

## الفصل الرابع

### منهجية وفرضيات الدراسة

#### ٤،١ التمهيد

يهدف هذا الفصل إلى التعريف بمجتمع الدراسة وفرضيات الدراسة وكيفية اختيار العينة وأداة جمع البيانات والإجراءات والأساليب العلمية المتبعة في عملية جمع البيانات والبرامج الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات المجمعة للإجابة على أسئلة الدراسة الممثلة للمشكلة البحثية.

#### ٤،٢ المقدمة

مع ازدياد حجم الشركات وازدياد تأثيرها وتوسع نطاق أصحاب المصالح ليضاف إليهم الموظفون والحكومة والبيئة والمجتمع، وبذلك أضافت المحاسبة إلى جملة أهدافها بعداً جديداً وهو البعد الاجتماعي. (Omar et al., ٢٠١٤) جزاء الآثار الاجتماعية، والبيئية التي تلحق بالمجتمع نتيجة أداء تلك الشركات (Hill et al., ١٩٩٨). وأصبح المحاسب معني بتحديد مدى التزام الشركة بمسؤولياتها الاجتماعية، فضلاً عن الإفصاح عن التكاليف والمنافع الاجتماعية التي تتكبدها أو تقدمها الشركة وتحديد صافي المساهمة الاجتماعية لها. وهذا يمثل تحدياً للمحاسبين، باتساع مجال عملهم ومساهماتهم وضرورة التحول من النظرة للداخل (المحاسبة التقليدية) إلى النظرة للخارج، وفهم وإدراك للدور الذي يمكن أن يلعبوه لتحقيق استدامة الشركة، الأمر الذي انعكس على مسؤوليات الإدارة في صورة تحمّلها لنوعين من المسؤولية، الأولى تتمثل في تحقيق الرفاه الاقتصادي لملاك المشروع، أما الثانية فتتمثل في تحقيق الرفاه الاجتماعي (سمير, ١٩٩٠).

وحظي موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات باهتمام كثير من الدراسات في العالم، فالدراسات التي أجريت حول تأثير مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة وعلاقته بمعدل أدائها المالي وجدت أن هناك علاقة إيجابية بينهما، فكلما ارتفع مستوى إفصاح الشركة عن مسؤولية الاجتماعية كلما ارتفع معدل أدائها المالي (Cochran & Wood, ١٩٨٤)، (R. W. Roberts, ١٩٩٢)، (Yusoff, ٢٠١٣)، (Mohamad, & Darus, ٢٠١٤)، (Waworuntu, Wantah, & Rusmanto, ٢٠١٤). وعلاوة على ذلك، فإن الشركات التي لديها مستوى منخفض من الإفصاح قد تجد صعوبة في الحصول على رأس المال لتمويل عملياتها أو أنها قد تتكبد تكلفة مرتفعة للحصول عليه (Elliott & Jacobson, ١٩٩٤). ونتيجة لذلك، زاد الاهتمام الأكاديمي حول الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للشركات إلى حد كبير (Salama, ٢٠٠٩). ولا يزال هناك جدل حول ما يدفع الشركات نحو الإفصاح عن مسؤولياتها الاجتماعية، فالبعض يرى أنها عوامل ترتبط بخصائص الشركات، وعوامل ترتبط بالبيئة المحيطة، وعوامل ترتبط بثقافة الشركة (Klumpes et al., ٢٠١١). ونظراً لأنّ معظم الدراسات التي أجريت حول المسؤولية الاجتماعية للشركات كانت ولا زالت في سياق الدول المتقدمة مثل أوروبا الغربية، الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا (Belal, ٢٠٠١)، (El Ghouli et al., ٢٠١١). وعلى الرغم من تزايد الاهتمام والتركيز على هذا النوع من الإفصاح، لا تزال هناك العديد من الشركات لا تلتزم بهذا المطلب (Solomon & Lewis, ٢٠٠٢). وهذه الدراسة تعدّ محاولةً لتحديد السبب، كما أنها محاولة لإثراء الأدب المحاسبي من خلال تقديم المساهمة العلمية لسد الفجوة القائمة بين الدول المتقدمة والنامية حول موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والتوصل إلى العوامل الحقيقية وراء انخفاض مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في ليبيا. وفي هذا الفصل سيتم مناقشة المنهجية التي تم إتباعها في هذه الدراسة، وسيعرّف فيها مجتمع الدراسة وكيفية اختيار العينة وبيّز الإجراءات وطريقة جمع البيانات المستخدمة

والأسلوب الإحصائي الذي استخدم لتحليل البيانات المجمع معرفة العلاقة بين العوامل المستقلة المقترحة ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وإظهار النتائج ومن تم الخلاصة. والرسم البياني ٤،١ يوضح أهم المراحل التي تقوم عليها الدراسة.

### ٤،٣ أهداف الدراسة

تأتي هذه الدراسة لتقدم المساهمة العلمية في كشف جوانب النقص حول موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في ليبيا من خلال التوصل إلى الأسباب الحقيقية وراء انخفاض مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات الليبية وفيما يلي أهداف هذه الدراسة:

- ١- تحديد ما إذا كانت الشركات العاملة في ليبيا تفصح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في تقاريرها السنوية.
- ٢- قياس مدى تأثير العوامل المعرفية المتعلقة بمديري الشركات على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا.
- ٣- قياس مدى تأثير العوامل الخارجية على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا.

### ٤،٤ أسئلة الدراسة

مشكلة البحث تتمثل في الإجابة على الأسئلة التالية:

• السؤال الأول: هل تقوم الشركات العاملة في ليبيا بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في تقاريرها السنوية؟

• السؤال الثاني: هل العوامل المعرفية مؤثرة في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا؟

وللإجابة على السؤال، تم اقتراح الأسئلة الفرعية التالية:

١- هل مستوى إدراك مديرو الشركات لمفهوم وأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات

له تأثير على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا؟

٢- هل مستوى وعي مديرو الشركات بالتعاليم الدينية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح له

تأثير على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا؟

٣- هل ثقافة الشركة لها تأثير على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة

في ليبيا؟

• السؤال الثالث: هل تؤثر العوامل الخارجية على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا؟

وللإجابة على هذا السؤال تم صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

١- هل القوانين والتشريعات المنظمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات لها تأثير على مستوى

الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا؟

٢- هل ضغط وسائل الإعلام له تأثير على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات

العاملة في ليبيا؟

٣- هل مطالبات منظمات المجتمع المدني لها تأثير على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية

للشركات العاملة في ليبيا؟

#### ٤،٥ فرضيات الدراسة

يمكن أن يكون لاختلاف الثقافات بين البلدان و السياقات الاجتماعية والسياسية هي العامل الرئيس المؤثر على تقارير الممارسات الاجتماعية للشركات (Adams, Hill, & Roberts, ١٩٩٨) وهذه الدراسة لا تتعد كثيراً عن هذا الافتراض وفيما يلي فرضيات الدراسة التي أعدت للوصول إلى أهداف هذه الدراسة  
الفرضية الرئيسة الأولى:

وفقاً لنظرية أصحاب المصلحة إن احتياجات المساهمين لا يمكن أن تتحقق دون تلبية احتياجات أصحاب المصلحة الآخرين (Foster & Jonker, ٢٠٠٥) فتحقيق أقصى قدر من الأرباح، وخلق قيمة للمساهمين لم تعد الأهداف الوحيدة للإدارة، بل يجب الحصول عليها من خلال التعايش مع شبكة من القيم لأصحاب المصلحة الآخرين (Longo, Mura, & Bonoli, ٢٠٠٥)، من بينها المطالب والاحتياجات المتعلقة بالتنمية الاجتماعية وسلوك استدامة البيئة. بناءً على ما يراه (Freeman, ٢٠٠١) فإن أصحاب المصلحة هم "الشخص أو الجماعة التي يمكن أن تؤثر أو تتأثر بتحقيق أهداف المنظمة. وفقاً لهذا النموذج، فإن أصحاب المصلحة تشمل العملاء والموردين والموظفين والمجتمعات المحلية، وعمامة الجمهور، إلى جانب المديرين والمساهمين والدائنين. ويعتبر المديرون القلقون حقاً لمصالح جميع أصحاب المصلحة هم أولئك الذين يخلقون نتائج متفوقة لمساهمتهم على المدى الطويل و العامل الرئيس المميز بين الشركات الحكيمة هو القيم الأساسية كالابتكار، وتحسين مستويات المعيشة للآخرين، وإثراء المجتمع، وإسعاد الناس (Collins & Porras, )

(١٩٩٧).

فوفقاً لنظرية أصحاب المصلحة، على مديري الشركات أن يكونوا على دراية ووعي تام باحتياجات أصحاب المصلحة من المعلومات المتنوعة والمتغيرة بشكل مستمر وبأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لكي تستجيب الشركة لجميع أصحاب المصلحة على حد سواء. من هذا المنطلق يعتقد أن العوامل المعرفية (الخصائص الشخصية للمديرين) قد يكون لها دور في تفسير سبب انخفاض مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إذ إنّ الانخفاض قد يكون سببه عوامل تتعلق بمديري هذه الشركات الأمر الذي جعلها لا تولي اهتماماً بتقديم المعلومات لأصحاب المصلحة. ولذلك، تم صياغة الفرضية الرئيسة التالية:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بالعوامل المعرفية المتعلقة بمديري تلك الشركات.

ولاختبار هذه الفرضية تم صياغة الفرضيات الفرعية التالية:  
الفرضية الفرعية الأولى:

في الوقت الحاضر، يتضح أن الوعي والإدراك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل مديري الشركات يتطلب المزيد من المسؤوليات من قبل الشركات، ليس فقط في مجال الأعمال ولكن أيضاً في مجال البيئة والمجتمع (A. Douglas, Doris, & Johnson, ٢٠٠٤). فقد ثبت أن لها آثاراً إيجابية على تنفيذ معايير ISO "١٤٠٠١" للجودة (Wang, Cheng, Keung, & Reisner, ٢٠١٥). لذلك يرى الكثيرون أن أهم معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات هو عدم وضوح مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى كثير من الشركات (العنزي, ٢٠٠٩). وعدم الوعي بقضايا المسؤولية الاجتماعية (Perry & Tse Sheng, ١٩٩٩). إذ توجد فجوة قائمة بين ما يتم الترويج له حول المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدراك وفهم

المسؤولية الاجتماعية للشركات (Dobers و ٢٠١٠ Delyse). فالفهم الخاطئ للشركات حول الآثار البيئية،

والفهم الخاطئ لفوائد الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (Yusri & Amran, ٢٠١٢؛ Thompson & Zakaria, ٢٠٠٤). كل ذلك أدى إلى هذا المستوى المنخفض للإفصاح عن

المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية (Ali & Rizwan, ٢٠١٣).

وفقاً لنظرية أصحاب المصلحة فإن إدارة الشركة ستبحث عن رغبات واحتياجات أصحاب المصلحة

المتغيرة باستمرار والاستجابة لها، وهكذا يعتبر الإفصاح الاجتماعي كجزء من الحوار بين الشركة وأصحاب

المصلحة (R. Gray et al., ١٩٩٥a). وللحفاظ على شرعيتها (Othman, Darus & Arshad, ٢٠١١).

لذلك يعتقد أن إدراك ووعي مديري الشركات العاملة في ليبيا باحتياجات أصحاب المصلحة المتنوعين

سيساهم في ارتفاع مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. وفقاً لهذه الرؤية تم صياغة الفرضية

الفرعية الأولى:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بمستوى إدراك مديري

الشركات لمفهوم وأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

الفرضية الفرعية الثانية:

ليس من الغريب أن يكون للتحديات المعاصرة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والعدالة الاجتماعية علاقة

بمدى ارتباط المنظمات بالقواعد الدينية المتعلقة بمسئوليتها عن رعاية الناس والمجتمع الذي تعيش

فيه (Johnson, ٢٠٠٩؛ Vandenberg, ٢٠٠٥). إلا أن معظم القضايا حول دور الدين في الإفصاح عن

المسؤولية الاجتماعية للشركات مازالت غير مستكشفة (Griffin & Sun, ٢٠١٣) على الرغم من أن معظم

الديانات تؤمن بالعدالة البيئية والاجتماعية. وفي نفس الوقت فإن قوة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية

للشركات تعتمد على قوة القواعد الدينية التي يتبعها المديرين وأصحاب المصلحة. بكلمات أخرى، إذا كان

معظم المتدينين يهتمون بالعدالة البيئية والاجتماعية، فإن الشركات مطالبة بكثير من الجهد، وبالتالي تنتج

إفصاح إضافي (Johnson, ٢٠٠٩؛ Rolston, ٢٠٠٦).

فقد ظهر متغيّر الدّين مؤثراً جداً على توجهات المديرين (Cui et al., ٢٠١٥؛ N. Benomran et al., ٢٠١٥).

وعلی اتخاذ القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على سبيل المثال دراسة

(al., ٢٠١٥)، وعلى اتخاذ القرارات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على سبيل المثال دراسة

وتجاه الالتزام الاجتماعي، مما يشير إلى أن الدّين يعد من العوامل الهامة في التصورات الأخلاقية للمديرين

والتي تنعكس بشكل إيجابي على مستوى ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات (Quazi, ٢٠٠٣).

