



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا

د. محمد الطيب علي الشريف

قسم المحاسبة /كلية الاقتصاد والعلوم السياسية / صرمان / جامعة صبراتة

mahicq@gmail.com

د. خالد البشير محمد أحمد

قسم المحاسبة /كلية الاقتصاد والعلوم السياسية / صرمان / جامعة صبراتة

khaid1976ly@gmail.com

ملخص الدراسة:

ناقشت هذه الدراسة مدى إدراك أهمية استخدام أساليب المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في البيئة الليبية، حيث هدفت إلى معرفة الدور الذي تقوم به المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك.

وقد استخدم الباحثان أسلوب الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، حيث تم استطلاع رأي عينة عشوائية من (موظفي مراقبة الاقتصاد، وموظفي بعض الشركات) ببلدية الزاوية، بالإضافة إلى عينة من أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد/ جامعة صبراتة، وقد تم استخدام اختبار (T.test) لعينة واحدة كأسلوب للتحليل الإحصائي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية، ويساهم إصدار قوانين وتشريعات في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك، وتطوير المنتج بالشكل الذي يلبي حاجات المستهلكين.

وعليه فقد أوصت الدراسة بإصدار قوانين وتشريعات تتعلق بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة، وإقامة تفاعل بين الشركات التابعة لوزارة الاقتصاد مع البيئة الليبية للمساهمة في حماية المستهلك.

الكلمات المفتاحية: المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، حماية المستهلك، مراقبة الاقتصاد.



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



الإطار العام للدراسة ومناقشة الدراسات السابقة:

1_ مقدمة الدراسة:

يعتبر علم المحاسبة من العلوم الاجتماعية يرتبط بالعلوم الأخرى لتحقيق مصالح فئات متعددة كالملاك، والمستثمرين، وإدارة المشروع، والجهات الأخرى ذات العلاقة، ومن هنا ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية خلال العقد الأخير من القرن العشرين، حيث حظيت المسؤولية الاجتماعية اتجاه الشركات باهتمام متزايد في الأونة الأخيرة، فقد باتت أساس ومعيار للعمل الأخلاقي.

وقد أصبح إلزاماً على الشركات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في قوائمها المالية، ومن هنا ظهر مفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، حيث حظيت باهتمام العديد من المنظمات والجمعيات والهيئات الدولية المحاسبية، باعتبارها مصدراً للمعلومات اللازمة للحفاظ على المنتجات وحماية المستهلكين.

وعليه ظهرت فكرة الدراسة الحالية لمعرفة مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في البيئة الليبية، وقد فسّمت الدراسة إلى أربعة محاور، حيث تناول المحور الأول المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من حيث: مفهومها، وأهدافها، مجالاتها، والأنشطة الخاصة بها، ومؤشرات قياسها، في حين اهتم المحور الثاني لحماية المستهلك من حيث: المفهوم، والأهداف، وتطرق المحور الثالث لدور المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك، والمحور الأخير تناول تحليل نتائج الدراسة الميدانية.

2_ مناقشة الدراسات السابقة:

1-2 دراسة (شابون، 2015)⁽¹⁾ هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الرفاه الاجتماعي، ودوافع ومبررات تحمل الشركات لمسئوليتها الاجتماعية، والتعرف على مدى إدراك واهتمام المسؤولين بشركة الحديد والصلب في ليبيا للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وقد تم استخدام المنهج الاستنباطي الاستقرائي في تحليل واختبار البيانات والمعلومات المجمعّة، كما تم استخدام أسلوب الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى أن إدارة الشركة الليبية للحديد والصلب تُدرك مفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وأن الشركة لا تقوم بالإفصاح الاجتماعي في تقارير مالية منفصلة.





2-2 دراسة (ماهر موسى درغام، وآخرون، 2015) ⁽²⁾ هدفت هذه الدراسة إلى تعرف مدى إدراك الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين للأوراق المالية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ودراسة مدى توفر مقومات تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لديها، حيث تم استخدام المنهج الوصفي من خلال استبانته وزعت على مجتمع الدراسة المكون من الشركات المساهمة المدرجة في بورصة فلسطين للأوراق المالية، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشركات تدرك مفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية بمعناها الواسع، إلا أنهم لا يعيرون مجالاتها المختلفة نفس الاهتمام، فالمستهلكون يحظون بالأولوية، ثم الموارد البشرية، يليها البيئة، وأخيراً المجتمع المحلي، كما بينت الدراسة أن الشركات يتوفر لديها مقومات تطبيق نظام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، مع الأخذ بعين الاعتبار أن الإفصاح الاجتماعي لديها غير كافٍ، حيث إن بعض الشركات تفصح بصورة وصفية، والباقي يكاد يكون الإفصاح الاجتماعي لديها معدوم.

2-3 دراسة (زهراء، الياس) ⁽³⁾ تتناول هذه الورقة البحثية المسؤولية الاجتماعية ودورها في حماية المستهلك في الجزائر، حيث تم القيام بتوزيع استبانة على عينة من موظفي بعض الشركات الجزائرية لولاية بشار تتضمن (12) عبارة تربط بين المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة واضحة بين مبادئ المسؤولية الاجتماعية ودورها في حماية المستهلك، وأن دور جمعيات حماية المستهلك يُشكل الركيزة الأساسية التي تركز عليها مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وأن المسؤولية الاجتماعية غيرت نظرت الشركات اتجاه المستهلك حيث لم تعد الشركات مصدر لجني الأموال فقط، وإنما أصبحت تطمح لرضاء المستهلك.

2-4 دراسة (نور الدين، صلاح الدين، 2015) ⁽⁴⁾ هدفت الدراسة إلى بحث مدى التزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية ودورها في حماية المستهلك من المنتجات المقلدة، وعلاقة المسؤولية الاجتماعية بحماية المستهلك والحفاظ على حقوقه وتحقيق رضاه، حيث تم تقييم نشاط المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة condor للصناعات الالكترونية والكهرومنزلية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبانة استبيان على عينة من المستهلكين بولاية البويرة، وذلك لمعرفة آرائهم حول التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاههم، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من الأبعاد الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين، فمن واجب المؤسسات أخذها بعين الاعتبار لأنها تحقق رضا المستهلكين وتزيد من ولائهم واهتمامهم بالمؤسسة، وفي نفس الوقت فهي تحقق أهداف المؤسسة في ظل المنافسة وتحديات البيئة.

مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



التعقيب على الدراسات السابقة:

تناولت بعض الدراسات السابقة محاسبة المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق الرفاه الاجتماعي في ليبيا، ومدى إمكانية تطبيقها في فلسطين، وتناولت دراسات أخرى المسؤولية الاجتماعية ودورها في حماية المستهلك في الجزائر.

وقد تشابهت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، وتشابهت مع الدراسات التي تمت في البيئة الجزائرية في الاهتمام بحماية المستهلك، واختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في النقاط التالية:

1_ تم التركيز في الدراسة الحالية على دور المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا.

2_ دراسة شابون ركزت على دور محاسبة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الرفاه الاجتماعي.

