

دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية (دراسة ميدانية لعينة من اصحاب المصالح في محافظة أربيل)

م. هوشيار عبدالله دزهبي

قسم المحاسبة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة صلاح الدين، أربيل، إقليم كوردستان، العراق

h.dizayee@khcpa.net

أ.م.د. حازم هاشم محمد

قسم المحاسبة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة صلاح الدين، أربيل، إقليم كوردستان، العراق

hazim.mohammed@su.edu.krd

م.د. جمال أنور يابة

قسم المحاسبة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة صلاح الدين، أربيل، إقليم كوردستان، العراق

Jamal.yaba@su.edu.krd

المخلص

يركز البحث على دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية في محافظة أربيل وتمثل ذلك في هدف هذا البحث الى ابراز أهمية محتوى الإفصاح الطوعي التي تتضمنها التقارير المالية ودورها في تغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف عينة البحث فضلاً عن إبراز مفهوم وأهمية سلوك أصحاب المصالح، ولقد استخدم الباحثون المنهج التحليلي لتحقيق هدف البحث واختبار فرضياته الذي تم استخدام الإستبانة للحصول على بيانات البحث وتحليلها باستخدام برامج الإحصائية، حيث تم توزيع استمارات الاستبيان على مجتمع البحث والمتمثلة في مجموعة من الأفراد العاملين في الشركات والقطاع الحكومي والمواطن العادي، وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية التطبيقية في اختيار البحث والمكونة من (73) استمارة صالحة للتحليل. تبين أن هناك ارتباط معنوي بين الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح مما يدل على أنه كلما اعتمدت المصارف التجارية على الإفصاح الطوعي لما لديها من معلومات كلما تغير سلوك أصحاب المصالح وبشكل إيجابي تجاه ما يتخذونه من قرارات، لذلك يوصي البحث على أن تعمل المصارف التجارية على تطبيق تقنية أبحاث السوق وذلك للتعرف على طبيعة المعلومات التي تسهم في تحسين مستويات الإفصاح الطوعي من قبلها بناءً على الاحتياجات التي يراها أصحاب المصالح مناسبة لتطلعاتهم عند التعامل مع تلك المصارف.

معلومات البحث

تاريخ البحث:

الاستلام: 2021/10/22

القبول: 2022/1/10

النشر: صيف 2022

الكلمات المفتاحية:

Voluntary Disclosure, Stakeholders, Users of Financial Statements

Doi:

10.25212/lfu.qzj.7.2.24

المقدمة

يعد الإفصاح المحاسبي الركيزة الأساسية الأولى التي تعتمد عليها جميع الأطراف والجهات ذات العلاقة مع المؤسسات بشكل عام والمؤسسات المصرفية وفي مقدمتهم المستثمرين، والذين يسعون من خلال الإفصاح إلى الحصول على المعلومات التي تدعم قراراتهم الإستثمارية وتزيد من ملائمتها وفعاليتها. إلا أن الإفصاح المحاسبي لم يكن يلبي حاجات المستفيدين من اصحاب المصالح من المعلومات والبيانات للمؤسسات المالية منها القطاعات المصرفية، ولهذا فقد اتسع نطاق الإفصاح ليشمل الجوانب المالية وغير المالية، وجوانب أخرى تفصح عن مدى اهتمام المصرف التجاري بالجوانب الاجتماعية والبيئية والقطاعية والمعلومات المتعلقة بالمخاطر وغيرها.

من المؤكد ان للتقارير المالية التي تنشرها المؤسسات المصرفية لها أثر كبير في عملية اتخاذ القرارات وخاصة قرارات الإستثمار وذلك من خلال تأثيرها على متخذ القرار عن طريق تزويدهم بالمعلومات المالية التي تساعدهم في تقويم الاتجاهات المستقبلية للمصارف في التنبؤ بالربحية ومخاطر الإستثمار والمفاضلة بين فرص الإستثمار لهذه القطاعات، وأن المعلومات غير المالية الأخرى بجانب المعلومات المالية المنوه في التقارير المالية والمنشورة من قبل المصارف، يجعل من أصحاب مصالح يتقنون بهذه التقارير، وكذلك جذب عملاء جدد من المستثمرين نحوهم والقضاء على الأثر الضار للمعلومات التي قد تنشأ عنها، ومتخذي القرارات يرغبون الحصول على المعلومات المالية الملائمة وفي الوقت المناسب قبل ان تفقد قدرتها في التأثير على قراراتهم المتعلقة بالإستثمار سواء كانت هذه المعلومات داخلية أو خارجية. وحاول هذا البحث إلقاء الضوء على دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك أصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية لتقويم إتجاهاتهم الحالية والمستقبلية بشأن أداء هذه المصارف من خلال المنهجية التالية .

مشكلة البحث: ان العديد من المصارف التجارية يعانون من قلة تعامل اصحاب المصالح (العملاء) معهم لعدم ثقتهم بالمعلومات الواردة في التقارير المالية المنشورة وذلك بسبب عدم قيام المصارف بالإفصاح عن المعلومات التوضيحية في متن هذه التقارير، وبالتالي يؤثر سلباً على كافة الانشطة المصرفية، لذا يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال التساؤلات التالية:

1. هل هناك علاقة بين محتوى الإفصاح الطوعي وتغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية؟
2. هل يؤثر محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية؟
3. لماذا لا تقوم المصارف التجارية بالإفصاح الطوعي لجذب أصحاب المصالح؟

هدف البحث: يهدف البحث الى ابراز مايلي:

1. التعرف على مفهوم اهمية الإفصاح الطوعي فى القوائم المالية.
2. تحديد دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف عينة البحث فضلاً عن إبراز مفهوم وأهمية سلوك أصحاب المصالح.

أهمية البحث: تستمد أهمية هذا البحث من ضرورة معرفة دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك اصحاب المصالح للتوصل الى قرارات صحيحة وصائبة وتعاملهم مع المصارف التجارية.

فرضية البحث:

ينطلق البحث من فرضية أساسية مفادها : ان محتوى الإفصاح الطوعي للمعلومات المحاسبية له دور في تغيير سلوك اصحاب المصالح للتوجه نحو التعامل مع مصرف معين دون الاخرى. ويمكن تقسيم هذه الفرضية الى الفرضيات الفرعية التالية:

1. توجد علاقة بين محتوى الإفصاح الطوعي وتغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية.
 2. تؤثر محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية.
- أساليب جمع البيانات للبحث:

لغرض الوصول إلى تحقيق هدف البحث وفرضيته تم إتباع الخطوات التالية:

(أ) الجانب النظري: أعتمد البحث في الجانب النظري على المصادر والأدبيات العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث من كتب ودوريات وبحوث ورسائل واطاريح جامعية، والدراسات والبحوث المنشورة في شبكة الانترنت الدولية.

(ب) الجانب التطبيقي: يتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال توزيع استمارة الاستبيان على عينة من اصحاب المصالح من (الجهات الحكومية، شركات قطاع خاص، أفراد) تجاه المصارف التجارية في محافظة أربيل المختارة عشوائياً.

(ت) وسائل التحليل الإحصائي: من أجل تحليل العلاقات والارتباط بين متغيرات البحث يتم الاعتماد على برنامج (SPSS) وعدد من الأساليب والأدوات الإحصائية للتوصل إلى النتائج والاختبار.

المحور الأول: مدخل الى الإفصاح الطوعي

أولاً / مفهوم وطبيعة الإفصاح الطوعي: يعد الإفصاح الطوعي من المفاهيم الحديثة التي رافقت التوسع في مفهوم الإفصاح المحاسبي مع التوسع في أهداف المحاسبة (الدباغ وإبراهيم، 2014: 2)، وان مفاهيم الإفصاح الطوعي قد اختلفت من مرحلة الى أخرى وفق مراحل تطور الفكر المحاسبي، اذ يتضمن كل مفهوم الكيفية التي يمكن لمؤسسات الاعمال ان تتبناها لبناء افصاح محاسبي يتوافق مع متطلبات المعايير المحاسبية ويلبي احتياجات الهيئات المشرفة على الاسواق المالية ومستخدمي التقارير المالية اي ان الشكل والمحتوى للتقارير المالية قد يختلف جوهرياً باختلاف مفهوم (نوع) الإفصاح المطبق، اذ ان التقارير المالية التي تعد وفقاً لمفهوم الإفصاح العادل من شأنها ان تختلف عن التقارير المالية المعدة طبقاً لمفهوم الإفصاح الكافي وهكذا بالنسبة للتقارير المعدة طبقاً لمفهوم الإفصاح الشامل، كما يؤكد (بلاوي) اجماع أدبيات المحاسبة على ان الإفصاح يجب ان يتصف بالشمولية والعدالة والكفاية (Belkaoui, 2006: 7)، ويكون فعالاً ليتمكن من تحقيق اهداف الإفصاح المحاسبي (ابو المكارم، 2004: 111) ويؤكد الباحثين وجوب توافق الإفصاح

المحاسبي مع متطلبات المعايير المحاسبية واحتياجات الهيئات المشرفة على الاسواق والتي تستخدم التقارير المالية (المليجي، 2006: 16)، وفي الأونة الأخيرة شهد الإفصاح المحاسبي اهتماماً بالغاً من قبل مؤسسات الاعمال بتحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية، مما يتطلب فريداً من المعلومات الاضافية التي تكون فعالة في الوفاء بهذه المسؤوليات الجديدة، لذا ظهر اتجاه التوسع في الإفصاح المحاسبي استجابة للطلب المتزايد على المعلومات وكحل لمشكلة عدم تماثل المعلومات، فضلاً عن ان المعلومات الاضافية سوف تؤثر في اسعار الأوراق المالية وتوجيه الإستثمارات، ومن ثم تحقيق سوق رأس المال كفاء وبالتالي تحقيق اهداف مؤسسات الاعمال (النجار، 2012: 43).

يعد الإفصاح الطوعي من أهم الاتجاهات الحديثة في مجال الإفصاح المحاسبي وما يتضمنه - الإفصاح الطوعي - من جانب الإدارة من المعلومات التي تفوق الحد الأدنى التي يجب الإفصاح عنها وفقاً للمتطلبات القانونية (عطية، 2013: 32)، والإفصاح الطوعي في ادبيات المحاسبة يعني توفير المعلومات من قبل ادارات مؤسسات الاعمال بعد ما يتم الايفاء بمتطلبات المعايير المحاسبية، وتلك المعلومات ذات صلة باتخاذ القرارات التي تتخذ من قبل مستخدمي التقارير المالية السنوية للمؤسسة (Obed et al, 2010: 10) فضلاً عن تنوع ادوات الإفصاح من كشوفات مالية تقليدية الى افصاحات بطرق عصرية مبنية على وسائل تتعلق برأس المال الفكري والبشري (Belkaoui, 2004: 206).

وقد عرفت احدى الدراسات الإفصاح الطوعي على انه ذلك الإفصاح الذي يزيد عن متطلبات الإفصاح الاجباري بهدف توفير المزيد من المعلومات الملائمة التي تخدم اغراض المستخدم، ويرجع اتخاذ قرار الإفصاح الطوعي لاي مؤسسة وذلك من خلال المقارنة بين تكلفة ذلك الإفصاح والعائد من ورائه (عبد الكريم، 2003: 8).

واشار البعض الى ان الإفصاح الطوعي يقصد به قيام المؤسسة بنشر المعلومات المالية وغير المالية بدون وجود اي مطلب قانوني، ويعد الإفصاح الطوعي البداية الحقيقية لتطبيق التوسع في الإفصاح (عطية، 2013: 32) بمعنى القدرة على توفير معلومات غير الزامية في التقرير المالي للمؤسسة (Eng & Mak, 2003: 328).

وكذلك يعرف الإفصاح الطوعي من منظور (FASB) بأنه الإفصاح خارج التقارير المالية، وانه المعلومات غير المطلوبة بشكل صريح وواضح سواء من قبل المبادئ المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً (GAAP) أو قواعد هيئة الاشراف على تداول الأوراق المالية بالبورصة الامريكية SEC (FASB, 2001: 15)، ويتمثل بالمعلومات التي تتخطى المحتويات المطلوبة في التقارير المالية (Kumar et al, 2008: 31) وبلاستناد الى دوافع الإدارة (Healy & Palepa, 2001: 433) وتقوم الإدارة للمؤسسات بتزويد السوق طوعياً بافصاحات ذات العلاقة عن طريق الصحافة واجتماعات المحللين والمؤتمرات والانترنت أو اية وسيلة اتصال اخرى (Einhorn, 2005: 593).

ثانياً / أهمية الإفصاح الطوعي: تبرز أهمية الإفصاح الطوعي في الفكر المحاسبي نتيجة لتحول النظر الى التقارير المالية من كونها هدفاً بحد ذاتها الى كونها وسيلة لتحقيق هدف أو عدة أهداف، أهمها المساعدة في

اتخاذ القرارات بخصوص الموارد سواء كانت قرارات استثمارية أو قرارات ائتمانية أو غيرها من القرارات، ومتطلبات هذه القرارات تفوق الى حد كبير ما يقدمه الإفصاح الالزامي من معلومات ولذلك اصبح الاهتمام بالإفصاح الطوعي ضرورة حتمية لتحقيق فعالية التقارير المالية وتحقيقاً لأهدافها. وان المحللين الماليين يهتمون بالإفصاح الطوعي ويعتبرونه مصدراً أساسياً لهم، إذ بينت العديد من الدراسات ان المحللين الماليين يعيدون النظر في تنبؤاتهم كرد فعل مباشر للتنبؤات الإدارة وان درجة دقة تنبؤات المحللين بالارباح تزداد بدرجة كبيرة بعد نشر الإدارة لتنبؤاتها بالارباح مما يؤكد الإفصاح الطوعي وفائدته للمحللين الماليين (اصميدة ومحمد، 2012: 29).

