

الإفصاح عن المعلومات التفاؤلية المستقبلية ودوره في تحسين سمعة الشركة وانعكاسه على قرارات المستثمرين

((دراسة استطلاعية في سوق العراق للأوراق المالية))

Disclosure of Optimistic Prospective Information and Its Role in Improving
The Company's Reputation And Its Reflection on Investors' Decisions

أ.د بكر إبراهيم محمود

م.م حليم إسماعيل شنته

bakrmahmoud@uomustansiriyah.edu.iq

haleem_i_sh2008@uomustansiriyah.edu.iq

جامعة المستنصرية/كلية الادارة والاقتصاد- قسم المحاسبة

المستخلص

لدى الشركات اهتمام مستمر بكيفية إدراك المستثمرين لهم وتقييمهم، فقد يحثهم ذلك للتفكير فيما " سيفكر به المستثمرين"، نظراً لأن الانطباع التي تُنشئه الشركات له تأثيرات على الطريقة التي ينظر بها المستثمرين إليها وتقييمها ومعالجتها، لذلك يحاولون في كثير من الأحيان نقل صور إيجابية عن شركاتهم تعزز تحقيق الأهداف المرجوة، وذلك بهدف جعلها أكثر جاذبية للمستثمرين، ومن المنطوق أعلاه فإن ابتعاد إدارات الشركات عن مسارات الإفصاح وعدم قيامها بالإفصاح عن توقعاتها وأفعالها المستقبلية على وفق استراتيجيات الإفصاح المستقبلي، قد لا يُمكن المستثمرين من معرفة مدى ملائمة ما تخطط له هذه الشركات مع بيئة المستقبل، وبالتالي عدم كفايتها لاتخاذ القرارات الاستثمارية، لذلك يهدف البحث الى توضيح الإفصاح عن المعلومات التفاؤلية المستقبلية في سياق تقارير الشركات، وبيان مدى تطبيق استراتيجيات الإفصاح المستقبلي في تقارير الشركات السنوية وانعكاس ذلك على تحسين قرارات المستثمرين، ولغرض تحقيق هدف البحث تم الاعتماد على أسلوب تحليل نتائج أنموذج استمارة الاستبانة التي صممت لاستقصاء آراء الخبراء والمختصين (عينة البحث)، عن طريق استعمال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل متغيرات البحث الثلاث لبيان التأثير والارتباط، وذلك باستعمال البرنامج الإحصائي (SPSS Vr.24) وحزمة (AMOS). وقد توصل الباحثين إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها، أن المعلومات التفاؤلية المستقبلية تتمتع بأهمية كبرى في عملية اتخاذ القرار الاستثماري، وذلك لتزايد الطلب على هذه المعلومات، لزيادة المعرفة وتخفيض مخاطر الاستثمار وعدم التأكد، فضلاً عن ميل الشركات الى تقديم معلومات تفاؤلية مستقبلية في محاولة لنقل جانبها الخاص بالأمور والقضايا التي تهم المستثمرين، والذي يمكن أن يساهم ذلك في تحسين صورها المفضلة، من خلال محاولة المديرون تقديم نتائجهم بأفضل صورة مفيدة للتأثير على انطباع مستخدمي المعلومات المحاسبية.

وان اهم ما أوصى به الباحثين هي زيادة الوعي لدى الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية بأهمية الإفصاح عن المعلومات التفاؤلية المستقبلية في تقاريرها السنوية، كون الاعتماد على الإفصاح التقليدي المعتمد على المعلومات الحالية والماضية وحده لا يكفي لاتخاذ قرارات الاستثمار الرشيدة، فضلاً عن زيادة الوعي لدى تلك الشركات ضرورة تبني الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للإفصاح عن المعلومات التفاؤلية المستقبلية وعرض مكوناته سواء كانت كمية او وصفية ضمن تقاريرها والقوائم المالية، وذلك سعياً منها لتقديم معلومات قادرة في إحداث فرق في قرارات المستثمرين.

الكلمات المفتاحية: - المعلومات التفاؤلية المستقبلية، استراتيجيات الإفصاح المستقبلي، قرارات المستثمرين

Abstract

Companies have a constant interest in how investors perceive them and evaluate them. This may prompt them to think about what “investors will think”, given that the impression that companies create has impacts on the way investors perceive, evaluate and process them, so they often try to convey positive images of their company. Promote the achievement of the desired goals, with the aim of making them more attractive to investors, and from the above point of view, the departure of corporate administrations from the disclosure paths and their Prospective to disclose their expectations and future actions in accordance with Prospective disclosure strategies, it may not be possible for investors to know the suitability of what these companies are planning with the environment. Therefore, the research aims to clarify the Prospective disclosure of optimistic information in the context of company reports, and to indicate the extent to which Prospective disclosure strategies are applied in the annual company reports and its reflection on improving investor decisions. For the purpose of achieving the research goal, the method of analysis was relied on Results of the questionnaire form, which is designed to investigate the opinions of experts and specialists (the research sample), by using A set of appropriate statistical methods to analyze the three research variables to show the impact and correlation, using the statistical program (SPSS Vr.24) and the (AMOS) package.

The researchers reached a set of conclusions, the most important of which is that future optimistic information is of great importance in the investment decision-making process, due to the increasing demand for this information, to increase knowledge and reduce investment risks and uncertainty, as well as the tendency of companies to provide optimistic information in the future in an attempt to convey their side. For matters and issues of concern to investors, this can contribute to improving their preferred images, and therefore, by trying managers to present their results in the best way that is useful to influence the impression of users of accounting information.

The most important thing recommended by researchers is to increase awareness of companies listed on the Iraq Stock Exchange of the importance of disclosing optimistic future information in their annual reports, since relying on traditional disclosure based on current and past information alone is not sufficient to make rational investment decisions, as well as raising awareness of Those companies need to adopt companies listed on the Iraq Stock Exchange to disclose future optimistic information and display its components, whether quantitative or descriptive, in their reports and financial statements, in an effort to provide information capable of making a difference in investor decisions.

Key words: - Prospective Optimistic Information, Prospective disclosure strategies, investor decisions.

المقدمة:

إن الشركات تدرك أن السمعة الحسنة ضرورية لوجودها الحالي وكذلك المستقبلي وهي تعتبر رصيذا هاما للشركات، وأن سمعة الشركات هي سمة تنظيمية تحدد ما إذا كان أصحاب المصلحة يرون الشركة بطريقة جيدة أم سيئة، وأن السمعة الحسنة، تحدد جودة أداء الشركة (أي أنها أساس الممارسات التي تعكس الهوية والصورة)، وعليه يشكل هذا دافعا للشركات على تقديم معلومات يمكن أن تحسن سمعتها وصورتها المفضلة، وبالتالي، تميل الشركات إلى تقديم معلومات تفاؤلية مستقبلية في تقاريرها في محاولة لنقل جانبها الخاص من القصة في الأمور والقضايا التي تهم المستثمرين، لتعزيز سمعتها أمام لمستثمرين، وعند القيام بذلك، قد تؤثر إدارة الشركات على انطباع القراء من خلال معالجة المحتوى وإدارة عرض المعلومات، وإن الإدارة من المرجح أن تركز على الأخبار الإيجابية لتعزيز سمعتها، وعليه، يمكن أن يؤدي أكبر مستوى من الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية إلى تعزيز سمعة الشركة، حيث إن الإفصاح عن تلك المعلومات يمثل ركيزة أساسية للفئات ذات العلاقة بالشركة؛ نظرا لما يقدمه من معلومات تقيدهم في اتخاذ القرارات الاستثمارية الملائمة، وبالأخص الإفصاح عن المعلومات المستقبلية حيث يلعب دورا بارزا في تخفيض حالة عدم التأكد وتقليص فجوة عدم تماثل المعلومات بين المديرين ومستخدمي تلك المعلومات، مما يساعد المهتمين على تقييم أداء الشركات بشكل موضوعي

والمفاضلة بينها، كما سيسهم في وضع الإدارة والمستثمرين وجميع المهتمين بالشركة في صورة ما ستؤول إليه الأحوال في المستقبل، كما سيساعد الإفصاح المحاسبي عن المعلومات المستقبلية على شرح وتفسير ما يحيط بالشركة من أحداث داخلية وخارجية، سواء كانت تلك التي تتعلق بمدى تحقيق التنمية للشركة أو المخاطر المحيطة بها الحالية أو المستقبلية وما هي الإستراتيجية لمواجهة هذه المخاطر، وبالتالي ترشيد قرارات المستثمرين.

ومن هذا المنطلق فإن معظم المديرين يبذلون قصارى جهدهم ليبدو جديرين أمام الآخرين، وعادة ما يستخدم استراتيجيات مختلفة لتعزيز صورتهم وسمعة الشركة، حيث تعتبر استراتيجيات الإفصاح عن المعلومات المستقبلية لها علاقة قوية بحماية وصيانة سمعة الإدارة ولها تأثير عليها وعلى ثقافة الشركة وأدائها وسمعتها.

ولتحقيق أهداف البحث فقد تم تقسيمه الى أربعة مباحث، حيث استعرض المبحث الأول منهجية البحث، أما المبحث الثاني فقد سلط الضوء على الجانب النظري قد تم تسليط الضوء على فلسفة الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وانعكاسها على قرارات المستثمرين، أما المبحث الثالث تم استعراض الجانب العملي لبيان الارتباط والتأثير لمتغيرات البحث الثالث، والمبحث الرابع قد خصص الى الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول – منهجية البحث

1-1: – مشكلة البحث:

تعتبر تقارير الشركات السنوية أهم مصدر للمعلومات حول شؤون الشركات وأدائها للمستثمرين ومختلف المستخدمين الآخرين، حيث إن توفير معلومات في تقارير الشركات يمكن أن تكون توقعات القراء حول الشركة التي تثير اهتمامهم وبالتالي تحسن سمعة تلك الشركات، كما إن الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية، يمكن أن تعطي صور جذابة عن الشركة، وعليه هل إغفال الشركات لأهمية الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية، وابتعاد إدارات الشركات وعدم قيامها بالإفصاح عن توقعاتها وأفعالها المستقبلية على وفق استراتيجيات الإفصاح المستقبلي، لا يمكن للمستثمرين من معرفة مدى ملائمة ما تخطط له هذه الشركات مع بيئة المستقبل، كما قد يؤدي عدم تقديم معلومات مستقبلية شاملة وواضحة في تقارير وقوائم الشركات إلى عدم فهم المستثمرين الحاليين والمرتقبين، فضلا عن أصحاب المصلحة الآخرين لاتجاهات وأداء الشركة، وبالتالي عدم كافيته لاتخاذ قرارات المستثمرين في سوق الأوراق المالية.

