن بينهما تحقيقا لأغراض البقاء والنمو. فيما تضيف (حنان، 2003، 266) أن هناك ثلاثة اتجاهات رئيسة لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية وهي :

- **الأول**. تعد محاسبة المسؤولية الاجتماعية امتداد لمجال المحاسبة المالية من اجل تغطية الأداء الاجتماعي للمنشاة.
- **الثاني**. تعد محاسبة المسؤولية الاجتماعية نظرة جديدة للمحاسبة من حيث اخذها لوجهة نظر المجتمع وليس وجهة نظر الوحدة المحاسبية.
- **الثالث**. تعد محاسبة المسؤولية الاجتماعية نظرية فرعية إلى جانب نظريات أخرى في علم المحاسبة.

سابعا: المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية.

- **أهمية المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية.**

لقد كان للازمة المالية سنة 2008 الدور الكبير للفت انتباه القطاع المصرفي نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، فضلا عن زيادة الثقة والشفافية والمسؤولية، وتشمل المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في المصارف أصحاب المصلحة والمساهمين والمقترضين والمودعين والمديرين والموظفين والأنظمة القانونية والتشريعية واللوائح، وتعد هذه سمة رئيسة تميز القطاع المصرفي عن باقي القطاعات ألا وهي تعدد جوانب شمولية المسؤولية الاجتماعية في المصارف مما يؤدي إلى كثرة المعلومات وتعقدها، هذه من جهة، ومن جهة أخرى يستلزم تنظيما أكثر جدية من اجل استقرار القطاع المصرفي، حيث التركيز قائم في مجال الإقراض المصرفي على العمليات الاستثمارية وإدارة الأصول إلى جانب مكافحة الرشوة والفساد المالي وغسيل الأموال وهي من الأنشطة الأساسية للمسؤولية الاجتماعية في القطاع المصرفي.(Csaba, 2015, 98).

- **متطلبات نجاح المصارف التجارية في أداء مسؤولياتها الاجتماعية.**

يتطلب نجاح المصارف التجارية في تحمل مسؤولياتها الاجتماعية العديد من العوامل الرئيسة التي يجب أعدادها وتنظيمها قبل الشروع في تبني هذه المقاربة وأهمها:(الحكيم، 2014، 20).

1- ضرورة إيمان المصارف بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع، وان تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسؤول فيها حول أهمية هذا الدور الاجتماعي .

2- أن تقوم المصارف بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد أن تتبناه والقضية الرئيسة التي تهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها والمبادرة التي ستقدمها للمجتمع.

3- أن يصبح هذا النشاط جزءا رئيسا من أنشطة المصارف يتم متابعته من قبل البنك المركزي، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماما كما توضع مخططات العوائد وغيرها من الأنشطة التجارية.

4- الحرص على عدم الإعلان عن البرامج الاجتماعية ألا بعد انطلاقها، فكثير من البرامج الاجتماعية التي يعلن عنها لا يكتب لها الاستمرار لعدم قدرة المسؤولين على تنفيذها طبقا لما تم الإعلان عنه .

ثامنا: العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

هناك بعض العوامل والاعتبارات المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية والقوائم المالية هي كالأتي:

1- عوامل تتعلق بالوحدة الاقتصادية: أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تحمل الوحدة الاقتصادية تكاليف أضافية لذلك قد لا تلجا هذه الوحدات إلى تبني الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لأنه سيولد تكاليف أضافية ناجمة عن متطلبات التوسع في الإفصاح ويتأثر هذا العامل ب(حجم الوحدة

الاقتصادية، طبيعة الصناعة، أرباح الوحدة الاقتصادية، عمر الوحدة الاقتصادية، ملكية الوحدة الاقتصادية)(Tagesson and others, 2009: 354).

2- عوامل تتعلق بالمدقق الخارجي: قد يظهر المدقق الخارجي(مراقب الحسابات) معارضته لأي توسع في الإفصاح من شانه ألقاء مسؤوليات جديدة على عاتقه ولا سيما تلك المجالات التي تتطلب مراجعة عمليات وأنشطة غير تقليدية (الشيرازي، 1990، 120).

