

الفصل الأول

الفصل التمهيدي

١،١ المقدمة

انضمت هذه الدراسة إلى الدراسات القليلة في البيئة النامية والليبية بوجه التحديد لتساهم في حل المشاكل المرتبطة بعملية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وذلك من خلال قياس مستوى إفصاح الشركات العاملة في ليبيا، ومدى تأثير العوامل المعرفية على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا وقياس مدى تأثير العوامل الخارجية على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد تناول هذا الفصل شرح لمشكلة الدراسة وأهميتها والمنهجية المتبعة وحدود وهيكلية الدراسة واستهل بعرض خلفية الدراسة.

١،٢ خلفية الدراسة

إن المشاكل الاجتماعية والبيئية المتزايدة والتي صاحبت التطور العلمي والتكنولوجي، دعت إلى ضرورة البحث عن الحلول العلمية لهذه المشاكل من جهة، والاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية لشركات الأعمال من جهة أخرى، وهذا يتطلب تغيير النظرة نحو الشركات وعدم حصر نشاطها من الناحية الاقتصادية فقط، بل يجب أن تمتد هذه النظرة لتشمل التفكير بما يمكن أن تؤديه تجاه المشاكل الاجتماعية والبيئية داخل المجتمع المحلي الذي يوفر لها متطلبات البيئة الاقتصادية الصحيحة، فالمحاسبة التقليدية لا تعكس حاجات وأولويات المجتمع، فلا تفصح الشركة عادة عن تلوث البيئة، أو البطالة، أو ظروف العمل غير الصحية أو

المشاكل الاجتماعية الأخرى، باستثناء التكاليف التي تتحملها الشركة مباشرةً (Hendrickson & Williams, ٢٠٠٤).

أخذت المحاسبة تتطور مع تطور العلاقة بين الشركة وأصحاب المصالح، ففي البداية كانت الوحدة الفردية التي يملكها صاحبها، والتي تجمع بين شخصيتها وشخصية الملاك، مما أدى إلى ظهور مفهوم الملكية المشتركة، ومع بدايات ظهور الشركات المساهمة، أصبحت الشركة لها شخصيتها الاعتبارية المستقلة عن ملاكها، أي أن الملاك لا يديرون الشركة، مما تخض عنه توكيل أطقم لإدارة الشركات، وفي المرحلة الأخيرة من التطور الذي ترافق 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, Al Shaar, & Zalloum, ٢٠١٤) جراء الآثار الاجتماعية، والبيئية التي تلحق بالمجتمع نتيجة أداء تلك الشركات (Hill, Fraser, & Cotton, ١٩٩٨).

وأصبح المحاسب معنياً بتحديد مدى التزام الشركة بمسؤولياتها الاجتماعية، فضلاً عن توفير المعلومات الملائمة عن التكاليف والمنافع الاجتماعية التي تتكبدها أو تقدمها الشركة، وبالتالي تحديد 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، وذلك من خلال صقل مهاراتهم والتعليم المستمر والاستعانة بالخبرات الأخرى في مجالات وتخصصات أخرى لدمج المعايير البيئية والاجتماعية والاقتصادية عند تقييم أداء الشركة، بالإضافة إلى تدعيم وتوسيع معارفهم بالتشريعات واللوائح الخاصة بمجال عمل الشركة. وتدعيم عمليات المساءلة والشفافية وإدارة المخاطر (Simnett, Vanstraelen, & Chua, ٢٠٠٩) الأمر الذي انعكس على مسؤوليات الإدارة

في صورة تحملها لنوعين من المسؤولية، الأولى تتمثل في تحقيق الرفاه الاقتصادي لملاك المشروع، أما الثانية فتتمثل في تحقيق الرفاه الاجتماعي (سمير، ١٩٩٠). وبذلك تطورت أهداف المحاسبة لتشمل تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للمنظمة والتي لها تأثير على فئات المجتمع (نور، ٢٠٠٠) و (Toms, ٢٠٠٢). وكذلك تقييم الأداء الاجتماعي للشركة وذلك من خلال تحديد ما إذا كانت إستراتيجية الشركة وأهدافها تتماشى مع الأولويات الاجتماعية من جهة، ومع طموح الشركة بتحقيق نسبة معقولة من الأرباح من جهة أخرى، وتمثل العلاقة بين أداء الشركات والرفاهية الاجتماعية (R. Gray & Bebbington, ٢٠٠٠). وأخيراً الإفصاح عن الأنشطة التي تقوم بها المنظمة والتي لها آثار اجتماعية (أثر قرارات الشركة على تعليم وصحة العاملين وعلى تلوث البيئة وعلى استهلاك الموارد)، ويظهر هذا الهدف ضرورة توفير البيانات الملائمة عن الأداء الاجتماعي للشركة عن مدى مساهمتها في تحقيق الأهداف الاجتماعية، وأيضاً إيصال هذه البيانات للأطراف المستفيدة الداخلية والخارجية على حد سواء من أجل ترشيد القرارات الخاصة والعامة المتعلقة بتوجيه الأنشطة الاجتماعية وتحديد النطاق الأمثل لها سواء من وجهة نظر المستخدم أو من وجهة نظر المجتمع، ويرتبط هذا الهدف بوظيفة الاتصال المحاسبي (Ball, Owen, & Gray, ٢٠٠٠)، (Burchell, Clubb, Hopwood, Hughes, & Nahapiet, ١٩٨٠). كل ذلك أدى إلى ظهور مفهوم ما يسمى المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، والذي يهدف إلى أن الشركة يجب أن لا تكتفي باستغلال الموارد المتاحة لها بما يخدم أهدافها الاقتصادية، بل أن مسؤوليتها تمتد إلى مواجهة المتطلبات الاجتماعية أيضاً، فإكتساب ثقة الجمهور ورضا المستهلكين يساعد في خدمة أهداف الشركة، وعلى هذا الأساس فلا بد للشركة أن تساهم في تحقيق رفاهية المجتمع عن طريق تحسين الظروف البيئية والحد من الآثار السلبية التي يسببها نشاطها للبيئة المحيطة عن طريق تقليص التلوث وتحقيق التنمية الاقتصادية، كما أن رعاية شؤون العاملين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية لهم والاستقرار النفسي سيجعل منهم أكثر إنتاجية من خلال تنمية

