

"أثر الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"

د. مدحت فوزي وادي

الملخص:

إن المسؤولية الاجتماعية لها دور كبير في ظل التوجه لرفاهية المجتمع ككل، وحيث أن الأداء المالي له أهمية قصوى بالنسبة لكافة المؤسسات، ونظراً لأهمية دور المؤسسات الإعلامية في المجتمع، هدف البحث إلى معرفة أثر الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، من خلال دراسة ميدانية تم فيها توزيع (54) قائمة استقصاء على (54) مؤسسة إعلامية في قطاع غزة، وتم توزيع قوائم الاستقصاء على كافة مفردات مجتمع الدراسة بما يسمى أسلوب الحصر الشامل وقد كانت الردود الحصول على (50) قائمة استقصاء صالحة للتحليل، وهو عدد كافي لإجراء التحليل والمقارنة.

وتوصل البحث إلى وجود أثر للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية بمحاورها (تجاه المجتمع-تجاه الجمهور-تجاه البيئة) على الاداء المالي للمؤسسات الإعلامية، فيما عدا الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين كان ضعيفاً جداً، لذلك تم إهماله كما تم إثبات صحة الفرض والذي ينص على أنه "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تعزى للبيانات العامة"

وأوصى البحث بضرورة الإهتمام بالإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، وضرورة تعزيز الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

الكلمات المفتاحية:

(الإفصاح، تكاليف المسؤولية الاجتماعية، الأداء المالي، المؤسسات الإعلامية)

Abstract:

The social responsibility has a great role according on the welfare of society as a whole, due to the great importance of the financial performance of all and the significance of the media organizations' role in the 'institutions community. The research aims to find out effects of the disclosure of costs of social responsibility on the financial performance of the Palestinian media institutions. The researcher used descriptive methodology analytical through a field study in which 54 questionnaire; on every unit of the population of the study, which is called the inclusive inventory, were distributed to 54 media organizations in Gaza Strip. The responses were obtained on (50) questionnaire which are valid for analysis, a sufficient number to conduct the analysis and comparison.

The researcher finds out the presence of the impact of disclosure of costs of social responsibility with its three sections-towards society, towards public, and towards the environment-on the financial performance of media organizations, except for the disclosure of costs of social responsibility towards the employees that was very weak, so it was neglected. Moreover, the hypothesis was confirmed which states that "there are no statistical significant differences between the averages of responses of the respondents about the disclosure of costs of social responsibility differences attributed to the general data."

The researcher recommends to pay attention to disclosure of the costs of social disclosure of the responsibility towards the employees, and to reinforce the costs of social responsibility towards the environment.

Key words:

(Disclosure, Costs of Social Responsibility, Financial Performance, Media Institutions)

أولاً: المقدمة:

انتشر أخيراً بين منظمات الأعمال مصطلح جديد يطلق عليه المسؤولية الاجتماعية للمنظمات (CSR) Corporate Social Responsibility، وهو مصطلح حديث يختلف عما كانت تقوم به بعض هذه المنظمات في السابق من أنشطة كانت تنطوي تحت اسم (الأعمال الخيرية)، وذلك من خلال التبرعات أو المنح لتصبح أعمالاً اجتماعية لها أثر واضح في المجتمع، وتسهم في معالجة إحدى المشكلات الرئيسية فيه ولها صفة الاستمرارية. ومما هو ملاحظ أن هناك رغبة قوية وحرصاً شديداً من قبل العديد من منظمات الأعمال، على أن تكون لهم مشاركة اجتماعية من خلال بعض الأنشطة والبرامج التي تخدم بها المجتمع، ولكن ينقصهم الرؤية الواضحة لتجسيد هذه الرغبة على أرض الواقع وإخراجها من إطار التفكير إلى إطار العمل ووضعها ضمن خطة تنفيذية مرتبطة بجدول زمني محدد. (جماعي وعبد العزيز، 2012)

ونتيجة للتطور الكبير في الحياة الاقتصادية بشكل عام، وتطور الشركات وزيادة أنشطتها بشكل خاص فقد تطورت النظرية المحاسبية، وظهرت العديد من الأفكار المحاسبية وتطورت لمواجهة التغييرات في الحياة الاقتصادية، ومن هذه الأفكار المحاسبية التي ظهرت وحظيت بالإهتمام منذ أكثر من ثمانية عقود ما اصطلح عليه بالمسؤولية الاجتماعية، وتعتبر 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. (جربوع، 2007،

وتؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في بيئات مختلفة على أهمية المسؤولية الاجتماعية، ومن هذه الدراسات دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 2006 حيث أظهرت أن ما مقداره 2.3 تريليون دولار من أصل 24 تريليون دولار كانت قد استثمرت في الشركات التي أظهرت نسبة عالية ضمن مقياس المسؤولية الاجتماعية. (Heslin & Ochoa, 2008)

وتشكل المؤسسات الإعلامية رافداً أساسياً في تعزيز الديمقراطية وخدمة المواطنين أو في زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة لقدرتها على التأثير في المجتمع، وأصبحت وسيلة اتصال مهمة لمتابعيها ينقلون عنها الآراء والاتجاهات من خلال ما تبثه من برامج. وقد غدت هذه المؤسسات قوة متصاعدة بين فئات المجتمع، وتقع على عاتق المؤسسات الإعلامية مسؤولية في رعاية المجتمع المحلي والعاملين لديها، لأن للإعلام دور مهم في المجتمع.

ثانياً: مشكلة البحث:

جدير بالذكر أن المؤسسات الإعلامية مطالبة من جهة المجتمع بتقديم المعلومات حول اسهامها ودورها في خدمة المجتمع، لذلك أصبح الأداء الاجتماعي للمؤسسات الإعلامية لا يقل أهمية عن أدائها الإعلامي فهي تنجز أعمالها باستخدام الموارد الاقتصادية للمجتمع لذا عليها تعويضه عن هذه الموارد من خلال توفير خدمات اجتماعية شاملة كجزء من تفاعلها مع البيئة الاجتماعية، كما أنها تعود عليها بالنفع وزيادة الربحية.

وتعد المسؤولية الاجتماعية من القضايا الاساسية التي تتطلب أن تعار لها أهمية كبيرة من قبل المؤسسات على اختلاف اشكالها وطبيعة ملكيتها، ويعد الأداء المالي من الجوانب الهامة في تقييم أداء الشركات عموماً.

مما سبق تبرز مشكلة البحث والتي يمكن صياغتها بالأسئلة التالية:

- 1- هل يوجد أثر للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
 - 2- هل يوجد أثر للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
 - 3- هل يوجد أثر للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
 - 4- هل يوجد أثر للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
 - 5- هل توجد فروقات بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تعزى للبيانات العامة (العمر - المؤهل العلمي - الخبرة - التخصص - المسمى الوظيفي)؟
- ثالثاً: أهمية البحث:

1. تتبع أهمية البحث من أهمية قطاع المؤسسات الإعلامية ودورها في العمل الوطني.
2. تعتبر محاسبة تكاليف المسؤولية الاجتماعية مركز إهتمام في المجتمعات المتقدمة، لاسيما في ظل المنافسة في البيئة المعاصرة للأعمال.
3. قلة الابحاث التي تناولت أثر الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية العربية بصفة عامة، والفلسطينية بصفة خاصة.
4. الحاجة إلى إتاحة دليل تجريبي من الواقع العملي من خلال دراسة ميدانية، يمكن أن تساهم النتائج المستخلصة منها في تطوير العمل في بيئة محاسبة تكاليف المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

رابعاً: أهداف البحث:

1. تسليط الضوء على أهمية تبني محاسبة المسؤولية الاجتماعية في مجال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
2. التعرف على مدى تطبيق الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
3. التعرف على أسس وأساليب الإفصاح عن معلومات تكاليف المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
4. الوقوف على آراء الموظفين حول أثر الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
5. التعرف على مجالات محاسبة تكاليف المسؤولية الاجتماعية التي تستأثر بإهتمام المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من حيث درجة التطبيق.
6. تقييم أثر تطبيق الإفصاح عن تكاليف الأنشطة بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

خامساً: فرضيات البحث:

تحقيقاً لأهداف البحث، وإجابةً على أسئلته، ومشكلته، فقد تم صياغة العلاقات التالية بين المتغيرات ذات الصلة، في شكل فرضيات علمية كما يلي:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 4- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- 5- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، بين متوسطات استجابات الباحثين حول الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تعزى للبيانات العامة (العمر - المؤهل العلمي - الخبرة - التخصص - المسمى الوظيفي).

سادساً: متغيرات البحث:

■ المتغير المستقل: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية ويتكون من عدة متغيرات

فرعية وهي كما يلي:

1. الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
 2. الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور.
 3. الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.
 4. الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.
- المتغير التابع: الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

سابعاً: حدود البحث:

- **حدود مكانية:** تم اختيار المؤسسات الإعلامية من قطاع غزة، وذلك لصعوبة الوصول للضفة الغربية بسبب الاحتلال الإسرائيلي.

- **حدود قانونية:** تم اختيار المؤسسات الإعلامية من قطاع غزة، والتي ليس عليها أي ملاحظات قانونية، وذلك حسب مكتب الإعلام الحكومي.

ثامناً: منهجية البحث:

لجأ الباحث لاستخدام المنهج الوصفي التحليلي في البحث.