3- عوامل تتعلق بالضغط الإعلامي: يمكن أن يؤثر الضغط الإعلامي تأثيرا واضحا في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من خلال تسليط الضوء على بعض مخلفات الوحدات الاقتصادية غير المرغوبة، وبالتالي فان ذلك سيحفز المجتمع ويطالب من هذه الوحدات تخفيف آثارها السلبية وان تؤدي دورا اجتماعيا اكبر، لذلك فانه في كثير من الأحيان هناك علاقة ايجابية بين الضغط الإعلامي ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية (Taha, 2010: 57).

المحور الثالث

دراسة ميدانية لعينة من المصارف التجارية العراقية

أولا: مجتمع الدراسة: Study Society يتكون مجتمع الدراسة من جميع المصارف التجارية والمدرجة في سوق العراق للأوراق المالية من المديرين الماليين والمحاسبين ومديري التدقيق والإدارة العليا وبعض العاملين والزبائن المتعاملين مع تلك المصارف وبعض مراقبي الحسابات التابعين إلى مجلس المهنة، وقد تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة وهي (مصرف الاتحاد العراقي ومصرف المتحدة للاستثمار ومصرف الخليج التجاري ومصرف بغداد الأهلي ومصرف الائتمان العراقي) وقد تم توزيع (45) استمارة استبانة مصممة على وفق هيكلية معينة لتعكس نتائجها حيثيات موضوع الدراسة وقد تمت الاستفادة من (40) منها إذ تم تحليل نتائجها .

ثانيا: أسلوب جمع البيانات: Method of data collection اعتمد البحث في جانبه العملي باستخدام قائمة الاستبانة في جمع البيانات وهي أكثر الأساليب ملائمة في مثل هذا النوع من البحوث وقد اشتملت هذه الاستبانة على أسئلة تتعلق بأهم المؤشرات التي تتعلق بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ذات الصلة بموضوع البحث. وفيما يلي ملخص بعدد الاستبانات الموزعة والمستردة والخاضعة للتحليل.

الجدول (2)

العينة المستهدفة ودرجة الاستجابة الفعلية

البيان	العدد	النسبة
الاستبانة الموزعة	45	%100
الاستبانة المسترجعة	5	%11
الاستبانة الخاضعة للتحليل	40	%89

الجدول (3)

معلومات عامة عن أفراد عينة الدراسة

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
1	العمر	30 سنة فاقل	10	%25
		من 31 – 36 سنة	12	%30
		من 37 – 42 سنة	11	%27
		من 43 – فأكثر	7	%18
2	المؤهل العلمي	دبلوم	8	%20
		بكالوريوس	12	%30
		ماجستير	7	%17
		دكتوراه	8	%20
		أخرى	5	%13
3	عدد سنوات الخبرة	من 6 – 10 سنوات	7	%18
		من 11 – 15 سنوات	8	%20
		من 16 – 20 سنوات	13	%32
		من 21 سنة فأكثر	12	%30
4	التخصص	أدارة إعمال	5	%13
		علوم مصرفية	12	%30
		محاسبة	10	%25
		محاسبة قانونية	7	%18
		حاسبات	6	%14

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

ثالثا: الأساليب الإحصائية: Statistical Methods لقد تم الاعتماد على العديد من الأساليب والمقاييس الإحصائية لتحليل بيانات الدراسة الميدانية وحسب البرنامج (SPSS) والتي من أهمها: (توما وآخرون، 2014، 74).

1- الوسط الحسابي: Arithmetic mean وهو احد مقاييس النزعة المركزية بحيث يكون اتجاهه ايجابيا أذا تعدى الوسط الحسابي نقطة المنتصف.

2- الانحراف المعياري: standard deviation وهو احد مقاييس التشتت والذي يؤكد صحة تمركز قيم الوسط الحسابي ومدى تشتتها عن الوسط.

3- معامل الاختلاف: Coefficient of variation يعد من المعاملات المهمة لأنه يعتمد على أفضل مقاييس النزعة المركزية وأفضل مقاييس التشتت (الانحراف المعياري/الوسط الحسابي)*100%، فإذا كان المعامل اقل من (50%) فهذا يعني اتفاق الإجابات، إما أذا كان المعامل اكبر من (50%) فيدل على عدم اتفاق الإجابات.

4- النسب المئوية: Percentages تم الاعتماد على النسب المئوية لتحليل ووصف الصفات المتعلقة بالجوانب الشخصية لأفراد عينة الدراسة.