قدراتهم الفنية والإنتاجية وتوفير الأمن الصناعي والرعاية الصحية والاجتماعية لهم وهذا ما سينعكس بالضرورة على تحسين نشاط الشركة (نور, ٢٠٠٠). كما أنّ انخراط الشركات في المسؤولية الاجتماعية سيساهم في تحسين الأداء، وتعزيز صورة علامتها التجارية و سمعتها، وزيادة الربحية، وزيادة القدرة على الجذب و الاحتفاظ بالموظفين الحاليين والتي ستؤدي في النهاية الى تميّز الشركة عن منافسيها (Deegan, ٢٠٠٢).

وبالتالي، تزيد من قيمتها ومكانتها، ومن ثم قبولها في المجتمع ومنح رخصة لعمل الشركة، و سيفضّل أفراد المجتمع منتجاتها و خدماتها، وإذا ما فشلت الشركات في ضمان التزامها بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية فسوف يؤثر ذلك على سمعتها، و سيقاطع المستهلك منتجاتها، الأمر الذي سيقود إلى إغلاق الشركة، وبالتالي فقدان "رخصة للعمل" داخل المجتمع (Nasir, Halim, Sallem, Jasni, & Aziz, ٢٠١٥).

وهناك جدل حول العوامل التي تدفع الشركات نحو الالتزام بالإفصاح عن مسؤولياتها الاجتماعية، فالبعض يرى أنّها عوامل ترتبط بخصائص الشركات، وعوامل ترتبط بالبيئة المحيطة، وعوامل ترتبط بثقافة الشركة (Klumpes, McKee, Atun, & Tang, ٢٠١١). ونتيجة لذلك، زاد الاهتمام الأكاديمي حول الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للشركات إلى حد كبير (Salama, ٢٠٠٩). إلا أنّ معظم الدراسات التي أجريت حول المسؤولية الاجتماعية للشركات كانت ولا زالت في سياق الدول المتقدمة مثل أوروبا الغربية، والولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا (El Ghouli, ٢٠٠١; Belal, ٢٠١١). بخلاف ما هو قائم في الدول النامية وبالأخص ليبيا (Guedhami, Kwok, & Mishra, ٢٠١١). بالرغم من وجود عدد كبير من الشركات العاملة في الصناعات الحساسة بيئياً وطنية وأجنبية (Zubek, ٢٠٠٨; Akeel, ٢٠١٣). وعلى الرغم من إصدار قوانين تلزم الشركات العاملة في ليبيا تطبيق المسؤولية الاجتماعية إلا أنّ تطبيق الشركات يظلّ ضعيفاً من حيث الكم والكيف مقارنةً

بالشركات في الدول المتقدمة (Al-Drugi & Abdo, ٢٠١٢b) ومع ضعف الاهتمام بهذا الجانب من قبل الدراسات، أيضا اقتصر تركيزها على محاولة توصيف ممارسات الإفصاح في البيئة الليبية دون التطرق إلى الأسباب التي لها دور في قبول مفهوم هذا النوع من الإفصاح في الشركات العاملة في ليبيا.