وقد تم جمع البيانات من المصادر الثانوية، لإنجاز الجانب النظري، والمصادر الأولية، لإنجاز الجانب الميداني كما يلي:

1. **المصادر الثانوية:** لجأ الباحث إلى مصادر البيانات الثانوية، بهدف بناء إطار علمي لأبعاد مشكلة البحث وأهدافه، وذلك بالاعتماد على الكتب العلمية، المقالات، الأبحاث، المؤتمرات، الدوريات المنشورة والرسائل العلمية العربية والأجنبية، وكذلك تحليل الدراسات السابقة التي تناولت محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

2. **المصادر الأولية:** تم استخدام أسلوب قائمة الاستقصاء كوسيلة أساسية وحيدة، وللتغلب على أهم عيوبها وهو انخفاض نسبة الردود، فقد عمل الباحث على إعطاء رقم لكل فرد من أفراد مجتمع البحث ومراجعتهم في حالة عدم الرد، أو وجود قوائم استقصاء مستردة غير صالحة للتحليل الإحصائي.

تاسعاً: حجم مجتمع البحث:

حجم مجتمع البحث (54) مؤسسة إعلامية، ويتبع الباحث أسلوب الحصر الشامل في الدراسة الميدانية.

عاشراً: الدراسات السابقة

1-دراسة (Fauzi et. al,2007)

هدفت الدراسة إلى بيان العلاقة بين الأداء الاجتماعي والأداء المالي للشركات، وبيان العلاقة بين أثر حجم الشركة أو الصناعة في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي

لهافي اندونيسيا، وطبقت الدراسة بتحليل التقارير المالية لعدد (383) شركة من الشركات المدرجة في سوق جاكرتا للأوراق المالية، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين الأداء الاجتماعي للشركات والأداء المالي لها، وحجم الشركة ليس له تأثير ايجابي كبير على العلاقة بين الأداء الاجتماعي والأداء المالي للشركات.

2-دراسة (Mahoney al Roberts,2007)

هدفت الدراسة إلى بيان العلاقة بين الأداء الاجتماعي للشركات والأداء المالي وسلوك المساهمين، وطبقت الدراسة بتحليل التقارير المالية لعدد (300) شركة من الشركات المدرجة في سوق تورونتو للأوراق المالية، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة بين الأداء المالي والأداء الاجتماعي، ووجود علاقة بين الأداء الاجتماعي وعدد المستثمرين في أسهم الشركات.

3-دراسة (Kang et. al,2010)

هدفت الدراسة إلى فحص الجوانب الايجابية والسلبية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي وطبقت الدراسة على الفنادق والنوادي السياحية والمطاعم وشركات الطيران الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي في الجوانب الايجابية في الأنشطة الخاصة بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الشركة، ولا يوجد أثر كبير للجوانب الايجابية والسلبية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية على الربحية.

4-دراسة (Inoue &Lee,2011)

هدفت الدراسة إلى تصنيف المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى خمسة أنشطة، وبيان أثر كل نشاط من أنشطة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات. وطبقت الدراسة على (367) مؤسسة في القطاع السياحي، وتوصلت الدراسة إلى أن كل نشاط من أنشطة له أثر متباين على كل من الربحية والاستثمارية، ويحسن الأداء المالي للمؤسسات.

5-دراسة (فيلف، 2011)

هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين الإفصاح عن المعلومات عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، والاطلاع على مدى إفصاح تلك الشركات عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها المالية السنوية.

وطبقت الدراسة على عينة من الشركات الصناعية المساهمة العامة الاردنية المدرجة في بورصة عمان لعام 2010.

وتوصلت الدراسة إلى تدني مستوى الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، يوجد علاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي لشركات الدراسة سواء تم قياس الأداء العائد على الاصول او العائد على السهم.

6-دراسة (Bayoud et. al, 2012)

هدفت الدراسة إلى اختبار طبيعة العلاقة ما بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، وقد تم تحليل (110) تقرير سنوي يخص (40) شركة من الشركات الليبية. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية من كل من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للشركات عينة البحث.

7-دراسة (عمر وآخرون، 2014)

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، وطبقت الدراسة على (58) شركة من عام (2005 - 2008)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج تفيد أن الاستثمار في الأنشطة الخاصة بالارتقاء بالمنتجات يؤدي إلى تحسين الأداء المالي، ولم يؤثر في باقي الأنشطة الخاصة بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي.

8-دراسة (Hsiang& Hsiang, 2014)

هدفت الدراسة إلى دراسة التغطية الإعلامية لأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي للشركات في بورصة تايوان. وطبقت الدراسة على الشركات القابضة في بورصة تايوان عن طريق تحليل البيانات المالية الربع سنوية بين عامي (2002-2006) وتوصلت الدراسة إلى أنه ترتبط كمية التغطية الإعلامية بتأثير إيجابي على الأداء المالي للشركات لاحترام المجتمع للشركات ذات التي تنفذ مسؤوليتها الاجتماعية.

9-دراسة (Ofori, et al., 2014)

هدفت الدراسة إلى معرفة دوافع ممارسة الشركات للمسؤولية الاجتماعية في غانا، وتحديد مدى وجود علاقة بين تلك الممارسات والأداء المالي، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (22) بنك من البنوك العاملة في دولة غانا.

وتوصلت الدراسة إلى معرفة الشركات في غانا لممارسة المسؤولية الاجتماعية كأداة استراتيجية. وأن الربحية والاستدامة من الدوافع الرئيسية لممارسة الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية، وأن هناك علاقة إيجابية بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وربحيتها (العائد على الاصول، والعائد على حقوق المساهمين).

10-دراسة (Wang & Berens, 2015)

تهدف الدراسة إلى بيان أثر محاور المسؤولية الاجتماعية للشركات على التقييم المالي لها وهذه المحاور هي: (المحور الاقتصادي-المحور القانوني-المحور الاخلاقي-المحور الانساني). وتوصلت الدراسة إلى أن هذه المحاور الاربعة تؤثر على الأداء المالي بشكل مختلف بواسطة آثارها على سمعة الشركة.

• ما يميز البحث الحالي:

الدراسات السابقة تناولت واقع تبني المؤسسات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتقييم المالي لتلك المؤسسات، أما ما يميز البحث الحالي أنه قام بتسليط الضوء على أثر الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في المؤسسات الإعلامية، وهو جانب لم يتم التطرق له من حيث قطاع التطبيق من قبل الباحثين سواء على المستوى المحلي، أو الإقليمي، أو الدولي، وذلك حسب علم الباحث.

الحادي عشر: الإطار النظري:

إن للدور الرئيس الذي تؤديه المحاسبة في الشركات، وبعد أن اتجهت اقتصاديات الدول الحديثة نحو المساعدة في تحقيق التكافل الاجتماعي للمجتمع ككل، أصبحت المحاسبة متطلباً رئيساً لتحقيق ذلك التكافل، فأدى ذلك لظهور محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

وتنفذ الشركات أنشطة محاسبة المسؤولية الاجتماعية لتحقيق أهداف مختلفة منها: تحسين صورة الشركة، وتعزيز الروح المعنوية للموظفين فيها، وتحسين معدلات المحافظة على الموظفين داخل الشركة وعدم تسربهم للخارج، وبناء علاقات سليمة مع الحكومات والمجتمعات المحلية،

والاستجابة للتوقعات المتزايدة للعملاء والفئات الاجتماعية. (Henderson, 2007;)

(Tsoutsoura, 2004)

وعلى اعتبار أن المحاسبة نظام يتفاعل مع البيئة وغير منفصل عنها ويعمل باستمرار على التكيف مع التغيرات البيئية، وانطلاقاً من منظور أن الشركة جزء من بيئتها تؤثر وتتأثر بها، فإن الأمر يستوجب تكييف النظام المحاسبي مع أية تغيرات في بيئة الشركة. (عبد الحسين، 2006) ولقد لوحظ زيادة الإهتمام من قبل الشركات في الوقت الحاضر بمختلف أنشطتها تجاه الإيفاء بالمسؤولية الاجتماعية للاستجابة لمطالب عملائها. (Bremner, 2009)

فنجد مفهوم محاسبة المسؤولية *Accountability* ينظر إليه على أنه أفضل مدخل لتحقيق أهداف المجتمع المتمثلة في العدالة والفاعلية، وهذا لأن التقارير المالية للشركات، تقدم معلومات ملائمة من خلال النظرة الاجتماعية الواسعة، لذا فإنه داخل مفهوم محاسبة المسؤولية لا يفترض أن مصالح مجموعة معينة من المستخدمين أهم من مصالح المستخدمين الآخرين، كما أن احتياجات حملة الأسهم والأسواق المالية ليست هي الاحتياجات الوحيدة التي يتم الإهتمام بها، حيث إن احتياجات المجتمع والعامه هي السائدة. (أبوزيد، 2005)

ويلقى تأثير المؤسسات الإعلامية على المجتمع إهتماماً عالمياً، وتتزايد تطلعات الجمهور والموظفين والمستثمرين والمجتمعات المحلية فيما يتعلق بدور المؤسسات الإعلامية في المجتمع.

ويتم التعرض للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالأداء المالي في المؤسسات الإعلامية من خلال التالي:

(أ) مفهوم الإفصاح المحاسبي عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية

قد عرف "Burke" الإفصاح الاجتماعي على أنه عرض البيانات المتعلقة بالنشاط الاجتماعي للوحدة الاقتصادية بشكل يمكن من تقييم الأداء الاجتماعي للوحدة، ولقد تزايد الإهتمام بالإفصاح عن بيانات التكاليف الاجتماعية التي تتحملها المنشأة. (بوخلخال، بدون سنة نشر) إن الدراسات العلمية ومحاولات التطبيق العملي قد استقرت على إتباع إحدى الطريقتين:

(حنان، 2003)

1-طريقة الدمج: دمج معلومات محاسبة المسؤولية الاجتماعية مع المعلومات التقليدية للمحاسبة المالية ضمن قوائمها المالية ذات الغرض العام وهي قائمة الدخل وقائمة المركز المالي.

