



دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية بالكويت

The Role of Social Media in Improving the Quality of
Accounting Information: A Field Study in Kuwait

أ/ قيس داود سلمان العبد الله
باحث ماجستير

kaissoliman2021@gmail.com

د / عبده احمد عتس
مدرس بقسم المحاسبة
كلية التجارة- جامعة كفر الشيخ
ab_sh_er@com.kfs.edu.eg

أ.د / على مجاهد أحمد السيد
أستاذ التكاليف والمحاسبة الإدارية، ووكيل
كلية التجارة - جامعة كفر الشيخ لشئون
التعليم والطلاب

مجلة الدراسات التجارية المعاصرة

كلية التجارة – جامعة كفر الشيخ
المجلد (8)- العدد (13) الجزء الثاني
يناير 2022م

رابط المجلة : <https://csj.journals.ekb.eg>

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية بالكويت

ملخص البحث:

هدف البحث إلى بيان دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية بدولة الكويت.

ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم هذا البحث إلى شقين، الشق النظري لتأصيل موضوع البحث وإستطلاع الجهود السابقة في هذا المجال، والشق الميداني لإختبار فروض البحث، وذلك من خلال بيان دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية، والخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية مع إجراء تحليل إحصائي للبيانات التي تم جمعها بإستخدام قائمة إستقصاء لاستقراء واقع البيئة الكويتية، وتوزيعها على عينة البحث. وقد توصلت نتائج البحث إلى أن الإفصاح من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يحسن من جودة المعلومات المحاسبية وذلك من خلال:

- 1- الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.
- 2- الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية المعززة للخصائص الرئيسية لجودة المعلومات المحاسبية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية، الخصائص النوعية المعززة لجودة المعلومات المحاسبية.

Abstract

This research aims to examine the role of social media in improving the quality of accounting information in Kuwait.

To achieve this objective, this research has been divided into two parts; the theoretical to review the literature in this field. Then, the field part to test the research hypotheses, through examine the role of social media on the fundamental qualitative characteristics of the quality of accounting information, and the qualitative characteristics that enhance the basic characteristics of the quality of accounting information, by statistical analysis and designing a questionnaire and distributing it among the research sample.

The results of research indicate that Disclosure through social networking sites improves the quality of accounting information through:

- 1- Electronic accounting disclosure through social media sites improves the fundamental qualitative characteristics of the quality of accounting information.

- 2- Electronic accounting disclosure through social media sites improves the qualitative characteristics that enhance the basic characteristics of the quality of accounting information.

1. الإطار العام للبحث

1/1 مقدمة البحث:

ساهمت تكنولوجيا المعلومات، من خلال أشكالها العصرية المتطورة، والمتسارعة، والمتغيرة، والمتعددة في جعل كل من يرغب في الدخول في النظام العالمي الجديد أن يبحث، وينشئ مقومات وآليات تساعد في خوض هذا السباق. ولذا بدأت الشركات ومنذ عهد قريب باستخدام خدمة ما يسمى بالتجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، والسبب وراء ذلك يكمن بأن هذه الشبكة الإلكترونية غزت جميع دول العالم، وبشكل متسارع وبواسطتها يمكن للشركات تسويق وبيع منتجاتها والوصول للمستهلك أينما كان وبتكلفة منخفضة، ويمكن القول بأن هذه الشبكة قد ألغت الحدود بين الدول (تومي، 2013).

ويعد نشاط المحاسبة — نشاط خدمي — يتمثل المنتج النهائي لهذا النشاط في مجموعة من التقارير المالية التي تعدها الإدارة لصالح أطراف متعددة داخل المنشأة وخارجها، وبالتالي فإن أهداف المحاسبة تنطلق من تحديد الوظائف الرئيسية التي تؤديها هذه التقارير المالية والمحاسبية.

وتعتبر التقارير المالية تمثل المنتج الرئيس لأي نظام معلومات محاسبي، ويعتبر الإفصاح عنها هو شريان الحياة لأسواق الأوراق المالية، فهي أحد المدخلات المؤثرة في عملية اتخاذ القرارات سواء للمديرين أو المستثمرين أو لغيرهم من المستخدمين، ولذلك يجب توفيرها بما يتلاءم مع التطور المتسارع والمستمر في تكنولوجيا المعلومات، فإعداد تقارير مالية عالية الجودة يعد عنصر هام وحافز قوي لتنشيط سوق الأوراق المالية وبالتالي الاقتصاد ككل (أحمد، 2015).