3_ في حين أن الدراسات التي تمت في البيئة الجزائرية ركزت على المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك من جانب اقتصادي إداري، وليس محاسبي.

4_ أما الدراسة التي تمت في فلسطين فقد ركزت على مدى وجود مقومات لتطبيق المحاسبة الاجتماعية في الشركات الفلسطينية.

ومن هنا جاءت فكرة الدراسة الحالية والحاجة إليها لاستكمال الجهود البحثية التي تمت في هذا المجال، وتميزت هذه الدراسة بمعرفة دور المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في البيئة الليبية، وفي الختام فقد استفاد الباحثين من الدراسات السابقة في مجال إثراء الإطار النظري للدراسة الحالية في بعض المفاهيم والتعريفات، وفي إعداد الاستبانة.

3_ منهجية الدراسة:

3-1 مشكلة الدراسة:

لقد حظى موضوع المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية باهتمام كبير من جانب الباحثين والأكاديميين، وتُلاحظ ذلك من خلال الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع من جوانب متعددة، فقد تم استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في تقييم أداء الشركات المساهمة العراقية⁽⁵⁾، وأثرها على فعالية وجودة التقارير المالية في السودان⁽⁶⁾، أما في البيئة





المحلية فقد تناولت عدة دراسات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من عدة جوانب، فهناك من تناولها من حيث دورها في قياس مجالات التنمية المستدامة⁽⁷⁾، ومدى إدراك أهميتها في المصارف التجارية⁽⁸⁾، والافصاح عن بنود محاسبة المسؤولية الاجتماعية في الشركة العامة للكهرباء⁽⁹⁾، ومن خلال الدراسات السابقة نلاحظ أنها تناولت الموضوع من عدة جوانب ولكنها لم تنظر لدور المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك حسب علم الباحثين، حيث أن مسؤولية الشركات لم تُعد تتوقف على توليد الأموال للمساهمين فقط؛ بل تعدت إلى المساهمة في تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين والمجتمع وحماية البيئة، وإنتاج منتجات مفيدة للمجتمع وحماية المستهلك.

وعليه تتمثل المشكلة الرئيسية للدراسة في الإجابة على السؤال التالي: ما مدى إدراك للدور الذي تقوم به المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية؟

3-2 أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة أهمية الدور الذي تقوم به المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في البيئة الليبية.

3-3 أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في الوحدات الاقتصادية الليبية ودورها المهم في حماية المستهلك، فهي ترتبط بعلاقات ومتغيرات متعددة سواء داخل الوحدة الاقتصادية أو خارجها لتحقيق التوازن بين أهدافها الاقتصادية والاجتماعية، حيث يُمثل ذلك عاملاً أساسياً في نموها وبقائها على المدى الطويل.

كما تأتي أهمية هذه الدراسة كونها من أوائل الدراسات التي قامت بتسليط الضوء على العلاقة بين المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك في البيئة الليبية، حسب علم الباحثان.

3_4 فرضية الدراسة:

لا يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية.



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



3-5 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي مراقبة الاقتصاد وموظفي بعض الشركات بمدينة الزاوية، والبالغ عددهم (37) موظف، بالإضافة إلى آراء أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد/ جامعة صبراتة، والبالغ عددهم (34) وتتمثل عينة الدراسة في اختيار عينة عشوائية من موظفي الهيئات المذكورة سابقاً بلغ عددهم (27) موظف بنسبة (73%) تقريباً، وعينة من أعضاء هيئة التدريس بلغ عددهم (23) عضو هيئة التدريس بنسبة (68%) تقريباً.

3-6 أساليب جمع البيانات:

تتمثل في الاستبانة كأسلوب أساسي لجمع بيانات الدراسة، وقد تم استخدام اختبار (T.test) لعينة واحدة كأسلوب للتحليل الإحصائي.

3-7 خطة الدراسة: بناءً على ماسبق يمكن تقسيم الدراسة على النحو التالي:

3-7-1 المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

3-7-2 حماية المستهلك.

3-7-3 دور المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك.

3-7-4 تحليل نتائج الدراسة الميدانية.

3-7-5 النتائج والتوصيات.

3-7-1 المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

3-7-1-1 مفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

لقد تعددت المفاهيم الخاصة بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، إلا أن التعريف التالي هو الشامل " هي مجموعة الأنشطة التي تختص بقياس وتحليل الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال وتوصيل تلك المعلومات للفئات والطوائف المختصة، وذلك بغرض مساعدتهم في اتخاذ القرارات وتقييم الأداء الاجتماعي لتلك المنظمات"⁽¹⁰⁾.

أما تعريف (الشيرازي) فقد قسمها إلى تكاليف اجتماعية مباشرة تتمثل في التضحيات الاقتصادية التي تتحملها الوحدة نتيجة قيامها إجبارياً أو اختيارياً بتنفيذ بعض البرامج والأنشطة





الاجتماعية والتي لا يتطلبها نشاطها الخاص، فهي أعباء لا تعود بمنفعة أو عائد مباشر على الوحدة المحاسبية، أما التكاليف الاجتماعية غير المباشرة فتتمثل بقيمة ما يتحمله المجتمع من أضرار أو تضررات نتيجة ممارسة الوحدة لنشاطها الخاص، فتلوث الهواء والمياه والعوادم والنفايات التي تترتب على النشاط الخاص للوحدة يعد عبئاً وتكلفة اجتماعية⁽¹¹⁾.

من التعريفين السابقين يُمكن استخلاص:

أ_ أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تتمحور حول حصر جميع أنشطة المشروع ذات المضمون الاجتماعي، ومن ثم قياس أدائها الاجتماعي على مستوى المشروع ككل، وأخيراً الإفصاح والتقرير عن نتائج القياس بصورة تتناسب وتتلاءم مع احتياجات الأطراف ذات العلاقة بنشاط المشروع.

ب_ اهتمام المحاسبة الاجتماعية بوظيفتي قياس الأداء الاجتماعي للمنظمات والتقرير عن نتائج القياس بما يكفل إجراء تقييم للأداء الاجتماعي لأي منظمة من قبل المجتمع.

ج_ أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تتضمن تكاليف اجتماعية مباشرة وغير مباشرة.

3-7-1-2 أهداف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل أهداف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بشكل عام في النقاط التالية:

1_ تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للمنظمة التي لا تشمل فقط على عناصر التكاليف والمنافع الخاصة بالمنظمة، بل تتضمن عناصر التكاليف والمنافع الخارجية الاجتماعية والتي لها تأثير على فئات المجتمع (والتي من ضمنها المستهلكين)⁽¹²⁾.

2_ تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة وذلك من خلال تحديد ما إذا كانت استراتيجية المنظمة وأهدافها تتمشى مع الأولويات الاجتماعية من جهة، ومع طموح المنظمة للأفراد بتحقيق نسبة معقولة من الأرباح من جهة أخرى، وتُمثل العلاقة بين أداء منظمات الأعمال الاقتصادية والرفاهية الاجتماعية العنصر الجوهري لهذا الهدف، ويرتبط هذا الهدف أيضاً بوظيفة القياس المحاسبي⁽¹³⁾.