2-طريقة الفصل: عرض معلومات محاسبة المسؤولية الاجتماعية في قوائم مستقلة مع الإبقاء على قوائم المحاسبة المالية في شكلها ومضمونها التقليدي.

(ب) مفهوم التكاليف الاجتماعية

يمكن تقسيم مفهوم التكاليف الاجتماعية إلى: (الشيرازي، 1990)

1-تكاليف اجتماعية مباشرة (تمثل وجهة نظر النظرة المحاسبية)

2-تكاليف اجتماعية غير مباشرة (تمثل وجهة نظر النظرة الاقتصادية)

فالتكاليف الاجتماعية المباشرة 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 تضحيات نتيجة ممارسة الوحدة لنشاطها الخاص، فتلوث الهواء والمياه والعوادم والنفايات التي تترتب على النشاط الخاص للوحدة يعد عبئاً وتكلفة اجتماعية.

(ج) تعريف المسؤولية الاجتماعية الإعلامية:

تعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم المؤسسة الإعلامية بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للمؤسسة الإعلامية حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع". (بتصرف: حسام الدين، 2003)

وتعني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الإعلامية أيضاً: "الإهتمام بالصالح العام أو الإهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف المؤسسة الإعلامية بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم". (بتصرف: حجاب، 2004)

ويري الباحث أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الإعلامية هي عملية إدارية حيث تهتم المؤسسة الإعلامية بالآثار المباشرة وغير المباشرة لأعمالهم على المجتمعات المحلية والخارجية، وأن كل نشاط إعلامي في المؤسسة يقع ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، ولها دور اجتماعي تؤديه من خلال ممارستها الإعلامية.

(د) مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإعلامية

نتلخص المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإعلامية في المبادئ التالية: (ماكفيل، 2005)

- 1-ينبغي على الصحافة والإعلام بوسائلها المختلفة أن تسهم في التزامات معينة تجاه المجتمع.
- 2-يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل وفق المنطق المجتمعي وأن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والالتزان والموضوعية وغيرها على اعتبار أنها أداة بناء لا هدم.
- 3-على وسائل الإعلام أن تبادر وتعمل على تنظيم نفسها.
- 4-يتوجب على وسائل الإعلام أن تتجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية.
- 5-على الصحافة أن تحترم التعددية وأن تعكس حرية تنوع الآراء وأن تحترم حق الرد.
- 6-من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها.
- ومن المبادئ أيضاً: (مكاوي، 2003)
- 7-ممارسة النقد البناء.
- 8-نشر أهداف المجتمع وقيمه وثقافته.
- 9-العمل على نشر أهداف المجتمع وخططه التربوية والتعليمية والاقتصادية.
- 10-العمل على ضمان احترام حقوق الفرد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.
- 11-وضع المعلومات أمام المواطنين وعدم إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع والدولة.
- 12-إعطاء الفرد حقه في الحصول على المعلومات وعدم التستر عليها وعدم تزويده بمعلومات كاذبة او منقوصة.

وبينت دراسة (Azim et al., 2011) أنه يجب على المؤسسات المالية عدم اقتصار إهتمامها بالربحية والنمو، بل أيضاً يجب أن تهتم بالمجتمع والبيئة، وأنها مسؤولة عن تأثير أنشطتها على العاملين والمساهمين والعملاء والمجتمع.

وأظهرت دراسة أجراها مركز (Caribbean Business, may 2004) عندما كان معيار شراء المستهلك التقليدي الذي يضم السعر، الجودة، والملائمة متساوية، فإن ما نسبته 81% من الزبائن سيتحولون من الأسماء التجارية الى الشركة التي تمارس المسؤولية الاجتماعية. (Eweje and Bentley, 2006)

وقد تناولت العديد من الدراسات الإفصاح عن الأنشطة الخاصة بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الجوانب المختلفة لأداء الشركات، مثل سمعة الشركة (Brammer & Millington, 2005)، ورضا المستهلك (Luo & Bhattacharya, 2006).

(هـ) أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

يمكن توضيح أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كالتالي:

1- المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع: يعتبر المجتمع بالنسبة لمنظمات الأعمال شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، الأمر الذي يتطلب منها مضاعفة نشاطاتها تجاهه، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة. والتي تشمل: المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدائق، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، دعم بعض الأنشطة مثل الأندية الترفيهية، احترام العادات والتقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة من خلال تقديم الدعم المادي لهم، هذا بالإضافة الى الدعم المتواصل للمراكز العلمية كمراكز البحوث والمستشفيات. وعادة ما ينظر إلى مسؤولية المنظمة تجاه المجتمع المحلي من زوايا مختلفة، فقد تشمل رعاية الأعمال الخيرية، الرياضة والفن، التعليم وتدريب المؤسسات، وإقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي. (Anselmsson & Johansson, 2007).

2- المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور: ويتضمن هذا المجال كل ما من شأنه زيادة الأرباح، وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسة، وتحسين العلاقة مع الجمهور وتلبية متطلباته، والمحافظة على رضاه، كالصدق والأمانة في محتوى البرامج المقدمة، والرد على الشكاوي، ودراسة الاقتراحات المقدمة منه، واعتبار مصلحته من أولويات المؤسسة. (بنصرف: Hossain et. al, 2006)

3- المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين: وتتضمن الأنشطة التي توجه لتلبية متطلبات الموظفين بالمنظمة وتحسين أحوالهم بصفة عامة، لذلك فإن هذا المجال يمثل مجالاً داخلياً. ومن أمثلة هذه الأنشطة توفير الرعاية الصحية للموظفين، وتهيئة ظروف للعمل تتصف بالأمن والسلامة، والأجور المناسبة، ووضع نظام للحوافز، ومساعدتهم في الحصول على سكن ملائم،

وتوفير البرامج التدريبية اللازمة لاكتسابهم المهارات، والتي تنعكس ايجابياً على عملهم.
(بتصرف: 2008, Rahahleh & Sharairi)

4-المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة: وتشمل الأنشطة التي تؤدي إلى تخفيف أو منع التدهور البيئي والتي تهدف لحماية الموارد الطبيعية والبيئة المحيطة والمحافظة عليها. ويعتبر الإهتمام بهذا المجال أمراً حيوياً ليس فقط لأثره على نوعية الحياة، بل لأثره على ما تتحمله الدول من نفقات للمحافظة على البيئة الطبيعية. (Gray, 2002)

(و) الأداء المالي وقياسه وعلاقته بتكاليف المسؤولية الاجتماعية:

تعريف الأداء المالي: هو مدى النجاح المالي الذي تستطيع فيه الشركات أن تعظم ثروة ملاكها، وذلك من خلال الحصول على أعلى عائد ممكن لاستثماراتهم، وتوجد مقاييس متعددة لقياس الاداء المالي، ويعتبر العائد على الموجودات، والعائد على حقوق المساهمين من أكثرها شيوعاً، وهذه المقاييس استخدمتها كل من الدراسات مثال دراسات (Mahoney & Roberts, 2007;) (Fauzi et. al., 2007; Waddock & Graves, 1997).

وجدير بالذكر أنه في حالة عدم توفر المقاييس الكمية للأداء المالي للمؤسسات، وذلك بسبب صعوبة الحصول على النسب المالية عن التكلفة الاجتماعية للمؤسسات محل الفحص، وجدير بالذكر أن بورصة فلسطين لا توجد فيها أي مؤسسة إعلامية تنشر قوائم مالية، لذلك يتم اتباع اسلوب قائمة الاستقصاء(الاستبيان) ويقوم هذا الأسلوب على جمع البيانات، والمعلومات عن طريق السؤال المباشر للأشخاص ذوي العلاقة المباشرة بالتكلفة الاجتماعية للمؤسسة، وهذا الاسلوب ما يتبعه الباحث في البحث الحالي.

الثاني عشر: المنهجية واختبار الفرضيات:

يتم في هذا المبحث تناول المنهجية التي اتبعها الباحث في تصميم وتنفيذ الدراسة الميدانية بغرض اختبار الفروض والوصول إلى الأهداف التي قام عليها هذا البحث.
فقد اعتمد الباحث في الحصول على بيانات الدراسة الميدانية على قائمة الاستقصاء، والتي تم توزيعها على مجتمع البحث والمكون من موظفي المؤسسات الإعلامية الفلسطينية بقطاع غزة فحسب مكتب الإعلام الحكومي يوجد عدد (110) مؤسسة إعلامية في قطاع غزة، والمؤسسات التي وضعها القانوني ليس عليه أي ملاحظات يبلغ عددها (54) مؤسسة، بواقع قائمة استقصاء واحدة لكل مؤسسة إعلامية، لذلك قام الباحث بتوزيع (54) قائمة استقصاء، وقد كانت الردود الحصول على (50) قائمة استقصاء صالحة للتحليل، وهو عدد كافي لإجراء التحليل والمقارنة، ويمثل 92.6% من حجم المجتمع لذلك تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لكافة مفردات المجتمع بعد أخذ المحدد القانوني بعين الاعتبار.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت لقياس استجابات المبحوثين لقرارات الاستبيان حسب الجدول التالي: (الفرا، 2008)

جدول (1): درجات مقياس ليكرت

الاستجابة	محدود للغاية	محدود	متوسط	قوي	قوي للغاية
الدرجة	1	2	3	4	5

لتحديد الأوزان النسبية للإجابة على قائمة الاستقصاء وتتراوح الأوزان من (1 إلى 5) وقد اختار الباحث الدرجة (1) للاستجابة "محدود للغاية" وبذلك يكون الوزن النسبي في هذه الحالة هو (20%) وهو يتناسب مع هذه الاستجابة، والوزن النسبي لدرجة (3) "متوسط" هو (60%).