أدى الإفصاح الإلكتروني إلى أحداث تغيير جوهري في بيئة التقرير التي تعتمد على الانترنت، وأصبحت طريقة الإفصاح التقليدية عن طريق الأوراق تستغرق وقتاً طويلاً لتوفيرها وتوصيلها إلى أصحاب المصالح. ونظراً للمزايا العديدة التي تعود على الشركات من النشر والإفصاح الإلكتروني للمعلومات المحاسبية، فقد أدى ذلك إلى تبني العديد من الشركات هذه التقنية المتطورة، وبناء وسائل لها على شبكة الانترنت، تتضمن حجم هائل من المعلومات المالية وغير المالية عن الشركة والتي يمكن تحديثها عند الحاجة بتكلفة منخفضة، وبالتالي تسهيل مهمة الاتصال السهل والمباشر مع أصحاب المصالح وفي أي وقت (Benboualia and Berberib, 2018).

ونتيجة لذلك صاحب التوسع في الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي تنوعاً في ممارسات الإفصاح بصورة مؤثرة على إمكانية المقارنة، ولقد ظهر التنوع في كل من محتوى الموقع من حيث المعلومات المالية وغير المالية المفصّل عنها، وكذلك أسلوب عرض هذه المعلومات في الوسائل الإلكترونية للشركات بما يقدم المنفعة لمستخدمي التقارير والقوائم المالية.

2/1 مشكلة البحث

إن الإفصاح عن المعلومات المالية من خلال القوائم المالية المختلفة والخاصة بالشركة تساعد الجهات المختلفة والمستخدمين الداخليين والخارجيين بالاطلاع عليها كل حسب اهتمامه من أجل الوصول إلى المعلومات بكل سهولة ويسر ومن أجل اتخاذ القرارات بناء على المعلومات المنشورة.

وقد تبين أن تزايد انتشار استخدام الشركات لوسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيديو تشير إلى أن هذه الوسائل قد تصبح وسيلة مهمة لجذب اهتمام المستثمرين وتخفيض تكاليف الحصول على المعلومات. وقد تقوم الشركات بالعمل على استراتيجيات مختلفة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصاً أنها لاقت قبولاً كبيراً من معظم الشركات في الآونة الأخيرة، ومع ذلك مازال هناك نوع من عدم الثقة الكاملة بها وعدم البراعة في استخدامها، ومع التطور التكنولوجي المتزايد وظهور منصات التواصل الاجتماعي وانتشارها بشكل واسع جداً أصبح من السهل استخدامها في بيئات الأعمال والاقتصاد (Jung et al., 2014).

ويؤثر التطور في تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير على الإفصاح عن المعلومات وعلى الطريقة التي يتعامل بها المستثمرون مع تلك المعلومات ومن أهم مظاهر ذلك التطور ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، والتي توفر قناة تفاعلية وسهلة الوصول للإفصاح، حيث يتم استبدال الإفصاح التقليدي ذو الاتجاه الواحد للمعلومات بطريقة تواصل تفاعلية ذات اتجاهين وبالتالي فإن الإفصاح من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في خلق حواراً معلوماتياً دائماً ومستمرّاً ومشتركاً بين الشركة والمستثمرين، مما يساعد في تلبية احتياجاتهم من المعلومات، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي لديها القدرة على أن تكون أداة التواصل الرئيسية للشركات مع بعضها البعض ومع أسواقها ومجتمع الاستثمار وبالتالي تستطيع الشركات إرسال الاشارات التي تريدها إلى المستثمرين من أجل التأثير على قراراتهم (Jung et al., 2014).

وفي ضوء ما سبق تتبلور مشكلة البحث في السؤال البحثي الرئيسي التالي:

هل الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن جودة المعلومات المحاسبية؟

ويمكن الإجابة على السؤال الرئيسي السابق من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- هل الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية؟
- 2- هل الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية؟

3/1 أهداف البحث

اتساقاً مع مشكلة الدراسة يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في:

بيان دور وسائل الإفصاح عبر التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية بدولة الكويت ويسعى الباحثون إلى تحقيق الهدف الرئيسي للبحث من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- 1- دراسة دور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.
- 2- بيان دور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.

4/1 فروض البحث:

تحقيقاً للأهداف البحثية والإجابة على أسئلة البحث، قام الباحثون بصياغة الفروض البحثية كما يلي:
الفرض الرئيسي للدراسة: الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن جودة المعلومات المحاسبية.
ويشتق من هذا الفرض الرئيسي مجموعة من الفروض الفرعية تتمثل فيما يلي:

- 1- الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي في يحسن الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.
- 2- الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.