وكذلك تبرز هذه الأهمية في كثير من المجالات منها جذب استثمارات المحلية أو الاجنبية ومن ثم تحسين صورة الإدارة والمؤسسة أمام الجمهور فضلاً عن استخدامها كوسيلة للوصول والمحافظة على المنافسة في السوق، لأن الإفصاح الطوعي موجه اساساً للمستثمرين والجهات المقرضة والمصارف ومقدمي رؤوس الأموال الآخرين (Lopez, 2011:10).

ثالثاً / أهداف الإفصاح الطوعي: يتمثل الهدف من الإفصاح الطوعي في تضيق الفجوة ما بين القيمة الحقيقية للمؤسسة والقيمة السوقية لها ان السبب في هذه الفجوة يتمثل في ان المؤسسة تمتلك مجموعة من العناصر والمقومات التي لا يتم الإفصاح عنها وفقاً للإفصاح التقليدي مثل عدم قياس كافة المتغيرات المؤثرة على اداء الشامل للمؤسسة وعدم الاهتمام الكافي بالتفاصيل. كما يهدف الى التقليل من الفجوة المعلوماتية الحاصلة بين معدي التقارير المالية ومستخدميه بكافة اتجاهاتهم. (Schuster & Connell, 2006: 3)

كما يهدف الى ازالة التضليل في عرض المعلومات و مساعدة متخذي القرارات على صنع قرارات سليمة و ذلك يتطلب بأن يكون حجم و قيمة المعلومات المحاسبية ونوعيتها يتناسب مع اهمية القرارات الواجب اتخاذها على ان يكون الأهتمام بالإفصاح مرتبط بتحليل نتائج الماضي واستيعاب الحاضر والتنبؤ بالمستقبل.(الغبان، 2010: 135)

ويهدف الإفصاح الطوعي ايضاً الى تقديم معلومات تلبي مطالب الزبائن والموردين والمقرضين والعاملين في المؤسسة بشكل أكبر من المعلومات المقدمة من خلال الإفصاح الالزامي ولا سيما المعلومات الاجتماعية والبيئية وهذه المعلومات التي تجعل الاسواق المالية تتميز بالكفاءة في استخدام المعلومات المالية بسرعة وبصورة عادلة بغرض تحديد اسعار الإستثمارات المالية بالسوق المالي بشكل كفوء وتصلح كأساس لاتخاذ القرارات الاقتصادية.(حمد، 2016: 53)

ويرى البعض ان المؤسسات تقوم بالإفصاح الطوعي من أجل تحقيق قدر من التسهيل والفهم من جانب المستثمرين ودعم الثقة وامكانية الاعتماد على الإفصاح مما يؤدي الى تخفيض خطر نقص المعلومات وبالتالي تخفيض تكلفة رأس المال. (Graham et al, 2005: 3)

ويرى الباحثين ان الهدف من الإفصاح الطوعي هو تحقيق اهداف المؤسسة من زيادة في الأرباح وجذب المستثمرين الجدد وابقاء على المستثمرين الحاليين وتحقيق سمعة جيدة في السوق وزيادة حصتها، وان تكون

قدرة على تأثير القرارات الإستثمارية بصورة سليمة وكذلك حماية الموجودات وكفاءة قصوى للطاقة المتاحة وتحقيق الاستمرارية في المستقبل.

أما من وجهة نظر المصارف التجارية، يلاحظ الباحثين أن الهدف من إتباع الإفصاح الطوعي لتقاريرها المالية هو التوسع بقاعدتها السوقية (الأسواق المالية) من خلال المحافظة بأصحاب المصالح الحاليين وإكتسابهم الجدد عن طريق تحقيق حاجاتهم ورغباتهم والتي تتجسد في الإفصاح الطوعي.

رابعاً / اشكال الإفصاح الطوعي: يأخذ الإفصاح الطوعي اشكالاً عدة وهذه الاشكال يصف الإفصاحات الطوعية حسب محتواها واسلوبها في العرض (ابو النور، 2010: 90):

1- التفاوضي: ان المعلومات التي توفرها الإدارة اختيارية للمساهمين والمستخدمين، وتكون متفائلة وتركز على الايجابيات وتجاهل السلبيات في كثير من الاحيان، واحياناً يحتج المدعون في رفع الدعاوي القضائية نجد اعمهم من خلال التقارير المتفائلة زيادة عن اللزوم وعدم الاشارة للسلبيات الموجودة في المؤسسة.

2- تحذيري أو انذاري: يشير هذا الإفصاح الى نشر قائمة طوعية تحذيرية للمستثمرين بان الأرباح المعلن عنها أو المقررة سوف تكون أقل من الشكل التاريخي أو من تنبؤات المحللين، وفي هذا تبصير للمساهمين ولذلك قد يقيمون دعوى قضائية على المديرين لفشلهم في تحذيرهم من خيبة الأمل مشكوك فيها .

3- اشارات مالية: ان توفير المعلومات اختيارياً عن أنشطة مالية عديدة ينظر اليها كونها مطلوبة بوساطة المديرين ليلغوا بالاشارة الى نتائج إقتصادية مستقبلية للمستثمرين، فمثلاً فإن زيادة الربح يعتقد ان تبلغ المستثمرين ان التدفقات النقدية المستقبلية للمؤسسة سوف تزيد وتدعم مستوى أعلى من الأرباح وهكذا فان التبليغ بالاشارة ينظر اليه كجزء من أو مكمل لسياسة الإفصاح في المؤسسة .

4- الإفصاح التدريجي: وهذا الإفصاح يتعامل مع ان المديرين يبلغون الاخبار السيئة تدريجياً لتجنب انخفاض كبير في سعر السهم وقيمة المؤسسة والدعاوي القضائية الناتجة، بما ان لهذا الشكل من الإفصاح مزايا أو فوائد ولكنها تزيد من حالة عدم التاكيد للمستثمرين وتضايق المحللين الماليين .

5- انعقاد المؤتمرات: ان دعوات المؤتمرات هي عنصر مهم في نشر المعلومات عن المؤسسة ويمكن من خلالها توفير الاشارات حول الاداء المستقبلي والاستجابة للتنبؤات التي تقدم خلال المناقشات الجماعية، وتوفير كمية أكبر من هذه المعلومات وزيادة التركيز على تفاصيل المعلومات. ويعتبر تقنية أو اسلوب للإفصاح الطوعي والمؤتمرات توفر على الاقل فائدتين وهما:

أ- توفير الوقت لان الإدارة تستطيع ان تتواصل مع مئات من المحللين و مديري الاموال في وقت واحد
ب- يتم توفير المعلومات لكل المشاركين بطريقة غير متحيزة حيث أن كل مشارك تصل اليه نفس المعلومات وفي نفس الوقت.

خامساً / محتوى الإفصاح الطوعي: ان محتوى الإفصاح الطوعي هي ماهية المعلومات التي ينبغي على الإدارة الإفصاح عنها اختيارياً علاوة على متطلبات الإفصاح الالزامي، وهذا الامر يرجع الى قرار الإدارة بخصوص الإفصاح، وان الفكر المحاسبي والواقع العملي طرحا مجموعة من الافكار بشأن محتوى الإفصاح

الطوعي يشمل المعلومات الاستراتيجية التي تشمل المعلومات الاجتماعية والبيئية، كذلك المعلومات المالية وغير المالية الاضافية التي لا تشملها القوائم المالية وتتنوع تلك المعلومات بين معلومات تاريخية ومعلومات تنبؤية تتعلق بالمستقبل أو التي تساعد في التنبؤ بالمستقبل. (عبدالكريم، 2003: 279) ويحتوي الإفصاح الطوعي على ما يلي:

1- الإفصاح الطوعي عن المعلومات الاجتماعية: يعد الإفصاح الطوعي الاجتماعي من الموضوعات التي تثير الكثير من الجدل حولها، إذ ان النظرية الحديثة للمؤسسة تتمثل في انها كيان اجتماعي يؤثر ويتأثر بالمجتمع الذي توجد فيه، وتكون مسؤولة امام المجتمع الذي تعمل فيه عن تحقيق اهداف اجتماعية فضلاً عن اهدافها الاساسية، وبالتالي فان للمؤسسة دوراً اجتماعياً في اعداد التقارير لمستخدميها عن مدى انجازها لهذا الدور الاجتماعي (الغولي، 2005: 18).

وان الإفصاح الاجتماعي هو محاولة من قبل مؤسسات الأعمال للإبلاغ وتوصيل المعلومات عن النشاطات الاجتماعية التي قامت بها والمتوقع ان يكون لها آثار اجتماعية مثل الإفصاح عن المعلومات الخاصة بالموظفين والمنتجات والخدمات الاجتماعية فضلاً عن الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي والمتوقع تقديمها مستقبلاً، حتى يمكن من خلالها معرفة المعلومات المحاسبية الدقيقة والسليمة وذلك كله بهدف الوصول الى التكافل الاجتماعي وتحقيق الرفاهية الاجتماعية.

2- الإفصاح الطوعي عن المعلومات البيئية: ان المقصود بالإفصاح البيئي هو اظهار للمعلومات المتعلقة للبيئة وسبل المحافظة عليها إما في صلب التقارير المالية الاساسية أو في تقارير خاصة تعد لهذا الغرض وترفق مع التقارير المالية السنوية للمؤسسة وهو عرض للبيانات والمعلومات المتعلقة بالانشطة البيئية مما يسهل العمل لمستخدمي القوائم المالية عند تقييمهم لأداء البيئي للمؤسسة ويرشد اتخاذ القرارات لديهم، وكذلك اظهار المعلومات المتعلقة بالبيئة وكيفية الحفاظ عليها ومعالجة الآثار السلبية الناتجة عن انشطتها وما يترتب على ذلك من التزامات بيئية في الوقت الراهن والمستقبل (Broberg et al, 2010: 352).

كذلك فان المعلومات البيئية المفصحة عنها اختياريّاً من خلال المؤسسات تكون غالباً معلومات وصفية من طبيعتها وموقعها دائماً إما في الملاحظات أو تقارير مجلس الإدارة.

3- الإفصاح الطوعي عن التنبؤات: التنبؤات المالية هي معلومات مالية مستقبلية معدة على أساس افتراضات خاصة تتوقع الإدارة حدوثها وذلك في التاريخ الذي يتم فيه اعداد هذه المعلومات ورد فعل الإدارة المتوقع عند تحقيق تلك الافتراضات، والإفصاح المحاسبي عن التنبؤات المالية هو تقديم أو اظهار المعلومات التنبؤية الملائمة للاطراف المتعددة المستخدمة لها بالقدر المناسب وفي توقيت المناسب لاتخاذ قرارات سليمة باستخدام مختلف الاساليب أو الوسائل الفنية الفعالة (المسلماني، 2009: 173).

ويرجع قرار الإفصاح الطوعي عن التنبؤات الى رغبة الإدارة في توصيل الاخبار الجيدة أو تصحيح أو تأكيد التنبؤات التي يعدها المحللون الماليون أو تسهيل الحصول على رؤوس الاموال الجديدة (الغولي، 2005: 21)، كما وان الإفصاح الطوعي عن التنبؤات المالية يساعد على تخفيض عدم التأكد لدى المستثمرين المتعلق بالارباح المستقبلية وله دور مهم في تشجيع المستثمرين للاستثمار في اسهم تلك المؤسسة وهذا سيؤدي الى زيادة درجة ثقة المستثمر فيما تنشره ادارة المؤسسة من معلومات وارادة في التقارير المالية، حيث ان نوعية

الإفصاح عن التنبؤات المالية وطبيعة ومستوى وتوقيت هذا الإفصاح يؤثر في قرارات الإستثمار في الأوراق المالية لتلك المؤسسات (الحيزان، 2008: 281).

4- الإفصاح الطوعي عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية: يعد موضوع الإفصاح الذي تقوم به الإدارة من خلال كتابتها للتقرير عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية في المؤسسة التي تقودها من المواضيع الحديثة التي تتناولها الأوساط العالمية اليوم، ترجع الاشارة الى أهمية التقرير والإفصاح عن الرقابة الداخلية الى اصدار AICPA العديد من النشرات والتقارير التي كان من شأنها زيادة الاهتمام بنظم الرقابة الداخلية واعداد التقارير عن فاعليتها، اذ ان ادراك مستخدمي التقارير المالية لاهمية الإفصاح عن الرقابة الداخلية له آثاره الايجابية على تحسين عملية الرقابة وانه يوفر معلومات اضافية مهمة لمتخذي القرارات، كما ان الإفصاح عن تقرير التدقيق الداخلي يمكن ان يؤدي الى زيادة الشفافية والقدرة على فهم وظيفة التدقيق الداخلي ويزيد من مستواهم كما انه يزيد ايضاً من المواد المالية المخصصة لوظيفة الرقابة الداخلية.

والغرض من وجود نظام الرقابة الداخلية الفعال يرتبط بمدى مصداقية التقارير المالية لهذه المؤسسات وامكانية الاعتماد عليها، وان الإفصاح عن مدى فاعلية الرقابة الداخلية بالمؤسسة بتقرير المدقق الخارجي يعطي تأكيداً مناسباً لكافة مستخدمي التقارير المالية، وان هذا الإفصاح مفيد لمستخدمي التقارير المالية ويساعد على تخفيض درجة ومستوى عدم تماثل المعلومات (عطية، 2013: 60).