وتم إجراء الدراسة الميدانية للبحث من خلال التالي:

(أ) الأساليب الإحصائية المستخدمة:

قام الباحث بتفريغ وتحليل قائمة الاستقصاء من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، الإصدار الثامن عشر، ونظراً لأن البيانات الواردة في قائمة الاستقصاء بيانات وصفية، وترتيبية فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية اللامعلمية، وذلك بسبب أن مقياس ليكرت هو مقياس ترتيبي وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة الأهمية النسبية لكل عنصر: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي، لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحث في وصف مجتمع الدراسة.
2. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة ومدى اتساق الردود المجمع من المستقضي منهم مع بعضها البعض، بالإضافة لمدي إمكانية الاعتماد علي نتائج الدراسة في تعميم النتائج، بالإضافة لحساب معامل الصدق.
3. معامل ارتباط سبيرمان (Spearman Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط. يستخدم هذا الاختبار لدراسة العلاقة بين المتغيرات في حالة البيانات اللامعلمية، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي لقائمة الاستقصاء.
4. اختبار كروسكال - والاس (Kruskal - Wallis Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات الترتيبية.
5. استخدام معامل الانحدار المتعدد ويتم استخدام معامل الانحدار بطريقة الانحدار المتعدد بطريقة (Enter)، لتحديد أهم المتغيرات المستقلة المؤثرة في المتغير التابع، وكذلك حساب

معامل التحديد المعدل لقياس قدرة المتغير المستقل على تفسير التغيرات الكلية في المتغير التابع.

(ب) التحليل الإحصائي للبيانات:

بعد مراجعة وترميز وتقريغ البيانات من استمارات الاستقصاء وإدخالها على الحاسب الآلي باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) الإصدار الثامن عشر، وذلك لإجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية. وقد أدى ذلك التحليل إلى ظهور العديد من النتائج، وقبل البدء بإثبات صحة الفروض أو عدمها التي قام عليها البحث، يقوم الباحث بعرض التحليل الوصفي وتحليل نتائج الدراسة الميدانية على النحو التالي:

1- الوصف الإحصائي لمجتمع البحث وفق المعلومات العامة.

2- معامل الثبات والصدق.

3- صدق المقياس والذي ينقسم إلى:

أ- الاتساق الداخلي.
ب- الصدق البنائي.

4- الإحصاء الوصفي لمجالات قائمة الاستقصاء.

5- الاختبارات الإحصائية للفرضيات.

ويتناول الباحث كل عنصر من العناصر السابقة بالتفصيل كما يلي:

1- الوصف الإحصائي لمجتمع البحث وفق المعلومات العامة:

وفيما يلي عرض لخصائص مجتمع البحث وفق المعلومات العامة

(أ) توزيع مجتمع البحث حسب المؤهل العلمي:

جدول (2)

توزيع مجتمع البحث حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية %	العدد	المؤهل العلمي
20	10	ماجستير
74	37	بكالوريوس
6	3	دبلوم
100	50	المجموع

يتضح من جدول (2) أن ما نسبته 20% من مجتمع البحث مؤهلهم العلمي ماجستير، بينما 74% مؤهلهم العلمي بكالوريوس، بينما 6% مؤهلهم دبلوم، وهذا يدل على أن معظم الموظفين الماليين في المؤسسات الإعلامية من حملة البكالوريوس، وقلة منهم من حملة الدبلوم.

(ب) توزيع مجتمع البحث حسب الخبرة:

جدول (3)

توزيع مجتمع البحث حسب الخبرة

الخبرة العملية	العدد	النسبة المئوية %
من 1-5 سنوات	11	22
من 6 - 10 سنوات	26	52
من 11-20 سنة	12	24
أكثر من 20 سنة	1	2
المجموع	50	100

يتضح من جدول (3) أن ما نسبته 22% من عينة الدراسة خبرتهم العملية أقل من خمس سنوات، 52% تتراوح خبرتهم العملية من 6 - 10 سنوات، بينما 24% خبرتهم العملية من 11-20 سنة، بينما من خبرتهم أكثر من 20 سنة كانت نسبتهم 2%، ويدل هذا على أن الموظفين الماليين الذين خبرتهم أكثر من 20 سنة 2% فقط، وذلك بسبب أن عمر السلطة الوطنية الفلسطينية بكافة مؤسساتها ومنها الجانب الإعلامي 22 سنة، وأن المؤسسات الإعلامية في حالة نمو حيث أصبح ما نسبته 52% من الموظفين الماليين لديهم خبرة من 6-10 سنوات.

(ج) توزيع مجتمع البحث حسب التخصص:

جدول (4)

توزيع مجتمع البحث حسب التخصص

التخصص	العدد	النسبة المئوية %
محاسبة	42	84
علوم مالية ومصرفية	8	16
المجموع	50	100

يتضح من جدول (4) أن ما نسبته 84% من مجتمع البحث تخصصهم العلمي محاسبة، بينما 16% علوم مالية ومصرفية، ويدل هذا على أن الموظفين الماليين معظمهم تخصص محاسبة وأن نسبة ضعيفة منهم تخصص علوم مالية مصرفية.

(د) توزيع مجتمع البحث حسب المسمى الوظيفي:

جدول (5)

توزيع مجتمع البحث حسب المسمى الوظيفي

النسبة المئوية %	العدد	الخبرة العملية
16	8	مدير مالي
20	10	رئيس قسم
50	25	محاسب
14	7	مدقق داخلي
100	50	المجموع

يتضح من جدول (5) أن ما نسبته 16% من مجتمع البحث مساهم الوظيفي مدير مالي، و 20% رئيس قسم، و 50% محاسب، بينما 14% مدقق داخلي، ويدل هذا على أن الموظفين الماليين معظمهم وصفه الوظيفي محاسب وأن نسبة ضعيفة منهم وصفه الوظيفي مدقق داخلي.

2-معامل الثبات والصدق:

يقصد بثبات قائمة الاستقصاء أن تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة، وعدم تغييرها بشكل جوهري، فيما لو تم إعادة توزيعها على فئات مجتمع البحث عدة مرات خلال فترة زمنية معينة، وقد تحقق الباحث من ثبات استبانة البحث وذلك بحساب معامل الثبات (معامل ألفا كرونباخ) المعبر عنه (Alpha) لأسئلة الاستقصاء (وهو ما يسمى بمعامل الاعتمادية)، ويستخدم لبحث مدي إمكانية الاعتماد علي نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج. (الرجاوي، 2010)

جدول رقم (6)

معامل الثبات والصدق لمحاوّر قائمة الاستقصاء

معامل الصدق Validity	معامل الثبات (Alpha)	البيان	رقم الفقرة
0.946	0.930	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.	15 -1
0.948	0.899	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.	29 -16
0.971	0.943	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.	36 -30
0.957	0.915	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور.	47 -37
0.974	0.948	الأداء المالي للمؤسسة.	58 -48
0.960	0.921	جميع محاور قائمة الاستقصاء	

باستعراض الجدول رقم (6) يتضح أن قيم معامل الثبات مقبولة لجميع الفقرات، حيث تضمنت قائمة الاستقصاء خمسة محاور، وتراوحت قيمة معامل الثبات في قائمة الاستقصاء بكل محاورها بين (0.899) لمحور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، و(0.948) لمحور الأداء المالي للمؤسسة، وكانت قيم معامل الثبات لجميع مجالات قائمة الاستقصاء (0.921)، وهذا يعني أن قيمة الثبات مرتفعة لجميع مجالات قائمة الاستقصاء. وبحساب قيم معامل الصدق (معامل الصدق = الجذر التربيعي لمعامل الثبات). فإنها تتراوح بين (0.946) لمحور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، و(0.974) لمحور الأداء المالي للمؤسسة، وكانت قيم معامل الثبات لجميع مجالات قائمة الاستقصاء (0.960)، وهذا يعني أن قيمة الصدق مرتفعة لجميع مجالات قائمة الاستقصاء.

3- صدق المقياس:

أ- الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل سؤال من أسئلة قائمة الاستقصاء مع المحور الذي ينتمي إليه هذا السؤال (الجرجاوي، 2010)، وقد قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي لقائمة الاستقصاء، للتأكد من مدى ارتباط فقرات قائمة الاستقصاء، وذلك من خلال فحص ارتباط فقرات كل مجموعة على حدة، وتم ذلك من خلال فحص ارتباط كل فقرة من الفقرات مع المجموع الكلي لنفس المجموعة، وذلك باستخدام معامل الارتباط سبيرمان كما هو موضح في الجدول رقم (8)

جدول رقم (7)

العلاقة بين معامل الارتباط وقوة الارتباط

قوة الارتباط	معامل الارتباط
قوي للغاية	0.80 إلى 0.99
قوي	0.60 إلى 0.79
متوسط	0.40 إلى 0.59
محدود	0.20 إلى 0.39
محدود للغاية	0.01 إلى 0.19

باستعراض الجدول رقم (8)، والمرفق في الملحق الثاني يتضح في ضوء الجدول رقم (7) أن جميع فقرات قائمة الاستقصاء كل فقرة مرتبطة بالمجموعة التي تمثلها ارتباطاً إيجابياً. وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، لان مستوى الدلالة أقل من 5%، حيث يتراوح معامل الارتباط بين (0.496) للفقرة التي رقم (9) المنتمية لمحور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية

الاجتماعية تجاه المجتمع، و(0.911) للفقرة رقم (35) المنتمية لمحور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

ويتضح أن هناك ارتباطاً باتجاه علاقة طردية، وقوة العلاقة بمستوى من (متوسط إلى قوي للغاية).