وحيث أن المسؤولية الاجتماعية وردت في التشريع الإسلامي تحت مسميات مختلفة: فبعضها من قبيل

التكافل الاجتماعي، و أخرى من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، و غيرها من باب رفع الضرر

و الالتزام بالممارسات الأخلاقية التي وردت في حقها إماماً نصّ قرآنيّ أو حديث نبويّ شريف (Elasrag

٢٠١٢) لذلك كثير من الشركات في الدول النامية المسلمة تقوم بممارسات المسؤولية الاجتماعية نتيجة

دوافع دينية (العنزوي, ٢٠٠٩). و وفقاً لنظرية أصحاب المصلحة فإنّ المديرين يعملون على تحقيق مصلحة

أصحاب المصلحة ككل ممّا يحثهم عليهم الإفصاح عن كيفية القيام بمسؤولياتهم تجاه المجتمع والبيئة

(Maarschalkwerd, ٢٠١٢). وهذا يتفق مع ما تنادي به التعاليم الدينية.

من هذا المنطلق يُتوقع أن وعي مديري الشركات العاملة في ليبيا بتعاليم الدّين المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية

للشركات والإفصاح سيساعد على ارتفاع حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في

ليبيا. بناءً على ذلك تم صياغة الفرضية الفرعية التالية:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بمستوى وعي مديري

الشركات بالتعاليم الدينية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح.

### الفرضية الفرعية الثالثة:

أظهرت الدراسات في الدول المتقدمة أن البيئة الثقافية لها تأثيرٌ قويٌّ على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية مقارنةً بسمات وخصائص الشركات (Fifka & Drabble, ٢٠١٢) كما أن المتغيرات الثقافية لها تأثير في مستوى الإفصاح (Fernandez-Feijoo et al., ٢٠١٤). وأنها تشكل عائقاً لممارسات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول النامية (Al-Qarni, ٢٠١٤). فإن حجم ونوع المعلومات التي تحتويها التقارير السنوية للشركات قد تتأثر بثقافة السائدة في المجتمع التي تعمل في (R. Haniffa & Hudaib, ٢٠٠٧) وقد ذكرت دراسة كل من (C. E. Dawkins & Fraas, ٢٠٠٨)؛ (Gelb & Strawser, ٢٠٠١) بوجود علاقة إيجابية بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة عنها و ثقافة الشركة الأخلاقية.

ويقول Schein (١٩٨٥)، أن ثقافة الشركة، هي مجموعة القيم والمعتقدات الثقافية الراسخة في المنظمة وتشكل أساساً لسياساتها. وخلص الباحثون إلى أن الشركات عندما تقوم بتوفير المزيد من الإفصاح؛ لأن ذلك هو انعكاس لالتزامها بأداء المسؤولية الاجتماعية (Schein, ٢٠١٠). و تستمد الشركة قيمها ومعتقداتها من خلال نفوذ مدراءها التنفيذيين، فقيادة الشركة لديها تأثير كبير على ثقافتها (Schein, ٢٠١٠)؛ (Schneider, ١٩٨٧). فمدى الالتزام الشخصي لمديري الشركات بالأولويات الاجتماعية للشركة سينعكس على صورة الشركة (Elsbach & Sutton, ١٩٩٢)، والتقديرات الخارجية لأداء الشركة الاجتماعي (Bhambri & Sonnenfeld, ١٩٨٨). ويضيف Miles (١٩٨٧) أن الفلسفات الاجتماعية للمديرين التنفيذيين ترتبط بقوة مع استراتيجيات الشؤون الخارجية للشركات، فاتباع نهج التكيف مع التأثير الخارجي يميل إلى وضع نهج أكثر تعاوناً مع قضايا أصحاب المصلحة، وعندما يكون دافع الرغبة لقيادة الشركات يتوافق مع التوقعات المجتمعية، سينعكس ذلك على ممارسات الإفصاح لشركاتهم. (Meznar &

(Nigh, 1990). وهذا يتفق مع وجهة نظر نظرية أصحاب المصلحة فتحقيق أقصى قدر من الأرباح، وخلق قيمة للمساهمين لم تعد الأهداف الوحيدة للإدارة؛ بل امتدت إلى التعايش مع شبكة من القيم لأصحاب المصلحة الآخرين (Longo et al., 2005)، من بينها المطالب والاحتياجات المتعلقة بالتنمية الاجتماعية وسلوك استدامة البيئة (Freeman, 2001). من هذا المنطلق، يتوقع أن يكون لثقافة مديري الشركات العاملة في ليبيا تأثير على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، بناءً عليه تم صياغة الفرضية الفرعية التالية:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بثقافة الشركة.  
الفرضية الرئيسية الثانية:

وفقاً لنظرية المشروعية يجب على الشركات أن تضمن أن أنشطتها تعمل وفق إطار العمل (حدود والمعايير) للمجتمع الذي تعمل فيه، وهذه الحدود والمعايير ليست ثابتة وتتغير بشكل مستمر، وبالتالي يجب على الشركات أن تنتبه لهذه التغييرات والاستجابة لها بشكل مناسب (Brown & Deegan, 1998). كما أن إضفاء المشروعية قد يكون عملاً استراتيجياً مؤسسياً، ففي النهج الاستراتيجي، يكون المدير هو من يقرر عن قضايا الإفصاح؛ لأنّ المدير هو الذي يتحكم في إضفاء المشروعية (Milne & Patten, 2002). وكذلك في النهج المؤسسي، يفترض أن المديرين لمواجهة الضغط من مؤسسات المجتمع المختلفة يتم التحكم في عملية المشروعية من قبل الضغط المؤسسي بدلاً من المدير، و من المتوقع أن المديرين يتفقون مع "المعايير" التي تفرض عليهم من قبل المجتمع (Deegan, 2002). ونتيجة لذلك فإن الشركات تستخدم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية كاستراتيجية لإضفاء المشروعية على أنشطتها في ذهن أفراد المجتمع. وأن الزيادة في الإفصاحات الاجتماعية يعد وسيلة لتغيير المفاهيم العامة حول شرعية المنظمة، ومن ثم تحقيق استمرار

ولاية المجتمع (Deegan, ٢٠٠٢). فالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات هو وسيلة للمنظمة لإعلام

واقناع المجتمع الذي تعمل فيه (Branco & Rodrigues, ٢٠٠٨).

وعلاقة هذه النظرية بالفرضية الحالية، يتمثل في: أنّ مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية

للشركات العاملة في ليبيا يتأثر بعوامل من خارج الشركة، وهذه العوامل تمثل إطار العمل المتمثل في الحدود

والمعايير التي تفرض عليها من قبل المجتمع الذي تعمل فيه، مما يجعلها مضطرةً للاستجابة لها بشكل مناسب

لتضمن شرعيّتها في البقاء، من هذا المنطلق تم صياغة الفرضية التالية:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بعوامل أخرى

خارجية.

ولاختبار هذه الفرضية تم صياغة الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى:

على الرغم من أن الشركات الاستخراجية (التعدين والنفط والغاز) تخضع لقيود أكبر بسبب القوانين

والتشريعات (Rockness, Schlachter, & Rockness, ١٩٨٦)؛ (Dierkes & Preston, ١٩٧٧)؛ (Milne & Patten, ٢٠٠٢).

إلا أنّه لازال غياب الشرط القانوني للإفصاح عن المسؤولية

الاجتماعية للشركات يشكل عقبة بالنسبة للدول المتقدمة (Solomon & Lewis, ٢٠٠٢)؛ (Nazli Nik, ٢٠٠٤)

(Ahmad & Sulaiman, ٢٠٠٤)؛ (Thompson & Zakaria, ٢٠٠٤)؛ (Hoq, Saleh, Zubayer, & Mahmud, ٢٠١٠).

كما تعد القوانين ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات هي المحرك الرئيس لممارسات

المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية من وجهة نظر البعض (Visser, Matten, Pohl, & Tolhurst, ٢٠٠٩).

إلا أنّ هناك إجماعاً على أنّ اللوائح والقوانين القاسية لها آثارٌ إيجابية قوية على ممارسات

المسؤولية الاجتماعية للشركات (Liu et al., ٢٠١٠). فقد يفرضُ المجتمع عقوبات على النظام الاقتصادي

و السماح للأعمال بتولي الدور الإنتاجي، كإنجاز جزئي لـ "العقد الاجتماعي"، من خلال وضع القواعد الأساسية ( القوانين واللوائح ) التي من المتوقع أن تعمل بموجبها الأعمال، لذا يتوقع المجتمع من رجال الأعمال الوفاء بمهامهم الاقتصادية في إطار المتطلبات القانونية (Carroll, ١٩٧٩). وفقاً لنظرية المشروعية يجب على الشركات أن تضمن أن أنشطتها تعمل وفق إطار العمل (حدود والمعايير) للمجتمع الذي تعمل فيه (Brown & Deegan, ١٩٩٨). لذلك نتوقع أن وجود تشريعات وقوانين منظمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات سيحسن من ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا ويجعلها تقوم بنشر هذه الممارسات لكي تقلل من مخاوف المجتمع حول أنشطتها وتؤكد شرعيتها ومن ثم حقها في البقاء. وبناءً على ذلك تم صياغة الفرضية الفرعية التالية:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بوجود قوانين وتشريعات منظمة للمسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الفرعية الثانية:

تم تحديد مجموعات المستخدمين العديدة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتشمل، المساهمين، الحكومات، والموظفين، وجماعات المجتمع ذات المصلحة والجمهور العام (Estes, ١٩٧٦)؛ (Ogan & Ziebart, ١٩٩١). ومع ذلك، تعتبر جماعات الضغط المجتمعي هي مصدر رئيس للتأثير على ممارسات الإفصاح الاجتماعية للشركات (Tilt, ١٩٩٤). فالخصائص الثقافية المميزة للمجتمع لها تأثير على الممارسات في إدارة الأعمال والمحاسبة على حد سواء (S. J. Gray, ١٩٨٨) والعوامل الثقافية قد تساعد أيضاً في شرح الاختلافات في المخاوف البيئية، ونفوذ السياسة الخضراء ومطالبة الشركات أن تتصرف بطرق مسؤولة اجتماعياً (M. Douglas & Wildavsky, ١٩٨٣)؛ (McCormick, ٢٠١٣). كما أن الهيكل الاجتماعي

والسياسي للمجتمع فضلاً عن الحوادث التاريخية، لها تأثير في حجم المخاوف حول المسؤولية الاجتماعية للشركات (Hopwood, ١٩٨٣) والضغط الاجتماعي المتمثلة في ضغط منظمات المجتمع المدني والرأي العام ككل التي تواجهها الشركة إنما هو تعبير عن مخاوفها تجاه نوع المنتجات التي تنتجها الشركة، وتأثيرها على البيئة أو استهلاكها لمصادر الطاقة (Trotman & Bradley, ١٩٨١). وستواجه هذه المخاوف من قبل الشركة باستراتيجية شرعية أنشطتها من خلال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة (Lindblom, ١٩٩٤). كثيراً ما كان للمنظمات النشطة داخل المجتمع دورٌ حاسمٌ في توجيه الاهتمام إلى قضايا مثل جودة المنتج والسلامة وحماية البيئة (إلخ) وكان لها تأثير كبير على تطوير القياس الاجتماعي وإعداد التقارير الاجتماعية (Heard & Bolce, ١٩٨١). ولذلك، وفقاً لنظرية المشروعية فإنّ الشركات المصدرة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات سوف تحصل أو تحتفظ أو تصلح المشروعية على نحو فعال (Zhang, ٢٠١٣). عليه يُتوقع أن يكون لمنظمات المجتمع المدني النشطة حالياً في ليبيا خصوصاً بعد صدور قرار رقم (١٣٥) لسنة ٢٠١٢ بشأن اعتماد الهيكل التنظيمي واختصاصات وزارة الثقافة والمجتمع المدني وتنظيم جهازها الإداري (ديكاف, ٢٠١٢)، الذي يدعم إنشاء وحماية هذه المنظمات بما يخدم المجتمع والبيئة في ليبيا دور في تحسين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا والإفصاح عنها. بناءً على ذلك تم صياغة الفرضية الفرعية التالية:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بوجود مطالبات لمنظمات المجتمع المدني.

