



تأثير الذكاء العاطفي على الإفصاح المحاسبي ودوره في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين

## The Impact of Emotional Intelligence on Accounting Disclosure and Its Role in Enhancing the Mental Image of Investors

م. د. حلیم اسماعیل شنته

جامعة المستنصرية / كلية الإدارة والاقتصاد/ قسم المحاسبة

[haleem\\_i\\_sh2008@uomustansiriyah.edu.iq](mailto:haleem_i_sh2008@uomustansiriyah.edu.iq)

ORCID: 0000-0002-2880-3556

### المستخلص

يهدف هذا البحث إلى اكتشاف تأثير الذكاء العاطفي على الإفصاح المحاسبي، وأثره في تعزيز الصورة الذهنية للمستثمرين، عن طريق توضيح أهمية متغيرات البحث بأبعاده ومعرفة ما إذا كان يؤثر انعكاس الذكاء العاطفي على الإفصاح المحاسبي في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، ولتحقيق أهداف البحث، قام الباحث بإعداد استبانة شملت ثلاثة محاور مكونة من (39) سؤالاً، ووزعت (120) استبانة على عينة قصدية من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، وقد استردت (89) استبانة، وجرى تحليل البيانات باستعمال البرنامج الإحصائي (SPSS) وعدد من الأدوات الإحصائية، توصل الباحث إلى جملة من الاستنتاجات أهمها إن أبعاد الذكاء العاطفي تساهم بشكل فعال في تحفيز المصارف على تحسين ممارسات الإفصاح المحاسبي، مما يعزز من الشفافية والمصداقية في التقارير المالية، كما ثبت أن أبعاد الذكاء العاطفي تسهم بشكل إيجابي في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، من خلال تعزيز فهمهم وتفسيرهم للمعلومات المحاسبية مما يرفع من الثقة في المصارف.

الكلمات المفتاحية: الذكاء العاطفي، الإفصاح المحاسبي، الصورة الذهنية، المستثمرين.

### Abstract

This research aims to discover the impact of emotional intelligence on accounting disclosure, and its role in enhancing the mental image of investors, by clarifying the

importance of the research variables with their dimensions and finding out whether the reflection of emotional intelligence on accounting disclosure affects the improvement of the mental image of investors, and to achieve the research objectives, the researcher prepared a questionnaire that included three axes consisting of (39) questions and distributed (120) questionnaires to a purposive sample of banks listed in the Iraq Stock Exchange, 89 questionnaires were retrieved.) The data were analyzed using (SPSS) and several statistical tools. The researcher reached several conclusions, the most important of which are that the dimensions of emotional intelligence contribute effectively to motivating banks to improve accounting disclosure practices, which enhances transparency and credibility in financial reports, and that the dimensions of emotional intelligence contribute positively to improving the mental image of investors, by enhancing their understanding and interpretation of accounting information, which increases confidence in banks.

**Keywords:** Emotional Intelligence, Accounting Disclosure, Mental Image, Investors

## 1. مقدمة

يلعب الذكاء العاطفي دورًا متزايد الأهمية في تعزيز الكفاءة والفاعلية على مستوى الأفراد والشركات والمجتمعات، فنجاح الأفراد وإحساسهم بالرضا لا يعتمد فقط على الذكاء العقلي بل يرتبط بعمق بمهارات الذكاء العاطفي، الذي يُعد في كثير من الأحيان مفتقدًا في بيئات العمل. وتوفر بيئة العمل التي تنسم بالذكاء العاطفي أساسًا متينًا لتعزيز القدرات الشخصية والإبداعية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء وتطوير القدرات التعليمية.

كما يُعد الإفصاح المحاسبي عنصرًا محوريًا في تزويد المستثمرين وأصحاب المصلحة بالمعلومات المالية الضرورية لاتخاذ قرارات مستنيرة، وقد يلعب الذكاء العاطفي دورًا حيويًا في تحسين جودة هذا الإفصاح عبر تمكين المحاسبين والمديرين الماليين من توصيل المعلومات بطريقة تراعي ردود الفعل المحتملة من الجمهور المستهدف. على سبيل المثال، يتمتع الأفراد ذوو الذكاء العاطفي العالي بقدرة متزايدة على إدراك مناطق الغموض أو سوء الفهم المحتملة في تواصلهم، وإجراء التعديلات اللازمة لتعزيز وضوح الإفصاح المحاسبي.

وأن الإفصاح المحاسبي المدعوم بالذكاء العاطفي يسهم في بناء الثقة وتقليل مشاعر القلق لدى المستثمرين، حيث يعزز الوضوح والدقة في نقل المعلومات مما يرفع مستوى الاطمئنان لدى الجمهور، وبناءً على ذلك، ينبغي للشركات أن تعزز تطوير مهارات الذكاء العاطفي لدى موظفيها لتعزيز كفاءة التواصل والإفصاح، بما ينعكس إيجابًا على الإفصاح المحاسبي وثقة المستثمرين.

## 2. منهجية البحث

### 1.2. مشكلة البحث

يعتمد المستثمرون على المعلومات المحاسبية لاتخاذ قرارات مستنيرة حول مكان استثماراتهم، فإذا كانت المعلومات المقدمة غير واضحة أو غير دقيقة فقد يؤدي إلى زيادة القلق وعدم اليقين، وبالتالي سيكونون أقل ثقة في قراراتهم. ومن ناحية أخرى، فإن الإفصاح المحاسبي عالي الجودة الذي يتم تقديمه بوضوح ودقة يمكن أن يؤثر بصورة مباشرة على نفسية المستثمرين، وبالتالي يساعد على الشعور بمزيد من الثقة والاطلاع، مما يقلل من القلق وعدم اليقين.

وبناءً على ما جاء يمكن استعراض مشكلة البحث من خلال التساؤلات الآتية: -

1. هل تعتمد المصارف في سوق العراق للأوراق المالية عينة البحث على الذكاء العاطفي لغرض الإفصاح المحاسبي؟
  2. هل إن إفصاح المصارف في سوق العراق للأوراق المالية عينة البحث على المعلومات المحاسبية وفق الذكاء العاطفي يساعد في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين؟
- ### 2.2. أهمية البحث: -

تأتي أهمية البحث من خلال بيان التأثير الكبير للذكاء العاطفي على الإفصاح المحاسبي وسيكولوجية المستثمرين، حيث يشير الذكاء العاطفي إلى قدرة الفرد على توصيل المعلومات المحاسبية وكيفية إدراك المستثمرين لتلك المعلومات، من خلال إدراك وفهم وإدارة عواطفه ومشاعر الآخرين.

وعليه فإن اعتماد الذكاء العاطفي للإفصاح عن المعلومات المحاسبية للمصارف (عينة البحث) يمكن أن يؤثر على مدى قدرة الفرد على توصيل المعلومات المالية وكيفية إدراك المستثمرين لتلك المعلومات، وبالتالي سوف يساعد في تحسين الصورة الذهنية لدى المستثمرين في تلك المصارف.

### 3.2. أهداف البحث: -

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف الآتية: -

1. تقديم إطار نظري عن الذكاء العاطفي وبيان تأثيره على إدراك وفهم وإدارة عواطفه ومشاعر المستثمرين.
2. التعرف على دور الذكاء العاطفي في تعزيز عملية الإفصاح المحاسبي في المصارف في سوق العراق للأوراق المالية.
3. بيان مدى اعتماد الذكاء العاطفي لدى المصارف (عينة البحث) للإفصاح المحاسبي لغرض تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين.

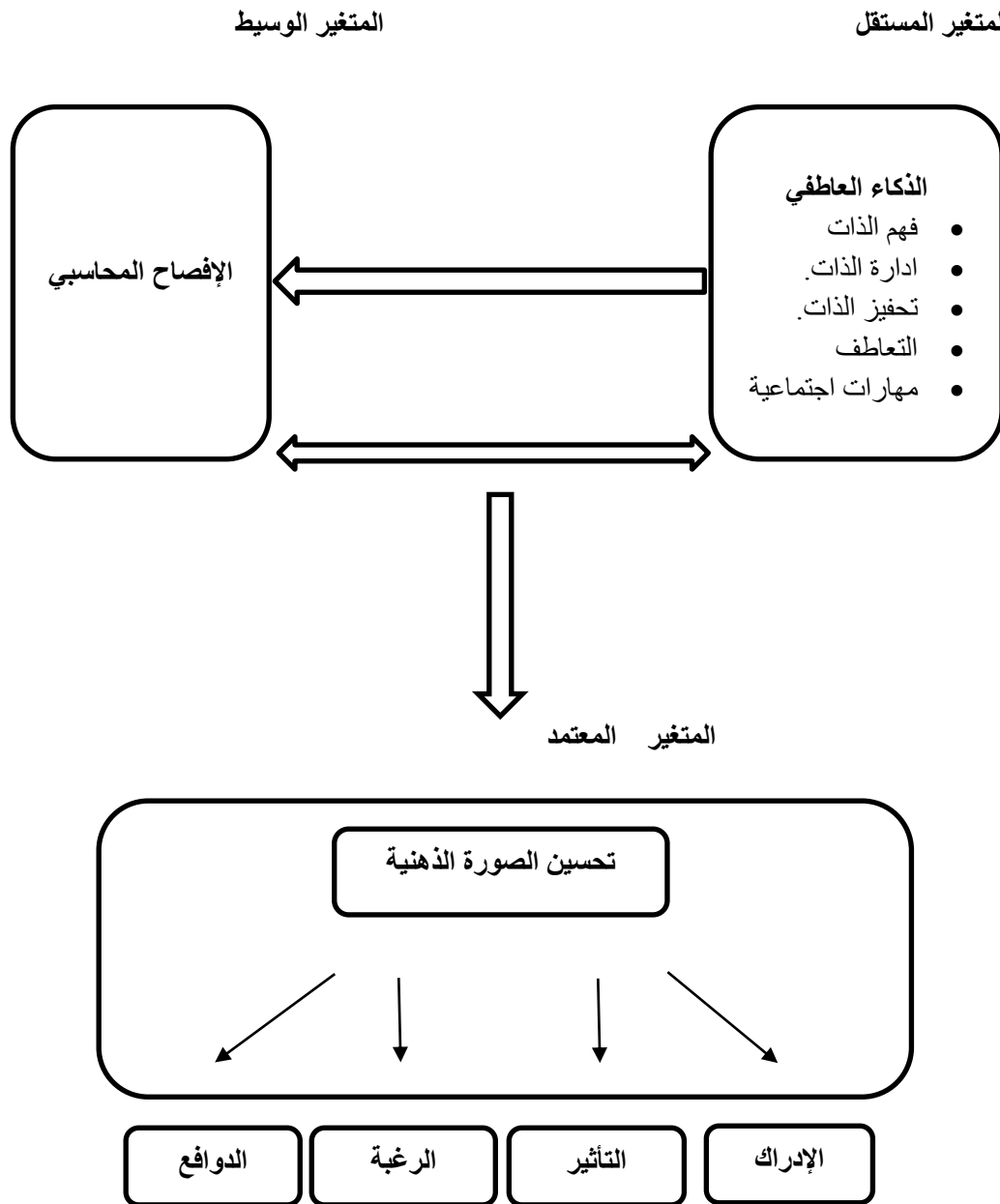
### 4.2. فروض البحث: -

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للإفصاح المحاسبي على تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين في المصارف (عينة البحث) في سوق العراق للأوراق المالية بتوسيط أبعاد الذكاء العاطفي، وبناءً على الفرضية البحث الرئيسية لتحقيق، يمكن صياغة فرضيات البحث الفرعية وهي كالآتي: -

1. يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً إحصائياً في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين.

2. يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً إحصائياً في أبعاد الذكاء العاطفي وهي: (فهم الذات، ادارة الذات، تحفيز الذات، التعاطف، المهارات الاجتماعية).
  3. تتوسط أبعاد الذكاء العاطفي العلاقة بين الإفصاح المحاسبي وتحسين الصورة الذهنية للمستثمرين في المصارف (عينة البحث) بمعنوية ذات دلالة إحصائية.
- 5.2. أنموذج البحث: -

يوضح الشكل (1) أنموذج البحث لقياس دور الإفصاح المحاسبي وفق الذكاء العاطفي في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين.



الشكل (1): أنموذج البحث المصدر: اعداد الباحث

### 3. الإطار المفاهيمي للذكاء العاطفي

#### 1.3. مفهوم وتعريف الذكاء العاطفي

الذكاء العاطفي هو محصلة وثمره مجموعة من البحوث في مجال البحوث النفسية التي ظهرت منذ أكثر من 40 عاماً، وانحصرت تلك البحوث بمجالين الأول الإدراك والتأثير، والثاني التطور في نماذج الذكاء نفسه. ( Brackett et al.,2011)

يعرف الذكاء العاطفي بأنه قدرة الانسان على التعامل الإيجابي مع نفسه والآخرين، بحيث أن كثيراً من المشاعر تتولد نتيجة نمط معين من الأفكار وإذا غيرنا الفكر تتغير المشاعر (بكر:2015،251)، والذكاء العاطفي هو نسبة الذكاء المتعلقة بمشاعر الفرد ومهارته الاجتماعية وقدرته على فهم ذاته وتنظيم نفسه ودافعيته وقدرته على فهم المكونات العاطفية للآخرين والتعامل معهم بما يصب في تحقيق أهدافه وبما يؤمن حالة من التوافق السلوكي. (سلامة:2009،4)

وعُرف بأنه قدرة الفرد على التعرف على مشاعره الخاصة، ومشاعر الآخرين وعلى تحفيز ذاته وإدارة مشاعره وعلاقاته مع الآخرين. (Ryan,2014:4)

وعرف الباحث الذكاء العاطفي بأنه (قابلية أو قدرة الفرد على فهم عواطفه بشكل صحيح والمقدرة على معالجتها بالشكل المطلوب، وكذلك إدراك وفهم مشاعر الآخرين عند قيامهم بالمهام الرئيسية المطلوبة بشكل صحيح).

وان الذكاء العاطفي (EI) هو بناء متعدد الأبعاد يتضمن عدة مكونات، مثل ادارة الذات، الوعي الذاتي، والتنظيم الذاتي، تحفيز الذات، والوعي الاجتماعي، وكذلك إدارة العلاقات، وترتبط هذه المكونات بقدرة الفرد على إدارة العواطف والتواصل بشكل فعال مع الآخرين لقد وجد أن الذكاء العاطفي يرتبط بشكل إيجابي بالعديد من النتائج المتعلقة بالعمل.