ب-الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لقرات قائمة الاستقصاء. وتم استخدام معامل الارتباط سييرمان لقياس الصدق البنائي لمجالات قائمة الاستقصاء. كما هو موضح في الجدول رقم (9).

جدول رقم (9)

معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور قائمة الاستقصاء والدرجة الكلية لقائمة الاستقصاء.

المحور	المحور / المجال	معامل سييرمان للارتباط	القيمة الاحتمالية (sig)
الأول	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.	0.851	0.000
الثاني	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.	0.803	0.000
الثالث	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.	0.827	0.000
الرابع	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور .	0.831	0.000
المتوسط	المتوسط الكلي لمجال الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية	0.918	0.000
الخامس	الأداء المالي للمؤسسة.	0.953	0.000

باستعراض الجدول رقم (9) في ضوء الجدول رقم (7) يتضح أن جميع معاملات الارتباط في جميع محاور ومجالات قائمة الاستقصاء دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ ، لأن مستوى الدلالة أقل من 5%، حيث تراوح معامل الارتباط بين (0.803 إلى 0.953)، والمتوسط الكلي لمجال الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية معامل ارتباطه (0.918) بمستوى قوي للغاية. ويتضح أن هناك ارتباطاً باتجاه علاقة طردية، وقوة العلاقة بمستوى (قوي للغاية)، وبذلك تعتبر جميع محاور قائمة الاستقصاء صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (10)

المتوسط المرجح لمقياس ليكرت الخماسي

المتوسط المرجح	المستوى
من 1 إلى 1.79	محدود للغاية
من 1.80 إلى 2.59	محدود
من 2.60 إلى 3.39	متوسط
من 3.40 إلى 4.19	قوي
من 4.20 إلى 5	قوي للغاية

المصدر: (الفرأ، 2008).

4-الإحصاء الوصفي لمجالات قائمة الاستقصاء:

يعرض الجدول رقم (11)، والمرفق في الملحق الثاني الإحصاء الوصفي لمحاور قائمة الاستقصاء، ويتضح من الجدول ما يلي:

يتراوح الوسط الحسابي لفقرات قائمة الاستقصاء بين وسط حسابي قدره (3.36) وانحراف معياري قدره (1.66445) في الفقرة رقم (26) بمستوى (متوسط) والمنتمية لمحور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، ووسط حسابي قدره (4.26) وانحراف معياري قدره (0.82833) في الفقرة رقم(54) بمستوى (قوي للغاية) والمنتمية لمحور الاداء المالي، وذلك حسب الجدول رقم (10).

جدول رقم (12)

الإحصاء الوصفي لمحاور ومجالات بيانات قائمة الاستقصاء

اسم المحور	المحور	وسط حسابي	انحراف معياري
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.	الأول	3.867	0.673
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.	الثاني	3.753	0.591
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.	الثالث	3.803	0.869
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور.	الرابع	3.862	0.633
المتوسط الكلي لمجال الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية.	المتوسط	3.821	0.624
الاداء المالي.	الخامس	4.051	0.817
المتوسط الكلي لقائمة الاستقصاء.	المتوسط	3.936	0.676

بتحليل نتائج الجدول رقم (12) بالاستناد على بيانات الجداول السابقة وفي ضوء الجدول رقم(10) يتضح أن المتوسط الحسابي لاستجابات جميع المبحوثين في كل المحاور والمتوسط الحسابي الكلي لقائمة الاستقصاء يتراوح من (3.753 إلى 4.051) وهو بمستوى يتراوح من(قوي

إلى قوي للغاية)، كما تجدر الإشارة إلى أن المتوسط الكلي لقائمة الاستقصاء (3.936)، وذلك يدل على أن المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين في كل محاور قائمة الاستقصاء بمستوى قوي وهذا مؤشر ايجابي لصالح فقرات قائمة الاستقصاء.

5-الاختبارات الإحصائية للفرضيات:

جدول رقم (13)

تقديرات نموذج الانحدار المتعدد بطريقة (Enter)

التقديرات				F.	(sig.)	معامل التحديد المعدل (R ²)
Sig.	T	B	معادلة الانحدار بطريقة Enter			
0.000	0.464	0.257	Constant	15.533	(0.000)	(0.543)
0.000	1.468	0.381	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.			
0.000	0.059	0.016	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.			
0.000	1.221	0.188	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.			
0.000	1.919	0.401	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور.			

يوضح الجدول رقم (13) تقديرات نموذج الانحدار المتعدد بطريقة (Enter) بهدف تحديد محاور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية (المتغيرات المستقلة)، التي تؤثر في المتغير التابع (الأداء المالي)، ويتضح من الجدول معنوية نموذج الانحدار المتعدد، وأن المتغيرات المستقلة التي تؤثر في المتغير التابع بدرجات متفاوتة هي كما في معادلة الانحدار.

(أ) معادلة الانحدار الخطي المتعدد:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_k X_k + E$$

المتغير التابع Y = الجزء الثابت a + المتغير المستقل الأول X₁ + المتغير المستقل الثاني X₂

المتغير المستقل الثالث X₃ + المتغير المستقل الرابع X₄ + E (تمثل الخطأ العشوائي).

المعادلة:

الأداء المالي = 0.257 (الجزء الثابت) + 0.381 (الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع) + 0.016 (الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين) + 0.188 (الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة) + 0.401 (الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور)

وفق معادلة الانحدار السابقة يتضح ما يلي:

- كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.381 درجة.
- كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.016 درجة.
- كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.188 درجة.
- كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.401 درجة.

(ب) تفسير المتغيرات المستقلة للتغير في المتغير التابع:

وتفسر المتغيرات المستقلة (54.3%) من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع ويتضح ذلك من خلال:

• معامل التحديد المعدل (R^2):

أن المتغيرات المستقلة، وهي متغيرات الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية، تفسر (54.3%) من التغير الكلي في المتغير التابع، وهو الاداء المالي، وباقي النسبة (45.7%) ترجع لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج، أو لاختلاف طبيعة نموذج الانحدار عن النموذج الخطي.

• اختبار معنوية المتغيرات المستقلة:

باستخدام اختبار (T.Test) فإن المتغيرات المستقلة وهي متغيرات الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تؤثر على الاداء المالي، وذلك عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وبناءً على ما سبق يتضح التالي:

1- عدم صحة الفرضية العدمية الأولى والتي تنص على:

" لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، لذلك ترفض.

وصحة الفرضية البديلة والتي تنص على:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، لذلك يقبل. حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.381 درجة.

2-عدم صحة الفرضية العدمية الثانية والتي تنص على:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، لذلك ترفض. وصحة الفرضية البديلة والتي تنص على:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، لذلك تقبل. حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.401 درجة.

3-صحة الفرضية العدمية الثالثة والتي تنص على:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، لذلك تقبل. حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.016 درجة. ويتضح أن الأثر ضعيف جداً ويمكن إهماله.

4-عدم صحة الفرضية العدمية الرابعة والتي تنص على:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، لذلك ترفض. وصحة الفرضية البديلة والتي تنص على:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"، لذلك تقبل. حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.188 درجة. ويرى الباحث ترتيب محاور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية حسب درجة أثرها على محور الأداء المالي كما يلي:

1-محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور.

2-محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

3-محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

4-محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

جدول رقم (14)

نتائج اختبار كروسكال - والاس للفرق بين المتوسطات

المعنوية	P-value	Chi- square	البيانات العامة
غير معنوي	0.939	0.405	العمر
غير معنوي	0.867	0.285	المؤهل العلمي
غير معنوي	0.588	1.926	سنوات الخبرة
غير معنوي	0.125	2.356	التخصص
غير معنوي	0.693	1.456	المسمى الوظيفي

يتضح من نتائج الجدول رقم (14) لا معنوية بنود المعلومات الشخصية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث أن قيمة P-value اكبر من مستوى معنوية (5%)، ويدل على عدم وجود اختلاف بين متوسط استجابات الباحثين حول الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تعزى إلى البيانات العامة (العمر- المؤهل العلمي- سنوات الخبرة- التخصص - المسمى الوظيفي).

ومما سبق من نتائج الجدول رقم (14) يتضح صحة الفرضية العدمية الخامسة والتي تنص على:

"لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الباحثين حول الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تعزى للبيانات العامة (العمر- المؤهل العلمي-سنوات الخبرة- التخصص-المسمى الوظيفي)"، لذلك تقبل.

الثالث عشر: النتائج والتوصيات:

(أ) مناقشة النتائج:

1- يتراوح الوسط الحسابي لفرقات قائمة الاستقصاء بين وسط حسابي قدره (3.36) وانحراف معياري قدره (1.66445) في الفقرة رقم (26) والتي تنص على "تفصح المؤسسة عن تكاليف تبني سياسة توزيع حصة من الأرباح السنوية على الموظفين" بمستوى (متوسط) والمنتمية لمحور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين ، ووسط حسابي قدره (4.26) وانحراف معياري قدره (0.82833) في الفقرة رقم(54) والتي تنص على "يؤدي إفصاح المؤسسة

عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية الى تحسين سمعتها مما يؤدي الى زيادة الطلب على خدماتها" بمستوى (قوي للغاية) والمنتمية لمحور الاداء المالي.

2- يتضح أن المتوسط الحسابي لاستجابات جميع المبحوثين في كل المحاور والمتوسط الحسابي الكلي لقائمة الاستقصاء يتراوح من (3.753 إلى 4.051) وهو بمستوى يتراوح من (قوي إلى قوي للغاية)، كما تجدر الاشارة إلى أن المتوسط الكلي لقائمة الاستقصاء (3.936)، وذلك يدل على أن المتوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين في كل محاور قائمة الاستقصاء بمستوى قوي وهذا مؤشر ايجابي لصالح فقرات قائمة الاستقصاء.

