

محاولة قياس جودة الاتصال المالي في المؤسسة الاقتصادية المدرجة في

البورصة دراسة حالة شركة أليانس للتأمينات

Trying to measure the quality of financial communication in the listed economic institution Case study of Alliance Insurance

الأخضر رينوية، مركز البحث (CRSIC) الأغواط، welcomtolakhdar@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2020/04/08 تاريخ القبول: 2020/05/31 تاريخ النشر: 2020/06/06

ملخص: نسعى من خلال هذا البحث الى تطوير مقياس لقياس جودة الاتصال المالي في المؤسسة ولتحقيق ذات الغرض وبعد أن حددنا جوانب قياس الجودة، قمنا بإعداد استبانة ووزعناها على المحللين الماليين، واستخدمنا برنامج SPSS19 واختبرنا تجانس وتوافق العبارات باستخدام اختبار w لكندال، يقيس هذا الاخير مدى تجانس وتوافق اجابات المحللين، ويعد الانتهاء من المقياس وتطبيقه على المؤسسة محل الدراسة، توصلنا الى فعالية المقياس في قياس الجودة وكذا الى زيادة في الجودة لسنة 2018 مقارنة بسنة 2008 وهذا راجع للاستراتيجية المنتهجة من قبل للمؤسسة.

الكلمات المفتاحية: اتصال مالي، قياس جودة، معلومات مالية، بورصة الجزائر

تصنيف JEL : G22، G32

Abstract: Through this research, we seek to develop a measure the quality of financial communication in the organization and to achieve the same purpose. After we identified aspects of quality measurement, we prepared a questionnaire and distributed it to financial analysts, and we used the SPSS19 program and tested homogeneity and consistency of phrases using the Kendall w test, the latter measures the extent of homogeneity and consistency of answers Analysts, after completing the scale and applying it to the institution under study, we reached the effectiveness of the scale in measuring quality as well as an increase in quality for the year 2018 compared to 2008 and this is due to the strategy adopted by the institution

keyword: Financial Contact, Quality Measurement, Financial Information, Algiers Stock Exchange

JEL classification code : G22، G32

المؤلف المرسل: الأخضر رينوية، الإيميل: welcomtolakhdar@gmail.com

1 .مقدمة:

تلعب السوق المالية دورا حاسما في تقييم الصورة المالية للمؤسسة، كما تعتبر الأسهم منتج يحمل نفس اسم المؤسسة. وبالتالي لا يمكن تمييز صورتها المالية عن صورتها المؤسسية. إن الصورة المالية القوية هي أفضل حصن ضد التقلبات في الأسعار. وعليه تسعى المؤسسة لتلبية حاجات الأطراف ذوو العلاقة من مساهمين مؤسستين أو أفراد وكذا المحللين الماليين باعتبارهم وسطاء تهتم المؤسسة لكسبهم أو صحافة، من المعلومات المالية (الأرقام والناتج والتقارير، وما إلى ذلك ومن المعلومات الاقتصادية العامة) استراتيجيات الشركة والأداء والتوقعات وجودة الإدارة، وما إلى ذلك)، كل هذا في إطار ما يسمى بالاتصال المالي الذي يساهم في تعزيز الصورة المؤسسية و ترفيتها باستمرار لتحقيق التميز.

كما يعتبر الاتصال المالي أداة أو وسيلة تساعد المسؤولين لأن يكونوا أكثر شفافية للتعريف بمؤسستهم، شرح الاستراتيجيات المتبعة، النتائج المحققة بطريقة واضحة وبسيطة وذلك بغية جلب أكبر عدد من الزبائن الذين يتخذون من هذه الشفافية معيارا لاختيارهم أو جلب المساهمين والمستثمرين للرفع من القيمة المالية للمؤسسة.

ومن هذا المنطلق يتبادر إلينا الاشكال الرئيسي التالي:

كيف يمكن قياس جودة الاتصال المالي لشركة أليانس للتأمينات ؟ وهل هناك زيادة في جودة الاتصال المالي لسنة 2018 مقارنة بسنة 2008؟

ومن أجل معالجة اشكالية الدراسة ، تم طرح الفرضيتين التاليتين:

- يتم قياس جودة الاتصال المالي بناء على تقارير التسيير التي تصدرها المؤسسة؛
- هناك تطور في جودة الاتصال المالي يتماشى مع متطلبات الأطراف ذوو العلاقة، وذلك كل سنة.

وفيما يخص الدراسات السابقة، فقد اهتمت العديد من الدراسات داخل الوطن وخارجه بموضوع الاتصال المالي ومن أهمها نجد:

دراسة (مراح، 2004) حيث تعالج هذه الدراسة وضعية الركود المزمع التي تعرفها بورصة الجزائر، وهذا بالنظر الى سيرورة عملها البطيئة وحجم التداول المحدود نتيجة ضعف الاقبال على الأسهم. رغم تمتع المؤسسات المصغرة في البورصة بالمعايير الاقتصادية والموضوعية المتعارف عليها، إلا أن اسهمها تعرف نقصا كبير في إقبال المساهمين وهذا ما جعل الباحث يحاول معرفة اسباب هذه الوضعية في مجال آخر هو الاتصال المالي للمؤسسة. بعد الدراسة توصل الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها محدودية تأثير الرسائل الاتصالية على الجمهور المستهدف وتشكيل اتجاه موجب لديهم ازاء المؤسسة و أسهمها. وقدم الباحث في الأخير بعض التوصيات للمؤسسة محل الدراسة كتكثيف المراسلة وفتح مجال التواصل أكثر مع المساهمين كفتح رقم الهاتف الأخضر والزيارات، وأوصى أيضا بوضع استراتيجية اتصال مدروسة، خاصة ومكيفة حسب المعطيات الميدانية لمحيط المؤسسة وكل الأطراف المتدخلة فيها لا سيما فئة المساهمين فيها.

