



The role of accounting disclosure of social costs on consumer purchasing decisions

(Applied research in a sample of Iraqi industrial companies)

دور الافصاح المحاسبي للتكاليف الاجتماعية على قرارات الشراء للمستهلك
(بحث تطبيقي في عينة من الشركات الصناعية العراقية)

م.م. حيدر لايد متعب

م.م. فرج غني عبود

م.م. بيداء فاضل جاسم

Abstract : The research aims at identifying the role played by the accounting disclosure of CSR in influencing the consumer decision to purchase goods, as well as providing the appropriate methods by which to measure the social elements and measure their correlation with the growth of sales.

In order to achieve this objective, the research used the inductive method in the theoretical and analytical methods in the practical aspect for the purpose of testing the hypothesis of research in a sample of the Iraqi industrial companies listed in the Iraqi Stock Exchange for the financial years 2016-2017-2018.

The most important finding of the research is that accountability of social responsibility is one of the most important elements that require Iraqi companies to do more to pay attention to them because they represent their commitment to the social aspects towards external parties and there is a disparity between companies on social spending due to the different nature of each company And weak demand for products.

While the research recommended the need for Iraqi companies to pay attention to the basic elements that achieve the appropriate disclosure of social costs and in a way that contributes to the satisfaction of consumers and owners as well as to make more efforts in Sibil to spread awareness and social culture among its employees for the purpose of maintaining products and achieving the optimal production, Increased demand and consumption.

المستخلص: يهدف البحث الى معرفة الدور الذي يلعبه الافصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في التأثير على قرار المستهلك بشراء السلع ، فضلا عن توفير الطرائق المناسبة التي يمكن من خلالها قياس العناصر الاجتماعية وقياس مدى ارتباطها بنمو المبيعات. ومن اجل تحقيق ذلك الهدف استعان البحث بالمنهج الاستقرائي في الجانب النظري وبالمنهج التحليلي في الجانب العملي لغرض اختبار فرضية البحث في عينة من الشركات الصناعية العراقية المدرجة في سوق العراق للاوراق المالية للسنوات المالية (٢٠١٦-٢٠١٧-٢٠١٨) وبعد اختبار الفرضية تحققت اهداف البحث .

اهم ما توصل اليه البحث يتمثل بان محاسبة المسؤولية الاجتماعية تعد من اهم العناصر التي يتطلب من الشركات العراقية بذل المزيد من الجهد للاهتمام بها لأنها تمثل التزامها بالجوانب الاجتماعية تجاه الاطراف الخارجية فضلا عن ذلك فان هنالك تفاوت بين الشركات على الانفاق الاجتماعي نتيجة لاختلاف طبيعة اعمال كل شركة وضعف الاقبال على شراء المنتجات منها . وقد اوصى البحث بضرورة اهتمام الشركات العراقية بالعناصر الاساسية التي تحقق الافصاح المناسب عن التكاليف الاجتماعية وبالشكل الذي يسهم في تحقيق رضا المستهلك والملاك فضلا عن بذل المزيد من الجهد في سبيل نشر الوعي والثقافة الاجتماعية بين الموظفين العاملين لديها لغرض المحافظة على المنتجات وتحقيقها للإنتاج الامثل والذي يسهم في زيادة الطلب والاستهلاك .

المقدمة: نتيجة للتقدم الواضح للعديد من الشركات العالمية واتجاهها نحو تحقيق رضا العاملين والعلاء في المجتمع فضلا عن زيادة تطور الحاصل في الشركات نتيجة واستخدامها للتكنولوجيا وتغير قواعد المنافسة من اجل رغبتها في تقديم افضل الخدمات للمجتمع ، ظهرت الحاجة الى تحليل طبيعة الانفاق الاجتماعي من قبل الشركات تجاه المجتمع . ومن اجل معرفة اي الشركات اكثر التزاما بالافصاح عن التكاليف الاجتماعية واي شركة تقدم افضل المعلومات عنها في التقارير المالية ، فضلا عن معرفة كيفية تأثير العناصر الاجتماعية على قرارات المستهلكين حول شراء السلعة من عدمها يأتي هذا البحث بدراسة تحليلية لمعرفة اثر

الافصاح المحاسبي عن العناصر الاجتماعية للعاملين والعملاء في الشركات الصناعية على قرارات الشراء الخاصة بالمستهلك .

اذ قسم هذا البحث الى ثلاثة مباحث تضمن الاول منهجية البحث ، واما المبحث الثاني فقد تناول الاطار النظري من البحث ، وتناول المبحث الثالث الجانب العملي الذي وضع كيفية تأثير نمو المبيعات بالافصاح عن التكاليف الاجتماعية ومن ثم قرارات المستهلكين ومن خلالها تم تحقيق اهداف البحث واختبار الفرضية وخلصت البحث الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات .

المبحث الاول

منهجية البحث

اولا : مشكلة البحث

تفتقر القوائم المالية للشركات العراقية الى بيان مقدار التكاليف الاجتماعية المبذولة في سبيل الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع اذ لا تقوم اغلب الشركات العراقية بصورة عامة والصناعية بصورة خاصة بتوفير الوسائل التي تساعد على تعزيز العلاقة الاجتماعية بينها وبين الأطراف العاملين معها فضلا عن توفير السلع والزبائن بالشكل الذي ينعكس على زيادة المبيعات . ومن خلال ذلك فان مشكلة البحث تتمثل بالتساؤلات الاتية:-

- ١- هل يساعد الافصاح عن التكاليف الاجتماعية في تقوية العلاقة بين الشركة واطراف المتعاملين معها من زبائن وعاملين؟
- ٢- هل تعكس عملية الافصاح عن التكاليف الاجتماعية على قرار الشراء الخاص بالمستهلك والذي يؤدي الى زيادة نمو المبيعات ؟

ثانيا : اهمية البحث

تتمثل اهمية البحث بالنقاط الاتية :-

- ١- تساعد عملية الافصاح عن التكاليف الاجتماعية على توفير المعلومات المناسبة للأطراف الخارجية والجهات الرقابية من اجل عكس الصورة المناسبة للشركة تجاه المجتمع.
- ٢- يوفر البحث المعلومات الملائمة للزبائن من اجل معرفة مدى التزام الشركة بالمحافظة على المجتمع وفي سعيها للمحافظة على نمو مبيعاتها .
- ٣- يقدم البحث دراسة تحليلية للجهات الخارجية بصورة عامة والرقابية بصورة خاصة من اجل اتخاذ القرارات المناسبة فيما يخص محافظة الشركة على العلاقة الاجتماعية مع عاملها .