يشير الذكاء العاطفي إلى القدرة على إدراك وفهم وتنظيم والتعبير عن العواطف بشكل فعال. في سياق الإفصاح المحاسبي، يمكن أن يؤثر الذكاء العاطفي على جودة المعلومات المقدمة للمستثمرين، وكذلك على كيفية تفسير المستثمرين لتلك المعلومات والتفاعل معها.

وان الذكاء العاطفي له القدرة على تحديد وفهم وإدارة عواطف الفرد، وكذلك التعرف على عواطف الآخرين والتأثير عليها، وفي سياق الإفصاح المحاسبي وعلم نفس المستثمر، يمكن أن يلعب الذكاء العاطفي دوراً مهماً في جودة التقارير المالية وصنع القرار من قبل المستثمرين.

#### 2.3. أهمية الذكاء العاطفي

ان للذكاء العاطفي دوراً مهماً في تحديد نجاح الأفراد وتقييم كفاءتهم إذا يساهم الذكاء العاطفي في حل الكثير من الأحداث في البيئات المتنوعة، كما يمنح درجة من الاتساق بين المبادئ والقيم الاجتماعية والعواطف، الأمر الذي يشعر الأفراد بالراحة النفسية والقدرة على تحفيز الذات وخلق وتطوير علاقات اجتماعية قوية ومتينة، إذ يرفع الذكاء العاطفي من أداء الموظفين بشكل عام والذي يمكن ملاحظته من خلال التزامهم بالمواعيد، وكفاءتهم في إنجاز المهام الموكلة لهم،

والدقة في إنجازاتهم، والعمل بروح الفريق، ويمكن بيان أهمية الذكاء العاطفي بالآتي: - (Dhani,2017:8) (الربيعي وصخر، 2021:4)

1. ان الأفراد ذوو الذكاء العاطفي العالي يتميزون بفهم أفضل للمعلومات المالية مما يمكنهم من اتخاذ قرارات استثمارية رشيدة وتحليل المخاطر والفرص بشكل أكثر فاعلية.
  2. ان الذكاء العاطفي يعزز قدرة المحاسبين على توصيل المعلومات المالية بوضوح، مما يزيد من شفافية ومصادقية الإفصاح المحاسبي.
  3. ان الشركات ذات الذكاء العاطفي تتمتع بإفصاح محاسبي يتميز بالشفافية والشمولية، مما يعزز مصداقية المعلومات المالية ويزيد من ثقة المستثمرين.
  4. المستثمرون ذوو الذكاء العاطفي العالي قادرون على تقييم المحتوى العاطفي للمعلومات المالية واعتبار الدوافع المحتملة التي قد تؤثر على الإفصاح، مما يجعلهم أقل عرضة للتأثر بتقلبات الأسعار قصيرة المدى.
  5. ان المستثمرون الذين يفتقرون إلى الذكاء العاطفي قد يكونون أكثر عرضة للتحييزات العاطفية، مثل المبالغة في رد الفعل تجاه تقلبات السوق قصيرة الأجل، مما قد يؤدي إلى قرارات استثمارية غير مدروسة.
- وفي الختام، يرى الباحث ان الذكاء العاطفي يلعب دورا هاما في الإفصاح المحاسبي وسيكولوجية المستثمرين، ويمكن أن يؤدي الذكاء العاطفي المرتفع إلى إفصاح محاسبي أكثر موضوعية واكتمالاً، بالإضافة إلى اتخاذ قرارات استثمارية أكثر استنارة ونجاحاً.

### 3.3. دور أبعاد الذكاء العاطفي في الإفصاح المحاسبي

يتضمن الذكاء العاطفي خمسة أبعاد ويمكن أن تلعب تلك الأبعاد دوراً حاسماً في الإفصاح المحاسبي على النحو التالي: - (Dhani,2017:8)

#### 1. فهم الذات (Self-awareness)

تعني معرفة كيفية التعامل ومعالجة المشاعر التي تؤذي وتزعجه، وتمثل هذه المعالجة أساس الذكاء العاطفي، وتنقسم إلى: -

- التفاهم الشخصي: الفهم العميق لنفس المحاسب يساعده على التعامل مع التحديات والضغوط المالية والمحاسبية بشكل فعال، كما يمكنه تقييم نقاط القوة والضعف الشخصية وكيفية تأثيرها على اتخاذ قرارات المستثمرين المهمة.

- التفاعل الداخلي: يمكن لفهم الذات أن يؤثر على كيفية توجيه المحاسب للتقارير المالية والمحاسبية بطريقة تعكس قيم الشركة وأهدافها بشكل أفضل، مما يساهم في تحسين الإفصاح المحاسبي.

## 2. إدارة الذات (Self-management)

هي القدرة على قراءة الفرد لمشاعره وإدراك تأثير تلك المشاعر وردود الأفعال الفرد والاستجابة للمواقف المختلفة، وتقسم إلى: -

- التحكم في العواطف: القدرة على إدارة الضغوط والعواطف خلال عملية الإفصاح المحاسبي تساهم في تقديم التقارير بدقة وشفافية، بحيث يمكن لإدارة الذات أن تساهم في اتخاذ القرارات المستثمرية المهمة بطريقة متزنة ومدروسة.
- التفاعل مع الآخرين: القدرة على التفاعل بشكل فعال مع الزملاء والزبائن والمستثمرين يساهم في تعزيز التواصل وبناء علاقات قوية، مما يعزز الثقة في الإفصاح المحاسبي ويحسن الصورة الذهنية للشركة.

## 3. تحفيز الذات (Self-motivation)

يعني إن الذكاء الانفعالي يؤثر بقوة وعمق في كافة القدرات الأخرى إيجاباً وسلباً، لأن حالة الفرد الانفعالية تؤثر على قدراته العقلية وأدائه بشكل عام، ويقسم إلى: -

- التحفيز الشخصي: القدرة على الحفاظ على الدافعية والالتزام بتقديم تقارير مالية دقيقة وفي الوقت المناسب تعكس التزام المحاسب بمعايير الجودة والأخلاق.
- تحقيق الأهداف الشخصية والمهنية: ويعني إن التفاني في تحقيق الأهداف المالية والمحاسبية يمكن أن يوجه الاختيارات في الإفصاح المحاسبي بما يخدم مصالح الشركة والمستثمرين على حد سواء.

## 4. التعاطف (Empathy)

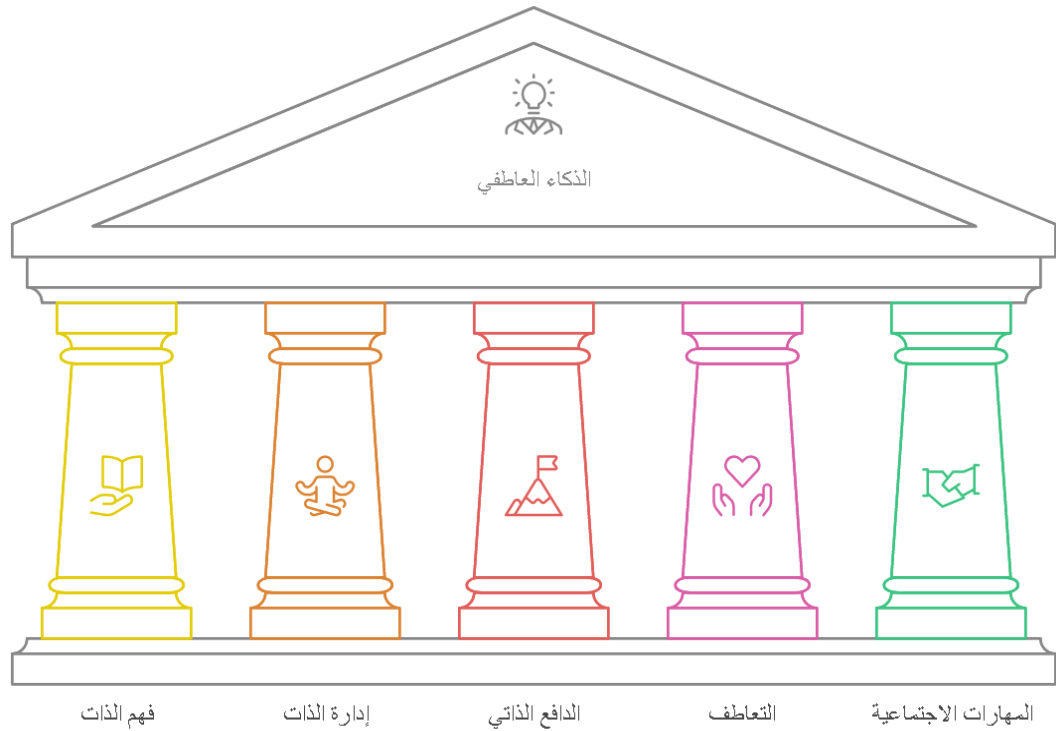
- يقصد به معرفة وإدراك مشاعر الغير مما يؤدي إلى التناغم الوجداني مع الآخرين وتعني قدرة الفرد على قراءة مشاعر الآخرين من خلال صورتهم وتعابير وجوههم، وليس بالضرورة مما يقولون، ويقسم إلى: -
- فهم احتياجات المستثمرين: القدرة على التعاطف وفهم احتياجات وتوقعات المستثمرين يساعد في تقديم المعلومات المحاسبية بشكل يلبي تلك الاحتياجات، مما يعزز الثقة والتفاهم المتبادل.
- التعامل مع القضايا الجوهرية بحذر: القدرة على التفاعل بشكل مهني وحساس مع المسائل الجوهرية في التقارير المالية تساعد على تقديم معلومات شافية وتجنب السلوكيات غير المهنية.

## 5. المهارات الاجتماعية (Social skills)

- يقصد بها التعامل الجيد والفعال مع الآخرين بناءً على فهم ومعرفة مشاعرهم، وتعني كيفية التعبير الناس عن مشاعرهم، ومدى نجاحهم أو فشلهم في التعبير عن هذه المشاعر، وتأثير الإيجابي والقوي في الآخرين عن طريق إدراك انفعالاتهم ومشاعرهم، ومعرفة متى تقود ومتى تتبع الآخرين، وتقسم إلى: -
- التفاعل الفعال: القدرة على التعامل بفاعلية مع فريق العمل يعزز من الإفصاح المحاسبي ويعزز التعاون الفعال داخل الشركة.

- بناء العلاقات القوية: القدرة على بناء علاقات قوية مع الزملاء والمستثمرين يساهم في تعزيز الصورة الذهنية للشركة وزيادة جاذبيتها كمكان موثوق للاستثمار.

باستعمال هذه الأبعاد، يمكن للذكاء العاطفي أن يعزز من الإفصاح المحاسبي من خلال تعزيز التواصل الفعال، وإدارة الضغوط بشكل فعال، وفهم احتياجات المستثمرين، وتعزيز الثقة في الشركة، وبناء علاقات قوية، والشكل (2) يوضح أبعاد الذكاء العاطفي، وكالاتي: -



الشكل رقم (2) أبعاد الذكاء العاطفي

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر المذكورة أعلاه.

#### 4.3. تأثير الذكاء العاطفي على سيكولوجية المستثمرين

يعد الذكاء العاطفي عاملاً مهماً يؤثر على سيكولوجية المستثمرين؛ إذ إنه يزودهم بالقدرة على التحكم في استجاباتهم العاطفية تجاه التغيرات الاقتصادية والمالية، ويساهم في اتخاذ قرارات استثمارية أكثر استقراراً وعقلانية، فالأفراد ذوو الذكاء العاطفي المرتفع يميلون إلى إدراك أعماق للمعطيات المالية ما يمكنهم من تجنب القرارات المتهورة الناتجة عن ردود الفعل العاطفية، مثل الخوف أو الطمع، وخاصة في أوقات تقلبات السوق، وأظهرت الدراسات أن هذه الفئة من المستثمرين أكثر قدرة على اتخاذ قرارات طويلة المدى تعتمد على التحليل الدقيق، بدلاً من ردود الفعل السريعة المتأثرة بالضغوط السوقية، كما وجد أن الذكاء العاطفي يعزز من الثقة بالنفس ويقلل من مشاعر القلق والتوتر، مما يساهم في زيادة استقرار استثماراتهم.(Bar-On, 2006:28)

يؤكد ذلك أن الذكاء العاطفي يساهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية ومستدامة للمستثمرين حول استثماراتهم، مما يعزز من مرونتهم النفسية وقدرتهم على التعامل مع الضغوطات المالية بشكل أكثر فعالية، فضلاً عن تساعد قدرات الذكاء العاطفي للمستثمرين في تنظيم عواطفهم واستجاباتهم تجاه الأخبار الاقتصادية السلبية، ما يعزز من استقرارهم النفسي. فقد وجدت دراسة أجرتها (Yip & Côté) أن المستثمرين الذين يتمتعون بمستويات عالية من الذكاء العاطفي يميلون إلى اتخاذ قرارات استثمارية أكثر عقلانية وأقل عرضة للتقلبات العاطفية، مما يتيح لهم القدرة على إدارة استثماراتهم بفعالية أكبر حتى في ظل ظروف عدم اليقين. (Yip & Côté, 2013:543)

الذكاء العاطفي له دور واضح أيضاً في تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى المستثمرين حول استثماراتهم، إذ يظهر أن الثبات الانفعالي والقدرة على ضبط النفس تؤدي إلى تعزيز الثقة بالقرارات المتخذة، وهذا ينعكس إيجابياً على موقفهم من السوق واستثماراتهم بشكل عام. (Laborde et al., 2014:39)

### 5.3. تأثير الذكاء العاطفي على الإفصاح المحاسبي

يعد الذكاء العاطفي (EI) أحد المفاهيم الحيوية التي أظهرت الدراسات الحديثة ارتباطاً وثيقاً بالإفصاح المحاسبي. يشير الذكاء العاطفي إلى قدرة الأفراد على التعرف على مشاعرهم الشخصية وفهمها وتنظيمها، فضلاً عن القدرة على التعرف على مشاعر الآخرين والتفاعل معها بطريقة فعالة، وفي سياق المحاسبة، يمكن أن يكون الذكاء العاطفي مهماً بشكل خاص في تحسين الإفصاح المحاسبي، وهو ما ينعكس في قدرة الشركات على تقديم معلومات شفافة، واضحة، وموثوقة للمستثمرين وأصحاب المصلحة. (Ji & McInnes, 2017: 12)