5/1 أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث في انه كلما كانت المعلومات المحاسبية تتصف بالملاءمة والتعبير الصادق، بالإضافة إلى قابليتها للتحقق والمقارنة والفهم وصدورها في توقيت مناسب كلما تمتعت التقارير المالية بجودة عالية، كما ترجع أهمية البحث ايضاً إلى المساحة المعرفية للإفصاح الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي باعتباره واحداً من مجالات التطوير في المحاسبة المالية، علاوة على تركيزه على مدى الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة واستخدامها من قبل الشركات لنشر تقاريرها وبياناتها على الانترنت في ظل قلة الابحاث العالمية والدراسات المتخصصة التي قامت بدراسة العلاقة بين تحسين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المحاسبية المنشورة إلكترونياً ومنفعة المعلومات المحاسبية في أنه قد يمثل إضافة علمية للممارسات المحاسبية، وتقديم النفع والفائدة للشركات محل البحث، والجهات الرقابية والباحثين والمحللين الماليين والاشخاص ذوي العلاقة، والمستثمرين من خلال اتخاذ قراراتهم بكفاءة أكبر. وتتمثل الاهمية العلمية والعملية للبحث فيما يلي:

1/5/1 الاهمية العلمية للبحث

يتناول البحث أحد المشاكل الهامة في الفكر المحاسبي والمتعلقة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية، وتتبع اهمية البحث العلمية في المساهمة في تحسين جودة المعلومات المحاسبية، بسبب قلة الدراسات التي تناولت الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية للشركات المساهمة بدولة الكويت.

2/5/1 الاهمية العملية للبحث

تُطبق الدراسة الميدانية على عينة من الشركات المساهمة الكويتية لاختبار دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية ومن المتوقع أن تسفر الدراسة عن بعض الفوائد العملية التي تنعكس ايجابياً على قيمة الشركة وتزداد معها اهمية التوسع في الإفصاح المحاسبي للشركات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والتي قد تكون اداة ذات قيمة ومفيدة لنشر المعلومات عن الشركة اذا ما اديرَت بشكل مناسب.

6/1 منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج الاستنباطي لدراسة وتحليل أهمية ومحددات وآليات ومزايا الإفصاح المحاسبي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تحسين جودة المعلومات المحاسبية المنشورة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وذلك بهدف تطوير بعض الفروض الاحصائية المرتبطة بموضوع الدراسة. كما يعتمد البحث على المنهج الاستقرائي في تجميع البيانات اللازمة لاختبار تلك الفروض الإحصائية ميدانياً بالتطبيق على الشركات المساهمة الكويتية، باستخدام قائمه استبيان مع الاستعانة بأسلوب المقابلة الشخصية للتأكد من وضوح الأسئلة والمصطلحات التي قد

تكون غامضه أو غير مألوفة في الواقع العملي حول دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين جودة المعلومات المحاسبية للشركات المساهمة بدولة الكويت.

7/1 تنظيم الدراسة

يتناول الجزء الباقي من البحث النقاط التالية:

- الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع البحث.
- الإطار النظري للبحث.
- الدراسة الميدانية.
- خلاصة ونتائج وتوصيات ومجالات البحث المستقبلية.

2. الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع البحث:

سوف يتم تبويب الدراسات السابقة تبويبا موضوعيا على النحو التالي:

- المجموعة الاولى: دراسات تناولت الإفصاح المحاسبي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
 - المجموعة الثانية: دراسات تناولت جودة المعلومات المحاسبية.
- 1/2 المجموعة الاولى: دراسات تناولت الإفصاح المحاسبي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

1/1/2 دراسة (Schamberger, 2013)، بعنوان:

"Social Media: Opportunities and Risks for Tax Practices"

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى خطورة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل اعضاء مكاتب التدقيق بسبب امكانه تسرب معلومات العملاء وذلك لان التطور التكنولوجي جعل من السهل نشر المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي، والتي من الممكن ان تعرض الشركات للمساءلة القانونية و الضريبية، وقد خلصت الدراسة الى انه مع التطور المتسارع في التكنولوجيا اصبح من السهل الوصول الى بعض المعلومات الحساسة للعملاء من خلال الاختراقات او من خلال التساهل من بعض الموظفين مما يضر بالشركات بشكل واسع خصوصا في حال المنافسة الكبيرة بين الشركات، لذلك اوصت الدراسة بما يلي:

- 1- يجب على مكاتب التدقيق تطوير سياسات لمنع وصول المعلومات الى الاطراف الخاطئة.
- 2- وضع قوانين للحد من احتمال نشر المعلومات من قبل الموظفين في الشركة بشكل خاطئ يؤدي الى انتهاك القواعد التنظيمية.
- 3- يجب تدريب الموظفين للامتناع عن نشر المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عشوائي.

