



## المحتوى الاعلامي للقوائم المالية ودوره في تعزيز حوكمة الشركات

دراسة ميدانية لآراء اساتذة كلية العلوم الاقتصادية سوق اهراس

### *Media content of financial statements and its role in enhancing corporate governance*

*A field study of the views of the professors of the Faculty of Economic Sciences*

عز الدين فؤاد<sup>1</sup>، مزيان سعيد<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة محمد الشريف مساعديّة- سوق أهراس، (الجزائر). f.azzeddine@gmail.com

جامعة محمد الشريف مساعديّة- سوق أهراس، (الجزائر). saidmezian@hotmail.com

تاريخ النشر: 2019.07.30

تاريخ القبول: 2019.06.11

تاريخ الإستلام: 2019.02.18

#### ملخص

إن انفصال الملكية عن التسيير كان نتيجة طبيعية وحتمية للتطور الإقتصادي منذ فجر النهضة الصناعية، إلا أن الناظر والدارس يجد أن الدول لم تستغني عن مهمتها كحارس في كل الأحوال، ويظهر ذلك من خلال سعيها إلى البحث عن تطوير وتنظيم الإقتصاد من خلال سن القوانين والإيعاز إلى المنضّمات المهنية غير الحكومية والجامعات للبحث عن انجع السبل التي تساعد وتساهم في هذا التطور، ومما يلاحظ أن الإفصاح المحاسبي في القوائم المالية كانت له حصة الأسد من التطور نظرا لإستخدام المعلومات التي تتولد عنه من طرف العديد من الأعوان الإقتصاديين الذين تربطهم علاقات متشعبة مع المؤسسة ككيان، وأصبحت الحوكمة والمحتوى الاعلامي للقوائم المالية محور رئيسي وجب الإفصاح عنه من طرف المؤسسات حتى تضمن بقاءها وإستمراريتها، وتضمن الحقوق سواء كانت داخلية تتمثل في حقوق الملاك و الموظفين وغيرهم أو خارجية كحقوق الدولة من الضرائب، حقوق الموردين والزبائن وغيرهم.

**الكلمات المفتاحية:** المحتوى الاعلامي للقوائم المالية، حوكمة الشركات، الإفصاح.

#### Abstract

The separation of ownership from management has been a natural and inevitable consequence of economic development since the dawn of industrial revival, but the researcher and the researcher finds that the states did not dispense with its mission as a guard in all cases. This is reflected in the search for the development and organization of the economy through the enactment of laws and instruct the professional non-governmental organizations and universities to find the most effective ways to help and keep pace with this development. It is noteworthy that the accounting disclosure in the financial statements had the lion's share of development due to the use of information generated by many economic agents who have extensive relations with the institution as an entity and the governance and media content of the financial statements became a major focus, And their rights, whether internal, such as the rights of owners, employees, etc., or foreign, such as the rights of the State, for example, from taxes, the rights of suppliers, customers and others

**Keywords:** the financial statements, the governance, disclosur.

<sup>1</sup> المؤلف المرسل: عزالدين فؤاد، الإيميل: f.azzeddine@gmail.com

## مقدمة

القوائم المالية من أهم مصادر المعلومات الموجهة للغير سواء تعلق بأصحاب المصالح أو الغير فقط، لذلك كان لعلم المحاسبة اهتماما بالغا بضرورة توحيد الإفصاح في هذه القوائم المالية وكان هذا الإفصاح يسمى دوما الى تلبية كل الاحتياجات من المعلومات سواء تعلق استخدامها بداخل المؤسسة، افصاح داخلي أو خارجها إفصاح خارجي.

وبالنظر الى المؤسسات الإقتصادية الجزائرية فان النظام المحاسبي المالي الجزائري قد أولى القوائم المالية مكانة خاصة وتكلم عليها وحددها وحصرها في خمس قوائم هي كالتالي (الميزانية، قائمة الدخل، قائمة التدفقات النقدية، جدول حركة رؤوس الاموال، الملاحق) وكل قائمة مكملة للأخرى ، فنجد ان الميزانية من اهم القوائم التي تتداول بين المهتمين سواء مستثمرين أو مستثمرين محتملين لما تبينه باعتبارها صورة فوتوغرافية لوضعية المؤسسة في لحظة زمنية محددة، أما قائمة الدخل في تحتوى على المعلومات التي تبين ايرادات ونفقات المؤسسة إما أصيلة أو غير ذلك، أما قائمة التدفقات النقدية فهي تبين وتوضح وتعلم عن دورة الاستغلال الخاصة بالمؤسسة بشئى من التوضيح ، أما جدول حركة رؤوس الاموال فهي تبين التطور أو الانكماش الذي حل برأس مال المؤسسة وأخيرا نجد الملاحق التي تبين وتوضح كل المعلومات الثانوية التي يحتاجها مستخدمي القوائم، والاشكالية المطروحة هي الى اي مدى يساهم المحتوى الاعلامي للقوائم المالية في الزيادة من شفافيتها ؟ .

### الهدف من الورقة البحثية:

تستمد هذه الورقة البحثية أهميتها من أهمية المؤسسات الاقتصادية من جهة، ومن جهة أخرى من أهمية المخرجات الاعلامية للقوائم المالية التي تعمل على سيرورة الدورة الاقتصادية وتساهم في استقطاب مستثمرين و مستهلكين وزبائن وغيرهم، ومن خلال هذه الورقة البحثية حاولنا التركيز على المحتوى الاعلامي للقوائم المالية وربطها بجعل صورة المؤسسة شفافة ما يساهم في نموها وتطورها وما يجعلها تتطور وتلي الدور المنوط بها في تطوير الاقتصاد عموما و تطوير ذاتها خصوصا، وذلك من خلال التطرق الى العناصر التالية:

- مفهوم المحتوى الاعلامي للقوائم المالية.
- مجالات ومستخدمي المعلومات والقوائم المالية.
- خصائص المعلومات المالية.