١،٣ مشكلة الدراسة

على الرغم من أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ظهر منذ أربعة عقود (Fifka, ٢٠١٣) إلا أن هناك العديد من المشاكل المرتبطة بعملية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات كعدم وجود معايير واضحة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات، وصعوبة قياس المسؤولية الاجتماعية للشركات (Abouzkeh & Kamla, ٢٠١٢; Bartkus & Morris, ٢٠١٥). وعلى الرغم من تعدد الدراسات السابقة التي ناقشت ودرست الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية إلا أن تلك الدراسات تركزت في الدول المتقدمة (Al-Gamrh & Al-dhamari, ٢٠١٦; El Ghouli et al., ٢٠١١). وأما ما يخص البيئة الليبية والتي يعتمد اقتصادها بصورة كبيرة على تصدير النفط وتصنيع الإسمنت، وهذا النوع من الصناعة له تأثير مباشر على البيئة، إلا أن موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لم يحضَ بقدرٍ كافٍ من الدراسة على الرغم من المطالبات المتكررة حول هذا الموضوع (Abouzkeh & Kamla, ٢٠١٢; Ibrahim, ٢٠١٥). نظراً لأهميته البالغة باعتباره الطريق لتوصيل المعلومات لمتخذي القرارات. (Pratten & Mashat, ٢٠٠٩) وحتى مع وجود عدد من الدراسات السابقة التي تطرقت إلى المسؤولية الاجتماعية في ليبيا على سبيل المثال لا الحصر: (Pratten & Mashat, ٢٠٠٩; Nassr; Saleh Mohamad Ahmad & Mousa, ٢٠١١).

٢٠١٣, Eljayash, Kavanagh, & Kong). إلا أن هذه الدراسات حاولت توصيف ممارسات الإفصاح

في البيئة الليبية (٢٠٠٨, Zubek; ٢٠١٢b, Al-Drugi & Abdo).

وعلى الرغم من إصدار القانون رقم ٢٠٠٣/١٥ بشأن حماية وتحسين البيئة (البرلمان، ٢٠٠٣)،
و القانون رقم (٩٣) لسنة ١٩٧٦م بشأن الأمن الصناعي والسلامة العمالية (وزارة العدل، ١٩٧٦)،
اللذان يحددان صراحةً مسؤولية الشركات عن حماية البيئة المحيطة وسلامة الموظفين، وقرار مجلس الوزراء رقم
(٥٩) لسنة ٢٠١٢م الذي يُنص في مادته (١١) على مهام إدارة التفتيش وحماية المستهلك، الذي يحد
من عمليات الغش والتقليد في المنتجات الموجودة في السوق الليبي ومعاقبة المتسبب مع تعويض المتضررين
(وزارة الاقتصاد، ٢٠١٢). إلا أن تطبيق الشركات ما يزال ضعيفاً من حيث الكم والكيف (Abouzkeh
; ٢٠٠٩, Pratten & Mashat, ٢٠١٥; Ibrahim, ٢٠١٢; & Kamla).

وبامتلاك ليبيا لأحد أكبر احتياطات مؤكدة من النفط في أفريقيا نحو ٤٦٤٠٠٠٠٠٠٠٠ برميل
وعلى مقربة من ٥٥ ترليون قدم مكعب من احتياطات الغاز الطبيعي، يجعلها من بين أكبر عشر منتجين
عالمياً على الرغم من أن ٢٥٪ فقط من الأراضي الليبية تم استكشافها حتى الآن (El Kailani, ٢٠١٢).
في المقابل فإن المجتمعات المحلية التي تمثل سكان المدن والقرى المحيطة بمواقع استخراج النفط تعيش في ظروف
بيئية واجتماعية وأمنية واقتصادية استثنائية صعبة، وهي تطالب بمزيد من الحقوق على الصناعات
الاستخراجية (El Kailani, ٢٠١٢).

إضافة إلى أن ليبيا خلال هذه السنوات تمر بتحديات كبيرة كالفقر، وانخفاض مستوى المعيشة
لكثير من فئات المجتمع الليبي خصوصاً ذوي الاحتياجات الخاصة، والبطالة، مع ارتفاع عدد النازحين
داخلياً في ليبيا بـ أكثر من ٣٠٠,٠٠٠ شخصاً منذ اندلاع الحرب في ٢٠١١ حتى يوليو ٢٠٢٠ وفقاً
للمنظمة الدولية للهجرة (منظمة حقوق الانسان، ٢٠٢٠). وهذه أمور ظلت لفترة طويلة من الزمن من

مسؤوليات الحكومات. ممّا يؤكد على أهمية إقامة شراكات بين الحكومة والشركات في القطاعات المختلفة لتجاوز هذه التحديات.

الأمر الذي يجعل من موضوع الدراسة بالغ الأهمية، ويجعل من مشكلة انخفاض مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات أحد المواضيع الجديرة بالبحث والدراسة.

فقد أجمعت الدراسات على ضعف مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في ليبيا، دون التّطرق إلى الأسباب التي لها دور في قبول مفهوم هذا النوع من الإفصاح في الشركات الليبية (Elmogla, Cowton, & Downs, ٢٠١٥).

فالدراسات السابقة لم تولي اهتماماً بالعامل الديني على الرغم من أهميته في تشكيل وجهات النظر حول العلاقة بين البشر والبيئة والمجتمع (Hope & Jones, ٢٠١٤). كما يساهم هذا العامل في تفسير ممارسات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في كثير من الدول النامية المسلمة (Aldosari, ٢٠١٧). فإن إبراز دور هذا العامل من شأنه أن يساهم في تحسين مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في ليبيا، من خلال اعتماد التدابير اللازمة من قبل الهيئات المهنية والأكاديمية والشركات على حد سواء.