5- الإفصاح الطوعي عن المخاطر: في هذه الايام التي نعيشها وفي ظل البيئة المحيطة بالشك نتيجة لفسل المؤسسات الكبيرة ووجود الازمات المالية وحالات الإفلاس، فقد أصبح من الضروري توفير معلومات لأصحاب المصالح بشأن المخاطر التي تتعرض لها المؤسسة حتى يستطيعوا فهم وتقييم هذه المخاطر وإجراءات الإدارة التي تقوم بها المؤسسة من أجل ادارة هذه المخاطر إذ تتمثل نقاط ضعف نموذج الإفصاح الحالي في عدم الإفصاح عن المعلومات غير المالية بشكل عام ومعلومات عن المخاطر وإدارتها بشكل خاص، وعرفت لجنة (COSO) الخطر بانه الاحداث ذات التأثير السلبي التي تمنع المؤسسة من تحقيق قيمة، أو تؤدي الى تآكل القيمة الموجودة (الغولي، 2005: 24).

يتم الإفصاح عن المخاطر في ضوء نظريتي الوكالة والاشارة اذ يسعى المدراء في المؤسسات لتقديم المعلومات الملائمة لاثبات انهم يعملون من اجل مصلحتهم وبالتالي تخفيض مشاكل الوكالة، فنشر معلومات عن المخاطر يمكن الاعتماد عليها من قبل الإدارة التي تمتلك هذه المعلومات للمستثمرين والدائنين الذين لايمتلكون هذه المعلومات يؤدي الى انخفاض مشكلة عدم التماثل في المعلومات بينهم، كما تبين نظرية الاشارة سعي المدراء لزيادة المعلومات التي يتم الإفصاح عنها في التقارير المالية وذلك لطمئنة المستثمرين الحاليين والمرقبين والدائنين وارسال اشارة جيدة اليهم بقدرة المؤسسة على إدارة المخاطر.

6- الإفصاح الطوعي عن المعلومات القطاعية: الإفصاح عن المعلومات القطاعية وسيلة هامة لزيادة منفعة المعلومات المحاسبية، وذلك من خلال ما يوفره من معلومات تساعد على إعطاء صورة أفضل وأكثر وضوحاً عن نشاط المؤسسات، مما يساعد مستخدمي التقارير المالية على تقييم أداء المؤسسات وتقييم المخاطر والفرص التي تواجه هذه المؤسسات بشكل أفضل، وبالتالي يساعد مستخدمي التقارير المالية على اتخاذ

قرارات أفضل. كما يؤدي الإفصاح عن المعلومات القطاعية الى المزيد من الثقة والدقة في اعداد التنبؤات المتعلقة بالتدفقات المستقبلية للمؤسسة وتقدير المخاطر المتعلقة بها. وعرف الإفصاح القطاعي بأنه الإفصاح عن معلومات تخص مكونات العمليات التشغيلية الرئيسية للمؤسسة في الملاحظات المرفقة بالتقارير المالية اذ تساعد هذه المعلومات مستخدمي التقارير المالية على تقييم المؤسسة من خلال النظر في الاجزاء المكونة لها وتستخدم هذه المعلومات من قبل المؤسسات لادارة العمليات واتخاذ القرارات الاستراتيجية. وبقي موضوع الإفصاح عن المعلومات القطاعية اهتماماً كبيراً من قبل الهيئات المهنية العالمية والباحثين الاكاديميين، اذ اصدر FASB معيار دولي رقم (131) عام 1997 بعنوان (الإفصاحات حول قطاعات المؤسسة والمعلومات المتعلقة بها) كذلك معيار الابلاغ المالي الدولي (IFRS.8) في عام 2009 وبعنوان القطاعات التشغيلية (9: Liu,2014).

المحور الثاني : نظرة مختصرة عن سلوك أصحاب المصالح

أولاً / مفهوم أصحاب المصالح وتعريفها:

أصحاب المصالح أو حملة الأسهم أو الأطراف المعنية أو ذوي العلاقة أو الطرف المؤثر أو أصحاب الحصص، اصطلاحاً جهات (أفراد أو مجموعات) قد تكون ضمن مؤسسة أو خارجها، لهم مصلحة في عمل المؤسسة، وقادرون على أن يضغطوا عليها عند الضرورة. وقد تكون المصالح مالية أو غير ذلك. مثلاً من أصحاب المصالح في الشركات، المساهمين والدائنين وحملة السندات والمستخدمين والعملاء والإدارة والمجتمع والحكومة. (Roberto et al., 2008)، أو أصحاب المصالح هم أفراد أو جماعات لهم مصالح أو نصيب لذي المؤسسة يعطيهم الحق في السؤال عن طبيعة وكيفية أدائها ويمكن تقسيم الأطراف ذات المصالح الى فئتين، أطراف داخلية وأطراف خارجية، والأطراف الداخلية هم عبارة عن حملة الأسهم والعاملون بما في ذلك المديرون وأعضاء مجلس الإدارة، أما الأطراف الخارجية فهم عبارة عن الأفراد أو الجماعات الأخرى الذين لهم حق المطالبة أو الأدياء على الشركة وتلك الجماعة تضم العملاء والموردين والحكومة والاتحادات والجماعات المحلية والجمهور بصفة عامة. (عثمان، 2020: 41) أو جماعات المصالح هي عبارة عن الأفراد والجماعات والمؤسسات التي تؤثر وتتأثر بالأفعال والقرارات التي تتخذها المؤسسة، ومن جانب آخر يمكن القول بأن كل فئة من هذه الجماعات تسعى إلى تحقيق نفع أو مكاسب ما من المؤسسة.

وعرف أصحاب المصالح في المؤسسة "كل فرد أو جماعة، أو كيان طبيعي أو معنوي أو مستقبلي يملك عقود صريحة أو ضمنية مع المؤسسة، يؤثر أو يتأثر أو يشارك بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالمؤسسة وبأهدافها سواء نشطت أو لم تنشط". (حماد، 2015: 117)

كما تم تعريفها: "بأنها مجموعة من القوى أفراداً أو مؤسسات محلية أو دولية التي تمتلك مصالح، مطالب وحصصاً مختلفة في المؤسسة وتسهم بأشكال مختلفة في خدمة المؤسسة وتوقعها الحصول علي عوائد ومكافأة مقابل تلك المساهمات". (الخفاجي والغالي، 2013: 56)

ثانياً / تصنيفات أصحاب المصالح: تعددت تصنيفات أصحاب المصالح باختلاف المنظرين والطريقة الأكثر شيوعاً لتحديد أصحاب المصالح هي النظر في نوع العلاقة بينهم وبين الشركة فهناك من يصنف أصحاب المصالح إلى: (رملّي وزحوط، 2012: 327)

1. المساهمون: يمثل المساهمون فئة مهمة من أصحاب المصالح، حيث أنّ هؤلاء يملكون حقوق ملكية جزء من أصول المؤسسة ما يخولهم من الحق في الاستفادة من جزء من أرباحها على اختلاف أصنافهم.

2. الزبائن أو العملاء: إن هذه الشريحة من أصحاب المصالح ذات أهمية كبيرة لكل المؤسسات الاقتصادية بدون استثناء. فوجود المؤسسة وبقاؤها مرتبط بإنتاج سلع أو خدمات وتسويقها ووجود طلب عليها من قبل هؤلاء.

3. الموردون والموزعون: يتوقّف نشاط أي مؤسسة على بناء علاقة وثيقة قائمة على الثقة المتبادلة مع الموردين، هؤلاء، يمثلون مصدر مهم. كما تحتاج المؤسسة لجماعة أخرى من أصحاب المصالح الحاسمين وهي جماعة لمدخلات المؤسسة ومحرك رئيسي لسلسلة توريدها الموزعين، حيث يعمل هؤلاء عمل الموردين لكن في جهة المخرجات.

4. العمال: تشمل هذه الفئة جميع العاملين من إداريين وفنيين وفئات أخرى. ويعتبر العامل مصدر خلق القيمة في المؤسسة، حيث أن له مصلحة مهمة لا تقتصر على الأجر فحسب، بل تتعداها إلى توفير ظروف عمل ملائمة كمحيط العمل، التكوين والتدريب وكذلك نظام للحوافز. كما يندرج ضمن هذه الفئة كل المسيرين والمدراء باعتبارهم أجزاء رغم التعامل معهم بطرق متنوعة على اختلاف الكتابات. فالبعض يعتبرونهم من أصحاب المصالح الآخرين في تجسيد إجراءات المؤسسة ومسؤولياتها.

5. المجتمع المحلي: يمثل المجتمع المحلي شريحة مهمة من المستفيدين، نقصد بهم كل من يقطن أو يعيش حول محيط وحدات الإنتاج ويتأثرون سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة من النشاط الذي تمارسه المؤسسة.

6. اصحاب المصالح التشريعيين (المشرعين) والمسؤولين عن السياسة العامة ويشتملون على الحكومات وشعب رعايا المصالح الاقتصادية المحلية، الإقليمية، الدولية، وأعلى من مستوى الدولية، وكذلك الاقسام البيئية، وسلطات التخطيط للمواقع ومستويات القرار الجغرافي لحدود الشركة في خارج بيتها التي تعمل فيها. (العنزي، 2007: 10)

أما (شرف الدين) صنف أصحاب المصالح إلى فئتين وهما الأساسيون والثانويون، فالأساسيون هم الذين يستثمرون أموالهم في المؤسسة، فهم بذلك ضروريين من أجل ضمان السير العادي لمؤسسة. ويدخل ضمن هذه الفئة كل من أصحاب رؤوس الأموال والمستثمرون والعمال والموردون والزبائن. أما الفئة الثانية فتضم كل الأفراد أو المجموعات التي تؤثر أو تتأثر بالنشاط الذي تمارسه المؤسسة ولكنهم ليسوا ضروريين لضمان بقاء وديمومة المؤسسة. كما يمكن تقسيمهم إلى أصحاب المصالح الأوليين وأصحاب المصالح الثانويين، فأصحاب المصالح الأوليين وهم الذين تربطهم علاقة تعاقدية ورسمية بالمؤسسة وهم المساهمون والعمال والموردين والزبائن. في حين أن أصحاب المصالح الثانويين هم وسائل الإعلام والمستهلكين وجماعات الضغط والحكومات والمنافسين وكافة الجمهور والمجتمع بصفة عامة. (شرف الدين، 2019: 5)

المحور الثالث : الجانب التطبيقي

تستهدف الدراسة الميدانية إختبار فروض البحث، وذلك من خلال استطلاع آراء عينة البحث بشأن دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك اصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية. وقد تم الاعتماد في تجميع البيانات الميدانية على استمارة استقصاء صممت خصيصاً لهذا الغرض، ولقد تضمنت استمارة لإستقصاء الجوانب المتعلقة بمتغيرات الدراسة بغرض تجميع البيانات تمهيدا لتحليلها إحصائيا لإختبار فروض البحث.

أولاً: وصف عينة البحث: اختيرت عينة عشوائية من أصحاب المصالح ومن المتعاملين مع المصارف التجارية في محافظة أربيل حيث بلغ الحجم النهائي للعينة (73) مفردة من المتعاملين مع المصارف التجارية وذلك من اجل اختبار متغيرات البحث وأبعاده. إذ وزعت استمارة استبانة الكترونياً وعن طريق الموقع الالكتروني (Google Forms) حيث توزعت العينة المستجيبة على وفق الصفات الآتية:

1. فئة أصحاب المصالح: تمثل أصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية بثلاث فئات وهي فئة المواطن العادي والذي شكل ما نسبته (46.6%) من العينة، ثم جاءت فئة المتعاملين من القطاع الحكومي بنسبة (32.9%)، بينما جاءت فئة المتعاملين مع المصارف التجارية من شركات القطاع الخاص بنسبة (20.5%) من حجم العينة.

2. عدد سنوات التعامل مع المصرف: تبين أن أعلى مدة زمنية للتعامل مع المصرف التجاري كانت ضمن فئة (أقل من 5 سنوات) وبنسبة بلغت (32.9%) من العينة، ثم تلتها فئات المدد الزمنية (5 إلى 10 سنوات)، (11 إلى 15 سنة) وبنسب (30.1%)، (24.7%) وعلى التوالي، في حين أن أعلى نسبة للتعامل الزمني مع المصارف وضمن فئة (15 سنة فأكثر) فقد جاءت بنسبة (12.3%). ومن هذه النتائج يمكن الاستدلال بشكل أولي على ضعف مستويات التثقيف المالي والمصرفي لدى فئات المجتمع في التعامل المصرفي والذي سببه يعود لنقص المعرفة وازدياد حالة الأمية المالية والمصرفية بين الجمهور بشكل عام مما يكون له انعكاس سلبي على سلوك التعامل مع المصارف بشكل خاص.

3. نوع التعامل مع المصرف: يلاحظ من نتائج التحليل لاستجابات أفراد العينة أن أعلى نسبة لنوع التعامل المصرفي كانت لفئة الحسابات الجارية وبنسبة بلغت (87.7%)، ثم جاءت فئات التعامل للتسهيلات الائتمانية وحسابات التوفير بنسب متقاربة بلغت (6.8%)، (5.5%) وعلى التوالي، مما يؤكد أن سلوك التعامل مع المصارف من قبل الجمهور يتحدد بالحسابات الجارية بشكل كبير وهذا يؤكد ما أشرنا إليه في الفقرة السابقة من ضعف الوعي المصرفي وتفضيلات الجمهور في اكتناز الأموال بدلاً من وضعها في حسابات التوفير لدى المصارف بجانب مستويات ضعف التسهيلات الائتمانية التي تمنحها تلك المصارف لزيائنها.