الفرضية الفرعية الثالثة:

كثير من الدراسات أظهرت أن التغطية الإعلامية للممارسات السلبية التي تمارسها الشركات قد تفتي أكلها كوسيلة ضغط تتوافق مع توقعات وتطلعات المجتمع، على سبيل المثال (Frenkel, ٢٠٠١)؛ (Frenkel &

٢٠٠٤، Kim)؛ (S. Roberts, ٢٠٠٣). وأنها واحدة من أهم العوامل بجانب حجم وعضوية الصناعية التي

تؤثر على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (Williams & Pei, ١٩٩٩). وبما يتفق مع نظرية

المشروعية، إن هذه الشركات ستقوم بإحداث تغييرات في ممارساتها للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع،

وستفصح للمجتمع أنهم يستجيبون لمخاوفه (Islam & Deegan, ٢٠١٠). من هذا المنطلق تتوقع الدراسة

أن ضغط وسائل الإعلام في ليبيا من شأنه أن يكون له دور فاعل في التأثير على ممارسات الشركات العاملة

في ليبيا فيما يخص المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح عنها. عليه فإن الفرضية الفرعية الخامسة

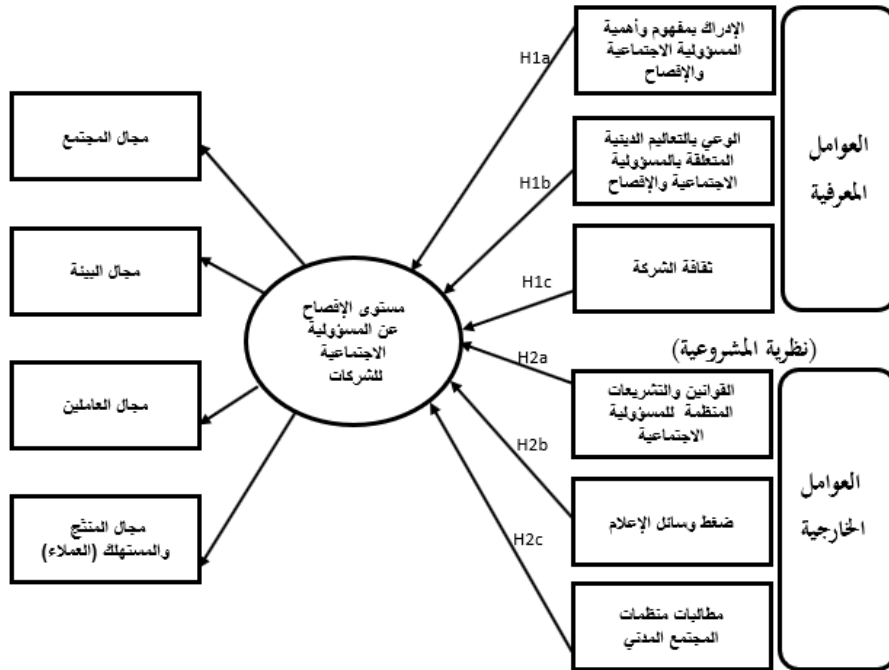
كالتالي:

يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بضغط وسائل

الإعلام.

وفيما يلي الرسم البياني ٤،١ الذي يوضح نموذج الدراسة وعوامل الدراسة والنظريات المستخدمة:

(نظرية أصحاب المصلحة)



الرسم البياني ٤،١: يوضح فرضيات الدراسة والنظريات المفسرة لها.

## ٤،٦ طبيعة الدراسة

هناك ثلاثة أساليب منهجية للبحث عادة ما تتميز بها العلوم الاجتماعية وهي: الأسلوب الكمي، والنوعي والمختلط بين الأسلوبين، وتعتمد طرق مختلفة لجمع البيانات في الوصول إلى نتائجها (Creswell, ٢٠١٣). ويكون البحث باستخدام الأسلوب الكمي، إما تجريبي، أو وصفي (Campbell, Stanley, & Gage, ١٩٦٣). كثير من الباحثين يرون أن البحث الكمي أفضل من البحث النوعي في إيجاد الترابط؛ وذلك بسبب استخدامه لقياسات دقيقة وقدرته على التحكم في بيئة التجارب (راتب, ١٩٩٩م)، (Zikmund, ٢٠١٢). وفيما يلي الجدول ٤،١ يوضح طبيعة الدراسات التي أجريت في ليبيا والدراسة الحالية:

الجدول ٤،١: يوضح طبيعة الدراسات التي أجريت في البيئة الليبية والدراسة الحالية

نوع الدراسة		كمية	إسم الباحث	ت
مختلطة	نوعية			
		✓	(Ahmad, ٢٠٠٤)	١
		✓	(Elmogla, ٢٠٠٩)	٢
		✓	(Saleh and Mousa, ٢٠١١)	٣
		✓	(البهلول, ٢٠١١)	٤
✓			"a" (Bayoud, Kavanagh et al., ٢٠١٢)	٥
	✓		(Abouzkeh and Kamla, ٢٠١٢)	٦
	✓		(I. Ibrahim, ٢٠١٢)	٧
		✓	(Saleh and Abd Al-Salam, ٢٠١٢)	٨
		✓	"b" (Bayoud, Kavanagh et al., ٢٠١٢)	٩
✓			(Aldrugi, ٢٠١٣)	١٠
		✓	(الشريف, ٢٠١٣)	١١
	✓		(Hawashe and Ruddock, ٢٠١٤)	١٢
		✓	(Aldrugi and Abdo, ٢٠١٤)	١٣
		✓	(اشميلة, ٢٠١٤)	١٤

"الجدول ٤،١، واصل"

✓	(٢٠١٥،Eljayash)	١٥
✓	(العَمَارِي، ٢٠١٥)	١٦
✓	(٢٠١٥،Benomran Haat et )	١٧
✓	(٢٠١٥، Benomran)	١٨
✓	(Afaf Albahlol, ٢٠١٥)	١٩
✓	(جبريل, ٢٠١٨)	٢٠
✓	(الدراسة الحالية)	٢١

المصدر: (إعداد الباحث)

يتضح من الجدول اهتمام الباحثين في البيئة اليبية بالأسلوب الكمي في البحث فيما يتعلق بموضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومازال هذا الأسلوب يستخدم بشكل واسع في الدراسات الحديثة (Eljayash, ٢٠١٥)، (Afaf Albahlol, ٢٠١٥)، (جبريل, ٢٠١٨)، نظراً لنقاط القوة التي تتصف بها الأساليب الكمية في دراسة مشكلات أبحاث العلوم الاجتماعية، فهي تسمح بإجراء دراسة أوسع، وتعزز من إمكانية تعميم النتائج؛ وتسمح بمزيد من الموضوعية ودقة النتائج بتجنب التحيز الشخصي عن طريق الحفاظ على مسافة واحدة من الموضوعات المشاركة واستخدام تقنيات حسابية مقبولة، وعادة ما تنطوي الدراسات الكمية على عدد قليل من المتغيرات والعديد من الحالات، وتستخدم إجراءات محددة لضمان الصلاحية والموثوقية (Manheim, Rich, Willnat, & Brians, ٢٠٠٨)، (McNabb, ٢٠١٥).

تأسيساً على ما سبق، فقد تم استخدام الأسلوب الكمي في هذه الدراسة لشرح العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والسبب في تبني هذه الطريقة في البحث هو الاستفادة من التكامل والقوة التي تتميز به الأساليب الكمية لتحقيق فهم أعمق للظاهرة قيد الدراسة (Ivankova et al., ٢٠٠٦)، حيث تم تصميم استمارة استبيان وزعت على أفراد العينة وأيضاً

تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى في فحص التقارير السنوية للشركات؛ للوقوف على مدى ممارسات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما تم استخدام الأساليب الإحصائية التي تشمل الإحصاء الوصفي من خلال برمجية (SPSS)، واختبار الفرضيات بواسطة برمجية المعادلة البنائية سمارت بي إل إس (SmartPLS).

#### ٧،٤ مجتمع الدراسة

فيما يتعلق بأسلوب جمع البيانات باستخدام أداة الاستبانة، فإن مجتمع الدراسة يتألف من مديري العاقين للشركات ورؤساء مجالس الإدارات ومديري الإدارات في ٥٨ شركة عاملة في أربعة قطاعات مختلفة وهي: شركات التصنيع وشركات الخدمات والبنوك وشركات التأمين، و شركات التعدين وفقاً لتصنيف ( مكتب الرقابة الليبي)، وتم اختيار هذه القطاعات للدراسة؛ لأنها تعتبر أهم القطاعات وتقوم بنشر تقارير سنوية (Mashat, ٢٠٠٥). وكان من المقرر أن يتم دراسة ٧٢ شركة حددت بناءً على دراسة حديثة (N. Benomran et al., ٢٠١٥) إذ أكدت على وجود ٤٢ شركة وطنية فاعلة تعمل حتى الآن بالقطاعات الرئيسية الأربع. إضافة إلى ٣٠ شركة أجنبية تعمل في قطاع النفط والغاز وفقاً للمؤسسة الوطنية للنفط والغاز (NOC, ٢٠١٦) نظراً لأن ٩٣٪ من الاستثمارات الأجنبية تركزت في معظمها في قطاع النفط والغاز (Salem, ٢٠١٥). وبلغ عدد المستهدفين في هذه الدراسة وفقاً للكتاب الإحصائي لسنة ٢٠١٠ الصادر عن مصلحة الإحصاء والتعداد، ما مجموعه (٦٥٦) يعملون بالقطاعات المختلفة (٢٠١٠)، الكتاب الإحصائي)، إضافة إلى ١٦٠٠ يعملون في قطاع النفط والغاز وفقاً للمؤسسة الوطنية للنفط (NOC, ٢٠١٦)، وبذلك يكون إجمالي عدد المستهدفين من الدراسة هو ٢٢٥٦ يمثلون رأس هرم السلطة في الشركات العاملة في ليبيا. ونظراً لأن الظروف والصعوبات حالت دون الوصول إلى تقارير كافة الشركات،



٢٠٠٩; ٢٠١٤). (Ortas et al., ٢٠١٤; ٢٠٠٩; ومن المرجح أن يكون لها اهتمام كبير للآثار الاجتماعية والبيئية، التي تلقى مزيداً من اهتمام عامة الجمهور، فهي بالتالي تحت ضغوط كبيرة لعرض مسؤوليتها الاجتماعية، بالإضافة إلى وجود العديد من أصحاب المصلحة الذين تعينهم البرامج الاجتماعية التي تقوم بها الشركة (Cowen, Ferreri, & Parker, ١٩٨٧).

كما أن الشركات الكبيرة قد تشعر بأنها هدف؛ لذا تبذل جهود واضحة لإبراز بيانات اعتمادها للمسؤولية الاجتماعية (Eilbirt & Parket, ١٩٧٣). ونظراً لأنّ الشركات الكبيرة أكثر مورداً من الشركات الصغيرة والمتوسطة لذا فهي أكثرها إفصاحاً إضافياً (Belal, ٢٠٠١). وغالبا ما يتم استخدام عينة من الشركات المدرجة على سبيل المثال: (Giannarakis, ٢٠١١; Gamerschlag et al., ٢٠١٤; Jizi et al., ٢٠٠٣; García-Ayuso & Larrinaga, ٢٠٠٣; Z. Ahmad, Hassan, & Mohammad, ٢٠١٣; Williams, ١٩٩٩; Roszaini M; Haniffa & Cooke, ٢٠٠٥). فالشركات المدرجة في سوق الأسهم عادةً ما تكون رهنًا لمتطلبات إفصاحٍ أوسع نطاقاً فيما يتعلق بمختلف جوانب عملياتها، بما في ذلك المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وبالتالي، من المرجح أن تفصح هذه الشركات المدرجة عن المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية. وتأسيساً على ما سبق تم اختيار العينة من الشركات الكبيرة العاملة في ليبيا والمسجلة في سوق الأوراق المالية الليبي وغير المسجلة سواء كانت وطنية أم أجنبية أو مشتركة الملكية بالإضافة إلى الصناعات الاستخراجية كشركات النفط والغاز وهذا النوع من الشركات لها تأثير كبير على البيئة، ويتوقع أن لها باعاً في الإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية (Zubek, ٢٠٠٨; Al-Drugi & Abdo, ٢٠١٢b; Akeel, ٢٠١٣).

ويُقاس حجم الشركة بعدة طرق في المجالات الاجتماعية وأدب الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، مثل عدد الموظفين، قيمة إجمالي الأصول، والقيمة السوقية لحقوق الملكية ودوران رأس المال العامل (Al-Drugi & Abdo, ٢٠١٢b). وهذه الدراسة اعتمدت على مقياس عدد الموظفين بالشركة في

تحديد حجم الشركة وذلك لصعوبة الحصول على معلومات قد يراها البعض سرية كالقيمة الكلية لأصول الشركات، ومشاكل تحديد القيمة السوقية للأسهم أو رأس المال العامل. فمن الأسهل الحصول على معلومات حول عدد الموظفين في الشركات، وقد استخدم هذا المقياس في العديد من الدراسات، على سبيل المثال: (Abdo & Al-، ٢٠١٢؛ de Abreu, de Castro, de Assis Soares, & da Silva Filho, ٢٠١٢؛ O'Donovan, ٢٠٠٢؛ Halme & Drugi, ٢٠١٢؛ González-Benito & González-Benito, ٢٠٠٦؛ Huse, ١٩٩٧).

ومن خلال الجدول ٤،٢ يتضح أنه لا يوجد توافق عام حول ما يجب أن تضمه الشركات الكبيرة من الموظفين والعمالة بين الدول، فكبر حجم الشركات وصغرها يختلف باختلاف الصناعات، وأيضا باختلاف البلدان (Olszak & Ziemba, ٢٠١٢). فالشركات الكبيرة في بعض الدول النامية قد لا تعتبر كبيرة بالنسبة لكثير من الدول المتقدمة، الأمر الذي سيؤثر في نتائج الدراسة وقد يجعلها غير قابلة للمقارنة مع الدراسات الأخرى في بعض الدول النامية وكثير من الدول المتقدمة. لذلك اعتمدت الدراسة على المعيار الأكثر استخداماً في تحديد حجم الشركة وهو تصنيف الاتحاد الأوروبي (Olszak & Ziemba, ٢٠١٢). الذي يصنف الشركة "كبيرة" إذا كان عدد موظفيها ٢٥٠ فأكثر.