وقد وجدت الكثير من الدراسات أن الذكاء العاطفي يرتبط بشكل إيجابي بالإفصاح المحاسبي، فعلى سبيل المثال، وأظهر (Saputri & Susanto) أن الشركات التي تتمتع بمستويات أعلى من الذكاء العاطفي في فرقها الإدارية كانت أكثر عرضة لتقديم إفصاح محاسبي عالية الجودة. (Saputri & Susanto, 2023:18) تم تأكيد هذه النتائج في دراسة Ji & McInnes، حيث وجد الباحثون أن الشركات التي يتمتع فيها المديرون التنفيذيون بمستويات عالية من الذكاء العاطفي كانت تقدم تقارير مالية وإفصاح محاسبي أكثر شفافية ومصداقية. (Ji & McInnes, 2017: 13)

كما أكدت دراسة (Ahmad et al.) أن المدققين الذين يمتلكون مستويات عالية من الذكاء العاطفي كانوا أكثر قدرة على تحديد المشكلات في إعداد التقارير المالية، الأمر الذي يمكن أن يعزز الإفصاح المحاسبي (Ahmad et al., 2015: 51). هذه الدراسات تشير إلى أن المديرين والمحاسبين الذين يمتلكون قدرة على فهم العواطف الشخصية وعواطف الآخرين يمكنهم اتخاذ قرارات أفضل بشأن الإفصاح المحاسبي، ومن ناحية أخرى فقد وجدت دراسة (Nurni & Widodo) أن المديرين الذين يمتلكون مستويات عالية من الذكاء العاطفي قادرون على تقديم الإفصاح المحاسبي بطريقة أكثر وضوحاً ودقة مما يساهم في تعزيز الثقة لدى المستثمرين، وهذا يعزز من قدرة الشركات على جذب الاستثمارات وتوسيع قاعدة المستثمرين. (Nurni & Widodo, 2019: 79)

ويرى الباحث أن الذكاء العاطفي له تأثير إيجابي على الإفصاح المحاسبي، فضلاً عن تأثيرها على نفسية المستثمر، فعندما يكون المديرون والمحاسبون على دراية بكيفية إدارة عواطفهم والتفاعل مع عواطف الآخرين، يصبحون أكثر قدرة على تقديم معلومات محاسبية واضحة وموثوقة، كما أن هذا الأمر يعزز من ثقة المستثمرين ويساهم في استقرار الأسواق المالية حيث إن فهم تأثير الذكاء العاطفي على اتخاذ القرار قد يساعدهم على اتخاذ قرارات استثمارية أفضل وتقليل التحيزات العاطفية.

### 3.6. تأثير سيكولوجية المستثمر على قرارات المستثمرين

تؤدي سيكولوجية المستثمر دوراً كبيراً في تشكيل قرارات المستثمرين، حيث يمكن أن تؤثر مشاعر المستثمرين مثل التفاؤل أو التشاؤم على أسعار الأسهم، مما يؤدي إلى حدوث فقاعات سعرية ومن ثم انهيارها، على سبيل المثال عندما يكون المستثمرون متفائلين يمكنهم دفع أسعار الأسهم إلى أعلى من قيمتها الجوهرية، مما يخلق فقاعة مضاربة، وفي المقابل يمكن أن تؤدي المشاعر السلبية أو التشاؤم إلى انخفاض سريع في أسعار الأسهم، مما يؤدي في الغالب إلى تصحيحات في السوق ويرتبط هذا النوع من السلوك باتخاذ قرارات عاطفية حيث يتصرف المستثمرون بناءً على مشاعرهم بدلاً من التحليل العقلاني لظروف السوق. (Baker & Wurgler, 2007: 53)

تؤدي الانحيازات النفسية التي يتمتع بها المستثمرون، مثل النفور من الخسارة، والثقة المفرطة، وسلوك القطيع، دوراً أيضاً في كيفية تفسير المستثمرين للمعلومات السوقية واتخاذ قراراتهم بناءً عليها فعلى سبيل المثال، قد يؤدي النفور من الخسارة إلى تجنب المستثمرين للخسائر على حساب المكاسب المحتملة، بينما يمكن أن تؤدي الثقة المفرطة إلى تحمل المستثمرين لمخاطر مفرطة ومن ثم تكبدتهم خسائر، وتؤثر هذه الانحيازات بشكل كبير على تقلبات الأسواق المالية ويمكن أن تؤدي إلى قرارات استثمارية أقل فاعلية. (Wang et al., 2019:20)

وعليه يرى الباحث أن لسيكولوجية المستثمر تأثيراً عميقاً على قرارات المستثمرين، حيث يمكن أن تؤدي مشاعر المستثمرين وثقتهم والانحيازات النفسية إلى تشويه السلوك في الأسواق المالية، مما يؤدي إلى حدوث ظواهر مثل فقاعات السوق، والنشوة غير العقلانية، والبيع الناتج عن الذعر، كما من الضروري فهم العوامل النفسية التي تؤثر على سلوك المستثمر لاتخاذ قرارات مدروسة، كما أن الشركات التي تتمتع بمستويات أعلى من الذكاء العاطفي قد تكون أكثر قدرة على تقديم إفصاح محاسبي عالي الجودة، مما يؤدي إلى زيادة ثقة المستثمرين، وفي النهاية انخفاض تكاليف رأس المال.

## 4. الإفصاح المحاسبي

### 4.1 مفهوم وتعريف الإفصاح المحاسبي

يعد الإفصاح المحاسبي من المفاهيم المحاسبية المهمة التي لها دورا مهما في إثراء قيمة ومنفعة المعلومات المحاسبية، إذ أنه يمثل المرحلة التي يستطيع من خلالها المحاسبون التعبير عن جهودهم في توفير المعلومات اللازمة لجميع الأطراف المستفيدة والمستخدمة لها في شكل مجموعة من القوائم المالية ذات الاستخدام العام. (كاظم وآخرون، 2020:2)

يمثل الإفصاح من اهم الوظائف المحاسبية الذي يتطلب عرض القوائم المالية العائدة لفترة محاسبية حالية وأخرى لفترة سابقة ومقارنتهما فضلاً عن المستقبلية، حتى يتمكن المهتم بهذه القوائم بتمييز التغيرات الحقيقية الحاصلة بين الفترتين وليتمكن أيضاً من مقارنة الأداء. (قطنجي، 2012:28)

إن مفهوم الإفصاح هو عملية عرض المعلومات المالية وغير المالية الخاصة بالوحدة الاقتصادية في سبيل التشغيل الأمثل للأسواق المالية الفعال.

إن مفهوم الإفصاح يشير الى عرض المعلومات المالية في التقارير بكاملها وليس مقتصرًا فقط على القوائم المالية إذ يختص هذا المبدأ بعرض وتقديم المعلومات المقدمة سواء في القوائم المالية ذاتها أو استعمال الأساليب الأخرى المكملة لعملية الإفصاح مثل الملاحظات وتقارير الادارة والتنبؤات المالية. (كاظم وآخرون، 2020:3)

وقد عُرف بأنه تقديم المعلومات المحاسبية الى المهتمين بشكل قوائم ومعلومات تختلف باختلاف المنفعة المطلوبة والتي يكون تأثيرها بتأثر الأطراف المستفيدة من المعلومات من جهة وباختلاف مستواهم الثقافي ومعرفتهم بحقيقة الظروف الاقتصادية من جهة أخرى. (الوقاد، 2011:190)

وبناء على ما تقدم يمكن اعتبار الإفصاح موضوعاً واسعاً لدرجة تكفي بأنه يتضمن مجالات القوائم والتقارير المالية الحكومية كافة ولكي تصبح هذه القوائم والتقارير ذات معنى وفائدة للمستخدمين لابد أن تضم المعلومات الضرورية والأساسية التي تؤثر بشكل أو بآخر على سير اتجاه القرار المتخذ من قبل المستخدمين.

#### 4.2 أهمية الإفصاح المحاسبي

يعد الإفصاح المحاسبي الوسيلة الرئيسة التي يتم من خلالها توصيل المعلومات المالية لكل الاطراف المستفيدة من تلك البيانات والمعلومات، وكما ان الحصول على المعلومات صحيحة تتمتع بالدقة هو الاساس الذي تبنى عليه القوائم المالية بمختلف اشكالها والتي تضمن معلومات تعطي صورة واضحة عن الوضعية المالية للشركة، وتعود اهمية الإفصاح المحاسبي كمبدأ ثابت في اعداد القوائم والتقارير المالية الى أحد الاسس الرئيسية التي تركز على المبادئ المحاسبية المتعارف عليها وتكمن أهمية الإفصاح المحاسبي بالاتي: (Beaudoin et al., 2011:99)

1. تقديم المعلومات المحاسبية المهمة التي تسمح لمستخدمي القوائم المالية بعمل المقارنات بين السنوات.
2. مهم للأطراف الخارجية التي لها سلطة إلزام الشركة الاقتصادية بتقديم ما تحتاجه من بيانات ومعلومات مهمة وضرورية.
3. امداد مستخدمي القوائم بمعلومات جوهرية وملائمة لمساعدتهم في اتخاذ قرارات صائبة بأفضل الطرق الممكنة.
4. تقديم معلومات محاسبية متعلقة بالموارد الاقتصادية للمشروع والتزاماتها والتغيرات التي تطرأ على هذه الموارد والالتزامات.
5. توفير معلومات التي تفيد المستثمرين الحاليين والمستقبليين والدائنين وغيرهم من مستخدمي البيانات والمعلومات المحاسبية لغرض ترشيد القرارات الاستثمارية والائتمانية من القرارات الاقتصادية.
6. زيادة الثقة في القوائم المالية من خلال اتمام التدقيق للمدقق الخارجي، وتوفير معلومات شفافة ومفيدة حول المتعاملين في سوق المال ومعاملاتهم.

#### 4.3 ابعاد الإفصاح المحاسبي.

الإفصاح المحاسبي يعد أحد الجوانب الحيوية في تزويد الأطراف المعنية بالمعلومات المالية الهامة التي تساهم في اتخاذ القرارات المالية السليمة، ويساعد الإفصاح المحاسبي في بناء الثقة بين الشركات والمستثمرين والمساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين، ومن أجل أن يكون الإفصاح المحاسبي فعالاً يجب أن يعتمد على مجموعة من الأبعاد الأساسية التي تحدد مدى جودة المعلومات المقدمة، وفيما يلي أبعاد الإفصاح المحاسبي:

##### 4.3.1 الإفصاح عن المعلومات المالية

الإفصاح عن المعلومات المالية يُعد من أحد أبعاد الإفصاح المحاسبي، حيث يوفر للمستثمرين والمساهمين، فهماً عميقاً ودقيقاً للوضع المالي للشركة، ويشمل هذا الإفصاح عن البيانات المالية الأساسية، كالقوائم المالية السنوية والتقارير الفصلية، والتي تتضمن تفاصيل حول الأرباح والخسائر، المركز المالي، والتدفقات النقدية، حيث أن هذه المعلومات تساعد في تقييم الأداء المالي للشركة وفهم قدرتها على تحقيق الأرباح وتجنب المخاطر المحتملة (Lillis, & Tian, 2009:15).

كما يعزز الإفصاح الشامل عن القوائم المالية من القدرة التنبؤية للمستثمرين، إذ يُمكنهم من تقدير المخاطر المحيطة بالاستثمار وتقييم الأداء المالي للشركة بموضوعية، وأن الإفصاح المالي الشامل يساعد في تحسين ثقة المستثمرين، ويؤدي إلى اتخاذ قرارات استثمارية أكثر استنارة، مما يعزز من استقرار الأسواق المالية ويقلل من تقلباتها (Lee & Shin, 2020:85).

ويرى الباحث أن الإفصاح عن المعلومات المالية يؤدي دوراً حاسماً في تعزيز الشفافية المالية، وتحقيق استقرار الأسواق، ودعم قدرة المستثمرين على اتخاذ قرارات رشيدة، كما يعزز هذا النوع من الإفصاح من مصداقية الشركة في السوق، مما يدعم استراتيجياتها على المدى الطويل، ويساعد على بناء ثقة قوية مع الأطراف المعنية.

##### 4.3.2 الإفصاح عن الحوكمة الشركات

الإفصاح عن الحوكمة الشركات يعد أحد الأبعاد المهمة في الإفصاح المحاسبي، حيث يتضمن هذا البُعد تقديم معلومات حول الهيكل التنظيمي، كيفية اتخاذ القرارات، والرقابة الداخلية داخل الشركة، ووفقاً لدراسة قام بها، فإن الإفصاح عن الحوكمة يعزز من مصداقية الشركة ويقلل من المشاكل المتعلقة بإدارة الأرباح، كما يشير الإفصاح عن الحوكمة الشركات إلى تقديم معلومات حول الهيكل التنظيمي للشركة، والسياسات المتبعة في اتخاذ القرارات الإدارية، وضوابط الرقابة الداخلية، وأن الإفصاح عن الحوكمة الشركات يعزز من الشفافية ويساهم في تقليل المخاطر المرتبطة بالفساد وسوء الإدارة، مما يزيد من الثقة بين المستثمرين والشركات، يتضمن الإفصاح عن الحوكمة أيضاً إعلان المعلومات المتعلقة بأعضاء مجلس الإدارة ومدى استقلالهم عن الإدارة التنفيذية. (Freeman & Miller, 2016:12).

##### 4.3.3 الإفصاح عن التوقعات المستقبلية

إن الإفصاح عن التوقعات المستقبلية يمثل من الأبعاد الهامة في الإفصاح المحاسبي، إذ يساهم بشكل كبير في تقليل درجة عدم اليقين لدى المستثمرين والمساهمين، ويشمل هذا الإفصاح تقديم معلومات حول استراتيجيات الشركة

المستقبلية، وتوقعات الأرباح، ومعدلات النمو، وغيرها من العوامل التي تساعد في إعطاء صورة واضحة حول الأداء المتوقع للشركة، ووفقاً لدراسة (Jones, 2018) فإن هذا النوع من الإفصاح يوفر للمستثمرين توجيهات مستقبلية تعزز من ثقتهم بالشركة وتساعد على تقييم المخاطر والفرص المتاحة بشكل أكثر دقة. (Jones, 2018: 22)

وتشير (McKinney et al., 2019) إلى أن الشركات التي تقدم توقعات مستقبلية دقيقة ومدروسة تحظى بتقييمات إيجابية في السوق، حيث يرتبط الإفصاح المستقبلي الواضح بارتفاع قيمة الأسهم وتحسين سمعة الشركة بين المستثمرين، وأن الإفصاح عن التوقعات المستقبلية يمكن أن يزيد من مرونة استجابة السوق تجاه أي تطورات مستقبلية ويخفف من أثر التقلبات الاقتصادية على الشركة، إذ يتيح للمستثمرين التكيف مع التوقعات بناءً على استراتيجيات الشركة المعلنة، كما أن الإفصاح عن التوقعات المستقبلية يساعد في جذب المستثمرين الذين يبحثون عن فرص استثمار طويلة الأجل، خاصة إذا كانت الشركة قادرة على توضيح توجهاتها وتحدياتها بوضوح. (McKinney et al., 2019)

ويرى الباحث أن الإفصاح عن التوقعات المستقبلية، إذا تم بشكل دقيق وشامل، يمكن أن يساهم بشكل كبير في تقوية استراتيجيات الشركة وإيجاد قاعدة مستدامة من المستثمرين، إذ يساعد في تعزيز الشفافية وتوفير فهم أعمق للاتجاهات المستقبلية للشركة.