ثانياً: أداة البحث: مثلت الاستبانة الأداة الرئيسية في جمع بيانات الجانب الميداني والتي شملت معلومات عن بعض الصفات الخاصة لأفراد العينة، كما تضمنت (24) عبارة لقياس متغير الإفصاح الطوعي وبأبعاده الستة، بينما تضمنت الاستبانة (6) عبارات لقياس متغير سلوك أصحاب المصالح، حيث استخدم مقياس ليكرت الخماسي في تحديد اختيارات الاستجابة على متغيرات البحث وأبعاده. وكما موضح في الجدول (1).

الجدول (1) مكونات أداة البحث

ت	المتغيرات	الأبعاد	عدد الفقرات	المجموع
1.	صفات العينة	-	3	3
2.	الإفصاح الطوعي (المتغير المستقل)	المعلومات الاجتماعية	4	24
		المعلومات البيئية	4	
		المعلومات التنبؤية	4	
		نظام الرقابة الداخلية	4	
		القطاعية	4	
3.	سلوك أصحاب المصالح	المخاطر	4	6
		المتغير المعتمد	6	

المصدر: إعداد الباحثين من استمارة الاستبيان

ثالثاً: اختبارات الاستبانة: تم اختبار استمارة الاستبيان بعدد من الأساليب الإحصائية وكالاتي:

1. اختبار المصادقية من الخبراء: أعدت الاستبانة بالاعتماد على مراجع الجانب النظري وجرى تعديل العبارات بما يتناسب مع الميدان المبحوث، حيث تم عرض استمارة الاستبيان في صورتها الأولية على عدد من الأساتذة المتخصصين في العلوم المحاسبية والمالية والإدارية وذلك للتأكد من صدق مضمون العبارات المستخدمة في قياس متغيرات البحث وأبعاده، وقد أجريت عليها بعض التعديلات على وفق آراء المتخصصين حيث أخذت صورتها النهائية لتوزيعها على العينة.

2. اختبار الثبات: استخدمت الطريقة المتوازية (Parallel) للتحقق من ثبات الاستبانة وعلى وفق المعايير الإحصائية والحصول على معامل الثبات (Reliability Analysis)، والتي تتلخص بإيجاد الثبات بين العبارات بطريقة متناظرة، فإذا كان معامل الثبات (0.60) أو أكثر على وفق هذه المعادلة فإنه يعدّ كافياً للبحوث التي تعتمد الاستبانة أداة لها (Eisinga et al., 2012: 639)، ويوضح الجدول (2) نتائج معاملات الثبات للاستبانة ومكوناتها وعلى وفق الآتي:

تبين أن أعلى قيمة لمعامل الثبات على مستوى الأبعاد كانت لبُعد الإفصاح عن المعلومات البيئية والتي بلغت (0.805) والذي ينتمي لمتغير الإفصاح الطوعي، في حين بلغت أقل قيمة لهذا المعامل كانت في بُعد الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية والذي ينتمي لمتغير نفس المتغير والتي بلغت (0.623).

أما أعلى قيمة لمعامل الثبات على مستوى المتغيرات فقد سجلت لمتغير الإفصاح الطوعي (0.915)، في حين أن الثبات لمتغير سلوك أصحاب المصالح سجلت معامل بقيمة بلغت (0.760).

بينما على مستوى المؤشر الكلي ولعبارات الاستبانة كافة والبالغة (30) عبارة فإن قيمة معامل الثبات بلغت (0.928).

مما يعني أن أداة البحث بمقاييسها المختلفة تتمتع بثبات عالي ويمكن اعتمادها في أوقات مختلفة للأفراد أنفسهم وستعطي النتائج ذاتها وبنسبة ثبات (92.8%). وبذلك يتضح توافر الثبات المطلوب للاستبانة مما يجعلها صالحة كأداة لجمع البيانات الميدانية.

الجدول (2) قياس الثبات لاستبانة الدراسة

المتغيرات والأبعاد	عدد العبارات	معامل الثبات
المعلومات الاجتماعية	4	0.623
المعلومات البيئية	4	0.805
المعلومات التنبؤية	4	0.682
نظام الرقابة الداخلية	4	0.671
القطاعية	4	0.738
المخاطر	4	0.687
مؤشر الإفصاح الطوعي	24	0.915
مؤشر سلوك أصحاب المصالح	6	0.760
المؤشر الكلي لعبارات الاستبانة	30	0.928

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الإحصائي.

3. صدق المحتوى: تم قياس صدق المحتوى للاستبانة عن طريق معامل الثبات على أساس وجود ارتباط قوي بين صدق الاستبانة وثباتها، ويتم قياس صدق المحتوى باعتماد معادلة (الصدق = الجذر التربيعي لمعامل الثبات)، إذ تم استخراج معامل الثبات لفقرات الاستبانة وبالطريقة المتوازية والتي كانت (0.928)، وبأخذ الجذر التربيعي لقيمة معامل الثبات فإن درجة الصدق تساوي (0.963) وهي قيمة عالية تدل على صدق المحتوى للاستبانة.

4. الاتساق الداخلي: تم اعتماد معامل الارتباط المتعدد وبطريقة بيرسون للتعرف على الاتساق الداخلي بين عبارات أبعاد متغيرات البحث، وقد تبين اجتياز الاستبانة لهذا الاختبار ولكل من متغير مهارات القيادة الناعمة وأبعاده ومتغير التطوير التنظيمي وأبعاده وذلك حسب النتائج المرفقة في الملحق والتي تشير إلى أن أغلب معاملات الارتباط كانت ذات علاقات معنوية وعند مستويات معنوية (0.05) أو (0.01)، وهذا يدل على السريان النسبي لعبارات متغيرات البحث مما يعني صلاحيتها للقياس.

رابعاً: اختبار بيانات البحث: لغرض التحقق من أن بيانات البحث الحالي يتم تحليلها على وفق الاختبارات المعلمية أو الاختبارات اللامعلمية تم اخضاعها لشروط التحليل الإحصائي الثلاث والخاصة بالتمييز بين الاختبارات المعلمية أو اللامعلمية، والتي كانت نتائجها كالآتي:

1. اعتدالية التوزيع: ويمثل الشرط الخاص بتوافر التوزيع الطبيعي في البيانات المطلوب تنفيذ التحليل الاحصائي لها، وقد تم حساب مؤشرات التوزيع الطبيعي (Z) وذلك باستخدام أسلوب شابيرو - ويلكس (Shapiro - Wilks) للتحقق من ذلك، حيث بينت نتائج التحليل في الجدول (3) أن جميع قيم (Z) المحسوبة ولكافة الأبعاد كانت أقل من قيم (Z) الجدولية وباستخدام الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية المناظرة لكل بُعد، مما يشير إلى أن بيانات البحث الحالي تأخذ شكل التوزيع الطبيعي المطلوب، مما يمكننا من تطبيق الاختبارات المعلمية في اختبار فرضيات البحث.

الجدول (3) اختبار اعتدالية التوزيع

المتغيرات	أبعادها	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	Z المحسوبة	Z الجدولية *	Sig.
الإفصاح الطوعي	المعلومات الاجتماعية	3.771	0.569	.934	4.707	0.163
	المعلومات البيئية	3.712	0.713	.934	4.885	0.192
	المعلومات التنبؤية	3.743	0.626	.928	4.773	0.180
	نظام الرقابة الداخلية	3.788	0.552	.931	4.696	0.225
	القطاعية	3.658	0.615	.936	4.668	0.191
	المخاطر	3.733	0.506	.952	4.565	0.131
سلوك أصحاب المصالح	3.856	0.544	.948	4.530	4.751	
* تم حساب Z الجدولة باعتماد الوسط الحسابي والانحراف المعياري وباستخدام الدالة الإحصائية (NORMINV).						

المصدر: اعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي

2. الارتباط الذاتي: ويطلق عليه أيضاً شرط الاستقلالية بين أبعاد المتغير المستقل فقط والمتمثل بالإفصاح الطوعي وذلك بالتعرف على مدى وجود ظاهرة الارتباط الذاتي (Multicollinearity) والتي تؤدي إلى ظهور نتائج غير حقيقية ومزيفة لمعاملات الإنحدار. وللتحقق من ذلك تم استخدام كل من اختبار معامل تضخم التباين (VIF) (Variance Inflation Factors) واختبار التباين المسموح (Tolerance) ولكل بُعد من أبعاد الإفصاح الطوعي، وتبين من نتائج التحليل لهذه الاختبارات والموضحة في الجدول (4) أن قيم اختبار معامل تضخم التباين (VIF) ولجميع أبعاد متغير الإفصاح الطوعي تقل عن (5) والتي انحصرت بين (1.919 - 2.838)، إذ يشترط لعدم وجود هذه الظاهرة ألا تتجاوز قيم معامل تضخم التباين (VIF) للقيمة المعيارية (5). أما قيم اختبار التباين المسموح فكانت بين (0.352 - 0.521)، وهي جميعاً أكبر من قيمة مستوى المعنوية الافتراضي للبحث (0.05)، حيث يشترط أن تكون قيم اختبار التباين المسموح (Tolerance) أكبر من مستوى المعنوية (0.05). ومن هذه النتائج نستدل على استيفاء بيانات البحث لشرط الارتباط الذاتي بسبب عدم وجود ارتباط عالي بين أبعاد المتغير المستقل للبحث الحالي، أي أنه يمكن تطبيق الاختبارات المعلمية في اختبار الفرضيات.

الجدول (4) اختبار الارتباط الذاتي

القيمة المعيارية لمعامل (Tolerance)	معامل التباين المسموح	القيمة المعيارية لمعامل (VIF)	معامل تضخم التباين	الأبعاد	المتغير المستقل
أكبر من مستوى المعنوية 0.05	0.521	أقل من القيمة المعيارية 5	1.919	المعلومات الاجتماعية	الإفصاح الطوعي
	0.352		2.838	المعلومات البيئية	
	0.353		2.834	المعلومات التنبؤية	
	0.502		1.992	نظام الرقابة الداخلية	
	0.361		2.771	القطاعية	
	0.396		2.524	المخاطر	

المصدر: اعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي

3. تجانس التباين: للتحقق من مدى توافر شرط تجانس التباين لأبعاد متغيرات البحث كافة فقد تم تطبيق اختبار ليفين (Levene) على بيانات البحث الحالي وقد تبين من نتائج هذا الاختبار والموضحة في الجدول (5) أنها مستوفية لشرط تجانس التباين وبدلالة قيم مستوى المعنوية المحسوبة (Sig.) لهذا الاختبار ولجميع الأبعاد والتي كانت أكبر من مستوى المعنوية الافتراضي (0.05)، ويدعم ذلك أن قيم (Levene) المحسوبة ولكافة الأبعاد كانت جميعها أقل من القيمة الجدولية لهذا الاختبار والتي تبلغ (3.976) وبدرجات حرية (1 ، 71)، مما يعني أن شرط تجانس التباين في بيانات البحث الحالي يعد متوفراً مما يمكننا من تطبيق الاختبارات المعلمية في اختبار فرضيات البحث.

الجدول (5) اختبار تجانس التباين Levene's

قيم Sig.	Levene Statistic	الأبعاد	المتغيرات
0.939	0.063	المعلومات الاجتماعية	الإفصاح الطوعي
0.107	2.304	المعلومات البيئية	
0.337	1.103	المعلومات التنبؤية	
0.122	2.075	نظام الرقابة الداخلية	
0.830	0.187	القطاعية	
0.408	0.908	المخاطر	
0.708	0.348	سلوك أصحاب المصالح	

المصدر: من اعداد الباحثين استناداً إلى نتائج التحليل الاحصائي

خامساً: وصف متغيرات البحث: خصصت الفقرة الحالية لوصف متغيرات البحث، وعلى وفق الفقرات الآتية:

1. وصف متغير الإفصاح الطوعي وأبعاده: اعتمدت التكرارات والنسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف في وصف متغير الإفصاح الطوعي وأبعاده وبحسب نتائج التحليل الإحصائي والتي كانت كالآتي:

أ. وصف بُعد الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية: يتضح من نتائج الجدول (6) أن هناك اتفاقاً (اتفق بشدة وأتفق) بين أفراد العينة على مضامين كافة عبارات بُعد الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية بلغت مستوياته نسبة (72.3%) وبحسب المؤشر الكلي في مقابل عدم اتفاق (لا اتفق بشدة ولا أتفق) وبنسبة (10.6%) وجاءت هذه النتائج بوسط حسابي (3.77) وانحراف معياري (0.825)، وبتأكيد من قيمة معامل الاختلاف والتي كانت (23%) إذ أنه كلما اقتربت قيمة هذا المعامل من النسبة (0%) دل ذلك على شدة الاتفاق في إجابات أفراد العينة المستجيبة تجاه تلك العبارة والعكس صحيح عندما ترتفع النسبة وتصل إلى (100%) ففي ذلك دلالة على ضعف الاتفاق على مضمون العبارة. وقد كانت العبارة (X1) الأكثر تعزيزاً للمؤشر الكلي على مستوى هذا البُعد والتي بلغت نسبتها (79.5%) وبوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (0.652) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (16%) والتي تنص على (ان الخدمات التي تقدم من قبل المصارف التجارية تؤدي الى زيادة الرفاهية الاجتماعية). وكان للعبارة (X4) أقل نسبة تعزيزية للمؤشر الكلي لهذا البُعد والتي جاءت بنسبة اتفاق (64.3%) وبوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (0.989) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (28%) والتي تنص على (الكشف عن سياسة: الصحة، والسلامة، والامانة، ورفاهية الموظفين وتكليفها).

الجدول (6) وصف بُعد الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة										الرمز
			لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%16	.632	3.86	0	0	6.8	5	13.7	10	65.8	48	13.7	10	X1
%19	.744	3.88	0	0	4.1	3	21.9	16	56.2	41	17.8	13	X2
%22	.833	3.78	0	0	16.4	12	12.3	9	47.9	35	23.3	17	X3
%28	.989	3.56	0	0	15.1	11	20.5	15	57.5	42	6.8	5	X4
%21	000.8	3.77	0		10.6		17.1		56.9		15.4		المعدل
					10.6		17.1		72.3				المجموع

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي.