3_ الإفصاح عن الأنشطة التي تقوم بها المنظمة والتي لها آثار اجتماعية، كأثر قرارات المنظمة على التعليم، وصحة العاملين، وتلوث البيئة، واستهلاك الموارد، ويُظهر هذا الهدف ضرورة توفير البيانات الملائمة عن الأداء الاجتماعي للمنظمة ومدى مساهمتها في تحقيق الأهداف الاجتماعية، وإيصال هذه البيانات للأطراف المستفيدة داخلياً وخارجياً على حدٍ سواء، من أجل



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة

ترشيد القرارات الخاصة والعامة المتعلقة بتوجيه الأنشطة الاجتماعية وتحديد النطاق الأمثل لها سواء من وجهة نظر المستهلك أو من وجهة نظر المجتمع، ويرتبط هذا الهدف بوظيفة الاتصال المحاسبي⁽¹⁴⁾.

3-1-7-3 مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

حددت الجمعيات والهيئات المحاسبية الأمريكية مجالات للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يمكن إجمالها في النقاط التالية⁽¹⁵⁾:

أ_ لقد حددت لجنة المحاسبة عن الأداء الاجتماعي من قبل الجمعية القومية للمحاسبين بأمريكا (N.A.A) أربعة مجالات للأداء الاجتماعي يمكن تلخيصها فيما يلي: تفاعل المنظمات مع المجتمع، المساهمة في تنمية الموارد البشرية، المساهمة في تنمية الموارد الطبيعية والبيئية، والارتقاء بمستوى جودة السلع والخدمات.

ب_ كما حدد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) نسبة مجالات للأداء الاجتماعي في ستة مجالات: البيئة، الموارد غير المتجددة، الموارد البشرية، الموردين، العملاء، والمجتمع.

ج_ أما جمعية المحاسبة الأمريكية (AAA) فقد قامت بإجراء دراسة ميدانية على بعض الشركات التي تعد قوائم وتقارير اجتماعية، وذلك من أجل التعرف على أساس القياس والإفصاح، فقد أصدر تقريراً بخمس مجالات للأداء الاجتماعي وهي: الرقابة على البيئة، توظيف الأقليات، العاملون، تحسين المنتج، وخدمة المجتمع.

ومما سبق نستنتج أنه توجد عدة آراء حول مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، فيقسمها البعض إلى ثلاثة مجالات، ويصنفها آخرون إلى خمسة مجالات، إلا أن الباحثان يتفقان مع ما ذهب إليه أغلب الباحثين إذ اتفقوا على تحديد مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في أربعة نقاط أساسية وهي⁽¹⁶⁾:

1_ مجال الموارد البشرية العاملة: تشمل الموارد البشرية العاملة جميع العاملين في الوحدة بغض النظر عن طبيعة أعمالهم ومواقعهم في الهيكل التنظيمي، والمسؤولين عن أداء المهام والواجبات المؤدية إلى تحقيق أهداف الوحدة، ومن بين الأنشطة ضمن هذا المجال: تقديم المساعدات المالية ومنح المكافآت ذات الطابع الاجتماعي للموارد البشرية العاملة، صرف رواتب وحوافز العاملين، وتوظيف الموارد البشرية المفروضة على الوحدة لأسباب اقتصادية أو





اجتماعية، تأمين مستلزمات الصحة والسلامة المهنية للموارد البشرية العاملة من مخاطر العمل، والأنشطة الاجتماعية الأخرى كالطعام والنقل والسكن وغير ذلك.

2_ مجال التفاعل مع المجتمع المحلي: إن الهدف من القيام بالأنشطة الاجتماعية في هذا المجال هو تحقيق رفاهية المجتمع والإرتقاء بمستواه الاقتصادي والاجتماعي والعلمي، بما يؤدي الى خلق إنطباع جيد عن الوحدة لدى المجتمع المحيط بها، وبالتالي تصبح الوحدة مقبولة ومرغوبة من قبل المجتمع، وتتجسد الأنشطة الاجتماعية الخاصة بهذا المجال في: تدريب أفراد المجتمع المحلي داخل الوحدة، وتقديم المساعدات المالية المقدمة لأطراف عديدة في المجتمع، فضلاً عن التبرعات للمؤسسات الصحية والتعليمية وغيرها، والمساهمة في خدمات الإسكان والتعمير، والمساهمة في النقل العام للتخفيف من مشاكل النقل في المدن.

3_ مجال حماية البيئة والمحافظة عليها: إن القيام بالأنشطة الاجتماعية في مجال المحافظة على البيئة من الآثار الناجمة عن نشاط الوحدة الاقتصادية له عائد كبير ينعكس على التنمية الاقتصادية وصحة الإنسان ورفاهيته، وإن الوحدات التي تهمل التزامها الاجتماعي تجاه البيئة قد تتعرض إلى إنهاء نشاطها الاقتصادي، مما يجعل البيئة أكثر ضرر بالنسبة للإنسان، لذا فإنّ الالتزام الاجتماعي في هذا المجال يتبلور من خلال القيام بمجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى منع أو تخفيض التلوث ومنها: توفير المعدات اللازمة للحماية من التلوث وعدم السماح بتجاوز النسبة المسموح بها، استصلاح وزراعة الأراضي المحيطة بالوحدة، الدراسات والبحوث الخاصة بتخفيض التلوث، تركيب أجهزة معالجة المياه الثقيلة والتخلص من بعض الرواسب في المياه.

4_ مجال حماية المستهلكين للمنتج النهائي: الأنشطة ضمن هذا المجال هي: مراقبة جودة المنتجات، الدعاية والإعلان عن المنتج بين مدة وأخرى، العناية بالتغليف والتعريف بالمنتج من خلال وضع العلامة اللازمة عليه، إعطاء الضمانات للمستهلكين بخصوص استخدام المنتج خلال المدة المحددة سواء كان عن طريق استبداله أو تصليحه، البحوث والدراسات المتعلقة بتطوير المنتج بالشكل الذي يُمكن من تلبية حاجات المستهلكين والتقليل من شكاوهم، وإعلام المستهلكين في الوقت المناسب بأية تغيرات متوقعة في كميات وأسعار المنتجات المقدمة.



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



3-7-1-4 سبل لتطوير المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

حددت لجنة المحاسبة عن الأداء الاجتماعي من قبل الجمعية العامة للمحاسبين بأمريكا أربعة مجالات أساسية للأداء الاجتماعي، الأول يتمثل في الموارد البشرية (العاملين)، ويتضمن الأنشطة المختلفة للمؤسسة والتي تؤثر بصورة مباشرة على العاملين وهي تشمل الأنشطة التي تعمل على تحسين ظروف العمل، توفير الأمن والسلامة، تقديم الرعاية الصحية والاجتماعية، تحسين نوعية حياة العمل، والثاني يتمثل في البيئة، ويشمل مجموع الأنشطة الاجتماعية الهادفة إلى الحد من الآثار السلبية الناتجة عن ممارسات المؤسسة نشاطاتها المؤثرة على البيئة، وذلك بهدف المحافظة على الموارد الطبيعية وبالتالي الحفاظ على السلامة البيئية، أما الثالث فيغطي مجال حماية المستهلك ويتضمن الأنشطة الهادفة إلى تحقيق رضا المستهلك والتي تشمل أنشطة زيادة أمن المنتجات، عدم خداع المستهلكين، الصدق في الإعلان.