3- عدم صحة الفرضية العدمية الأولى والتي تنص على:

" لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية".

حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.381 درجة.

4- عدم صحة الفرضية العدمية الثانية والتي تنص على:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية".

حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.401 درجة.

5- صحة الفرضية العدمية الثالثة والتي تنص على:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية".

حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.016 درجة. ويتضح أن الأثر ضعيف جداً ويمكن إهماله.

ويمكن تفسير عدم وجود أثر للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين على الأداء المالي، إلى عدم وجود وعي لدى المؤسسات الإعلامية لهذه الاستثمارات أو بسبب الفشل في تثقيف موظفيها بشأن المسؤولية الاجتماعية، وهذا من شأنه أن يدفع تلك المؤسسات إلى الاكتفاء بمهارات الموظفين الحالية دون الحاجة إلى تنميتها أو تطويرها، وبالتالي لا يؤدي في النهاية إلى التأثير على الأداء المالي لهذه المؤسسات.

بالإضافة إلى ذلك، فإن عدم قدرة الشركات على تلبية احتياجات موظفيها من دورات تدريبية وتعليم وزيادة المهارات والكفاءات لدى هؤلاء الموظفين قد يؤدي إلى عدم إهتمام الموظفين بمسؤوليتهم الاجتماعية، وهذا من شأنه أن لا ينعكس إيجاباً على الأداء المالي لهذه المؤسسات.

6- عدم صحة الفرضية العدمية الرابعة والتي تنص على:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، للإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية".

حيث أن كل تحسين قدره درجة واحدة في الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة يؤدي إلى زيادة مستوى تحسين الأداء المالي بمقدار 0.188 درجة.

7- يتضح صحة الفرضية العدمية الخامسة والتي تنص على:

"لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تعزى للبيانات العامة (العمر- المؤهل العلمي-سنوات الخبرة- التخصص-المسمى الوظيفي)".

8- تتفق نتائج البحث الحالي مع كل الدراسات السابقة في كل محاور تكاليف المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي، فيما عدا محور واحد وهو الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين على الأداء المالي.

(ب) التوصيات:

في ضوء النتائج السابقة يوصي البحث بالآتي:

1- مضاعفة الإهتمام بالإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

2- ضرورة تعزيز الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

3- ترتيب المحاور حسب درجة أثرها في محور الأداء المالي كما يلي:

أ- محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور.

ب- محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

ج- محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

د- محور الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين.

4- ينبغي لهذه المؤسسات الإعلامية أن تقوم بدور أكثر تأثيراً في تقديمها للخدمات وللعاية بالمجتمعات التي تنمو داخلها.

5- يجب أن تلتزم المؤسسات الإعلامية بممارسة عدد من المسؤوليات الاجتماعية تجاه كل أصحاب المصلحة، خصوصاً الذين تربطهم بها مصالح مباشرة ويؤثرون ويتأثرون بنشاطاتها والمجتمع الذي تمارس نشاطها فيه.

- 6- دعم مفهوم المسؤولية الاجتماعية اذ يساعد هذا المفهوم على توجيه استغلال الموارد المتاحة بما يخدم المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات الإعلامية على حد سواء.
- 7- العمل على ايجاد تشريعات تلزم أو تشجع على الأقل المؤسسات التي لا يسبب عملها أو إنتاجها حدوث تلوث وأضرار بيئية كالمؤسسات الإعلامية على المساهمة في حماية البيئة والمحافظة عليها.
- 8- تعزيز توعية واقناع الكوادر الإدارية في المؤسسات الإعلامية بأهمية المحافظة على البيئة وحمايتها واعتبار ذلك من أولويات المسؤوليات الاجتماعية التي تقع على عاتق تلك المؤسسات.
- 9- الحث على الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسات الإعلامية، فإنها تجلب معها شعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى الموظفين فيها، والتي تصبح في نهاية المطاف عاده مغروسة لديهم، والذين هم مؤثرين فيما حولهم حسب صفاتهم الشخصية المميزة، وخبرتهم في تسويق الأفكار، مما ينعكس إيجابياً على المجتمع ككل.
- 10- العمل على إجراء المزيد من البحوث حول سبل تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمحاسبة عنها باعتبارها وسيلة فعالة في مساعدة المؤسسات الإعلامية على البقاء وتحقيق ميزة تنافسية في ظل المنافسة المتزايدة وتحديات العولمة.

المراجع:

(أ) المراجع العربية:

- 1- أبو زيد، محمد المبروك، (2005) "المحاسبة الدولية وانعكاساتها على الدول العربية"، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، طبعة الأولى، مصر.
- 2- بوخلخال، يوسف، (بدون سنة) "المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل المحاسبة الاجتماعية (الإفصاح المحاسبي)"، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة الاغواط، الجزائر، ص 1- 19.
- 3- جريوع، يوسف محمود، (2007) "مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، ص 239 - 281.
- 4- الجرجاوي، زياد، (2010) "القواعد المنهجية لبناء الاستبيان"، الطبعة الثانية، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين.

- 5-جماعي، أم كلثوم وسمير، بن عبد العزيز، (2012) "الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال"، **الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية**، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر.
- 6-حجاب، محمد منير، (2004) "المعجم الإعلامي"، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 7-حسام الدين، محمد، (2003) "المسؤولية الاجتماعية للصحافة"، ط1، القاهرة: الدار المصرية للطباعة.
- 8-حنان، رضوان حلوه (2003) "بدائل القياس المحاسبي المعاصر"، ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.
- 9-الشيرازي عباس، (1990) نظرية المحاسبة، الطبعة الأولى، ذات السلاسل للنشر والتوزيع ، الكويت.
- 10-عبد الحسين، مجيد، (2006) "إدراك المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية العراقية والإفصاح عنها في التقارير المالية-دراسة ميدانية"، **القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية**، المجلد 8، العدد 4، ص 171-205.
- 11-عمر، فايز عمر؛ الشعار، اسحق محمود؛ زلوم، نضال عمر، (2014) "أثر الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية"، **دراسات، العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، المجلد 41، العدد 2، ص: 240-258.**
- 12-الفرأ، وليد عبد الرحمن، (2008) "تحليل بيانات الاستبيان"، **الندوة العالمية للشباب الاسلامي: إدارة البرامج والشئون الخارجية.**
- 13-فليف، سهاد صبحي، (2011) "العلاقة بين الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية والأداء في بورصة عمان - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك، الاردن.
- 14-ماكفيل، توماس، (2005) "الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية"، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.
- 15-مكاوي، حسن عماد، (2003) "أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع.

- 1- Azim M., Ahmed E., & D'Netto B. (2011) "Corporate Social Disclosure in Bangladesh: A Study of the Financial Sector". **International Review of Business Research Papers**, Vol. 7, No. 2, March.
- 2- Anselmsson, Johan & Johansson, Ulf (2007)"Corporate Social Responsibility and the Positioning of grocery brands" An exploratory study of retailer and manufacturer brands at point of purchase", **International Journal of Retail & Distribution Management**, Vol.35, No.10, pp.835-856.
from: www.emeraldinsight.com/0959-0552.htm. Cited on
- 3- Bayoud, et al. (2012)" The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance in Libya", **International journal of management and marketing research**, Vol. 05, no. 33, pp. 69-82.
- 4- Brammer, S., & Millington, A. (2005) "Corporate reputation and philanthropy: an empirical analysis", **Journal of Business Ethics**, No. 161, pp.29-44.
- 5- Bremner, C. (2009) "Sustainable tourism moves slowly in the right direction", **Euromonitor International**, London, Retrieved from: <http://blog.euromonitor.com>
- 6- Eweje, G. & Bentley, T. (2006) "**CSR and staff retention in New Zealand companies: A literature review**", (Department of Management and International Business Research **Working Paper series**, Auckland NZ: Massey University, no.6, pp.1-17. <http://hdl.handle.net/10179/635>.
- 7- Fauzi, H. & Mahoney, L. S. & Rahman, A. A. (2007)" The Link Between Corporate Social Performance and Financial Performance: Evidence from Indonesian Companies", **Social and Environmental Accounting**, Vol.1, No. 1, pp. 149-159
- 8- Haniffa, R. M. & Cooke, T. E. (2005) "The impact of culture and governance on corporate social reporting", **Journal of Accounting and Public Policy**, Vol. 24, pp.391-430.
- 9- Henderson, J. C. (2007) "Corporate social responsibility and tourism: hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami", **International Journal of Hospitality Management**, Vol.26, pp. 228-239.
- 10- Heslin, A. Peter. & Ochoa, D. Jenna. (2008) "Understanding and developing strategic corporate social responsibility", **Organizational Dynamics**, Vol.37, No.2, pp.125-144.
- 11- Hossain, MA, Islam, KS & Andrew, J. (2006) "Corporate social and environmental disclosure in developing countries: evidence from