ثالثا : أهداف البحث

تتمثل اهداف البحث بالاتي :-

- ١- التعرف على الاطار النظري حول محاسبة التكاليف الاجتماعية من حيث المفهوم والاهمية فضلا عن عرض الكيفية التي يتم من خلالها الافصاح عنها في القوائم المالية للشركات .
- ٢- معرفة الاساليب المحاسبية التي يمكن ان تقوم بها الشركة من اجل تحديد حجم الانفاق على التكاليف الاجتماعية ومعرفة اهميتها بالمقارنة مع النفقات المالية الاخرى .
- ٣- اجراء دراسة تحليلية لدور المحاسبة الاجتماعية في التأثير على قرار الشراء الخاص بالمستهلك من خلال مؤشر نمو المبيعات .

رابعا : فرضيات البحث

تتمثل فرضية البحث بالاتي :-

(تؤدي عملية الافصاح عن التكاليف الاجتماعية في الشركات العراقية الى التأثير على قرار الشراء الخاص بالمستهلكين من خلال مؤشر نمو المبيعات) .

خامسا : عينة البحث

تتمثل عينة البحث ب(الشركة الوطنية لصناعية الاثاث ، الخازر لإنتاج المواد الانشائية ، بغداد للمشروبات الغازية ، العراقية للاعمال الهندسية ، العراقية للسجاد والمفروشات) ، اذ تقوم تلك الشركات بصناعة السلع وبيعها للمجتمع ولا تقابل ذلك بالاهتمام بالقوائم المالية تجاه العاملين ، لذا فتعد تلك الشركات الانسب للتطبيق والتحليل في الجانب العملي من البحث .

سادسا : منهج واسلوب البحث

لغرض اكمال الجانب العملي من البحث اذ سيتم الاعتماد على تحليل التكاليف المبذولة من قبل الشركات الصناعية على العناصر الاجتماعية لمعرفة مدى اهتمامها بالجوانب الاجتماعية ، وكما سيتم الاعتماد معدل نمو المبيعات من اجل معرفة مدى تأثير التكاليف الاجتماعية المفصح عنها للمجتمع على قرار الشراء الخاص بالمستهلك كن مؤشر نمو المبيعات ، وسيتم الاستعانة بالبرنامج الاحصائي (spss) من خلال استخدام أنموذج الانحدار المتعدد لغرض اختبار فرضية البحث .

سابعا : حدود البحث

تتمثل حدود البحث بالاتي :-

- ١- الحدود المكانية : وتتمثل بعينة من شركات الصناعية العراقية ب(الشركة الوطنية لصناعية الاثاث ، الخازر لإنتاج المواد الانشائية ، بغداد للمشروبات الغازية ، العراقية للاعمال الهندسية ، العراقية للسجاد والمفروشات).

٢- الحدود الزمانية : تتمثل بالتقارير المالية والتقارير الملحق بها للشركات الصناعية العراقية للسنوات المالية (٢٠١٦-٢٠١٧ ، ٢٠١٨).

المبحث الثاني

الجانب النظري

مفهوم المسؤولية الاجتماعية

يمكن ان تعرف المسؤولية الاجتماعية بانها " التزام المنشأة بأن تضع نصب عينيها خلال عملية اتخاذ القرارات الاثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن ايجاد توازن بين تحقيق الارباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة على هذه القرارات . (التويجري ، ١٩٨٨ : ٢٠) .

وعرفت ايضا " بانها التزام يتوجب على قطاع الاعمال القيام به تجاه المجتمع وان من شأن هذا الالتزام ان يعمل على تعظيم الاثار الايجابية لنشاطات المنظمات على المجتمع وتخفيض الاثار السلبية لتلك النشاطات الى اكبر قدر ممكن (Rinaldi, 2009: 42) .

اهداف المحاسبة الاجتماعية

١- تحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للمنشأة التي لا تشتمل فقط على عناصر التكاليف والمنافع الخاصة الداخلية للمنشأة وانما ايضا تتضمن عناصر التكاليف والمنافع الخارجية (الاجتماعية) والتي تؤثر على فئات المجتمع، وينبع هذا الدور من قصور المحاسبة التقليدية في مجال قياس الاداء الاجتماعي لمنشآت الاعمال، ويرتبط هذا الهدف بوظيفة القياس المحاسبي (Toms,2002: 257-282) .

٢- تقييم الاداء الاجتماعي للمنشأة وذلك من خلال تحديد ما اذا كانت استراتيجية المنشأة واهدافها تتماشى مع الاولويات الاجتماعية من جهة ، ومع طموح المنشأة للأفراد بتحقيق نسبة معقولة من الارباح من جهة اخرى (Bataineh,2011:5)، وتمثل العلاقة بين اداء منشآت الاعمال الاقتصادية والرفاهية الاجتماعية العنصر الجوهرى لهذا الهدف من اهداف المحاسبة الاجتماعية ويرتبط هذا الهدف أيضا بوظيفة القياس المحاسبي . (Gray & Bebbington ,2000: 1- 4).