الجدول ٤،٢: يبين مدى التباين بين الدول في معيار حجم الشركة.

البيان	الشركات الصغيرة	الشركات المتوسطة	الشركات الكبيرة
	"حجم العمالة"	"حجم العمالة"	"حجم العمالة"
أمريكا	٩٩-٢٠	٥٠٠-١٠٠	ما زاد عن ٥٠٠
كوريا الجنوبية	٥٠-١١	٣٠٠-٥١	ما زاد عن ٣٠٠
اليابان	٢٠-١	٣٠٠-٢٠	ما زاد عن ٣٠٠
الإتحاد الأوروبي	٤٩-١٠	٢٤٩-٥٠	ما زاد عن ٢٤٩

"الجدول ٢، ٤، واصل"

ما زاد عن ٢٤٩	٢٤٩-٤٩	٤٩-١٠	بريطانيا
ما زاد عن ٢٠٠	أقل من ٢٠٠	أقل من ٢٠٠	سنغافورا
ما زاد عن ٢٥٠	أقل من ٢٥٠	أقل من ٢٠٠	روسيا
ما زاد عن ٢٤٩	٢٤٩-٥٠	٤٩-٢٠	تركيا
ما زاد عن ٢٤٩	٢٤٩-٥٠	لا يزيد عن ٥٠	سويسرا
ما زاد عن ٢٠٠	٢٠٠-٢٠	١٩-٥	أستراليا
ما زاد عن ٢٠٠	٢٠٠-٧٦	٧٥-٥	ماليزيا
ما زاد عن ١٠٠	١٠٠-٢١	٢٠-١	السعودية
ما زاد عن ١٠٠	١٠٠-٢٠	٢٠-٥	عمان
ما زاد عن ٩٩	٩٩-٥١	٥٠-١	مصر
ما زاد عن ٥٠	٥٠-٢٦	٢٥-١	ليبيا
ما زاد عن ٥٠	٥٠-٥	٤-٢	اليمن
ما زاد عن ٤٩	٤٩-١٠	٩-١	بوليفيا
أكثر من ١٠	أكثر من ١٠	١٠-١	سريلانكا

المصدر: (Ghatak, ٢٠١٠); (Rhodes, ٢٠١٣); (Caruso, ٢٠١٥); (WBG, ٢٠١٤).

وفيما يتعلق بعينة التقارير السنوية، فإنّ الأوضاع الراهنة في بلد الدراسة فرصت على الباحث اتخاذ اجراءات احترازية تضمن الوصول إلى أكبر قدر من البيانات لذا كانت عينة الدراسة كل الشركات العاملة حالياً في ليبيا والتي قامت بإعداد ونشر تقاريرها السنوية، والتي لم تتأثر كثيراً بالأوضاع الراهنة التي تمر بها البلاد.

استخدمت هذه التقنية في أخذ العينات لضمان أن العينة ممثلة للمجتمع (Razak & Mustapha, ٢٠٠٨). (Said et al., ٢٠٠٩; Amran & Susela Devi, ٢٠١٣; وغطت الدراسة ثلاث عشرة سنة، من سنة ٢٠٠٥ حتى سنة ٢٠١٧، لاعتقاد أن الشركات العاملة في ليبيا قد قامت بإعداد ونشر تقاريرها السنوية عن هذه السنوات، وكذلك لأنّ كثيراً من الدراسات قد غطت السنوات السابقة:

(Nassr Saleh Mohamad Ahmad & Mousa, ٢٠١١; Bayoud et al., ٢٠١٢c; Nassr Saleh; ٢٠١٢, Abouzkeh & Kamla, ٢٠٠٤; Mohamed Ahmad), والتي أظهرت مدى ضعفه، إلا أنه في تصاعد (AM Aldrugi, ٢٠١٣; Nassr Saleh Mohamad Ahmad & Mousa, ٢٠١١) وهذا يعطي مؤشراً على تحسّن هذا النوع من الإفصاح في السنوات التالية. وتعد الدراسة الحالية امتداداً للدراسات التي أجريت في البيئة الليبية، فمن خلال اختيارها لفترة الدراسة يمكن معرفة مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات عبر هذه السنوات.

٤،٨،١ حجم العينة

إن اختيار العينة بشكل دقيق ومناسب يعطي نتائج مشابهة إلى حد كبير للنتائج التي يمكن الحصول عليها عند دراسة كامل مجتمع الدراسة، وبشكل عام كلما كان حجم العينة أكبر كلما زاد تمثيلها لخصائص المجتمع موضوع الدراسة، لذلك يمكن تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال دراسة العينة على مجتمع الدراسة الأصلي، بالإضافة إلى أن زيادة أفراد العينة يزيد من فرص رفض الفرضية الصفرية، و يؤدي إلى تقليل الخطأ الإحصائي من النوع الأول (Kimball, ١٩٥٧; ملحم, ٢٠٠٠). بناءً على ما تقدم تم إيجاد حجم العينة الملائم للدراسة لأسلوب صحيفة الاستبانة وتحليل المحتوى، وفيما يلي معادلة (Steve

Thompson) رقم (١،٤)، لإيجاد حجم العينة المستهدفة لأداة صحيفة الاستبانة رياضياً:

$$n = \frac{NP(1-P)}{(N-1)\left(\frac{d}{Z_{1-\alpha/2}}\right)^2 + P(1-P)}$$

(٤،١)

وتعد  $N$  حجم المجتمع  $Z$  الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة (٠,٩٥) وتساوي (١,٩٦) و  $d$  نسبة الخطأ وتساوي (٠,٠٥)  $P$  نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (٠,٥٠). وبما أن حجم المجتمع هو (٢٢٥٦) فإنه عند تطبيق المعادلة يكون حجم العينة رياضياً كالتالي:

$$\begin{aligned} n &= \frac{2256 * 0,50 * (1 - 0,50)}{[2256 - 1 * \{(0,05)^2 / (1,96)^2\} + 0,50 * (1 - 0,50)]} \\ &= \frac{2256 * 0,50 * 0,50}{[2255 * (0,0025 / 3,841)] + 0,50 * 0,50} \\ &= \frac{2256 * 0,25}{[2255 * 0,00065] + 0,25} \\ &= \frac{564}{1,46 + 0,25} \\ &= \frac{564}{1,71} = \underline{328} \end{aligned}$$

وقد أورد Uma Sekaran (١٩٩٢) في تحديد حجم العينة أن حجم العينة الذي يتراوح بين ٣٠ إلى ٥٠٠ مفردة يعتبر ملائماً لمعظم أنواع الدراسات، وعند استخدام الانحدار المتعدد أو الاختبارات المماثلة له فإن حجم العينة يجب أن يكون عشر أضعاف متغيرات الدراسة، ويجب ألا يقل عدد المفردات لكل طبقة عن ٣٠ مفردة في العينات الطبقة. والجدول ٤،٣ يبين حجم العينة المناسب عند مستويات مختلفة من مجتمع الدراسة الأصلي (Sekaran, ١٩٩٢).

الجدول ٤،٣: يوضح حجم العينة المناسب عند مستويات مختلفة من مجتمع الدراسة الأصلي.

حجم العينة المناسب	حجم المجتمع الأصلي	حجم العينة المناسب	حجم المجتمع الأصلي
٢٢٦	٥٥٠	١٠	١٠
٢٤٢	٦٥٠	٢٨	٣٠
٢٦٩	٩٠٠	٥٩	٧٠
٢٨٥	١١٠٠	٨٦	١١٠
٣٢٢	٢٠٠٠	١١٨	١٧٠
٣٦١	٦٠٠٠	١٣٦	٢١٠
٣٧٥	١٥٠٠٠	١٥٢	٢٥٠
٣٨٢	٧٥٠٠٠	١٨٦	٣٦٠
٣٨٤	١٠٠٠٠٠٠	٢٠١	٤٢٠

المرجع: Uma Sekaran, ١٩٩٢

نلاحظ من خلال مقارنة حجم العينة المستخرجة رياضياً (٣٢٨) مع ما يظهره جدول (Uma Sekaran) الذي اعتمدت عليه كثير من الدراسات (Siwar & Harizan, ٢٠٠٩) فإنه لا يوجد فرق كبير في حجم العينة عند استخدام أحد الأسلوبين. وبناءً على ما يراه (Uma Sekaran) فإن الحد الأدنى لحجم عينة الدراسة الحالية هو ١١٠ مفردة على اعتبار وجود ١١ متغير. كما أن الحد الأعلى لحجم العينة هو ٤٣٢ على اعتبار استهداف ٦ مديرين من كل شركة البالغ عددها ٧٢ شركة عاملة في ليبيا. فحجم العينة الكمية تميل إلى أن تكون أكبر بكثير من حجم العينات النوعية (Sale, Lohfeld, & Brazil, ٢٠٠٢) ونظراً لأنّ زيادة حجم العينة يضيفي إلى تمثيل أفضل للمجتمع قيد الدراسة خصوصاً إذا كان المجتمع غير المتجانس مما يؤدي إلى نتائج أكثر دقة (Moser & Kalton, ١٩٧١). لكن، وكما هو الحال

في كافة الدراسات، التعرض للقيود والمشاكل في مراحل الدراسة أو إحداها قد يحد من قدرة الباحث على الوصول إلى ما يصبو إليه، إذ كانت عينة الدراسة ٣١٠ بدلاً من حجم العينة المستخرجة رياضياً (٣٢٨). نتيجة صعوبة الوصول إلى المستهدفين من الدراسة وهم مديرو الشركات والشاغلون للمناصب الإدارية في الشركات بسبب الأوضاع الأمنية والسياسية التي تمر بها البلاد.

أما فيما يخص أسلوب تحليل محتوى التقارير السنوية للشركات العاملة في ليبيا في القطاعات الأربع الرئيسية، فكان من المقرر تجميع وفحص التقارير المتاحة أي ما مجموعه ٩٣٦ تقرير سنوي تخصّ ثلاث عشرة سنة لـ (٧٢) شركة عاملة في ليبيا من أجل التحقق من ممارسات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات عبر هذه السنوات، ولكن كل ما تم الحصول عليه هو ٣٠٣ تقرير سنوي يخص (٥٨) شركة، والتي اقتصر توزيع الاستبانة عليها فقط؛ نتيجة للعراقيل والظروف الصعبة آنفة الذكر التي مرت بها مرحلة تجميع البيانات في بلد الدراسة.

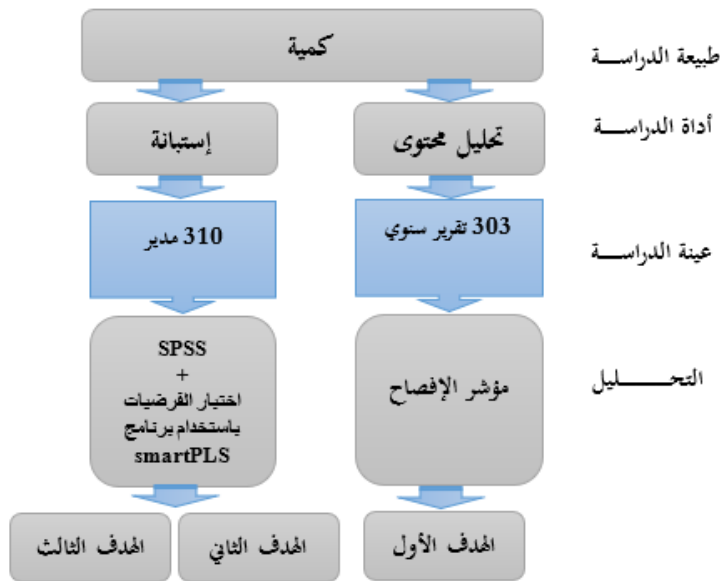
#### ٤،٩ جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على بيانات جمعت من مديري الشركات العامين ورؤساء مجالس الإدارات بها والمديرين الماليين ومديري مكاتب المراجعة الداخلية ومديري مكاتب الشؤون القانونية ومديري العلاقات العامة، ومديري الإدارات الأخرى في الشركات العاملة في ليبيا، وقد تم اختيارهم دون غيرهم؛ لكونهم كبار الشخصيات المتحكمون والمتصرفون بشكل مؤثر في الشركة لامتلاكهم السلطة والنفوذ في إدارة وتوجيه استراتيجية الشركة والذي قد يكون له آثار على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، كما أنّهم الأشخاص الأكثر دراية في الشركة فيما يتعلق بالإفصاح عن الشركات، ولأنهم مسؤولون بشكل وثيق عن توفير المعلومات حول الشركة إلى العالم الخارجي، بما في ذلك إنتاج وتجميع التقارير السنوية التي تحتوي

عموماً على مختلف إفصاحات المسؤولية الاجتماعية للشركات (Belal & Cooper, ٢٠١١). وقد سبق أن استخدمت دراسات سابقة مديري الشركات كمصدر رئيس للمعلومات عن الشركات، بالإضافة إلى البيانات والمعلومات التي تحتويها التقارير السنوية الصادرة عن الشركات العاملة في ليبيا. ( Jackson, ٢٠٠٠, Milne, & Owen, ٢٠٠٤, Ahmad, ٢٠٠٤), (Bayoud et al., ٢٠١٢a), وفيما يلي شرح وافٍ لأدوات جمع البيانات التي استخدمت في الدراسة:

#### ٤،١٠ أدوات جمع البيانات

لوصول إلى أهداف الدراسة اعتمدت هذه الدراسة على توزيع صحيفة الاستبيان على أفراد العينة في الشركات موضوع الدراسة، وأيضاً على ما تحويه التقارير السنوية الصادرة عن تلك الشركات من بيانات ومعلومات، وفيما يلي الرسم البياني ٤،٢ يوضح أهداف الدراسة والأدوات المستخدمة لجمع وتحليل البيانات.