دراسة (بنان، 2015): حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى التطرق لعدة نقاط أولها ماهية الاتصال المالي وخطوته الاستراتيجية؛ وكذلك جمهور ووسائل الاتصال المالي، ثم تتبعت تطور القطاع البنكي في الجزائر، وبداية وخدمات البنوك العمومية والاتصال وأهميته في البنوك العمومية وممارساته فيها، وذلك بالإجابة على اشكالية ما هو واقع ممارسة الاتصال المالي في البنوك العمومية؟ واختارت الباحثة مجموعة من البنوك العمومية للدراسة الميدانية وخلصت الى بعض النتائج اهمها:

أن ممارسات الاتصال المالي غير واضحة وغير دقيقة، حيث أنها لا تخضع لأي إستراتيجية أو تخطيط، فالإفصاح عن ما حققته البنوك من نتائج يكون مناسباتيا ولا تتدخل مديرية الاتصال إلا في حالة نشر البيانات في الصحافة المكتوبة خاصة.

دراسة (ayed-koubaa, 2011): جاءت هذه الدراسة لتأكيد تأثير خصائص مجلس الادارة: (هيكل الملكية، المساهمين الاداريين) على جودة المعلومات المحاسبية المفصح عنها من قبل المؤسسة، كما تم ادراج متغيرات رقابية أخرى للنظر في التأثير على دقة توقعات المحللين الماليين التي بدورها تؤثر على جودة الاتصال. توصلت الباحثة إلى بعض النتائج بعدما قامت بدراسة على عينة من المؤسسات الصناعية والتجارية وللفترة ما بين 2002

و2007 تشير الى وجود تأثير ايجابي لوجود لجنة الترشيحات داخل مجلس الادارة، استقلالية الادارة على جودة المعلومات المفصح عنها من قبل المؤسسة. وفيما يتعلق بهيكل الملكية فإن فرضية مصادرة المساهمين ذوو الأقلية من قبل كبار المساهمين فقد تم رفضها تماما.

2. الاطار النظري للاتصال المالي:

الاتصال المالي اجراء استراتيجي من خلاله تسعى المؤسسة لبناء علاقات طويلة الأجل بهدف الاستمرارية، وفيما يلي سنقدم تعريف الاتصال المالي واهدافه والجهات المستهدفة .

1.2. تعريف الاتصال المالي:

تباينت تعاريف الاتصال المالي كون هذا الاخير يلعب عدة أدوار في المؤسسة وفي مايلي بعض التعاريف:

الاتصال المالي هو: (Rahma, 2005, p8) " أحد الاجراءات الاستراتيجية الذي يركز على التعريف بالمؤسسة ومسيرتها وترقية صورتها والتعبير عن قيمتها عند المستثمرين ومختلف أصحاب المصالح، وتطوير أدوات الاتصال التي تسمح ببناء علاقات معهم طويلة الأجل." ويعرف الاتصال المالي أيضا كونه: "برنامج للمعلومات المالية، يسعى لتعزيز الصورة المالية وصورة المؤسسة في وقت قصير." (Marois B, 2004 p38) ويعرف أيضا على أنه: " بمثابة اجراء استراتيجي لنقل وعرض الواقع الاقتصادي الموجه للتأثير على توقعات وقرارات أصحاب الفوائض المالية." (GetlerSumma, 2006, p 02) أما التعريف الذي نراه من وجهة نظرنا انه أكثر تحديدا لمفهوم الاتصال المالي فهو: "الاتصال المالي عبارة عن نظام متماسك، منظم، ومهيء لتدفق المعلومات المالية وغير المالية بين المؤسسة وأصحاب المصلحة باستخدام أدوات متطورة على نحو متزايد للشفافية والاستمرارية" (Nejjar, 2012, P 48)

2.2 أهداف الاتصال المالي:

- هناك العديد من الاهداف المتوخاة من الاتصال المالي، فحسب هيئة الاسواق المالية (AMF) نجد:
- يعتبر أداة فعالة في ايجاد علاقة متميزة للمؤسسة المدرجة مع المساهمين ؛
 - التركيز على بناء صورة متماسكة وصادقة للمؤسسة أمام المساهمين تسمح بتقييم الأداء العملي والمالي لها من أجل الحكم على مستقبلها وتوجيه قراراتها من خلال الصورة الصادقة؛
 - يلعب الاتصال المالي دورا جوهريا في ايجاد جو من الثقة بين المؤسسة والمستثمرين؛
 - الاتصال المالي الموجه للأفراد المستثمرين يعطي خصائص جوهريّة في التركيز على أفضل فهم للمعلومات المالية من خلال البساطة والوضوح والتركيب والتكامل من أجل بناء صورة شاملة؛
 - يسمح الاتصال المالي للمساهمين بتقييم وضعية المؤسسة من خلال الاقتصاد العام أو السوق ويكون ذلك بتحقيق أقصى مستوى من الشفافية؛
 - تسعى المؤسسة من خلال الاتصال المالي الى احترام الإلتزامات القانونية والتنظيمية سواء كانت محلية أو دولية؛
 - يهدف الاتصال المالي إلى إعلام المساهمين عن النتائج الدورية للشركات؛
 - تطوير وتوثيق الروابط بين المؤسسة وبينتها الاقتصادية والمالية؛ (فؤاد، 2013، ص4-5)
 - يساعد على نمو الطلب على الأوراق المالية من خلال الترويج لأجل الاقبال على تداول الاوراق المالية؛
 - يمكن الاتصال المالي من تقييم أفضل للأسهم وذلك من خلال توفير معلومات مالية وغير مالية (كمية وغير كمية) متميزة؛
 - يساعد على التنبؤ بتدهور البورصات من خلال نشر الشركات المدرجة لنتائجها بصفة دورية تسمح بالتنبؤ بمستقبل المؤسسات في السوق المالي؛
 - حماية المستثمرين: اذ يعتبر الاتصال المالي أداة حماية من خلال تعامل المؤسسة مع المستثمرين على حد سواء في تقديم المعلومات المالية. (Anne, 1998, p32)