٣- الافصاح عن الانشطة التي تقوم بها المنشأة والتي لها اثار اجتماعية (اثر قرارات المنشأة على تعليم وصحة العاملين وعلى تلوث البيئة وعلى استهلاك الموارد) . ويظهر هذا الهدف ضرورة توفير البيانات الملائمة عن الاداء الاجتماعي للمنشأة ومدى مساهمتها في تحقيق الاهداف

الاجتماعية ، وايضا ايصال هذه البيانات للأطراف المستفيدة الداخلية والخارجية على حد سواء ، من اجل ترشيد القرارات الخاصة والعامة المتعلقة بتوجيه الانشطة الاجتماعية وتحديد النطاق الامثل لها سواء من وجهة نظر المستخدم او من وجهة نظر المجتمع ، و يرتبط هذا الهدف بوظيفة الاتصال المحاسبي (Ball. al. et. ,2000: 215- 241) .

مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية

ان مجالات المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تتمحور حول النقاط الاتية
(Richardson,2005:25-71)(Omneya,2007:75)(Adams,2010:333-355):

- ١- مجال الملاك :تحقيق أكبر معدل عائد لرؤوس الأموال المستثمرة.
- ٢- مجال العاملين :تحقيق ظروف عمل جيدة وحوافز وأجور عادلة وتنمية مهارات العاملين وقدراتهم وتحقيق الأمن الصناعي لهم.
- ٣- مجال المستهلكين :تقديم سلع بمستوى جودة وسعر مناسبين وبأعلى درجة أمان وصلاحية للاستهلاك
- ٤- مجال البيئة :المحافظة على الموارد الطبيعية وإزالة الآثار السلبية الناتجة عن ممارسة المنشآت لأنشطتها.
- ٥- مجال المجتمع :تحسين رفاهية أفراد المجتمع، أو كما يطلق عليه اسم تحسين نوعية الحياة، وذلك عن طريق توفير سلع وخدمات تلبي حاجات غير مشبعة لدى أفراد المجتمع،و المساهمة في بناء المدارس والمستشفيات وغيرها .

اهمية الافصاح المحاسبي عن التكاليف الاجتماعية

تساعد عملية الافصاح المحاسبي عن الانشطة الاجتماعية للشركة على توضيح الصورة الكاملة للأطراف المستخدمة للقوائم والتقارير المالية والتي تعكس التزام الشركة بالوفاء بوعودها تجاه المجتمع ، ويمكن ان تتلخص اهمية الافصاح المحاسبي عن الاداء الاجتماعي من خلال الاتي(Gray,:2010:62)(Levin,2006:60-71):-

- ١- معرفة النفقات والايادات من خلال الاداء الاجتماعي للشركة .
- ٢- الاثر على المجتمع ككل من خلال الحفاظ على الثروة والموارد الطبيعية .
- ٣- معرفة التكاليف الاجتماعية المبذولة من قبل الشركة على العاملين لديها .

تعريف السلوك الشرائي للمستهلك

يعرف سلوك المستهلك بانه مجموعة الأنشطة والافعال التي يقدم عليها المستهلكون عند رغبتهم في الحصول على السلع والخدمات التي يحتاجونها لغرض إشباع حاجاتهم لها ورغباتهم ، كما يعرف بانه كافة الفعاليات التي يؤديها الاشخاص بهدف الحصول على سلعة معينة او مجموعة الأنشطة

الذهنية المرتبطة بعملية المفاضلة بين البدائل المتاحة امام الشخص الطالب للخدمة او السلعة والتي يمكن ان تترجم الى قرار الشراء في المستقبل القريب (Elkington,1997:54).

العوامل المؤثرة على قرار شراء المستهلك للسلعة

تتمثل العوامل المؤثرة في قرار شراء المستهلك بمجموعتين الاولى تتمثل بالعوامل النفسية اما الثانية فتتمثل بالعوامل البيئية المحيطة به والتي يمكن تفصيلها بما يأتي (فليب: ٢٠٠٨، ٤٥):

أولاً: العوامل النفسية : وتتضمن العوامل التي تتعلق بنفس المستهلك ورغبته في تفضيل سلعة او خدمة دون اخرى وترتبط بها مجموعة من العوامل هي (David,2003:337-386):

١- **الحاجة :** وتعد نقطة البداية في اتخاذ قرار الشراء فبدون الحاجة لا تتحقق عملية الشراء وذلك لان الحاجة مرتبطة بالنقص والحرمان الذي يشعر به المستهلك ورغبته الشديدة في سد النقص الحاصل لديه من خلال شراء السلعة.

٢- **الدافع :** يمثل الدافع بالعناصر الداخلية او الخارجية التي تحفز المستهلك لطلب سلعة معينة وذلك من خلال التأثير بالأصدقاء او الاقارب او نتيجة المودة السائدة في المجتمع .

ثانياً : العوامل البيئية : تتمثل العوامل البيئية بكافة المؤثرات الخارجية والتي من الممكن ان تحول سلوك المستهلك نحو شراء سلعة معينة وتتمثل بالاتي (Clodia,2011:32):-

١- **الجماعات المرجعية :** تتمثل الجماعات المرجعية بالأفراد الذين يتخذهم المستهلك قدوة له ويتأثر شرائه للسلعة بهم مثل القادة او المدراء او الشخصيات المعروفة اجتماعياً .

٢- **الثقافة :** تعرف الثقافة بانها العادات والمعتقدات المكتسبة من البيئة الاجتماعية والتي من الممكن ان تغير مسار حياة المستهلك من وضع الى اخر فالثقافة الاجتماعية التي يمتلكها الافراد تؤثر على قرار شرائهم ونوعية السلع التي يختارونها عن الاشخاص الاقل ثقافة منهم كما انها تختلف من بلد الى اخر ويمكن ان يلعب المستوى التعليمي دوراً بارزاً في ذلك (محمد : ٢٠٠٤، ٣٤) .

٣- **المستوى المعيشي للمستهلك :** يعد المستوى المعيشي للمستهلك من الالهة العوامل المؤثرة على كمية ونوعية السلع المختارة من قبله فالأفراد الاغنياء تختلف كمية ونوعية السلع التي يختارونها عن الاشخاص ذوات الدخل المحدود فنوعية السلعة تختلف من فرد الى اخر بحسب الطبقة الاجتماعية التي يمثلها وبحسب العائلة التي ينسب اليها (Cathy,2011:99-110) .