الرسم البياني ٤،٢ : يوضح طبيعة وعينة وأهداف الدراسة والأدوات المستخدمة لجمع وتحليل البيانات.

تعتبر الاستبانة أداة استقصاء مفيدة للغاية، فهي تتيح تقييم آراء أعداد كبيرة من المجتمع بسهولة نسبية (Jones, Baxter, & Khanduja, ٢٠١٣). إلا أن ذلك يحتاج إلى تخطيط ووقت وجهد مكثفين (Witkin & Altschuld, ١٩٩٥). والتي من شأنها تحسين معدلات الاستجابة. حيث تم تصميم الاستبيان لقياس تأثير المتغيرات المستقلة المقترحة على المتغير التابع المتمثل في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولكن بعد اطلاع ودراسة مستفيضة للأدب المتعلق بهذا الشأن، فتم الاسترشاد بدراسات سابقة تناولت عوامل الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في بيئات مختلفة، على سبيل المثال: Dummett, (٢٠٠٨, ٢٠٠٧); Mohammed, (٢٠٠٩; Yuen, Liu, Zhang, & Lyu, ٢٠٠٩; Aribi, ٢٠٠٩; Muwazir Mukhazir, ٢٠١١; Rajanakorn, ٢٠١٢; Le, ٢٠١٣; Cartigny, ٢٠١٦; Raj, ٢٠١٦) كما يوضح ذلك الجدول ٤،٤ واستندت جميع الأسئلة في الاستبيان على فرضيات الدراسة (Sekaran, ١٩٩٢). و صممت الأسئلة بطريقة مكنت المستطلعين من فهمها والإجابة عليها بشكل سريع ودقيق (Fowler, ١٩٩٥).

تتكون صحيفة الاستبيان من ثلاثة أجزاء رئيسة أولها التعريف بموضوع وهدف الدراسة، ويأتي ذلك كمقدمة للاستبيان، ثم التأكيد على سرية المعلومات التي سيتم الحصول عليها، وعلى أنها لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي فقط، والتأكيد على مزايا المشاركة في الدراسة وبيان الجهة التي تقوم بإعداد الدراسة، وجزء حول المعلومات الأساسية المتعلقة بالسن، والمستوى التعليمي، والمهنة، والجنس، والعنوان، ويفضل أن تكون في نهاية الاستبيان وذلك لحساسيتها بالنسبة للكثير من المبحوثين (Kraemer, ١٩٩١). وتم تجنب الأسئلة الشخصية ما أمكن لأنها قد لا تشجع المبحوث على التعاون (Fowler, ١٩٩٥). وجزء يشمل مجموعة الأسئلة التي تتعلق بمتغيرات الدراسة، وصياغة الأسئلة بصورة تغطي جميع أبعاد الدراسة (الرفاعي, ١٩٩٨). ولزيادة فعالية الاستبانة وضمان موثوقيتها، هناك عدة اعتبارات أخذت في الحسبان،

كجعل الأسئلة واضحة وسهلة الفهم من قبل المشاركين والابتعاد عن الأسئلة الافتراضية (Fowler, ١٩٩٥)؛ (Locander, Sudman, & Bradburn, ١٩٧٦). وسؤال المستطلعين عن المعلومات التي لديهم، وتكرار الأسئلة (بشكل مختلف) لزيادة دقة الإجابات وصحة المعلومات، تصميم الأسئلة بحيث أنّ المستطلعين لا يشعرون بأنه سوف تستخدم إجاباتهم لانتقادات غير مناسبة، استخدام المصطلحات المعروفة لجميع المشاركين وكل الأسئلة محددة بفترة من الوقت (Saunders & Lewis, ٢٠٠٧).

كما تم وضع الأسئلة وفق ترتيبٍ معينٍ، فالأسئلة الأكثر وضوحاً، والتي لها صلة بالهدف المعلن للاستبيان ستكون في البداية، و الأسئلة الأكثر تعقيداً ستوضع في منتصف الاستبيان، وفق تسلسل منطقي للأسئلة وتجنب المصطلحات المعقدة، وكان حجم صحيفة الاستبيان من الحجم المتوسط الذي ينظر إليه على أنه مقبول في الأدب ويتراوح بين أربعة وثمانية صفحات A٤ (Saunders & Lewis, ٢٠٠٧). ويمكن الرجوع إلى الملحق (أ) لصحيفة الاستبيان في قسم الملاحق.

#### الجدول ٤،٤: الدراسات التي استرشدت بها الدراسة لإعداد أسئلة الاستبانة

بيان	المحاور	الدراسات السابقة
١	محور الإدراك بمفهوم وأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.	(Steingrimsdóttir, ٢٠٠٦) (Aribi, ٢٠٠٩) (Rajanakorn, ٢٠١٢) (Korathotage, ٢٠١٢) (Le, ٢٠١٣) (Koleva, ٢٠١٥) (Bjørneseth & Almir, ٢٠١٧) (Aldosari, ٢٠١٧)

"الجدول ٤، ٤، ٤، واصل"

(Mohammed, ٢٠٠٧)	محور الوعي بالتعاليم الدينية	٢
(Zinkin, ٢٠٠٧)	المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية	
(Elasrag, ٢٠١٢)	للشركات والإفصاح عنها	
(Cartigny, ٢٠١٦)		
(سمرة & صالح, ٢٠٠٩)		٣
(Lu, ٢٠١٣)	محور ثقافة الشركة	
(Raj, ٢٠١٦)		
(Bjørneseth & Almir, ٢٠١٧)		
(Nivarthi, ٢٠١٧)		
(سمرة & صالح, ٢٠٠٩)	محور القوانين والتشريعات المنظمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.	٤
(Helmig, Spraul, & Ingenhoff, ٢٠١٦)	محور ضغط وسائل الإعلام المختلفة	٥
(Rwabizambuga, ٢٠٠٨)	المحور مطالبات منظمات المجتمع المدني	٦
(Ong, ٢٠١٦)	المحور واقع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات	٧
(وادي, مدحت, نصار, & خالد, ٢٠١٦)		
(الأغار, وفيق, عليان, & فتحي, ٢٠١٦)		

٤،١٠،١،١ اختبار صحة الاستبيان

في هذه المرحلة يتم تجربة الأسئلة بعد عرضها على مجموعة من الخبراء في مجال الإحصاء و اللغة للتأكد من عدم وجود أخطاء إملائية أو أي أخطاء قد تتسبب في فهم السؤال بشكل خاطئ، واختبار الاستبيان

(Pilot testing) على بعض من أفراد عينة الدراسة للتأكد من أن الأسئلة واضحة واختبار الفعالية من

الاستبيان، وتحديد المشاكل الممكن حدوثها في جمع البيانات والإعداد لعملية المسح ( Teddlie &

Tashakkori, ٢٠٠٩). فخلال هذه المرحلة يتم التعرف على الوقت اللازم لاستكمال الاستبيان والتعرف

على الأسئلة التي يمكن أن تكون غير واضحة للمستجيبين، وكذلك الأسئلة غير الدقيقة والأسئلة التي يجب

إضافتها إلى الاستبيان، وجودة العرض بشكل عام ومدى وضوح الخطة (Bell, ٢٠١٤).

في هذه الدراسة خضعت عملية اختبار الاستبانة لمرحلتين، في المرحلة الأولى، تمت مناقشة مشروع

الاستبانة مع المشرف ومع عدد من أعضاء هيئة التدريس في جامعة العلوم الإسلامية الماليزية وعدد من

أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الليبية، كذلك مع عدد من طلاب الدراسات العليا في نفس التخصص

في الجامعات الماليزية أو الدارسين في الجامعات حول العالم وفي ليبيا. وقد ساعدت هذه المرحلة على تحسين

صحيفة الاستبانة قبل المرحلة الثانية التي أجريت في ليبيا، الملحق (ب) يبين قائمة من الخبراء والمتخصصين

الذين استعان بهم الباحث في تحكيم أسئلة الاستبانة.

في المرحلة الثانية، تم تسليم (٤٠) نسخة من الاستبانة المنقحة إلى المديرين وأعضاء مجالس

الإدارات ومديري الإدارات والمراجعين في عدد من الشركات العاملة في ليبيا من أربع قطاعات: الصناعة،

الخدمات والمصارف، التأمين، النفط والغاز بشكل عشوائي، وحصل منها (٣٦) استبانة، أي بمعدل

استجابة ٩٠٪. وتم استخدام معامل الصدق والثبات (Cronbach's alpha test) باستخدام حزمة

الإحصاءات SPSS لقياس مدى صدق وثبات الأسئلة التي تحتويها الاستبانة يمكن الرجوع إلى التحليلات

في الملحق (ج) جدول (١) و (٢) و (٣). يعتبر اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha test) هو

واحد من التدابير واسعة الانتشار في الأبحاث؛ حيث يساعد على التحقق من الاتساق الداخلي (الموثوقية)

للاستبيان (Cronbach, ١٩٥١)، (Cortina, ١٩٩٣). وعند تحليل معامل (ألفا كرونباخ) لمقياس الصدق

والثبات؛ أزيلت الأسئلة التي ليست ذات صلة أو أقل أهمية والتي عند حذفها زادت من نسبة صدق

وثبات الاستبانة حتى اقتربت النسبة إلى ٩٨٪ وهي نسبة ممتازة (Hibbs Shen, Wu, & Zhang, ٢٠١٠)

(Koonce & Kelly, ٢٠١٤; et al., ٢٠١٤) كما هو مبين في الجدول ٤،٥ التالي:

#### الجدول ٤،٥: يوضح درجات الموثوقية لمقياس ألفا كرونباخ

الموثوقية	درجة ألفا كرونباخ
ممتاز	أكبر من أو يساوي ٠,٩٠
جيد	أقل من ٠,٩٠ وأكبر من أو يساوي ٠,٧٠
مقبول	أقل من ٠,٧٠ وأكبر من أو يساوي ٠,٦٠
ضعيف	أقل من ٠,٦٠ وأكبر من أو يساوي ٠,٥٠
مرفوض	أقل من ٠,٥٠

المراجع: (Shen, Wu, & Zhang, ٢٠١٠)، (Hibbs et al., ٢٠١٤)، (Koonce & Kelly, ٢٠١٤).

٤،١٠،١،٢ توزيع الاستبيان

إن الوضع الأمني والسياسي والاقتصادي الذي مرت به البلاد عند الإعداد لمرحلة تجميع البيانات دفع الباحث إلى القيام بالاستقصاء والبحث عن الشخصيات التي يمكن أن تساعد في إنجاز هذه المهمة، عن طريق الاستعانة بالأصدقاء والمعارف والعلاقات القبلية للوصول إلى الموظفين والمديرين في الشركات المستهدفة. بالإضافة إلى الرسائل الداعمة التي تحصل عليها من جامعة العلوم الإسلامية الماليزية ومن الملحقية الأكاديمية بالسفارة الليبية في ماليزيا والتي يمكن الرجوع إليها في الملحق، والمعرف بالملحق (د) والملحق (هـ). وأثناء مرحلة توزيع الاستبيانات واجه الباحث صعوبة في التنقل بين المدن والمناطق، خاصة أن الشركات في بلد الدراسة منتشرة في طول البلاد وعرضها مما اضطر الباحث لقطع مئات الكيلومترات خلال اليوم الواحد، وفي كثير من الأحيان لا يحصل الباحث على مبتغاه، إما بسبب وجود اشتباكات

وحرب في المحيط، أو وجود اضطراب من العاملين أو بسبب المماطلة، ويعتقد الباحث أن خوف مديري الشركات والمسؤولين من تقديم أي معلومات بسبب التجاذبات السياسية الحاصلة في البلاد والخلل الأمني الحاصل كان سبباً رئيساً في رفض التعاون مع الباحث في كثير من الأحيان، الأمر الذي عقّد من المهمة وأطال عمر هذه المرحلة. في نهاية الأمر تمكن الباحث من توزيع (٦٠٠) صحيفة استبيان على أفراد عينة الدراسة وهم مديري الشركات العاملة في ليبيا، وقد استرجع فقط (٣٣٠) صحيفة استبيان، وهذا ما يوضّحه الجدول ٤،٦ التالي:

الجدول ٤،٦: يبين عدد الاستبيانات الموزعة في كل قطاع ونسبة المسترجع منها والصالح للتحليل.

الخدمات									
عدد الاستبيان	الصناعة		والمصارف		التأمين		النفط والغاز		الإجمالي
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
الموزع	٢٠٠	٠,٣٣	٢٠٠	٠,٣٣	٥٠	٠,٠٨	١٥٠	٠,٢٥	٦٠٠
المرجع	١٤٣	٠,٧١	١٣٧	٠,٦٨	٨	٠,١٦	٤٣	٠,٢٨	٣٣١
الصالح للتحليل	١٣٤	٠,٤٣	١٢٦	٠,٢٥	٨	٠,١٧	٤٢	٠,١٣	٣١٠

وفيما يلي الجدول ٤،٧ يبين الأسلوب التي اتبعتها كل دراسة من الدراسات الليبية السابقة في جمع

البيانات وكذلك الحزمة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

الجدول ٤،٧: يبين الأسلوب التي اتبعته كل دراسة من الدراسات الليبية السابقة في جمع البيانات.