### 1- مفهوم المحتوى الاعلامي للقوائم المالية:

حسب المعيار المحاسبي الاول والذي تعلق بعرض القوائم المالية ، من خلال سعيها الى توفير بيانات مالية ذات فائدة لاتخاذ القرارات الاقتصادية، ويقصد بالمحتوى الاعلامي للقوائم المالية "قيمة ما تحتويه القائمة أو التقرير من معلومات اقتصادية من وجهة نظر مستخدم هذا التقرير"<sup>1</sup>.

و المحتوى الاعلامي للقائمة المالية يربط بين شيئين مهمين، هما العلاقة بين قيمة المعلومة وبين حاجة المستخدم اليها، وبالنظر الى تباين القوائم المالية فان المحتوى الاعلامي يتغير من قائمة الى اخرى وسنبين ذلك من خلال ما يلي:

**1-1- المحتوى الاعلامي للميزانية:** تحتوي الميزانية على جانبين جانب يحتوي على أصول المؤسسة وجانب يحتوي على خصومها، حيث من الواجب أن ترتب الأصول على أساس السيولة المتزايدة والخصوم على أساس الاستحقاق، ويجب أن تقيم كل أصول المؤسسة وخصومها بالوحدة النقدية.<sup>2</sup>

**2-1- المحتوى الاعلامي لقائمة الدخل:** قائمة الدخل من أهم الوثائق المحاسبية حيث أنها تبين إيرادات المؤسسة من نفقاتها وهي القائمة التي تحتوي على الطريقة التي تحسب بها النتيجة وتبين نوع النتيجة سواء كانت استغلال (عملياتية) أو خارج الاستغلال (غير عملياتية) ومن فان المحتوى الاعلامي لقائمة الدخل يساعد مستخدمي هذه القائمة على اتخاذ القرارات المتعلقة بالاستثمار والتعامل مع المؤسسة من غيره.<sup>3</sup>

**3-1- المحتوى الاعلامي لقائمة التدفقات النقدية:** قائمة التدفقات النقدية تعنى بالحالة المؤسسة على المستوى القصير والمتوسط وتبين الحالة التي عليها المؤسسة اتجاه إما دائنيتها أو مدينيتها، و المحتوى الاعلامي لهذه القائمة يساعد الغير خاصة دائني المؤسسة ومدينيتها على التعامل معها لأنه يلبي لهم الحاجة من المعلومة والضمانات اللازمة التي تحثهم وتساعدهم على اتخاذ قرار التعامل معها من عدمه.<sup>4</sup>

**4-1- المحتوى الاعلامي لقائمة جول حركة رؤوس الاموال الخاصة:** هذه القائمة مهمة لأنها تبين الهيكل الذي يتشكل منه رأس مال المؤسسة ويبين ما اذا كانت المؤسسة تعتمد على القروض في تمويلها من غير (نسبة التمويل الدائم) بالإضافة الى الحركة التي حدثت في رؤوس الاموال الخاصة بالمؤسسة والتي تبين ما إذا كانت المؤسسة تسعى الى زيادة رأس مالها وتوسع الى التطور أو العكس ما إذا كان الملاك يسعون الى التخلص وتقليص مساهماتهم في رأس المال، وهذا المحتوى يساعد بضد المهتمين بالاستثمار على اتخاذ قرار المساهمة في رأس مال المؤسسة من عدمه.<sup>5</sup>

**5-1- الملاحق:** الملاحق هي روح الاعلام في القوائم المالية لأنها لا تتقيد بالنقد في عرضها بل تتعداه الى الاسس المحاسبية والمبادئ التي تحكم سير هذه القوائم وتفسر كل رقم في كل بند من القوائم السابقة، والمهتم بالمحتوى الاعلامي للقوائم المالية سيجد نفسه يركز اهتمامه بالملاحق التي جاءت لتفسير وتوضيح كل عمل قامت به المؤسسة وتبين مثلاً: الطرق المحاسبية في الإهلاك، تقييم المخزون، معدلات الإهلاك لكل نوع من التثبيات، خسارة القيمة، قيمة الاسهم وتواريخ اقتنائها<sup>6</sup>... الخ

## 2- مجالات ومستخدمي المعلومات والقوائم المالية:

بالإضافة الى المؤسسة نفسها والمتمثلة في كل المصالح التي تتشكل منها والمسيرين والمساهمين نجد الغير وهم كل من يستخدم ويهتم بالقوائم التي تصدرها المؤسسة لسبب أو لآخر وكل منهم يستخدم المحتوى الاعلامي لهذه القوائم بشكل يناسبه ويناسب أهدافه، وعليه يمكن أن نفرص بين مستخدمين داخليين وخارجيين.

2-1- مستخدمين داخليين: ويمكن تقسيمهم الى ما يلي:

- الإدارة: هي من يسهر على اخرج القوائم المالية وهي أكبر مستخدم لهذه المخرجات من خلال الاعتماد عليها للتخطيط ووضع الاستراتيجيات الملائمة لتسيير المؤسسة.<sup>7</sup>
- الموظفون: كل موظف داخل المؤسسة له اهتمام معين بالقوائم المالية لأنها تعكس المجهود المبذول من طرفه كفرد داخل المؤسسة من جهة ولمعرفة ما له وما عليه اتجاه المؤسسة مثلاً لتحديد الاجر والمردودية والنسبة في الأرباح .
- الملاك: يستخدم الملاك القوائم المالية لمعرفة حركة رؤوس الاموال للمؤسسة الخاصة بهم ولمعرفة ربحية السهم ولمعرفة حالة المؤسسة اتجاه دائئها وغير ذلك.