ب. وصف بُعد الإفصاح عن المعلومات البيئية: يتضح من نتائج الجدول (7) أن هناك اتفاقاً (اتفق بشدة وأتفق) بين أفراد العينة على مضامين كافة عبارات بُعد الإفصاح عن المعلومات البيئية بلغت مستوياته نسبة (66.2%) وبحسب المؤشر الكلي في مقابل عدم اتفاق (لا اتفق بشدة ولا أتفق) وبنسبة (10.6%) وجاءت هذه النتائج بوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (0.825)، وبتأكيد من قيمة معامل الاختلاف والتي كانت (24%). وقد كانت العبارة (X5) الأكثر تعزيزاً للمؤشر الكلي على مستوى هذا البُعد والتي بلغت نسبتها (74%) وبوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.781) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (21%) والتي تنص على (الإفصاح الطوعي عن دور المصرف في حملات جمع التبرعات لحماية البيئة). وكان للعبارة (X8) أقل نسبة تعزيزية للمؤشر الكلي لهذا البُعد والتي جاءت بنسبة اتفاق (58.9%) وبوسط حسابي (3.62) وانحراف معياري (1.009) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (28%) والتي تنص على

(بيان بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية للمصرف وتحديد برامج لفتح دورات وورشات عمل عن البيئة وحمائتها).

الجدول (7) وصف بُعد الإفصاح عن المعلومات البيئية

الرمز	مقياس الاستجابة												
	اتفق بشدة		اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الرمز		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
X5	10	13.7	44	60.3	13	17.8	6	8.2	0	0	3.79	0.781	21%
X6	10	13.7	34	46.6	23	31.5	6	8.2	0	0	3.66	.820	22%
X7	12	16.4	40	54.8	12	16.4	7	9.6	2	2.7	3.72	.961	26%
X8	14	19.2	29	39.7	20	27.4	8	11.0	2	2.7	3.62	1.009	28%
المعدل		15.8	50.4	23.2		9.2	1.4				3.70	0.893	24%
المجموع		66.2		23.2		10.6							

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي.

ت. وصف بُعد الإفصاح عن المعلومات التنبؤية: يتضح من نتائج الجدول (8) أن هناك اتفاقاً (اتفق بشدة واتفق) بين أفراد العينة على مضامين كافة عبارات بُعد الإفصاح عن المعلومات التنبؤية بلغت مستوياته نسبة (73.2%) وبحسب المؤشر الكلي في مقابل عدم اتفاق (لا اتفق بشدة ولا اتفق) وبنسبة (12.7%) وجاءت هذه النتائج بوسط حسابي (3.74) وانحراف معياري (0.872)، وبتأكيد من قيمة معامل الاختلاف والتي كانت (23%). وقد كانت العبارة (X10) الأكثر تعزيزاً للمؤشر الكلي على مستوى هذا البُعد والتي بلغت نسبتها (79.5%) وبوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.781) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (21%) والتي تنص على (التنبؤ بحجم الإيرادات وتقديم الخدمات وارباحها المستقبلية والنظرة الاقتصادية المستقبلية للمصارف). وكان للعبارة (X12) أقل نسبة تعزيزية للمؤشر الكلي لهذا البُعد والتي جاءت بنسبة اتفاق (65.7%) وبوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (0.987) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (27%) والتي تنص على (مناقشة تأثير سياسة واهداف واستراتيجيات المصارف في نتائج الاعمال المستقبلية).

الجدول (8) وصف بُعد الإفصاح عن المعلومات التنبؤية

الرمز	مقياس الاستجابة												
	اتفق بشدة		اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الرمز		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
X9	7	9.6	46	63.0	11	15.1	9	12.3	0	0	3.70	.811	22%
X10	8	11.0	50	68.5	7	9.6	8	11.0	0	0	3.79	.781	21%
X11	14	19.2	41	56.2	8	11.0	10	13.7	0	0	3.81	.908	24%
X12	13	17.8	35	47.9	15	20.5	8	11.0	2	2.7	3.67	.987	27%
المعدل		14.3	58.9	14.1		12.0	0.7				3.74	0.872	23%
المجموع		73.2		14.1		12.7							

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي.

ث. وصف بُعد الإفصاح عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية: يتضح من نتائج الجدول (9) أن هناك اتفاقاً (اتفق) بشدة واتفق) بين أفراد العينة على مضامين كافة عبارات بُعد الإفصاح عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية بلغت مستوياته نسبة (74.3%) وبحسب المؤشر الكلي في مقابل عدم اتفاق (لا اتفق بشدة ولا اتفق) وبنسبة (8.2%) وجاءت هذه النتائج بوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.777)، وبتأكيد من قيمة معامل الاختلاف والتي كانت (21%) . وقد كانت العبارة (X14) الأكثر تعزيزاً للمؤشر الكلي على مستوى هذا البُعد والتي بلغت نسبتها (78%) وبوسط حسابي (3.93) وانحراف معياري (0.770) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (20%) والتي تنص على (الإفصاح عن تقرير لجنة التدقيق والمدقق الداخلي والخارجي وتوصياتهم المالية والمحاسبية والفنية والإدارية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية ذات العلاقة). وكان للعبارة (X15) أقل نسبة تعزيزية للمؤشر الكلي لهذا البُعد والتي جاءت بنسبة اتفاق (71.2%) وبوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (849) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (22%) والتي تنص على (مدى قوة وفاعلية نظام الرقابة الداخلية وأجراءات تصحيح أوجه القصور بها من خلال كتابة التقرير الخاص بها).

الجدول (9) وصف بُعد الإفصاح عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية

الرمز	مقياس الاستجابة											
	اتفق بشدة		اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		الرمز	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
X13	4	5.5	6	8.2	11	15.1	11	51	69.9	4	13	
X14	15	20.5	4	5.5	12	16.4	12	42	57.5	15	15	
X15	13	17.8	7	9.6	14	19.2	14	39	53.4	13	13	
X16	6	8.2	6	8.2	14	19.2	14	47	64.4	6	6	
المعدل	13		7.9		17.5		61.3		74.3			
المجموع			8.2		17.5		74.3					

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي.

ج. وصف بُعد الإفصاح عن القطاعية: يتضح من نتائج الجدول (10) أن هناك اتفاقاً (اتفق بشدة واتفق) بين أفراد العينة على مضامين كافة عبارات بُعد الإفصاح عن القطاعية بلغت مستوياته نسبة (67.9%) وبحسب المؤشر الكلي في مقابل عدم اتفاق (لا اتفق بشدة ولا اتفق) وبنسبة (12.3%) وجاءت هذه النتائج بوسط حسابي (3.66) وانحراف معياري (0.820)، وبتأكيد من قيمة معامل الاختلاف والتي كانت (22%) . وقد كانت العبارة (X19) الأكثر تعزيزاً للمؤشر الكلي على مستوى هذا البُعد والتي بلغت نسبتها (75.4%) وبوسط حسابي (3.84) وانحراف معياري (0.764) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (20%) والتي تنص على (مناقشة وتحليل التدفقات النقدية التشغيلية لكل قطاع). وكان للعبارة (X20) أقل نسبة تعزيزية للمؤشر الكلي لهذا البُعد والتي جاءت بنسبة اتفاق (64.4%) وبوسط حسابي (3.62) وانحراف معياري (892) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (25%) والتي تنص على (المناقشات فيما يتعلق برودود فعل أصحاب المصالح من الخدمات المقدمة من قبل المصارف حول المعلومات القطاعية).

الجدول (10) وصف بُعد الإفصاح عن القطاعية

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة										الرمز
			لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%22	.808	3.63	0	0	12.3	9	20.5	15	58.9	43	8.2	6	X17
%23	.817	3.55	0	0	15.1	11	20.5	15	58.9	43	5.5	4	X18
%20	.764	3.84	0	0	6.8	5	17.8	13	60.3	44	15.1	11	X19
%25	.892	3.62	0	0	15.1	11	20.5	15	52.1	38	12.3	9	X20
%22	0.820	3.66	0.0		12.3		19.8		57.6		10.3		المعدل
					12.3		19.8		67.9				المجموع

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي.

ح. وصف بُعد الإفصاح عن المخاطر: يتضح من نتائج الجدول (11) أن هناك اتفاقاً (اتفق بشدة وأتفق) بين أفراد العينة على مضامين كافة عبارات بُعد الإفصاح عن المخاطر بلغت مستوياته نسبة (66.1%) وبحسب المؤشر الكلي في مقابل عدم اتفاق (لا اتفق بشدة ولا أتفق) وبنسبة (6.5%) وجاءت هذه النتائج بوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (0.776)، وبتأكيد من قيمة معامل الاختلاف والتي كانت (21%). وقد كانت العبارة (X23) الأكثر تعزيزاً للمؤشر الكلي على مستوى هذا البُعد والتي بلغت نسبتها (73.9%) وبوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (0.722) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (19%) والتي تنص على (معلومات عامة حول نوعية الاستثمارات والقروض الممنوحة والسياسات التي وضعت لضمانها في اطار تدابير ومقاييس المخاطر المقبولة). وكان للعبارة (X22) أقل نسبة تعزيزية للمؤشر الكلي لهذا البُعد والتي جاءت بنسبة اتفاق (61.7%) وبوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (788) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (22%) والتي تنص على (الافصاح عن مخاطر تغيير اسعار الفائدة وحالات التعرض لها والادوات التي اعتمدت لإدارتها ووصف التقنيات المستخدمة لقياس ورقابة التغيرات في اسعار الفائدة).

الجدول (11) وصف بُعد الإفصاح عن المخاطر

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة										الرمز
			لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%20	.782	3.84	0	0	6.8	5	19.2	14	57.5	42	16.4	12	X21
%22	.788	3.64	0	0	8.2	6	30.1	22	50.7	37	11.0	8	X22
%19	.722	3.75	0	0	4.1	3	28.8	21	54.8	40	12.3	9	X23
%22	.811	3.70	0	0	6.8	5	31.5	23	46.6	34	15.1	11	X24
%21	0.776	3.73	0.0		6.5		27.4		52.4		13.7		المعدل
					6.5		27.4		66.1				المجموع

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي.

2. وصف متغير سلوك أصحاب المصالح: يتضح من نتائج الجدول (12) أن هناك اتفاقاً (اتفق بشدة وأتفق) بين أفراد العينة على مضامين كافة عبارات متغير سلوك أصحاب المصالح بلغت مستوياته نسبة (74.7%) وبحسب المؤشر الكلي في مقابل عدم اتفاق (لا اتفق بشدة ولا أتفق) وبنسبة (6.9%) وجاءت هذه النتائج بوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (0.798)، وبتأكيد من قيمة معامل الاختلاف والتي كانت (21%)، وقد كانت العبارة (Y5) الأكثر تعزيزاً للمؤشر الكلي على مستوى هذا المتغير والتي بلغت نسبتها (83.6%) وبوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (0.659) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (17%) والتي تنص على أنه (يتغير سلوك أصحاب المصالح بالمعلومات القطاعية تجاه تعامل المصارف التجارية). وكان للعبارة (Y2) أقل نسبة تعزيزية للمؤشر الكلي لهذا المتغير والتي جاءت بنسبة اتفاق (64.4%) وبوسط حسابي (3.74) وانحراف معياري (1.014) وبتأكيد من معامل الاختلاف البالغ (27%) والتي تنص على (يتغير سلوك أصحاب المصالح بالمعلومات البيئية تجاه تعامل المصارف التجارية).

الجدول (12) وصف سلوك أصحاب المصالح

الرمز	مقياس الاستجابة												
	اتفق بشدة		لا اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
Y1	14	19.2	45	61.6	9	12.3	4	5.5	1	1.4	3.92	0.812	21%
Y2	16	21.9	34	46.6	13	17.8	8	11.0	2	2.7	3.74	1.014	27%
Y3	10	13.7	37	50.7	19	26.0	7	9.6	0	0	3.68	0.831	23%
Y4	20	27.4	41	56.2	8	11.0	4	5.5	0	0	4.05	0.780	19%
Y5	7	9.6	48	65.8	15	20.5	3	4.1	0	0	3.81	0.659	17%
Y6	14	19.2	41	56.2	17	23.3	1	1.4	0	0	3.93	0.694	18%
المعدل		18.4		56.2		18.5		6.2		0.7			
المجموع				74.7		18.5		6.9					

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي.

وبالاستناد إلى النتائج السابقة والمتصلة بوصف أبعاد متغيري الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح فإنه يتم قبول الفرضية الأولى والتي تنص على أنه (تختلف آراء أفراد العينة المبحوثة تجاه وصف متغيرات البحث الرئيسية وأبعادها).

سابعاً: تحليل الارتباط بين متغيرات البحث: تم تحليل علاقات الارتباط على وفق المستويات الآتية:

1. المستوى الكلي: يلاحظ من نتائج تحليل الارتباط والمذكورة في الجدول (13) وجود علاقة ارتباط معنوية وموجبة بين الإفصاح الطوعي وبين سلوك أصحاب المصالح حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (0.702) وهي قيمة دالة احصائياً ومعنوية عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى أن هناك مستويات معنوية من الترافق الإيجابي بين متغيري الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح، مما يمكننا من القول بأنه كلما

اعتمدت المصارف التجارية على الإفصاح الطوعي لما لديها من معلومات كلما كان ذلك مؤشراً على تحسن سلوك أصحاب المصالح وبشكل ايجابي.