3.2 الجهات المستهدفة في الاتصال المالي:

الاتصال المالي ليس غاية في حد ذاته وإنما هو أداة ووسيلة من خلاله تسعى المؤسسة إلى تلبية حاجات بعض الأطراف ذات الصلة، ومن خلال هذا المطلب سنحاول تقسم الجهات المستهدفة الى أطراف مستهدفة نهائية، وأطراف أخرى تعتبر وسيطة فقط بحكم استخدامهم للمعلومات.

1.3.2 الأطراف المستهدفة النهائية (مباشرة) :

1. المساهمون الأفراد:

تعتبر فئة المساهمين الأفراد أكبر جمهور مستهدف تسعى المؤسسة للاتصال بهم وكسبهم كمساهمين دائمين، ويعتمد هؤلاء في الحصول على المعلومات على بعض التقنيات المبسطة كإشهارات التلفزة ورسائل المدير او بالاعتماد على موقع الانترنت الخاص بالمؤسسة أو موقع البورصة.

2. المستثمرون المؤسسيون: يعتبر هؤلاء المساهمون من أكبر الأطراف المتدخلة في السوق المالي، ويتكونون من مختلف البنوك التجارية والصناديق المالية من احتياط، تأمين، تقاعد وتعاضديات عمالية، حيث تستثمر هذه المؤسسات جزء من أموالها في شتى المشاريع، وفي مختلف العمليات المالية: عند الاكتتاب، عند التنازل، التمويل بالقروض والتداول، وعليه تحتاج هذه الفئة معلومات مالية موضوعية فهم يعتمدون على ما ينشر ويقدم ضمن الاتصال المالي الذي تقوم به المؤسسة.

3. المساهمون الأجراء: وهم أشخاص موظفون داخل المؤسسة يملكون اسهم في رأس مال الشركة بغية تحقيق ارباح غير الأجر الذي يتقاضونه مقابل عملهم، ويرجع استثمارهم في المؤسسة اما لضمان مناصبهم أو نتيجة التسهيلات والامتيازات التي تقدم لهم كما هو الحال في فرنسا وألمانيا، كما أن المؤسسة تسعى للحفاظ عليهم تفاديا للخلافات مع النقابات وللحد

من سيطرة المساهمين الكبار ومنع مراقبتهم للشركة كون المساهمين الأجراء أقل اهتمام بأمور المؤسسة التقنية وأقلهم حذرا وأكثرهم وفاء للمؤسسة.

2.3.2 الأطراف المستهدفة الوسيطة (غير مباشرة) :

1. **المحللون الماليون:** يتطلب عمل المحلل المالي معرفة جيدة بالمؤسسة ومديريها ومنتجاتها وبيئتها التنافسية، ويقوم المحللون بما يلي:
 - تفسير المعلومات التي ترسلها المؤسسة وبيئتها.
 - تحليل نشاط المؤسسة ونتائجها؛
 - الاعتماد على المشاريع المستقبلية لبناء التنبؤات عن طريق استغلال المعلومات التي تقدمها المؤسسة في بيئتها من أجل التوصل إلى التحليل والتقييم؛
 - اصدار توصيات الاستثمار لمديري الصناديق والمستثمرين المحتملين للمؤسسات.
- ويقوم المحللون الماليون بجمع المعلومات من خلال:
 - الاجتماعات الدورية للمعلومات المالية والاجتماعات العامة؛
 - نشرات وسائل الإعلام الاجتماعية والوثائق؛
 - اتصالات مباشرة مع الإدارة.
- كما يعتبر رأيهم أمر بالغ الأهمية لقرار الاستثمار، كما أنهم يشغلون وظيفة رئيسية ويمثلون قوة مضادة للمؤسسات. والدور الرئيسي للمحللين الماليين هو توصية سوق الأوراق المالية، التي تعتمد على بحوث واسعة وتحليل البيانات المالية المنشورة.
- وتؤكد عدة استقصاءات أن المديرين ينظرون إلى المحللين الماليين كوسيط رئيسي في عملية الاتصال المالي، كما يتم مراقبة توصيات سوق الأسهم عن كثب من قبل مديري المحافظ المالية وكذلك من قبل المساهمين الأفراد كونهم يعتبرون القراء الماليين. وهو الهدف الذي تسعى المؤسسة لتحقيقه بالوسائل المتاحة لها.

2. وكالات التقييم: وتتمثل مهمتها في تحديد تصنيف (تقييم في المصطلحات الأنجلو ساكسونية) للمؤسسات المصدرة للسندات، والتي تستند إلى مخاطر الملاءة، أي عدم التسديد، التي تمثلها للمستثمر. إن سوق الأسهم لا يأخذها في عين الاعتبار إلا إذا تم تخفيض قيمة المؤسسة ... إن شروط التمويل ومعدل الفائدة الذي سيخدمه المصدر لجذب أكبر عدد من المكتتبين هو في جزء منه التصنيف أو التقييم الذي تقدمه هذه الوكالات. ولا يهتم هذا الجمهور إلا المؤسسات الكبيرة التي تعامل الوكالات باحترام نظرا لأهميتها.

تتم عملية التقييم وفق القواعد التالية.(Anne, 1998 p52) :

- الحكم على الأرصدة المالية للمؤسسة؛
- جميع التداولات خلال حياة المؤسسة؛
- الانجاز أو الاقتناء؛
- مراجعة التقييم السابق.