2/1/2 دراسة (ابو نصار وعبد الجليل، 2014)، بعنوان:

"العوامل المؤثرة علي مستوى الإفصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة الأردنية"

هدفت هذه الدراسة الى معرفه العوامل المؤثرة في مستوى الافصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة الأردنية، ومعرفة ما اذا كان مستوى الافصاح يتأثر بقنوات ورغبات الادارة، وتلبية احتياجات مستخدمي البيانات المحاسبية، والمنافع المتوقعة الى تكلفة اعداد البيانات، وقد اظهرت نتائج الدراسة وجود اثار على مستوى الافصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة ذي دلالة احصائية عند معنوية 5% في تلبية احتياجات مستخدمي البيانات المحاسبية تبعاً لنوع النشاط، واطهرت الدراسة أيضاً وجود علاقه موجبة وذات دلالة احصائية عند مستوى معنويه 1% بين اثر النشاط وتلبية حاجات مستخدمي البيانات المحاسبية وأثر المنافع المتوقعة.

3/1/2 دراسة (قرطالي، 2015)، بعنوان:

"العوامل المؤثرة في مستوي الافصاح المحاسبي الالكتروني"

هدفت الدراسة إلى بيان اثر العوامل المؤثرة في مستوي الافصاح المحاسبي الإلكتروني عن المعلومات المالية في التقارير المالية الصادرة عن الشركات محل البحث وتشمل حجم الشركة، وربحية الشركة، ومديونية الشركة، وعمر الشركة على مستوي الافصاح عن المعلومات المالية على شبكة الانترنت، ويتمثل مجتمع الدراسة في المصارف وشركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، اما عينة الدراسة فكانت الشركات التي لها موقع خاص على شبكة الانترنت، ومن اهم النتائج التي خلصت اليها الدراسة انه يتحسن اسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الانترنت في الشركات المساهمة كلما زادت ارباح الشركات، وكلما ارتفعت المديونية في تلك الشركات، ولا يتأثر اسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الانترنت في الشركات المساهمة بحجم رأس مال الشركات أو بعمر تلك الشركات.

4/1/2 دراسة (البخاري، 2018)، بعنوان:

"أثر استخدام الاجهزة الذكية على الافصاح المحاسبي الالكتروني على قرارات المستثمرين"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام الأجهزة الذكية في الإفصاح عن التقارير المالية للشركات على قرارات المستثمرين في السوق المالية السعودية. وقد أظهرت النتائج أن استخدام الأجهزة الذكية يساهم في تحسين مستوى الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عن التقارير المالية للشركات، كما أنه يحقق خاصية التوقيت المناسب، من خلال توفير نظام فوري للتقارير المالية، مما يؤدي إلى تحسين قرارات المستثمرين في السوق المالية السعودية، كما أن استخدام الأجهزة الذكية في الإفصاح الإلكتروني محاط بالعديد من المخاطر، إلا أنه يمكن للشركات من خلال إجراءات أمن المعلومات الحد من هذه المخاطر، كما أشارت إلى أن استخدام الأجهزة الذكية يساهم في حل العديد من مشاكل الإفصاح المحاسبي الإلكتروني.

5/1/2 دراسة (سليمان، 2018)، بعنوان:

"الإفصاح المحاسبي الالكتروني وأثره علي جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية على بنك الشمال الاسلامي"

هدفت الدراسة الى تسليط الضوء على مفهوم الافصاح الالكتروني ومراحل تطوره وتوضيح العلاقة بين الافصاح الالكتروني وجودة المعلومات المحاسبية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أكدت ان

النشر الإلكتروني للمعلومات المحاسبية الملائمة ساعد في اتخاذ القرارات الرشيدة للمستثمرين، وان الإفصاح الإلكتروني وفر معلومات محاسبية قابله للتحقق والمقارنة.