1-2: – أهداف البحث:

الهدف من البحث هو محاولة توضيح البعد الفلسفي للإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية في سياق تقارير الشركات من خلال استراتيجيات الإفصاح المستقبلي، وبيان مدى تطبيق تلك استراتيجيات في تقارير الشركات السنوية لتحسين سمعة الشركة، وانعكاس ذلك على تحسين قرارات المستثمرين، ولتحقيق الهدف العام لابد من تحقيق الأهداف الآتية: –

- أ. بيان فلسفة المعلومات المستقبلية والآلية المستخدمة في استنباط هذه المعلومات من قبل مُعد المعلومات المحاسبية التي تتمتع بقدر كاف من الثقة والموضوعية.
- ب. بيان أهمية الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية، فضلا عن دوره في دفع الشركة لرفع مصداقية معلوماتها وجعلها مقبولة لدى جميع مستخدمي المعلومات المحاسبية، من خلال تعزيز الثقة بين الشركة ومستخدمي تلك المعلومات.
- ت. بيان دور المعلومات التفاضلية المستقبلية وفق منظور استراتيجيات الإفصاح المستقبلي سواء من حيث محتواها أو طبيعتها أو الفترة التي يغطيها في اتخاذ القرارات الاستثمارية الرشيدة.
- ث. الوقوف على مدى توفر الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية كأداة لتحسين سمعة الشركة، فضلاً عن إعطاء دلالات ومؤشرات تساهم في اتخاذ قرارات استثمارية رشيدة.
- ج. التعرف على مدى إدراك المجتمع الاستثماري في سوق العراق للأوراق المالية لأهمية المعلومات التفاضلية المستقبلية وفق استراتيجيات الإفصاح المستقبلي ودورها في ترشيد قرارات المستثمرين.

1-3 - أهمية البحث:

يعد هذا البحث إحدى الدراسات الجديدة التي تبحث في مدى تطبيق الإفصاح عن المعلومات المستقبلية، حيث إن المعلومات التفاضلية المستقبلية يتم إعدادها لغرض التخطيط والتنبؤ بالمستقبل لمساعدة مستخدمي هذه المعلومات لاتخاذ قرارات رشيدة، إذ يتم اتخاذ هذه القرارات في بيئة تُهيمن عليها المنافسة وعدم التأكد، فالمستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين لا تقتصر حاجتهم على المعلومات التاريخية أو الحالية فقط، كما يستكشف هذا البحث محددات هذه الممارسة في الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، لذلك، كما نأمل أن يسهم هذا البحث في إثراء وتعزيز الأدب المحاسبي، وعليه يمكن توضيح الأهمية الفكرية كالآتي:-

- أ. تظهر أهمية البحث من خلال تنامي الحاجة إلى الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية، وتبني مسارات هذا الإفصاح، حيث يساهم هذا الإفصاح في تعزيز قدرة المستثمرين على التعامل مع التغيرات السريعة في الأسواق المالية وتأثيراتها المتزايدة، فضلاً عن مساعدتهم في عملية اتخاذ القرارات وترشيدها.
- ب. لقد أصبح للمعلومات المستقبلية دوراً هاماً تقوم به الشركات من خلال نشرها في تقاريرها وقوائمها في زيادة كفاءة وفاعلية القرارات التي يتخذها المستثمرين.
- ت. الحاجة لمعرفة ماهية استراتيجيات الإفصاح المستقبلي كأحد أشكال الإفصاح الحديثة من حيث كونه يوفر معلومات محاسبية مستقبلية تخدم العديد من المستخدمين كالمستثمرين والمحللين الماليين.
- ث. يساعد الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية له الأهمية في التنبؤات والتوقعات المستقبلية للشركة والتي يتوقف عليها العديد من قرارات المستثمرين.
- ج. تساعد المعلومات التفاضلية المستقبلية للشركات وفق استراتيجيات الإفصاح المستقبلي إلى جذب رؤوس الأموال وتشجيع المستثمرين لهذه الشركات.

1-4 - فرضية البحث:

- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لأهمية المعلومات التفاضلية المستقبلية وفق استراتيجيات الإفصاح المستقبلي المطلوب توفرها في تقارير وقوائم الشركات وحاجة مستخدمي المعلومات المحاسبية، وتتفرع منه الفرضيات الفرعية الآتية: -
- أ. يوجد ارتباط بين الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وبين قرارات المستثمرين ارتباطاً معنوي إحصائياً بوجود استراتيجيات الإفصاح المستقبلي تدعم سمعة الشركة.
 - ب. يؤثر الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية تأثيراً معنوي إحصائياً في قرارات المستثمرين بوجود استراتيجيات الإفصاح المستقبلي تدعم سمعة الشركة.

المبحث الثاني - ((الجانب النظري))

1.2 الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وفق منظور مُعد المعلومات المحاسبية

تزايدت الانتقادات الموجهة إلى المعلومات التاريخية بالقوائم المالية بسبب رغبة أصحاب المصلحة في الحصول على معلومات مستقبلية عالية الجودة تمكنهم من تقييم الأداء المالي المستقبلي للشركة، حيث أكدت دراسة (Beyer) أن تنبؤات الإدارة تعد من أهم وأفضل أشكال الإفصاح وأيضاً مصادر المعلومات المحاسبية التي يتلقاها المستثمرون وتساعد على اتخاذ القرارات الاستثمارية الرشيدة. (Beyer et al.:2010, 312)

وان تزايد أهمية الإفصاح عن المعلومات يرتبط تاريخياً بالتحول الذي حدث لوظيفة المحاسبة من مدخل الملكية (Owenrs' Approach) إلى مدخل المستخدمين (Users' Approach) في بداية الستينات من القرن العشرين، فبدخول هذه الحقبة

التاريخية تحول تركيز المحاسبة من حماية مصالح المالكين إلى التركيز على دورها كنظام للمعلومات، ولكي تقوم المحاسبة بوظيفتها الجديدة ارتقى شأن مبدأ الإفصاح، وصاحب هذا التطور انفتاح المحاسبة على فروع المعرفة الأخرى كنظرة حديثة للمعلومات، وكان لتزايد الدور الاقتصادي للأسواق المالية العالمية أثرها على المحاسبة إذ فرضت على المحاسبين أن يولوا اهتماماً للفرضيات والمفاهيم التي تحكم آليات هذه السوق كفرضية السوق الكفاء وهذا ما أكد مرة أخرى على أهمية الإفصاح عن المعلومات في القوائم المالية التي تعد المصدر الرئيس للمعلومات. (بلقاوي، 2009: 367)

كما زادت أهمية الإفصاح عن المعلومات المستقبلية في الفكر المحاسبي نتيجة لتحول النظر إلى القوائم المالية من اعتبارها هدفاً بحد ذاتها إلى اعتبارها وسيلة لتحقيق الأهداف المرجوة أهمها المساعدة في اتخاذ القرارات الاستثمارية، ولذلك أصبح الاهتمام بهذا الإفصاح ضرورة حتمية لتحقيق فاعلية (Effectiveness) قوائم الشركات وتحقيقاً لأهدافها. (عبد الكريم، 2003: 8)

وإن الإفصاح عن المعلومات المستقبلية يضيف بعداً جديداً لعناصر جودة المعلومات المحاسبية بتقارير الشركات، حيث لم تعد المعلومات المستقبلية تقتصر على التنبؤ بالأرباح المستقبلية ولكن اتسعت لتضم الإفصاح المالي كـ"التنبؤ بالتدفقات النقدية والمعلومات غير مالية مثل المخاطر التي قد تؤثر على الأداء المستقبلي للشركة". (Ajinkya et al.: 2005, 347)

كما لا بد من وجود إفصاح يكون أشمل وأوسع حتى يفي باحتياجات مستخدمي المعلومات المحاسبية، وذلك بهدف تقديم أكبر قدر من المعلومات لمستخدمي تلك المعلومات، حتى لا يلجؤوا إلى مصادر أخرى وتكون المعلومات مضللة، ومن أمثلة إفصاح المعلومات المستقبلية، الإفصاح عن المعلومات غير المالية، وخطط واستراتيجيات الإدارة، والمخاطر المحيطة بالشركة التي قد تؤثر على الأداء المستقبلي للشركة.

وقد عُرفت المعلومات المستقبلية وفقاً لمعيار التدقيق الدولي (1) على أنها المعلومات المبنية على افتراضات عن الأحداث التي قد تقع في المستقبل ورد فعل الشركة تجاهها، وهي تخضع بطبيعتها للحكم الشخصي بدرجة عالية، ويتطلب إعدادها ممارسة قدر كبير من الحكم الشخصي، وقد تكون المعلومات المستقبلية في صورة (تنبؤات توقعات) أو (تقديرات مستقبلية) تصورات (أو خليط من كليهما). (IFAC, 2010: 1065)

ومن هنا يرى الباحثين إنه من الواضح والمتفق عليه أن المعلومات المستقبلية تخضع للحكم الشخصي بدرجة أو بأخرى، ولكنها ليست مجالاً للحكم الشخصي بدرجة كبيرة، كما أنه ليس من المقبول أن تعد هذه المعلومات في ظل ممارسة ذات قدر كبير من الحكم الشخصي، وعليه، ندرك أن التقدير يعتمد على عوامل معينة تكون معقولة بدرجة كافية وأنها ليست من قبيل الحدس أو التخمين أو (ما يسمى أحياناً في بعض التطبيقات بالتقدير الجزافي)، ولذلك يجب أن نميز بين مرحلة الحكم الشخصي عند اختيار التنبؤات لترشيد استخدامها وبين عملية التقدير التي تعتمد على استخدام الافتراض لتقديم تقديرات معقولة نختار أفضلها ثم عملية تحديد القيمة المقدرة المختارة في صورة معلومات مستقبلية.

وبعد ما تم التعرف على المعلومات المستقبلية يمكن بيان الإفصاح عن المعلومات المستقبلية على أنه " توفير المعلومات التي تمكن المستخدمين من تقييم الأداء المستقبلي للشركة، وقد يتضمن هذا الإفصاح المستقبلي كلاً من التوقعات المالية والمعلومات غير المالية مثل المخاطر والشكوك التي من المحتمل أن تؤثر على أداء الشركة". (Aljifri et al., 2007: 12)

كما عرف كل من (Aljifri et al.) الإفصاح عن المعلومات المستقبلية بأنه " فئة المعلومات التي تشير إلى الخطط الحالية والتوقعات المستقبلية التي تمكن المستثمرين والمستخدمين الآخرين من تقييم الأداء المالي المستقبلي للشركة، وإن هذا الإفصاح ينطوي على توقعات مالية مثل أرباح السنة القادمة، والإيرادات والتدفقات النقدية المتوقعة، كما يتضمن الإفصاح المستقبلي معلومات غير مالية مثل المخاطر والشكوك التي يمكن أن تؤثر بشكل كبير على النتائج الفعلية وتؤدي إلى اختلافها عن النتائج المتوقعة.

وأن الإفصاح عن المعلومات المستقبلية المتوفرة في التقارير وقوائم الشركات تعمل على توفير عنصر الكفاءة للأسواق المالية، كما يرتبط بعمليات التنبؤات المستقبلية التي تساعد مستخدمي المعلومات المحاسبية على تقييم أداء الشركة في المستقبل، فضلاً عن تخفيض درجة المخاطر المحيطة بالاستثمارات. (Aljifri et al.,2007:83)

وبناءً على ما جاء يرى الباحثين إن الإفصاح عن المعلومات المستقبلية يمكن أن يفيد العلاقات العامة، مثل اكتساب ثقة المستثمرين والدائنين الحاليين والمحتملين، كما يمكن أن يؤدي الإفصاح عن المعلومات المستقبلية إلى زيادة المنافسة وتقويض قدرة الشركة المنافسة على توليد التدفقات النقدية المستقبلية.