مراحل اتخاذ قرار الشراء

تمر عملية اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك بالاتي (الحاج، ٢٠١٧: ٤٣) (الركابي: ٢٠١٤، ٢١):-

١- **إدراك المشكلة :** وهي العملية التي تتمثل من خلال تحديد السلعة التي يرغب المستهلك في الحصول عليها لغرض اشباع حاجته وسد النقص الحاصل لديه .

- ٢- **البحث عن المعلومات :** وتتمثل بعملية جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة او الخدمة ومعرفة أيها فائدة من الاخرى للمستهلك من اجل اختيار الانسب له .
- ٣- **تقييم البدائل :** تتمثل هذه المرحلة بتقييم المعلومات المحصلة حول السلعة المراد الحصول عليها ومعرفة أي السلع الانسب من حيث النوعية والسعر ووسد اشباع المستهلك .
- ٤- **قرار الشراء :** تتمثل هذه المرحلة باتخاذ قرار الشراء من قبل المستهلك وقيامه بدفع ثمن السلعة ومعرفة ان كانت تلك السلعة المطلوبة والتي تحقق رغبته الحقيقة وتسد حاجته من الاشباع الراغب بالحصول عليه (Buhr,2002:17-38).
- ٥- **تقييم ما بعد الشراء :** لا تنتهي عملية اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك مع اتخاذ قرار الشراء فقط، بل يقوم المستهلك بعد استخدام السلعة بمقارنة مستوى أدائه مع توقعاته ، و تكون النتيجة إما أن يكون راضيا أو غير راض عن السلعة ومعرفة امكانية ابدالها او الابقاء عليها .

العلاقة بين سلوك المستهلك ونمو المبيعات

تتأثر المبيعات للشركة بالقرارات المتخذة من قبل المستهلك حول شراء سلعة معينة منها ، فالشركة التي تتميز بارتفاع مستوى نمو مبيعاتها عادة تكون مرتبطة بزيادة اقبال المستهلكين على شراء السلع منها ، ومما تجدر الاشارة اليه ان التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين من خلال توفير الخدمات الضرورية لهم اثناء العمل وبالزبائن من خلال توفير السلع التي تلبي رغبتهم وتعكس الانتاج النظيف والرشيد الذي يسهم في المحافظة على البيئة (احمد :٢٠٠٣، ٣٦).

المبحث الثالث

الجانب العملي

تمهيد

يبين هذا المبحث تحليل النفقات المبذولة من قبل الشركات الصناعية العراقية لمعرفة مدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية فضلا عن استخدام معدل نمو المبيعات كمؤشر لتأثير تلك النفقات المبذولة على التكاليف الاجتماعية على قرار الشراء الخاص بالمستهلك فضلا عن اجراء التحليل الاحصائي وفقا للبرنامج الاحصائي (spss) لغرض تحديد العلاقة بين متغيرات البحث . ولغرض تحقيق اهداف البحث واختبار الفرضية فقد تم تلخيص ابرز المعلومات المتعلقة بعينة البحث من خلال الجدول الاتي:

جدول (١) وصف العينة

ت	الشركة	تاريخ التأسيس	رأس المال الاسمي	رأس المال في تاريخ الادراج	نسبة القطاع الخاص
١	الوطنية لصناعة الاثاث	١٩٨٦ م.	١٠ مليون	٢٢٥ مليون	٦٣.٧٢%
٢	الخازر لإنتاج المواد الانشائية	١٩٨٩ م.	٨ مليون	١٦٠ مليون	٧١.٣٦%

٣	العراقية للأعمال الهندسية	١٩٨٥ م	٨ مليون	٢٤٠ مليون	٦٦.٤%
٤	بغداد للمشروبات الغازية	١٩٨٩ م	٧٠ مليون	١٠ مليار	٨٥.٣٧%
٥	العراقية للسجاد والمفروشات	١٩٨٩ م	٥ مليون	٥٠٠ مليون	٩٠.٧%

أولاً: قياس مستوى التكاليف الاجتماعية المبذولة من قبل الشركات عينة البحث

لغرض معرفة النفقات الاجتماعية التي تقوم الشركات العراقية عينة البحث بدفعها للعمال والزبائن والعاملين لديها سيتم تلخيص النفقات الاجتماعية التي تعد كمعيار يستند اليه في معرفة الشركة التي تتصف بالتزامها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين والزبائن، اي سيتم استخراج نسب النفقات الاجتماعية من خلال قسمة عدد النفقات المبذولة في الشركة على اجمالي النفقات المعيارية الموضحة في جدول (٢) وكما يأتي :

جدول (٢) التكاليف الاجتماعية المعيارية التي تمثل التزام الشركة بالمسؤولية تجاه المجتمع

ت	النفقات الاجتماعية تجاه العاملين (١٠٠%)	النفقات الاجتماعية تجاه العملاء (١٠٠%)
١	الحوافر والبدلات ومزايا العمل	تكاليف شكاوي العملاء والزبائن
٢	مكافآت العاملين	الرقابة على الخدمات المقدمة
٣	مساهمة الشركة في الضمان الاجتماعي	تكاليف زيادة الامان وإجراءات حماية المنتجات
٤	كساء وملابس العاملين	تكاليف التوصيل
٥	وجبات اطعام العاملين	
٦	علاج وادوية العاملين	
٧	وسائل نقل العاملين	
٨	اسكان العاملين	
٩	المسابقات والانشطة الرياضية	
١٠	تنمية وتطوير مهارات العاملين	