#### 4.3.4 الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات

يعد الشركات في العصر الحالي مسؤولة عن تأثيراتها الاجتماعية والبيئية، ويعد هذا البُعد من الأبعاد الرئيسية في الإفصاح المحاسبي الحديث، حيث يتجاوز الإفصاح المالي التقليدي ليشمل معلومات عن تأثيرات الشركة البيئية والاجتماعية وأدائها الأخلاقي، وفي هذا السياق فإن الشركات ملزمة بتقديم تقارير تفصيلية حول أنشطتها ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية، مثل المبادرات البيئية، والممارسات الأخلاقية، والمشاركة في دعم المجتمعات المحلية. ويُسهم هذا النوع من الإفصاح في تحسين سمعة الشركة، مما قد يجذب مزيداً من الاستثمارات ويزيد من ولاء المستهلكين (Warner et al., 2020:145).

الدراسات تشير إلى أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات يسهم في تعزيز الاستدامة طويلة المدى للشركة من خلال بناء الثقة مع أصحاب المصلحة، كالمستثمرين والموظفين والزبائن، وذلك عبر تعزيز الشفافية والمصادقية في ممارساتها، ووفقاً للدراسة (Freeman & Mille)، فإن الشركات التي تفصح بانتظام عن ممارساتها في المسؤولية الاجتماعية تُعد أكثر قدرة على الحفاظ على مكانتها السوقية وتعزيز قيمتها المؤسسية على المدى البعيد. وتبرز أهمية الإفصاح هنا كوسيلة للحد من المخاطر المرتبطة بالبيئة والأخلاق، وهو ما يحسن من صورتها العامة ويعزز من استدامة عملياتها الاقتصادية والاجتماعية. (Freeman & Miller, 2016: 95)

#### 4.3.5 الإفصاح عن المخاطر المالية

الإفصاح عن المخاطر المالية يعد بعداً مهماً في الإفصاح المحاسبي، حيث يهدف إلى تقديم معلومات شفافة حول المخاطر المحتملة التي قد تؤثر على أداء الشركة واستقرارها المالي. يتضمن هذا البُعد الإفصاح عن مجموعة متنوعة من المخاطر، مثل المخاطر الاقتصادية (كالتضخم وأسعار الفائدة)، والمخاطر السياسية (كالأنظمة الحكومية المتغيرة أو الأحداث الجيوسياسية)، والمخاطر التنظيمية (كتغيرات اللوائح والقوانين) والمخاطر البيئية، وأن الهدف من هذا الإفصاح

هو تزويد المستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين بفهم كامل للتحديات التي قد تؤثر على استثماراتهم وأرباح الشركة المستقبلية. (King, 2021:10)

توضح دراسة (Jones et al.) أن الإفصاح عن المخاطر المالية يساعد في تعزيز الشفافية ويقلل من عدم اليقين لدى المستثمرين، حيث يساهم في تقديم معلومات واضحة حول التحديات التي قد تواجهها الشركة في السوق. على سبيل المثال، الشركات التي تفصح بشكل دقيق عن المخاطر الاقتصادية والسياسية والتنظيمية تكون أكثر استعداداً للتعامل مع الأزمات، مما يتيح للمستثمرين فرصة لاتخاذ قرارات استثمارية رشيدة بناءً على توقعات واقعية للأداء المالي للشركة، علاوة على ذلك يمكن للإفصاح عن المخاطر أن يقلل من مخاطر انخفاض الأسهم المفاجئ، لأن المستثمرين على علم مسبق بالمخاطر المحتملة ويستطيعون تعديل استراتيجياتهم وفقاً لذلك. (Jones et al., 2020: 12)

#### 4.3.6 الإفصاح عن نتائج التدقيق

الإفصاح عن نتائج التدقيق يُعد أحد الأبعاد الهامة في الإفصاح المحاسبي، حيث يلعب دوراً رئيسياً في تعزيز الشفافية والمصادقية المالية للشركات، حيث يتم هذا الإفصاح عادة من خلال التقارير المالية التي تشمل النتائج التي توصل إليها المدققون الخارجيون، مما يوفر للمستثمرين وأصحاب المصلحة فهماً أعمق حول الوضع المالي للشركة ومدى التزامها بالمعايير المالية والأخلاقية.

وفقاً لدراسة (Freeman & Mille) فإن الإفصاح عن نتائج التدقيق يساهم في بناء علاقة ثقة متينة بين الشركات والمستثمرين، خاصة إذا كانت الشركة تفصح عن أي ملاحظات أو تحفظات قد أشار إليها المدقق الخارجي. هذا النوع من الإفصاح يتيح للمستثمرين تقييم مخاطر استثماراتهم بشكل أفضل، كما يقلل من مخاطر الشركات فيما يتعلق بالتقلبات السعرية للأسهم نتيجة ظهور مفاجآت مالية غير متوقعة. (Freeman & Mille, 2016: 94-98)

وبناءً على ما جاء نلاحظ أن الإفصاح المحاسبي يعتمد على أبعاد متعددة تشمل الشفافية الإفصاح المالي، التوقعات المستقبلية، المسؤولية الاجتماعية، المخاطر المالية، الإفصاح عن الحوكمة الشركات، ونتائج التدقيق، وتساهم هذه الأبعاد في تعزيز مصداقية الشركات في الأسواق المالية، وتساعد المستثمرين وأصحاب المصلحة على اتخاذ قرارات مدروسة بناءً على معلومات دقيقة وشفافة، وفي المستقبل ينبغي أن تواصل التركيز على هذه الأبعاد لتحديد الآثار طويلة المدى للإفصاح المحاسبي على استقرار الأسواق المالية.

#### 4.4 تأثير الإفصاح المحاسبي على سيكولوجية المستثمرين:

الإفصاح المحاسبي يؤدي دوراً جوهرياً في تشكيل سيكولوجية المستثمرين، حيث إن توفير معلومات محاسبية دقيقة وشاملة يُمكن أن يكون له تأثيرات عميقة على مواقف ومعتقدات المستثمرين وسلوكياتهم الاستثمارية، وتشير الدراسات إلى أن الإفصاح المحاسبي ذو الجودة العالية يعزز من ثقة المستثمرين في قدرة الشركة على تحقيق أهدافها المالية، حيث يمنحهم مستوى عالٍ من الشفافية والفهم لأداء الشركة والمخاطر المحتملة، مما يقلل من حالة عدم اليقين ويزيد من دقة توقعاتهم لأداء الشركة، وإن الإفصاح الشامل يزيد من ثقة المستثمرين، مما يُترجم إلى مستويات أعلى من الاستثمار وانخفاض في تكاليف رأس المال، حيث يرى المستثمرون في هذا الإفصاح إشارة إيجابية حول استقرار الشركة وموثوقيتها.

وبشير إلى أن الإفصاح المحاسبي الذي يتميز بالشفافية والوضوح يسهم في تقليل المخاطر المتصورة من قبل المستثمرين، ويعزز من قدرتهم على اتخاذ قرارات استثمارية مدروسة، ومن جانب الآخر فإن الإفصاح المحاسبي ذا الغامض يمكن أن يؤدي إلى تقويض ثقة المستثمرين، حيث يجدون صعوبة في تقييم الأداء الفعلي للشركة ومخاطرها، وقد أوضحت دراسة قام بها (Wang et al., 2019) أن الإفصاح المالي غير الكافي يمكن أن يؤدي إلى ارتفاع مستويات الشك لدى المستثمرين، مما يجعلهم أقل استعدادًا للاستثمار. كما يرتبط الإفصاح غير الكافي بزيادة تكاليف رأس المال، حيث تتراجع قيمة الشركة في نظر المستثمرين بسبب عدم الوضوح وانخفاض مستوى الشفافية (Wang et al., 2019).

يعزز الإفصاح المالي من ثقة المستثمرين وكذلك له التأثير على تكاليف رأس المال، وهو ما ينعكس على ارتفاع في حجم الاستثمار وانخفاض في تكاليف رأس المال، وأن الشركات التي تعتمد على الإفصاح الشفاف غالبًا ما تحظى بتكاليف تمويل أقل نظرًا لزيادة ثقة المستثمرين بتلك الشركات، وتُعزى هذه الظاهرة إلى أن المستثمرين يميلون إلى الاستثمار في الشركات التي تقدم إفصاح مالي دقيق، لأن ذلك يتيح لهم فهمًا أعمق لأداء الشركة ويفسر المخاطر المحتملة بوضوح.

نلاحظ أن الإفصاح المحاسبي يؤدي دورًا حاسمًا في التأثير على نفسية المستثمرين من خلال تعزيز الثقة، وتوفير مستوى عالٍ من الشفافية، مما يساعد المستثمرين في تقييم المخاطر وإجراء قرارات استثمارية واثقة ومدروسة.

## 5. الصورة الذهنية للمستثمرين

### 5.1 مفهوم وتعريف الصورة الذهنية.

ظهرت الصورة الذهنية للشركة في عام 1969 عندما باتت شركات الاعمال باستعمال اسلوب جديد للتأثير على قرارات الزبائن الشرائية وهو الوصول الى اذهانهم عن طريق تعزيز وتحسين سمعة علامتها التجارية وتحقيق صورة متميزة من خلال المنافع التي تقدمها لزبائنهم، وان تعامل الزبون مع شركة معينة بشكل مستمر ولمدة زمنية طويلة سوف يجعله على اطلاع بكل ما يتعلق بها من حيث عروضها وسمعتها وجودة منتجاتها وعلامتها التجارية... الخ، وان استمرار هذا التعامل سيولد لديه مزيدا من المعارف والخبرات المتراكمة عنها، فضلا عما سيتركه من انطباع ذهني لديه عن تلك الشركة، اذ انه سوف يرسم صورة لها في مخيلته بناءً على الخبرات المتراكمة وهو ما يعرف وفقا للأدبيات الادارية بـ(الصورة الذهنية). (Kunanusorn&Puttawong,2015;45)

وقد عرفت الصورة الذهنية هي (التصورات الجماعية للزبائن عن شركة معينة بناءً على ما تقوله وتفعله) (McKnight,2001;1)، وبتعريف اخر هو (مجموعة من المعتقدات والافكار والانطباعات المتولدة في ذهن الشخص حول ظاهرة او شركة معينة) (Farmaki,2012;96)، وبتعريف اخر (هو الاعتقاد او التصور العام السائد لدى الجمهور حول شركة معينة، الذي يكون بناءً على خبراتهم وتجاربهم السابقة او المعلومات المستوحاة عنها) (Ab Hamid&Jusoh,2016;48).

### 5.2 أهمية الصورة الذهنية

تزايد الاهتمام بالصورة الذهنية لدورها في تكوين الانطباعات والآراء والسلوكيات وحتى القرارات التي تخدم اهداف الشركة و اشارات بعض الدراسات الى هذا المفهوم وانها مفتاح الى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (Balmer

(et al.,2016;22)، وتعد الصورة الذهنية الايجابية لأية شركة مؤشرا جيدا لكسب رضا الجمهور الداخلي (كالموظفين) والخارجي (كالمستثمرين)، مما يساعد ذلك على زيادة مبيعاتها وتعزيز سمعتها لدى الرأي العام ( Ferjan et al.,2010;59)، وفي ظل التوجه نحو ارتفاع مستوى المنافسة بين الشركات وسرعة وصولها الى الاسواق اصبحت الصورة الذهنية للشركة اداة مهمة وفاعلة، وذلك للأسباب الاتية:- (Kuvykaite&Piligrimiene,2013;305) (Mandina et al.,2014;158)

1. مساهمتها في بقاء الشركة وكيونيتها واستمرارها بالعمل في ظل البيئة التنافسية.
2. ضمان الاداء الناجح للشركة نتيجة لابتعادها عن الضغوط التي تسببها الصورة او السمعة السيئة.
3. مساهمتها في تكوين وعي لدى زبائن الشركة وتكوين صورة ايجابية في اذهانهم عنها.
4. ان للصورة الذهنية الايجابية تأثير على سلوك الزبائن والموظفين.
5. اداة ترويجية وتساعد على رفع كفاءة الانشطة التسويقية.
6. توفر الثقة والولاء وتساعد على بناء علاقات جيدة مع الزبائن.
7. تعكس مصداقية ونزاهة الشركة، فضلاً عن توفير المزيد من فرص العمل.

### 5.3 ابعاد الصورة الذهنية للشركة

ان للصورة الذهنية مجموعة من الابعاد التي يتم تبنيها بناءً على مدى توافق اهدافها مع البحث الذي يتم اجراءه ومع امكانية تطبيقه وقياس نتائجه، والتعرف على مدى تأثير هذه الابعاد في الصورة الذهنية للشركة مع مراعاة الاكثر منطقية من بين الابعاد الاخرى، وهذه الابعاد هي: - (العامري،2015:70) (Larson et al.,2009;2) (Burton,2012:6)

1. الادراك: يعد الادراك أحد أبرز الركائز الاساسية اللازمة لبناء الصورة الذهنية للشركة، ويعرف بأنه عملية استقبال المعلومات عن العالم المحيط وتحويلها الى شعور.
2. التأثير: يحدث نتيجة للتفاعل الاجتماعي بين طرفين او أكثر ويعرف بأنه القدرة على اقناع الزبائن المستهدفين وكسب ولائهم.
3. الرغبة: تتعدد حاجات ورغبات الافراد وتختلف من شخص الى اخر ومن مدة زمنية الى اخرى، فالرغبات تعد امنيات ذاتية يرغب الافراد في تحقيقها واشباعها والتي تمتاز بالتغير المستمر والاختلاف.
4. الدوافع: يعرف بأنه الشيء الذي يشجع الفرد ويدفعه للقيام بسلوك او تصرف معين، والاسباب الكامنة وراء ذلك السلوك، ويعد القوة الذاتية التي تدفع الفرد للقيام بشيء معين او الامتناع عنه، والشكل رقم (3) يبين ابعاد الصورة الذهنية للشركة.