2.2 المعلومات التفاضلية المستقبلية في سياق تقارير الشركات

يعد التقرير السنوي للشركة وثيقة رئيسية مهمة لأي شخص مهتم بهذه الشركة، وهو يعتبر وسيلة الاتصال التقليدية الرسمية بين " الشركة والمساهمين". بشكل عام، حيث يتضمن التقرير السنوي للشركة المعلومات الكمية والمعلومات الوصفية (النصوص)، ويتضمن بشكل عام قسمًا كمياً وقسم وصفيًا. يتكون القسم الكمي من البيانات المالية والملاحظات المتعلقة بها ويخضع لتنسيق ومحتوى هذا القسم للقوانين واللوائح؛ فضلاً عن يتعين على المدققين المستقلين أن يؤكدوا ويعلنوا ما إذا كانت البيانات المالية لهذا القسم توفر نظرة حقيقية ونزيهة لنتائج الشركة ومركزها المالي هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، فإن قسم المعلومات الوصفية غير منظم كما هو الحال في قسم المعلومات الكمية، ولا يخضع لمتطلبات التدقيق وإدراج المعلومات في هذا القسم يخضع لتقدير الإدارة، وبالتالي تتمتع الشركات بقدر كبير من الحرية في إظهار أدائها في هذا القسم. (Ibrahim,2011:23)

وأن الإدارة تستخدم التقارير السنوية للشركة لتقديم عرض "المصلحة الذاتية" من أداء الشركة، وبشكل أكثر تحديداً، فإن المديرين يميلوا إلى التأكيد على تحقيق النتائج الإيجابية في تقارير الشركة السنوية. (Guillamon-Saorin,2006:31)

في الواقع، أن الشركات تدرك أن السمعة الحسنة ضرورية لوجودها الحالي وكذلك القادم. وعلى هذا النحو، تحفز الشركات على تقديم معلومات يمكن أن تحسن صورتها المفضلة، حيث تميل الشركات إلى تقديم معلومات تفاؤلية في قسم المعلومات الوصفية في محاولة لنقل جانبها الخاص من القصة في الأمور والقضايا التي تهم الجمهور. عند القيام بذلك، وقد تؤثر الشركات على انطباع مستخدمي التقارير من خلال المعالجة البارة لمحتوى وإدارة عرض المعلومات، نظراً لأن الشركات لديها الدافع لتعزيز سمعتها للمستثمرين، إذ منحت الإدارة حرية في عرض ومناقشة نتائج الشركة في قسم المعلومات الوصفية، وإن هذا القسم يوفر للإدارة فرصة رائعة لتوضيح الأحداث لصالحها. (Cen & Cai,2014:12)

وتعد مساعي المديرين لتكوين رؤية أكثر فائدة لأداء الشركة مما هو مضمون. لاسيما وإن لديها إمكانية عالية في تقديم الأداء السنوي للشركة بصدق وبطريقة غير منحازة، لذلك، يحاول المديرين تقديم نتائجهم بأفضل صورة ممكنة. Abdul-Rahman,2014:23

إن الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية أسلوب تتبناه الشركات لمحاولة التحكم في انطباع الآخرين، ويكون الدافع من ذلك للتأثير في إفصاح المعلومات المحاسبية، وقد طبقت آلية الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية لشرح ردود أفعال الشركات التي قد تواجه التهديدات بالفشل، فضلاً عن استخدام بعض الطرق للتحقق من تأثيرها على توقعات المستثمرين. (Brennan et al.,2013:14)

كما أن الشركات تستخدم إستراتيجية الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية لتعويض إمكانية الاختيار السلبي الناجم عن عدم الإفصاح عن المعلومات خاصة عندما يكون السوق على علم بوجود أخبار سيئة عند الإفصاح عن المعلومات، ويميل المديرين إلى التأكيد على الأخبار السارة، ويظهرون انحيازاً ذاتياً في اختيارهم لعناصر الأداء الراضية للإفصاح ويضمن إفصاحهم للمعلومات الإيجابية أكثر من المعلومات السلبية، وتعد معلومات الشركات حاسمة بالنسبة للمستثمرين والحكومات وكذلك أصحاب المصلحة.

وفي هذا السياق فإن مديري الشركات يعالجون بصورة بارعة المعلومات أو التحكم في لغة تلك المعلومات لإضفاء صورة عامة جيدة على الشركة.

وأن المديرين يطبقون التقديم الذاتي في الإفصاح عن معلوماتهم. وأن الأشخاص يفضلون أن ينسبوا النجاح إلى قدرتهم الخاصة، وأن ينسبوا الفشل إلى العوامل الخارجية، وذلك عن طريق تقارير الشركات، كما يمكن للمديرين استخدام تقنيات محددة في محاولة للتأثير على انطباع الأطراف الآخرين. على سبيل المثال، قد يختارون الإفصاح عن المعلومات الأكثر ملاءمة من ضمن مجموعة كاملة من البيانات المتاحة. بهذه الطريقة، يمكن أن يناقش المدير التغيير الأكثر تفضيلاً في الأداء. (Bowen et al., 2002:33)

وفي مطلع عام 2005 تم فحص تجريبي لمجموعة من الشركات الصينية المدرجة في السوق المالي حيث تم اختيار مجموعة من الملاحظات لبيان الأداء الأفضل إذ كانت (31 ملاحظة) للأداء الجيد و (39 ملاحظة) للأداء السيء، وقد أظهرت النتائج أن الشركات من المرجح أن ينسب الأداء الأفضل لقدراتهم الخاصة في حين أن الأداء السلبي تم نسبته لعوامل السوق والبيئة الخارجية. (Johnson&Schwartz,2005:22)

وإن التقارير المالية كواحدة من أهم طرق الإفصاح عن المعلومات التفاضلية قد تدفع الكثير من انتباه المستثمرين للشركة، ويمكن استخدامها في تعزيز تأثير المعلومات الجيدة، وقد وجد أن شركة (Burton) نقلت صورة الشركة للجمهور من خلال التقارير السنوية خلال الفترة من 1930 إلى 1994.

وإن الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية من جوانب مختلفة، حيث إن التقديم الذاتي يمكن أن يكون أحد الأسباب التي تجعل المديرين يستخدمون الأساليب المختلفة للتأثير على قابلية قراءة المعلومات التي قدموها لأصحاب المصلحة. (Bushee et al., 2003:28)

ويعد الإفصاح عن المعلومات التفاضلية غير المالية أحد مجالات الإفصاح عن معلومات الشركات، إذ حققت بعض الدراسات في فعالية المعلومات التفاضلية لتقارير الشركات الخاصة بالمعلومات غير المالية. حيث ركزت على تأثير تلك المعلومات على سعر السهم. علاوة على ذلك، يتم استخدام بعض الطرق التجريبية للتحقق من تأثير المعلومات التفاضلية المستقبلية على توقعات المستثمرين، والتي من الممكن أن تغير سعر سهم الشركة بشكل إيجابي. (Courtis, 2004:28)

وعند شعور مستلم الرسالة "بالمصادقية" من التوافق التنظيمي، تنتقل هذه التجربة الذاتية إلى سياق الإقناع وتكون بمثابة معلومات للتقييمات ذات الصلة، بما في ذلك الإقناع المتصور بالرسائل وخيارات الموضوع. بمعنى آخر، كلما شعر مستلمو الرسالة بشكل أفضل وافقوا على الرسالة، لذلك قد نقص الشركة عن مزيد من المعلومات الكمية في تقارير المسؤولية الاجتماعية. (Matsumoto et al., 2006:24)

وأن الإفصاح عن المعلومات التفاضلية غير المالية، له خصوصية، فضلاً عن له تأثير على مستخدمي المعلومات المحاسبية، لذلك فإن الشركات تفضل الإفصاح عن مزيد من المعلومات التفاضلية غير المالية لتصوير أداءها بشكل جيد، وبالتالي الحصول على تقييم جيد من قبل مستخدمي المعلومات المحاسبية. (Aerts, 2005:12)

4.2 دور المعلومات التفاضلية المستقبلية في تحسين سمعة الشركة

تعد سمعة الشركات سمة تنظيمية تحدد ما إذا كان المستثمرين يرون الشركة بطريقة جيدة أم سيئة، وأن السمعة الطيبة، بشكل عام، تحدد جودة أداء الشركة (أي أنها تشكل أساس الممارسات التي تعكس الهوية والصورة). معنى، أن سمعة الشركات تعتبر رصيذاً هاماً تتفاعل بموجبه الشركة مع البيئة الخارجية وتتغير بتغيرها.

إن سمعة الشركات هي مجموعة من الأحكام حول الشركة التي تنظر في التحليل المالي والاجتماعي والبيئي لشركة ما، مما يشير إلى وجود حاجة لقياس السمعة باستخدام وجهات نظر ثلاث وهي: -

❖ **المنظور الأول:** - السمعة كأصل، حيث توجد صلة بين السمعة، وقيمة الشركة، وعلاقة الشركة بمنافسيها.

- ❖ **المنظور الثاني:** - السمعة كتقييم، حيث يكون الحكم والتقييم مرتبطين بسمعة الشركة.
- ❖ **المنظور الثالث:** - السمعة كإدراك، حيث يتم اعتبار تمثيل المعرفة والعاطفة كعناصر ذات صلة، إذ تجعل الأشخاص يفكرون بوعي فيما يخص الشركة.

وعليه، يمكن أن يؤدي أكبر مستوى للإفصاح عن المعلومات التفاوضية المستقبلية إلى تعزيز سمعة الشركة وبالتالي تعزيز مكانتها، وإن الشركات تدرك أن السمعة الحسنة ضرورية لوجودها الحالي والمستقبلي. وعلى هذا النحو، تحفز الشركات على تقديم معلومات يمكن أن تحسن صورتها، ومن ثم تميل الشركات إلى تقديم معلومات إضافية في محاولة لنقل جانبها الخاص فيما يخص الأمور والقضايا التي تهم المستثمرين، وعند القيام بذلك، قد تؤثر الشركات على انطباع مستخدمي المعلومات من خلال المعالجة البارعة للمحتوى وإدارة عرض المعلومات، ونظرًا لأن الشركات لديها الدافع لتعزيز سمعتها للمستثمرين ومُنحت الإدارة حرية في عرض ومناقشة نتائج الشركة للمعلومات التفاوضية المستقبلية، لأن المعلومات التفاوضية المستقبلية توفر للإدارة فرصة رائعة لتوضيح الأحداث لصالحها. (Solomon et al., 2009: 27)

أي أن الإدارة من المرجح أن تركز على المعلومات التفاوضية المستقبلية، في عرض تقارير الشركات، ولذلك تقديم نتائجهم بصورة أفضل، وهناك أربع طرق جوهرية يقومون من خلالها بتنفيذ ذلك، هي: المعلومات الوصفية المحاسبية والرسوم البيانية والجدول والصور. (Brennan et al., 2013: 54)

ويشير (Matsumoto et al.) إلى إن استخدام الإدارة للمعلومات التفاوضية المستقبلية من خلال وسائل الاتصال، والتأكيد على الأخبار الجيدة عن طريق تفاؤل الإدارة هو مجرد مؤشر لأداء الشركة الإيجابي المستقبلي ويعتبر بمثابة معلومات إضافية من الممكن أن يساهم في تحسين سمعة ومكانة الشركة. (Matsumoto et al., 2006: 19)