- Bangladesh", in Proceedings of the **Asian Pacific Conference on International Accounting**, Issues, Hawaii, October, pp.1-24.
- 12-Hsiang-Hsuan Chih , Hsiang-Lin Chih , (2014) "Doing good with or without being known? Media coverage of corporate social performance and its impact on corporate financial performance", **Managerial Finance**, Vol. 40, No. 9, pp.883 – 902.
- 13 -Inoue, Y. & Lee, S. (2011) "Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries", **Tourism Management**, Vol.32, pp. 790-804.
- 14 -Kang, K. H. & Lee, S., and Huh, C. (2010)" Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the tourism industry", **International Journal of Hospitality Management**, Vol. 29, pp.72-82.
- 15- Luo, X. & Bhattacharya, C. B. (2006) "Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value", **Journal of Marketing**, No.70, 1-18.
- 16 - Mahoney, L. & Roberts, R. W. (2007) "Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms", **Accounting Forum**, Vol.31, pp.233-253.
- 17 - Ofori, D.F., Nyuur, R.B., & S-Darko, M.D. (2014). Corporate social responsibility and financial performance: Fact or fiction? A look at Ghanaian banks, **Acta Commercii**, 14(1), 180-191.
<http://dx.doi.org/10.4102/ac.v14i1.180>
- 18 - Rahahleh, M, Y & Sharairi, J A. (2008) "The Extent of Social Responsibility Accounting Application in the Qualified Industrial Zones in Jordan", **International Management Review**, Vol.4, No. 2, pp. 5- 17.
- 19 -Tsoutsoura, M. H.(2004) "**Corporate Social Responsibility and Financial Performance**". Center for Responsible, Haas School of Business, University of California at Berkeley, pp.1-21.
- 20 -Wang, Y. & Berens, G.A.J.M. (2015) "The Impact of Four Types of Corporate Social Performance on Reputation and Financial Performance", **Journal of Business Ethics**, Accepted. doi:
<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2280-y>[go to publisher's site]

الملحق الأول

قائمة الاستقصاء

بسم الله الرحمن الرحيم

السيد/ة..... الفاضل/ة

تحية طيبة وبعد،،،

يقوم الباحث بإعداد بحث موسوم بعنوان:

"أثر الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية"

يهدف هذا الاستقصاء للتعرف على آرائكم، وحفاظاً على وقت سيادتكم برجاء التكرم بقراءة العبارات في قائمة الاستقصاء ووضع علامة (√) وفقاً لما ترونه مناسباً من واقع خبرة سيادتكم في هذا المجال.

لذا يأمل الباحث من سيادتكم القيام باستيفاء بيانات قائمة الاستقصاء المرفقة بحكم عملكم ووظيفتكم، حتى يتمكن الباحث من الوصول لنتائج مفيدة تخدم البحث العلمي. وأخيراً يود الباحث أن يتقدم بجزيل الشكر والتقدير على مساعدتكم وتعاونكم، مع التأكيد لسيادتكم أن البيانات التي ستكرمون بتوفيرها سوف تعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي فقط.

الباحث

د. مدحت فوزي وادي

القسم الأول: بيانات عامة:

أرجو من المستجيب أن يضع علامة (✓) أمام الاختيار الذي يراه مناسباً بكل دقة وموضوعية

لكل من العبارات التالية:

1- الاسم: (اختياري)

2- الجنس: ذكر أنثى

3- العمر:

4- المؤهل العلمي:

5- سنوات الخبرة:

6- التخصص:

إدارة أعمال

محاسبة

أخرى، حدد.....

علوم مالية ومصرفية

7- المسمى الوظيفي:

مدير مالي

مدير عام

عضو مجلس إدارة

مدقق داخلي

محاسب

مدير اداري

أخرى، حدد.....

اداري

القسم الثاني: معلومات تتعلق بمجالى البحث:

يرجى قراءة ما يلي بعناية:

- الرجاء وضع علامة (√) أمام الاختيار الذي يعكس مدى موافقتكم على كل فقرة من الفقرات في المجالات التالية:

غير موافق تماماً	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق	موافق تماماً	الفقرات
					المجال الأول: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية
					المحور الأول: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:
					1- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف مساهمتها في اقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي للمجتمع.
					2- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة والاطفال والمسنين.
					3- تفصح المؤسسة عن تكاليف مساهمتها في تقليل البطالة بالمجتمع.
					4- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف تعيين موظفين من ذوي الاحتياجات الخاصة.
					5- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف مساهمتها في تمويل المراكز العلمية والبحثية و كذلك المؤتمرات.
					6- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف احترامها للعادات والتقاليد في الإعلان عن خدماتها.
					7- تفصح المؤسسة عن تكاليف دعمها لمشاريع البنية التحتية.
					8- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في المجالات الثقافية.
					9- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف منحها الدراسية للمتفوقين من أبناء المجتمع.
					10- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف الدعم المادي الذي تقدمه لإقامة المناسبات الدينية والوطنية في المجتمع المحلي.
					11- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في حالة الحروب والكوارث.
					12- تفصح المؤسسة عن تكاليف مساهمتها في عقد دورات تدريبية لرفع كفاءة الخريجين.
					13- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف المساعدات العينية والمادية للحالات الانسانية في المجتمع.

				14- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف دعمها لمؤسسات المجتمع المدني.
				15- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية.
				المحور الثاني: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين:
				1- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف صرف بدل سكن للموظفين.
				2- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف توفير وسائل النقل للموظفين.
				3- تفصح المؤسسة عن تكاليف سياستها في بناء جسور الثقة مع الموظفين ومشاركتهم مناسباتهم العائلية.
				4- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف سياسة رفع الروح المعنوية للموظفين من خلال عقد مسابقات لهم.
				5- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف ضمان حق الموظف في التدريب والتطوير المستمر.
				6- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف تنظيم رحلات للديار المقدسة للموظفين.
				7- تفصح المؤسسة عن تكاليف عدم التمييز بين الموظفين على اساس الجنس أو الدين أو التنظيم.
				8- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف منح مكافآت وحوافز للموظفين، وفق مبدأ كفاءة وجدارة الموظفين.
				9- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف وجود برنامج تحفيزي لتمليك بعض الاسهم للموظفين.
				10- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف نظام التأمين والمعاشات للموظفين.
				11- تفصح المؤسسة عن تكاليف تبني سياسة توزيع حصة من الارباح السنوية على الموظفين.
				12- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في تغطية المصروفات التعليمية لأبناء الموظفين.
				13- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف عمل التأمين صحي للموظفين.
				14- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف تحقيق الامن الوظيفي للموظفين.
				المحور الثالث: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:
				1- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف سياستها في حماية البيئة، وانها من أهم مرتكزات قيم وثقافة الادارة والموظفين.

					2- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في منع التلوث في البيئة.
					3- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف تنظيم حملات تدريبية للحفاظ على البيئة.
					4- تفصح المؤسسة عن تكاليف مساهمتها في زيادة المساحات الخضراء في البيئة.
					5- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن مساهمتها في الحملات الداعمة للبيئة.
					6- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف لمساهمتها في التصدي للأضرار البيئية الجغرافية المحيطة بنشاطها في المنطقة.
					7- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف عرض البرامج التي تقيدها بالبيئة.
					المحور الرابع: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور:
					1- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف عمل الأبحاث الإعلامية لتحديد احتياجات الجمهور.
					2- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف إهتمامها لخدماتها بجودة عالية وأسعار مناسبة.
					3- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف إهتمامها بالجودة كهدف استراتيجي وليس الربح.
					4- تفصح المؤسسة عن تكاليف إهتمامها باقتراحات الجمهور وتعمل على دراستها.
					5- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف توفير احتياجات الجمهور من خلال التنوع في الخدمات والبرامج.
					6- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف الإهتمام بشكاوى الجمهور والعمل على حلها بصورة عاجلة.
					7- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف مؤشرات لقياس رضا الجمهور.
					8- تفصح المؤسسة عن تكاليف عمل واعداد برامج اعلامية لتنمية ثقافة الجمهور حول خدماتها.
					9- تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف تطور العلاقة الطيبة مع الجمهور باستمرار.
					10- تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف تقديمها إعلانات صادقة عن خدماتها.
					11- تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف التطوير المستمر لخدماتها وبرامجها.

المجال الثاني: الأداء المالي للمؤسسة:				
				1- يساعد إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في قوائمها المالية المساهمين في بناء محافظ استثمارية مثلى، مما ينعكس بشكل ايجابي على ربحيتها.
				2- يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية بالتأثير الايجابي على حجم الاموال المستثمرة فيها.
				3- يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية الى تخفيض الضرائب.
				4- يوفر إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية المعلومات المالية المناسبة لصناع القرار، مما يؤدي الى زيادة عدد المستثمرين المرتقبين، وبالتالي زيادة رأس المال.
				5- يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية الى نشر الوعي الاستثماري مما ينعكس ايجابياً على الاداء المالي لها.
				6- يسهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في زيادة حجم الاستثمار الاجنبي الموجه لها.
				7- يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية الى تحسين سمعتها مما يؤدي الى زيادة الطلب على خدماتها.
				8- يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في توطيد علاقتها مع المقرضين.
				9- يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في حصولها على قروض قليلة التكلفة وذلك عن طريق اصدار الاسهم بمختلف أنواعها.
				10- يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية الى زيادة نسبة المستهدفين للخدمة، وبالتالي زيادة الإيراد من الإعلانات.
				11- يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية ثقة المجتمع والذي يترجم لتزويد المؤسسة بالمعلومات الخاصة، لعمل خدمة اعلامية متميزة تزيد من قيمتها المادية.