2-2- مستخدمين خارجيين: ويمكن تقسيمهم الى مما يلي:

- المستثمرون المحتملون: هم من لهم نية المساهمة في المؤسسة ولكن هم مترددين في اتخاذ قرارهم، ومع وجود قوائم مالية ذات مستوى اعلامي شفاف سيكون دافع ومحفز لهم بعد استخدامهم لهذه القوائم أن يستثمرون في المؤسسة.
- الدائنون والمدينون: وهم من تربطهم علاقات تجارية بالمؤسسة سواء كانوا زبائن أو موردين لها وكل منهم يسعى الى المحافظة على هذه العلاقة من خلال دراسة المحتوى الاعلامي للمؤسسة والاعتماد على التوريد في الاوقات الت تمر بها المؤسسة بحالة جيدة
- الادارات العمومية (الدولة): هي مختلف الاذرع التي تمثل الدول على سبيل المثال ادارة الضرائب التي تسهر على تحصيل الضرائب وحسابها من خلال الاعتماد على المحتوى الاعلامي للقوائم المالية وكذلك تأثر الشفافية المستخدمة لإخراج هذه القوائم على نسبة الاعتماد عليها .

### 3- خصائص المعلومات المالية (القوائم المالية):

بالنظر الى القائمة المالية نجدها ما هي الا عبارة عن تجميع لمعلومات مالية متجانسة تخدم هدف معين و خصائص المعلومات تأثر مباشرة على القوائم المالية وتعتبر نفسها مع ضرورة ابراء خصوصية لكل قائمة مالية وهناك عدة معايير يعمد عليها لتحديد الخصائص التي تميز ويجب ان تتميز بها القوائم المالية نذكر منها:

3-1- القابلية للفهم: من الواجب على معد القائمة المالية أن يجعل من المعلومات التي تحتويها قابلة للفهم المباشر دون تأويل أو غموض، ومن الخصوصيات التي تتميز بها القوائم المالية أن لكل قائمة فهم معين وغرض انجزت من اجله، وتفهم وفقا للمعارف المحاسبية المكتسبة ووفقا لتسلسل القوائم وترابطها مع بعضها، والقابلية للفهم ليست بالضرورة ان يكون الفهم من طرف أي شخص بل من طرف المتخصصين.<sup>8</sup>

3-2- الملائمة: وهنا يقصد به أن القرار الذي يستخدم المحتوى الاعلامي للقوائم المالية عليه معرفة أي قائمة وأي جزء يلائم القرارات التي يريد اتخاذها، ومن هنا نجد أن معيار الملائمة ليس في القوائم فقط بل في معرفة مستخدم القوائم لما يبحث عنه وما اذا كانت تلي احتياجاته من المعلومات ام لا.

3-3- **الموثوقية:** والموثوقية من أهم المعايير التي تحكم المعلومات عموما والمعلومات التي تحتويها القوائم المالية خصوصا، والموثوقية هنا تأتي من السؤال الذي يمكن أن يطرح، الى اي مدى يمكن الاعتماد في اتخاذ القرارات على القوائم المالية ومحتواها من طرف الغير، وهنا تكون الاجابة واضحة فإذا كانت المؤسسة افصحت عن كل ما يطمئن مستخدمي المعلومات وتحرت الدقة وبررت كل العمليات بطرق علمية، كان الاعتماد من طرف الغير بدرجة ثقة عالية على مخرجاتها من وثائق مالية هو المكافأة التي ستتحصل عليها المؤسسة .

3-4- **الصورة الصادقة:** بالنظر الى القوائم المالية قلنا سابقا بأنها عبارة عن صورة عن المؤسسة في لحظة زمنية معينة، وعليه فإن الصدق يعني مدى قرب الصورة الى الواقع والحقيقة بدون تجميل أو اخفاء لوقائع قد تجعل من صورة المؤسسة سيئة، ومن الاهداف التي وضعت وعملت كل الهيئات على تطبيقها هي جعل المخرجات من القوائم المالية تكون معبرة عن الصورة الحقيقية ولا غيرها للمؤسسة، ونلاحظ ذلك من خلال العمل على ضمان الحد الأدنى من الافصاح الواجب ابرازه والذي يلي ايضا الحد الأدنى من المعلومات المطلوب توفرها لدى مستخدمي القوائم المالية.<sup>9</sup>

#### 4. ماهية حوكمة الشركات:

للتعرف بحوكمة الشركات ومبادئها لا بد لنا من التطرق الى التأصيل النظري لها من خلال التطرق الى التعاريف المختلفة لها و الى المبادئ التي تميزت وجاءت بها، ومحاولة اسقاطها على المؤسسة ومخرجات المؤسسة كنظام والمتمثلة في الوثائق المالية التي تعبر فيها المؤسسة عن الحالة والصورة التي عليها في لحظة زمنية معينة أو فترة زمنية معينة.

4-1- **تعريف حوكمة الشركات:** يكن تعريف حوكمة الشركات من خلال ما يلي:

- **تعريف أول:** تعرف على انها "العلاقة بين مجلس الادارة والمساهمين والمسيرين كما يمكن اضافة المراجعين المعينين من طرف اصحاب المصالح."<sup>10</sup>
- **تعريف ثاني:** تعرف على انها " ذلك النظام المتكامل للرقابة المالية وغير المالية الذي يدير الشركة ويراقبها."<sup>11</sup>
- **تعريف ثالث:** وتعريف منظمة التعاون الاقتصادي هو أشمل التعريفات بحيث يعتبرها " نظام يتم بواسطته توجيه ورقابة منظمات الاعمال، وهيمن يحدد هيكل توزيع الواجبات والمسؤوليات بين المشاركين المختلفين في الشركة مثل مجلس الادارة والمديرين، وغيرهم من ذوي المصالح وهي أيضا من يضع القواعد والاحكام لإتخاذ القرارات المتعلقة بالشركة، وعليه فهي من يعطي الهيكل الملائم الذي يحقق اهداف الشركة ويراقب ادائها " <sup>12</sup>