3. الصحافة: ان العلاقة مع الصحافة ووسائل الاعلام تشكل عنصر أساسي في الاتصال المالي، كونها تمثل ركيزة أو تقنية مهمة كما هي تمثل مستهدف للاتصال المالي، إجبارية الاعلانات المالية جعل الصحافة المالية ووسائل الاعلام الاقتصادية والمالية تتحول الى أول مصدر للمعلومات للمساهمين الأفراد والمؤسسات.

إن الصحافة ووسائل الإعلام المالية يعتبران أداتين فعالتين في بلوغ مساهمين حاليين ومحتملين للإقبال على أوراق المؤسسات، لكن العلاقة مع الصحافة ووسائل الاعلام يجب أن تكون أكثر تحكما وتنظيما لكي تحافظ على التناسق والتكامل في الصورة المالية والصورة التأسيسية للمؤسسة والتقليل من الإشاعات المضللة مثل المبالغة في توقعات النتائج..(فؤاد، 2013، ص 4-5)

4. البنوك: تعتبر المعلومات المالية بمثابة المواد الأولية للبنوك، حيث تستخدمها في إجراء مقارنة بين مختلف موارد واحتياجات العملاء، كما أن نوعية العلاقة ودرجة الثقة تكون بتقديم

أفضل للمعطيات والمعلومات المالية المتميزة لتسهيل عمل البنك في حساب نسبة ملاءة المؤسسات الطالبة للتمويل،..(Anne p51، 1998) كما أن البنوك تعتبر أكثر استخداماً للاتصال المالي وبأقصى احترافية وخاصة مع العملاء والموردين لتقدير المخاطر وتقييم الفرص للمفاضلة بين البدائل، حيث أن المبدأ الذي تتعامل به البنوك هو الحفاظ على الأوراق المالية المتميزة.

5. الزبائن والموردين: لا تعتبر هاتان الفئتان الأخيرتان بصفة عامة متلقين مباشرين. ومع ذلك، فهي لا تتأثر بالصورة العامة للمؤسسة، التي يعتبر اتصالها المالي جزءاً لا يتجزأ من المستهدفين عموماً.

6. المنافسين: ومن المهم إضافة المنافسين إلى قائمة المستهدفين. فدراسة الاتصالات المالية الخاصة بهم يزيد من حجم المعلومات التي تساعد في تقييم وضعياتهم في السوق.

3. ركائز و معايير تقييم جودة الاتصال المالي

بعد أن تعرفنا على الاتصال المالي ، مبادئه والأطراف المستهدفة وحاجتها من الاتصال المالي، سنقدم ركائز (دعائم) وتقنيات الاتصال المالي التي تساعد في توصيل المعلومات المالية للأطراف المستهدفة، وكذا معايير تقييم جودة الاتصال المالي.

1.3 ركائز وتقنيات الاتصال المالي

تستخدم المؤسسة مجموعة من الركائز والتقنيات في عملية الاتصال المالي، وتأخذ بالحسبان في ذلك الجمهور المستهدف من العملية الاتصالية، كما أن هناك بعض الركائز تعتبر الأدوات الغالبة والرئيسية في معظم الأحيان، حيث نجد مثلاً التقرير السنوي في بعض المؤسسات يأخذ 60% إلى 80% من الميزانية المخصصة لمصلحة الاتصال المالي، (Malaval et Decaudini, 2012 p417) ما يبرز الأهمية الكبيرة التي يحظى بها.

1.1.3 ركائز مكتوبة (اتصال غير مباشر)

1. **التقرير السنوي:** يعتبر التقرير السنوي أحد أهم الأدوات المستخدمة في الاتصال المالي خاصة بالنسبة للمحللين و المستثمرين المؤسسين، كونه يلبي احتياجات مختلف الأطراف ذوي العلاقة ، فهو يتطرق الى نشاط المؤسسة ونتائجها وسياساتها...وعموما هو بطاقة تعريفية خاصة بالشركة ويشمل وثائق اقتصادية وقانونية ومحاسبية وتأسيسية، حيث تهدف المؤسسة من وراء إصداره إلى:

- **إعلام وطمأننة المساهمين:** وذلك من خلال نشر النتائج النهائية والكاملة التي حققتها المؤسسة باحترام مجموعة من المعايير كالوضوح والدقة وقابلية المقارنة بين ما تم تحقيقه ونتائج السنوات السابقة ان أمكن ذلك، كما يعد التقرير السنوي من الوثائق المرجعية التي يمكن الاستعانة بها لمعرفة الوضعيات المالية خلال سنة كاملة لهذا نجد المؤسسات تعيره أهمية كبيرة أثناء اعداده.

- **نشر الصورة المؤسسية:** تهدف المؤسسة من خلاله الى خلق صورة حسنة أمام المتعاملين كونه واجهة المؤسسة وبالتالي تعرض مختلف المنتجات والخدمات التي تقدمها كما تقدم من خلاله ملخصا عن حياتها كالتحسين في المنتجات والتوسع في النشاط وجل الأحداث الاقتصادية التي من شأنها تؤثر على المؤسسة، وتعرض المؤسسة أيضا الارياح التي تحققها وحصتها من السوق واستراتيجياتها المستقبلية.

2-**التقرير المرحلي:** وهو تقرير نصف سنوي إذ يعتبر أيضا أحد أدوات الإتصال التي تستخدمها المؤسسة حيث له أهمية خاصة للمحللين والمستثمرين والمؤسسين، كونه يمكن من تتبع سير نشاط المؤسسة في فترة أقل من دورة محاسبية، وهذا يبقي الأطراف المهتمة بالمؤسسة على إطلاع مستمر على نتائج أعمالها، وهذا ما يتماشى ومقومات الإفصاح من حيث التوقيت.