يلحظ من جدول (٢) ان التكاليف الاجتماعية التي ترغب الشركات بالافصاح عنها والتي يمكن الاستعانة بها لغرض قياس المسؤولية الاجتماعية في عينة البحث ، اذ تعد زيادة نسبة الانفاق على العناصر اعلاه مؤشرا لالتزام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية وسيتم الاعتماد عليها لمعرفة التزام الشركة بالافصاح عن النفقات الاجتماعية وبالإضافة الى تحديد النسب للإفصاح في الجداول اللاحقة

جدول (٣) النفقات الاجتماعية المبذولة في الشركة الوطنية لصناعة الاثاث (المبالغ بالآلاف)

النفقات الاجتماعية	الوطنية لصناعة الاثاث		
	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨
١- النفقات الاجتماعية تجاه العاملين			
الحوافر والمكافآت	١٨٠٠	٧٥٠٠	٢٨١٠
ضمان صحي	٣٢٠٥	٥١٢٤	٢٢٠٥
اسكان ونقل وتدريب العاملين	٨٣٢١	٢٥٠٦	٣١٢١
تأمين على حياة العاملين	٨١٠	٤٣١٩	٩٢٠
٢- النفقات الاجتماعية تجاه العملاء			
تكاليف التوصيل	٤٣٢	٢١٣	١٢٠

الرقابة على المنتجات	٢٥٤	-----	٣٤٥
تكاليف الترويج للمنتجات	-----	٢٥٤٤	٤٤٢
النفقات الاجتماعية تجاه العاملين %	%٤٠	%٤٠	%٤٠
النفقات الاجتماعية تجاه العملاء %	%٧٥	%٧٥	%٧٥

يلحظ من جدول (٣) اعلاه ان الشركة الوطنية لصناعة الاثاث غير ملتزمة بصورة كافية بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين من خلال التكاليف المنفقة والذي ينعكس اثره سلبا على اداء العاملين اذ بلغت نسبة الانفاق على التكاليف تجاه العاملين (٤٠%) وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة مع النفقات المبذولة على التكاليف الاجتماعية تجاه العملاء والتي بلغت بنسبة (٧٥%) مما يعكس مدى اهتمامها بالإنتاج في سبيل التأثير على قرارات المستهلكين.

جدول (٤) النفقات الاجتماعية المبذولة في شركة الخازر لإنتاج المواد الانشائية (المبالغ بالآلاف)

النفقات الاجتماعية	الخازر لإنتاج المواد الانشائية		
	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨
١- النفقات الاجتماعية تجاه العاملين			
الحوافز والمكافآت	٢٨٠١	٧٥٠٠	٤٨٠٠
ضمان صحي	٧٢٠٥	١٠٢٤	٤٥٦
اسكان ونقل وتدريب العاملين	٧٣٢١	٤١٠٦	٧١٢١
تأمين على حياة العاملين	٤٣٦	٤٨٧٩	٨٧٢٠
علاج العاملين	١٠	١٤	١٧
٢- النفقات الاجتماعية تجاه العملاء			
تكاليف التوصيل	٥٥٢	١١٣	١٠٠
الرقابة على المنتجات	١٥٤	١٨٧	٤٤٥
تكاليف الترويج للمنتجات	١٥٥	١٤٤	١٤٢
النفقات الاجتماعية تجاه العاملين %	%٥٠	%٥٠	%٥٠
النفقات الاجتماعية تجاه العملاء %	%٧٥	%٧٥	%٧٥

يلحظ من جدول (٤) اعلاه ان شركة الخازر لإنتاج المواد الانشائية ملتزمة بالافصاح عن التكاليف الاجتماعية تجاه العاملين من خلال التكاليف المنفقة والذي ينعكس اثرها ايجابا على اداء العاملين اذ بلغت نسبة الانفاق على التكاليف تجاه العاملين (٥٠%) اما النفقات المبذولة على التكاليف الاجتماعية تجاه العملاء والتي بلغت بنسبة (٧٥%) مما يعكس مدى اهتمامها بالإنتاج في سبيل التأثير على قرارات المستهلكين. ولم يذكر الباحث عدد العاملين في الشركة لان ذلك العدد غير مرتبط بالتكاليف الاجتماعية كما ان عدد العاملين تختلف اجورهم من عامل الى اخر ومن شركة الى اخرى وماتم استخراجه من نفقات يمثل النفقات المبذولة فعلا في عينة البحث .

جدول (٥) التكاليف الاجتماعية في الشركة العراقية للاعمال الهندسية (المبالغ بالآلاف)

النفقات الاجتماعية	العراقية للاعمال الهندسية		
	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨
١- النفقات الاجتماعية تجاه العاملين			
الحوافز والمكافآت	241	1411	125٤
ضمان صحي	٥12	4551	٤٥٦1
اسكان ونقل وتدريب العاملين	٣٢١	1566	1551
تأمين على حياة العاملين	255	٩47٤	1579

علاج العاملين	15	91	17
٢- النفقات الاجتماعية تجاه العملاء			
تكاليف التوصيل	٥٢1	١٢٣	١٥٠
الرقابة على المنتجات	٤2١	٨٧3	٤٧٥
تكاليف الترويج للمنتجات	185	٤3١	٩٤٢
النفقات الاجتماعية تجاه العاملين %	%٥٠	%٥٠	%٥٠
النفقات الاجتماعية تجاه العملاء %	%٧٥	%٧٥	%٧٥

يلحظ من جدول (٥) اعلاه ان الشركة العراقية ملتزمة بالافصاح عن التكاليف الاجتماعية تجاه العاملين من خلال التكاليف المنفقة والذي ينعكس اثرها ايجابا على اداء العاملين اذ بلغت نسبة الانفاق على التكاليف تجاه العاملين (٥٠%) اما النفقات المبذولة على التكاليف الاجتماعية تجاه العملاء والتي بلغت بنسبة (٧٥%) مما يعكس مدى اهتمامها بالإنتاج في سبيل التأثير على قرارات المستهلكين.