الجزمة	حجم العينة	أداة جمع البيانات			اسم الباحث	ت
		تحليل محتوى	مقابلة	استبيان		
-	(٥٣) مدير شركة	✓		✓	(٢٠٠٤، Ahmad)	١
SPSS	٢٧٠ تقرير سنوي من (٥٤) شركة	✓		✓	(٢٠٠٩، Elmogla)	٢
-	(١٨) شركة	✓			Saleh and ) (٢٠١١،Mousa	٣
-	(٦٣) مدير وموظف مالي			✓	(البهلول، ٢٠١١)	٤
SPSS	(٤٠) تقرير سنوي و (٣١) من مديرين الماليين ومديري المعلومات	✓	✓	✓	Bayoud, ) Kavanagh et al. "a" (٢٠١٢	٥
-	٢٢ مقابلة و٢٧ تقرير سنوي		✓		Abouzkeh and ) (٢٠١٢،Kamla	٦
-	(٥) مديري شركات		✓		(٢٠١٢،I. Ibrahim)	٧
-	(٩٣) مراجع من (٢٧) مكتب للمراجعة			✓	Saleh and Abd Al- ) (٢٠١٢،Salam	٨
SPSS	١١٠ تقرير سنوي من ٤٠ شركة	✓		✓	Bayoud, ) ،Kavanagh et al "b" (٢٠١٢	٩
SPSS	(٤٣) شركة	✓	✓	✓	(٢٠١٣،Aldrugi)*	١٠
-	(١٠٠) مدير في (١٠) شركات			✓	(الشريف، ٢٠١٣)	١١
SPSS	٥٤ تقرير سنوي ل (٩) مصارف تجارية	✓	✓		Hawashe and ) (٢٠١٤،Ruddock	١٢
-	(١١٥) استبانة من (٤٣) شركة محلية وأجنبية			✓	Aldrugi and Abdo ) (٢٠١٤،	١٣
SPSS	(٣٤) مراجع خارجي			✓	(اشميلة، ٢٠١٤)	١٤
-	١٧٤ تقرير سنوي ل (٥٨) شركة	✓			(٢٠١٥،Eljayash)	١٥
-	(٧) طلبة من (٢٤) طالب بقسم الحاسبة		✓		(العناري، ٢٠١٥)	١٦



( Bouten, Everaert, Van Liedekerke, De Moor, & Christiaens, ٢٠١١ Abdo, ٢٠١٢a;

والجدول ٤،٨ يبين مدى شيوع هذا الأسلوب في كثير من الدراسات في الدول المتقدمة والنامية.

الجدول ٤،٨: يبين مدى شيوع استخدام اسلوب تحليل المحتوى في دراسات الدول المتقدمة والنامية.

الباحث والسنة	(تحليل الارتباط)	(تحليل المحتوى)	(تحليل الانحدار)
Gray et al., ١٩٩٥		x	
Branco, Rodrigues, ٢٠٠٨		x	
Sweeney, Coughlan, ٢٠٠٨		x	
Everaert et al., ٢٠٠٩		x	
Wise, Ali, ٢٠٠٩		x	
Cuganesan et al., ٢٠١٠		x	
Belal and Kabir, ٢٠١٠		x	
Bouten et al., ٢٠١١		x	
Dagiliene, Gokiene, ٢٠١١		x	
Hooks, van Staden, ٢٠١١	x	x	
Lungu et al., ٢٠١١	x	x	
Zickiene et al., ٢٠١١		x	
Dagiliene, Leitoniene, ٢٠١٢		x	
Leitoniene, Sapkauskiene, ٢٠١٢		x	
Masud, Hossain, ٢٠١٢		x	
Murcia, Souza, ٢٠١٢		x	x
Relano, Paulet, ٢٠١٢		x	
Roca, Searcy, ٢٠١٢		x	
Sobhani et al., ٢٠١٢		x	
Uwuigbe, Egbide, ٢٠١٢	x	x	x
Wijesinghe, ٢٠١٢		x	

"الجدول ٨، ٤، واصل"

x	x		Akinpelu et al., ٢٠١٣
x	x	x	Andreas et al., ٢٠١٣
	x		Sharma, ٢٠١٣
	x		Cuadrado et al., ٢٠١٥
	x		(Matuszak & Rózańska, ٢٠١٧)
	x		Khan, Lockhart, & Bathurst, ) (٢٠١٨
			الإجمالي
٪١٤ (٤)	٪١٠٠ (٢٨)	٪١٤ (٤)	

المرجع: (Sapkauskiene & Leitoniene, ٢٠١٤) و (Unerman, ٢٠٠٠)، الباحث

ويشير (Wallace, ١٩٨٨) إلى أنه لا يوجد نظرية عامة حول العناصر التي يجب أن تكون محدداً لتقييم مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولكن من خلال مراجعة العديد من الدراسات ذات الصلة ذهب البعض لقياس مستوى الإفصاح من خلال حصر عدد الكلمات (Deegan & Gordon, ١٩٩٦)، والجمل (Hackston and Milne, ١٩٩٦)، أو الصفحات (Gray et al., ١٩٩٥) في الإفصاحات التي لها علاقة ببيانات ومعلومات مسؤولية الشركة الاجتماعية، إلا أنه اتضح عند الاعتماد على حصر عدد الصفحات كمقياس لمستوى الإفصاح، قد تواجه الدراسة بعض المشاكل والصعوبات المتمثلة في أحجام خطوط الطباعة و أحجام الأعمدة و أحجام الصفحات التي قد تختلف من تقرير سنوي لآخر (Hackston & Milne, ١٩٩٦)، ويتساءل بعضهم كيف يمكن لأحد أن يعالج أجزاء فارغة من صفحة؟ (Gray et al., ١٩٩٥).

ومن جهة أخرى، فإن اعتماد أسلوب عدد الكلمات يمكن أيضاً أن يقودنا إلى إشكالية أخرى، فالكلمات الفردية لا تنقل أي معنى من دون أن تدخل في سياق جملة، بالإضافة إلى أن عملية حصر

الجمل ارتبطت مع عدد أقل من الأخطاء بالمقارنة مع عملية حصر الكلمات الفردية (Milne and Adler, ١٩٩٩). وفقا لذلك، اعتمدت الدراسة أسلوب عدد الجمل لقياس مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ لأنّ هذا الأسلوب يقدم بيانات كاملة وموثوقة وذات مغزى للقيام بمزيد من التحليل (Milne & Adler, ١٩٩٩). وهذا يتفق مع اختيار دراسات أخرى مثل: (Alrazi, Sulaiman, & Nik, ٢٠٠٩; Hackston & Milne, ١٩٩٦; Menassa, ٢٠١٠; Jangu, Joseph, & Madi, ١٩٩٨; Tilt, ٢٠١٣; Chek, Mohamad, Yunus, & Norwani, ٢٠٠٧). ونظراً لعدم وجود إطار عام لقياس مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات متفق عليه عالمياً (Lipunga, ٢٠١٣). لذلك تم تصميم مؤشر للقياس بناء على مسح للدراسات السابقة مع القيام ببعض التعديلات ليتناسب مع السياق الليبي. والدراسات التي استعانت بها الدراسة في تطوير وضبط هذا الإطار هي (Naser & Hassan, ٢٠١٢a; Bayoud et al., ٢٠١٣; Lipunga, ٢٠١٣; Al-Farah & Al-Yusoff et al., ٢٠١٣; Hindawi, ٢٠١١).

وقد تم البدء في الإعداد لتجميع التقارير السنوية للشركات قبل بداية مرحلة تجميع البيانات من خلال إرسال رسائل بريد إلكتروني إلى بعض الشركات التي لديها مواقع إلكترونية على الإنترنت، وطلب منها إرسال تقاريرها، ولكن دون جدوى، مع إجراء عدة محاولات للاتصال بالموظفين ولمدة طويلة جداً، قرر الباحث الذهاب إلى ليبيا وهذه الشركات والطلب منها بشكل شخصي، وتعد هذه المرحلة أكثر صعوبة وتعقيداً من عملية توزيع وتجميع الاستبيانات، فقد رفضت معظم الشركات تسليم أي وثيقة تخصّها رغم كل المحاولات الذي بذلها الباحث، وعلى الرغم من إبراز الوثائق الداعمة لموقف الباحث والتي قدمت له من جامعة العلوم المالية الإسلامية (USIM) والسفارة الليبية في ماليزيا. وربما يرجع ذلك إلى ثقافة سرية المعلومات السائدة بين مسؤولي الشركات، إضافة إلى الوضع الأمني غير المستقر وانتشار ظاهرة نشر المعلومات والوثائق عبر شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها في تصفية الحسابات بين الفرقاء

السياسيين، حتى وصلت العملية إلى طريق مسدود لمدة طويلة، لدرجة أن الباحث في البداية قرر أن يكتفي بما تحصل عليه من بعض الشركات ومما جمعه من بعض المواقع الإلكترونية الخاصة بالشركات. وعند التشاور مع المشرف قرر الباحث العودة إلى ليبيا وإعادة المحاولة ولكن بمساعدة ديوان المحاسبة الذي كان عند حسن الظن، حيث وُقِرَ للباحث مكتب خاص وقدمت له كل التسهيلات اللازمة. (ديوان المحاسبة الليبي، هو هيئة مستقلة ملحقة بالسلطة التشريعية يهدف إلى تحقيق رقابة فعّالة على الجهات الخاضعة لرقابته لحماية المال العام). وفي المجلد تم فحص ما مجمله (٣٠٣) تقرير سنوي، الجدول ٤،٩ يبين عدد التقارير التي تمكّن الباحث من فحصها.

الجدول ٤،٩: يبين عدد التقارير التي تمكّن الباحث من فحصها

عدد التقارير السنوية					
الخدمات					
بيان	الصناعة	والمصارف	التأمين	النفط والغاز	الإجمالي
الإجمالي	٥٥	١٨٠	٢٤	٤٤	٣٠٣
المعدل	%١٨,١	%٥٩,٤	%٨	%١٤,٥	%١٠٠

بما أنّ تحليل المحتوى هو تقنية بحثية للوصف الموضوعي والمنتظم والكمي للمحتوى الواضح للتواصل (Berelson, ١٩٥٢)، فقد أكدت كثير من الدراسات أمثال دراسة: (Guthrie & Mathews, ١٩٨٥; Weber, ١٩٩٠) (Weber, ١٩٩١; Wolfe,; Silverman, ٢٠٠٦) على تلبية بعض المتطلبات الفنية لكي يكون فعالاً، أول هذه المتطلبات، سؤال البحث الذي يتم التحقيق فيه، ففي هذه الدراسة، تم استخدام تحليل المحتوى لمعرفة ما إذا كانت الشركات العاملة في ليبيا تفصح عن المسؤولية الاجتماعية وما مدى هذا الإفصاح. أما المطلب الثاني، هو تحديد مفردات العينة؛ والممثلة في هذه الدراسة بالشركات العاملة في أهم أربع قطاعات وهي: (الصناعة، الخدمات والمصارف، التأمين، النفط والغاز)، وهي الوحدات التي تم

اختيارها للتحليل (Krippendorff, ٢٠٠٩). هناك خطوتان لتحديد وحدات أخذ العينات: اختيار مصدر النص المراد تحليله وتحديد المكونات المراد تحليلها، فمصادر النص هي التقارير السنوية، فهي واحدة من أهم مصادر المعلومات والبيانات الاجتماعية والبيئية. وكما ذكرنا آنفاً أنها تستخدم على نطاق واسع في الدراسات المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (Krippendorff, ٢٠٠٩) كما أنها مصدر للبيانات الأساسية للمستثمرين والدائنين والموظفين والمجموعات البيئية والحكومات (Neu, Warsame, & Pedwell, ١٩٩٨).

ونظراً لعدم وجود بديل لها في البيئة الليبية ولعدم توفر تقارير للمسؤولية الاجتماعية منفصلة في ليبيا؛ فالشركات في ليبيا عموماً تستخدم التقارير السنوية للإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والبيئية (Mashat, ٢٠٠٥). لذلك اعتمدت الدراسة على التقارير السنوية الصادرة عن الشركات العاملة في ليبيا، باعتبارها مصدر للنصوص المراد تحليلها في هذه الدراسة. وللإجابة على السؤال الأول والمتمثل في تحديد ما إذا كانت الشركات العاملة في ليبيا تقوم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات تم جمع المعلومات عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية من تقارير ٥٨ شركة تعمل في ليبيا باستخدام أسلوب تحليل المحتوى، السنوات التي غطتها الدراسة، ثلاث عشرة سنة، من ٢٠٠٥م حتى ٢٠١٧م.