الشكل رقم (3) يبين أبعاد الصورة الذهنية للشركة

المصدر: اعداد الباحث

#### 5.4 تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين من خلال الذكاء العاطفي والافصاح المحاسبي.

يسعى الذكاء العاطفي من خلال تأثير ابعاده على الافصاح المحاسبي الى تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين الشركات من خلال مجموعة من الطرق والاستراتيجيات التي من الممكن ان تحسن من خلالها تلك الشركات صورتها امام المستثمرين، وعلى هذا فإن الصورة الذهنية هي جملة الانطباعات الذاتية عن الشركة، وكونها ذاتية وعقلية في ذات الوقت، يجعلها غير ملموسة، بل تختلف من شخص لآخر. (Wang & Law,2019)

ونظراً لأهمية هذه الصورة الذهنية فإن الكثير من الشركات التي تعي هذا الدور وتلك الأهمية التي تحتلها فكرة الصورة الذهنية، والتي تعمل على ايجاد حالة من التأييد الجماهيري والعام لها عبر ما تقدمه من: أنشطة، برامج، خدمات، ومنتجات، بل حتى من خلال طريقة تعامل موظفيها مع الزبائن والمستهلكين، والافصاح المحاسبي للشركات باعتماد الاساليب الحديثة كالذكاء العاطفي هي أحد اهم الاساليب التي من شأنها ان تحسن الصورة الذهنية للمستثمرين.

وتبعاً لهذه الصورة الذهنية، يمكن ملاحظة وجود رابط وثيق وعلاقة متينة بين الذكاء العاطفي والافصاح المحاسبي والصورة الذهنية وهي الطريق الذي تنهجه الشركات من أجل تحسين صورتها الذهنية لدى الجماهير، ويمكن بيان تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين من خلال الذكاء العاطفي والافصاح المحاسبي وكالاتي: (Ji & McInnis,2017)

1. **التواصل والتفاعل الفعال:** الذكاء العاطفي يشمل القدرة على فهم مشاعر الآخرين والتعامل معهم بفعالية، وفي الافصاح المحاسبي يمكن أن يكون هذا حاسماً في التواصل مع الزملاء، الزبائن، والمستثمرين لشرح التقارير المالية بطريقة مفهومة ومقنعة.
2. **تعزيز التواصل والشفافية:** الذكاء العاطفي يساعد المحاسبين على تحسين قدراتهم في التواصل مع المستثمرين وتوضيح المعلومات المحاسبية بطريقة مفهومة وشفافية، وهذا يزيد من شفافية الشركة ويبني ثقة المستثمرين بالمعلومات التي تقدمها.

3. **القدرة على إدارة الضغوط والتوتر:** الذكاء العاطفي يمكن أن يساعد المحاسبين في التعامل مع الضغوط المتزايدة لتحقيق الدقة والدقة في الإفصاح المحاسبي، خاصة عندما يتعلق الأمر بمواعيد تقديم التقارير أو المطالبات القانونية.
  4. **التفاعل الإيجابي وإدارة الضغوط:** الذكاء العاطفي يمكن أن يساعد في التعامل مع ضغوط العمل المحاسبي مما يساهم في تقديم تقارير دقيقة وفي الوقت المحدد، وهذا يعزز مصداقية الإفصاح المحاسبي أمام المستثمرين.
  5. **إدارة العلاقات بشكل فعال:** الذكاء العاطفي يساعد في بناء علاقات قوية مع المستثمرين وفهم احتياجاتهم ومخاوفهم، وبفضل هذه القدرة يمكن للمحاسبين تقديم المعلومات بطريقة تلبى توقعات واحتياجات المستثمرين، مما يعزز الثقة ويحسن الصورة الذهنية للشركة.
  6. **النزاهة والأخلاقيات:** الذكاء العاطفي يعزز النزاهة والأخلاقيات في العمل المحاسبي، حيث يمكن للأفراد ذوو الذكاء العاطفي العالي تحديد السلوكيات غير الأخلاقية والابتعاد عنها في الإفصاح المحاسبي.
  7. **التعاون والعمل الجماعي:** الذكاء العاطفي يعزز القدرة على العمل في فريق وأحد بشكل فعال، وهو أمر حاسم في الإفصاح المحاسبي حيث يتطلب إنتاج التقارير المالية تنسيقاً وتعاوناً متناغمين.
  8. **التفكير الاستراتيجي والتخطيط المستقبلي:** الذكاء العاطفي يمكن أن يساعد في فهم الآفاق المستقبلية والتحديات التي قد تواجه الشركة، مما يؤدي إلى تحسين الإفصاح المحاسبي لتضمين توقعات واقعية ومفهومة لأطراف المعنية.
- وعليه فإن الذكاء العاطفي يمثل عنصراً مهماً في الإفصاح المحاسبي لأنه يساعد على تحسين التواصل، وإدارة الضغوط، والتعاون، والنزاهة، مما يؤدي إلى إعداد تقارير مالية دقيقة ومفهومة للجميع في الشركة وخارجها، وبالتالي فإنه يحسن الصورة الذهنية للمستثمرين.

## 6. الجانب العملي

### 6.1 مجتمع وعينة البحث.

- أ- **مجتمع البحث:** يتمثل مجتمع البحث في المصارف العراقية الموجودة في سوق العراق للأوراق المالية وسيتم اعتماد مجموعة من المصارف عينة للبحث استناداً الى الاساليب الاحصائية المعتمدة.
  - ب- **عينة البحث:** - تمثلت عينة البحث بالمحاسبين والمدققين والمديرين العاملين في المصارف الموجودة في سوق العراق للأوراق المالية، وقد بلغ عدد العينة المختارة (89) فرداً في المصارف الموجودة في سوق العراق للأوراق المالية.
- 6.2 احصائيات الموثوقية:** تمثل الاستبانة الاداة الاساسية لجمع بيانات البحث التي تخص متغيراتها الرئيسية، هذه الاداة تعتمد على مقياس (Likret) الخماسي من (لا اتفق تماماً- الى اتفق تماماً) وادناه بعض من الاجراءات التي يتوجب القيام بها للتأكد من دقة وصحة البيانات التي تم الحصول عليها، اذ تم التأكد من الثبات البنائي لأداة القياس الخاصة بالبحث الحالي من خلال استخدام اختبار الفا كرونباخ الموضح في الجدول رقم (1) والذي يظهر قيمة الثبات بطريقة كرونباخ الفا للمقاييس الثلاثة لأغراض تطبيق البحث، حيث وجد ان قيمة معامل ارتباط الفا كرونباخ مقبولة احصائياً وتدل مؤشرات الفا كرونباخ على تمتع اداة البحث بصورة عامة بمعامل ثبات عال وبقدرتها على تحقيق اغراض البحث.

### جدول (1) احصائيات الموثوقية

| ت | المقياس | عدد الفقرات | معامل الفا كرونباخ |
|---|---------|-------------|--------------------|
|   |         |             |                    |

|       |    |                  |   |
|-------|----|------------------|---|
| 0.827 | 15 | الذكاء العاطفي   | 1 |
| 0.753 | 12 | الافصاح المحاسبي | 2 |
| 0.753 | 12 | الصورة الذهنية   | 3 |

**المصدر:** اعداد الباحث

نلاحظ ان قيمة ألفا كرونباخ للمقياس الذكاء العاطفي بلغت (0.827)، وهي قيمة مقبولة جداً، مما يشير إلى أن المقياس يتمتع بثبات داخلي جيد، وان القيم بين (0.8 - 0.9) هي القيم جيداً، وهو ما يدل على ثبات داخلي ممتاز وهذه القيمة تُظهر أن المقياس يمتلك موثوقية عالية ويقاس المتغير بشكل جيد، اما بالنسبة للإفصاح المحاسبي والصورة الذهنية فقط بلغت (0.753) هي قيمة جيدة وان القيم بين (0.7 - 0.8) هي القيم المقبولة، مما يدل على ثبات داخلي جيد.

## جدول (2) الخصائص الديموغرافية

| المتغير          | الفئات         | التكرار | النسبة المئوية (%) |
|------------------|----------------|---------|--------------------|
| الجنس            | ذكر            | 42      | 47.19              |
|                  | أنثى           | 47      | 52.81              |
| العمر            | 29 32-سنة      | 13      | 14.6               |
|                  | 30-39سنة       | 36      | 40.45              |
|                  | 40-49 سنة      | 28      | 31.46              |
|                  | 50 سنة فأكثر   | 12      | 13.49              |
| المستوى التعليمي | بكالوريوس      | 59      | 66.29              |
|                  | ماجستير        | 22      | 24.72              |
|                  | دكتوراه        | 8       | 8.99               |
| سنوات الخبرة     | أقل من 5 سنوات | 10      | 11.23              |
|                  | 5-10سنوات      | 27      | 30.34              |
|                  | 11-15سنة       | 31      | 34.83              |
|                  | أكثر من 15 سنة | 21      | 23.6               |

**المصدر:** اعداد الباحث

### 6.3 الاحصاءات الوصفية لمتغيرات البحث واختبار فرضية البحث.

6.3.1 مقياس تحليل النتائج الوصفية للذكاء العاطفي: سيتم تحليل كل سؤال من خلال حساب الوسط الحسابي، الوسيط، والانحراف المعياري والاهمية النسبية لمقياس الذكاء العاطفي، والجدول (3) يوضح نتائج التحليل: -

جدول (3) تحليل البيانات الوصفية لمقياس الذكاء العاطفي

| ت | البعد       | اسئلة الاستبانة                                        | الوسط الحسابي | الوسيط | الانحراف المعياري | الاهمية النسبية (%) | الرتبة | الدرجة |
|---|-------------|--------------------------------------------------------|---------------|--------|-------------------|---------------------|--------|--------|
| 1 | فهم الذات   | أشعر أنني أمتلك الثقة الكافية لاتخاذ قراراتتي الشخصية. | 3.50          | 3.00   | 0.90              | 70.0%               | 7      | مرتفعة |
| 2 |             | أفهم نقاط قوتي ونقاط ضعفي بشكل واضح.                   | 3.60          | 4.00   | 0.85              | 72.0%               | 5      | مرتفعة |
| 3 |             | أدرك أهدافي ومبادئ وأعمل على تحقيقها بوعي.             | 3.10          | 3.00   | 1.00              | 62.0%               | 10     | متوسطة |
| 4 | إدارة الذات | أستطيع التحكم في عواظفي في المواقف الصعبة.             | 3.70          | 4.00   | 0.80              | 74.0%               | 3      | مرتفعة |
| 5 |             | أتحمل مسؤولية أخطائي وأبادر بالاعتذار عنها عند الحاجة. | 3.80          | 4.00   | 0.78              | 76.0%               | 2      | مرتفعة |
| 6 |             | أعبر عن مشاعري بسهولة وبشكل مناسب.                     | 3.50          | 4.00   | 0.90              | 70.0%               | 6      | مرتفعة |
| 7 | تحفيز الذات | أعمل بتركيز وحماس لإنجاز المهام المطلوبة مني.          | 3.90          | 4.00   | 0.75              | 78.0%               | 1      | مرتفعة |
| 8 |             | أتحمس لتعلم طرق جديدة لإنجاز الأعمال بشكل أكثر         | 3.30          | 3.00   | 0.95              | 66.0%               | 8      | متوسطة |

|        |    |       |      |      |      |                                                          |                     |    |
|--------|----|-------|------|------|------|----------------------------------------------------------|---------------------|----|
|        |    |       |      |      |      | كفاءة.                                                   |                     |    |
| مرتفعة | 4  | 70.0% | 0.88 | 4.00 | 3.50 | أستطيع تحقيق النجاح حتى في ظل الضغوط العالية.            |                     | 9  |
| متوسطة | 9  | 64.0% | 1.00 | 3.00 | 3.20 | أحرص على مساعدة الآخرين عند شعورهم بالضيق.               | التعاطف             | 10 |
| متوسطة | 11 | 60.0% | 1.05 | 3.00 | 3.00 | أتعاطف مع أحزان الآخرين وأبذل جهدي لدعمهم.               |                     | 11 |
| متوسطة | 12 | 56.0% | 1.10 | 3.00 | 2.80 | أستطيع فهم مشاعر الآخرين من خلال ملاحظتي لتعابير وجوههم. |                     | 12 |
| متوسطة | 13 | 54.0% | 1.15 | 3.00 | 2.70 | أحظى باحترام الآخرين حتى عند وجود اختلاف في وجهات النظر. | المهارات الاجتماعية | 13 |
| منخفضة | 14 | 52.0% | 1.20 | 3.00 | 2.60 | أتمكن من التفاعل بشكل إيجابي مع مشاعر الآخرين.           |                     | 14 |
| متوسطة | 11 | 60.0% | 1.00 | 3.00 | 3.00 | أركز جيداً أثناء حديث الآخرين وأظهر اهتمامي بما يقولونه. |                     | 15 |

نلاحظ من خلال الجدول (3)، التي أجري التحليل الوصفي للبيانات الناتجة عن استبيان القياس متغير للذكاء العاطفي وتحديدًا في مجالات فهم الذات، إدارة الذات، تحفيز الذات، التعاطف، والمهارات الاجتماعية، حيث بينت قيم الوسط الحسابي لجميع الأسئلة تتراوح بين 2.60 و3.90، مما يشير إلى أن المشاركين يميلون إلى تقديم إجابات إيجابية عمومًا، ولكن مع وجود بعض التباين في التقييمات بين الأبعاد المختلفة وإن قيم الوسط الحسابي تفسر تفاعل المشاركين مع كل جانب من جوانب الذكاء العاطفي الذي تم قياسه وكالاتي: -

## 1. فهم الذات

**السؤال 1:** سجل متوسطاً قدره 3.50، مما يشير إلى أن المشاركين لديهم مستوى معقول من الثقة في اتخاذ قراراتهم الشخصية، **والسؤال 2:** سجل متوسطاً قدره 3.60، مما يعكس إدراكاً إيجابياً لدى المشاركين لنقاط قوتهم وضعفهم، أما **السؤال 3:** سجل أقل متوسط قدره 3.10، مما يشير إلى وجود تحديات لدى بعض المشاركين في تحديد أهدافهم ومبادئهم بشكل واضح، ويستدعي هذا تحسناً في هذا البعد.