تم استخراج النسب في الجداول (٣-٤-٥) من خلال تقسيم عدد النفقات المبذولة في الشركات عينة البحث على عدد النفقات التي تم اعتمادها كمعيار في الجدول رقم (٢)

جدول (٦) النفقات الاجتماعية المبذولة في شركة بغداد للمشروبات الغازية (المبالغ بالآلاف)

النفقات الاجتماعية	بغداد للمشروبات الغازية		
	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨
١- النفقات الاجتماعية تجاه العاملين			
الحوافز والمكافآت	١٤٥٧	٢١٠٠	٢٥٤
ضمان صحي	٥٥٥	5٢٢	٥٦١
اسكان ونقل وتدريب العاملين	٣١١	١٨٧١	51٠١
تأمين على حياة العاملين	55٢	٤٢٢٠	79١١
علاج العاملين	٨٧	----	٢٧
تنمية وتطوير المهارات	١٢٥٠	١١٠	٢٢٠
٢- النفقات الاجتماعية تجاه العملاء			
تكاليف التوصيل	١٢	٤٠٣	٢٥٠
الرقابة على المنتجات	١2١	----	١٧٥
تكاليف الترويج للمنتجات	85٥	١٥١	٨٤٢
النفقات الاجتماعية تجاه العاملين %	%٦٠	%٦٠	%٦٠
النفقات الاجتماعية تجاه العملاء %	%٧٥	%٧٥	%٧٥

يلحظ من جدول (٦) اعلاه ان شركة بغداد للمشروبات الغازية ملتزمة بالافصاح عن التكاليف الاجتماعية تجاه العاملين من خلال التكاليف المنفقة والذي ينعكس اثرها ايجابا على اداء العاملين اذ بلغت نسبة الانفاق على التكاليف تجاه العاملين (٦٠%) اما النفقات المبذولة على التكاليف الاجتماعية تجاه العملاء والتي بلغت بنسبة (٧٥%) مما يعكس مدى اهتمامها بالإنتاج في سبيل التأثير على قرارات المستهلكين.

جدول (٧) النفقات الاجتماعية المبذولة في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات (المبالغ بالآلاف)

النفقات الاجتماعية	العراقية للسجاد والمفروشات		
	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨
١- النفقات الاجتماعية تجاه العاملين			
الحوافز والمكافآت	١٨٠٠	١٥٠٠	٢٠٠
ضمان صحي	١٢٠٥	٣١٢٤	١٠٠٥

اسكان ونقل وتدريب العاملين	٢٣٢١	٢٠٠٦	٣٠٠١
تأمين على حياة العاملين	٨١٠	-----	٤٢٠
٢- النفقات الاجتماعية تجاه العملاء			
تكاليف التوصيل	٤٣٢	٢١٣	١٢٠
الرقابة على المنتجات	٧٥٥	١٠٢	٢٤٥
تكاليف الترويج للمنتجات	١٤٠	١٠٤	٤٠٢
النفقات الاجتماعية تجاه العاملين %	%٤٠	%٤٠	%٤٠
النفقات الاجتماعية تجاه العملاء %	%٧٥	%٧٥	%٧٥

يلحظ من جدول (٧) اعلاه ان الشركة العراقية للسجاد والمفروشات غير ملتزمة بالافصاح عن التكاليف الاجتماعية تجاه العاملين من خلال التكاليف المنفقة والذي ينعكس اثرها سلبي على اداء العاملين ، اما نسبة الانفاق على التكاليف تجاه العاملين فبلغت (٤٠%) وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة مع النفقات المبذولة على التكاليف الاجتماعية تجاه العملاء والتي بلغت بنسبة (٧٥%) مما يعكس مدى اهتمامها بالإنتاج في سبيل التأثير على قرارات المستهلكين.

ثانيا : قياس التغير في قرار شراء المستهلك من خلال مؤشر نمو المبيعات

سيتم الاستعانة بمستوى وحجم المبيعات في الشركات الصناعية عينة البحث كمؤشر لتغيير قرار المستهلك ، فزيادة حجم المبيعات ونموها يعد مؤشرا للتغيير الايجابي للمستهلك نحو زيادة شراء السلع من قبل الشركة اما انخفاض حجم المبيعات ونموها فانه يدل على ضعف الاقبال على شراء المنتجات والذي سيتم ربطه بحجم النفقات الاجتماعية ومدى الاهتمام المقدم من قبل الشركة نحو المنتجات المقدمة للمستهلك وكما هو موضح بالجدول الاتي :-

جدول (٨) حجم ومستوى نمو المبيعات في الشركات عينة البحث للسنوات المالية (٢٠١٦-٢٠١٨) (المبالغ بالآلاف)

شركات بيان سنوات	الوطنية لصناعة الاثاث			الخازر لإنتاج المواد الانشائية			العراقية الهندسية للاعمال			بغداد للمشروبات الغازية			العراقية للسجاد والمفروشات		
	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨
حجم مبيعات	١٢٤٨٨	١٥٨٧٣	١٩٧٥١	٨٧٤١٠	٧٨٤٥٠	٩٨٧١١	٤٥٥١	٧١١٢	٨٧١١	٤٧٨١	٤٨٧٣	٤٩٥٦	١٠٥٤٤	١٠٠٠١	٢٤
نمو مبيعات	%٤٥	%٤٦	%٤٨	%٥٦	%٥٥	%٥٩	%٦٠	%٧٢	%٧٨	%٦١	%٦٤	%٦٧	%٣٩	%٤٣	%٤٥

يلحظ من الجدول (٨) اعلاه ارتفاع حجم المبيعات ونموها في شركة الخازر والشركة العراقية وشركة بغداد نتيجة للالتزامها بالافصاح عن التكاليف الاجتماعية تجاه العملاء واهتمامها في توفير السلع وخدماتها لهم على احسن وجه والذي انعكس بدوره على زيادة المبيعات نتيجة تأثر قرار المستهلك بتلك الخدمات الاجتماعية المقدمة ، اما الشركة الوطنية للأثاث والشركة العراقية للسجاد والمفروشات فلم تسجل ارتفاعا واضحا في مستوى النمو وحجم المبيعات نتيجة عدم التزامها في الانفاق على التكاليف الاجتماعية تجاه العاملين بالشكل الذي انعكس على كفاءة الانتاج والذي ادى الى انخفاض المبيعات .