أما المطلب الثالث، تحديد فئات التصنيف بوضوح من خلال بناء مخطط التصنيف، و يتضمن ذلك اختيار وتطوير الفئات التي يمكن تصنيف وحدات المحتوى فيها، ويجب أن تكون هذه الفئات دقيقة وفريدة من نوعها (Tilt, ٢٠٠١). في هذه الدراسة، تم تحديد فئات التصنيف بناءً على أبعاد ومكونات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المحددة في الأدب المحاسبي، على سبيل المثال: (AM Naser & Aldrugi, ٢٠١٣ Bayoud, Kavanagh, & Slaughter, ٢٠١٢d; N. Saleh, ٢٠٠٤; .Hassan, ٢٠١٣; Lipunga, (٢٠١٣;

يمكن الرجوع إلى الملحق (و) في الملاحق، والذي يبين فئات أو أبعاد قابلة للاختبار وهي مكونات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات تم تقسيمها إلى أربعة أبعاد أو مجالات وهي مكونات: الإفصاح في مجال البيئة، والإفصاح في مجال مشاركة المجتمع، والإفصاح في مجال العاملين والموظفين، والإفصاح في مجال المنتج والمستهلك (العملاء). وكل بعد أو مكون من هذه المكونات يتكون من ثمان فئات من النشاطات المختلفة والمرتبطة بكل بعد، والتي تم التحقق من مدى وجودها في التقارير السنوية. وقياس مستوى الإفصاح في التقارير السنوية بطريقة عدد الجمل المتوفرة لكل فئة.

المرحلة الرابعة هي تحديد وحدة التسجيل، وقد اعتمدت هذه الدراسة عدد الجمل كوحدة للتسجيل لأسباب تم ذكرها سابقاً. أما المرحلة الخامسة فهي: تحديد طريقة الترميز، على الرغم من أن كثيراً من الدراسات أكدت على امكانية إجراء هذه العملية يدوياً أو عن طريق الكمبيوتر كاستخدام برامج مثل برنامج (OxfordConcordance) أو الطريقتين معاً (Ince, 1998)، إلا أن الباحث أجبر على استخدام الطريقة اليدوية بسبب أن هذه البرامج لا تدعم الكتابة باللغة العربية (N. Saleh, 2004) كما أن الباحث لم يسمح له بتصوير هذه التقارير، وإنما فقط سُمح له بالاطلاع عليها في مقر الديوان بناءً على الاتفاق الشفهي بين الباحث ومدير إدارة الحوكمة بديوان المحاسبة. كذلك هو الحال عند البحث في مقر بعض الشركات، كان يجب إجراء الترميز يدوياً. أما المطلب السادس والذي التزم به الباحث، هو اختبار ترميز عينة من النص فهذا الاختبار يزيد من موثوقية التقارير وبالتالي النتائج (Ince, 1998)، فقد كرر الباحث كتابة تقارير سنوية تم اختيارها عشوائياً أكثر من مرة واحدة لتأكيد النتائج، حيث كانت مطابقة في كل مرة. كما طلب الباحث من أحد المحاسبين بديوان المحاسبة من إعادة كتابة نفس هذه التقارير بشكل مستقل فكانت النتائج متطابقة أيضاً. وعلى الرغم من أنه من المستحيل عملياً تحقيق الموثوقية الكاملة وصلاحيته، إلا أنها تعد الهدف الذي يطمح إليها الباحثون (Yin Robert, 1994) وذلك ما سعى إليه

الباحث في هذه المرحلة من الدراسة من خلال اختبار إعادة كتابة التقارير السنوية أكثر من مرة. وفيما يلي المعادلة (٤،٢) التي استخدمت لحساب مؤشر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة الواحدة:

$$DI = AD \div RD$$

(٤،٢)

ويعد  $DI$  مؤشر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركة و  $AD$  عدد العناصر التي أفصحت الشركة عنها فعلاً و  $RD$  عدد العناصر التي ينبغي على الشركة الإفصاح عنها (الحد الأعلى لعدد الفقرات في المؤشر) ولحساب مستوى الإفصاح لكل شركة باستخدام مؤشر الإفصاح المقترح يتم عمل الآتي:  
يعطى رقم (١) لكل عنصر تفصح عنه الشركة ويعطى (٠) لكل عنصر لا تفصح عنه الشركة، وبقسمة عدد العناصر التي أفصحت عنها الشركة على ما ينبغي للشركة أن تفصح عنه والتي تمثل عدد العناصر الكلية التي يتضمنها مؤشر الإفصاح (قائمة الإفصاح) يتم الوصول لنسبة الإفصاح الاجتماعي لكل شركة (٢٠١١، Uwuigbe، ٢٠٠٦، Abdulhaq & Muhamed).;

#### ٤،١١ الأسلوب الإحصائي لتحليل البيانات

تم استخدام البرنامج الإحصائي المعروف باسم الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (IBM SPSS STATISTICS ٢٥) نسخة ٢٥. إضافة إلى برمجية متقدمة تعرف باسم سمارت بي إل إس (SmartPLS ٣) الخاص بتحليل نمذجة المعادلة البنائية بطريقة التريعات الصغرى (Ringle, Wende, & Becker, ٢٠١٥).

٤،١١،١ برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (IBM SPSS Statistics ٢٥)

تم تخزين البيانات على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية وإجراء التكرارات والرسوم البيانية للمتغيرات الديمغرافية الخاصة بالمديرين عينة الدراسة وأيضاً الشركات. تم استخدام البرنامج لإجراء العمليات الإحصائية الوصفية لجميع فقرات نموذج الدراسة (العوامل المعرفية والخارجية وأثرها على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات رباعي الأبعاد) مع معايير التوزيع الطبيعي وأهمها التفلطح والالتواء. للتأكد عما إذا كانت الفقرات ذو توزيع طبيعي يجب أن تكون أقل من (٢) (Tabachnick & Fidell, ٢٠٠٧)، وكلما كانت أقل كلما كانت أفضل. للتأكد أيضاً من معايير ثبات الفقرات فإن أسلوب تحليل الثبات (Reliability) عن طريق كرونباخ ألفا يتم استخدامه للفقرات وأيضاً لعوامل النموذج ويجب أن يكون على الأقل (٠,٧٠) (J. Hair, Black, Babin, & Anderson, ٢٠١٠). ويعرف الثبات أنه مدى تناسق الفقرات في قياس المتغير أو المفهوم أو البعد. كما يقترح هير وزملاؤه (J. Hair et al., ٢٠١٠) إنه يتم حساب الارتباط التريبي لكل فقرة بالبعد أو المفهوم الكامن الذي يتم قياسه ويفضل أن يكون موجباً وعلى الأقل (٠,٢٠) (J. Hair et al., ٢٠١٠).

والجدير بالذكر، فقد استخدم برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (IBM SPSS Statistics ٢٥) للإجابة عن السؤال الأول المتمثل في تحديد ما إذا كانت الشركات العاملة في ليبيا تقوم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال التحليل الوصفي لبيانات الإفصاح الاجتماعي حسب التقارير المالية السنوية (بيانات ثانوية) مستقلة ومختلفة في طبيعتها عن بيانات المتغيرات المستقلة (العوامل المعرفية والخارجية) المستخدمة في الإجابة عن السؤال الثاني والثالث في الدراسة الحالية. فكما هو موضح في نموذج الدراسة هناك ست (٦) متغيرات مستقلة وهي (الإدراك بمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح، الوعي بالتعاليم الدينية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح، ثقافة

الشركة، القوانين والتشريعات المنظمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، ضغط وسائل الإعلام المختلفة التي تتعرض له الشركة لدفعها إلى الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية، مطالبات منظمات المجتمع المدني لتحمل الشركة مسؤوليتها الاجتماعية)، ومتغير تابع هو مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

٤،١١،٢ برمجية سمارت بي إل إس (SmartPLS)

تعتبر نمذجة المعادلة البنائية (SEM) مثالية لمعالجة مشكلات أبحاث الأعمال عند استخدام المتغيرات الكامنة التي لا يمكن ملاحظتها والتي يصعب قياسها (J. F. Hair, Henseler, Dijkstra, & Sarstedt, ٢٠١٤). وهناك العديد من الأساليب المتميزة لنظام SEM: الطريقة الأولى هي تطبيق SEM (CB-SEM) المستند إلى (التغاير) Covariance المطبق على نطاق واسع، وذلك باستخدام حزم برامج مثل AMOS و EQS و LISREL و MPlus. والطريقة الثانية هي المربعات الصغرى الجزئية (PLS)، والتي تركز على تحليل التباين ويمكن تنفيذها باستخدام PLS-Graph و VisualPLS و SmartPLS و WarpPLS. يمكن أيضاً استخدامه باستخدام وحدة PLS في حزمة البرامج الإحصائية "R" لمواجهة هذه الأساليب المختلفة لنمذجة المسار، يتعين على المرء أن ينظر في مزاياها وعيوبها لاختيار الأسلوب المناسب للدراسة (J. F. Hair et al., ٢٠١٤). وفيما يلي أهم المميزات التي دعت إلى استخدام برمجية سمارت بي إل إس (SmartPLS) كأسلوب لتحليل البيانات في الدراسة الحالية:

٤،١١،٢،١ مزايا استخدام برمجية سمارت بي إل إس

تم التحليل باستخدام برمجية سمارت بي إل إس (SmartPLS) وذلك للتطابق التام بين مزايا البرنامج وبين نموذج البحث الافتراضي النظري (العوامل المعرفية: الإدراك بمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح عنها، الوعي بالتعاليم الدينية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح، ثقافة الشركة، العوامل الخارجية: القوانين والتشريعات المنظمة للمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، ضغط وسائل الإعلام المختلفة التي تتعرض له الشركة لدفعها إلى الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية، مطالبات منظمات المجتمع المدني لتحمل الشركة مسؤوليتها الاجتماعية: المتغير الخارجي أو التابع: هو مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات بأبعاده الأربعة: الإفصاح في مجال المجتمع، الإفصاح في مجال البيئة، الإفصاح في مجال العاملين، و الإفصاح في مجال المنتج والمستهلك (العلاء).

المفاهيم الكامنة (Latent Variables) تشير إلى المفاهيم النظرية التي لا يتم قياسها مباشرة، بل بطريقة غير مباشرة عن طريق فقراتها وهي ترتبط وتقيس صلب النظرية في المجالات الإدارية والاقتصادية والاجتماعية والإنسانية. على سبيل المثال، في نموذج الدراسة هناك مفاهيم كامنة أو افتراضية وعددها ١١ مفهوماً وتتخذ الشكل البيضاوي أو الدائري ويتم دراسة كفاءتها عن طريق تمثيلها بفقراتها المجسدة لها. تلك المفاهيم لا يتم قياسها في برنامج (SPSS)، بل في برنامج سمارت بي إل إس. بالإضافة إلى أن برمجية سمارت بي إل إس تتفوق على عدة تقنيات إحصائية أخرى كتحليل الانحدار، والتحليل العائلي الاستكشافي وأنوفا وبرامج النمذجة الأخرى كأموس و ليزرل (J. F. Hair et al., ٢٠١٤).

برمجية سمارت بي إل إس تستخدم في تحليل النماذج المتطورة والمتقدمة (Advanced Models) والتي تشمل عدة متغيرات مستقلة أو خارجية (Exogenous Variables) مع متغير تابع أو داخلي (Endogenous Variables) ذو أبعاد ثلاثية أو رباعية فأكثر كما هو الحال في نموذج الدراسة الحالية

(انظر شكل رقم ٤-٢). برمجية سمارت بي إل إس أيضًا تحلل النموذج بطريقة شاملة ووافية بحيث يبدأ من الفرضيات الإحصائية ثم النموذج القياسي ثم مرحلة الفرضيات النظرية وهذا ما تم إجراؤه في تحليل نموذج البحث الحالي.

#### ٤٤١١،٢،٢ النموذج القياسي Measurement Model

ويقصد به دراسة الارتباطات بين عوامل نموذج البحث ودراسة التشعبات أو الارتباطات بين الفقرات والعوامل التي تمثلها. حيث يتوجب هنا النظر إلى المفاهيم الكامنة أو النظرية كمتغيرات مستقلة أو داخلية، بينما فقراتها التي تمثلها وتجسدها وتقيسها كمتغيرات تابعة أو داخلية. على سبيل المثال ثقافة الشركة متغير مستقل أو خارجي بينما فقراته متغيرات تابعة أو داخلية. مفهوم أو بعد ضغط وسائل الإعلام متغير مستقل خارجي وفقراته التي تمثله متغيرات تابعة أو داخلية. وهكذا بالنسبة إلى بقية عوامل النموذج النظري (العوامل المعرفية والخارجية على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات). أيضًا في هذا النموذج القياسي يتم دراسة الارتباطات بين المفاهيم الكامنة أو الأبعاد أو العوامل والتي ستموضع كفرضيات بين متغير مستقل أو خارجي والأخرى كمتغير تابع أو داخلي كما سيتم في النموذج البنائي. في هذا النموذج القياسي ليس هناك متغيرات مستقلة أو تابعة وإنما علاقات عامة لا يتم فيها تحديد المتغير المستقل أو التابع كما سيحدث في النموذج البنائي.