3- **تقنيات أخرى:** بالإضافة الى التقرير السنوي والمرحلي هناك نشرات أخرى تقوم المؤسسة بإصدارها، نجد مثلا رسالة المساهمين وهي عبارة عن رسالة يرسلها الرئيس المدير العام للمساهمين قبيل انعقاد الجمعية العمومية يبين لهم فيها حصيلة النتائج السنوية باختصار كما يبين لهم تاريخ ومكان انعقاد الجمعية العمومية، هذا الى جانب نشر ما يسمى **بدليل المساهم** والذي يتم عبر صفحاته التعريف بالمؤسسة ونشاطها، كما نجد مطويات أو ما يعرف بكتيب **المؤسسة** يوزع عادة في المناسبات والمعارض والأبواب المفتوحة.

2.1.3 ركائز ووسائل علاقتية (اتصال مباشر)

المقصود بالركائز (الوسائل) العلاقتية تلك الوسائل التي تسعى الى ربط العلاقة بين المؤسسة والاطراف ذوي العلاقة نذكر منهم على وجه الخصوص المساهمين، المحللين، المستثمرين المؤسسين، محافظي الحسابات، الصحافة. ومن خلال هذه النقطة سنقدم الركائز المستخدمة بالنظر الى طرف العلاقة.

3.1.3 ركائز أخرى (اتصال تفاعلي)

1- **الأنترنت:** تعتبر من بين أهم الركائز التي تعتمد عليها المؤسسة اليوم في عمليات الاتصال المالي، حيث تشير دراسة قامت بها لاسوفراس (La sofres) لصالح جريدة لاترييون الفرنسية والتي تمحورت حول ممارسات الاتصال المالي في المؤسسات المسعرة في البورصة فإن 95% منهم يمتلكون موقعا في شبكة الأنترنت، وبالتحديد 73% من هذه المؤسسات المستجوبة تمتلك ركنا خاص بالمعلومات المالية.

كما أوضحت نفس الدراسة أن المساهمين يستخدمون شبكة الأنترنت كمصدر أساسي وأولي للحصول على معلوماتهم، وذلك من خلال الاطلاع على مواقع الصحف الاقتصادية والمالية، ثم مواقع الصحف اليومية وأخيرا مواقع المؤسسات، هذا بالإضافة إلى أن الأنترنت تسمح بالاطلاع على المعلومة بسرعة وتبادلها مع أطراف آخرين، كما تسمح كذلك بالاطلاع

- على بعض الوثائق المتواجدة على شكل نسخة إلكترونية كالبيان المالي، التقرير السنوي أو تقرير النشاط... الخ، وحتى إمكانية تحميلها. (بنان، 2015، ص 145)
- 2- الرقم الأخضر: عبارة عن رقم هاتف مجاني تضعه المؤسسة بصفة دورية أو مستمرة، حيث تعتبر هذه التقنية من أفضل وسائل الاتصال وتسيير العلاقات مع المساهمين الأفراد.
- 3- وسائط تفاعلية أخرى: كتقنية الفيديو والمحاضرات التلفزيونية و مينيتل (Minitel).

2.3 معايير تقييم جودة الاتصال المالي

ان جودة الاتصال المالي يمكن التعبير عنها بمدى نجاح الاتصال المالي وتحقيق أهدافه من خلال بلوغ عدد معين للاكتتاب في عمليات رأسمال المؤسسة وكذا احترام قيود الهيئات المنظمة للسوق المالي، إلا أن هذين المعيارين لا يعبران كلية على مدى فشل أو نجاح استراتيجية الاتصال المالي، حيث هناك معايير أخرى نذكر منها (Anne, 1998p 51) :

1.2.3 المعايير التقنية:

نميز بين المعايير البورصية البحتة المرتبطة مباشرة بالبورصة، وبعض المقاييس المستمدة من التحليل المالي للمؤسسات، وكذا التغيرات التي طرأت على المساهمين.

1- المعايير البورصية:

1.1 وضعية الأسهم: يقصد بها حالة تداول الأسهم من حيث الاقبال، أي وجود طلبات الشراء بصفة دائمة وبحجم يعادل أو يفوق حجم عروض البيع، وأيضا مستوى الأسعار بالمقارنة بسعر الاصدار وسعر الأسهم المنافسة، وعليه فجودة الاتصال المالي تقاس بمدى توفيرها لظروف التداول الجيدة المراد الوصول اليها.

2.1 منحة المجازفة المطلوب على المؤسسة: ويقصد بها الفرق بين مردودية الأصول المتداولة التي فيها مخاطرة التي تصدرها المؤسسة والأصول المتداولة قليلة المخاطرة لمؤسسات أخرى، فالإقبال على الأصول المخاطر يدل على نجاح الاتصال المالي.

3.1 معدل فترة امتلاك الأسهم: ينظر هنا الى مدى احتفاظ المساهمين الفعليين بأسهمهم، يدل سلوك امتلاك الأسهم لمدة طويلة على تمتع المؤسسة بثقة مساهميها أي الوفاء، فالمساهم الذي يشك في قدراتها ونتائجها وخاصة الفوائد، يسرع الى التخلي عن الأسهم التي بحوزته، ويبحث عن الفرصة البديلة.

4.1 معامل رسملة البورصة للربح: يتم حساب المعامل من خلال اجراء المقارنات بين أسعار الأسهم ومتوسط السوق، وسعر سهم المؤسسة مقارنة مع متوسط أسعار المؤسسات في نفس القطاع، ولا يمكن في أي حال من الأحوال اعتبار سعر السهم مقياس لتقييم جودة الاتصال المالي، بحكم أنه يتأثر بالكثير من المعامل الخارجية، وعليه يؤخذ كمؤشر فقط.