لذا ستحاول هذه الدراسة أن تبحث في العوامل المؤثرة على الإفصاح بصورة مختلفة، من خلال دراسة العوامل التي من شأنها أن تساهم في قبول مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في ليبيا ممّا قد يحسّن من مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في ليبيا، وذلك باختبار مجموعة من العوامل المختارة. ولتسهيل عملية الاختبار فقد قسّم الباحث هذه العوامل إلى (عوامل معرفية وأخرى خارجية) تمثلت العوامل المعرفية في (مستوى الإدراك لمفهوم وأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ومستوى الوعي بالتعاليم الدينية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات

والإفصاح، وثقافة الشركة). أما في ما يخص (العوامل الخارجية) فتم اختيار مجموعة من العوامل التي يراها الباحث ذات أهمية بناءً على الدراسات التي أجريت في الدول النامية وفي ليبيا، كوجود المعايير المحاسبية وكذلك وجود تشريعات وقوانين ملزمة و وجود ضغط من وسائل الإعلام و وجود مطالبات لمنظمات المجتمع المدني، بالإضافة إلى إن هذا الإجماع على ضعف مستوى الإفصاح قد يشير إلى وجود عوامل أخرى لم يتم التطرق لها وقياسها أيضاً ربما أنّ هناك مشكلة تتعلق بطرق البحث المتبعة في الدراسات السابقة، لذلك استخدمت هذه الدراسة طريقتين في جمع البيانات وهي استخدام الاستبانة واستخدام أسلوب تحليل المحتوى، إضافة إلى استخدام برمجية المعادلة البنائية بالمربعات الصغرى (smartPLS) كأسلوب مغاير للدراسات السابقة التي أجريت في ليبيا، لعله يساعد على تحديد العوامل الحقيقية المؤثرة في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا. لذا فإن مشكلة الدراسة تكمن في الإجابة على الأسئلة التالية:

٤، ١ أسئلة الدراسة

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

١،٥ أهداف الدراسة

تأتي هذه الدراسة لتقدّم 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 العاملة في ليبيا، 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 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.

١،٦ أهمية الدراسة

إن الشركات يجب أن يكون لها دور متميز على المستوى المجتمعي، وأن تتبنى الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، وعدم تركيز اهتمامها فقط بتحقيق معدلات ربح مرتفعة وإهمال المجتمع التي تعمل فيه، وذلك انطلاقاً من التزامها بتعاليم ديننا الحنيف، ويأتي الإفصاح عمّا تقوم به هذه الشركات في مجال المسؤولية الاجتماعية وإسهاماتها الحالية والمستقبلية أحد الجوانب المهمة والجديرة بالدراسة والتحليل لما لذلك من أثر في تقييم الأداء الاجتماعي للشركة وتحقيقاً لأهدافها وتعزيزاً لسمعتها مع الاهتمام بالمجتمع ورفاهيته.

قبل الحرب في عام ٢٠١١ كان الاقتصاد الليبي سريع النمو خصوصاً في السنوات العشر الأخيرة مقارنة مع غيرها من الاقتصادات الناشئة (Aljifri, ٢٠٠٨)، ونظراً لأن قطاع النفط هو المصدر الرئيس للنمو فلا يزال أداؤه يتأثر بشدة بالأوضاع الأمنية، وخاصة حول حقول ومنشآت النفط الرئيسة. وقد سمح تحسن الأوضاع السياسية والأمنية خلال النصف الثاني من عام ٢٠١٧ من زيادة الإنتاج بشكل كبير فوق مليون برميل في المتوسط خلال ٢٠١٧-٢٠١٩. ونتيجة لذلك، بلغ نمو إجمالي الناتج المحلي الحقيقي في المتوسط ٢١٪ خلال ٢٠١٧-٢٠١٨ (البنك الدولي، ٢٠٢٠)، وأوضح أن الناتج المحلي الإجمالي لعام ٢٠١٩ سيشهد نمواً بمعدل ٤٪ في حالة ارتفاع إنتاج النفط في المتوسط ١,١ مليون برميل يوميا، و ٦٪ خلال عام ٢٠٢٠، وفي المتوسط ١,٣٪ خلال عامي ٢٠٢١ و ٢٠٢٢، مضيفاً أن نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي سيرتفع ٦٤٪ عن مستوى عام ٢٠١٠، ما يعطي بارقة تفاؤل لاقتصاد ليبيا (البنك الدولي، ٢٠١٩). مما يزيد من أهمية المعلومات الصادرة من الشركات العاملة في قطاع النفط والغاز.