5.2 استراتيجيات الإفصاح عن المعلومات التفاوضية المستقبلية لدعم سمعة الشركة

إن إدارة الانطباع تحدث عندما تختار الإدارة عرض المعلومات بطريقة تصور إنجازات الشركة، وهي " إستراتيجية الإفصاح عن المعلومات التفاوضية المستقبلية "، عن طريق المعالجة البارعة للمعلومات الوصفية من خلال المعالجة البارعة في لغة الخطابة، بينما يتم التركيز على استراتيجيات أخرى كتركيز على الأخبار الجيدة من خلال المعالجة البارعة في المعلومات الكمية عن طريق اختيار مواضيع التقارير. (Ibrahim, 2011: 65)

1.5.2 إستراتيجية المعالجة البارعة في لغة الخطابة لتقارير الشركة

إن تقارير الشركات تشهد حالياً فترة من التغيير الجذري، إذ حدثت مجموعة من التغيرات في المحتوى والتصميم والميزات التقديمية لتقارير الشركات، وإن هذه التقارير تعد أكثر مهنية ومعاصرة، وإن تقديم مزيد من المعلومات وعرضها هو أكثر إثارة للاهتمام، مع رسوم بيانية ملونة والجدول، إذ يحول تقرير الشركات من " وثيقة مالية مملة الى وثيقة ملونة لتسويق العلاقة بين الشركة والجمهور "، وهذا التحول هو نتيجة التغير التشريعي والتنظيمي، والتكنولوجيا الجديدة، وتغيير ممارسات الأعمال، فضلاً عن زيادة مفاهيم المساءلة من قبل الشركات... وغيرها، إذ ينظر إلى هذه التقارير في الوقت الحاضر ليكون إلى حد كبير نتاج معبأة يتم إنشاؤها من قبل مُعديها للإبلاغ عن صورة محددة مطلوبة من قبل الإدارة. (Ibrahim, 2011: 67)

وإن لغة الخطابة بوصفها اللغة المقنعة وذات اتجاه واحد وهي التأثير على القارئ لصالح منظور معين، الهدف منه هو إقناع وتغيير انتباه القراء، وتعتبر هذه الإستراتيجية لغة مقنعة، لأنه بذلك لم يؤكد على ما يقال، ولكن كيف قيل.

ولذلك، فإن الطريقة التي توفر فيها الشركة الرسائل في التقرير السنوي هي النقطة الأساسية في إستراتيجية الاتصال مع الجمهور، ويمكن بناء الثقة من خلال إقناع الآخرين بأن الشركة تتابع إستراتيجية مقبولة اجتماعياً، وبالتالي، فإن التقرير السنوي هو " قصة بلاغية عن نشاط الشركة تهدف إلى إقناع أطراف خارجية لدعم وجود الشركة"، وقد يكون القصد من ذلك هو جذب أصحاب المصالح من أجل كسب الشرعية. (Chariri, 2010: 18)

بشكل عام، فإن لغة الخطابة هو "فن استخدام اللغة وذلك لإقناع أو التأثير على الآخرين، سواء كان الكلام أو الكتابة بعبارات محسوبة للإقناع أو التأثير يطلق عليه في كثير من الأحيان (بالشعور الاستهجاني)؛ وهو لغة تتميز باصطناعية أو لغة التباهي في التعبير" (قاموس أوكسفورد الإنكليزية، 1992). حيث قد يكون المديرين أكثر تباهياً كلما كان الأداء إيجابياً، وذلك عن طريق تقديم المعلومات المحاسبية الوصفية في التقارير السنوية من أجل عرض صورة الشركة الفعالة في محاولة للتأثير على مستخدمي المعلومات. وهنا يجب الإشارة إلا أن رد فعل مستخدمي المعلومات لا يعتمد فقط على الفهم الفكري فقط، بل يعتمد أيضاً على التواصل العاطفي. (Stanton & Stanton, 2004:25)

2.5.2 إستراتيجية المعالجة البارعة في اختيار المواضيع تقارير الشركة

تتكون التقارير السنوية من قسمين مختلفين، الأول، يمثل الجزء الذي يحتوي على المعلومات المحاسبية الوصفية أما الثاني يمثل المعلومات المحاسبية المالية، وأن المستثمرين يعتمدون على المعلومات التي يفصح عنها في التقارير السنوية لاتخاذ القرارات، وإن أصحاب المصالح تميل إلى أن تكون المعلومات التي يفصح عنها ذا ثقة ومصادقية في هذه التقرير. ومع ذلك، فإن العديد من المستثمرين يصعب عليهم فهم المعلومات المحاسبية المالية لأنه يعتبر قسم معقد. ومن ثم يسهل للمستثمرين التركيز على المعلومات المحاسبية الوصفية من التقرير السنوي. (Godfrey et al., 2003:96)

في الواقع، إن المعلومات المحاسبية الوصفية جزء أساسي من تقارير الشركات المعاصرة، وتكمل المعلومات المحاسبية المالية؛ ويتم العثور عليها بالأخص، في كلمة رئيس مجلس الادارة وفي تقرير مجلس الإدارة، ليكونا أحد أجزاء التقرير السنوي الأكثر قراءة.

هذه الأهمية المتزايدة لقسم المعلومات المحاسبية الوصفية، لكونه يوفر فرصة للتغلب على عدم تماثل المعلومات من خلال الإفصاح عن مزيد من تلك المعلومات، وبالتالي زيادة قدرة المستثمرين لاتخاذ القرار. (Ibrahim, 2011:73)

بالنظر الى إن هذا القسم، لا يحكمه أي تنظيم، فمن السهل على المديرين معالجة مثل هكذا معلومات وبصورة بارعة. إما عن طريق "عدم الإبلاغ عن الأخبار السيئة أو الحد منها أو من خلال تقديم الأخبار الإيجابية التي تكون في صالح الشركة"، ويشار إلى هذه الظاهرة على أنها "مبدأ بوليانا" (*). (Abdul-Rahman, 2014:4)

وتؤكد هذه الإستراتيجية على الكلمات والمواضيع الإيجابية (التفاؤلية)، ومن المفترض إن المديرين الذين يستخدموا هذه الإستراتيجية يسعون للحد من اللغة المحايدة أو السلبية، أو إظهار اللغة الإيجابية (التفاؤلية) في الكلمات الرئيسية لتقارير الشركة، وقد يختاروا معلومات تتضمن أمر محدد كالأحداث التي تتطوي على الأخبار الإيجابية وتجاوز الأحداث التي تتطوي على الأخبار السلبية، من خلال ذلك يسعون المديرون لتصوير الشركة بطريقة أفضل. (Guillamon-Saorin, 2006:31)

6.2 المعلومات التفاؤلية المستقبلية وفق منظور مستخدم المعلومات المحاسبية

أن المعلومات المحاسبية ينبغي أن تكون ذات مصداقية لتجنب رد فعل سلبية، وهنا بين كل من (Ogden & Clark) العلاقة بين الظهور الإيجابي والسلبي والمصداقية، كما بينا إن هناك حدود لما يمكن لإدارة الانطباع تحقيقه من حيث إقناع مستخدمي المعلومات فيما يتعلق بالمشاعر التي يتم التعبير عنها في تقارير الشركة.

حيث إن المعلومات التفاؤلية المستقبلية قد تأتي بنتائج عكسية فيما يتعلق بالآثار السلبية لسمعة الإدارة عندما ينظر إليها مستخدمي المعلومات على أنها تفتقد إلى المصداقية، إذا كانت تحمل أي معان ضمنية زائفة تؤثر مباشرة على معتقدات المستثمرين فيما يتعلق بالأوراق المالية لتلك الشركة، بما في ذلك النمط المعرفي لمستخدمي المعلومات ومستوى خبرتهم في العمل والخلفية الثقافية والشخصية والتسامح تجاه الغموض. (Huang, 2005:21)

¹ مبدأ بوليانا (Pollyanna principle): يُدعى أيضاً البوليانا أو الانحياز الإيجابي (هو ميل الأشخاص لتذكّر الأشياء الجيدة بدرجة أكبر من الأشياء المزعجة، وقد تم الإشارة من قبل بعض الدراسات على مستوى اللاوعي، يميل العقل للتركيز على التفاؤل بينما، على مستوى الوعي، يميل للتركيز على السلبيات، وأن تحييز اللاوعي للإيجابيات يوصف غالباً بأنه مبدأ بوليانا، وقد اشتق الاسم من رواية لـإليانور بورتير عام 1913 بعنوان بوليانا والتي تصف فتاة تلعب لعبة السعادة وهي أن تحاول العثور على شيء ما يبعث على السعادة في كل الأوضاع التي تتواجد فيها

وإن رد فعل مستخدمي المعلومات المبدئي على إفصاح المعلومات التفاضلية المستقبلية، يبين أن مستخدمي المعلومات يرون إفصاح المعلومات المستقبلية يمكن أن يكون ذات مصداقية، وبالتالي فإن هذه المعلومات تكون ذات القيمة. دون التحقق مما إذا كان مستخدمي المعلومات سيغيرون رأيهم اعتماداً على المعلومات اللاحقة التي يتم توفيرها أم لا.

ويرى الباحثين أن مستخدمي المعلومات المحاسبية ذات الخبرة القليلة هم أكثر عرضة للخداع من مستخدمي المعلومات ذات الخبرة العالية.

وفي هذا السياق، يتساءل (Clathworthy & Jones) عما إذا كان عمل المدققين الخارجيين ينبغي أن يتجاوز البيانات المالية ليشمل الإفصاح عن المعلومات الوصفية في التقارير السنوية.

وهنا يسأل الباحثين هل يمكن تطوير هذا النوع من التدقيق، فضلاً عن بيان دور المدققين / المنظمين، هل من المتوقع قيام المدققين والهيئات التنظيمية باتخاذ إجراء بشأن مثل هذا النشاط؟

7.2 تأثير المعلومات التفاضلية المستقبلية على قرارات المستثمرين

إن وجد تقرير يتضمن معلومات تفاؤلية مستقبلية مع التركيز على الجوانب المهمة التي يرغب المستثمرين بالحصول على كالمعلومات الشاملة عن الشركة وأدائها واستراتيجياتها وكل أنشطتها، تجعلهم يفهمون بشكل واضح ودقيق ماذا تعمل الشركة وإلى أين تريد أن تصل دون وجود عبيء معلومات يتحملونه، وإن توفر الشركات معلومات للمستثمرين بصورة متكاملة يستطيعون الاعتماد عليها لتوجيه استثماراتهم بشكل كفء في الشركة المستمرة بعملها، وقادرة على إضافة القيمة بمرور الوقت مع معرفتهم بتوجهاتها المستقبلية والمخاطر والفرص التي تتوقع أن تواجهها، وهذا يعني ترشيد قراراتهم بما يعود عليهم بالنفع والفائدة، والمستثمرين بشكل عام يبحثون عن أعلى العوائد المتوقعة في ظل أقل مخاطرة ممكنة، ولهذا ينظرون بصورة متزايدة إلى المعلومات غير المالية، فضلاً عن المعلومات المالية ليتواصلوا مع الشركة من خلال عدة قنوات للاتصال مثل الأنترنت والبرامج الاجتماعية وغيرها، وبما يعزز الحوار بينهما ومتابعة التطورات المهمة في أعمالها والتحديات في استراتيجياتها.