ويتضح من الجدول (2) أن نسبة الاستجابة من أفراد العينة والتي اقل من عمر 30 عاما يمثلون (25%) تليها الفئة العمرية (31-36) عام والتي مثلت 30% وهكذا بالنسبة لبقية الفئات العمرية كما هو واضح في الجدول ألمذكور آنفا من حيث المؤهل العلمي والخبرة والتخصص بنسب متفاوتة وكانت أعلى نسبة في شريحة العمر هي الأكثر من (43) عاما، أما بالنسبة للمؤهل العلمي فجاءت نسبة حاملي شهادة البكالوريوس الأعلى إذ حصلت على نسبة (30%) فيما جاءت نسبة الخبرة في العمل (16-20) عام الأعلى من النسب وحصلت نسبة التخصص(30%)للعلوم المصرفية و(25%) للمحاسبة القانونية.

ولغرض قياس آراء أفراد العينة والتعرف على مدى استخدام المصارف التجارية على المسؤولية الاجتماعية والقياس والإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة والمدرجة في سوق العراق للأوراق المالية فقد تم تضمينها في أداة القياس (الاستبانة) ضمن (14) فقرة تم تلخيص الإجابات التي تم الحصول عليها ونتائج تحليلها إحصائيا وقد اعتمد الباحث على مقياس ليكرت (Likert) كما في الجدول (4) المدرج من (1-5) حيث أن (5) تشير إلى موافق بشدة و (1) يشير إلى أعارض بشدة، كما تم تصنيفها إلى ثلاث فئات حسب الأوساط الحسابية بحيث عد كل عامل حصل على متوسط حسابي يزيد عن (3,5) ذا أهمية عالية، والذي ينحصر ما بين (2,5) و (3,5) متوسط الأهمية، والعامل الذي يقل عن (2,5) ضعيف الأهمية.

الجدول (4)

فئات الإجابات والدرجة المقابلة لها

الفئات	درجة القياس	الجزء الأول	الجزء الثاني
من 81% - 100%	5	موافق بشدة	مرتفعة جدا
من 61% - 80%	4	موافق	مرتفعة
من 41% - 60%	3	محايد	متوسط
من 21% - 40%	2	غير موافق	منخفضة
من0% - 20%	1	غير موافق بشدة	معدومة

وفيما يأتي النتائج المتعلقة بمحور فرضية البحث إذ تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف والأهمية لمحور الفرضية **(هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والقياس والإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة والمدرجة في سوق العراق للأوراق المالية).**

الجدول (5)

تحليل أراء أفراد العينة حول مدى حرص المصارف التجارية على استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية

ت	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية النسبية
1	المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية مفهوم واضح ولا يحتاج إلى تحديد.	4,45	0,721	16,202	6	مرتفعة
2	يوجد نظام سليم لأنشطة المسؤولية الاجتماعية تمكن من الإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية في القوائم المالية.	4,08	0,829	20,318	10	مرتفعة
3	تعمل محاسبة الأداء الاجتماعي على تقويم وكفاءة البرامج الخاصة بالأنشطة الاجتماعية في القوائم المالية.	4,25	0,695	16,352	7	مرتفعة
4	المصارف التجارية سوف تفصح عن مسؤوليتها الاجتماعية اختيارا لان ذلك يخدمها على الأقل من الناحية الإعلانية .	4,38	0,580	13,242	2	مرتفعة جدا
5	تسهم المصارف التجارية بالتقليل من مشكلة البطالة في البيئة التي تعمل بها.	4,19	0,781	18,639	8	مرتفعة
6	ترتبط المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ارتباطا وثيقا بالافصاح المحاسبي الملائم للأنشطة الاجتماعية.	3,92	0,867	22,117	12	مرتفعة
7	تسهم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في تحديد تقارير وقوائم مالية ملائمة للإفصاح المحاسبي.	4,40	0,661	15,022	4	مرتفعة جدا
8	الإفصاح المحاسبي عن نشاط المصرف الاجتماعي مطلوب لأنه يؤدي إلى تحسين صورة المصرف أمام جمهور المتعاملين.	3,78	0,709	18,756	9	مرتفعة
9	محاسبة المسؤولية الاجتماعية تتطلب الإفصاح عن التكاليف والعوائد الاجتماعية الناتجة من المصرف.	3,86	0,901	23,341	13	مرتفعة
10	الإفصاح عن البيانات المتعلقة بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن يكون ضمن الكشوفات الملحقة بالقوائم المالية المنشورة من قبل المصرف.	4,18	0,657	15,717	5	مرتفعة جدا
11	الإفصاح المحاسبي عن بيانات المسؤولية الاجتماعية للمصارف ضروري لإجراء المقارنات الموضوعية بين أداءها ضمن نفس القطاع.	4,47	0,651	14,563	3	مرتفعة جدا
12	تؤدي كفاية المعلومات الواردة عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة سنويا والتقارير الدورية في تلبية احتياجات مستخدمي هذه التقارير.	4,90	0,450	9,183	1	مرتفعة جدا
13	تتجنب المصارف التجارية الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية التي من الممكن أن تسبب انخفاض الإيرادات والتدفقات النقدية المستقبلية.	3,67	1,093	29,782	14	مرتفعة
14	وجود كفاية للموارد المالية التي تمكن المصارف التجارية من تدريب موظفيها لتطبيق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	4,13	0,874	21,162	11	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول (5) أن أعلى متوسط حسابي هو(4,90) جاء للفقرة (12) وانحراف معياري بلغ (0,450) ومعامل اختلاف (9,183%) والتي تنص على كفاية المعلومات الواردة عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة سنويا والتقارير الدورية في تلبية احتياجات المستخدمين في اتخاذ قراراتهم الرشيدة وبنسبة تأيد تصل إلى (98%) مما يدل على أن درجة الموافقة للفقرة مرتفعة جدا، نسبة التأيد تم الحصول عليها من خلال قسمة المتوسط الحسابي على قيمة المتغير ويساوي خمسة.

الجدول (6)

الإحصاءات الوصفية حول مدى حرص المصارف التجارية على استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والقياس والإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية

ت	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	نسبة التأيد
1	المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية مفهوم واضح ولا يحتاج إلى تحديد.	4,45	0,721	16,202	89%
2	يوجد نظام سليم لأنشطة المسؤولية الاجتماعية تمكن من قياس الأنشطة الاجتماعية في القوائم المالية.	4,08	0,829	20,318	81%
3	تعمل محاسبة الأداء الاجتماعي على تقويم وكفاءة البرامج الخاصة بالأنشطة الاجتماعية في القوائم المالية.	4,25	0,695	16,352	85%
4	المصارف التجارية سوف تفصح عن مسؤوليتها الاجتماعية اختيارا لان ذلك يخدمها على الأقل من الناحية الإعلانية .	4,38	0,580	13,242	87%
5	تساهم المصارف التجارية بالتقليل من مشكلة البطالة في البيئة التي تعمل بها.	4,19	0,781	18,639	84%
6	ترتبط المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ارتباطا وثيقا بالقياس المحاسبي الملائم للأنشطة الاجتماعية.	3,92	0,867	22,117	78%
7	تسهم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في تحديد تقارير وقوائم مالية ملائمة للإفصاح المحاسبي.	4,40	0,661	15,022	88%
8	الإفصاح المحاسبي عن نشاط المصرف الاجتماعي مطلوب لأنه يؤدي إلى تحسين صورة المصرف أمام الجمهور.	3,78	0,709	18,756	75%
9	محاسبة المسؤولية الاجتماعية تتطلب الإفصاح عن التكاليف والعوائد الاجتماعية الناتجة من المصرف.	3,86	0,901	23,341	77%
10	الإفصاح عن البيانات المتعلقة بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن يكون ضمن الكشوفات الملحقة بالقوائم المالية المنشورة من قبل المصرف.	4,18	0,657	15,717	83%
11	الإفصاح المحاسبي عن بيانات المسؤولية الاجتماعية للمصارف ضروري لإجراء المقارنات الموضوعية بين أدائها ضمن القطاع نفسه .	4,47	0,651	14,563	89%
12	تؤدي كفاية المعلومات الواردة عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة سنويا والتقارير الدورية في تلبية احتياجات مستخدمي هذه التقارير.	4,90	0,450	9,183	98%
13	تتجنب المصارف التجارية الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية التي من الممكن أن تسبب انخفاض الإيرادات والتدفقات النقدية المستقبلية.	3,67	1,093	29,782	73%
14	وجود كفاية للموارد المالية التي تمكن المصارف من تدريب موظفيها لتطبيق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	4,13	0,874	21,162	82%
	المجموع	4,19	0,747	0,235	84%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