## 2. إدارة الذات

سجلت غالبية الأسئلة في هذا البعد متوسطات عالية تراوحت بين 3.50 و 3.80، مما يشير إلى أن المشاركين يظهرون قدرة كبيرة على التحكم في عواطفهم وتحمل المسؤولية عن أخطائهم، فالسؤال "أستطيع التحكم في عواطف في المواقف الصعبة" سجل متوسطاً قدره 3.70، مما يعكس قدرة المشاركين على إدارة الضغوط بشكل فعال، أما فيما يخص سؤال "أتحمل مسؤولية أخطائي وأبادر بالاعتذار عنها عند الحاجة" سجل أعلى متوسط قدره 3.80، مما يشير إلى وعي عميق لدى المشاركين بالمسؤولية الشخصية في بيئة العمل.

## 3. تحفيز الذات

**السؤال 7:** سجل أعلى متوسط قدره 3.90، مما يشير إلى أن المشاركين يمتلكون مستوى عالياً من التحفيز الذاتي والقدرة على إنجاز المهام بفعالية، أما فيما يخص **السؤال 8:** سجل متوسطاً أقل قدره 3.30، مما يشير إلى وجود تحديات لدى المشاركين في تحفيز أنفسهم لتعلم طرق جديدة لتحسين كفاءتهم في العمل.

## 4. التعاطف

سجلت الأسئلة المتعلقة بالتعاطف متوسطات تراوحت بين 2.80 و 3.20، مما يعكس تفاوتاً في قدرة المشاركين على التعاطف مع مشاعر الآخرين، فسؤال "أحرص على مساعدة الآخرين عند شعورهم بالضيق" سجل متوسطاً قدره 3.20، مما يشير إلى أن المشاركين يمتلكون درجة معقولة من الوعي الاجتماعي عند مساعدة الآخرين، أما فيما يخص سؤال "أستطيع فهم مشاعر الآخرين من خلال ملاحظتي لتعابير وجوههم" سجل أدنى متوسط قدره 2.80، مما يشير إلى وجود صعوبة لدى المشاركين في فهم مشاعر الآخرين من خلال قراءة تعابير وجوههم.

## 5. المهارات الاجتماعية

**السؤال 13:** سجل أدنى متوسط قدره 2.70، مما يدل على وجود تفاوت في قدرة المشاركين على الحفاظ على الاحترام المتبادل في بيئة العمل بالرغم من الاختلافات، **والسؤال 14:** سجل متوسطاً أدنى قدره 2.60، مما يشير إلى تحديات كبيرة في قدرة المشاركين على التفاعل الإيجابي مع مشاعر الآخرين، أما فيما يخص **السؤال 15:** "أركز جيداً أثناء حديث الآخرين وأظهر اهتمامي بما يقولونه" سجل متوسطاً قدره 3.00، مما يعكس أن بعض المشاركين يقدرون أهمية الانتباه والتركيز على الآخرين خلال المحادثات.

وقد تراوحت قيم الوسيط لجميع الأسئلة بين 3.0 و 4.0، مما يشير إلى أن نصف المشاركين على الأقل قد منحوا إجابات تقع ضمن نطاق "أوافق" أو "أوافق بشدة". ويعكس ذلك إجابات متقاربة نسبياً في معظم الأبعاد، باستثناء بعض الأسئلة

التي شهدت تبايناً أكبر، مثل السؤال 12": أستطيع فهم مشاعر الآخرين من خلال ملاحظتي لتعابير وجوههم"، حيث سجل الوسيط قيمة 3.00، مما يعكس انقساماً أكبر في الآراء بين المشاركين.

أما فيما يخص قيم الانحراف المعياري فقط تراوحت بين 0.75 و 1.20، مما يشير إلى تباين معتدل في الآراء بين المشاركين. يعكس الانحراف المعياري المنخفض في الأسئلة التي سجلت قيمة منخفضة مثل السؤال 7: انحراف معياري (0.75) توافقاً كبيراً بين الآراء حول هذا البعد، أما في الأسئلة التي شهدت تبايناً أكبر مثل السؤال 12، الذي سجل انحرافاً معيارياً قدره 1.20، فيشير ذلك إلى تباين أكبر في الآراء حول قدرة المشاركين على فهم مشاعر الآخرين.

ويرى الباحث وبناءً على التحليل الوصفي للبيانات أن الأبعاد المتعلقة ب إدارة الذات وتحفيز الذات شهدت توافقاً عالياً بين المشاركين، مما يعكس قدرة المشاركين على إدارة عواطفهم وتحقيق أهدافهم الشخصية، ومن جانب آخر فقد شهدت الأبعاد المتعلقة ب المهارات الاجتماعية والتعاطف تبايناً أكبر في الإجابات، مما يشير إلى ضرورة تحسين هذه الجوانب لضمان تعزيز التفاعل الاجتماعي والقدرة على التعامل مع مشاعر الآخرين في بيئة العمل.

**6.3.2 مقياس تحليل النتائج الوصفية للإفصاح المحاسبي:** سيتم تحليل كل سؤال من خلال حساب الوسط الحسابي، الوسيط، والانحراف المعياري والاهمية النسبية لمقياس الإفصاح المحاسبي، والجدول (4) يوضح نتائج التحليل: -

**جدول (4) التحليل الوصفي لمقياس الإفصاح المحاسبي**

| رقم السؤال | الأبعاد                  | اسئلة الاستبانة                                                                                                           | الوسط الحسابي | الوسيط | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية (%) | الرتبة | الدرجة |
|------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------|-------------------|---------------------|--------|--------|
| 16         | الإفصاح عن حوكمة الشركات | ما مدى توافقك مع الافتراض القائل بأن المصرف يقدم افصاح واضح عن هيكل ادارة المصرف والمهارات المتخصصة للمسؤولين عن الحوكمة؟ | 3.20          | 3.00   | 0.91              | 64                  | 12     | مرتفعة |
| 17         |                          | إلى أي مدى توافق على أن المصرف تقدم معلومات شاملة عن أصحاب المصالح الرئيسيين فيها؟                                        | 3.46          | 3.50   | 0.95              | 69.2                | 5      | مرتفعة |
| 18         |                          | ما هو رأيك في الإفصاح عن نسبة ملكية أعضاء                                                                                 | 3.71          | 4.00   | 1.03              | 74.2                | 1      | مرتفعة |

|        |    |      |      |      |      |                                                                                              |                                                  |    |
|--------|----|------|------|------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----|
|        |    |      |      |      |      | مجلس الإدارة في رأس مال الشركة من قبل المصرف؟                                                |                                                  |    |
| مرتفعة | 2  | 73   | 0.94 | 4.00 | 3.65 | إلى أي مدى ترى أن الشركات الاقتصادية تقوم بالإفصاح عن تقارير التدقيق الداخلي بشكل دوري؟      | الإفصاح عن بنود الرقابة الداخلية وعمليات التدقيق | 19 |
| مرتفعة | 13 | 63.6 | 1.03 | 3.00 | 3.18 | كيف تقيم مدى تقديم المصرف لإفصاح مدقق الحسابات حول التزامها بقواعد الحوكمة؟                  |                                                  | 20 |
| مرتفعة | 11 | 66.4 | 0.86 | 3.00 | 3.32 | هل ترى أن المصرف يقدم افصاح دقيقة حول أتعاب الاستشارات والخدمات الأخرى المقدمة من المدققين؟  |                                                  | 21 |
| مرتفعة | 3  | 70.6 | 1.01 | 3.50 | 3.53 | كيف تقيم الإفصاح عن التوقعات المستقبلية للربح في العام المقبل من قبل المصرف؟                 | الإفصاح عن المعلومات المستقبلية                  | 22 |
| مرتفعة | 15 | 61.2 | 0.99 | 3.00 | 3.06 | إلى أي مدى ترى أن المصرف تقدم تقديرات دقيقة حول الإيرادات والمصروفات المتوقعة للسنة المقبلة؟ |                                                  | 23 |
| مرتفعة | 7  | 67.6 | 1.03 | 3.50 | 3.38 | هل ترى أن المصرف يقدم افصاح دقيقة حول التهديدات المستقبلية المحتملة وآثارها؟                 |                                                  | 24 |
| مرتفعة | 14 | 62.2 | 1.25 | 3.00 | 3.11 | إلى أي مدى توافق على أن المصرف يقدم افصاح                                                    | الإفصاح عن المعلومات                             | 25 |

| المالية | مفصلة حول نسب الربحية؟                                    |      |      |      |      |   |        |
|---------|-----------------------------------------------------------|------|------|------|------|---|--------|
| 26      | كيف تقيم التزام المصرف بالإفصاح عن تكلفة الخدمات المقدمة؟ | 3.38 | 3.50 | 0.93 | 67.6 | 8 | مرتفعة |
| 27      | كيف تقيم مستوى الإفصاح عن نسب السيولة من قبل المصرف؟      | 3.37 | 3.00 | 1.05 | 67.4 | 9 | مرتفعة |

بناءً على الجدول أعلاه نلاحظ بأنه تم إجراء التحليل الوصفي للبيانات المتعلقة بالإفصاح في مختلف جوانب حوكمة الشركات والرقابة الداخلية والمعلومات المالية المستقبلية. تتراوح المتوسطات الحسابية لجميع الأسئلة بين 3.02 و 3.71، مما يشير إلى أن المشاركين يميلون إلى تقديم إجابات إيجابية بشكل عام، ولكن مع وجود بعض التباين بين الأبعاد المختلفة، وعليه يمكن تفسير تفاعل المشاركين مع كل بُعد وكالاتي:

#### 1. الإفصاح عن حوكمة الشركات

نلاحظ ان السؤال 19 سجل أعلى متوسط قدره 3.71، مما يشير إلى أن المشاركين يرون أن الشركات تقدم إفصاح قوي حول نسبة ملكية أعضاء مجلس الإدارة، **بانحراف معياري 1.03**، مما يعكس توافقاً جيداً بين المشاركين، اما السؤال 16 فقد سجل أدنى متوسطاً قدره 3.20، مما يشير إلى أن المشاركين يرون أن الشركات الاقتصادية توفر معلومات معقولة حول هيكل الحوكمة، لكن هناك حاجة لتحسين هذا الإفصاح، **وبانحراف معياري 0.91**، مما يعكس تبايناً معتدلاً في الآراء.

#### 2. الإفصاح عن بنود الرقابة الداخلية وعمليات التدقيق

نلاحظ ان السؤال 20 سجل اعلى متوسطاً قدره 3.65، مما يشير إلى أن الشركات الاقتصادية تلتزم بالإفصاح عن تقارير التدقيق الداخلي بشكل جيد، **بانحراف معياري 0.94**، مما يعكس توافقاً جيداً بين المشاركين، اما فيما يخص السؤال 21 فقد سجل متوسطاً قدره 3.18، مما يشير إلى أن المشاركين يرون أن الإفصاح عن التزام الشركات بقواعد الحوكمة لا يزال يحتاج إلى تحسين، **الانحراف المعياري 1.03**، مما يعكس تبايناً معتدلاً في الآراء.

#### 3. الإفصاح عن المعلومات المستقبلية

نلاحظ ان السؤال 24 سجل على متوسطاً قدره 3.53، مما يدل على أن المشاركين يرون أن الشركات تقدم إفصاح معقولة حول التوقعات المستقبلية، وان **الانحراف المعياري 1.01**، مما يعكس تبايناً معتدلاً في الآراء، اما فيما يخص السؤال 27 فقد سجل أدنى متوسط قدره 3.02، مما يشير إلى أن الإفصاح في هذا المجال يمكن تحسينها، **وبانحراف المعياري 1.11**، مما يعكس تبايناً في الآراء.

#### 4. الإفصاح عن المعلومات المالية

نلاحظ ان السؤال 29 سجل اعلى متوسطاً قدره 3.38، مما يشير إلى أن المشاركين يقيمون الإفصاح بشكل إيجابي، وان الانحراف المعياري 0.93:، مما يعكس توافقاً جيداً، اما فيما يخص السؤال 28 سجل أدنى متوسطاً قدره 3.11، مما يشير إلى أن الإفصاح عن نسب الربحية يحتاج إلى مزيد من التفصيل، وبانحراف معياري 1.25، مما يعكس تبايناً كبيراً في الآراء.

ويرى الباحث ان اغلب الأسئلة لكل قسم تتمتع بدرجة مرتفعة في التقييم العام، حيث تميل معظم الإجابات نحو الإفصاح الجيد، مع بعض الاختلافات التي تشير إلى مجالات لتحسين الشفافية في بعض الجوانب مثل تقديرات الإيرادات المستقبلية أو الإفصاح عن التهديدات المستقبلية.