إنّ اتخاذ ليبيا خطوات كبيرة في مجال الإصلاح الاقتصادي، وتحسين مناخ الاستثمار، وجذب الاستثمارات المحلية والإقليمية والأجنبية المباشرة، وبالإضافة إلى إنشاء سوق الأوراق المالية الليبي استعداداً للانفتاح على العالم (ADB, ٢٠١٤)، كل تلك الأسباب تدعو الشركات العاملة في ليبيا إلى التعلّم من تجارب الشركات الدولية والبدء في الإفصاح عن معلومات حول المسؤولية الاجتماعية للشركات في تقاريرها السنوية لجذب المزيد من المستثمرين الأجانب، إلا أن الدلائل تشير إلى انخفاض مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في ليبيا (Al-Drugi & Abdo, ٢٠١٢b; Bayoud, Kavanagh, & Slaughter, ٢٠١٢a).

وعلى الرغم من تعدد الدراسات حول هذا الموضوع، إلا أن هذه الدراسات لم تدرس العوامل التي من شأنها أن تساهم في قبول مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في ليبيا ممّا قد

يحتسّن من مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات العاملة في ليبيا، من هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في إلقاء الضوء على مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمجالات التي يشملها، ومعرفة أسباب تديّي مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا لكي يكون بالإمكان التغلب عليها ومعالجتها.

تحاول الدراسة إيجاد أوجه الاتفاق بين النظريات العلمية المفسرة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأدب المحاسبي وما جاءت به الشريعة الإسلامية من تعاليم إثمًا من باب الوجوب أو الاستحباب والتي تهتم بالجانب الروحي والأخلاقي دون أن تهمل الجانب المادي. إن هذه الدراسة ستحاول الاستفادة من التكامل والقوة التي تتميز بها الأساليب الكميّة لتحقيق فهم كامل للظاهرة قيد الدراسة (Ivankova, Creswell, & Stick, ٢٠٠٦)، فمن المتوقع أن البيانات التي سيتم الحصول عليها من خلال صحيفة الاستبيان جنباً إلى جنب مع البيانات التي سيتم جمعها من خلال أسلوب تحليل المحتوى للتقارير السنوية للشركات العاملة في ليبيا ستوفر اتساعاً في فهم الأسباب الحقيقية المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا خاصة فيما يتعلق بدراسة العوامل المعرفيّة، فإن هذه الطريقة تحسّن الثّقّة في النتائج وتمكّن من الجمع بين خصوصية ودقة البيانات الكمية، و القدرة على تفسير الخصوصيات والتصورات المعقدة (Zamanou & Glaser, ١٩٩٤).

إن هذه الدراسة سوف تساعد الشركات في ليبيا في فهم دور الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعزيز أداء الإدارة السليمة للشركات وبالتالي فإن نتائج هذه الدراسة يمكن أن تساهم في تحسين الشفافية ومستوى الإفصاح في التقارير السنوية للشركات العاملة في ليبيا بشكل عام والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات على وجه الخصوص. إن نتائج هذه الدراسة من المتوقع أن توفر معلومات هامة لإدارة

الشركات المدرجة في السوق المالي الليبي، والوكالات الحكومية والمحللين الماليين والباحثين، والمستثمرين المحليين والأجانب المحتملين، لمساعدتها على تقييم مستوى الشفافية وكمية المعلومات المتاحة عن الشركات المدرجة فيما يخص الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

من المتوقع أن تساعد هذه الدراسة مديري الشركات في اتخاذ قرار مستنير يقود إلى الانخراط في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال الاهتمام بالعوامل الشخصية لكبار الموظفين عند التوظيف، وبما أنّ عملية إعداد التقارير تعتمد اعتماداً كبيراً على المشاركة البشرية، والحكم الشخصي (P. ٢٠٠٥، C. Douglas & Wier) والتي يمكن أن تتأثر بالقيم، وخلفية الشخص من المعلومات الأساسية والدين والتعليم واللغة والثقافة (Chang, ٢٠٠٣). فيمكن أن تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدب المحاسبي في الدول الإسلامية التامة وبالأخص ليبيا في موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تناول متغير الوعي الديني على اعتبار أن الدين الإسلامي يحث على المسؤولية الاجتماعية وعمل الخير كما يحث على الشفافية والإفصاح والأمانة والصدق وهذا من شأنه أن يعزز من قبول الشركات للممارسات الاجتماعية والإفصاح عنها، وتفتح آفاقاً جديدة للباحثين في هذا المجال في المستقبل. كما أنّ مثل هذه الدراسة المصاحبة للتطور السريع الحاصل في ليبيا والتحول نحو اقتصاد السوق من شأنها أن تثير الانتباه على ضرورة اجراء تغييرات في المحاسبة. ووضع معايير محاسبية جديدة تساعد في هذا التحول، خاصة إذا ما اعتمد الاقتصاد الليبي بشكل كبير على الاستثمارات الأجنبية، وأصبحت المعلومات المحاسبية تميل إلى لعب دور أكثر أهمية في الاقتصاد.

إن وجود الشركات الأجنبية في ليبيا يتطلب فهم أفضل لتأثير الثقافات والعادات على إعداد التقارير السنوية للشركات بشكل عام والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل خاص فالفهم

الصحيح لدور الثقافة قد يساعد على تضييق الفجوة القائمة حالياً بين الشركات المحلية والشركات الأجنبية العاملة في ليبيا بشأن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من خلال محاولة فهم نقاط الاختلاف والتشابه الثقافي بين الشركات.