3-7-1-5 الأنشطة الخاصة بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية:

تنقسم أنشطة المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية إلى أربعة أنشطة اجتماعية أساسية، حيث يمكن من خلالها أن تمارس الشركات مسؤوليتها الاجتماعية، وفيما يلي سيتم ذكر تلك الأنشطة فقط، مع شرح للأنشطة الخاصة بحماية المستهلك⁽¹⁷⁾:

1_ الأنشطة الخاصة بتنمية الموارد البشرية.

2_ الأنشطة الخاصة بتنمية الموارد البيئية.

3_ الأنشطة الخاصة بخدمة المجتمع.

4_ الأنشطة الخاصة بالإرتقاء بالمنتجات وحماية المستهلك: وهي إحدى الأنشطة الخاصة بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، والتي من خلالها يتم قياس مستوى الإفصاح عن مسؤولية الشركات اتجاه الإرتقاء بالمنتجات، فهي تشمل جميع الأنشطة الاجتماعية المرتبطة بالعلاقات مع الزبائن من حيث تحقيق رضاهم عن المنتج أو الخدمات التي تقدم لهم، وتضمن أيضاً المظاهر النوعية للمنتجات مثل صلاحيتها للاستخدام، وتقديم المنافع المرجوة منها، وكذلك أثرها على التلوث البيئي، إضافة لتحقيقها لرضي المستهلك ومدى سلامة وأمان المنتج، وتقديم خدمات ما بعد البيع.





3-7-1-6 الفروض الأساسية لنظام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

يمكن تلخيص الفروض الأساسية لنظام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية(18):

- 1_ يقع على عاتق المشروع التزامات ومسئوليات تجاه المجتمع الذي يعمل فيه، وهو يقبل تحمل هذه الالتزامات والمسئوليات.
- 2_ تتصف الموارد الاقتصادية للمجتمع بالندرة ويتوجب استقلالها بفاعلية قصوى بشكل يؤدي إلى تعظيم العائد الاجتماعي المحقق من الاستثمار الاجتماعي.
- 3_ لا تعد الموارد الاقتصادية العامة التي يستنفذها المشروع في نشاطه التشغيلي كالماء والهواء سلعا مجانية (Free Goods) وإنما تعتبر موارد اقتصادية اجتماعية يتوجب على المشروع تعويض المجتمع عن ما يستنفذه منها.
- 4_ للمجتمع الحق في الإطلاع على مدى تنفيذ المشروع لمسئوليياته تجاهه، وذلك ضمن الأسس والمبادئ المتعارف عليها للإفصاح المحاسبي.

3-7-1-7 مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي:

تتمثل مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي في النقاط التالية(19):

- 1_ مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي لحماية البيئة : ويشتمل على قياس كافة تكاليف الأداء الاجتماعي لحماية أفراد المجتمع من البيئة المحيطة التي تعمل فيها المنشأة داخل نطاقها الجغرافي حيث تحاول تقليل الأضرار الناتجة عن أنشطتها الصناعية، وهذه تشتمل على تكاليف حماية تلوث الهواء، والتربة، والمياه، والأعشاب الطبيعية.
- 2_ مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي لخدمة المجتمع : يتضمن قياس كافة التكاليف التي تهدف إلى اسهامات المنشأة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والخيرية واسهاماتها في برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية لأبناء المنطقة.
- 3_ مؤشرات قياس الأداء الاجتماعي لتطوير المنتج: يتضمن هذا المجال المظاهر النوعية للمنتجات مثل منفعتها طوال حياتها، أو قابليتها لتقديم الخدمة أو الوظيفة المرجوة، وكذلك أثرها على تلوث البيئة إضافة إلى تلبية رضاء المستهلك، الصدق في الإعلان، الاكتمال والوضوح عن طريق الاستخدام.



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة

3-7-2 حماية المستهلك:

3-7-2-1 مفاهيم عامة حول حماية المستهلك:

ظهرت فكرة حماية المستهلك منذ وقت طويل فيعتبر عام 1962 هو البداية الرسمية لنشأة الحركة الاستهلاكية والذي تمثل بالرسالة التي تقدم بها الرئيس الأمريكي آنذاك جون كندي والتي عُرفت بـ "قائمة حقوق المستهلك"⁽²⁰⁾ ومنذ ذلك الوقت فإن الاهتمام بالمستهلك يعتبر الشغل الشاغل للشركات للحفاظ عليه وعلى سلامة صحته ولحمايته من أنواع التلاعب والاحتيال.

وقد أُجريت دراسة في عام 1974 من قبل مجلة **H.B.R** حول المهام الرئيسية التي تضطلع بها الدولة في تحقيق مسؤوليتها الاجتماعية تبين أن حماية المستهلك من عمليات الخداع والتحايل التي يتعرض لها من قبل الباعة قد احتلت الأولوية من بين واجباتها تجاه تحقيق المسؤولية الاجتماعية⁽²¹⁾.

وقد تم تعريف حماية المستهلك بأنها "حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها"⁽²²⁾.

كما تم تعريفها بأنها "عبارة عن خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الغش التجاري أو استغلاله أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتيال أو الخضوع لظروف معينة"⁽²³⁾.

من خلال التعريفين السابقين يمكن استنتاج:

1_ أن حماية المستهلك تتضمن الإقرار بوجود حقوق للمستهلك، ويجب أن تبذل كل الجهود لتأمين الاستفادة منها.

2_ إن المفهومين السابقين يُجسدان عملية تفعيل حماية المستهلك مما يقدم له من سلع وخدمات قد تلحق به أضراراً صحية أو اقتصادية أو اجتماعية.

وفي كل الأحوال فإن موضوع حماية المستهلك اكتسب أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة برز مع وجود الضعف الإداري وانتشار ظاهرة الفساد في معظم دول العالم، الأمر الذي أدى إلى خداع المستهلكين وتجهيزهم بسلع غير مطابقة للمواصفات أو ذات أسعار غير متناسبة في ظل استخدام وسائل الإعلام المتطورة في عملية الخداع والتضليل عبر الدعاية والإعلان خاصة





وأن المستهلك يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، بالإضافة إلى أن الرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين ومقدمي الخدمات لإتباع أساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة.

3-2-7-2 أهداف حماية المستهلك :

من أهم أهداف حماية المستهلك هي الدفاع عن المستهلك، حيث تعتمد على المعالجات الوقائية والحد من تأثيرها المباشر عليه، وذلك من خلال حمايته من عمليات الخداع والغش والتضليل التي تمارس في مختلف العمليات والأنشطة الإنتاجية والتسويقية في الشركات، وكشف المخاطر الناجمة عن استخدام المنتجات المختلفة، وعليه فإن حركة حماية المستهلك كانت دائما ترتبط مع المشاكل الحاصلة في السوق وانعكاسها على المستهلك و المجتمع، ويمكن اختصار أهداف حركة حماية المستهلك في الأتي (24):

1_ حماية المستهلك تجاه أساليب الخداع والتضليل والزيغ الذي يصيبه جراء الطرق المختلفة والمعتمدة في مجال البيع، وسواء كان ذلك من قبل المنتجين أو الوسطاء.