(Mehmet et al.:2015,534)

وإن توفير معلومات بصورة متكاملة حالية كانت أو مستقبلية، توضح الشركة من خلالها آفاقها المستقبلية والفرص والمخاطر التي قد تواجهها لتساعد المستثمرين على فهم أهدافها الإستراتيجية والتقدم الذي تحققه باتجاه تنفيذها يوفر فرصة لعرض قصة الشركة بطريقة مقنعة وموثوقة لبناء الثقة والتفاهم بينها وبين المستثمرين وأصحاب المصالح. (Serfeim el at:2017, 28)

وإن المعلومات بمختلف أنواعها لاسيما المعلومات المحاسبية والتي تتميز عن غيرها من المعلومات بأنها كمية وقابلة للتحقق من صحتها لذلك فإنها تعتبر أكثر فاعلية في مساعدة متخذي القرارات في الوصول إلى الحلول المناسبة، ويتوقف نجاح القرار على مدى صحة هذه المعلومات وطريقة تنظيم تأمينها وتخزينها ونقلها لمستخدمي تلك المعلومات، وكلما قصرت تلك المسافة كانت عملية اتخاذ القرار أكثر فاعلية.

وأن القرار الاستثماري يعتبر من أكثر القرارات مخاطرة وأهمية للمستثمرين، لأن طبيعة القرار الاستثماري يتفق مع القرارات الإستراتيجية، وينطوي هذا النوع من القرارات على درجة عالية من المخاطرة وعدم التأكد؛ كما إن هذا النوع من القرارات يتأثر بالقيم والتوقعات لمتخذي القرار، من حيث التنبؤ بالمبيعات، وتحديد معدل العائد على الاستثمار، ومعدل تكلفة رأس المال، فضلاً عن العوامل النفسية والسلوكية.

كما أن عملية اتخاذ القرارات تعتمد في كل مراحلها على ما يتوافر لدى متخذ القرار من معلومات مع العلم بأن درجة جودة المعلومات المتوافرة لمتخذ القرار لها تأثير كبير على درجة جودة القرار الذي يتخذه، فكلما زادت درجة جودة تلك المعلومات كان متخذ القرار في وضع أفضل، فالمعلومات تزيد من معرفة متخذ القرار وتقلل من جوانب المخاطرة المرتبطة باتخاذ القرارات وفي حقيقة الأمر أن اتخاذ القرارات والمعلومات موضوعان مرتبطان لا يمكن التعرض لأحدهما دون الآخر. (بلعجوز وعريوة:2012، 2)

يرى الباحثين أن المعلومات المحاسبية لها أهمية كبرى في عملية اتخاذ القرار، وهذا ما يفسر التزايد المضطرد في الطلب على هذه المعلومات سواء كانت معلومات كمية أو وصفية من شأنها مساعدة متخذ القرار بصورة أكثر فعالية، وذلك في زيادة المعرفة وتخفيض مخاطر عدم التأكد.

وفي هذا الصدد نجد انه أشارا إلى أن تأثير المعلومات المحاسبية المستقبلية على متخذي القرار ينقسم إلى:-
(Khashchanshaya:2017,53)

أولاً: تقوم على أن المعلومات المحاسبية المستقبلية تسهل عملية اتخاذ القرار من خلال تزويد قدر أكبر من المعلومات حول موضوع القرار لمن سوف يقوم باتخاذها.

ثانياً: تعتمد عملية اتخاذ القرار على قيام متخذ القرار باستخدام المعلومات المتاحة.

ولتوضيح تأثير المعلومات المحاسبية على اتخاذ القرارات نكتفي في تناول نموذجين من القرارات ألا وهما القرارات الاستثمارية الرأسمالية والقرارات الاستثمارية المالية وذلك نظراً لأهميتها في حياة الشركة أو للمجتمع ككل، فبالنسبة للنموذج الأول أي القرارات الاستثمارية الرأسمالية نجد بأن مستخدم المعلومات المحاسبية المستقبلية هو طرف داخلي يتمثل في إدارة الشركة المستثمرة التي تساعد المعلومات المحاسبية الجيدة في اختيار الاستثمار الأكثر نفعاً ونوع هذا الاستثمار فإنه يتعين عليها المرور بعدة مراحل في كل مرحلة يحتاج صانع القرار إلى معلومات محاسبية تكون مفيدة له في هذا الموقف، أما بالنسبة للنموذج الثاني ألا وهو القرارات الاستثمارية المالية نجد في هذه الحالة بأن مستخدم المعلومات المحاسبية المستقبلية هو طرف خارجي يتمثل في المستثمرين في الأوراق المالية الذين يبحثون عن معلومات ذات جودة تفيدهم في اتخاذ قرار الاستثمار في أسهم الشركة من عدمه. كما إن هناك العديد من العوامل التي تؤثر في عملية اتخاذ قرارات المستثمرين، إذ يمكن تصنيفها إلى ثلاث فئات هي: -
(الجوري، 2014:19)

أ. **عوامل تتعلق بالمعلومات**، وتشمل النقص في المعلومات الناتجة من عدم المعرفة بمكان وجود هذه المعلومات وكيف نقيمها؟ ومتى نحتاجها؟

ب. **عوامل تتعلق بنقص الخبرة والمعرفة وإجراءات اتخاذ القرار** مع وجود خبرات محدودة في هذا المجال.

ت. **العوامل الشخصية**، وتنقسم إلى، دوافع تنافسية وتضارب الهمم والقدرات والقيم وتعدد المواهب والإمكانات والاهتمامات والتعارض مع الآخرين والقلق عند اتخاذ القرار، وضعف الثقة بالنفس وتدني الكفاءة الذاتية.

8.2 أنواع قرارات المستثمرين في الأسواق المالية

إن المستثمر بوصفه كائناً اجتماعية لا يستطيع أن يعزل نفسه عن المجتمع الذي يعيش فيه، أو إن يمنع مشاعره وأحاسيسه من التأثير بالظروف والعوامل التي تسود البيئة المحيطة به، ولا شك أن نجاح قرار الاستثمار يتطلب من المستثمر تفهم ظروفه النفسية والمالية ومدى استعداده لمواجهة الأخطار المحتملة التي قد تؤثر على أداء السوق وذلك لأن بعض المستثمرين قد يصاب بالسأم والاكتئاب وخيبة الأمل عند هبوط أداء السوق مما يؤثر في حالته الصحية وعند صعود أداء السوق ترتفع معنوياته وتزداد ثقته بنفسه ويتحسن أداؤه، ولعل من أهم سمات المستثمر المتزن تحصين نفسه ضد الأخطار والانفعالات النفسية التي قد تؤثر على أدائه ونشاطه.

وقد عُرف المستثمر بأنه " الشخص الذي يشتري سهم شركة بعد أن يطلع على أداء الشركة والتعرف على خدماتها وطبيعة منتجاتها، ويطلع على تقاريرها وقوائمها المالية الفصلية (ربع، نصف سنوي، السنوية)، كما يقوم بالمقارنة بين أداء الشركة في فترات سنوية مختلفة أو بين أداء الشركة وشركة منافسة لها، وهذا الأسلوب يسمى بالتحليل الأساسي". (Mehmet et al.:2015,531)
وإن قرارات الاستثمار هي " القرارات الخاصة باختيار الأوراق المالية المختلفة وكمية الأموال المستثمرة في كل منها وتوقيت الاستثمار"، ويعتمد قرار المستثمرين من حيث شكله وهدفه وتوقيته على البيانات والمعلومات الضرورية لاتخاذ الأشكال الثلاثة لقرار الاستثمار (الشراء، البيع، عدم التداول)، حيث يتم اتخاذ القرارات المستثمرين على أساس القاعدة التي تقارن القيمة السوقية

مع القيمة الحقيقية للأوراق المالية، ويمكن تمييز قرارات المستثمرين الرئيسة التي يمكن أن يتخذها المستثمر على النحو الآتي :- (كمال وآخرون: 2017، 129-130)

- أ. **قرار الشراء**: يتخذه المستثمر عندما يشعر بأن قيمة الأداة الاستثمارية ممثلة بالقيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقعة منها محسوبة في إطار العائد والمخاطرة تزيد عن سعرها السوقي، مما يولد لديه حافز لشراء تلك الأداة سعياً وراء تحقيق مكاسب رأسمالية من ارتفاع يتوقعه في سعرها السوقي مستقبلاً، بمعنى إن قرار الشراء هي رغبة المستثمر في حياة أصل مالي ويرى بأن القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقعة تفوق القيمة السوقية للأصل المالي، مع مراعاة عامل المخاطرة.
 - ب. **قرار عدم التداول**: عندما يكون السوق في حالة عدم توازن حيث يتساوى السعر السوقي مع القيمة الحقيقية يفقد المستثمر أي حافز للبيع حيث تنتفي لديه المخاطر من انخفاض السعر في المستقبل، كما يفقد الحافز للبيع حيث تنتفي لديه الآمال من تحقيق مكاسب رأسمالية مستقبلية، وبالتالي لا يتوقع المستثمر تحقيق أي عوائد إلا إذا تغيرت الظروف السائدة، مما لا يدفع المستثمر إلى القيام بأي قرار سواء متعلق بالشراء أو البيع.
 - ت. **قرار البيع**: عندما يرتفع السعر السوقي عن القيمة الحقيقية للأصل يتولد لدى المستثمر الحافز للبيع خوفاً من مخاطر انخفاض السعر مستقبلاً، أي بمعنى عندما يرى المستثمر أن القيمة السوقية للأصل الذي بحوزته أكبر من القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقعة، وبالتالي قد يتخذ قرار البيع نتيجة لوجود فرصة لتحقيق الأرباح، وفي العادة يحاول المستثمر المبادلة بين المخاطر والعوائد عند اتخاذ القرار الاستثماري، وتختلف درجة المخاطرة حسب البديل الاستثماري، فهناك استثمارات خالية من المخاطر، واستثمارات محفوفة بالمخاطر.
- وبناءً على ما جاء ينبغي الإشارة إلى إن القرار الاستثماري يعتمد على درجة تقبل المستثمر لمستوى المخاطر، وإن المستثمر يستطيع تخفيض المخاطر من خلال تنويع الاستثمارات مع الأخذ بعين الاعتبار معامل الارتباط بين الاستثمارات ضمن المحفظة الاستثمارية.

2.2 انعكاس الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية على قرارات المستثمرين

إن جذب انتباه المستثمرين يعتبر من أهم عوامل نجاح الشركة في الأسواق المالية، لذلك تحاول الشركات توفير كل ما يحتاجونه المستثمرين من المعلومات أو التسهيلات والخدمات التي تجعلهم يختارون شركة دون غيرها، ويسعى المستثمرين للحصول على المعلومات بشكل شامل وموجز التي تساعدهم في اختيار مجالات الاستثمار، ودعم صنع قراراتهم على المدى الطويل، بصورة أكثر اكتمالاً لإنشاء القيمة كتوظيف رأس المال والموائمة بين عوامل القرارات الاستثمارية كالأفاق المستقبلية وتقييم المخاطر والمعلومات المتعلقة بظروف عمل الشركة، والتي تساعدهم على تقييم أداء الشركة، فضلاً عن التقدم الذي تحرزه الإدارة في تنفيذ استراتيجياتها، ورؤية أفضل عن صحة أعمالها ورؤيتها المستقبلية للفرص والمخاطر. (KPMG,2016:3)

إن للإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية بصورة متكاملة وخصوصاً المستقبلية منها له أهميته كبيرة داخل الشركة ولجميع أصحاب المصلحة خارجها، لأنه يوفر نظرة شاملة عن كل أوجه أداء الشركة، من حيث توجهها الاستراتيجي ولذا يعد مصدر أساسي لاتخاذ القرارات الاستثمارية الجيدة للمستثمرين، إذ إن التقرير المالي التقليدي لا يمكن الاعتماد عليه لاتخاذ قرارات استثمارية من عدمها نظراً لكونه يعكس معلومات تاريخية لا تعبر عن القدرة المستقبلية للشركة، لهذا فإن الإفصاح عن طريق اعداد تقارير متكاملة يزيد من فاعلية الإفصاح عن كيفية إدارة الشركة لاستراتيجيتها وفاعلية حوكمتها وأدائها وبما يتفق مع بيئتها الخارجية ويمكنها من تحقيق قيمة مستدامة بمرور الزمن.