5.1 تنامي التحليل المالي على المؤسسة: يقصد بها كل التحليل والتعليقات التي يقوم بها المهنيون من محللين ماليين متخصصون في البورصة، بحيث تعبر التحليل الايجابية عن الصحة الجيدة للمؤسسة مما يعني توفر الشروط المناسبة للتعامل الآمن معها ولتحقيق الأرباح، كما يتم التقييم وفق بعض المقاييس نذكر منها:

- تقدير الأرباح السنوية المتوقعة لكل سهم مما يؤدي غالبا إلى ارتفاع سعر السهم في نهاية السنة المالية؛

- توصيات ونصائح الوسطاء للمساهمين سواء بالشراء، المضاعفة، البيع الجزئي أو التصفية؛

- حجم ونوعية المقالات الصحفية المعالجة لأخبار المؤسسة؛

- تكافؤ العرض والطلب بمعنى ضمان مساهمين جدد على الدوام.

2-تزايد مساهمي المؤسسة: ان تطبيق استراتيجية تشمل أحيانا تنويع المخاطر تسعى الى

التوازن المثالي بين مختلف اصناف المساهمين : المساهمون المؤسساتيون مقارنة

بالمساهمين الأفراد، المساهمون الأجانب مقارنة بالمحليين... الخ ، كطريقة لتقييم جودة

الاتصال المالي لتحقيق ذلك و لتشمل المعايير التالية:

- نمو هيكل المساهمين حسب نوع المستثمر وحسب البلد يقيس أحيانا تأثير العروض المالية؛

- اكتشاف المساهمين الجدد وربطهم مع أسهم خاصة من أجل إقامة الدعوات والاجتماع الإعلامي أو قائمة عناوين محددة من أجل التقرير السنوي؛
- تحليل قيمة المبالغ المستثمرة حسب الزمن وتقييمها .

2.2.3 تحليل الصورة المالية:

يمكن تقييم مدى نجاح استراتيجية الاتصال المالي من خلال تحليل الصورة المالية للمؤسسة، وهذا من خلال الاعتماد على وكالات متخصصة ومستقلة أو مؤسسات مالية من أجل عملية التحليل لتحديد نقاط الخلل في الصورة المالية الخارجية لمؤسسة، وبعد ذلك تقوم المؤسسة بتصحيح الخلل.

3.2.3 معايير نوعية أخرى:

توجد العديد من المعايير النوعية للحكم على جودة الاتصال المالي مثل جائزة أحسن تقرير سنوي، الجائزة البلورية للمعلومة المالية، وكذلك التحقيقات للترتيب السنوي للمؤسسات للمجلات المتخصصة مثل مجلة (Vie Française) (Investor Relations Magazine) أو استطلاعات الرأي الدورية.

كذلك المقالات الصحفية تلعب دورا مهما في الكشف عن بعض جوانب الصورة المالية للمؤسسة، و لذا نجد دوما المحللين الماليين يقومون بإجراء مقابلات مع الصحفيين من اجل اقتناص المعلومات.

4. طريقة وأدوات قياس جودة الاتصال المالي:

من أجل قياس جودة الاتصال المالي قمنا بتطوير مقياس، حيث تطلب الأمر العديد من المراحل حتى توصلنا الى المقياس في شكله النهائي والذي من خلاله نستطيع قياس جودة الاتصال المالي لكل مؤسسة، وفي ما يلي المراحل التي مررنا بها:

1- بعد الاطلاع على الأدبيات المحاسبية والدراسات السابقة استخلصنا ان الاتصال المالي يتكون من جانبين: جانب معلوماتي يتعلق بتقديم معلومات مالية وغير مالية تنتم بالخصائص النوعية التي تمكن مستخدميها باتخاذ قرارات رشيدة، وجانب علاقات سواء مع المساهمين أو المهنيين وغيرهم من الأطراف ذوي المصلحة، وعليه يمكن القول أن مقياس جودة الاتصال المالي سيحاول قياس جودة تقرير التسيير باعتباره الأداة التي تحوي الجانب المعلوماتي للاتصال المالي بالإضافة الى الاستعانة بكل التقارير التي تصدرها المؤسسات وكذا مواقع الانترنت الخاصة بالمؤسسة أو بورصة الجزائر التي تعتبر بدورها أداة لتوطيد العلاقات مع الأطراف ذوي المصلحة.

2- ولتحقيق ذات الغرض وبعد أن حددنا جوانب قياس الجودة، قمنا بإعداد استبانة تتضمن جزئين جزء يتعلق بجودة تقرير التسيير والذي قسّم بدوره إلى عدة محاور وكل محور الى عدة عبارات، وجزء ثاني متعلق بجودة العلاقة مع المساهمين والمهنيين حيث قسّم أيضا هذا الجزء الى عبارات .

3- قمنا بتوزيع هذه الاستبانة على اطارات بورصة الجزائر و بعض المحللين الماليين الشاغلين في البنوك التجارية وحتى المكاتب الخاصة الذين يقدمون استشارات مالية، وبعض الأكاديميين الذين يملكون خبرة كافية في جانب المالية، وهذا من اجل الحكم على مدى تعبير مضمونها عن جودة الاتصال المالي، حيث وزعنا حوالي 32 استبانة واعتمدنا على طريقة التسليم والاستلام المباشر والبريد الالكتروني، واستلمنا 22 استبانة من المجموع الكلي. و كان الهدف من هذه الاستبانة هو الاجابة على التساؤل التالي: ما مدى أهمية المعلومات المقدمة في محاور الاستبيان لتقييم جودة الاتصال المالي في المؤسسة؟ وكانت اجابات المحللين تأخذ شكل: غير مهمة (1)، مهمة (2)، مهمة جدا (3).