الملحق الثاني

جداول التحليل الإحصائي

جدول رقم (8)

معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات قائمة الاستقصاء والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه

رقم الفقرة	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى الدلالة (sig)	رمز الفقرة	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى الدلالة (sig)
1	0.522	0.000	31	0.828	0.000
2	0.672	0.000	32	0.810	0.000
3	0.624	0.000	33	0.664	0.000
4	0.679	0.000	34	0.855	0.000
5	0.801	0.000	35	0.911	0.000
6	0.523	0.000	36	0.829	0.000
7	0.693	0.000	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة		
8	0.691	0.000	37	0.629	0.000
9	0.496	0.000	38	0.555	0.000
10	0.524	0.000	39	0.597	0.000
11	0.580	0.000	40	0.785	0.000
12	0.679	0.000	41	0.839	0.000
13	0.675	0.000	42	0.773	0.000
14	0.796	0.000	43	0.806	0.000
15	0.692	0.000	44	0.729	0.000
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع			45	0.736	0.000
16	0.667	0.000	46	0.759	0.000
17	0.624	0.000	47	0.632	0.000
18	0.578	0.000	الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور		
19	0.732	0.000	48	0.794	0.000
20	0.619	0.000	49	0.798	0.000
21	0.584	0.000	50	0.871	0.000
22	0.721	0.000	51	0.894	0.000
23	0.606	0.000	52	0.759	0.000
24	0.643	0.000	53	0.806	0.000
25	0.549	0.000	54	0.754	0.000
26	0.795	0.000	55	0.770	0.000
27	0.589	0.000	56	0.721	0.000
28	0.431	0.000	57	0.798	0.000
29	0.617	0.000	58	0.680	0.000
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين			الأداء المالي للمؤسسة		
30	0.833	0.000			

جدول رقم (11)

الإحصاء الوصفي لقائمة الاستقصاء

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	عدد المجتمع	
المجال الأول:					
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية					
المحور الأول:					
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع:					
1	0.808	0.92494	4.04	50	1-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف مساهمتها في اقامة المشاريع المحلية ذات الطابع التنموي للمجتمع.
7	0.78	0.95298	3.9	50	2-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة والاطفال والمسنين.
9	0.768	0.84177	3.84	50	3-المؤسسة عن تكاليف مساهمتها في تقليل البطالة بالمجتمع.
15	0.728	1.10213	3.64	50	4-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف تعيين موظفين من ذوي الاحتياجات الخاصة.
14	0.744	0.94847	3.72	50	5-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف مساهمتها في تمويل المراكز العلمية والبحثية وكذلك المؤتمرات.
13	0.752	0.79693	3.76	50	6-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف احترامها للعادات والتقاليد في الإعلان عن خدماتها.
10	0.76	0.94761	3.8	50	7-تفصح المؤسسة عن تكاليف دعمها لمشاريع البنية التحتية.
8	0.772	0.94782	3.86	50	8-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في المجالات الثقافية.
3	0.8	0.98974	4	50	9-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف منحها الدراسية للمتفوقين من أبناء المجتمع.
4	0.796	0.93656	3.98	50	10-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف الدعم المادي الذي تقدمه لإقامة المناسبات الدينية والوطنية في المجتمع المحلي.
2	0.804	0.9581	4.02	50	11-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في حالة الحروب والكوارث.
11	0.76	1.04978	3.8	50	12-تفصح المؤسسة عن تكاليف مساهمتها في عقد دورات تدريبية لرفع كفاءة الخريجين.
5	0.792	0.8797	3.96	50	13-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف المساعدات العينية والمادية للحالات الانسانية في المجتمع.

6	0.784	0.92229	3.92	50	14-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف دعمها لمؤسسات المجتمع المدني.
12	0.752	0.95959	3.76	50	15-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية.
المحور الثاني:					
الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين:					
7	0.752	1.00122	3.76	50	16-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف صرف بدل سكن للموظفين.
8	0.748	0.96489	3.74	50	17-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف توفير وسائل النقل للموظفين.
1	0.796	0.76904	3.98	50	18-تفصح المؤسسة عن تكاليف سياستها في بناء جسور الثقة مع الموظفين ومشاركتهم مناسباتهم العائلية.
3	0.78	0.7354	3.9	50	19-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف سياسة رفع الروح المعنوية للموظفين من خلال عقد مسابقات لهم.
5	0.772	0.88086	3.86	50	20-المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف ضمان حق الموظف في التدريب والتطوير المستمر.
5	0.768	1.0174	3.84	50	21-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف ضمان حق الموظف في التدريب والتطوير المستمر.
9	0.736	0.99877	3.68	50	22-تفصح المؤسسة عن تكاليف عدم التمييز بين الموظفين على اساس الجنس أو الدين أو التنظيم.
6	0.764	0.80026	3.82	50	23-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف منح مكافآت وحوافز للموظفين، وفق مبدأ كفاءة وجدارة الموظفين.
11	0.704	0.90891	3.52	50	24-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف وجود برنامج تحفيزي لتمليك بعض الاسهم للموظفين.
9	0.744	0.83397	3.72	50	25-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف نظام التأمين والمعاشات للموظفين.
12	0.672	1.06445	3.36	50	26-تفصح المؤسسة عن تكاليف تبني سياسة توزيع حصة من الارباح السنوية على الموظفين.
10	0.712	0.95105	3.56	50	27-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في تغطية المصروفات التعليمية لأبناء الموظفين.
2	0.784	0.69517	3.92	50	28-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف عمل التأمين صحي للموظفين.
4	0.776	0.87225	3.88	50	29-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف تحقيق الامن الوظيفي للموظفين.

المحور الثالث: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة:					
1	0.812	0.99816	4.06	50	30-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف سياستها في حماية البيئة، وأنها من أهم مرتكزات قيم وثقافة الإدارة والموظفين.
3	0.772	1.08816	3.86	50	31-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف مساهمتها في منع التلوث في البيئة.
6	0.74	1.01519	3.7	50	32-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف تنظيم حملات تدريبية للحفاظ على البيئة.
7	0.712	0.92934	3.56	50	33-تفصح المؤسسة عن تكاليف مساهمتها في زيادة المساحات الخضراء في البيئة.
2	0.78	0.99488	3.9	50	34-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن مساهمتها في الحملات الداعمة للبيئة.
5	0.748	1.02639	3.74	50	35-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف لمساهمتها في التصدي للأضرار البيئية الجغرافية المحيطة بنشاطها في المنطقة.
4	0.76	0.98974	3.8	50	36-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف عرض البرامج التي تفيد بالبيئة.
المحور الرابع: الإفصاح عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور:					
9	0.756	0.73651	3.78	50	37-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف عمل الأبحاث الإعلامية لتحديد احتياجات الجمهور.
6	0.768	0.86567	3.84	50	38-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف إهتمامها لخدماتها بجودة عالية واسعار مناسبة.
7	0.764	0.87342	3.82	50	39-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف إهتمامها بالجودة كهدف استراتيجي وليس الربح.
10	0.756	0.84007	3.78	50	40-تفصح المؤسسة عن تكاليف إهتمامها باقتراحات الجمهور وتعمل على دراستها.
11	0.744	0.88156	3.72	50	41-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف توفير احتياجات الجمهور من خلال التنوع في الخدمات والبرامج.
8	0.76	0.90351	3.8	50	42-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف الإهتمام بشكاوى الجمهور والعمل على حلها بصورة عاجلة.
4	0.78	0.81441	3.9	50	43-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف مؤشراتها لقياس رضا الجمهور.
3	0.784	0.89989	3.92	50	44-تفصح المؤسسة عن تكاليف عمل واعداد برامج إعلامية لتنمية ثقافة الجمهور حول خدماتها.
5	0.772	0.88086	3.86	50	45-تقوم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف تطور العلاقة الطيبة مع الجمهور باستمرار.

2	0.796	0.9581	3.98	50	46-تلتزم المؤسسة بالإفصاح عن تكاليف تقديمها إعلانات صادقة عن خدماتها.
1	0.816	0.77828	4.08	50	47-تحرص المؤسسة على الإفصاح عن تكاليف التطوير المستمر لخدماتها وبرامجها.
المجال الثاني: الاداء المالي:					
5	0.816	1.04667	4.08	50	48-يساعد إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في قوائمها المالية المساهمين في بناء محافظ استثمارية مثلى، مما ينعكس بشكل ايجابي على ربحيتها.
9	0.792	1.06828	3.96	50	49-يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية بالتأثير الايجابي على حجم الاموال المستثمرة فيها.
11	0.768	1.0947	3.84	50	50-يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية الى تخفيض الضرائب.
10	0.78	1.05463	3.9	50	51-يوفر إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية المعلومات المالية المناسبة لصناع القرار، مما يؤدي الى زيادة عدد المستثمرين المرتقبين، وبالتالي زيادة رأس المال.
4	0.824	0.93982	4.12	50	52-يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية الى نشر الوعي الاستثماري مما ينعكس ايجابياً على الاداء المالي لها.
6	0.804	0.9998	4.02	50	53-يسهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية في زيادة حجم الاستثمار الاجنبي الموجه لها.
1	0.852	0.82833	4.26	50	54-يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية الى تحسين سمعتها مما يؤدي الى زيادة الطلب على خدماتها.
7	0.804	1.05926	4.02	50	55-يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في توطيد علاقتها مع المقرضين.
8	0.804	1.07836	4.02	50	56-يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في حصولها على قروض قليلة التكلفة وذلك عن طريق اصدار الاسهم بمختلف أنواعها.
3	0.832	0.97646	4.16	50	57-يؤدي إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية الى زيادة نسبة المستهدفين للخدمة، وبالتالي زيادة الايراد من الإعلانات.
2	0.836	0.89648	4.18	50	58-يساهم إفصاح المؤسسة عن تكاليف المسؤولية الاجتماعية بثقة المجتمع والذي يترجم لتزويد المؤسسة بالمعلومات الخاصة، لعمل خدمة إعلامية متميزة تزيد من قيمتها المادية.