2_ التعهد بالالتزام بحقوق المستهلك وحمايته من التلاعب الحاصل في السلع التي يحتاجها.

3_ تقديم المساعدة لذوي الدخل المنخفض والمعوزين بشكل خاص من عوائل المجتمع في الحصول على السلع الأساسية التي يحتاجونها.

4_ التعاون مع منظمات الأعمال في تقديم المعلومات المتعلقة بالمستهلك والتي يتعذر على تلك المنظمات من الحصول عليها بسبب محدودية قدراتها في الاتصال الواسع مع المستهلكين.

5_ مساعدة المستهلك في الحصول على ما يحتاجه في ظل التعقيد الكبير الذي تشهده الأسواق من جراء تعدد وتنوع السلع الموجودة في السوق.

3-2-7-3 الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك:

توجد مجموعة من الأطراف مسؤولة عن حماية المستهلك يمكن اختصارها فيما يلي (25):

1_ **الحكومات:** منذ أن ظهرت فكرة حماية المستهلك والدفاع عن مصالحه زاد دور الحكومات في الدول المختلفة في لعب أدوار هامة لضمان حقوق المستهلك في الحصول على البيانات والمعلومات دون تضليل، وضمان حقه في الاستماع إلى إنتقاداته، وغيرها؛ ويتم التكفل بهذه القضايا وغيرها التي تصب في حماية المستهلك من خلال تفعيل عمل (الأجهزة القانونية في الوزارات، والأجهزة الإشرافية والرقابية، والأجهزة القضائية).



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



2_ الأفراد: يلعب الأفراد دوراً هاماً في تفعيل الحماية من منطلق أنهم أصحاب المصلحة الأولى؛ ويمكن لعب هذا الدور الفعال في الحماية من خلال التنظيمات المختلفة التي يعملون ضمنها، مما يتيح كشف الممارسات التسويقية التي تقود إلى الإخلال بحماية المستهلك.

3_ جمعيات حماية المستهلك: إذا أردنا أن نحل دور جمعيات حماية المستهلك في هذا المجال فيمكن القول أن هذه الجمعيات تلعب دوراً هاماً في حماية المستهلك وهذا من خلال القيام بمجموعة من المهام مثل ربط قضايا المستهلك بظروف المجتمع للتعرف على الطاقات، حث ودفع المؤسسات الرسمية والهيئات المتخصصة إلى سن قوانين تحمي المستهلك، التوعية ونشر ثقافة الاستهلاك، والتركيز على القضايا التي تحظى بأكثر اهتمام لدى المجتمع وهي: الغذاء، تلوث الهواء، الاتصالات، التدخين...إلخ.

4_ أجهزة الإعلام: تؤدي أجهزة الإعلام بمختلف أنواعها دوراً في حماية المستهلك، من خلال توعية المجتمع فيما يخص حقوقه ومصالحه، إضافة إلى دفاعها عن هذه الحقوق من منطلق أنها تدخل ضمن القضايا الاجتماعية، حيث نجد أن البرامج الإعلامية تهدف إلى المساهمة في معالجة مثل هذه القضايا الحساسة بالنسبة للمجتمع ككل عن طريق توعية المستهلكين بما يتيح لهم إدراك حقوقهم وواجباتهم.

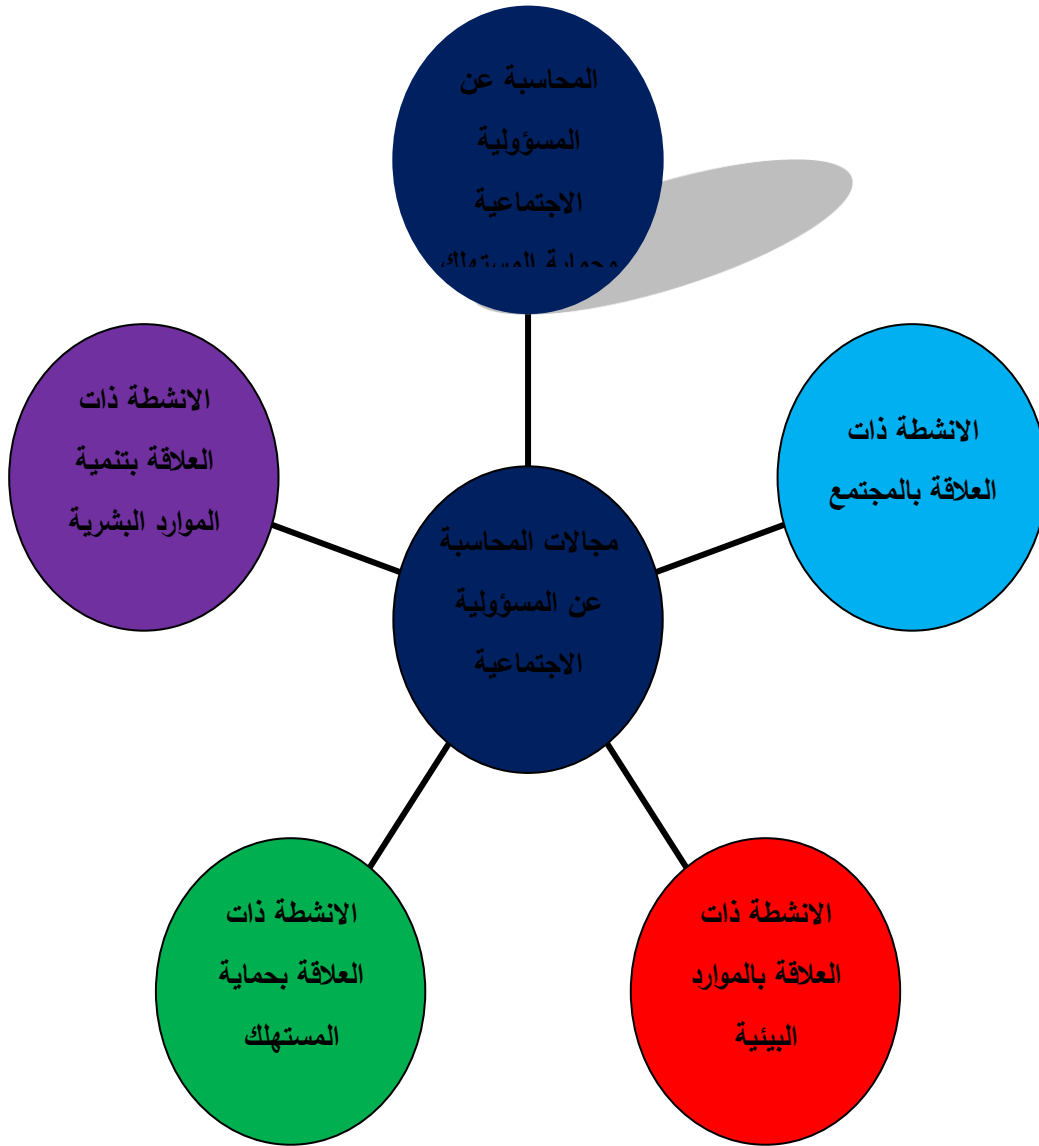
3-7-3 دور المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك:

تُعتبر المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية أحدث مراحل التطور المحاسبي، ولقد نشأ هذا التطور الحديث نتيجة للزيادة المنفرد في حجم وقرارات الشركات التي لها تأثيرات مالية واقتصادية واجتماعية واسعة النطاق، مما أدى إلى الاهتمام بها من قبل المنظمات والجمعيات المحاسبية والمهنية والجهات الأكاديمية، وبذلك أصبحت المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ذو أهمية أخلاقية وسلوكية تؤثر على الشركات وتمنعها عن ممارسة أي نشاط يؤثر سلباً على مصلحة المستهلك ولا يؤدي إلى حماية حقوقه، حيث تفصح في قوائمها المالية عن قياس التكلفة والعائد الاجتماعي.