إن توقيت هذه الدراسة سيساعد على معرفة الشركات ذات المواطنة الصالحة والتي قامت بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه موظفيها ومجتمعها، وتسلط الضوء على التحديات التي تمر بها ليبيا خلال السنوات الأخيرة بسبب الحرب كالفقر، وانخفاض مستوى المعيشة لكثير من فئات المجتمع الليبي خصوصاً ذوي الاحتياجات الخاصة، والبطالة، وهذه أمور ظلت لفترة طويلة من الزمن من مسؤوليات الحكومات. مما يؤكد على أهمية إقامة شراكات بين الحكومة والشركات العاملة في ليبيا في كافة القطاعات والمجتمع المدني لتجاوز هذه التحديات.

وأخيراً، إن نتائج هذه الدراسة تقدم المساهمة للأكاديميين في هذا المجال في ليبيا، فضلاً عن واضعي السياسات العامة في هذا البلد من خلال إلقاء الضوء على ما يجب أن تقوم به الشركات تجاه البيئة والمواطن والمجتمع بشكل عام.

١،٧ منهجية الدراسة

تشير المنهجية إلى المنطق والافتراضات الفلسفية التي تقوم عليها دراسة معينة في حين أنّ الأسلوب تحديداً هو تقنية لجمع البيانات في ظل هذه الافتراضات الفلسفية (White, ٢٠٠٣). كما أن اتخاذ قرار بشأن منهجية الدراسة سيؤثر على الطريقة التي سيتم بها جمع البيانات وكيف (Gill & Johnson, ٢٠١٠). من هذا المعنى، تعد المنهجية جانباً رئيساً في الدراسات.

إن طبيعة هذه الدراسة (كمية) وقد قسّمت منهجية الدراسة إلى جانبين: جانب نظري، وآخر عملي بالنسبة للجانب النظري فقد اعتمد على المنهج الوصفي من خلال الاطلاع على الأبحاث والدراسات والرسائل العلمية والمجلات المتاحة في المكتبات أو المتوفرة على شبكة المعلومات الدولية التي تناولت موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، أما الجزء العملي يتركز على جانبين: الأول دراسة محتوى التقارير السنوية الصادرة عن الشركات الكبيرة العاملة في ليبيا لتحديد وقياس مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وستعتمد الدراسة طريقة حصر عدد الجمل لقياس حجم ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. أما الجانب الثاني للجزء العملي سيستند إلى إعداد صحيفة استبيان وتوزيعها على عينة الدراسة وهم مديري الشركات ومديري المالىين ومديري الإدارات في الشركات العاملة في ليبيا، وتحليل البيانات سيتم الاعتماد على حزمة الأساليب الإحصائية "SmartPLS" لاستخلاص العلاقات بين العوامل واختبار فرضيات الدراسة، ومن ثم عرض ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ووضع التوصيات والخلاصة.

١،٨ حدود الدراسة

الحدود المكانية: الشركات العاملة على الأراضي الليبية، العامة والخاصة، المسجلة في سوق الأوراق المالية الليبي وغير المسجلة.

الحدود الزمانية: غطت الدراسة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في ليبيا

لثلاث عشرة سنة مالية من ٢٠٠٥ إلى ٢٠١٧، وتمت الدراسة خلال فترة ٢٠١٨.

١،٩ مصطلحات الدراسة:

بما أنّ مصطلحات الدراسة تُعبر عن مفاهيم مُعيّنة، فمن المهم وضع تعريفات واضحة لها قبل الشروع في إجراءات الدراسة، فيما يلي أهم هذه المصطلحات:

الإفصاح (Disclosure): يقصد بالإفصاح على وجه العموم هو العلانيّة الكاملة بحيث يكون الشيء المفصّح عنه واضحاً ومعلومًا، أمّا في المحاسبة فيقصد به أن تُظهر القوائم المالية جميع المعلومات الرئيسة التي تمّ مستخدمي المعلومات والتي تساعدهم على اتخاذ القرارات بطريقة سليمة (الجعبري, ٢٠١٤).

المسؤولية الاجتماعية للشركات (Corporate Social Responsibility): عرفها الإتحاد الأوروبي ٢٠٠٢ على أنّها الاندماج الاجتماعي للشركات و الاهتمامات البيئيّة في عملياتها التجارية وتفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي (Silberhorn & Warren, ٢٠٠٧).

المصطلحات الأكثر شعبية ومرادفة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات: أخلاقيات الأعمال التجارية، مواطنة الشركات، والاستدامة أو التنمية المستدامة والإدارة البيئية للشركات، والأعمال التجارية والمجتمع، والأعمال التجارية والإدارة، الأعمال التجارية وإدارة أصحاب المصلحة (Carroll, ١٩٩٩).

الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (Corporate Social Responsibility Disclosure): تقارير محاسبية تتضمن الإفصاح عن سياسات وإجراءات الشركة فيما يتعلق بالمجتمع والبيئة والموظفين والموردين والعملاء، كما يمكن الإفصاح عن جملة من الأمور، كالتزامات ظروف العمل، واثبات النزاهة والصدق في التعامل مع الموردين، ومعايير خدمة العملاء، والمشاركة الخيرة في المجتمع، والنشاطات غير الاستغلالية في تطوير المجتمعات (Deegan & Unerman, ٢٠٠٦).

التقارير السنوية للشركات (Corporate annual reports): التقرير السنوي هو تقرير شامل عن أنشطة الشركة خلال العام المنصرم. تهدف التقارير السنوية إلى تزويد المساهمين والأشخاص المهتمين الآخرين بمعلومات حول أنشطة الشركة والأداء المالي.

القوانين والتشريعات (Laws and legislation): مجموعة القواعد العامة المجردة الملزمة الصادرة عن السلطة العامة المختصة في الدولة التي تبيح أو تحظر أو تنظم حق أو مجموعة حقوق.

ضغط وسائل الإعلام (Media pressure): التغطية الإعلامية ومتابعة نشاطات وأخبار الشركة من قبل الجلات، الصحف، الراديو، القنوات الفضائية، موقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر.

ضغط منظمات المجتمع المدني (Civil society organizations pressure): هي جمعيات ينشئها أشخاص تعمل وتمارس الضغط لنصرة قضية مشتركة. وهي تشمل المنظمات غير الحكومية، والنقابات العمالية، والمنظمات الخيرية، والمنظمات الدينية، والنقابات المهنية، ومؤسسات العمل الخيري. أما الميزة المشتركة التي تجمع بين منظمات المجتمع المدني كافة، فهي تتمثل باستقلالها عن الحكومة والقطاع الخاص.

أصحاب المصلحة (Stakeholder): هو الطرف الذي لديه مصلحة في الشركة ويمكن أن تؤثر أو تتأثر بالعمل، أصحاب المصلحة الأساسيون في الشركات هم الملاك المستثمرون والموظفون والعملاء والموردون. كما تشمل أصحاب المصلحة أيضاً المجتمع أو الحكومة والمنظمات.

الوعي (Awareness): الوعي كلمة تدلُّ على ضمِّ شيء. وفي قواميس اللغة العربية وَعَيْتُ الْعِلْمَ أَعِيهِ وَعَعِيًا، ووعَى الشيء والحديث يعيه وعياً وأوعاه: حَفِظَهُ وَفَهَمَهُ وَقَبَلَهُ، فهو واعٍ، وفلان أوعى من فلان أي أَحْفَظُ وَأَفْهَمُ.

الإدراك (perception): بصيرة ورشد، واستعمال القوَّة العقلية التي تعرف بها النَّفسُ الأشياءَ وتمييزها. معرفة في أوسع معانيها.

التعاليم الدينية (Religious teachings): هي مصدر التكليف بالمسؤولية الاجتماعية في الإسلام الذي يركز على الإيمان بالله سبحانه وتعالى، وضرورة الالتزام بالمنهج الذي رسمه لعباده في عمارة الأرض واستخلافه فيها. فالمسلم يرى أن مصدر التعاليم والأوامر والنواهي وتبيان الحلال والحرام هو الله سبحانه وتعالى.

ثقافة الشركة (Company Culture): هي مجموعة القيم والمعتقدات الثقافية الراسخة في المنظمة وتشكل أساساً لسياساتها (Schein, 1985).