4- تأتي مرحلة المعالجة حيث استخدمنا برنامج SPSS 19 واختبرنا تجانس وتوافق العبارات باستخدام اختبار w لكندال (Coefficient de concordance de Kendall)، حيث يقيس

هذا الأخير مدى تجانس وتوافق اجابات المحللين الماليين حول العبارات التي تمثل أداة لقياس جودة تقرير التسيير وجودة العلاقة مع المساهمين والمهنيين، وكانت نتيجة الاختبار تساوي: 0.748 (انظر الملحق رقم 02) وهذا يعني أن هناك توافق وتجانس للأراء المحللين الماليين كبير نوعا ما حول تعبير العبارات لقياس جودة الاتصال المالي.

5-وبعد الانتهاء من عملية المعالجة، حاولنا اعطاء تقييم لعبارات الاستبيان وذلك بإعطاء قيمة (0) ، قيمة (1)، قيمة (2)، علما أن التقييم يكون لتقارير التسيير ومواقع الأترنت للمؤسسة محل الدراسة لسنتي الدراسة 2008، 2018.

الجدول رقم(01): كيفية تقييم مقياس جودة الاتصال المالي

العبارات	نعطي قيمة 0	نعطي قيمة 1	نعطي قيمة 2
عبارات المقياس	عند عدم توفر أي معلومة من المعلومات المتضمنة في محاور الاستبيان.	وجود معلومات ولكن تخص السنة المالية ذاتها فقط (توفر للمعلومات نسبي).	توفر المعلومات بشكل كافي للسنة المالية وسنوات أخرى مع استخدام الأشكال التوضيحية والنسب (توفر كافي للمعلومات).

المصدر: من اعداد الباحث بناء على الدراسات السابقة.

6-تعتبر هذه المرحلة كمرحلة أخيرة في بناء المقياس والتي من خلالها نقوم بإنشاء بطاقة تقييمية لكل مؤسسة من المؤسسات محل الدراسة (الملحق رقم 03) ونقوم بمتابعتها عبارة بعبارة بالموازاة مع تقرير التسيير الخاص بكل مؤسسة، وكذلك نستعين بتقارير أخرى كرسائل المساهمين مثلا التي نجدها عادة في الموقع الالكتروني للمؤسسة حتى نستطيع في الأخير

جمع جميع نقاط المحاور والأجزاء ومنه نتوصل الى قيمة اجمالية نقسمها على القيمة المرجعية (والتي هي افتراضا مجموع نقاط العبارات 41 مضمومة في القيمة 2).

$$QCF n = \frac{\sum_{41}^1 P}{I \times Vm} \times 100$$

حيث:

$QCF n$: جودة الاتصال المالي للسنة ن.

$\sum_{41}^1 P$: مجموع النقاط المتحصل عليها للسنة ن.

Vm : القيمة القصوى المعطاة (02).

I : عدد العبارات الموجودة في المقياس.

الجدول رقم (4-04): قياس جودة الاتصال المالي لشركة أليانس للتأمينات

2018	2008	ا محاور تقييم جودة تقرير التسيير
05	04	أولاً: توفر المعلومات العامة و التاريخية عن المؤسسة.
10	07	ثانياً: توفر المعلومات حول نشاط المؤسسة.
18	15	ثالثاً: توفر المعلومات المالية والمحاسبية.
08	08	رابعاً: توفر معلومات غير مالية.
08	07	خامساً: توفر المعلومات عن توقعات السنة المقبلة والآفاق.
49	41	جودة تقرير التسيير
2018	2008	II عبارات تقييم جودة العلاقة مع المساهمين والمهنيين.
18	18	العلاقة مع المساهمين والمهنيين.
18	18	جودة العلاقة مع المساهمين والمهنيين
67	59	جودة الاتصال المالي لشركة أليانس للتأمينات

المصدر: من إعداد الباحث.

3-1- حساب نسبة جودة الاتصال المالي لشركة أليانس للتأمينات لسنة 2008

$$QCF 2008 = \frac{\sum_{41}^1 P}{I \times Vm} \times 100$$

$$QCF 2008 = \frac{59}{41 \times 02} \times 100 = \frac{59}{82} \times 100 = 72\%$$

3-2- حساب نسبة جودة الاتصال المالي لشركة أليانس للتأمينات لسنة 2018

$$QCF 2015 = \frac{\sum_{41}^1 P}{I \times Vm} \times 100$$

$$QCF 2015 = \frac{67}{41 \times 02} \times 100 = \frac{67}{82} \times 100 = 82\%$$

ثانيا: مقارنة مستوى تطور جودة الاتصال المالي قبل وبعد 2008-2018.

بعد أن قمنا بحساب جودة الاتصال المالي انطلاقا من المقياس المصمم لقياسها بناءً على جودة تقرير التسيير وجودة العلاقة مع المساهمين والمهنيين، سنقوم بمقارنة جودة الاتصال المالي قبل وبعد ذلك على المؤسسة محل الدراسة.