والمعلومات التي تقدمها الشركة ينبغي أن تحسن جودة تلك المعلومات المعدة للمستثمرين لمساعدتهم في تخصيص رؤوس أموالهم بكفاءة وفاعلية لذلك ينبغي أن تتصف بجودة عالية لما لها من دور في سلوك متخذي القرارات وهذا يحتاج إلى تأكيد هذه المعلومات سواء داخل الشركة لغرض اتخاذ القرارات أو توكيدها لأطراف خارجها كالمستثمرين والدائنين لتقديم تأكيد بمدى قدرتها على إنشاء قيمة لها في المدى القصير والطويل وتقديم رؤيا شاملة عن قدرتها على تحقيق أهدافها والتعامل مع مخاطرها، كما إن للتدقيق الداخلي أثر كبير حول إعلام إدارة الشركة بأهمية تبني المعلومات التفاضلية المستقبلية لأثرها الإيجابي الذي ينعكس على سمعتها وجلب رؤوس الأموال الجديدة لتوسيع أعمالها. (Scott & Kristina,2014:28)

المبحث الثالث - ((الجانب العملي))

1.3: - نبذة عن سوق العراق للأوراق المالية

تأسس سوق العراق للأوراق المالية بموجب القانون (74) لسنة (2004) وبأشهر نشاطه في (24 / 6 / 2004) يقع مركز السوق في بغداد، وله الحق في فتح فروع له في مدن عراقية أخرى ويحظى سوق الأوراق المالية في العراق بأهمية كبيرة في ضوء التحديات الكبيرة التي تواجه الاقتصاد العراقي في تلبية الاحتياجات التمويلية المتزايدة، ويعد تأسيس هذا السوق وتطويره أحد محاور تطوير قطاعات التمويل المحلية وتحفيز الأسواق المالية والنشاطات الاستثمارية مما ينعكس إيجاباً على الاقتصاد العراقي، منذ عام 2004 أصبح سوق العراق للأوراق المالية يتمتع باستقلال مالي وإداري عن الحكومة ووزارة المالية وتعود ملكيته للأعضاء، كسوق للقطاع الاستثماري يقوم بدور تجميع المدخرات من الأفراد والمؤسسات والقطاعات المختلفة ويعمل على تنميتها من أجل توظيفها الاستثماري، ويتكون سوق العراق للأوراق المالية من شركات من قطاعات المصارف وشركات التأمين والشركات الصناعية والزراعية والاستثمار والفنادق والسياحة والخدمات، والهدف المتوخى من تأسيس سوق العراق للأوراق المالية هو جذب الاستثمارات الأجنبية وخلق المناخ الاستثماري للمستثمرين العراقيين وغير العراقيين من أجل بيع وشراء الأسهم في البورصة العراقية، ويعد القطاع المصرفي القطاع الأكثر فاعلية من حيث كبر حجم التداول وعدد الأسهم المتداولة، ويأتي بعده قطاع الصناعة و لا تزال أسعار أسهمها المتداولة أفضل الأسعار مقارنة ببقية أسعار الأسهم المتداولة الأخرى.

2.3: إجراءات البحث الميداني

شمل هذا الجزء على جانبين أساسيين هما: - منهج البحث، ومتغيرات البحث، وفيما يلي توضيح لكل منهما:-

منهج البحث: - تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، باستخدام الإحصاء الوصفي المتمثل باستخراج المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري لمعرفة مدى تطبيق الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وتأثيره في تحسين سمعة الشركة وانعكاس ذلك على قرارات المستثمرين. والمنهج الاستدلالي للتوصل الى العلاقة الارتباطية بين متغيرات الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية، والآليات التي يمكن من خلالها يمكن توفير المعلومات المستقبلية لغرض اتخاذ قرارات رشيدة للاستثمار.

متغيرات البحث: - اعتمد البحث على المتغيرات الآتية: -

- **المتغيرات المستقلة:** - والتي تمثلت بالمتغيرات التالية:- (الأفراد ذات الصلة بالاستثمار، الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة في مجال الاستثمار).
- **المتغيرات التابعة:** - وتمثلت بتطبيق الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية لغرض تحسين سمعة الشركة، والآليات التي يمكن من خلالها يمكن توفير المعلومات المستقبلية لغرض اتخاذ قرارات رشيدة للاستثمار.
- مجتمع البحث وعينه:** - تكون مجتمع البحث من المستثمرين والوسطاء الماليين والمحليلين الماليين ومراقبي الحسابات لما لهم من صلة في الاستثمار لسوق العراق للأوراق المالية، أما العينة فقد تكونت من (112) فرداً.

جدول (1) توزيع عينة البحث وفقاً للأفراد ذات العلاقة بالاستثمار

الرتبة الوظيفية	التكرار	النسبة
مستثمر	72	64.28%
وسيط مالي	10	8.93%
محلل مالي	4	3.57%
مراقب حسابات	26	23.22%

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

جدول (2) توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير جنس أفراد العينة

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	89	79.46%
أنثى	23	20.54%
المجموع	112	100%

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

جدول (3) توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
30-20 سنة	8	7.15%
40-31 سنة	12	10.71%
50-41 سنة	33	29.46%
60-51 سنة	38	33.93%
61 سنة فأكثر	21	18.75%

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

جدول (4) التوزيع عينة البحث وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
دبلوم فما دون	3	2.67%
بكالوريوس	51	45.53%
ماجستير او ما يعادلها	22	19.65%
دكتوراه او ما يعادلها	36	32.15%
المجموع	112	100%

جدول (5) -توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير سنوات الخبرة في الاستثمار

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
5 سنوات فما دون	4	3.6%
من 5-10 سنة	13	11.6%
من 11-15 سنة	14	12.5%
16 سنة فأكثر	81	72.3%
المجموع	112	100%

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

2.3: - الوصف الإحصائي للمتغيرات

أولاً: الإفصاح عن المعلومات التفاؤلية المستقبلية: - يمثل هذا المتغير في هذا البحث متغيراً مستقلاً، جرى قياسه عن طريق مجموعة فقرات لعرض نتائج الإحصاء الوصفي لهذا المتغير والمتغيرين الآخرين في ضوء مقاييس الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والنسبة المئوية، والذي جرى تقسيمه الى مستويات خمس هي منخفض جداً (1-1.80)، ومنخفض (1.81-2.6)، ومعتدل (2.61-3.40)، ومرتفع (3.41-4.20)، ومرتفع جداً (4.21-5) عبر استخراج الفرق بين الحدين الأعلى والأدنى للمقياس وتقسيمه على (5) عدد فقرات المقياس وإضافة ناتج القسمة (0.80) للحد الأدنى للمقياس فصعوداً.

وعلاوةً على ذلك، جرى قياس الأهمية النسبية مع تصميم مصفوفة تبين معاملات الارتباط الخطي بين أبعاد المتغيرات الثلاث بغية التحقق عن مدى توفر مشكلة التلازم الخطي بين تلك الأبعاد المستقلة والذي يصعب عندها فصل تأثير أبعاد المتغيرين المستقل والوسيط عن بعضهما البعض في قياس التأثير في المتغير المعتمد.

وكذلك ينبغي التأكد من شرط العلاقة الخطية بين المتغيرات المدروسة من خلال اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات الخاصة بأبعاد المتغيرات عبر اختبار (Kolmogorov-Smirnov) بواسطة البرنامج الإحصائي الجاهز (SPSS 24).

الجدول (6) -الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية

السؤال	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %
1	يعد توفير الادارة المعلومات التفاضلية المستقبلية الملائمة لاحتياجات مستخدميها، خطوة جادة لتقديم معلومات إضافية لتدعيم سمعتها.	3.68	0.737	73.6
2	يحتاج المستثمرين الى الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية لتلبية احتياجاتهم في اتخاذ القرار.	3.56	0.946	71.2
3	توسع الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية في تقارير الشركات، يساهم في تحسين جودة القرار الاستثماري.	4.16	0.813	83.2
4	توفر الشركات معلومات تفاؤلية مستقبلية مفهومة يمكن المستثمرين التعامل معها.	3.52	1.010	70.4
5	يساعد تقديم الشركات معلومات التفاضلية مستقبلية بلغة ومصطلحات مقروءة، في ترشيد قرارات المستثمرين.	3.72	0.854	74.4
6	تساهم المعلومات التفاضلية المستقبلية في تقليل حالة عدم التأكد لدى المستثمرين.	3.16	1.012	63.2
7	يساهم الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية بشكل كبير في التواصل مع المستثمرين بطريقة واضحة و مباشرة.	3.82	0.845	76.4
8	يؤثر الإفصاح عن المعلومات المستقبلية بشكل جوهري في قرارات المستثمرين فيما يخص العائد والمخاطرة.	2.80	0.943	56
9	يساعد الإفصاح عن المعلومات المستقبلية المستثمرين في تقدير المخاطر المتوقعة على الاستثمار.	3.34	0.794	70.4
10	يؤدي استخدام المعلومات المستقبلية الى تخفيض درجة المخاطرة واتخاذ قرارات الاستثمار الرشيدة.	3.62	1.003	72.4
المتوسط العام للمحور الأول		3.54	0.896	71.12

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يلاحظ من النظر الى الجدول (6) أعلاه إن درجات الوسط الحسابي للمحور الأول (الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية) تراوحت بين (2.80-4.16) أي ما نسبته (56% - 83.2%) وفق مقياس ليكرت الخماسي حيث بلغت نسبة الوسط الحسابي العام للمحور الأول (3.57) ونسبة (71.12%) وهي نسبة كبيرة، حيث احتل السؤال (3) في هذا المحور أعلى وسط حسابي حيث بلغ (4.16) ونسبة (83.2%) والذي ينص على أن (توسع الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية في تقارير الشركات، يساهم في تحسين جودة القرار الاستثماري)، وهذا يعني إن المعلومات الحالية المفصّل عنها في قوائم وتقارير الشركات هي كافية لاتخاذ القرار الاستثمار وبالتالي هناك حاجة للتوسع في الإفصاح وخصوصاً للمعلومات المستقبلية، وبالمرتبة الأخيرة فقد كان السؤال (8) حيث بلغ الوسط الحسابي (2.80) ونسبة (56%) والذي ينص على (يؤثر الإفصاح عن المعلومات المستقبلية بشكل جوهري في قرارات المستثمرين فيما يخص العائد و المخاطرة)، وهذا يبين إن إفصاح الشركات عن المعلومات المستقبلية التي تبين فيها تأثير العوامل البيئة الداخلية والخارجية فضلاً عن بيان المخاطر المحيطة بالشركة سيساهم في ترشيد قرارات المستثمرين.