يهدف النموذج القياسي إلى التأكد من أدلة الصدق البنائي لجميع عوامل النموذج من جهة، وأيضًا فقرات النموذج من جهة أخرى. وينقسم إلى الصدق التقاربي (Convergent Validity) وصدق التمايز (Discriminant Validity) (Kline, ٢٠١٥). قبل الخوض في تلك الأدلة لابد من دراسة واختبار

مؤشرات تطابق النموذج أي مدى التلاؤم بين النموذج النظري الافتراضي وبين البيانات التي تم جمعها. وتعتمد مؤشرات تطابق النموذج في برمجية سمارت بي إل إس على مؤشر SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) (بواقي تربيع جذر المتوسط المعياري). ومؤشر RMS (Root Mean Square Residual) (بواقي تربيع جذر المتوسط). كلا المؤشرين يقومان على تحليل مصفوفة البواقي في النموذج المشبع (Saturated Model) والنموذج المقدّر (Estimated Model). وتبرز أهميتهما فيما لو كانت الاستبانة تحتوي على فقرات بمستويات متفاوتة كما هو الحال في هذه الدراسة فيصبح من الصعب تفسير RMR الأول يجب ألا يتجاوز (٠,٠٨) والآخر ألا يتجاوز (٠,١٠) (J. F. Hair et al., ٢٠١٤; Taylor & Geldenhuys, ٢٠١٩).

#### أ) صدق التقارب Convergent Validity

الصدق التقاربي يشير إلى مدى اشتراك الفقرات في قياس المفهوم الكامن المخصصة لقياسه. ويتأتى ذلك من خلال أدلة وأنواع الثبات وأهمها كرونباخ ألفا والثبات المركب (Composite Reliability) ومعامل ثبات رو للمتغير (Coefficient of Rho Factor) (J. F. Hair et al., ٢٠١٤). أيضاً نسبة التشبع والتي يفضل أن يكون مساوياً أو أعلى من (٠,٦٠) وكلما كانت أعلى يكون أفضل وكلما كانت أقل يتم حذفها والانتقال إلى النموذج المعدل. أيضاً للتأكد من صدق الثبات يتم فحص معيار متوسط التباين المستخلص (Average Variance Extracted -AVE) والذي هو عبارة عن تربيع التشبعات لفقرات المتغير ثم حساب المتوسط الحسابي لتربيع الفقرات. ويتوجب أن يكون على الأقل (٠,٥٠) وكلما كان أعلى كان أفضل (Fornell & Larcker, ١٩٨١a, ١٩٨١b). وإذا كان أقل يتم حذف الفقرات ذات التشبع الأقل من (٠,٥٠) والانتقال إلى النموذج القياسي المعدل (Modified or Prespecified Model) (Kline, ٢٠١٥).

وللحكم على الدلالة الإحصائية لأي علاقة، تم اختيار طريقة إعادة التعيين أو استنساخ العينة (Bootstrapping Estimation) واختيار عدد ١٠٠٠ لإعادة التعيين. ولفحص الدلالة الإحصائية لتلك التشعبات والارتباطات يتم الاعتماد على قيمة T الإحصائية (T-Statistics) وقيمة P الاحتمالية (P-Value). إذا كانت قيمة T الإحصائية مساوية أو أعلى من (١,٩٤٦) دلّ ذلك على الدلالة الإحصائية للعلاقة بين المتغير المستقل أو الخارجي وبين المتغير التابع أو الداخلي عند مستوى قيمة الدلالة الاحتمالية (٠,٠٥) فأقل (J. F. Hair et al., ٢٠١٤).

### ب) صدق التمايز Discriminant Validity

يشير إلى مدى تمايز مفاهيم أيّ ارتباط واختلاف تلك المفاهيم معاً وفي نفس الوقت. لا يتطلب أن تكون الارتباطات بين مفاهيم النموذج عالية وكلما كانت أقل كلما كانت أفضل. للتأكد من صدق التمايز تم تطبيق معيارين وهما معيار فورنيل-لازركر وأيضاً التشعب التقاطعي (Cross Loading). لحساب المعيار الأول يتم إيجاد الارتباط بين عوامل أو مفاهيم النموذج، ثم تربيعةا ويطلق عليها التباين المشترك (Shared Variance). يتم مقارنة متوسط التباين المستخلص بالتباين المشترك فإذا كان الأول لجميع عوامل النموذج أعلى من التباين المشترك لكل علاقات عوامل النموذج دلّ ذلك على صدق التمايز أو تحقق معيار فورنيل-لازركر لصدق التمايز (Fornell & Larcker, ١٩٨١a, ١٩٨١b). وهذا يعني أنّ فقرات كل متغير تقيس نفس المتغير بدرجة أعلى من قياس عوامل أخرى أو بالأحرى الارتباطات بين تلك العوامل.

في التشعب التقاطعي يشير إلى أن فقرات المتغير الذي تمثله أعلى من حيث الارتباط أو التشعب من ارتباطها أو تشعبها بالعوامل الأخرى في نفس نموذج الدراسة. فإذا كانت فقرات متغيرٍ ما أعلى في التشعب من ارتباطها بالعوامل الأخرى دلّ ذلك على صدق التمايز. وهذا يعني أنّ تلك الفقرات محصورة في ذلك المتغير وتمثله فقط دون غيره. فإن وجدت فقرة أعلى في ارتباطها من متغيرها بمتغيرٍ آخر دلّ على ضعف

التمييز، وبالتالي إما حذفها أو نقلها إلى ذلك المتغير أو الاحتفاظ بها مع تبرير نظري قوي ( J. F. Hair )

(et al., ٢٠١٤).

٤٠١١،٢،٣ النموذج البنائي التركيبي Structural Model

يتناول هذا النموذج البنائي مباشرةً دراسة وفحص فرضيات النموذج بشكل شامل. في نموذج الدراسة كانت تلك الفرضيات كالآتي:

الفرضية الرئيسة الأولى: يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بالعوامل المعرفية المتعلقة بمديري تلك الشركات.

ولاختبار هذه الفرضية تم صياغة الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بمستوى إدراك مديري الشركات لمفهوم وأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

الفرضية الفرعية الثانية: يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بمستوى وعي مديري الشركات بالتعاليم الدينية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح.

الفرضية الفرعية الثالثة: يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بثقافة الشركة.

الفرضية الرئيسة الثانية: يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بعوامل خارجية.

ولاختبار هذه الفرضية تم صياغة الفرضيات الفرعية التالية:

**الفرضية الفرعية الأولى:** يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بوجود قوانين وتشريعات منظمة للمسؤولية الاجتماعية.

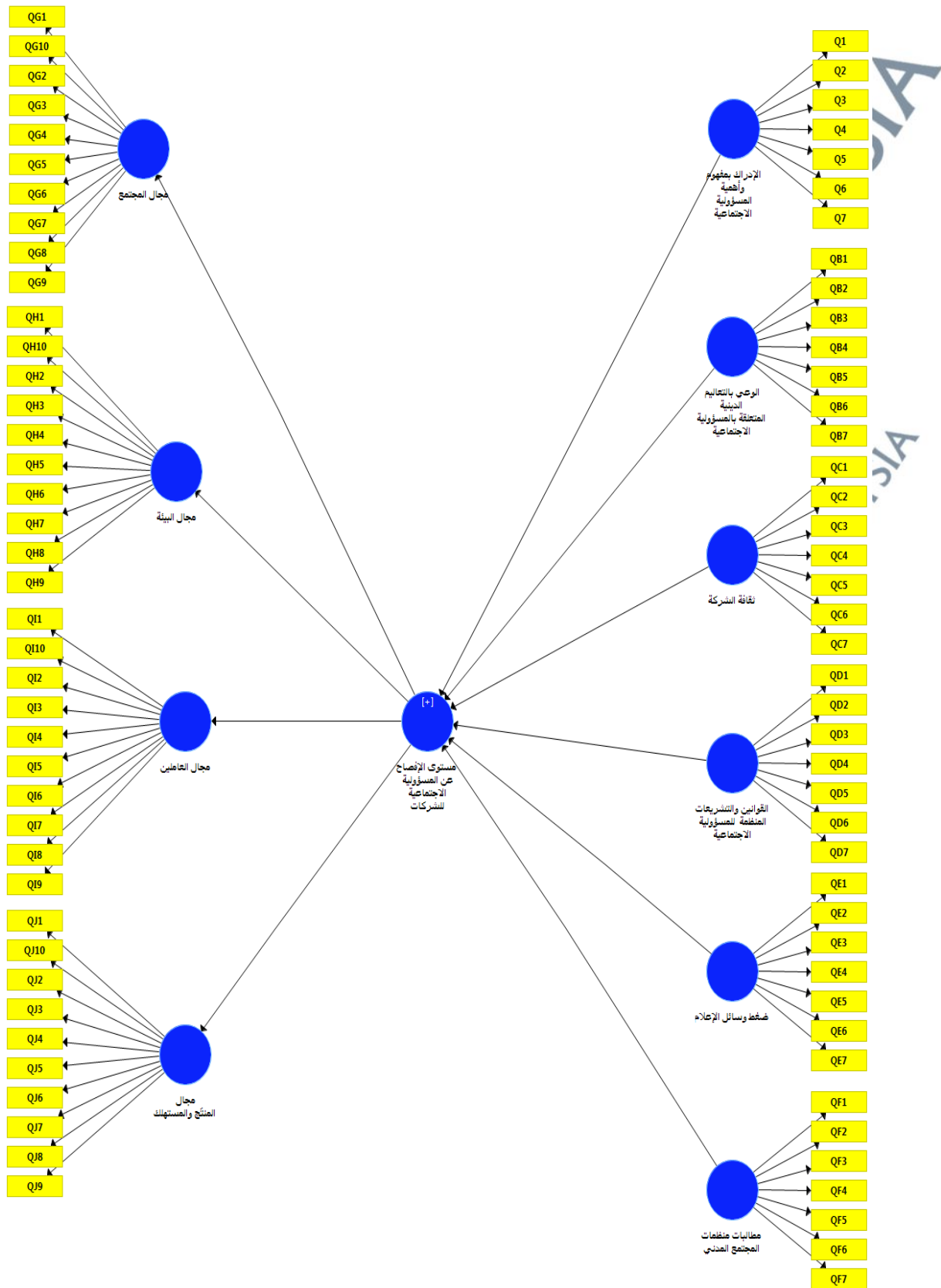
**الفرضية الفرعية الثانية:** يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بضغط وسائل الإعلام.

**الفرضية الفرعية الثالثة:** يتأثر مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا إيجاباً بوجود مطالبات لمنظمات المجتمع المدني.

الرسم البياني ٣،٤ يوضح تلك الفرضيات على نموذج الدراسة النظرية. كما تم ذكره سابقاً، لفحص الدلالة الإحصائية لتلك الفرضيات يتم الاعتماد على قيمة T الإحصائية (T-Statistics) وقيمة P الاحتمالية (P-Value). إذا كانت قيمة T الإحصائية مساوية أو أعلى من (١,٩٤٦) دل ذلك على الدلالة الإحصائية للعلاقة بين المتغير المستقل أو الخارجي وبين المتغير التابع أو الداخلي عند مستوى قيمة الدلالة الاحتمالية (٠,٥٠) فأقل. يتم بعد ذلك توضيح قيمة مسار العلاقة أولاً ثم مدى التأثير عن طريق حاصل ضرب تلك القيمة بنفسها ويسمى حجم الأثر. يُعتبر أقل من المتوسط إذا كان أقل من (٠,٢٠) بعد الحصول والتأكد من دلالة العلاقة أو الفرضية ويُعتبر جيداً إذا كان أعلى من (٠,٢٠). معامل التحديدات (Coefficients of Determination) أو حجم الأثر (Effect Size) أو الارتباط التربيعي (R Squared) يعكس مدى تأثير المتغيرات المستقلة أو الخارجية على المتغير التابع أو الداخلي (Cohen, ١٩٨٨).

وفي الدراسة الحالية تأثير العوامل المعرفية (الإدراك بمفهوم وأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح عنها، الوعي بالتعاليم الدينية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والإفصاح، ثقافة الشركة)

والعوامل الخارجية (القوانين والتشريعات المنظمة للمسؤولية الاجتماعية، ضغط وسائل الإعلام المختلفة التي تتعرض له الشركة لدفعها إلى الالتزام بمسئوليتها الاجتماعية، مطالبات منظمات المجتمع المدني لتحمل الشركة مسؤوليتها الاجتماعية) على المتغير التابع (مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات). يعتبر معامل التحديدات ذو قيمة مثالية عالية إذا كان أعلى من (٠,٦٠). الملائمة أو الصلة التنبؤية ( Predictive Relevance) من خلال تحليل الوفرة (QSquare) وتحليل الشبوع (f Square) لمفاهيم النموذج يعكس قوة نموذج الدراسة وبالتالي النظريات التي يعبر عنها إن كان أكبر من القيمة الصفرية (٠,٠) (J. F. Hair et al., ٢٠١٤).



الرسم البياني ٣، ٤: يوضح المتغيرات المستقلة والمتغير التابع وأبعاده الأربعة في نموذج الدراسة.

## ٤،١٢ ملخص الفصل الرابع

تم في هذا الفصل عرض الأساليب العلمية المتبعة للتحقق من فرضيات الدراسة والإجابة على أسئلة الدراسة الممثلة للمشكلة البحثية، حيث تم تحديد الأساليب والإجراءات العلمية المتبعة سواءً في جمع البيانات من مجتمع الدراسة والمنهجية التي تم اتباعها في هذه الدراسة والتعريف بمجتمع الدراسة وكيفية اختيار العينة ويبرر الإجراءات وطريقة جمع البيانات المستخدمة والأسلوب الإحصائي الذي استخدم لتحليل البيانات المجموعة لمعرفة العلاقة بين العوامل المستقلة المقترحة ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.