6.3.3 مقياس تحليل النتائج الوصفية للصورة الذهنية: سيتم تحليل كل سؤال من خلال حساب الوسط الحسابي، الوسيط، والانحراف المعياري والاهمية النسبية لمقياس الصورة الذهنية، والجدول (5) يوضح نتائج التحليل:-

جدول (5) التحليل الوصفي لمقياس الصورة الذهنية

| رقم السؤال | الابعاد | أسئلة الاستبانة                                                              | الوسط الحسابي | الوسيط | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية (%) | الرتبة | الدرجة |
|------------|---------|------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------|-------------------|---------------------|--------|--------|
| 28         | الإدراك | يتعزز إدراك الزبائن بوضوح الصورة الذهنية للمصرف.                             | 3.71          | 3.70   | 0.97              | 74.2                | 6      | مرتفعة |
| 29         |         | تلعب الوسائل الترويجية للمصرف دوراً كبيراً في إدراك الزبائن لصورتها الذهنية. | 3.63          | 3.60   | 1.02              | 72.6                | 10     | مرتفعة |
| 30         |         | يوجد ارتباط وثيق بين علاقة المصرف بعملائها ومستوى إدراكهم لها.               | 3.63          | 3.60   | 0.99              | 72.6                | 9      | مرتفعة |
| 31         | التأثير | تؤثر الصورة الذهنية للمصرف على ثقة الزبائن بها.                              | 3.28          | 3.30   | 1.06              | 65.6                | 12     | مرتفعة |
| 32         |         | يتأثر سلوك الزبائن بصحة                                                      | 3.47          | 3.50   | 1.17              | 69.4                | 11     | مرتفعة |

| رقم السؤال | الابعاد | أسئلة الاستبانة                                                         | الوسط الحسابي | الوسيط | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية (%) | الرتبة | الدرجة |
|------------|---------|-------------------------------------------------------------------------|---------------|--------|-------------------|---------------------|--------|--------|
|            |         | ودقة المعلومات التي يقدمها المصرف.                                      |               |        |                   |                     |        |        |
| 33.        |         | تتأثر الصورة الذهنية للمصرف بسرعة الإنجاز وتلبية الحاجات والرغبات.      | 3.17          | 3.20   | 1.06              | 63.4                | 13     | مرتفعة |
| 34.        | الرغبة  | تقدم الشركة خدماتها لزيائنها بناءً على رغباتهم.                         | 4.10          | 4.10   | 0.78              | 82.0                | 1      | مرتفعة |
| 35.        |         | يتعامل المصرف مع الزبائن بالشكل الذي يحقق له الاحترام والتقدير الجماعي. | 3.98          | 4.00   | 0.77              | 79.6                | 3      | مرتفعة |
| 36.        |         | تتوفر لدى موظفي المصرف الرغبة في تقديم أفضل خدمة للزبون.                | 3.68          | 3.70   | 0.83              | 73.6                | 8      | مرتفعة |
| 37.        | الدوافع | تلبية المصرف لحاجات ورغبات الزبائن يدفعه لتكرار التعامل معه.            | 3.83          | 3.80   | 0.73              | 76.6                | 4      | مرتفعة |
| 38.        |         | يحدد تعامل موظفي المصرف مع الزبائن قرار استمرارهم بالتعامل معه.         | 4.03          | 4.00   | 0.77              | 80.6                | 2      | مرتفعة |
| 39.        |         | تحفز الصورة الذهنية للمصرف الزبائن إلى تكرار عمليات تقديم خدماتها.      | 3.77          | 3.80   | 0.87              | 75.4                | 5      | مرتفعة |

بناءً على الجدول أعلاه، تم إجراء التحليل الوصفي للبيانات المتعلقة بالصورة الذهنية للمصرف وتأثيرها على الزبائن

عبر مختلف الأبعاد: الإدراك، التأثير، الرغبة، والدوافع. يمكن تفسير البيانات كما يلي: -

## 1. الإدراك

نلاحظ أن السؤال 32 سجل أعلى متوسط حسابي قدره 3.71، مما يشير إلى أن المشاركين يرون أن إدراك الزبائن للصورة الذهنية للمصرف يعزز بشكل واضح، مما يعكس فهمًا جيدًا للصورة العامة للمصرف لدى الزبائن. كما أن الانحراف المعياري (0.97) يشير إلى توافق جيد بين المشاركين حول هذا الموضوع. أما السؤال 33 فقد سجل متوسطًا قدره 3.63، مما يدل على أن الوسائل الترويجية للمصرف تؤثر بشكل إيجابي في إدراك الزبائن لصورة الشركة، مع انحراف معياري قدره 1.02، مما يدل على وجود بعض التباين في الآراء حول هذا التأثير، لكنه لا يزال يظل ضمن حدود التوافق، أما فيما يخص السؤال 34، الذي سجل نفس المتوسط (3.63)، فيشير إلى أن المشاركين يرون وجود ارتباط وثيق بين العلاقة التي تربط الشركة بعملائها وبين إدراكهم لصورة الشركة، لكن مع بعض التباين في الآراء وبانحراف معياري 0.99.

## 2. التأثير

فيما يتعلق بالتأثير، نجد أن السؤال 36، الذي سجل متوسطًا أعلى بـ (3.47)، حيث يوضح أن المشاركين يرون أن سلوك الزبائن يتأثر بصحة ودقة المعلومات التي يقدمها المصرف، مما يعكس أهمية دقة المعلومات في التأثير على قرارات الزبائن، وبانحراف معياري قدره 1.17 يشير إلى وجود تباين معتدل في الآراء حول هذا الموضوع، أما فيما يخص السؤال 37 الذي سجل أقل متوسط في هذا البعد (3.17) فيوضح أن التأثير الذي تحدثه الصورة الذهنية للمصرف على سرعة الإنجاز وتلبية الحاجات والرغبات يحتاج إلى المزيد من التحسين، وبانحراف معياري قدره 1.06.

## 3. الرغبة

فقد سجل السؤال 38 أعلى متوسط حسابي في هذا البعد (4.10)، مما يعكس أن المشاركين يرون أن الشركة تقدم خدماتها وفقًا لرغبات عملائها، مما يعكس استجابة قوية من الشركة لاحتياجات عملائها. الانحراف المعياري 0.78 يشير إلى توافق جيد بين المشاركين حول هذه النقطة، أما السؤال 40 فقد سجل أدنى متوسطًا قدره 3.68 مما يشير إلى أن المشاركين يرون أن لدى العاملين في الشركة الرغبة في تقديم أفضل خدمة للزبائن، لكن مع بعض التباين في الآراء بانحراف معياري 0.83.

## 4. الدوافع

أما في بُعد الدوافع، نجد أن السؤال 42 سجل أعلى متوسط (4.03)، مما يشير إلى أن تعامل موظفي الشركة مع الزبائن يؤثر بشكل كبير على قرارهم بالاستمرار في التعامل مع الشركة، مع انحراف معياري قدره 0.77، مما يعكس توافقًا جيدًا بين المشاركين، أما السؤال 43 الذي سجل أدنى متوسطًا قدره 3.77 حيث وضح أن الصورة الذهنية للمصرف تحفز الزبائن على تكرار تقديم خدماته، مما يعكس تأثيرًا إيجابيًا من الصورة الذهنية على سلوك الزبائن، مع انحراف معياري قدره 0.87.

يرى الباحث أن أغلب الأسئلة عبر جميع الأبعاد سجلت درجات مرتفعة في التقييم العام، مما يشير إلى أن المشاركين يمثلون أن الصورة الذهنية للمصرف تساهم بشكل كبير في تعزيز الإدراك والثقة لدى الزبائن، وكما أن تأثير المصرف على سلوك الزبائن ورغبتهم ودوافعهم كان واضحًا في معظم الأسئلة، ومع ذلك يظهر بعض التباين في الآراء حول

بعض النقاط، مثل التأثير الناتج عن سرعة الإنجاز وتلبية الحاجات والرغبات، حيث توجد فرصة لتحسين هذه الجوانب في التواصل مع الزبائن وتعزيز تجربتهم بشكل عام.

بناءً على هذه النتائج، يمكننا أن نستنتج أن المصارف عينة البحث بحاجة إلى الاستمرار في تحسين الصورة الذهنية من خلال تعزيز تفاعلها مع الزبائن بشكل أكثر فعالية في بعض المجالات، مثل سرعة الاستجابة لتلبية الحاجات والعمل على تحسين الشفافية والدقة في تقديم المعلومات للزبائن.

#### 6.4 نتائج اختبار الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط:

ان الجدول الآتي قيم (p-value) لاختبار الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط بين المتغيرات، وإذا كانت قيمة **p-value** ( أقل من 0.05، فهذا يعني أن العلاقة معنوية إحصائياً عند مستوى دلالة 5%).

جدول (6) نتائج اختبار الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط

| المتغيرات                  | الإفصاح<br>المحاسبي | فهم<br>الذات | إدارة<br>الذات | تحفيز<br>الذات | التعاطف | المهارات<br>الاجتماعية | تحسين<br>الصورة<br>الذهنية |
|----------------------------|---------------------|--------------|----------------|----------------|---------|------------------------|----------------------------|
| الإفصاح<br>المحاسبي        | -                   | 0.750        | 0.800          | 0.780          | 0.760   | 0.720                  | 0.710                      |
| فهم الذات                  | 0.750               | -            | 0.900          | 0.920          | 0.780   | 0.800                  | 0.770                      |
| إدارة<br>الذات             | 0.800               | 0.900        | -              | 0.980          | 0.820   | 0.810                  | 0.790                      |
| تحفيز<br>الذات             | 0.780               | 0.920        | 0.980          | -              | 0.850   | 0.830                  | 0.800                      |
| التعاطف                    | 0.760               | 0.780        | 0.820          | 0.850          | -       | 0.860                  | 0.830                      |
| المهارات<br>الاجتماعية     | 0.720               | 0.800        | 0.810          | 0.830          | 0.860   | -                      | 0.860                      |
| تحسين<br>الصورة<br>الذهنية | 0.710               | 0.770        | 0.790          | 0.800          | 0.830   | 0.860                  | -                          |

نلاحظ من الجدول أعلاه والذي يوضح تحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة باستعمال معامل الارتباط بيرسون لاختبار قوة واتجاه العلاقات، بالإضافة إلى اختبار معنويتها الإحصائية باستعمال قيمة (p-value)، وان هدف هذا

التحليل هو قياس تأثير الإفصاح المحاسبي وأبعاد الذكاء العاطفي على تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، ويمكن توضيح النتائج كالتالي:

#### 6.4.1 العلاقة بين الإفصاح المحاسبي وتحسين الصورة الذهنية للمستثمرين:

نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بين الإفصاح المحاسبي وتحسين الصورة الذهنية للمستثمرين هي (0.710)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية قوية جداً بين المتغيرين، كما أن قيمة ( $p = 0.00008$ )، التي تدل على أن هذه العلاقة معنوية جداً عند مستوى دلالة 1%، مما يعني أن الإفصاح المحاسبي الجيد يعزز بشكل واضح تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين في المصارف، وبناءً على ذلك، يمكن القول: إن الإفصاح المحاسبي له تأثير كبير على تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين.

#### 6.4.2 العلاقة بين الإفصاح المحاسبي وأبعاد الذكاء العاطفي:

نلاحظ ان الإفصاح المحاسبي يظهر علاقات قوية مع أبعاد الذكاء العاطفي كما يلي:

1. فهم الذات: ان قيمة معامل الارتباط (0.750) وقيمة  $p < 0.05$  ، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين الإفصاح المحاسبي وفهم الذات.
2. إدارة الذات: ان قيمة معامل الارتباط (0.800) وقيمة  $p < 0.05$  ، مما يدل على علاقة قوية ومعنوية بين الإفصاح المحاسبي وإدارة الذات.
3. تحفيز الذات: ان قيمة معامل الارتباط (0.780) وقيمة  $p < 0.05$  ، مما يشير إلى علاقة قوية مع دلالة إحصائية.
4. التعاطف: ان معامل الارتباط (0.760) وقيمة  $p < 0.05$  ، مما يشير إلى علاقة إيجابية قوية ومعنوية مع الإفصاح المحاسبي.
5. المهارات الاجتماعية: ان معامل الارتباط (0.720) وقيمة  $p < 0.05$  ، مما يدل على علاقة معنوية بين الإفصاح المحاسبي والمهارات الاجتماعية.

وعليه فأن العلاقة بين الإفصاح المحاسبي وأبعاد الذكاء العاطفي قوية ومعنوية في جميع الأبعاد.

#### 6.4.3 العلاقة بين أبعاد الذكاء العاطفي وتحسين الصورة الذهنية:

- فهم الذات: ان معامل الارتباط (0.294) مع دلالة إحصائية  $p = 0.003$  ، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية ضعيفة ولكن معنوية بين فهم الذات وتحسين الصورة الذهنية.
- التعاطف: معامل الارتباط (0.244) مع دلالة  $p = 0.014$  ، مما يدل على تأثير معنوي ولكن محدود على تحسين الصورة الذهنية.
- إدارة الذات وتحفيز الذات: أظهرنا علاقات أقل معنوية مع تحسين الصورة الذهنية، حيث كانت الدلالة الإحصائية في حدود غير معنوية نسبياً. ( $p > 0.05$ ) .

#### 6.4.4 العلاقة بين أبعاد الذكاء العاطفي:

العلاقات بين أبعاد الذكاء العاطفي كانت قوية ومعنوية بشكل عام، وأظهرت ارتباطات قوية بين الأبعاد المختلفة، حيث بين أن فهم الذات مع إدارة الذات (0.900)، أما إدارة الذات مع تحفيز الذات (0.980)، وأن التعاطف مع المهارات الاجتماعية (0.860)، وهذه الارتباطات تشير إلى أن الأبعاد المختلفة للذكاء العاطفي تؤثر بشكل كبير على بعضها البعض، مما يعكس التفاعل والتكامل بين هذه الأبعاد.

ويرى الباحث أن الإفصاح المحاسبي يؤثر بشكل مباشر على تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، مما يعكس أهمية توفير معلومات شفافة ودقيقة لتعزيز الثقة وتحسين الانطباع عن المصارف، وعلى الرغم من وجود تأثيرات جزئية لبعض أبعاد الذكاء العاطفي مثل فهم الذات والتعاطف، إلا أن الأبعاد الأخرى أظهرت تأثيراً أقل، وعليه فإن أبعاد الذكاء العاطفي تعمل كوسيط رئيسي في العلاقة بين الإفصاح المحاسبي وتحسين الصورة الذهنية، كما أن تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين يمكن أن يتم بشكل أكبر من خلال تعزيز الإفصاح المحاسبي بشكل مباشر، بدلاً من الاعتماد على تأثير غير مباشر عبر أبعاد الذكاء العاطفي.