ومن خلال الجدول الإحصائي ألمذكور أنفا نلاحظ أن أعلى نسبة تأييد جاءت بها الفقرة (12) بنسبة (98%) وتليها الفقرة(1) والفقرة (11) والتي نصت على المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم واضح ولا يحتاج إلى تحديد وضرورة الإفصاح عنه في القوائم المالية وكانت نسبة التأييد على التوالي (89%) لكلتا الفقرتين. ومن ثم فان اختبار الفرضية قد تحقق إذ كانت نسبة المؤيدين لها (84%) وبمتوسط حسابي (4,19)، ومعامل اختلاف (23,50%) لجميع الفقرات.

الجدول (7)

يوضح نتيجة اختبار الفرضية

ت	البيان	المتوسط الحسابي	القيمة المحسوبة	القيمة الجدولية	النتيجة
1	المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية مفهوم واضح ولا يحتاج إلى تحديد.	4,45	14,420	1,541	قبول
2	يوجد نظام سليم لأنشطة المسؤولية الاجتماعية تمكن من قياس الأنشطة الاجتماعية في القوائم المالية.	4,08	13,408	1,541	قبول
3	تعمل محاسبة الأداء الاجتماعي على تقويم وكفاءة البرامج الخاصة بالأنشطة الاجتماعية في القوائم المالية.	4,25	14,234	1,541	قبول
4	المصارف التجارية سوف تفصح عن مسؤوليتها الاجتماعية اختيارا لان ذلك يخدمها على الأقل من الناحية الإعلانية .	4,38	14,564	1,541	قبول
5	تساهم المصارف التجارية بالتقليل من مشكلة البطالة في البيئة التي تعمل بها.	4,19	14,124	1,541	قبول
6	ترتبط المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ارتباطا وثيقا بالقياس المحاسبي الملائم للأنشطة الاجتماعية.	3,92	13,896	1,541	قبول
7	تسهم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في تحديد تقارير وقوائم مالية ملائمة للإفصاح المحاسبي.	4,40	14,354	1,541	قبول
8	الإفصاح المحاسبي عن نشاط المصرف الاجتماعي مطلوب لأنه يؤدي إلى تحسين صورة المصرف أمام جمهور المتعاملين.	3,78	13,658	1,541	قبول
9	محاسبة المسؤولية الاجتماعية تتطلب الإفصاح عن التكاليف والعوائد الاجتماعية الناتجة من المصرف.	3,86	13,745	1,541	قبول
10	الإفصاح عن البيانات المتعلقة بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن يكون ضمن الكشوفات الملحقة بالقوائم المالية المنشورة من قبل المصرف.	4,18	14,125	1,541	قبول
11	الإفصاح المحاسبي عن بيانات المسؤولية الاجتماعية للمصارف ضروري لإجراء المقارنات الموضوعية بين أداءها ضمن القطاع نفسه .	4,47	14,532	1,541	قبول
12	تؤدي كفاية المعلومات الواردة عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة سنويا والتقارير الدورية في تلبية احتياجات مستخدمي هذه التقارير.	4,90	15,865	1,541	قبول
13	تتجنب المصارف التجارية الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية التي من الممكن أن تسبب انخفاض الإيرادات والتدفقات النقدية المستقبلية.	3,67	12,882	1,541	قبول
14	وجود كفاية للموارد المالية التي تمكن المصارف التجارية من تدريب موظفيها لتطبيق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	4,13	13,875	1,541	قبول
	المجموع	4,19	14,071	1,541	قبول

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

ومن خلال اختبار الفرضية حسب نظام (SPSS) (T.test) لقياس الانحرافات والمتوسط الحسابي يرى الباحث أن هناك علاقة بين المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عن الأنشطة التجارية ولها تأثير قوي في تحسين نوعية الخدمات المصرفية حيث أن القيمة المحسوبة (14,071) اكبر من القيمة الجدولية (1,541) تحت (T,SiG)(0,000) وبما أن القاعدة العامة لقبول الفرضية، أذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية تتحقق صحة الفرضية التي مفادها (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والقياس والإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية في المصارف التجارية العاملة والمدرجة في سوق العراق للأوراق المالية). وهذا يعني يتم تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية.