2. المستوى الجزئي: يلاحظ من نتائج الجدول (13) أن الارتباط بين أبعاد المتغيرات كانت كالآتي:

أ. يوجد ارتباط معنوي وموجب بين بُعد الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية ومتغير أصحاب المصالح وبمعامل ارتباط بلغ (0.428) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، مما يشير إلى أنه كلما اتجهت المصارف التجارية إلى الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية لديها فإن ذلك يسهم في تحسن مستويات سلوك أصحاب المصالح تجاه اتخاذهم للقرارات المالية والمصرفية.

ب. يوجد ارتباط معنوي وموجب بين بُعد الإفصاح عن المعلومات البيئية ومتغير أصحاب المصالح وبمعامل ارتباط بلغ (0.580) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، مما يشير إلى أنه كلما اتجهت المصارف التجارية إلى الإفصاح عن المعلومات البيئية لديها فإن ذلك يسهم في تحسن مستويات سلوك أصحاب المصالح تجاه اتخاذهم للقرارات المالية والمصرفية.

ت. يوجد ارتباط معنوي وموجب بين بُعد الإفصاح عن المعلومات التنبؤية ومتغير أصحاب المصالح وبمعامل ارتباط بلغ (0.585) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، مما يشير إلى أنه كلما اتجهت المصارف التجارية إلى الإفصاح عن المعلومات التنبؤية لديها فإن ذلك يسهم في تحسن مستويات سلوك أصحاب المصالح تجاه اتخاذهم للقرارات المالية والمصرفية.

ث. يوجد ارتباط معنوي وموجب بين بُعد الإفصاح عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية ومتغير أصحاب المصالح وبمعامل ارتباط بلغ (0.585) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، مما يشير إلى أنه كلما اتجهت المصارف التجارية إلى الإفصاح عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية لديها فإن ذلك يسهم في تحسن مستويات سلوك أصحاب المصالح تجاه اتخاذهم للقرارات المالية والمصرفية.

ج. يوجد ارتباط معنوي وموجب بين بُعد الإفصاح عن المعلومات القطاعية ومتغير أصحاب المصالح وبمعامل ارتباط بلغ (0.566) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، مما يشير إلى أنه كلما اتجهت المصارف التجارية إلى الإفصاح عن المعلومات القطاعية لديها فإن ذلك يسهم في تحسن مستويات سلوك أصحاب المصالح تجاه اتخاذهم للقرارات المالية والمصرفية.

ح. يوجد ارتباط معنوي وموجب بين بُعد الإفصاح عن المخاطر ومتغير أصحاب المصالح وبمعامل ارتباط بلغ (0.677) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، مما يشير إلى أنه كلما اتجهت المصارف التجارية إلى الإفصاح عن المعلومات القطاعية لديها فإن ذلك يسهم في تحسن مستويات سلوك أصحاب المصالح تجاه اتخاذهم للقرارات المالية والمصرفية.

الجدول (13) الارتباط بين متغيرات البحث وأبعادها

المتغيرات والأبعاد	سلوك أصحاب المصالح
الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية	** 0.428
الإفصاح عن المعلومات البيئية	** 0.580

** 0.585	الإفصاح عن المعلومات التنبؤية
** 0.585	الإفصاح عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية
** 0.566	الإفصاح عن القطاعية
** 0.677	الإفصاح عن المخاطر
** 0.702	متغير الإفصاح الطوعي

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي. $\alpha \leq 0.01$ **

ومن نتائج تحليل الارتباط على المستويين الكلي والجزئي فإنه يتم قبول فرضية الارتباط والتي تنص على أنه (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى 0.05 بين متغير الإفصاح الطوعي ومتغير سلوك أصحاب المصالح).

ثامناً: تحليل التأثير بين متغيرات البحث: تم تحليل التأثير بين متغيرات البحث على وفق المستويات الآتية:

1.. المستوى الكلي: ظهر من نتائج تحليل الانحدار البسيط في الجدول (14) على المستوى الكلي أن هناك تأثير لمتغير الإفصاح الطوعي في متغير سلوك أصحاب المصالح، وذلك استناداً إلى قيمة مستوى المعنوية المحسوبة وبالغة (0.000) والتي تقل عن مستوى المعنوية الافتراضي للبحث (0.05)، ويؤكد ذلك قيمة (F) المحسوبة والتي بلغت (68.898)، وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (3.976) وبدرجات حرية (1، 71)، كما يتبين من معلمات هذا التحليل الآتي:

أ. تُشير قيمة الثابت (B_0) وعلى وفق معادلة الانحدار، أن هناك ظهوراً لسلوك أصحاب المصالح بقيمة (0.910) وذلك عندما تكون قيمة الإفصاح الطوعي ومن خلال أبعادها مساوياً للصفر، مما يدل على أن سلوك أصحاب المصالح تكتسب جزءاً من خصائصها من الإفصاح الطوعي وأبعاده، أي أنه كلما اعتمدت المصارف التجارية على الإفصاح الطوعي فإن ذلك له تأثير في توجهات سلوك أصحاب المصالح.

ب. يظهر من قيمة الميل الحدي (B_1) والتي كانت (0.702) أن التغير بمقدار (1) في الإفصاح الطوعي سيصاحبه تغير في سلوك أصحاب المصالح بمقدار (0.702)، وهذا مؤشر عالي يمكن الاستناد عليها في تفسير العلاقة التأثيرية للإفصاح الطوعي في سلوك أصحاب المصالح.

ت. يلاحظ أن قيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.492) والتي تشير إلى أن الإفصاح الطوعي يفسر ما نسبته (49.2%) من التغير الحاصل في سلوك أصحاب المصالح، كما أن النسبة المتبقية وبالغة (50.8%) من التغير في سلوك أصحاب المصالح يعود لعوامل أخرى لم يتم تضمينها في نموذج البحث الحالي.

الجدول (14) التأثير على المستوى الكلي

سلوك أصحاب المصالح (المتغير المعتمد)							الأمودج
مستوى المعنوية المحسوب	درجات الحرية	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	R^2	B_1	B_0	
0.000	71، 1	3.976	68.898	0.492	0.702	0.91	الإفصاح الطوعي (المتغير المستقل)

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الاحصائي. $N = 73$ ، $P \leq 0.05$

2. التأثير على المستوى الجزئي: بهدف التعرف على الدور التآثيري لأبعاد الإفصاح الطوعي في سلوك أصحاب المصالح فقد تم اللجوء إلى تحليل الانحدار على المستوى الجزئي، حيث كانت نتائج هذا التحليل والمذكورة في الجدول (15) قد بينت الآتي:

أ. عدم وجود تأثير معنوي للإفصاح عن المعلومات الاجتماعية في سلوك أصحاب المصالح وذلك استناداً لقيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي كانت (0.522) والتي كانت أكبر من مستوى المعنوية الافتراضية للبحث (0.05) وبتأكيد من قيمة (t) المحسوبة والبالغة (0.644) وهي أقل من قيمتها الجدولية (1.668) وبدرجة حرية (67).

ب. عدم وجود تأثير معنوي للإفصاح عن المعلومات البيئية في سلوك أصحاب المصالح وذلك استناداً لقيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي كانت (0.352) والتي كانت أكبر من مستوى المعنوية الافتراضية للبحث (0.05) وبتأكيد من قيمة (t) المحسوبة والبالغة (0.936) وهي أقل من قيمتها الجدولية (1.668) وبدرجة حرية (67).

ت. وجود تأثير معنوي للإفصاح عن المعلومات التنبؤية وذلك استناداً لقيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي كانت (0.011) والتي تقل عن مستوى المعنوية الافتراضية للبحث (0.05) وبتأكيد من قيمة (t) المحسوبة والبالغة (3.396) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.668) وبدرجة حرية (67).

ث. وجود تأثير معنوي للإفصاح عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية وذلك استناداً لقيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي كانت (0.010) والتي تقل عن مستوى المعنوية الافتراضية للبحث (0.05) وبتأكيد من قيمة (t) المحسوبة والبالغة (3.663) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.668) وبدرجة حرية (67).

ج. وجود تأثير معنوي للإفصاح عن المعلومات القطاعية وذلك استناداً لقيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي كانت (0.017) والتي تقل عن مستوى المعنوية الافتراضية للبحث (0.05) وبتأكيد من قيمة (t) المحسوبة والبالغة (2.121) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.668) وبدرجة حرية (67).

د. وجود تأثير معنوي للإفصاح عن معلومات المخاطر وذلك استناداً لقيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي كانت (0.004) والتي تقل عن مستوى المعنوية الافتراضية للبحث (0.05) وبتأكيد من قيمة (t) المحسوبة والبالغة (3.926) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.668) وبدرجة حرية (67).

الجدول (15) التأثير على مستوى الجزئي

سلوك أصحاب المصالح							الإفصاح الطوعي عن
مستوى المعنوية المحسوب	درجات الحرية	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	R ²	B ₁	B ₀	
0.552	67	1.668	0.644	0.554	0.037	1.014	المعلومات الاجتماعية الجماعي
0.352			0.936		0.130		المعلومات البيئية

0.011		3.396	0.333	المعلومات التنبؤية
0.010		3.663	0.359	نظام الرقابة الداخلية
0.017		2.121	0.253	المعلومات القطاعية
0.004		3.926	0.430	معلومات المخاطر

المصدر: إعداد الباحثين من نتائج التحليل الإحصائي. $N = 73$ ، $P \leq 0.05$

ومن نتائج تحليل الانحدار على المستويين الكلي والجزئي فإنه يتم قبول فرضية التأثير والتي تنص على أنه (يوجد تأثير معنوي ذي دلالة احصائية عند مستوى 0.05 لمتغير الإفصاح الطوعي في متغير سلوك أصحاب المصالح).

تاسعاً. اختبار الفروقات: للتعرف على الفروقات بين فئات العينة تجاه متغيرات البحث وعلى وفق صفاتهم الديموغرافية فقد تم تطبيق أسلوب التباين باتجاه واحد (One Way ANOVA) والذي يختص بتحليل الفروقات للصفات التي تتكون من ثلاث فئات وأكثر، وقد كانت نتائج التحليل كالاتي:

1. الفروقات حسب فئة أصحاب المصالح: تبين من نتائج تحليل الفروقات في الجدول (16) وحسب فئة أصحاب المصالح في العينة الآتي:

أ. لا توجد فروقات معنوية تجاه متغير الإفصاح الطوعي يمكن أن يعود مصدرها لصفة فئة أصحاب المصالح في العينة وذلك بموجب قيمة (F) المحسوبة والتي كانت (1.271)، والتي كانت أقل من قيمة (F) الجدولية البالغة (3.128) وبدرجات حرية (2، 70). وجاءت هذه النتيجة بتأكيد من قيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي بلغت (0.287)، والتي كانت أكبر من قيمة مستوى المعنوية الافتراضي للبحث والبالغة (0.05)، مما يعني أنه لا توجد فروق بين توجه العينة في التعامل مع المصارف التجارية تجاه الإفصاح الطوعي ومهما اختلفت فنتهم سواء كانوا شركات أو قطاع حكومي أو مواطنين عاديين.

ب. توجد فروقات معنوية تجاه متغير سلوك أصحاب المصالح يمكن أن يعود مصدرها لصفة فئة أصحاب المصالح في العينة وذلك بموجب قيمة (F) المحسوبة والتي كانت (5.987)، والتي كانت أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (3.128) وبدرجات حرية (2، 70). وجاءت هذه النتيجة بتأكيد من قيمة مستوى المعنوية المحسوبة والتي بلغت (0.018)، والتي كانت أقل من قيمة مستوى المعنوية الافتراضي للبحث والبالغة (0.05)، مما يعني أنه توجد فروق بين توجه العينة في التعامل مع المصارف التجارية تجاه سلوك أصحاب المصالح وذلك باختلاف فئاتهم سواء كانوا شركات أو قطاع حكومي أو مواطنين عاديين.

الجدول (16) الفروقات حسب فئة أصحاب المصالح

المتغيرات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	درجات الحرية	Sig.
الإفصاح الطوعي	1.271	3.128	2	0.287
سلوك أصحاب المصالح	5.987		70	0.018
			72	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

وللتعرف على مصدر الفروقات تجاه سلوك أصحاب المصالح وأي من الفئات الثلاث كانت هي مصدرًا لتلك الفروقات فقد تم اعتماد الاختبارات البعدية وبالاستناد على معيار أقل الفروقات المعنوية (LSD)، (Least Significant Differences) والتي كانت نتائجها موضحة في الجدول (17) حيث تبين أن مصدر الفروقات يعود لفئة الشركات الخاصة في العينة وذلك لأن قيمة المعنوية المحسوبة لها والبالغة (0.001) كانت أقل بكثير من مستويات المعنوية لفئة القطاع الحكومي (0.027) لفئة المواطن العادي (0.049)، مما يدل على أن مستويات سلوك الشركات الخاصة واهتمامها يرتبط بشكل أكبر بالإفصاح الطوعي من الفئات الأخرى في العينة.

الجدول (17) الاختبارات البعدية بطريقة أقل الفروقات المعنوية

الفئة	شركات خاصة	قطاع حكومي	مواطن عادي
مستوى المعنوية المحسوبة	0.001	0.027	0.049

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

2. الفروقات حسب عدد سنوات التعامل مع المصارف: تبين من نتائج تحليل الفروقات في الجدول (18) وحسب عدد سنوات التعامل مع المصارف من قبل العينة أنه لا توجد فروقات معنوية تجاه متغيري البحث وهما كل من الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح والتي يمكن أن يعود مصدرها لصفة عدد سنوات التعامل مع المصرف من قبل العينة وذلك بموجب قيم (F) المحسوبة والتي كانت (1.673)، (0.395) وعلى التوالي والتي كانت أقل من قيمة (F) الجدولية البالغة (3.128) وبدرجات حرية (2، 70). وجاءت هذه النتيجة بتأكيد من قيم مستوى المعنوية المحسوبة والتي بلغت (0.181)، (0.757) وعلى التوالي والتي كانت أكبر من قيمة مستوى المعنوية الافتراضي للبحث والبالغة (0.05)، مما يعني أنه لا توجد فروق بين توجه العينة في التعامل مع المصارف التجارية تجاه كل من الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح ومهما اختلفت عدد سنوات تعاملهم مع المصارف التجارية.