ولغرض معرفة مقدار تأثر قرار الشراء الخاص بالمستهلك بالنفقات الاجتماعية على السلع سيتم تقليص نسب الانفاق على النفقات الاجتماعية تجاه العاملين والعملاء بالاضافة الى مقارنتها مع مستوى نمو المبيعات لغرض اجراء التحليل الاحصائي عليها وكما هو موضح بالجدول الاتية :-

جدول (٩) نسب الانفاق على التكاليف الاجتماعية ومستوى نمو المبيعات في الشركات عينة البحث

الشركات البيان	الوطنية لصناعة الاثاث			الخازر لإنتاج المواد الانشائية			العراقية الهندسية للاعمال			بغداد للمشروبات الغازية			العراقية والمفروشات للسجاد		
السنوات	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨
نسبة الانفاق الاجتماعي للعاملين	%٤٠	%٤٠	%٤٠	%٥٠	%٥٠	%٥٠	%٥٠	%٥٠	%٥٠	%٦٠	%٦٠	%٦٠	%٤٠	%٤٠	%٤٠
نسبة الانفاق الاجتماعي للعاملين	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥	%٧٥
نمو المبيعات	%٤٥	%٤٦	%٤٨	%٥٦	%٥٥	%٥٩	%٦٠	%٧٢	%٧٨	%٦١	%٦٤	%٦٧	%٣٩	%٤٣	%٤٥

يبين الجدول (٩) اعلاه نسب الانفاق على التكاليف الاجتماعية تجاه العاملين والعملاء للشركات الصناعية عينة البحث فضلا عن نسب نمو المبيعات والتي سيتم الاعتماد عليها لأجراء التحليل الاحصائي من خلال الاستعانة بالبرنامج الاحصائي (spss) من خلال أنموذج الانحدار الخطي المتعدد وكما هو موضح بالجدول الاتي :-

جدول (١٠) التحليل الاحصائي بين النفقات الاجتماعية ونمو المبيعات

مؤشرات التحليل الاحصائي					التفاصيل
العراقية للسجاد والمفروشات	بغداد للمشروبات الغازية	للاعمال العراقية الهندسية	الخازر لإنتاج المواد الانشائية	الوطنية لصناعة الاثاث	
٣	٣	٣	٣	٣	عدد المشاهدات
٦.١٢١	٥.٨٢١	٤.٣٢٠	٢.١٠٠	١.٧٨٢	معامل (T)
١٠.٧١٤	٥.٢٣٥	٦.٣١٩	٨.٩٩٦	٥.٠٤١	معامل (F)

٣.٨٢٢	١.٣٣١	٢.٠٨٤	١.١٢٨	١.١٠٧	B
٠.٩٣٢	٠.٨٥٨	٠.٦٧١	٠.٨٠١	٠.٧٥٢	حجم الارتباط
٠.٠٠٠	٠.٠١٢	٠.٠٢٠	٠.٠٣١	٠.٠٤١	sig مستوى المعنوية

يلحظ من جدول (١٠) اعلاه وجود علاقة ارتباط قوية بين التكاليف الاجتماعية ونمو المبيعات اذ ان قيمة الارتباط كانت (٠.٧٥٢)(٠.٨٠١) (٠.٦٧١) (٠.٨٥٨) (٠.٩٣٢) تواليا وبمستوى معنوية (٠.٠٤١)(٠.٠٣١) (٠.٠٢٠) (٠.٠١٢) (٠.٠٠٠) تواليا وبمستوى اقل من حجم الدلالة (٥%) كما ان قيام الشركات الصناعية العراقية عينة البحث بزيادة الانفاق على المبدولة التكاليف الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى زيادة نمو المبيعات بمقدار (١.١٠٧) للشركة الوطنية لصناعة الاثاث و (١.١٢٨) لشركة الخازر لإنتاج المواد الانشائية و (٢.٠٨٤) لشركة العراقية للاعمال الهندسية و (١.٣٣١) لشركة بغداد للمشروبات الغازية و (٣.٨٢٢) للشركة العراقية للسجاد والمفروشات ، والذي يحقق من خلاله تحقيق فرضية البحث التي مفادها (تؤدي عملية الافصاح عن التكاليف الاجتماعية في الشركات العراقية الى التأثير على قرار الشراء الخاص بالمستهلكين من خلال مؤشر نمو المبيعات) . ويقصد الباحث بعدد المشاهدات هي عدد النسب التي تم ادخالها في البرنامج الاحصائي (spss) لغرض ايجاد العلاقة والاثر وتتكون هذه النسب من ثلاث لذلك فان عدد المشاهدات هي ٣.

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

- توصل الباحث من خلال الجانب العملي الى ما يأتي :-
١. تعد التكاليف الاجتماعية من اهم العناصر التي يتطلب من الشركات العراقية بذل المزيد من الجهد للاهتمام بها لأنها تمثل التزامها بالجوانب الاجتماعية تجاه الاطراف الخارجية .
٢. هنالك تفاوت بين الشركات على الانفاق الاجتماعي نتيجة لاختلاف طبيعة اعمال كل شركة وعدم وجود آلية مناسبة للتسويق عن منتجاتها بصورة جيدة .
٣. يعكس الافصاح عن التكاليف الاجتماعية اهتمام الشركة بالمنتجات المقدمة للزبائن مما يؤدي الى زيادة حجم المبيعات نتيجة لزيادة الرغبة بالشراء من قبل المستهلك .
٤. هنالك علاقة ارتباط قوية ومهمة بين التزام الشركات الصناعية العراقية التكاليف الاجتماعية وبين تحقيق النمو في المبيعات المتحققة لديها.
٥. يعد مؤشر نمو المبيعات من اهم الدلائل التي يمكن الاعتماد عليها في معرفة الزيادة الحاصلة في حجم المبيعات وزيادة حجم الشراء من قبل المستهلك.