الجدول رقم (02): تطور جودة الاتصال المالي من خلال سنتي 2008-2018

التغير في جودة الاتصال المالي	جودة الاتصال المالي		جودة الاتصال المالي
	2018	2008	
%13.9 +	%82	%72	شركة أليانس للتأمينات

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان هناك تغير ايجابي في نسب جودة الاتصال المالي للمؤسسات محل الدراسة بنسب متفاوتة من مؤسسة الى أخرى حيث نجد أكبر نسبة زيادة ترجع لشركة أليانس للتأمينات حيث كانت نسبة الجودة سنة 2008 تقدر ب 72% ثم ارتفعت بمقدار 13.9% لتصبح سنة 2015 82%، وترجع هذه الزيادة لعدة أسباب لعل الأبرز منها هو انضمام الشركة الى بورصة الجزائر وكذا الاصلاحات التي قامت بها الجزائر في الجانب المالي والمحاسبي وهو تطبيق النظام المحاسبي المالي SCF ابتداء من سنة 2010 بدل المخطط المحاسبي الوطني PCN، وايضا المتسبب في هذه الزيادة هو

تطبيق الشركة لقواعد حوكمة الشركات، كما ان أقل زيادة تعود لفندق الأوراسي بنسبة 2.8%، حيث ارتفعت نسبة جودة الاتصال المالي الى 74% بعدما كانت 72% سنة 2008 . وتعود الزيادة تقريبا لنفس الاسباب السابقة. وعموما يمكن القول أن المؤسسات الاقتصادية المدرجة في بورصة الجزائر لديها جودة في الاتصال المالي تمكنها من تقديم معلومات مالية وغير مالية الى الأطراف ذوي المصلحة من مساهمين ومقرضين ومصالح الضرائب. غير انها لا تزال تحتاج الى زيادة في جودة الاتصال اذا ما قورنت بالمؤسسات الناشطة في بيئات أخرى.

5. الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة قمنا بمحاولة تقديم مقياس لقياس جودة الاتصال المالي في المؤسسة الاقتصادية المدرجة في بورصة الجزائر وقمنا بتطبيقه على شركة أليانس للتأمينات المدرجة وتوصلنا الى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

- الاتصال المالي اجراء استراتيجي من خلاله تسعى المؤسسة لبناء علاقات طويلة الأجل مبنية على الثقة مع مختلف الأطراف ذوو العلاقة من مستثمرين ومساهمين مؤسساتيين، مساهمين أفراد وحتى المساهمين الموظفين.
- هناك العديد من الركائز والدعائم التي يعتمد عليها الاتصال المالي، ويعتبر التقرير السنوي أهمها كونه الأكثر شيوعا واستعمالا بين مختلف المتعاملين مع المؤسسة وبالتالي أثبت نجاعته في نجاح الاتصال المالي.
- لا يمكن في أي حال من الأحوال اعتبار سعر السهم مقياس لتقييم جودة الاتصال المالي، بحكم أنه يتأثر بالكثير من المعالم الخارجية الأخرى، وعليه يؤخذ كمؤشر فقط.
- يمكن قياس جودة الاتصال المالي وذلك من خلال جودة تقرير التسيير وجودة العلاقة مع المساهمين والمهنيين؛
- ان نسبة جودة الاتصال المالي لشركة أليانس عموما هي مقبولة، كما ان هناك تحسن في النسبة لسنة 2018 مقارنة بسنة 2008، دليل على أن تنفيذ استراتيجيات شركة أليانس

- للتأمينات كان له الأثر الايجابي في زيادة جودة الاتصال المالي، كتطبيق قواعد وميثاق الحكم الراشد. وعليه نقدم بعض الاقتراحات التالية:
- زيادة الاهتمام بوظيفة الاتصال المالي داخل المؤسسات واعطائه مجال أكبر كما هو الحال في المؤسسات الأجنبية لما له الأثر البالغ في زيادة الشفافية والافصاح وغرس الثقة بين المؤسسة وجميع الأطراف ذات العلاقة؛
 - ضرورة الزام جميع المؤسسات بتحسين الاتصال المالي من خلال تقارير التسيير لاسيما غير الاجبارية وذلك من أجل التواصل الناجح والفعال؛
 - تفعيل بورصة الأوراق المالية في الجزائر وذلك بتنويع الأدوات الاستثمارية وتوسيع شركات عمومية أخرى من أجل خصصتها، واعطائها فرصة أكبر لتمويل المؤسسات؛

6. قائمة المراجع:

1. Bompont P Marois B .(2004) .*gouvernement d'entreprise et communication financière* .Paris: Economica.
2. Chiraz Ben Ali-Mireille GetlerSumma) .may , 2006 .(La communication financière et la structure de propriété : Le cas français .*Comptabilité, Contrôle, Audit et institution* ,p.49-48
3. Guimard Anne .(1998) .*la communication financière*) 2e .(Paris: Economica.
4. Hanen ben ayed-koubaa) .may, 2011 .(qualité de la communication financiers au sujet des pratique de gouvernance d'entreprise cas du SBF120 .*comptabilité ,économie et société* .
5. onnee stephane-chekker Rahma .(2005) .l'évolution de la communication financière dans le processus de gouvernance :le cas Saint-gobain ."laboratoire orléanais de gestion ,p.08
6. Phillipe malaval et Jean Marc Decaudini .(2012) .*Pentacom : Communication théorie et pratique* .,paris: pearson éducation.
7. Wafae Nada Nejjar .(2012) .CONTRIBUTION A L'ANALYSE DES MECANISMES DE GOUVERNANCE EXPLICATIFS DE LA QUALITE DE LA COMMUNICATION

FINANCIERE : CAS DES ENTREPRISES DU SBF 120 .

Thèse de Doctorat .49-48 ،France ،Université Droit Economie
et gestion d'orléans.

8. بنان كريمة. (2015). الاتصال المالي في الجزائر نموذج قطاع البنوك الجزائري "دراسة وصفية تحليلية". أطروحة دكتوراه. الجزائر، الجزائر .
9. صديقي فؤاد. (2013). فعالية الاتصال المالي في النظام المحاسبي المالي (SCF) في الجزائر (2010 بداية التطبيق). رسالة ماجستير، 4-5. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير جامعة ورقلة.
10. مراح عيسى. (2004). الاتصال المالي واتجاهات المساهمين نحو الأسهم (دراسة حالة مجمع الرياض سطيف). رسالة ماجستير. الجزائر، الجزائر .