الجدول (18) الفروقات حسب عدد سنوات التعامل مع المصرف

المتغيرات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	درجات الحرية	Sig.
الإفصاح الطوعي	1.673	3.128	2	0.181
سلوك أصحاب المصالح	0.395		70 72	0.757

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

3. الفروقات حسب نوع التعامل مع المصارف: تبين من نتائج تحليل الفروقات في الجدول (19) وحسب نوع التعامل مع المصارف من قبل العينة أنه لا توجد فروقات معنوية تجاه متغيري البحث وهما كل من الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح والتي يمكن أن يعود مصدرها لصفة عدد سنوات التعامل مع المصرف للعينة وذلك بموجب قيم (F) المحسوبة والتي كانت (0.169)، (0.440) وعلى التوالي

والتي كانت أقل من قيمة (F) الجدولية البالغة (3.128) وبدرجات حرية (2، 70). وجاءت هذه النتيجة بتأكيد من قيم مستوى المعنوية المحسوبة والتي بلغت (0.845)، (0.646) وعلى التوالي والتي كانت أكبر من قيمة مستوى المعنوية الافتراضي للبحث والبالغة (0.05)، مما يعني أنه لا توجد فروق بين توجه عينة البحث في التعامل مع المصارف التجارية تجاه كل من الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح ومهما اختلف نوع تعاملهم مع المصارف التجارية.

الجدول (19) الفروقات حسب عدد سنوات التعامل مع المصرف

المتغيرات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	درجات الحرية	Sig.
الإفصاح الطوعي	0.169	3.128	2	0.845
سلوك أصحاب المصالح	0.440		70	0.646
			72	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ومن نتائج تحليل الفروقات فإنه يتم رفض فرضية الفروقات والتي تنص على أنه (توجد فروقات معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى 0.05 لمتغيري الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح يمكن أن يكون مصدرها اختلاف الصفات الديموغرافية للعينة)، وقبول الفرض البديل والذي ينص على أنه (توجد عدد من الفروقات المعنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى 0.05 لمتغيري الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح يمكن أن يكون مصدرها اختلاف عدد من الصفات الديموغرافية للعينة).

عاشراً: الاستنتاجات والمقترحات

أ. الاستنتاجات

1. ظهر أن بيانات البحث الحالي مستوفية لشروط التحليل الاحصائي المعلمي وذلك لاجتيازها الاختبارات الثلاث الرئيسية لهذا النوع من التحليل.
2. يمكن الاستدلال بشكل أولي على ضعف مستويات التنقيف المالي والمصرفي لدى فئات المجتمع في التعامل المصرفي والذي سببه يعود لنقص المعرفة وازدياد حالة الأمية المالية والمصرفية بين الجمهور بشكل عام مما يكون له انعكاس سلبي على سلوك التعامل مع المصارف بشكل خاص.
3. تبين من وصف آراء العينة أن الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية يسهم في تحسين مستويات الرفاهية الاجتماعية وذلك كونه ناتج عن تحسين الخدمات المقدمة من قبل المصارف التجارية فيما يتصل بالجانب الاجتماعي.
4. ظهر من وصف آراء العينة أن الإفصاح عن المعلومات البيئية من قبل المصارف التجارية يساعد في التعريف بالمسؤولية الاجتماعية لتلك المصارف تجاه حماية البيئة.

5. تبين أن هناك ارتباط معنوي بين الإفصاح الطوعي وسلوك أصحاب المصالح مما يدل على أنه كلما اعتمدت المصارف التجارية على الإفصاح الطوعي لما لديها من معلومات كلما كان ذلك مؤشراً على تحسن سلوك أصحاب المصالح وبشكل إيجابي تجاه ما يتخذونه من قرارات.
6. يلاحظ أن كل من الإفصاح الطوعي عن المعلومات الاجتماعية، والمعلومات البيئية ليس لها تأثير في سلوك أصحاب المصالح مما يدل على عزوفهم عن الاهتمام بتلك المعلومات كونها لا تؤثر في قراراتهم عند التعامل مع المصارف التجارية.
7. تبين أن الإفصاح من قبل المصارف التجارية عن كل من المعلومات التنبؤية، فاعلية نظام الرقابة الداخلية، المعلومات القطاعية، والمعلومات عن المخاطر له دور تأثيري في سلوك أصحاب المصالح وذلك كونها تؤثر في قراراتهم عند التعامل مع ما تقدمه تلك المصارف من خدمات.
8. تبين أن محتوى الإفصاح الطوعي بشكل عام له تأثير وبمستويات عالية في تغيير سلوك أصحاب المصالح عند اتخاذهم للقرارات ذات الصلة بالتعامل مع المصارف التجارية.
9. ظهر أنه لا توجد فروقات لدى العينة تجاه التعامل مع كل من الإفصاح الطوعي يمكن أن يكون سببها فئة أصحاب المصالح، أو عدد سنوات أو نوع التعامل مع المصرف التجاري.
10. تبين أن هناك فروقات لدى العينة في سلوك أصحاب المصالح تجاه فئة أصحاب المصالح فقط يمكن أن نرجع أسبابها إلى سلوك الشركات الخاصة كونها الأكثر اهتماماً بما تقدمه المصارف من معلومات وخدمات.

ب. المقترحات:

1. أن يكون هناك اهتمام من الجهات ذات العلاقة بتحسين مستويات الوعي المصرفي وتفضيلات الجمهور في التعامل المصرفي وأهمية استثمار الفوائض النقدية لديهم بدلاً من اكتناز الأموال أو وضعها في حسابات التوفير فقط وذلك لسد الفجوة في نقص المعلومات التي قد لا يمتلكها الجمهور عن منافع الاستثمار تلك.
2. ضرورة التوسع في منح التسهيلات الائتمانية من قبل المصارف التجارية للمتعاملين معها وذلك بنشر المعلومات والبيانات لما تستطيع المصارف التجارية من تقديمه في هذا الشأن والتي ربما تغيب عن أذهان المتعاملين مع المصرف.
3. أن تعمل المصارف التجارية على تطبيق تقنية أبحاث السوق وذلك للتعرف على طبيعة المعلومات التي تسهم في تحسين مستويات الإفصاح الطوعي من قبلها بناءً على الاحتياجات التي يراها أصحاب المصالح مناسبة لتطلعاتهم عند التعامل مع تلك المصارف.
4. ضرورة اعتماد المصارف التجارية في الإقليم على ما يتاح لها من وسائط الاتصال مع أصحاب المصالح الرقمية والتقليدية والتي تسهم في استدامة الإفصاح الطوعي والاستفادة من تجارب المصارف العالمية والإقليمية والتي تعمل في ذات المجال.
5. توفير نشرات فصلية ودورية عن الإفصاح الطوعي وبما يقع ضمن المعايير المحاسبية والقانونية المحلية والدولية وذلك في إطار جذب أصحاب المصالح ورفع مستويات الثقة فيما تقدمه المصارف في الإقليم من خدمات مصرفية.

6. أن تعمل المصارف التجارية في الإقليم على تعزيز مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع والبيئة التي تعمل فيها لما لذلك من انعكاسات تأثيرية وإيجابية على ما تقدمه من إفصاح تجاه المجتمع والبيئة المحيطة بها.
7. نقترح على المصارف التجارية في الإقليم أن يكون هناك تطوير دوري ومستمر في كواردها التي تتعامل مع اعداد التقارير المالية الضرورية للإفصاح عن المعلومات المفيدة لأصحاب المصالح.
8. ضرورة أن يكون محتوى الإفصاح الطوعي متناسباً مع احتياجات أصحاب المصالح مما يحتويه من معلومات ذات صلة بالتعاملات المالية التي يتوقعها أصحاب المصالح ومفيدة لتكوين السلوك الإيجابي لهم.
9. أن تتبنى المصارف التجارية في الإقليم الإفصاح الطوعي كثقافة مصرفية في تعاملها مع أصحاب وذلك لتمكينهم من اتخاذ قراراتهم باستقلالية والتي تنعكس مردوداتها الإيجابية على كل من ما تقدمه تلك المصارف من خدمات.

المصادر:

قائمة المصادر العربية

1. أبو النور، فوقية محمود محمد، 2012، "أثر خصائص الوحدة الاقتصادية على مستوى الإفصاح الإختباري عن المعلومات المالية وغير المالية بالتقارير السنوية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين الشمس، مصر.
2. أبو المكارم، وصفي عبدالفتاح، 2004، "دراسات متقدمة في المحاسبة المالية"، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية.
3. الدباغ، لقمان محمد أيوب وإبراهيم، ليث خليل، 2014، "دراسة تحليلية لواقع الإفصاح الطوعي عن المعلومات في المصارف العراقية ومدى تأثيره بتطبيق آليات الحوكمة من قبل"، المؤتمر السنوي رقم 20، مجلد (8)، الدوحة، القطر.
4. اصمدة، خالد أبو رأوي ومحمد، عبدالرحمن دعاء، 2012، "دور الإفصاح الإختباري في ترشيد قرارات المستثمرين في الأسواق المالية – دراسة تطبيقية على سوق الأوراق المالية الليبي"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، جامعة حلوان، مجلد (2)، عدد (2).
5. الحيزان، اسامة بن فهد، 2008، "أثر الإفصاح عن التنبؤات المالية على قرار الإستثمار في سوق الأوراق المالية- دراسة تطبيقية"، مجلة الإدارة العامة، السعودية، مجلد (48)، عدد (4).
6. حماد، محمد أحمد، 2015، "الإلتزام بحقوق أصحاب المصالح واثره في أداء المصارف / دراسة عينة من المصارف التجارية العاملة بولاية الخرطوم"، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 16 (2).
7. حمد، عدنان نادر، 2016، "الإفصاح الطوعي عن المعلومات وتأثيره في تعظيم قيمة منظمات الأعمال نموذج مقترح"، أطروحة دكتوراه غير منشورة في المحاسبة، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة صلاح الدين.
8. الخفاجي، نعمة عباس و الغالبي، طاهر محسن، 2013، "نظرية المنظمة"، الناشر دار اليازوري العلمية، عمان.
9. العززي، سعد، 2007، "محاولة جادة لتأطير نظرية اصحاب المصالح في دراسات إدارة الاعمال"، مجلة العلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد (13)، العدد (48).
10. رملي، همزة وزحوط، إسماعيل، 2012، "دور إدارة العلاقة مع أصحاب المصالح في تفعيل أبعاد التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية / دراسة ميدانية على مجتمع زاد فارم لصناعة الأدوية بقسنطينة (Groupe Zed)

- Pharme)، الملتقى الدولي الأول حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة و العدالة الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
11. شرف الدين، مومن، 2019، "تقييم مسار الإدارة المندمجة كمدخل لتحسين الأداء الشامل في المؤسسات الجزائرية / دراسة ميدانية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس- سطيف 1.
12. عبدالكريم، عارف عبدالله، 2003، "الإفصاح المحاسبي الإختياري مع دراسة ميدانية لجانب الطلب في البيئة المصرية"، مجلة التجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا، مصر.
13. عثمان، عبدالمنعم حماد، 2020، " دور الإدارة الإستراتيجية في تحقيق التوازن بين أهداف أصحاب المصالح"، المجلة الأكاديمية لأبحاث والنشر العلمي، الإصدار 19.
14. عطية، ثناء محمد ابراهيم، 2013، "نموذج مقترح للتقرير والإفصاح الإختياري عن الأصول غير الملموسة في الشركات المصرية"، المجلة العلمية للتجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا، عدد (3).
15. الغبان، ثامر صبري محمود، 2010، "تكييف الإفصاح المحاسبي للمصارف التجارية على وفق متطلبات المعايير الدولية ذات الصلة بالأوراق المالية وعرضها – دراسة تطبيقية"، مجلة العراقية للعلوم الإدارية، جامعة كربلاء، العراق، مجلد (17)، عدد (27).
16. الفولي، فايقة جابر حسن محمد، 2005، "الاختلافات النسبية في درجة الإفصاح الإختياري بين الشركات المسجلة في بورصة الأوراق المالية وأثرها على تكلفة رأس المال – دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية.
17. المسلماني، رائد عثمان محمد، 2009، "دراسة تحليلية لأثر المحتوى الاخباري لتنبؤات الإدارة بالارباح كأحد محددات الإفصاح المحاسبي الإختياري على أسعار الأسهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، مصر.
18. المليجي، هشام حسن عواد، 2006، "إطار مقترح لمحددات صنع قرار بناء المعايير المحاسبية وأثارها على نموذج الإفصاح المحاسبي المطبق في مصر"، ندوة السوق المالية السعودية-نظرة مستقبلية.
19. النجار، جميل حسن، 2012، "التوسع في الإفصاح داخل القوائم والتقارير المالية لدى الشركات المساهمة العامة وأثره على النشاط الإستثماري-دراسة تحليلية للشركات المساهمة العامة في فلسطين"، مجلة جامعة فلسطين للابحاث والدراسات، عدد (2).