4-2- **مبادئ حوكمة الشركات:** وحسب منظمة التعاون الاقتصادي سافة الذكر فان للحوكمة خمس مبادئ اساسية نوجزها في يلي:

- **حقوق المساهمين:** تتنوع حقوق المساهمين من شركة الى اخرى حسب النشاط الممارس، لكن الظاهر أن للمساهم ضمنها له القانون تتعلق بكيفية التعامل مع الاسهم ومليكيته ونسبتها، بالاضافة الى حقه في

الحصول على المعلومة في حينها ووقتها وبصدق، وكذلك فإن له الحق في الاقتراح والتعديل وأن يكون له صوت مسموع بين أقرانه من المساهمين، وضمان هذه الحقوق للمساهم يضمن بدوره المشاركة الفعالة والمساهمة في تطوير الشركة حرصاً منه على المحافظة على الحصص التي يمتلكها وكذلك التزاماً منه اتجاه الشركة التي وضع ثقته بها.<sup>13</sup>

● **المعاملة المتكافئة للمساهمين:** الفرق بين المساهمين هو بالنسبة التي يمتلكونها أو يحملونها ولضمان حقوق المساهمين الذين يمثلون أقلية كان لا بد من الحوكمة أن تضع مبدأ يضمن المعاملة المتكافئة بين صغار المساهمين وكبارهم، حتى تضمن للصغير حقه وتكبح امساهم الكبير من أن يعمل على احتواء الاصغر منه، من خلال الكشف على أي مصلحة خاصة تصب في جهة طرف وتهمل الاخر بالإضافة الى جعل المساهمين فئات ولكل فئة الحق في التصويت و السعي لحماية نفسها من خلال القوانين التي تدير الشركة أو المؤسسة.

14

● **أصحاب المصالح:** لم تعد الشركة بالمفهوم التقليدي كيان منعزل عن الخارج بل أصبحت لها علاقات متشعبة والتزامات سواء فرضها القانون أو ألزمت الشركة نفسها بها بنفسها، ومن اصحاب المصالح الذي تربطهم علاقات وطيدة بالشركة نجد الدولة ممثلة في الإدارات العمومية مثل إدارة الضرائب والبنوك العامة والجماعات المحلية... الخ، والطريقة التي تتعامل بها الدولة مع الشركات لكي تضمن وصول المعلومة لها كلها والتزامها بالقوانين التي تسنها وتفرضها فرضاً للتطبيق والتي توظر سير الشركات وتنظيمها .

● **الافصاح والشفافية:** أهم مبدأ تقاطعا مع المحتوى الاعلامي للقوائم المالية، وهو المبدأ الذي إذا ما التزمت به الشركة جعلت من قوائمها ذات أثر إعلامي ايجابي، ويقصد بالافصاح بالشفافية إظهار أهداف الشركة وحق الاغلبية والاقلية، وحقوق التصويت والمزايا الممنوحة للمدراء التنفيذيين ومجلس الادارة، وكل ما يتعلق بالعاملين والالتزام بمعايير جودة المعلومات المالية وغير المالية، بالإضافة الى السعي لإيصال المعلومات في الوقت المناسب لكل محتاج وله مصلحة مع وفي الشركة.<sup>15</sup>

● **مسؤوليات مجلس الادارة:** من المبادئ المهمة في حوكمة الشركات كيفية تنظيم العلاقة بين مختلف الادارات العليا والوسطى والدنيا، بالإضافة الى تنظيم العلاقة بين الادارات المختلفة وبين المساهمين حتى يضمنوا حقوقهم ومصالحهم، ومن مسؤوليات مجلس الادارة العمل على تحقيق مصالح وأهداف الشركة وإختيار مختلف المسؤولين لمختلف المصالح بالإضافة الى مراجعة الاستراتيجيات الخاصة بالشركة من وقت لآخر كلما استدعت الضرورة ذلك.<sup>16</sup>

#### 3-4- حوكمة الشركات وعلاقتها بالمحتوى الاعلامي للقوائم المالية:<sup>17</sup>

تهدف حوكمة الشركات الى :

● تسعى الى ضمان الشفافية والعدالة والمساوات بين كل الأطراف التي تربطها علاقة بالمؤسسة بصفتها شخص معنوي سواء كانت داخلية أو خارجية ؛

- تسعى الى القضاء و تجنب المؤسسة الغش والتدليس الذي يؤثر سلبا على محتوى الاعلامي للقوائم المالية من خلال تجنب المساهمين وأصحاب العلاقة سيطرة أعضاء مجلس الإدارة ؛
- توفر الحماية للمساهمين وتجنب المؤسسة الوقوع في تضارب الأهداف وسيطر كبار المساهمين الذين لهم دخل مباشر في التسيير وتعزز الرقابة من خلال توضيح كل الأعمال التي قامت بها المؤسسة في القوائم المالية بكل دقة وشفافية وموضوعية؛
- تمل على منع الوساطات والإستغلال غير السوي للصلاحيات وتبين من خلال القوائم المالية كل عمل سواء صغير أو كبير قامت به المؤسسة خلال الفترة الزمنية.