ثانياً: استراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة: - يمثل هذا المتغير في هذا البحث متغيراً وسيطاً، جرى قياسه من خلال بعدين هي كلا من إستراتيجية المعالجة البارعة في لغة الخطابة لتقارير الشركة، وإستراتيجية المعالجة البارعة في اختيار المواضيع لتقارير الشركة، عينت الفقرات اللاحقة لعرض نتائج الإحصاء الوصفي لأبعاد هذا المتغير، أما الجدول (7) يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع العبارات المطروحة ضمن محور استراتيجيات دعم سمعة الشركة.

الجدول (7) -الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور الاستراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة

السؤال	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %
أولاً:-	إستراتيجية المعالجة البارعة في لغة خطابة تقارير الشركات			
1	استخدام الشركات فن لغة الخطابة لتوفير المعلومات التفاضلية المستقبلية في تقاريرها، يساعد في إقناع المستثمرين لدعم وجود الشركة.	3.67	0.926	73.4
2	استخدام فن الخطابة المقنعة للمعلومات المستقبلية تؤثر في قنوات المستثمرين، وتغيير انتباههم بشكل أكثر تحديدا لصالح منظور معين.	3.85	0.914	77
3	يتفاعل المستثمرين مع لهجة (نبرة) وكثافة المعلومات التفاضلية المستقبلية للشركة.	3.47	0.988	69.4
4	يؤدي استخدام أدوات الخطابية مثل (الضمائر واللهجة) في تقارير الشركات الى قنوات محفزة للمستثمرين لاتخاذ القرارات اللازمة.	3.67	0.749	73.4
ثانياً:	إستراتيجية المعالجة البارعة في اختيار مواضيع تقارير الشركات			
5	يساهم استخدام المواضيع الإيجابية في توفير معلومات الأداء المتوقع، في عرض أداء الشركات بأفضل صورة ممكنة.	3.23	0.865	64.6
6	يؤثر إصدار المزيد من الأخبار بشكل إيجابي على تصورات المستثمرين بشأن رؤيتهم المستقبلية في بقاء واستمرارية الشركة.	3.43	0.786	68.6
7	عندما تكون هناك عناصر متعددة من الأخبار (الإيجابية والسلبية المختلطة)) في تقارير الشركات، يجعل من المستثمرين مهتمين بما يكفي بكل معلومة.	3.81	0.723	76.2
8	استخدام الكلمات الإيجابية في توفير المعلومات المستقبلية للشركات، يساهم في جذب المستثمرين.	3.47	1.023	69.4
9	الإفصاح عن المعلومات الإضافية المتعلقة بالبنود المستقبلية يشكل تحيزاً إيجابياً، يساهم في زيادة سعر سهم الشركة	3.58	0.972	71.6
المتوسط العام للمحور الثاني				
		3.57	0.660	71.5

المصدر:- اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

وبالنظر الى متوسطات عبارات أبعاد المحور الثاني (الاستراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة)، نجد أنها تراوحت بين (2.38 - 3.42) أي ما نسبته (47.6% - 68.4%) وفق مقياس ليكرت الخماسي حيث بلغت نسبة الوسط الحسابي العام للمحور الثاني (3.57) وبنسبة (71.7%) وهي نسبة كبيرة، حيث احتل السؤال (2) ضمن بُعد (إستراتيجية المعالجة البارعة في لغة خطابة تقارير الشركات) في هذا المحور أعلى وسط حسابي حيث بلغ (3.85) وبنسبة (77%) والتي تنص على (استخدام فن الخطابة المقنعة للمعلومات المستقبلية تؤثر في قنوات المستثمرين، وتغيير انتباههم بشكل أكثر تحديدا لصالح منظور معين)، وهذا يعني الإدارة لديهم القدرة على توصيل رؤى وأهداف الشركة واستراتيجياتها عن طريق تقريرها السنوية بلغة تساهم في جذب انتباه المستثمرين، وبالتالي تساعد في أقناعهم للاستثمار بها. وبالمرتبة الأخيرة فقد كان السؤال (5) ضمن بُعد (إستراتيجية المعالجة البارعة في اختيار مواضيع تقارير الشركات) في هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي (3.23) وبنسبة (64.6%) والتي تنص على (يساهم استخدام المواضيع الإيجابية في توفير معلومات الأداء المتوقع، في عرض أداء الشركات بأفضل صورة ممكنة)، مما يعني إن توفير الشركات للمعلومات التفاضلية الإيجابية عن أدائها المستقبلي، من الممكن إن يؤدي عرض أداء الشركات بأفضل صورة ممكنة، وبالتالي سيسهم في تحفيز المستثمرين الحاليين والمرتقبين للاستثمار في الشركة.

ثالثاً: قرارات المستثمرين:- يمثل هذا المتغير في هذا البحث متغيراً معتمداً، جرى قياسه من خلال عشر عبارات، عينت الفقرات اللاحقة لعرض نتائج الإحصاء الوصفي لهذا المتغير، أما الجدول (8) يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع العبارات المطروحة ضمن محور قرارات المستثمرين.

الجدول (8)-الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور الثالث " قرارات المستثمرين "

السؤال	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %
1	توقعات الأخبار التفاضلية للأرباح مصحوبة بالإفصاح التكميلي الذي يمكن التحقق منه، يؤدي الى رد فعل إيجابي للمستثمرين وتجذب انتباههم للاستثمار.	3.18	0.936	63.6
2	يساعد تضمين المحتوى اللفظي وأسلوب الكتابة المقنع في الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية للشركة، في جذب المستثمرين للاستثمار في الشركة.	2.60	0.876	52
3	إن توجه انتباه القراء بصرياً إلى المعلومات التفاضلية المستقبلية الذي يظهر الأداء المالي في أفضل صورة، يساعد المستثمرين في اتخاذ قرار الاستثمار.	3.06	1.127	61.2
4	يحق الاعتماد على المعلومات التفاضلية المستقبلية فاعلية أكثر في تحديد طبيعة و نوعية الاستثمار.	2.70	0.785	54
5	يحق توفير الشركات المعلومات التفاضلية المستقبلية لمستخدميها بصورة متكاملة، درجة أعلى من التكامل في قرارات المستثمرين.	2.96	0.875	59.2
6	مساهمة الادارة في الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية يساعد في زيادة درجة الثقة في تقارير الشركات المنشورة.	3.14	0.779	62.8
7	يساهم تقديم الادارة للمعلومات المستقبلية للتنبؤ عن مؤشرات الأداء، في تحسين توقعات المحللين الماليين عن أداء الشركة المستقبلي.	2.80	1.082	56
8	استخدام المعلومات التفاضلية المستقبلية في ترشيد قرارات الاستثمار يؤثر في حجم الاستثمارات المستثمر فيها.	3.34	0.956	66.8
9	يستطيع المستثمر إدارة استثماراته بشكل فعال وكفؤ عندما تفصح الشركات عن معدلات النمو المتوقعة للأرباح وتوزيعها.	3.26	1.134	65.2
10	يستطيع المستثمر اتخاذ قراره الاستثماري بناءً على نتائج الشركة المتوقعة للأنشطة المستمرة.	2.78	0.970	55.6
المتوسط العام للمحور الثالث		2.98	0.952	59.6

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

بالنظر الى درجة الوسط الحسابي لعبارات المحور الثالث " قرارات المستثمرين " نجد أنها تراوحت بين أعلى وسط حسابي في العبارة (8) حيث بلغ (3.34) أي ما نسبته (66.8%)، والتي تنص على (استخدام المعلومات التفاضلية المستقبلية في ترشيد قرارات الاستثمار يؤثر في حجم الاستثمارات المستثمر فيها)، حيث يعني إن إفصاح الشركات عن المعلومات التفاضلية المستقبلية تعطي صور واضحة للمستثمرين عن رؤية الشركة وأهدافها واستراتيجياتها والمخاطر المحيطة بها وبالتالي ترشيد قرارات المستثمرين والتي من الممكن أن تساهم في تحديد حجم الاستثمار. وبالمرتبة الأخيرة فقد كانت العبارة (2) وبوسط حسابي (2.6) أي ما نسبته (52%)، والتي تنص على (يساعد تضمين المحتوى اللفظي وأسلوب الكتابة المقنع في الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية للشركة، في جذب المستثمرين للاستثمار في الشركة)، هذا يعني إن إفصاح الشركات بأسلوب الكتابة المقنع وتضمين المحتوى اللفظي وفي الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية للشركة، ليس بالضرورة إن يساهم في جذب المستثمرين للاستثمار في الشركة كون المستثمرين على وعي ودرية في لغة ومضمون ما تفصح به الشركات للمعلومات التفاضلية المستقبلية.

وللكشف عن وجود علاقة ارتباطية دالة بين متغيرات البحث الثلاث من وجهة نظر أفراد عينة البحث تم حساب معاملات الارتباط (بيرسون) والجدول (9) يوضح هذه العلاقة.

جدول (9)-العلاقة الارتباط بين الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية واستراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة وقرارات المستثمرين

المتغيرات	الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية	استراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة	قرارات المستثمرين	جميع المتغيرات
الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية	-	0.766**	0.542**	0.876**
استراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة	0.766**	-	0.673**	0.897**
قرارات المستثمرين	0.542**	0.673**	-	0.791**
جميع المتغيرات	0.876**	0.897**	0.791**	-

**دالة عند مستوى معنوية (a=0.01)

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

ويتبين من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباطية موجبة بين جميع متغيرات البحث عند مستوى معنوية (a=1%) حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون الكلي بين الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وبين المتغيرات الأخرى من وجهة نظر الأفراد عينة البحث (0.876)، ويعتبر معامل الارتباط طردي ومرتفع، بحيث هناك علاقات متبادلة بين الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية لا يمكن الفصل بينها، وعليه تكون العلاقة بينها علاقة طردية مرتفعة.

كما بلغ معامل ارتباط بيرسون الكلي بين استراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة وبين جميع المتغيرات الأخرى من وجهة نظر أفراد عينة البحث (0.897)، ويعتبر معامل الارتباط طردي ومرتفع، بحيث تقوم بين استراتيجيات الإفصاح المستقبلي وباقي المتغيرات علاقات متبادلة لا يمكن الفصل بينها، وعليه تكون العلاقة بينها علاقة طردية مرتفعة.

كما بلغ معامل ارتباط بيرسون الكلي بين قرارات المستثمرين وبين المتغيرات الأخرى من وجهة نظر أفراد عينة البحث (0.791)، ويعتبر معامل الارتباط طردي ومرتفع، بحيث تقوم بين قرارات المستثمرين، وباقي المتغيرات علاقات متبادلة لا يمكن الفصل بينها، وعليه تكون العلاقة بينها علاقة طردية مرتفعة.

والعلاقة بين الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية واستراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة علاقة طردية فوق المتوسطة (0.766)، والعلاقة بين الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وقرارات المستثمرين علاقة طردية متوسطة (0.542)، والعلاقة بين استراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة وقرارات المستثمرين علاقة طردية متوسطة (0.673).