T المحسوبة	T الجدولية	T SiG	HO نتيجة الفرضية
14,071	1,541	0,000	قبول

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

المحور الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات

من خلال دراسة مختلف العناصر الواردة في البحث سواء في الجانب النظري أو الجانب العملي تم التوصل إلى الاستنتاجات التالية:

1- أن المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية بتماس مع جميع نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية وهو ما يضمن تنمية اقتصادية للمجتمع متوازنة.

2- توجد فروقات معنوية بين وجهات النظر المختلفة ذات العلاقة بشان ضرورة الإلزام القانوني من الدولة للمصارف للإفصاح عن البيانات المتعلقة بالمحاسبة على المسؤولية الاجتماعية .

3- أن الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن يتم في قوائم مالية ملحقة تعرض الأداء الاجتماعي إلى جانب الأداء الاقتصادي إما بالنسبة للعناصر التي لا يمكن الوصول إلى قياسها كميا فيمكن عرضها في كشوفات ملحقة بالقوائم الرئيسية أو على شكل ملاحظات أو إيضاحات مكملة للقوائم.

4- المصارف التجارية لها دور بارز في مجال المسؤولية الاجتماعية آذ استطاعت أن تقدم يد العون للمجتمع والبيئة التي تمارس نشاطها من خلالها ومن ثم أصبحت تلك المصارف الأكثر حساسية لبيئتها وقد استطاعت فعلا أن تحقق ربحية أكثر في الأجل الطويل.

5- بالرغم من وجود مؤشرات على اهتمام المؤسسات المالية بالمسؤولية الاجتماعية من خلال اختبار الفرضية ألا أن المقادير التي تسهم بها تلك المؤسسات في تقديم الخدمات الاجتماعية لا زالت قليلة.

6- يرغب مستخدمو القوائم المالية في أن تتبنى المؤسسات المالية بالافصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمع وبالتالي فان ذلك أصبح مطلب جميع مستخدمي القوائم المالية باختلاف توجهاتهم.

7- وجود بعض الاهتمام من العملاء اجتماعيا، والية المسؤولية الاجتماعية غير ظاهرة داخل المصارف التجارية وان من بين العوامل المهمة في نجاح المصارف التجارية أن تكون مرتبطة ارتباطا وثيقا ببيئته الاجتماعية .

ثانياً: التوصيات

تأسيسا على ما تم التوصل أليه من النتائج السابقة للبحث، بالإمكان عرض جملة من التوصيات يمكن تلخيصها كالأتي:

1- على المصارف الأهلية تطبيق المعايير المتعلقة بالتنمية المستدامة والتي يجب على المؤسسات المالية تطبيق المحاسبة على المسؤولية الاجتماعية وتضمينها ضمن قوائمها المالية المنشورة أو في كشوفات ملحقة بتلك القوائم.

2- ضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية من قبل المصارف التجارية من خلال القوانين والتشريعات المحلية التي تصدرها الدولة.

3- أن الوحدات المالية وحدة واحدة لا تتجزأ وأهدافها الاقتصادية والاجتماعية تعد متكاملة ولذلك يجب أن تكون التقارير المالية عن أداء تلك الوحدات عن الأداء الكلي له بحيث يتضمن كل من المعلومات الاقتصادية والاجتماعية ونتائج تفاعل كل من نوعي النشاط الاقتصادي والاجتماعي .

4- على المؤسسات المالية أن تهتم بالا فصاح عن المسؤولية الاجتماعية لأنه يؤثر في قرارات مستخدمي القوائم المالية وبالتالي تركيزهم ينصب حول هذه المؤسسات.

5- بما أن الإفصاح المحاسبي يؤثر في قرارات مستخدمي القوائم المالية فان ذلك قد يعود على تلك المؤسسات بمنافع تفوق ما تقوم بأنفاقه .

6- نشر الوعي بين المجتمع بأهمية المسؤولية الاجتماعية وتطورها، وتنشيط دور المؤسسات المالية والمصارف التي تعمل على حماية البيئة وغيرها.