والشكل رقم (1) يوضح التقارب والتفاعل بين المجتمع، وتنمية الموارد البشرية، وتنمية الموارد الطبيعية والبيئة، وتحسين نوعية المنتج وحماية المستهلك، في ظل المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك.

الشكل رقم (1) يوضح إطار التقارب والتفاعل في ظل المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك.





المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الشكل رقم (1) يمكن القول أن بلورت فكرة العلاقة بين المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك مرهون بتحقيق مجموعة من الأنشطة التي تحقق رفاهية المجتمع، وتحافظ على البيئة، وتهتم بتنمية الموارد البشرية المتمثلة في العاملين، وأخيرا العمل على تحقيق صالح المستهلك لحمايته.



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة

3-7-4 تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

3_7_4_1 منهج الدراسة المتبع:

1_ استخدم الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي، حيث تم الاعتماد على البيانات الثانوية التي تم الحصول عليها من الإصدارات الحديثة من المؤتمرات والمجلات العلمية، وذلك لبناء الإطار النظري والمفاهيمي بهدف بلورة مشكلة الدراسة وصياغة فرضياتها وأهدافها.

2_ استخدم الباحثان المنهج التحليلي، من خلال الاعتماد على البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من أداة الدراسة والمتمثلة في استمارة إستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات تم توزيعها على كلٍ من (موظفي مراقبة الاقتصاد والشركات / الزاوية، وأعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد / جامعة صبراتة)، والتي تم إعدادها وتطويرها بناءً على الدراسات السابقة.

3_7_4_2 مجتمع وعينة الدراسة:

الجدول رقم (1) مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة	إطار مجتمع الدراسة	العدد	عينة الدراسة	نسبة العينة
مراقبة الاقتصاد جامعة صبراتة	الموظفين بمراقبة الاقتصاد والشركات / الزاوية	37	27	51%
	أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد / جامعة صبراتة	34	23	46%
	الإجمالي	71	50	70%

من خلال الجدول رقم (1) نلاحظ أن مجتمع الدراسة يتكون من موظفي مراقبة الاقتصاد والشركات بالزاوية البالغ عددهم (37)، وأعضاء هيئة التدريس بجامعة صبراتة البالغ عددهم (34)، بإجمالي (71) مفردة خلال فترة إعداد الدراسة، وقد تم أخذ عينة عشوائية بلغ عددها (50) مفردة، وبنسبة (70%) تقريباً من إطار المجتمع، وهي نسبة جيدة لإجراء الاختبارات الإحصائية.

3-4-7-3 صدق الأداة:

اختبر الباحثان صدق أداة الدراسة إذ تم استخدام أسلوب الصدق، وذلك من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أصحاب الخبرة في مجال الدراسة، وقد أخذ الباحثان بغالبية ملاحظات المحكمين لوضعها في صيغتها النهائية.





3-7-4-4 ثبات الأداة:

من أجل اختبار ثبات أداة الدراسة تم استخدام اختبار كرونباخ ألفا لاختبار الاتساق الداخلي للأداة، حيث تشير النتائج الواردة في الجدول (1) إلى درجة ثبات في استجابات عينة الدراسة كانت (89.3%) وهي نسبة مقبولة، لأن قيمة ألفا المعيارية أكثر من (60%)، وبالتالي يمكن القول أن هذا المقياس ثابت بمعنى أن المبحوثين يفهمون بنوده بنفس الطريقة وكما يقصدها الباحثان، وعليه يمكن اعتماده في هذه الدراسة الميدانية لكون نسبة تحقيق نفس النتائج لو أعيد تطبيقه مرة أخرى تقدر (89.3%).

جدول رقم (2) نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (كرونباخ ألفا)

المحور	عدد الفقرات	قيمة ألفا
الاستبيان	13	0.893

3-7-4-5 اختبار مقياس الاستبانة:

لقد تم اعتماد مقياس ليكرت الثلاثي (Likert Scale of three points) لتحديد درجة الأهمية النسبية لكل بند من بنود الإستبانة، كما هو موضح في الجدول التالي:
جدول رقم (3) قيم ومعايير كل وزن من أوزان المقياس الثلاثي المعتمد في الدراسة

المقياس	موافق	محايد	غير موافق
الدرجة	3	2	1

3-7-4-6 مقياس الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي:

تم وضع مقياس ترتيبى للمتوسط الحسابي وفقا لمستوى أهميته وذلك لاستخدامه في تحليل النتائج كما يلي:

جدول رقم (4) مقياس ترتيبى للمتوسط الحسابي

المقياس	موافق	محايد	غير موافق
الدرجة	3-2.34	2.33-1.67	1.66-1

جدول رقم (5) مقياس الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي

الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي
منخفضة	1.66-1
متوسطة	2.33-1.67
مرتفعة	3-2.34



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



3-7-4-7 توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي:

جدول رقم (6) توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي

التخصص العلمي	العدد	النسبة
محاسبة	24	48%
اقتصاد	13	26%
تمويل ومصارف	5	10%
دبلوم تجاري	8	16%
المجموع	50	100%

يشير الجدول رقم (6) إلى أن ما نسبته (48%) من عينة الدراسة هم من تخصص المحاسبة، (26%) تخصصهم اقتصاد، (16%) تخصصهم دبلوم تجاري، وأن (10%) تخصصهم تمويل مصارف، وبالتالي نلاحظ أن النسبة الأعلى لعينة الدراسة كانت من ضمن تخصصي المحاسبة والاقتصاد، وهم الفئة التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة الحالية، ولديهم القدرة أكثر من غيرهم على تفهم فقرات الإستبانة والإجابة عليها.