ومن أجل تحديد أثر المتغير المستقل والمتمثل بالمتغير المستقل الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية بالمتغيرين الآخرين وهما واستراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة وقرارات المستثمرين، ودرجة تأثير وارتباط المتغير المستقل بالمتغيرين الآخرين، أعتمد الباحثين على نتائج التحليل الإحصائي والمتمثل بمعامل الارتباط المتعدد (F)، وكما مبين بالجدول (10): -

جدول (10) - تحليل انحدار التباين الخطي المتعدد للعلاقة بين المتغيرات الثلاث للبحث

قيمة معامل الارتباط المتعدد	قيمة (f) المحسوبة	قيمة (f) الجدولية	الدلالة
0.769	70.46	3.09	دلالة معنوية عالية

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة أكبر من قيمة (f) الجدولية عن مستوى دلالة 0.05 ودرجاتي حرية (101.2) ويدل ذلك أن المتغير المستقل وهو (الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية) يؤثر بالمتغير التابع (قرارات

المستثمرين) بوجود المتغير الوسيط (استراتيجيات الإفصاح المستقبلي لدعم سمعة الشركة)، ومما يعني وجود علاقة ارتباط قوية ومعنوية إحصائياً بين متغيرات البحث الثلاث.

ولغرض معرفة مستوى العلاقة بين متغيرات البحث لإجابات عينة البحث، تم استعمال معامل الارتباط الخطي لتلك الإجابات الذي تتضح نتائجه في الجدول (11): -

جدول (11)-علاقة الارتباط لمتغيرات البحث الثلاث

قيمة معامل الارتباط	قيمة (t) المحسوبة	قيمة (t) الجدولية	الدالة
0.584	4.946	1.674	ارتباط دال

المصدر: - اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

ويتضح من الجدول في أعلاه بأن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.584) وهو ارتباط دال إذ بلغت القيمة (t) المحسوبة (4.946) وهي أكبر من قيمتها الجدولية بدرجة أكبر والبالغة (1.674) ويعد ذلك مؤشر للارتباط الدال لإجابات عينة البحث فيما يخص متغيرات البحث الثلاث.

المبحث الرابع - ((الاستنتاجات والتوصيات))

1.4: - استنتاجات

1.1.4: استنتاجات الجانب النظري

1. إن ميل الشركات الى تقديم معلومات تفاؤلية مستقبلية في محاولة لنقل جانبها الخاص بالأمر والقضايا التي تهم المستثمرين، يمكن أن يساهم ذلك في تحسين صورها المفضلة، ولذلك، عن طريق محاولة المديرون تقديم نتائجهم بأفضل صورة مفيدة للتأثير على انطباع مستخدمي المعلومات المحاسبية.
2. أن المعلومات التفاؤلية المستقبلية تتمتع بأهمية كبرى في عملية اتخاذ القرار، وذلك لتزايد الطلب على هذه المعلومات، لزيادة المعرفة وتخفيض مخاطر الاستثمار وعدم التأكد.
3. إن القرار الاستثماري يعتبر من أكثر القرارات مخاطرة وأهمية للمستثمرين، لأن طبيعة القرار الاستثماري يتفق مع سمعة الشركة المستثمر فيها.

2.1.4 : استنتاجات الجانب العملي

1. بينت نتائج البحث من خلال إجابات عينة البحث إن إدارة الشركات لديهم القدرة على توصيل أهدافها واستراتيجياتها ومعلوماتها الإيجابية عن طريق تقريرها السنوية بصورة موضوعية.
2. بينت نتائج البحث إن تقارير الإدارة التي تفصح بها عن المعلومات التفاؤلية المستقبلية يساهم في جذب انتباه المستثمرين وإقناعهم برؤية الشركة وبالتالي تحفيزهم للاستثمار بها.
3. بينت نتائج البحث إن الإفصاح عن المعلومات التفاؤلية المستقبلية يؤثر في متغير قرارات الاستثمار، بوجود استراتيجيات الإفصاح المستقبلي التي تدعم سمعة الشركة.

2.4: - التوصيات**1.2.4: توصيات الجانب النظري: -**

1. ضرورة زيادة الوعي لدى الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية بأهمية الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية في تقاريرها السنوية، كون الاعتماد على الإفصاح التقليدي المعتمد على المعلومات الحالية والماضية وحده لا يكفي لاتخاذ قرارات الاستثمار الرشيدة.
2. ضرورة العمل على تبني استراتيجيات الإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية من قبل إدارة الشركات، لما له دور مهم في وضع الأسس في عرض المعلومات المستقبلية الذي ينعكس إيجاباً على عملية اتخاذ القرارات الاستثمارية.
3. ينبغي العمل على تحسين آلية الإفصاح لدى الشركات، وخاصة فيما يتعلق بالإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية، وبالأخص استراتيجيات وأهداف الشركة والمخاطر المحيطة بها، لما لهما الدور الأكبر في ترشيد قرارات الاستثمار.

2.2.4: توصيات الجانب العملي: -

1. ضرورة تبني الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وعرض مكوناته سواء كانت كمية أو وصفية ضمن تقاريرها والقوائم المالية، وذلك سعياً منها لتقديم معلومات قادرة في إحداث فرق في قرارات المستثمرين.
2. ينبغي توعية مستخدمين القوائم والتقارير للشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية بأهمية المعلومات التفاضلية المستقبلية التي تفصح عنها الشركات وكيفية الاستفادة منها في اتخاذ قراراتهم الاستثمارية وذلك من خلال عقد الندوات وورش العمل وإصدار نشرات التوعية.
3. ضرورة تعزيز الشركات للإفصاح عن المعلومات التفاضلية المستقبلية وتضمن ذلك في تقاريرها المنشورة، لتحسين سمعتها، وبالتالي جذب انتباه المستثمرين للاستثمار في الشركة.

المصادر والمراجع

أولاً:- المصادر العربية:-

1. بلعجوز، حسين، عريوة، محاد، (2012) " دور معلومات محاسبة التسيير الإستراتيجية في صنع قرارات الاستثمار الرأسمالي"، الملتقى الدولي:صنع القرار بالمؤسسة الاقتصادية، جامعة مسيلة، الجزائر.
2. البلقاوي، أحمد، (2009) " نظرية محاسبية"، الجزء الأول، ترجمة رياض العبد الله، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
3. الجبوري، مهدي عطية موحى، (2014) " التمويل السلوكي ودوره في القرارات المالية"، مجلة جامعة بابل العلوم- الإنسانية، 22(14).
4. عبد الكريم، عارف عبد الله، (2003) " الإفصاح المحاسبي الاختياري مع دراسة ميدانية لجانب الطلب في البيئة المصرية"، مجلة التجارة والتمويل.
5. كمال عبد السلام، محمود السجاعي، سلطان، وداد، (2016)، " أثر التوسع في الإفصاح الاختياري على خصائص المعلومات المحاسبية لترشيد قرار الاستثمار في سوق الأوراق المالية الليبي دراسة تطبيقية"، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة.

Second:- Foreign sources

1. Abdul-Rahman, A., (2014), "A Longitudinal Study of the Readability of the Chairman's Narratives in Corporate Reports: Malaysian Evidence", International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, Vol. 8.
2. Aerts, W., (2005), "Picking up the Pieces: Impression Management in the Retrospective Attributional Framing of Accounting Outcomes. Accounting Organizations & Society, 30.
3. Ajinkya. B. & M. Gift., (2005), "Corporate Manager's Earnings Forecasts and Symmetrical of Market Expectations", Journal of Accounting Research, Autumn.
4. Aljifri, K., & Hussainey, K., (2007), The Determinants of Forward-Looking Information in Annual Reports of UAE Companies. Managerial Auditing Journal, 22(9).
5. Beyer, A., Cohen, D. A., Lys, T. Z., & Walther, B. R., (2010), "The Financial Reporting Environment: Review of the Recent literature", Journal of accounting and economics, 50(2).
6. Bowen, R.M., Davis, A.K., & Matsumoto, D.A., (2005), "Emphasis on Pro Forma versus GAAP Earnings in Quarterly Press Releases: Determinants, Sec Intervention and Market Reactions", Accounting Review, Vol. 80.
7. Brennan, N.M., & Merkl-Davies, D.M., (2013), "Accounting Narratives and Impression Management?", Rutledge Companion to Accounting Communication, Vol. 26.
8. Bushee, B., D.A. Matsumoto & G.S. Miller., (2003) "Open versus closed conference calls: The determinants and effects of broadening access to disclosure", Journal of Accounting and Economics 34 (1-3).
9. Cen, Z., & Cai, R., (2014), "Preference in Presentation or Impression Management: A Comparison Study Between Chairmen's Statements of the Most and Least Profitable Australian Companies", Australian Accounting, Business and Finance Journal, Vol. 8.
10. Chariri, A., (2010), "Rhetorics in Financial Reporting: An Interpretive Case Study", Journal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 12, No.2, PP. 53-70.
11. Courtis, J.K., (2004), "Colour as visual rhetoric in financial reporting", Accounting Forum 28.
12. Godfrey, J., Mather, P. & Ramsay, A., (2003), "Earnings and impression management in financial reports": the case of CEO changes. Abacus, 39 (1).
13. Guillamon-Saorin, E., (2006)., "Impression management in financial reporting: evidence from the UK and Spain", Unpublished doctoral dissertation, University College Dublin.
14. Huang, P.H., (2005), "Regulating irrational exuberance and anxiety in securities markets", University of Pennsylvania Law School, Institute for Law and Economics, Research Paper.

15. Ibrahim, M.A. (2011), "Impression Management: Presentation Formats in Annual and Stand-Alone Reports of UK FTSE100 Companies 2000-2005", Doctoral Thesis, Accounting and Finance Section, Cardiff Business School, Cardiff University, UK.
16. International Federation of Accountants (IFAC), (2010), Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements". New York. March.
17. Johnson, W.B., & Schwartz, W.C., (2005), "Are Investors Misled by "Pro Forma" Earnings?", Contemporary Accounting Research, Vol. 22, No. 4, PP. 915-963.
18. Khashchanshaya, E., (2017), "Annual reports that strengthen corporate reputation: Meeting the needs and expectations of the investors" , Master Thesis, Haage-Helia, University of Applied Sciences.
19. KPMG, (2016), A Practical Guide to The Strategic Report, Pp.1-20.
20. Matsumoto, D., M. Pronk & E. Roelofsen, (2006), "Do analysts mitigate optimism by management? Working paper, University of Washington. retrospective attributional framing of accounting outcomes. Accounting, Organizations and Society 30.
21. Mehmet, Islamoglu, Mehmet Apan, Adem Ayvali, (2015), Determination of Factors Affecting Individual Investor Behaviors: A Study on Bankers, International Journal of Economics and Financial, 5 (2).
22. Scott, H., L. Rpbert, & M. Kristina, (2014), "Do Features that associate Managers with a message magnify investors Reactions to narrative disclosures? Working Paper, Cornell University, December.
23. Serafeim.George &Jody Grewal, Clarissa Hauptmann, (2017), " Stock Price Synchronicity and Material Sustainability Information", Electronic Copy available, (8th August).
24. Solomon, J.F., Solomon, A., Joseph, N.L. and Norton, S.D., (2009), "Impression management, concealment and power in private social and environmental reporting", Paper presented at the European Accounting Association Annual Congress, Tampere, Finland.
25. Stanton, P., Stanton, J. & Pires, G., (2004), "Impressions of an annual report: an experimental study. Corporate Communications": An International Journal, 9(1).