#### 5- منهجية البحث وأداة الدراسة

- 1-5- منهجية البحث : قصد الاجابة على إشكالية الورقة البحثية نحاول من خلال هذا الجزء القيام بدراسة احصائية بتوجيه استمارة لأساتذة المحاسبة على مستوى الجامعة ، بحيث صممت الإستمارة ووزعت على عينة الدراسة وفقا من خلال البريد الالكتروني :
- 2-5- أداة الدراسة: تم الإعتماد في جمع البيانات الميدانية على إستمارة صممت بناء على خصوصية الموضوع ، بحيث إشتملت على ثلاثة محاور رئيسية ، المحور الأول به 04 اسئلة متعلقة بالبيانات الشخصية لعينة البحث(الجنس، السن، الشهادة العلمية، الخبرة المهنية)، أما المحور الثاني به 08 عبارات متعلقة بالمتغير المستقل المحتوى الاعلامي للقوائم المالية، والمحور الثالث به 08 عبارات بحوكمة الشركات .
- كما تم الإعتماد على سلم ليكارت الخماسي في أعداد إختبارات الإجابة على العبارات ، بحيث أعطي كل إختبار وزن معين كما يلي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

جدول رقم(01): يمثل سلم ليكارت الأوزان الخماسي المصدر: من إعداد الباحث

#### 3-5- إختبارات ثبات الإستمارة وطبيعة البيانات الميدانية

- قصد القيام بهذه الإختبارات تم الإعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (spss) الإصدار 22.
- إختبار الثبات والصدق للإستمارة: تم الإعتماد في هذا الإختبار على أشهر الإختبارات التي يقدمها برنامج (spss) وهو إختبار ألفا كرونباخ، وبعد إدخال البيانات كانت نتائج الإختبار كما يلي :
- جدول رقم(2): يمثل معمل الفا كرومباخ الخاص بمجتمع الدراسة

عدد مفردات العينة(الاسئلة)	معامل الفا كرومباخ
16	,825

جدول رقم(02): يمثل عدد افراد العينة ومعامل الفاكرومباخ المصدر: من اعداد الباحث

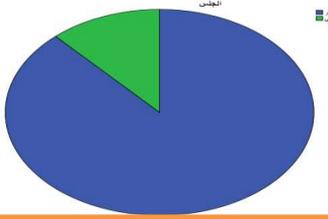
بما أن قيمة معامل ألفا كرومباخ هي 0.825 وهي قيمة أكبر من 0.6 وبالتالي يمكن القول أنه لو تم توزيع نفس عدد الإستمارات على نفس العينة أو على عينة مماثلة من نفس المجتمع لكانت نسبة التطابق 82.5% وبالتالي يمكن القول أن الإستمارة تمتاز بالثبات.

كما يتم قياس صدق الإستمارة بجذر قيمة معامل ألفا كرومباخ وفي هذه الحالة تكون قيمة معامل صدق المحك هي 90.82% وهذا يعني أن الإستمارة قادرة على تحقيق أهداف البحث بدرجة كبيرة .

#### • الدراسة الوصفية للبيانات الشخصية للعينة

في هذه النقطة من التحليل نقوم بعرض كل الخصائص الديمغرافية للعينة المدروسة في شكل جداول نسبية وأشكال، وحسب دراستنا السابقة لدينا خمس خصائص: الجنس، المؤهل العلمي، المنصب الوظيفي، والخبرة المهنية ويمكن تمثيل هذه الخصائص في شكا دوائر نسبية وأعمدة بيانية كما يلي :

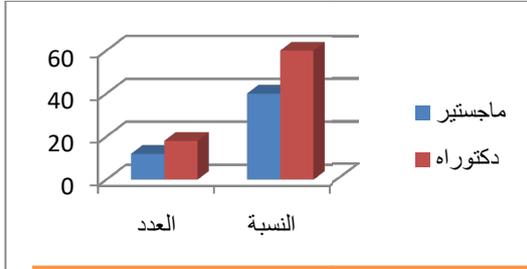
#### • الجنس: جنس العينة



الجنس	النسبة	العدد
ذكر	80	24
أنثى	20	6

جدول رقم(03): يمثل توزيع العينة حسب الجنس من اعداد الباحث

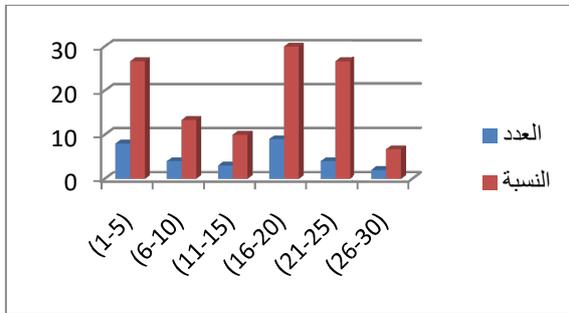
#### • المؤهل العلمي:



الشهادة العلمية	العدد	النسبة
ماجستير	12	40
دكتوراه	18	60

رقم(04): يمثل توزيع العينة حسب الشهادة العلمية من اعداد الباحث

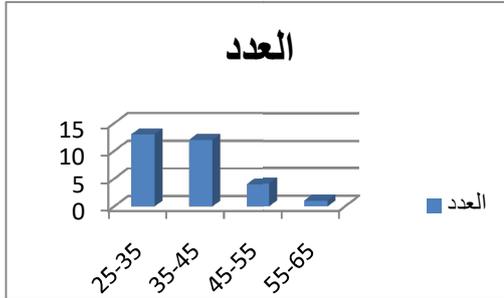
#### • الخبرة المهنية:



الفئة	العدد	النسبة
(1-5)	8	26,66
(6-10)	4	13,33
(11-15)	3	10
(16-20)	9	30
(21-25)	4	26,66
(26-30)	2	6,66

جدول رقم(05): يمثل توزيع العينة حسب الخبرة المهنية من اعداد الباحث

السن:



شكل رقم(04): يمثل توزيع العينة حسب الخبرة المهنية من اعداد الباحث

الفئة	العدد
25-35	13
35-45	12
45-55	4
55-65	1

جدول رقم(06): يمثل توزيع العينة حسب السن من اعداد الباحث

#### 4-5- الاتجاه العام لإجابات العينة على المحورين الثاني والثالث

يقصد معرفة الاتجاه العام (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري) لإجابات العينة عن كل عبارة في المحور أو للمحور ككل، لا بد من إنشاء متغير يمثل إجابات العينة حول المحور كل، وسنرمز في دراستنا هذه الى إجابات المحور الثاني (المتغير المستقل المحتوى الاعلامي للقوائم المالية) بالرمز (R1)، ونرمز لمتغير إجابات المحور الثالث (حوكمة الشركات) بالرمز (R2)، وقد حددنا أوزان كل إختيار من موجود في سلم ليكرت كما يلي :

الإختيار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
القيمة	1.79-1.00	2.59-1.80	3.39-2.60	4.19-3.40	5.00-4.20

جدول رقم(07): يمثل توزيع الأوزان لإجابات العينة، من اعداد الباحث.