7- أعادة بناء الثقة في المصارف التجارية والمؤسسات المالية وعودتها من خلال تحسين أدائها المالي وأدائها الاجتماعي من خلال الاستفادة من تجارب المصارف الأخرى في مجال المسؤولية الاجتماعية والبيئة وضرورة وجود إدارات خاصة بالمسؤولية الاجتماعية داخل المصارف التجارية.

المصادر

اولاً: المصادر العربية

1- البكري، ثامر (2001) " **التسويق والمسؤولية الاجتماعية"** الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

2- الغالبي، طاهر والعامري، صالح (2010) " **المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإعمال**" الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، عمان الأردن.

3- الفضل، مؤيد وآخرون (2002) " **المشاكل المحاسبية المعاصرة** " دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن.

4- الشيرازي، عباس (1990) " **المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية** " النظرية المحاسبية، الطبعة الأولى، ذات السلاسل، الكويت.

5- الغالبي، طاهر والعامري، صالح (2008) " **تباين الأهداف المتوخاة من تبني المسؤولية الاجتماعية**" مداخلة لقسم أدارة الإعمال، جامعة الزيتونة وجامعة البتراء، عمان، الأردن.

6- المغربل، نهال وفؤاد، ياسمين (2008) "**المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر**: بعض التجارب الدولية" ورقة عمل رقم (138) المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، مصر، نسخة الكترونية.

7- **الحكيم، منير سليم (2014)" المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المتعاملين مع المصارف الإسلامية الأردنية"** محلة البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 71 العدد 214، عمان، الأردن.

8- بزماوي، محمد حسام (2002) " **القياس والإفصاح للأداء الاجتماعي في المنشات الصناعية**" رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة حلب، الجمهورية العربية السورية.

9- بودي، عبد القادر (2009) " **المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخاصة في تحقيق التنمية المستدامة**" مجلة الاقتصاد والإدارة، مجلد الأول، العدد الأول، كلية العلوم الاقتصادية، تلمسان، الجزائر.

10- توما، عماد والقزاز، ولاء وحمودي، وفاء (2014) " **علم الإحصاء**" وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، هيئة التعليم التقني، المعهد التقني في الموصل، العراق.

11- جربوع، يوسف محمود (2001) " **المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية**" نظرية المحاسبة، الناشر دار الوراق للطباعة والنشر، عمان، الأردن.

12- حنان، رضوان (2003)" **بدائل القياس المحاسبي المعاصر**" دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

13- خلف، خالد (2012)" **اثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية**" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 13 بغداد العراق.

14- سلمان، معاذ طارق (2000) " **ملامح التدقيق البيئي في العراق** " رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.

15- صالح، حامد احمد (2009)" **معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة الفلسطينية**" رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، فلسطين.

16- يحيى، زياد وآخرون (2002) " **أهمية المعلومات المحاسبية عن المسؤولية الاجتماعية في عملية التحليل المالي**" مجلة تنمية الرافدين، المجلد 24 العدد 67 .

17- مطر، محمد (2008) "**التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية في مجالات القياس والعرض والإفصاح**" الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

18- مطر، محمد (2007) " **مبادئ المحاسبة المالية** " دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

ثانياً : المصادر الأجنبية

1- K.MCELhaney, (2009)" A strategic Approach to Corporate Social Responsibility Leader to Leader Journal, Vol. P: 36.

2- Csaba lentner, Knisztin szegedi and Tibor Tatay: (2015) Corporate Social Responsibility in the banking Sector, STUDIES, public finance Quarterly.

3- Husted, 13, Allen, D, (2006)) Corporate Social Responsibility in the multinational Enterprise, strategic and Institutional Approaches, Journal of international business studies, Vol. 36,No.6,P:838.

4- Lemercier, La, (2006) Responsibility Socialites Enterprises, Association member De 1 union social poun 1. Habitat.

5- Margolis, J; Walsh, J.(2003) misery loves companies: rethinking social initiatives by business, Administrative Science Quarterly, Vol,48, No.2, P:268.

6- Tagesson , Torbjorn , And Other , What Explains The Extent And Content Of Social And Environmental Disclosures On Corporate Websites: A Study Of Environmental Reporting In Swedish Listed Corporations , Corporate Social Responsibility And Environmental Management , March M 2009.