3-7-4-8 توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة الوظيفية:

جدول رقم (7) توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة الوظيفية

الدرجة الوظيفية	العدد	النسبة
مدير إدارة	3	6%
رئيس قسم	9	18%
مراجع داخلي	5	10%
موظف	19	38%
عضو هيئة تدريس	14	28%
المجموع	50	100%

من الجدول رقم (7) نلاحظ أن ما نسبته (38%) من عينة الدراسة هم من موظفي مراقبة الاقتصاد والشركات ببلدية الزاوية، وأن ما نسبته (28%) هم من أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد / جامعة صبراتة، (18%) درجتهم الوظيفية رئيس قسم، في حين أن (10%) مراجعين داخليين، (6%) مديري إدارة، وبالتالي فإن النسبة الأعلى لعينة الدراسة كانت تتضمن موظفي مراقبة الاقتصاد والشركات ببلدية الزاوية، وأعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد / جامعة صبراتة، وهذا يتفق مع موضوع الدراسة باعتبار أن الموظفين وأعضاء هيئة التدريس الجامعي هم في حد ذاتهم مستهلكين للسلع، حيث أن لهم دراية وعلم حسب مواقع عملهم، وهذا يزيد من الثقة في إجاباتهم على فقرات الاستبيان.





3-7-4-9 توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي:

جدول رقم (8) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة
دبلوم عالي	7	14%
معيد	8	16%
بكالوريوس	16	32%
ماجستير	10	20%
دكتوراه	9	18%
المجموع	50	100%

الجدول رقم (8) يشير إلى أن ما نسبته (32%) من عينة الدراسة هم من حملة البكالوريوس، في حين حظيت حملت الماجستير ما نسبته (20%)، (18%) من حملة الدكتوراه، والمعدّين تحصلوا على نسبة (16%)، (14%) مؤهلهم العلمي دبلوم عالي، وبالتالي فإن النسبة الأعلى لعينة الدراسة كانت درجة البكالوريوس، وهذا يتوافق مع الجدول رقم (6) حيث كانت أعلى نسبة حسب الدرجة الوظيفية لموظفي مراقبة الاقتصاد والشركات بلدية الزاوية، مما يُعطي ثقة ومصداقية في الإجابة على فقرات الإستبيان.

3-7-4-10 توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة:

جدول رقم (9) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة
أقل من 5 سنوات	3	6%
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	21	42%
من 10 إلى أقل من 15 سنة	16	32%
15 سنة فأكثر	10	20%
المجموع	50	100%

تُشير النتائج في الجدول رقم (9) إلى أن ما نسبته (42%) من عينة الدراسة خبرتهم من (5) إلى أقل من (10) سنوات، وما نسبته (32%) خبرتهم من (10) إلى أقل من (15) سنة، في حين أن (20%) خبرتهم (15) سنة فأكثر، في حين أن (6%) خبرتهم أقل من (5) سنوات، وبالتالي فإن النسبة الأعلى لعينة الدراسة كانت من ذوي الخبرة من (5) سنوات إلى (15) سنة، حيث حظيت بنسبة (74%)، وهذا يدل على أن عينة الدراسة كانت من ذوي الخبرة في مجال عملهم، مما يُساعد على إجاباتهم بشكل دقيق على أسئلة الإستبانة.



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



3-7-4-11 عرض نتائج اتفاق أفراد العينة على فقرات الاستبيان:

جدول رقم (10) إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبيان

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
1	يوجد تفاعل بين الشركات التابعة لوزارة الاقتصاد مع البيئة الليبية لحماية المستهلك.	1.94	.890	64.67%	متوسطة
2	الإفصاح عن مسؤولية الشركة تجاه المجتمع كتقديم منح للتعليم، ودعم القطاع الصحي، وغيرها مما يحقق الرفاهية الاقتصادية.	2.40	.857	80.00%	مرتفعة
3	الإفصاح عن مسؤولية الشركة تجاه البيئة المحيطة بها كالأفصاح عن تكاليف التلوث في القوائم المالية للشركة أثناء عملية تصنيع المنتج أو عند البيع مما يؤدي لحماية المستهلك.	2.36	.875	78.67%	مرتفعة
4	تقوم الشركة بالإفصاح عن مسؤوليتها اتجاه موظفيها من جميع النواحي المادية والمعنوية والتعليمية لتنمية الموارد البشرية.	2.32	.844	77.33%	متوسطة
5	الإفصاح عن مسؤولية الشركة تجاه الارتقاء بالمنتجات لتحقيق رضا المستهلكين عن المنتج ومدى سلامة وأمان المنتج لحماية المستهلك.	2.34	.848	78.00%	مرتفعة
6	وجود نظام سليم يوضح أنشطة المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لقياسها في القوائم المالية.	2.08	.877	69.33%	متوسطة
7	يساهم إصدار قوانين وتشريعات في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك.	2.48	.839	82.67%	مرتفعة
8	تساهم مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الرقابة على الموردين والعملاء لحماية المستهلك.	2.36	.851	78.67%	مرتفعة
9	يتم الارتقاء بمستوى مراقبة جودة السلع والمنتجات داخل الشركة لحماية المستهلك.	2.32	.819	77.33%	متوسطة
10	استخدام الدعاية والإعلان عن المنتج بين الحين والآخر.	2.54	.706	84.67%	مرتفعة
11	العناية بالتعريف بالمنتج من خلال وضع العلامة اللازمة عليه.	2.60	.670	86.67%	مرتفعة
12	تطوير المنتج بالشكل الذي يُلبى حاجات المستهلكين.	2.48	.789	82.67%	مرتفعة
13	إعلام المستهلكين بأية تغيرات متوقعة في كميات وأسعار المنتجات.	2.36	.827	78.67%	مرتفعة
	الفقرات ككل	2.35	0.546		مرتفعة

من خلال الجدول رقم (10)، يتضح أن جميع المتوسطات الحسابية للفقرات التي تقيس مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا تتراوح





بين (1.94) - (2.60)، وجميعها تشير إلى أن مدى الإدراك هو بدرجة إما متوسطة أو مرتفعة، فلقد حصلت الفقرة رقم (11) القائلة (العناية بالتعريف بالمنتج من خلال وضع العلامة اللازمة عليه) على المرتبة الأولى إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (2.60) وبلغ إنحرافها المعياري (0.670)، وتعد قيمة المتوسط الحسابي لها مرتفعة، بينما حصلت الفقرة رقم (1) التي تنص على (يوجد تفاعل بين الشركات التابعة لوزارة الاقتصاد مع البيئة الليبية لحماية المستهلك) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.94) وإنحراف معياري (0.890) وتعد قيمة المتوسط الحسابي لها متوسطة، كما تشير النتائج إلى أن المتوسط العام لفقرات مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا يساوي (2.35) بإنحراف معياري (0.178)، وتعد قيمة المتوسط الحسابي لها مرتفعة، مما يدل على أنه هناك اتفاق بين أفراد العينة على أن مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا بشكل عام هو بدرجة مرتفعة.

3-7-4-12 اختبار فرضية الدراسة:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية.

لدراسة هذه الفرضية، تم صياغة الفرضية التالية:

الفرضية الصفرية: لا يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية (متوسط الإجابات أقل من أو يساوي 2).

الفرضية البديلة: يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية (متوسط الإجابات أكبر من 2).

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T.test) لعينة واحدة

جدول رقم (11): نتائج اختبار (t) لعينة واحدة

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (t)	مستوى المعنوية المشاهدة
يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية.	2.35	0.546	4.565	0.000

يتبين من خلال جدول رقم (11) أن: قيمة اختبار (t) تساوي (4.565) بمستوى معنوية مشاهدة (0.000) وهي أقل من (0.05) مما يعني رفض الفرضية الصفرية، وتقبل الفرضية البديلة أي أنه يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية.



مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة

3-7-5 نتائج وتوصيات الدراسة:

3-7-5-1 نتائج الدراسة:

- 1_ توجد علاقة واضحة بين المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ودورها في حماية المستهلك.
- 2_ العناية بالتعريف بالمنتج من خلال وضع العلامة اللازمة عليه.
- 3_ استخدام الدعاية والإعلان عن المنتج بين الحين والآخر.
- 4_ يُساهم إصدار قوانين وتشريعات في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك.
- 5_ تطوير المنتج بالشكل الذي يُلبي حاجات المستهلكين.
- 6_ يوجد إدراك لأهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لحماية المستهلك في البيئة الليبية.

3-7-5-2 توصيات الدراسة:

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصي الباحثان بما يلي:

- 1_ إصدار قوانين وتشريعات تتعلق بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة.
- 2_ إقامة تفاعل بين الشركات التابعة لوزارة الاقتصاد مع البيئة الليبية للمساهمة في حماية المستهلك.
- 3_ إلزام الشركات التابعة لمراقبة وزارة الاقتصاد على الإفصاح عن مجالات محاسبة المسؤولية الاجتماعية في قوائمها المالية.
- 4_ قيام الجامعات بإجراء مؤتمرات وندوات علمية، وورش عمل حول سبل تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمحاسبة عنها باعتبارها وسيلة فعّالة في مساعدة الشركات الليبية على البقاء وتحقيق ميزة تنافسية في ظل المنافسة المتزايدة.





قائمة المراجع حسب ورودها في الدراسة:

- 1_ أبو بكر مفتاح شابون، (2015)، محاسبة المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الرفاه الاجتماعي - دراسة تطبيقية في الشركة الليبية للحديد والصلب ليبيا، مجلة جامعة سيها، العلوم البحثية والتطبيقية، المجلد الرابع عشر، العدد الأول: 84-95.
- 2_ ماهر، موسى درغام، محمد، سالم اللولو، بهاء الدين، العريني، (2015)، مدى إمكانية تطبيق محاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المدرجة في بورصة فلسطين، مجلة جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد (17)، العدد (2): 215-246.
- 3_ زهراء، صادق، سليمان، الياس، (بدون سنة نشر)، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في حماية المستهلك، مجلة جامعة بشار، الجزائر: 4-5.
- 4_ كناوي، نور الدين، نذير، صلاح الدين، (2015)، المسؤولية الاجتماعية ودورها في حماية المستهلك من المنتجات المقلدة (تقييم نشاط المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة condor ببرج بوعريش)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: 1-130.
- 5_ أمل عبد الحسين كحيط، حوراء احسان خميل، آدار (2018)، إمكانية تقويم الأداء في الشركات المساهمة العراقية باستخدام نظام محاسبة المسؤولية، مجلة الإدارة والاقتصاد، بغداد، العراق، العدد (25)، المجلد (7).
- 6_ محمد المعتز المجتبى إبراهيم، رانيه نور الدين عثمان محمد، (2016)، أثر القياس والإفصاح المحاسبي لأنشطة المسؤولية الاجتماعية على فعالية وجودة التقارير المالية: دراسة ميدانية للشركة السودانية للإتصالات، مجلة أماراباك، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد السابع، العدد الحادي والعشرون: 101-124. www.amarabac.com
- 7_ عمر مصباح المزوغي، مختار الهادي الطويل، مارس (2017)، دور المحاسبة الاجتماعية في قياس مجالات التنمية المستدامة في الشركات الصناعية: دراسة تطبيقية بالشركة الليبية للحديد والصلب، بحوث الندوة العلمية الأولى للعلوم الاقتصادية، مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، المجلد (5)، عدد خاص: 181-202.
- 8_ علي محمد السويح، سليمان علي النعاس، مارس (2017)، مدى إدراك أهمية محاسبة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية الليبية، بحوث الندوة العلمية الأولى للعلوم الاقتصادية، مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، المجلد (5)، عدد خاص: 115-133.
- 9_ الصديق سالم اقنير، وآخرون، (2017)، مدى التزام الشركات الليبية العامة بالإفصاح عن بنود محاسبة المسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية علي الشركة العامة للكهرباء، المؤتمر الاقتصادي الأول للاستثمار

مدى إدراك أهمية استخدام المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في حماية المستهلك في ليبيا
د. محمد الشريف، د. خالد البشير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة صبراتة



والتنمية في منطقة الخمس، 25-27 ديسمبر: 1-22. ECIDIKO2017- Ecidiko.elmergib.edu.ly
008

10_ الصبان، محمد عبد السلام، (1987)، *المحاسبة الاجتماعية*، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد الأول، السنة الخامسة عشرة، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية: 33.

11_ الشيرازي، عباس، (1990)، *نظرية المحاسبة*، الطبعة الأولى، دار ذات السلاسل للنشر، الكويت: 351.

12_ جريوع، يوسف محمود، يناير (2007)، *مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة*، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، فلسطين، المجلد (15)، العدد(1): 239.

13_ Gray, R., & Bebbington, (2000), **Environmental Accounting, Managerialism and Sustainability: Is the planet Safe in the Hands of Business and Accounting?**, *Advances in Environmental Accounting and Management*, Vol. 1, p. 36 .

Internal 14_ Ball, A., Owen, D., and Gray, R., (2000), **External Transparency on Capture? The Role of Third Party Statements in Adding Value to Corporate Environmental Reports**, *Business Strategy and the Environment*, Vol. g, No.1, January / February, p. 42.

15_ بزماوي، محمد حسام، (2002) *القياس والإفصاح للأداء الاجتماعية في المنشآت الصناعية* ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلب، الجمهورية السورية: 67-68.

16_ Gray, R.,(2002), **The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society: Accounting Is Applied in the Financial Statements of Companies in Gaza Strip**, *Journal of Islamic university: Human studies series*, Vol. 15, Issue 1, p. 243.

17_ الشعار، اسحق محمود، بلال فايز، نضال عمر، (2014)، *أثر الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية*، مجلة العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، عدد (2)، المجلد (41): 240-250.

18_ مطر، محمد، السويطي، موسى، (2008)، *التأصيل النظري للممارسات المهنية والمحاسبية*، الطبعة (2)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن: 35.

19_ نواف، حامد، العليمان، محمد، (2010)، *القياس المحاسبي لتكاليف أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في القوائم المالية الختامية*، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا: 68.





20_ البكري، ثامر، (2001)، **التسويق والمسؤولية الاجتماعية**، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة (1): 114.

21_ المرجع السابق: 115.

22_ الديسبي، عبد الحميد، (2010)، **حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج**، دار الفكر للنشر والتوزيع، المنصورة، جمهورية مصر العربية: 35.

23_ إدريس، عبد الرحمن ثابت، المرسي، جمال الدين محمد، (2005)، **التسويق المعاصر**، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية: 483.

24_ زهراء، الصادق، سليمان، الياس، مرجع سبق ذكره: 4-5.

25_ الداوي، الشيخ، **تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي "حالة الجزائر"**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر: 9-10.