وحدد طول الفترة بقسمة الأربع فراغات التي تفصل بين الإختبارات الخمسة وهو أربعة (4) على عدد الإختبارات وهو خمسة (5) أي أن طول الفترة هو 0.80:

#### • دراسة الإتجاه العام لإجابات العينة على المحور الثاني (R1):

بعد تحليل البيانات الميدانية الممثلة لإختبار إجابات واختيارات العينة حول عبارات المحور الثاني (R1) (المحتوى الاعلامي للقوائم المالية) باستخدام برنامج (SPSS) كانت النتائج كما يلي:

العبارة	العبارات	م/ الحسابي*	الانحراف /مع*	الإختيار
س1	قائمة الميزانية تلي كل الاحتياجات المطلوبة منها اعلاميا	3.9745	.48507	م
س2	قائمة الميزانية تعد وفقا لاطر الافصاح كما جاء في المبادئ المحاسبية	4.3824	.55129	م/ يش
س3	قائمة الدخل تلي متطلبات الافصاح المطلوب منها اعلاميا	3.8826	.64584	م
س4	قائمة التدفقات النقدية تبين بوضوح دورة الاستغلال في المؤسسة وتلبي الاحتياجات الضرورية من المعلومة	4.4118	.65679	م/ يش

## عز الدين فؤاد، مزيان سعيد

س5	قائمة حركة رؤوس الاموال لها أثر اعلامي كبير لمدى المتردددين عن عمليات الاكتتاب والاستثمار	3.9812	,50752	م
س6	الملاحق تعمل عمل اعلامي جبار من خلال تفصيلها في كل العمليات التي تقومها المؤسسة.	4.3529	,54397	م/بش
س7	المحتوى الاعلامي للقوائم المالية له أثر بالغ على سير وتسيير المؤسسة	3.7825	,52284	م
س8	المحتوى الاعلامي للقوائم المالية يمكن ان يأخذ جانب سلبي في حالة عدم اعداده بالطرق العلمية	4.2941	,57889	م/بش
R1	المحتوى الاعلامي للقوائم المالية	4.1327	,56152	م/بش
جدول رقم(08): يمثل متوسطات إجابات العينة الخاصة بالمحور الثاني، من اعداد الباحث *م/حسابي=متوسط حسابي - /معياري = انحراف معياري				

بعد ملاحظة إتجاه إجابات العينة على عبارات المحور الثاني (R1) ككل نجد أن قيمة المتوسط الحسابي 4.1327 بإنحراف معياري 0.56152 وبما ظان قيمة المتوسط الحسابي تقع ضمن مجال الإختيار موافق بشدة (4.19-3.40) فبإمكاننا القول أن الإتجاه العام لإجابات العينة حول المحور الثاني (R1) ككل تمركزت حول الاختيار موافق وبإنحراف ضعيف

### • دراسة الإتجاه العام لإجابات العينة على المحور الثالث(R2):

بعد تحليل البيانات لاختيارات العينة وإجاباتها حول عبارات المحور الثاني (R2) (حوكمة الشركات) باستخدام برنامج (SPSS) كانت النتائج كما يلي:

العبرة	العبارات	م/ الحسابي *	الانحراف /مع*	الإختيار
1ع	يلبي المحتوى الاعلامي للقوائم المالية جميع حقوق المساهمين	3.8845	0.45781	م
2ع	المحتوى الاعلامي للقوائم المالية الشفاف يبي المعاملة المتكافئة بين كل المساهمين	4.2245	0.54563	م/بش
3ع	المحتوى الاعلامي للقوائم المالية يعمل على ايجاد صيغة تفاهم وعلاقة بين اصحاب المصالح والمؤسسة	3.9987	0.65874	م
4ع	الافصاح والشفافية هم أهم مبادئ المحتوى الاعلامي للقوائم المالية	4.0212	0.25469	م/بش
5ع	المحتوى الاعلامي للقوائم المالية والاعلام عنها مسؤولي مجلس الادارة دون سواه	3.8545	0.47896	م
6ع	مبادئ حوكمة الشركات تظهر جليا في المحتوى الاعلامي للقوائم المالية	4.5632	0.32514	م/بش
7ع	كل ما كان المحتوى الاعلامي للقوائم المالية سيئ وردئ كان لها أثر سلبي على اتباع المؤسسة لمبادئ الحوكمة	3.2546	0.52147	م
8ع	العلاقة بين الافصاح والمحتوى الاعلامي للقوائم المالية وحوكمة الشركات هي علاقة وطيدة.	3.6587	0.45874	م/بش
R2	حوكمة الشركات	3.9325	0.46261	م/بش
جدول رقم(09): يمثل متوسطات إجابات العينة الخاص بالمحور الثالث، من إعداد الباحث *م/حسابي=متوسط حسابي - /معياري = انحراف معياري				

بعد ملاحظة إتجاه إجابات العينة على عبارات المحور الثاني (R2) ككل نجد أن قيمة المتوسط الحسابي 3.9325 بإنحراف معياري 0.46261، وبما ان قيمة المتوسط الحسابي تقع ضمن مجال الإختيار موافق بشدة (4.19-3.40)

فبإمكاننا القول أن الإتجاه العام لإجابات العينة حول المحور الثاني (R2) ككل تمركزت حول الاختيار موافق وبإنحراف ضعيف .