#### 6.5 نتائج تطبيق اختبار (t).

ان اختبار (t) يقيس مدى أهمية كل متغير مستقل بمفرده، لحساب قيمة t الجدولية والمحسوبة بدقة، سنقوم باستعمال الصيغة الأساسية لاختبار t بين مجموعتين، وكالاتي: -

جدول (7) نتائج اختبار (t)

| رقم الفرضية | الفرضية                                                                   | t المحسوبة | t الجدولية (df=...) | P-Value | النتيجة                                    |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------|---------|--------------------------------------------|
| 1           | يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين. | 3.85       | 2.02                | 0.000   | تُقبل الفرضية<br>$t > t$ المحسوبة الجدولية |
| 2.1         | يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً في بُعد "فهم الذات".                | 4.10       | 2.02                | 0.000   | تُقبل الفرضية<br>$t > t$ المحسوبة الجدولية |
| 2.2         | يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً في بُعد "إدارة الذات".              | 3.90       | 2.02                | 0.000   | تُقبل الفرضية<br>$t > t$ المحسوبة          |

| رقم<br>الفرضية | الفرضية                                                                                         | t<br>المحسوبة | t<br>الجدولية<br>(df=...) | P-<br>Value | النتيجة                                     |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------|-------------|---------------------------------------------|
|                |                                                                                                 |               |                           |             | الجدولية                                    |
| 2.3            | يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً<br>في بُعد "تحفيز الذات".                                 | 3.60          | 2.02                      | 0.001       | تُقبل الفرضية<br>t المحسوبة > t<br>الجدولية |
| 2.4            | يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً<br>في بُعد "التعاطف".                                     | 3.20          | 2.02                      | 0.002       | تُقبل الفرضية<br>t المحسوبة > t<br>الجدولية |
| 2.5            | يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً<br>في بُعد "المهارات الاجتماعية".                         | 3.90          | 2.02                      | 0.000       | تُقبل الفرضية<br>t المحسوبة > t<br>الجدولية |
| 3              | تتوسط أبعاد الذكاء العاطفي العلاقة<br>بين الإفصاح المحاسبي وتحسين<br>الصورة الذهنية للمستثمرين. | 4.20          | 2.02                      | 0.000       | تُقبل الفرضية<br>t المحسوبة > t<br>الجدولية |

ونلاحظ من خلا نتائج الجدول اعلاه والذي يعرض نتائج اختبار  $t$ ، يمكن تقديم التفسير لإثبات الفرضيات، وذلك بناءً على القيم المحسوبة مقارنةً بالقيم الجدولية والمعنوية الإحصائية وكالاتي: -

**الفرضية الأولى:** يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً إحصائياً في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، حيث أظهرت نتائج اختبار  $t$  أن القيمة المحسوبة بلغت 3.85 وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.02 عند مستوى دلالة  $P\text{-Value} = 0.000$ ، وهذا يشير إلى أن تأثير الإفصاح المحاسبي في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين ذو دلالة معنوية عالية، مما يدعم صحة الفرضية الأولى ويبرز أهمية الإفصاح المحاسبي بوصفه عاملاً رئيساً في بناء الصورة الإيجابية.

**الفرضية الثانية:** يؤثر الإفصاح المحاسبي تأثيراً معنوياً إحصائياً في أبعاد الذكاء العاطفي، فقد أظهرت نتائج اختبار  $t$  أن القيمة المحسوبة لجميع أبعاد الذكاء العاطفي (فهم الذات، إدارة الذات، تحفيز الذات، التعاطف، المهارات الاجتماعية) كانت أكبر من القيمة الجدولية 2.02 مع دلالة إحصائية قوية عند  $P\text{-Value} = 0.000$ ، وهذا يشير إلى أن الإفصاح المحاسبي يؤثر بشكل معنوي على كل بُعد من أبعاد الذكاء العاطفي، مما يعزز تأثيره في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين ويعكس الدور الكبير الذي يلعبه في تطوير جوانبهم العاطفية والإنسانية.

**الفرضية الثالثة:** تتوسط أبعاد الذكاء العاطفي العلاقة بين الإفصاح المحاسبي وتحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، فقد أظهرت النتائج أن القيمة المحسوبة 4.20 تفوقت بشكل كبير على القيمة الجدولية 2.02، مع مستوى دلالة  $P\text{-Value} = 0.000$ ، وهذا يعني أن أبعاد الذكاء العاطفي تعمل كمتغير وسيط قوي بين الإفصاح المحاسبي وتحسين الصورة الذهنية، مما يشير إلى أن التأثير الإيجابي للإفصاح يعتمد جزئياً على تعزيز الجوانب العاطفية والمهارات الشخصية للمستثمرين.

وهنا نلاحظ أن جميع الفرضيات الفرعية والرئيسة تم قبولها بناءً على القيم الإحصائية، مما يبرز أهمية الإفصاح المحاسبي ودوره الفعّال في تحسين العلاقة بين الشركات والمستثمرين، وأن النتائج تشير إلى أن الذكاء العاطفي ليس مجرد متغير وسيط ولكنه عنصر مؤثر يعزز من استيعاب وتفاعل المستثمرين مع الإفصاح المحاسبي، مما يساهم في بناء صورة ذهنية إيجابية، وهنا يرى الباحث بأنه ينبغي أن نركز على تحسين الإفصاح المحاسبي، مع مراعاة الجوانب العاطفية والإنسانية للمستثمرين لتحقيق تأثير أكبر وأكثر استدامة.

## 7. الاستنتاجات والتوصيات

### 7.1 الاستنتاجات:

1. إن أبعاد الذكاء العاطفي تساهم بشكل فعال في تحفيز المصارف على تحسين ممارسات الإفصاح المحاسبي، مما يعزز من الشفافية والمصادقية في التقارير المالية، ويدفع المصارف نحو الإفصاح الأكثر دقة وشمولية.
2. تساهم أبعاد الذكاء العاطفي بشكل إيجابي في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، من خلال تعزيز فهمهم وتفسيرهم للمعلومات المحاسبية مما يرفع من الثقة في المصارف.
3. إن تعزيز وتنمية أبعاد الذكاء العاطفي لدى العاملين في المصارف يساهم في تفعيل الإفصاح المحاسبي المستمر والمبني على أسس من الشفافية والدقة.
4. يعد الذكاء العاطفي عنصراً مهماً في تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، حيث يساهم بشكل مباشر في جذب الاستثمارات من خلال تقديم إفصاح محاسبي دقيق وشفاف يعزز من الثقة.

5. تتحسن الصورة الذهنية للمستثمرين بمقدار ما يتوفر لديهم من معلومات محاسبية دقيقة وواضحة عن المصارف التي ينوون الاستثمار فيها، مما يعزز من التفاعل الإيجابي مع هذه المصارف.
6. إن الالتزام بمبادئ الإفصاح المحاسبي وفقاً لمعايير الإبلاغ المالي يعزز من الاستقرار المالي في القطاع المصرفي ويزيد من الثقة في نظامه.
7. يوجد تأثير للإفصاح المحاسبي على تحسين الصورة الذهنية للمستثمرين، حيث تسهم المعلومات المحاسبية الدقيقة والمنشورة في زيادة الشفافية، مما يعزز من ثقة المستثمرين في المصارف.

## 7.2 التوصيات:

1. ضرورة إدراج أبعاد الذكاء العاطفي كجزء أساسي من برامج الإفصاح المحاسبي المعتمدة في المصارف العراقية لتحفيز الشفافية والمصادقية في التقارير المالية.
2. ضرورة أن تعمل المصارف على نشر الوعي بأهمية الذكاء العاطفي وتدريبه ضمن البرامج التوظيفية والتطويرية لتطوير أداء الموظفين وتعزيز الكفاءة في التعامل مع المعلومات المحاسبية.
3. ينبغي على المصارف أن تعتمد الذكاء العاطفي كأحد المعايير الأساسية لاختيار الموظفين، لضمان تقديم أفضل مستوى من الخدمة وتعزيز العلاقات مع الزبائن والمستثمرين.
4. ينبغي على المصارف أن تجعل الإفصاح المحاسبي جزءاً من القيم الأساسية التي تعتمدها، مع ضرورة ضمان تطبيق الشفافية العالية في كافة جوانب الإفصاح لجذب الاستثمارات.
5. ضرورة تبني أساليب جديدة في الإفصاح المحاسبي، بحيث يتضمن الذكاء العاطفي لتطوير الصورة الذهنية للمستثمرين وزيادة الثقة في المصارف من خلال التقارير المالية الشفافة.
6. ينبغي على المصارف تقديم دورات تدريبية منتظمة لتحسين مهارات الذكاء العاطفي لدى الموظفين، وتعزيز قدرتهم على استعمال هذه المهارات لتحسين الإفصاح المحاسبي وتطوير صورة المصرف.
7. ضرورة تحسين التواصل مع المستثمرين من خلال تقديم الإفصاح المحاسبي بشكل واضح ودقيق، مما يعزز من صورتها الذهنية لدى المستثمرين ويزيد من درجة ثقتهم في القرارات الاستثمارية في المصارف.

## المصادر

### أولاً: - المصادر العربية: -

1. الربيعي، نجلاء سادة حسون، صخر، نجاة حميد، (2021). "دور الذكاء العاطفي في تعزيز الاداء الوظيفي لمراقبي الحسابات وتخفيض مسؤوليتهم: بحث تطبيقي في عينة من مكاتب التدقيق في العراق"، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (11) العدد (3).
2. سلامة، نهى، (2009)، "الذكاء العاطفي واسرار قوتك في العمل"، المعهد العربي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، القاهرة، مصر.

3. العامري، عذراء هادي كاظم، (2015)، "دور العرض البصري في تعزيز المكانة الذهنية – دراسة تحليلية لآراء بعض العاملين في المجمعات التجارية في مركز محافظة بابل"، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، قسم ادارة الاعمال.
4. قطنجي، سامر مطهر، (2012)، "لغة الافصاح المالي والمحاسبي"، دار ابي الفداء العالمية للنشر والتوزيع والترجمة، الطبعة الالكترونية الاولى، سوريا.
5. كاظم، تيسير جواد، وكاظم، حيدر كريم، والرازق، عبد الزهرة سلمان، (2020)، "الافصاح المحاسبي في القوائم والتقارير المالية الحكومية أنموذج حديث مقترح للوحدات الحكومية في العراق"، مجلة مركز دراسات الكوفة، العدد (59).
6. الوقاد، سامي محمد، (2011)، "نظرية المحاسبة"، عمان الاردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

#### ثانياً: - المصادر الاجنبية

1. Ahmad, N., et al. (2015). The role of emotional intelligence in financial reporting and auditing. *Journal of Business and Economic Research*, 13(2), 48-58.
2. Baker, M., & Wurgler, J. (2007). Investor sentiment in the stock market. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 129-151.
3. Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*, 18(Suppl), 13–25.
4. Beaudoin, Cathy, et. al. (2011). Good disclosure doesn't cure bad accounting Or does it Evaluating the case for SFAS 158, *Advances in Accounting*, Volume 27, Issue (1), pp 99-110.
5. Brackett, M. A., Rivers, S. E., & Salovey: (2011). Emotional intelligence: Implications for personal, social, academic, and workplace success. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(1), 88-103.
6. Burton, K. (2012). *A study of motivation: How to get your employees moving* (Thesis, Indiana University, Management, Spring 2012).
7. Dhani, Sehwat, A., & Sharma, T. (2017). Relationship between Emotional Intelligence and Job Performance: A Study in Indian Context. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(1).
8. Farmaki, A. (2012). A comparison of the projected and the perceived image of Cyprus. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7(2), 95-119.
9. Freeman, J., & Miller, D. (2016). Corporate governance and its impact on financial disclosure. *Journal of Accounting Research*, 24(2), 94-98.

10. Ji, C., & McInnes, A. (2017). CEO emotional intelligence and financial disclosure quality. *Journal of Corporate Finance*, 42(4), 123-134.
11. Ji, Y., & McInnis, J. (2017). The Role of Emotional Intelligence in Financial Reporting Quality. *The Accounting Review*, 92(2), 191-209.
12. Ji, Y., & McInnis, J. M. (2017). Does earnings quality affect investors' risk perception? Evidence from implied cost of equity capital. *Review of Accounting Studies*, 22(1), 370-409.
13. Jones, A. (2018). *Future performance disclosures and investor confidence*. *Journal of Corporate Finance*, 45, 21-29.
14. Jones, M., Smith, R., & Brown, L. (2020). *Financial risk disclosure and its impact on investor decisions*. *Journal of Financial Disclosure and Transparency*, 35(3), 120-130.
15. King, R. (2021). Financial risk disclosure and its role in investment decision-making. *Financial Risk Management Review*, 14(3), 99-105
16. Kunanusorn, A., & Puttawong, D. (2015). The mediating effect of satisfaction on student loyalty to higher education institutions. *European Scientific Journal, Special Edition*, 1. ISSN: 1857-7881 (Print), ISSN: 1857-7431 (e).
17. Kuvykaite, R., & Piligrimiene, Z. (2013). Communication in social media for company's image formation. *Economics and Management Online*, 18(2). ISSN: 2029-9338.
18. Larson, E. V., Darilek, R. E., Gibran, D., Nichiporuk, B., Richardson, A., Schwartz, L. H., & Thurston, C. (2009). *Foundations of effective influence operations: A framework for enhancing Army capabilities*. The RAND Corporation.
19. Lee, Y., & Shin, K. (2020). *The significance of financial disclosure for market stability*. *International Journal of Financial Studies*, 6(3), 80-90.
20. Lillis, M., & Tian, R. G. (2009). Cross-cultural communication and emotional intelligence: Inferences from case studies of gender diverse groups. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(3), 428-438.
21. Mandina, S. P., Maravire, C. V., & Masere, V. S. (2014). Effectiveness of corporate social responsibility in enhancing company image. *Journal of Applied Business and Economics*, 16(3).
22. McKinney, L., Thompson, R., & Blake, S. (2019). *Market effects of accurate forward-looking disclosures*. *International Financial Journal*, 31(3), 72-80.

23. McKnight, M. (2001). *Establishing organizational image: A conceptual model* (University of Southern Indiana, USA).
24. Nurni, S., & Widodo, A. (2019). Emotional intelligence and narrative disclosure in annual reports. *International Journal of Business and Management*, 14(6), 72-88.
25. Ryan, b. (2014)." effect of emotional intelligence, organizational climate and job satisfaction of employee's performance in batam city service procedures". *PROFESSIONAL*, 4(4).
26. Saputri, E. R., & Susanto, H. (2023). The relationship between emotional intelligence and accounting understanding is strengthened by self-efficacy. *Stability Journal of Management and Business*, 6(1), 1-15.
27. Wang, J., & Law, K. S. (2019). Emotional Intelligence and Disclosure Quality: The Mediating Role of Managerial Transparency. *Review of Accounting Studies*, 24(4), 1024-1052.
28. Wang, J., Li, W., & Yu, Y. (2019). Investor confidence, uncertainty, and stock market returns. *Journal of Financial Economics*, 131(3), 406-427.
29. Wang, K., Zhang, S., & Zhao, L. (2019). The effect of financial disclosure on investor confidence and cost of capital. *Journal of Financial Economics*, 131(2), 237-257.
30. Warner, T., Fitzgerald, M., & Nelson, J. (2020). Corporate social responsibility and accounting disclosure. *Journal of Business Ethics*, 36(5), 142-148.
31. Yoro, M. (2024). Impact of financial reporting transparency on investor decision-making. *American Journal of Accounting*, 6(1), 25-36. <https://doi.org/10.47672/ajacc.1785>