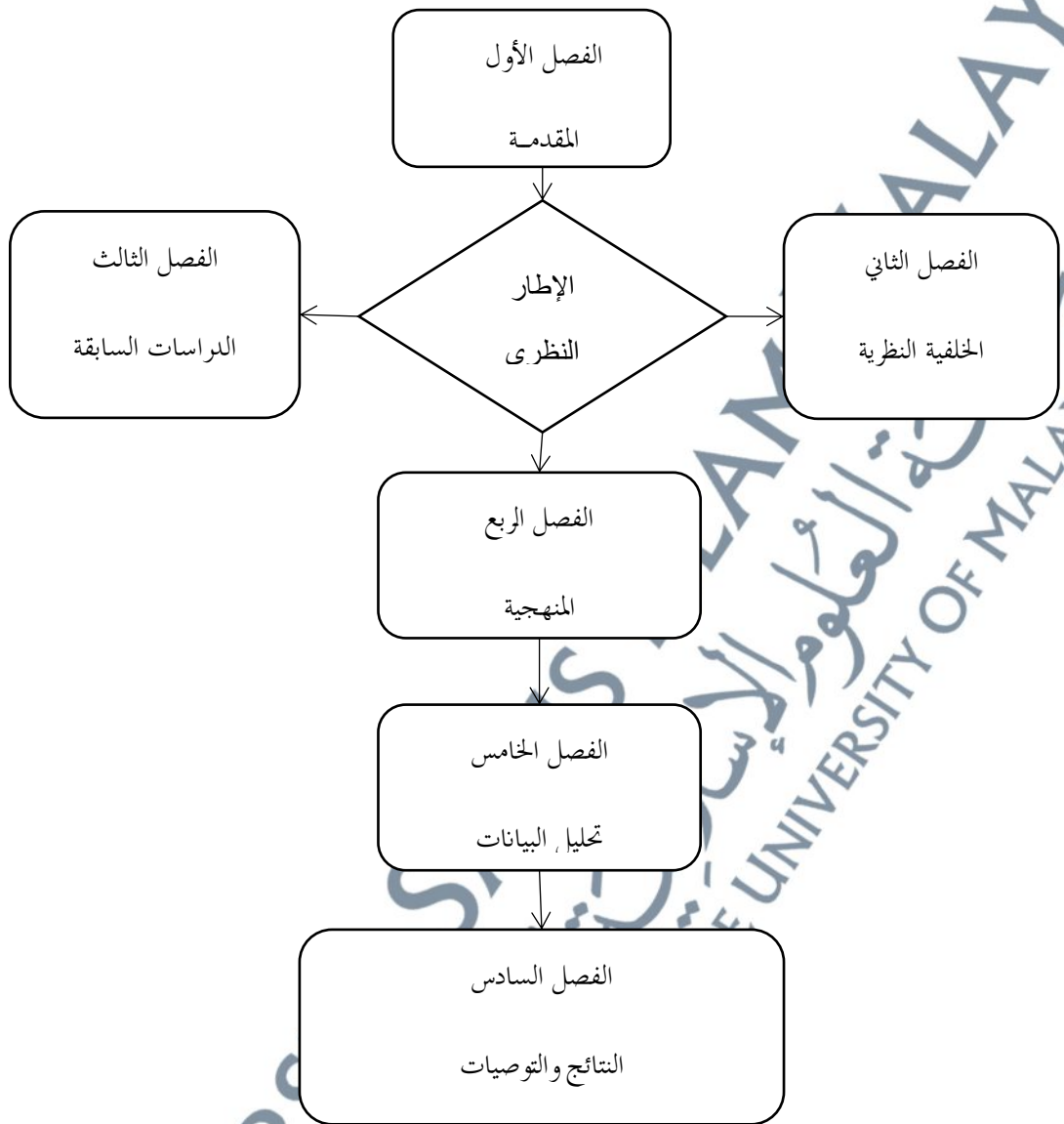
نظرية أصحاب المصلحة (Stakeholder theory): وفقاً لهذه النظرية، تتوقع هذه المجموعات "أصحاب المصلحة" من الشركة الإفصاح عن أنشطتها ولديهم حق ضمني على الشركة في أن تقدم معلومات عن كيفية تأثير الأنشطة التنظيمية عليها، حتى لو اختاروا عدم استخدام المعلومات، وحتى وإن كانوا لا يمكنهم القيام مباشرة بدور بناء في بقاء الشركة.

نظرية المشروعية (Legitimacy theory): تعتمد هذه النظرية على فكرة العقد الاجتماعي حيث الاتفاق بين الشركة والمجتمع بأن الشركة سوف تمثل للإجراءات الاجتماعية المنشودة والمتوقعة من قبل الجمهور، ولا تكون الشركة قد نجحت إلا إذا كانت تعمل ضمن هذه الحدود من التوقعات.

١٠،١٠ هيكلية الدراسة

للاوصول الى عرض جيد للدراسة فقد تم تقسيمها إلى ستة فصول كما هو مبين في الرسم ١٠،١. يتناول الفصل الأول خطة الدراسة حيث يُستهلّ بمقدمة تمهيدية عن موضوع الدراسة، ثم مشكلة الدراسة، وأهداف الدراسة، وأهمية الدراسة وحدود الدراسة وهيكلية الدراسة. أمّا الفصل الثاني فيحوي عرض

لخلفية الدراسة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والجذور التاريخية لها، وتناول مفهوم الإفصاح بشكل عام والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بشكل خاص، وكذلك النظريات المفسرة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وعرض لواقع البيئة الاقتصادية والمحاسبية والسياسية والقانونية في ليبيا التي تمثل الأرضية التي يمكن أن تساعد على الممارسة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في ليبيا. ثم الفصل الثالث الذي خصّص للدراسات السابقة في موضوع الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الدول المتقدمة والدول النامية والدراسات التي أجريت في بلد الدراسة (ليبيا) ومناقشة الفجوة الأدبية. أما الفصل الرابع اهتم بعرض منهجية الدراسة حيث تم فيه تحديد منهج الدراسة وطرق جمع البيانات ومجتمع الدراسة والعينة من هذا المجتمع. أما الفصل الخامس يناقش تحليل البيانات واختبار الفرضيات، ثم أخيراً الفصل السادس الذي خصّص لعرض نتائج الدراسة مع التوصيات والمقترحات.



الرسم البياني ١،١: يبين الهيكل العام للدراسة