• اختبار فرق المتوسطين (T.test)

يستعمل هذا الإختبار قصد معرفة خصائص عينة الدراسة أو المتغيرات الوصفية على إجابات العينة على محاور الدراسة، بشرط أن تكون هذه المتغيرات تحتل حدثين أو إختبارين فقط، وفي دراستنا لدينا متغير الجنس فقط هو من يحتل حدثين هما ذكر أو أنثى، وبالتالي يمكن إجراء هذا الإختبار من خلال وضع الفرضيات التالية:

- **فرضية العدم (H0):** لا يوجد تأثير للمتغير الوصفي (الجنس) على إجابات العينة حول عبارات المحورين (R1.R2)، وتقبل الفرضية لما يكون مستوى المعنوية (sig) أكبر من 0.05 .
- **فرضية البديل (H1):** يوجد تأثير للمتغير الوصفي (الجنس) على إجابات العينة حول عبارات المحورين (R1.R2)، وتقبل الفرضية لما يكون مستوى المعنوية (sig) أقل من 0.05 .

المتغير	المحور	قيمة t المحوسبة	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الجنس	R1	6.61	33	0.015
	R2	0.034	33	0.85

جدول رقم(10): يمثل تأثير متغير الجنس على إجابات العينة. من اعداد الباحث

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان قيم مستوى المعنوية المتعلقة بتاثير الجنس على اجابات حول عبارات (R1/R2) R2

R1: مستوى المعنوية 0.015 أقل من 0.05 بمعنى أن إجابات العينة ونظرتها الى عبارات المحور الأول تتأثر بمتغير الجنس وبالتالي نرفض H0 ونقبل فرضية العدم H1  
 اما بالنسبة للمحور الثالث R2 فإن مستوى المعنوية لديه هو 0.85 أكبر من 0.05 وبالتالي تقبل الفرضية H0، ونرفض H1 وبالتالي نقول أنه لا توجد فروق في نظرة مجتمع الدراسة للمحور الثالث من بالنسبة لمتغير الجنس.

• معامل الارتباط:

يستعمل هذا الاختيار لمعرفة ارتباط المحورين R1 و R2 ببعضهما أي معرفة العلاقة بين المتغير الرئيسي والمتغير التابع في دراستنا، وفقا لمخرجات برنامج spss كانت النتائج كالتالي :

المحور	معامل الارتباط	عدد المفردات
R1	0.825	16
R2	0.825	16

جدول رقم (11): يمثل معامل الإرتباط بين محوري الدراسة، من اعداد الباحث

من خلال الجدول أعلاه نجد ان محاور الدراسة R1, R2 يرتبطان بعلاقة طردية قوية ومنه يمكن القول ان المحتوى الاعلامي للقوائم المالية يؤثر تأثيرا كبيرا على مبادئ حوكمة الشركات .

• إختيار فروق المتوسطات (ANOVA)

يستعمل هذا الاختيار لمعرفة درجة تأثير خصائص الدراسة (مجتمع الدراسة) ونقص هذا المتغيرات الوصفية كالمغيرات الوصفية على إجابات العينة على محاور الدراسة (R1, R2) ، شرط ان تكون هذه الخصائص تحتمل أكثر من حدثين ومن خلال دراستنا نجد ان الخصائص التي يمكن اجراء اختبار (TEST, AWOVA) عليها هي المؤهل العلمي : السن، الشهادة العلمية، الخبرة المهنية ، بوضع الفرضيات التالية :

- **فرضية العدم (H0):** لا يوجد تأثير للمتغير الوصفي ( السن، الشهادة العلمية، الخبرة المهنية) على إجابات العينة حول عبارات المحورين (R1.R2)، وتقبل الفرضية لما يكون مستوى المعنوية (sig) أكبر من 0.05.
- **فرضية البديل (H1):** يوجد تأثير للمتغير الوصفي ( السن، الشهادة العلمية، الخبرة المهنية) على إجابات العينة حول عبارات محاورين (R1.R2)، وتقبل الفرضية لما يكون مستوى المعنوية (sig) أقل من 0.05.

بالاعتماد على برنامج SRS كانت النتائج لهذا الاختيار كالتالي :

المتغير	المحور	قيمة F	درجة الحرية	مستوى المعنوية
السن	R1	1.2	2	0.24
	R2	1.0	2	0.39
المؤهل العلمي	R1	3.46	2	0.42
	R2	1.62	2	0.39
الخبرة المهنية	R1	2.99	5	0.2
	R2	4.65	5	0.32

جدول رقم(12): يمثل إختبار anova على محاور الدراسة. من اعداد الباحث

من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق نجد ان مستوى المعنوية المتعلقة بتأثير متغير السن على محوري الدراسة (R1 R2) ، كلها أكبر من 0.05 اي نقبل H0 ونرفض H1 وعليه فإن السن لا يؤثر في نظرة افراد العينة لمحوري الدراسة.

وكذلك نفس الشيء للشهادة العلمية والخبرة المهنية وكلاهما نرفض H1 ونقبل H0 فرضية العدم اي لا يوجد خصوصيات تتعلق بالشهادة العلمية والخبرة المهنية في اجابات العينة على اسئلة محاور الدراسة (R1, R2).