English References:

- Belkaoui, A., 2004, "Accounting theory", 5th ed., Thomson Learning Inc. UK.
- Broberg, P., Tagesson, T., & Collin, S., 2010, "What explains variation disclosure? A study of the annual reports of corporations listed on the Stockholm stock exchange", Journal of management and governance, vol. 14 (4), pp. 351-377.
- Einhorn, E., 2005, "The nature of the interaction between mandatory and voluntary disclosure", Journal of Accounting & Economics, vol. 43 (4), pp. 593-621.
- Eng, L., & Mak, Y., 2003, "Corporate governance and voluntary disclosure", Journal of Accounting and public policy, vol. 4 (22), pp.325-345. FASB, 2001, "Improving business

reporting: insights into enhancing voluntary disclosure steering committee report", Business Reporting Research Project.

Graham, R., Harvey, R., & Rajgopal, S., 2005, "The economic implications of corporate financial reporting", Journal of Accounting and Economics, Vol. (40), pp.3-73.

Healy, P., & Palepu, K., 2001, "Information asymmetry, corporate disclosure and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature", Journal of Accounting & economics, No. (31), pp.405-440.

Liu, Y., 2014, "The usefulness of segmental information disclosures and analyst forecast efficiency", Master degree of Business, school of Business, Auckland University of Technology, U.S.A.

Lopez, E., 2011, "Voluntary disclosure and the cost of equity capital in the Netherlands", Erasmus school of economics, Erasmus university Rotterdam, Netherlands.

Obed, A., Owusu, M., Agyekum, Y., Hans, B., A-cleff, W., & Kwame, S., 2010, "International Accounting Standards 1 and Financial Disclosure in Financial Reporting of Listed companies on the Ghana Stock Exchange".

Roberto, G., Angel, A. & Ángel, R., 2008, Shareholder vs. Stakeholder: Two Approaches to Corporate Governance, a European Review, Vol. 17(3).

الملحق رقم 1: إستمارة الاستبانة

الأخ الكريم، الأخت الكريمة
تحية طيبة وبعد

استمارة الإستبانة التي بين يديك هي جزء من متطلبات إعداد البحث الموسوم " دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك أصحاب المصالح تجاه المصارف التجارية / دراسة ميدانية لعينة من أصحاب المصالح في محافظة أربيل" راجيين من سيادتكم التعاون معنا والإجابة عن الاسئلة المطروحة في هذه الاستمارة بطريقة علمية ودقيقة. يرجى الإشارة الى الإجابة المناسبة بعلامة "✓" في الخانة التي تتفق مع رأيك كمساعدة منكم على إنجاز الدراسة. علماً بأن هذه الاستمارة سوف تستخدم للأغراض العلمية فقط. شاكرأ لكم مرة أخرى لجهودكم المباركة وحسن تعاونكم.

تتكون الإستمارة من جانبين، الأول عن المعلومات الشخصية والثاني حول إثبات فرضية البحث. الباحثين

الإفصاح الطوعي:

يقصد به قيام المصرف بنشر المعلومات المالية وغير المالية بدون وجود اي مطلب قانوني، وفي ادبيات المحاسبة يعني توفير المعلومات من قبل ادارات منظمات الاعمال (المصارف) بعد ما يتم الايفاء بمتطلبات المعايير المحاسبية، وتلك المعلومات ذات صلة باتخاذ القرارات التي تتخذ من قبل مستخدمي التقارير المالية السنوية للمصارف.

الجانب الأول / المعلومات عن المستجيبين على أسئلة الإستبانة :

1. فئة أصحاب المصالح شركة قطاع حكومي مواطن عادي (العملاء):
2. عدد سنوات التعامل مع اقل من 5 من 5 الى 10 سنوات المصارف:
- من 11 الى 15 اكثر من 15 سنة سنة
3. نوع التعامل مع حساب جاري تسهيلات الأئتمان حساب توفير المصرف:

الجانب الثاني / العبارات المتعلقة بفرضية البحث، وهي دور محتوى الإفصاح الطوعي في تغيير سلوك أصحاب المصالح" وذلك من خلال المحاور التالية:

المحور الأول / الإفصاح الطوعي عن المعلومات الإجتماعية X1.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
1	ان الخدمات التي تقدم من قبل المصارف التجارية تؤدي الى زيادة الرفاهية الاجتماعية.					
2	قائمة عن الاداء الاجتماعي (التكاليف والمنافع) التي يتم اعدادها من قبل المصرف					
3	تنوع الخدمات الاجتماعية للمصرف مثل (حماية العملاء، المنح الدراسية، قروض التعليمية، توظيف الطلبة، التسهيلات المصرفية لنوعي الاحتياجات الخاصة).					
4	الكشف عن سياسة: الصحة، والسلامة، والامانة، ورفاهية الموظفين وتكليفها.					

المحور الثاني / الإفصاح الطوعي عن المعلومات البيئية X2.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
1	الإفصاح الطوعي عن دور المصرف في حملات جمع التبرعات لحماية البيئة.					
2	الإفصاح الطوعي عن سياسة المصرف في العمل على حملات التوعية البيئية، ونشر البوسترات حول كيفية حماية البيئة.					
3	الإفصاح الطوعي عن سياسات واهتمامات المصارف ومسؤوليتها عن توسيع المساحات الخضراء في بيئة العمل.					
4	بيان بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية للمصرف وتحديد برامج لفتح دورات و ورشات عمل عن البيئة وحمايتها.					

المحور الثالث / الإفصاح الطوعي عن المعلومات التنبؤية X3.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
---	---------	-------------	------	-------	---------	----------------

1	تنبؤات المحللين الماليين بشأن التطورات المستقبلية الخاصة بالمصارف والسوق المالية.				
2	التنبؤ بحجم الايرادات وتقديم الخدمات وارباحها المستقبلية والنظرة الاقتصادية المستقبلية للمصارف.				
3	استراتيجيات وخطط التوسع في خدمات الانشطة الاجتماعية والبيئية مستقبلاً.				
4	مناقشة تأثير سياسة واهداف واستراتيجيات المصارف في نتائج الاعمال المستقبلية.				

المحور الرابع / الإفصاح الطوعي عن فاعلية نظام الرقابة الداخلية X4.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا تماماً
1	الاليات المستخدمة في اختيار هيكل الرقابة الداخلية، والمعايير المستخدمة في تقييم فاعلية الرقابة الداخلية.					
2	الإفصاح عن تقرير لجنة التدقيق والمدقق الداخلي والخارجي وتوصياتهم المالية والمحاسبية والفنية والإدارية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية ذات العلاقة.					
3	مدى قوة وفاعلية نظام الرقابة الداخلية واجراءات تصحيح اوجه القصور بها من خلال كتابة التقرير الخاص بها.					
4	الإفصاح عن اجراءات زيادة كفاءة نظام الرقابة الداخلية					

المحور الخامس / الإفصاح الطوعي عن القطاعية X5.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا تماماً
1	معلومات عامة مثل العوامل المستخدمة في تحديد القطاعات، وأنواع الخدمات المصرفية التي يستفيد منها كل قطاع.					
2	مناقشة وتصنيف ايراد الخدمات والارباح لكل قطاع وتطورها.					
3	مناقشة وتحليل التدفقات النقدية التشغيلية لكل قطاع.					
4	المناقشات فيما يتعلق بردود فعل اصحاب المصالح من الخدمات المقدمة من قبل المصارف حول المعلومات القطاعية.					

المحور السادس / الإفصاح الطوعي عن المخاطر X6.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا تماماً
1	الإفصاح عن مخاطر السيولة التي قد يتعرض له المصرف والسياسات والاجراءات المتبعة من الادارة لمواجهتها والتحكم فيها.					
2	الإفصاح عن مخاطر تغيير اسعار الفائدة وحالات التعرض لها والادوات التي اعتمدت لادارتها ووصف التقنيات المستخدمة لقياس ورقابة التغيرات في اسعار الفائدة.					
3	معلومات عامة حول نوعية الاستثمارات والقروض الممنوحة والسياسات التي وضعت لضمانها في اطار تدابير ومقاييس المخاطر المقبولة.					
4	مدى كفاية رأس المال المحتفظ به من قبل المصارف لمواجهة المخاطر التي قد تتعرض لها.					

المحور السابع / سلوك أصحاب المصالح Y.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا تماماً
---	---------	-------------	------	-------	---------	-----------

				يتغير سلوك أصحاب المصالح بالمعلومات الإجتماعية تجاه تعامل المصارف التجارية	1
				يتغير سلوك أصحاب المصالح بالمعلومات البيئية تجاه تعامل المصارف التجارية	2
				يتغير سلوك أصحاب المصالح بالمعلومات التنبؤية تجاه تعامل المصارف التجارية	3
				يتغير سلوك أصحاب المصالح بفاعلية نظام الرقابة الداخلية تجاه تعامل المصارف التجارية	4
				يتغير سلوك أصحاب المصالح بالمعلومات القطاعية تجاه تعامل المصارف التجارية	5

The Role of Voluntary Disclosure Content in Changing the Behavior of Stakeholders Towards Commercial Banks

Lect. Hoshyar Abdulla Dizayee

Department of Accounting, College of Administration and Economics, Salahaddin University, Erbil, Kurdistan Region, Iraq

h.dizayee@khcpa.net

Asst. Prof. Dr. Hazim Hashim Muhamed

Department of Accounting, College of Administration and Economics, Salahaddin University, Erbil, Kurdistan Region, Iraq

hazim.mohammed@su.edu.krd

Lect. Dr. Jamal Anwar Yaba

Department of Accounting, College of Administration and Economics, Salahaddin University, Erbil, Kurdistan Region, Iraq

Jamal.yaba@su.edu.krd

Keywords: Voluntary Disclosure, Stakeholders, Users of Financial Statements

Abstract

The research focuses on the role of voluntary disclosure content in changing the behavior of stakeholders towards commercial banks in Erbil city. This was represented in the objective of this research to highlight the importance of the content of voluntary disclosure contained in financial reports and its role in

changing the behavior of stakeholders towards banks, as well as highlighting the concept and importance of the behavior of stakeholders. The researchers used the analytical method to achieve the objective of the research and to test its hypotheses. To obtain and analyze research data using statistical programs, questionnaire forms were distributed to the research community, which consisted of employees of companies, the government sector and the ordinary citizen, and the applied random sampling method was relied upon in selecting the samples, which consisted of (73) valid forms for analysis. It is concluded that there is a significant correlation between voluntary disclosure and the behavior of stakeholders and that the more commercial banks rely on voluntary disclosure of the information they have, the more positively improved behavior of stakeholders towards the decisions they take. Therefore, the research recommends that commercial banks work on applying market research technology in order to identify the nature of information that contributes to improving levels of voluntary disclosure by them based on the needs that stakeholders deem appropriate for their aspirations when dealing with these banks.

بوخته

توىژىنه وه كه جهخت له سهر رۆلى ناوه رۆكى ئاشكرا كردنى ئاره زوومه ندانه دهكات له گۆرپىن ربهفتارى خاوهن بهرژه وهندكاران بهرامبه ر بانقه بازرگانىه كان له پارىزگاي ههولپر، وه ئه مەش ئه وه دهگه يه نىت له ئاماجنى ئه م توىژىنه وه يه بو درخستىن گرنگى ناوه رۆكى ئاشكرا كردنى ئاره زوومه ندانه كه راپورتنى دارايى له خو ده گرپت و رۆلى له گۆرپىن ربهفتارى خاوهن بهرژه وهندكاران بهرامبه ر بانقه كان كه بژاردى توىژىنه وه كه ن، سه ربارى درخستىن چه مك و گرنگى ربهفتارى خاوهن بهرژه وهندكاران و، وه توىژه ره كان په پره وى شىكردنه وه بىيان به كار هى ناوه بو به ده ستهى نانى ئاماجنى توىژىنه وه وه، وه تاقىكردنه وهى گرمىانه كان كه راپرسى به كار هى نراوه بو به ده ست كه وتىن داتاي توىژىنه وه كه و شىكردنه وهى به به كاهى نانى بهرنامهى ئامارى، كه فۆرمى راپرسى دابه شكرا له سهر كۆمه لگاي توىژىنه وه كه، كه پىكدىت له كۆمه لىك كۆمپانىا و كه رتنى حكومى و هاو نى شتىمانى ئاسايى، وه پشت به سرتا به شىوازى بژاردى هه ربه مه كى پراكتىكى له هه لبژاردنى توىژىنه وه، وه پىكه اتوو له (73) فۆرمى شىاو بو شىكردنه وه و، وه ده ركوت

په یوه نډیة كى واتایى هه یه له نیوان ناشكراكرډنى ئاره زوومه ندانه و رډفتارى خاوهن بهرژه و هډكاران وه ئه مه به لگه په له سهر هه رچه نډه بانقه بازرگانى په كان پشت به ناشكراكرډنى ئاره زوومه ندانه ببه سټىټ له وهى كه زانىارىيان هه یه ئه وا ئامازه په له سهر باشبوونى شىوازی خاوهن بهرژه و هډكاران و به شىوه په كى ئه رىین به رامبه ر ئه و برپارانه ی كه ده یدهن، له بهر ئه وه توپژینه وه كه پيشنبار ده كات به ئىشكرډنى بانقه بازرگانى په كان له سهر جى په جى كړډنى ته كنىكى توپژینه وه كهانى بازار وه ئه مه ش بو زانىین سروسىت ئه و زانىارىانه په كه به شدارده بن له باشكړډنى ئاسته كانى ناشكراكرډنى ئاره زوومه ندانه له الیه ن خو ی له سه بنه ماى ئه و پىوېستپانه ی كه خاوهن بهرژه و هډكاران ده پىینن كه گوجناوه بو ئاواته كانیان له كاتى مامه له كړډن له گه ال ئه و بانقانه .