التوصيات

تتمثل اقتراحات الباحث بالاتي :-

١. يفضل اهتمام الشركات العراقية بالعناصر الاساسية التي تحقق الافصاح المناسب عن التكاليف الاجتماعية وبالشكل الذي يسهم في تحقيق رضا المستهلك والملاك .
٢. يتعين على الشركات العراقية بذل المزيد من الجهد في سبيل نشر الوعي والثقافة الاجتماعية بين الموظفين العاملين لديها لغرض المحافظة على المنتجات وتحقيقها للإنتاج الامثل والذي يسهم في زيادة الطلب والاستهلاك .
٣. يتعين على الشركات الصناعية العراقية القيام بزيادة الجهود التسويقية والترويجية للأطراف المتعاملة معها من اجل زيادة حجم المبيعات وتحقيق اهدافها المستقبلية.
٤. يتعين على الجهات الرسمية ان تقوم بتهيئة الاطر القانونية من جل اصدار قواعد محاسبية تنظم عملية الافصاح عن العناصر الاجتماعية للشركات العراقية .
٥. ضرورة توفير ادارة الشركات العراقية الاسس المناسبة لرسم السياسات المستقبلية التي تعد القاعدة الاساسية للمحافظة على المجتمع وتوفير المنتجات الصحية له وتوصيلها بالشكل الامثل.

المصادر

اولا : المصادر العربية

- ١- أحمد شاكر العسكري.(٢٠٠٣). **التسويق مدخل استراتيجي**، دار الشروق، عمان ، الاردن.
- ٢- الركابي ، علي خلف سلمان .(٢٠١٤). **استجابة المحاسبة للمحافظة على البيئة ودعم التنمية المستدامة** .مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك ، العراق.
- ٣- فليب كوتلر، جاري أرمسترنج .(٢٠٠٨). **سياسات التسويق**، تعريب سرور علي إبراهيم سرور، ج١، دار المريخ، لسعودية.
- ٤- محمد إبراهيم عبيدات(٢٠٠٤). **سلوك المستهلك مدخل استراتيجي**، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن،.
- ٥- التويجري ، محمد . (١٩٨٨) . **المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية** . المجلة العربية للإدارة : العدد ٣ .

٦- الحاج ، وفاء عمر التوم .(٢٠١٧) . الافصاح المحاسبي عن تقارير التنمية المستدامة واثره على تفويم اداء المنشآت . مجلة الدراسات العليا ، جامعة النيلين ، المجلد ٨ ، العدد ٢٩ ، العراق

Foreign References

1. Adams, A.A, Gonzalez, C.L, (2010)," **Engaging with Organizations in Pursuit of improved sustainability accounting and performance "** ,
Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol.. 20 Iss: 3, pp.333–355.
- 2.Ball, A., Owen, D. and Gray , R.(2000) **“External Transparency On Internal Capture ? The Role of Third Party Statements in Adding Value to Corporate Environmental Reports”** , Business Strategy and the Environments ,Vol .g , No1, (January/ February ,2000) ,PP.215-241 .
3. Bataineh, M. & Al Zoabi, M.(2011). **“The Effect of Intellectual Capital on Organizational Competitive Advantage: Jordanian Commercial Banks (Irbid District) An Empirical Study”**, International Bulletin of Business Administration, Issue 10.
4. Buhr ,N.(2002),**A Structuration View on the Initiation of Environmental Reporting: Critical Perspectives on Accounting**,13 (1) ,17-38.
- 5.Cathy Beaudoin, Nandini Chandar, Edward M. Werner: .(٢٠١١).**Good disclosure doesn't cure bad accounting Or does it?: Evaluating the case for SFAS 158”**, Advances in Accounting, Volume 27, Issue 1, June, Pages 99-110.
- 6.Clodia Vurro, Francesco Perrini.(2011). **“Making the most of corporate social responsibility reporting: disclosure structure and its impact on performance”**_Corporate Governance_Volume: 11 Issue: 4.
- 7.David Hirshleifer, Siew Hong Teoh: (2003)**“Limited attention, information disclosure, and financial reporting “**, Journal of

- Accounting and Economics, Volume 36, Issues 1-3, December, Pages 337-386.
8. Elkington, J.(1997), **Cannibals with Forks:The Triple Bottom Line of 21st.century**,BusinessOxfordCapstone.
 - 9.Gray and Bebbington , (2000) “ **Environmental Accounting , Management, and Sustainability : Is the planet Safe in the Hands Of Business and Accounting ”** . Advances in Environmental and Management , VOL.1 (pp. 1-44).
 - 10.Gray,R.,(2010), **Is Accounting for Sustainability Actually Accounting for Sustainability and How Would Know?** An Exploration of Narratives of Organizations and the Planet. Accounting ,35(1),47-62.
 - 11.Levin, A. I.(2006), **Sustainable Development and the Information Society.RussianStudiesinPhilosophy**,45,No.1,Summer2006,60-71.
 - 12.Omneya H. Abdelsalam, Pauline Weetman.(2007).**Measuring Accounting Disclosure in a Period of Complex Changes: The Case of Egypt Review Article”**, Advances in International Accounting, Volume 20, , Pages 75-104
 - 13.Richardson S, Sloan M, Soliman M, Tuna A (2005). **Accrual reliability earnings persistence and stock prices"**, working paper, university of Michigan . J. Account. Public Policy 25:71-90.
 - 14.Rinaldi ,L.& Unerman,J(2009), **Stakeholder Engagement and Dialogue Initiatives of UK,FTSE 100 companies over the internet :An Empirical Analysis**, Interdisciplinary Perspectives on Accounting Conference Innsbruck.
 - 15.Toms ,(2002) “**Firm Resources , Quality Signals and Environmental Reputation : Some United King dom Evidence ,** British Accounting Review VOL . 34 ,pp. 257- 282 .