**النتائج والاقتراحات :**

بعد انتهاء دراستنا بجانبها النظري والتطبيقي والذي يمثل صبر آراء الأساتذة الجمعيين المتخصصين في العلوم الاقتصادية وخصوصا تخصص المحاسبة والمالية أو الذين لهم اهتمامات محاسبية من خلال تدريس المقاييس المحاسبية المالية، توصلنا الى مجموعة نتائج واقتراحات نوجزها فيما يلي :

#### ■ النتائج:

- المحتوى الاعلامي للقوائم المالية يعمل على شكل بوصلة توجه المؤسسة وأصحاب المصالح والغير ككل على حد سواء.
- كل ما كان المحتوى الاعلامي للقوائم المالية مفصل كلما كان له أثر ايجابي على تطبيق مبادئ الحوكمة وساعدها على الابداع في التسيير والتطور .
- هناك علاقة طردية ايجابية بين مبادئ الحوكمة والمحتوى الاعلامي بقوائم المالية والعكس بالعكس.
- تطبيق مبادئ الحوكمة يؤثر على المحتوى الاعلامي للقوائم المالية وعلى الجهات التي تستفيد منها، كذلك على موثوقيتها.
- تؤثر مبادئ الحوكمة في كل قائمة مالية ومحتواها بشكل مختلف فهناك قوائم تولي لها الحوكمة اهمية بالغة نظرا لاستخدامها على نطاق واسع ونظرا لأهميتها القصوى لكل المهتمين بشأن المؤسسة سواء داخليين أو خارجيين .

#### ■ التوصيات:

- على المؤسسات بمختلف انواعها ايلاء اهمية لازمة للمعلومات الملحقه التي تفسر الارقام الموجودة في القوائم
- ضرورة ايلاء المؤسسات لمنشورات تفصيلية لشرح الوضعيات المالية وافاق الاستثمار والفرص المتاحة على مستواها لاستقطاب اليد العاملة و المستثمرين المحتملين.
- ضرورة استخدام جميع الوسائط التكنولوجية لايصال المعلومات المالية لأكبر شريحة من المستخدمين لها و ابراز اهم الشروحات اللازمة و ارفاقها بخدمة الاستعلامات التي تجيب وتفسر وتبين كل معلومة غير واضحة ويحتاج لتفسير.
- القيام برمجة ايام مفتوحة و تخصيص منابر للمؤسسة يستطيع مستخدم المعلومات المالية الاتصال بها عن طريقها في كل وقت اقتضت الضرورة فيه .

#### خاتمة

مما سبق يمكننا ان نقول ان المحتوى الاعلامي للقوائم المالية وحوكمة الشركات مرتبطان ارتباطا وثيقا ببعضهما البعض وان كل سعي من المؤسسة للتقيد بالمحتوى الاعلامي الشفاف لقوائمها المالية يصب في سعيها الى تبني مبادئ الحوكمة والتسيير بالشفافية، وأيضا يمكن القول ان كل مستخدم القوائم المالية على اختلاف نوع استفادتهم منها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، يعتمدون على المحتوى الاعلامي لهذه الوثائق بدرجة كبيرة ويسعون لفهم هذا المحتوى الذي وجب ان يراعي جميع المتطلبات من المعلومات الضرورية التي تساعدهم على اتخاذ القرار المناسب.

- <sup>1</sup> صلاح الدين سواالم، مدى مساهمة الالتزام بتطبيق معايير المحاسبة الدولية في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2014-2015، ص31.
- <sup>2</sup> شبايكي سعدان، المحاسبة العامة وفقا للمخطط المحاسبي الوطني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص8
- <sup>3</sup> صلاح الدين سواالم، مدى مساهمة الالتزام بتطبيق معايير المحاسبة الدولية في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2013/2014، ص77.
- <sup>4</sup> الياس بن ساسي، يوسف قريشي، التسيير المالي دروس وتطبيقات، دار وائل، عمان، 2006، ص204.
- <sup>5</sup> عدنان تايه النعيمي واخرون، الإدارة المالية النظرية والتطبيق، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص89.
- <sup>6</sup> الفضيل محمد الصديق، المعالجة المحاسبية لنشاطات المؤسسات الاقتصادية وفق النظام المحاسبي المالي دراسة حالة مؤسسة نفضال البليدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2009/2010، ص71
- <sup>7</sup> محمد مصطفى سليمان، حوكمة الشركات ودور أعضاء مجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص150.
- <sup>8</sup> جمال لعشيشي، محاسبة المؤسسة والجباية وفق النظام المحاسبي الجديد، الجزائر، دار pages bleues، 2010، ص17.
- <sup>9</sup> حسن القاضي، مأمون حمدان، المحاسبة الدولية ومعاييرها، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص273.
- <sup>10</sup> Barnad Mariis et patrik bomoit, gouvernement d entreprise et communication financier in Economica,2004,paris,p 105.
- <sup>11</sup> محمد سليمان، حوكمة الشركات ودور اعضاء مجالس الادارة والمديرين التنفيذيين، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص15.
- <sup>12</sup> أحمد مخلوف "الآزمة المالية العالمية واستنزاف الحل بإستخدام مبادئ الإفصاح والشفافية وحوكمة الشركات من منظور اسلامي، الملتقى الدولي حول الآزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، كية العلوم الاقتصادية جامعة سطيف، 2009، ص09.
- <sup>13</sup> طارق عبد العال، حوكمة الشركات المفاهيم والمبادئ التجارب المتطلبات تطبيقات الحوكمة في المصارف، الدار الجامعية، مصر، ص23.
- <sup>14</sup> ابراهيم سيد أحمد، حوكمة الشركات ومسؤولية الشركات غير الوطنية وغسل الأموال، الدار الجامعية، مصر، 2010، ص164.
- <sup>15</sup> طلال الحجاوي، سالم الزويجي، القياس المحاسبي ومحدداته وإنعكاساته على رأي مراقب الحسابات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص17.
- <sup>16</sup> حسن القاضي، مأمون حمدان، مرجع سبق ذكره، ص274.
- <sup>17</sup> محسن أحمد الحضيري، حوكمة الشركات، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2005، ص132.