2/2 المجموعة الثانية: دراسات تناولت جودة المعلومات المحاسبية

1/2/2 دراسة (الزبيدي، 2010)، بعنوان:

"بعنوان أثر المعلومات المحاسبية في قرارات الاستثمار في أسهم الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية"

هدفت هذه الدراسة الى معرفة أثر المعلومات المحاسبية التي تتضمنها التقارير المالية عند اتخاذ قرارات الاستثمار من حيث بيع وشراء أسهم الشركات المسجلة في سوق العراق للأوراق المالية. ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة بأن المستثمرين يدركون أهمية المعلومات المحاسبية في عملية اتخاذ القرار الاستثماري وخاصة حسابات النتيجة وقائمة المركز المالي، كما يدركون أن المعلومات الأخرى غير المالية ذات تأثير كبير في قراراتهم الاستثمارية خاصة نصائح الوسطاء ونشرات السوق، وكذلك فإن المستثمرين يستخدمون المعلومات المحاسبية بشكل كبير، حيث ردود المستجيبين الى أن تقارير مراقبي الحسابات تؤثر تأثير كبير في قرارات التداول بأسهم الشركات.

2/2/2 دراسة (غزال والعبادي، 2012)، بعنوان:

"جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في ترشيد قرارات الاستثمار في الاوراق المالية"

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مفهوم جوده المعلومات المحاسبية وخصائصها، وبيان أهم جوانب الجودة في المعلومات المحاسبية في الوصول الى قرارات رشيدة ولا سيما قرارات الاستثمار في الاوراق المالية بالإضافة الى نشر الوعي بأهمية جودة المعلومات المحاسبية. ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان العملية الاستثمارية تحظى بأهمية كبيرة باعتبارها العنصر الحيوي والفعال لزيادة الدخل والثروة، وأن جودة الإفصاح ترفع من أهمية التقارير المالية وخاصة لمتخذي القرارات كما أنه يزيد من أهمية الإفصاح وتأثيره في قرارات الاستثمار كلما زاد مستوى الشفافية فيه. كما أوصت الدراسة بضرورة التركيز على توفير معلومات ذات جودة من خلال التركيز على أهم الجوانب التي تعكس جودتها وخصوصا الجوانب التي تعكس ثقة الأطراف المستفيدة منها، وعقد ندوات واجتماعات ودورات تثقيفيه لزيادة الوعي بأهمية المعلومات المحاسبية في ترشيد قرارات الاستثمار.

3/2/2 دراسة (عبد المالك ودراوسي، 2019)، بعنوان:

"أثر مخاطر نظم المعلومات المحاسبية علي جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية لعينة من محافظي الحسابات ومحاسبي الشركات لولايات الوادي"

هدفت الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف من بينها التعرف على طبيعة المخاطر التي تهدد نظم المعلومات المحاسبية في البيئة الجزائرية وأسباب حدوثها، بالإضافة إلى إبراز أثر مخاطر نظم المعلومات على جودة المعلومات المحاسبية وبيان أثر اجراءات حماية نظم المعلومات على جودة المعلومات المحاسبية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن نظم المعلومات المحاسبية قد تتعرض

إلى مخاطر أثناء التشغيل نتيجة أسباب داخلية غالبا والتي لها آثار على جودة المعلومات المحاسبية التي تنتجها هذه النظم ولتجنب هذه المخاطر يجب وضع مجموعة من الاجراءات لحماية هذه النظم بما يحسن من جودة المعلومات المحاسبية.

4/2/2 دراسة (بلال والعمرى، 2019)، بعنوان:

"أثر خصائص المعلومات المحاسبية على جودة اتخاذ القرارات: دراسة ميدانية في الشركات الصناعية بمحافظة ظفار، سلطنة عمان"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر خصائص المعلومات المحاسبية على جودة القرارات في الشركات الصناعية بالأردن. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة احصائية لخصائص جودة المعلومات المحاسبية على جودة اتخاذ القرارات بالشركات الصناعية محل الدراسة، وأوصت الدراسة بضرورة خلق بيئة ملائمة للحصول على معلومات محاسبية ذات جودة عالية تفيد في اتخاذ القرارات وضرورة اهتمام الشركات بمتطلبات مستخدمي المعلومات المحاسبية بأنماطهم المختلفة من خلال الافصاح عن تلك المعلومات بالكم والنوع وفي الوقت المحدد.

3/2 تحليل الدراسات السابقة للبحث من وجهة نظر الباحثين.

تطرق عدد من الدراسات (البخاري، 2018؛ أبو نصار وعبد الجليل، 2014؛ Schamberger, 2013) الى مجال علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالمحاسبة والمراجعة وتوصلوا الى ان هناك عدد من القضايا المتعلقة باستخدام مجتمع المحاسبة المهني لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث اختبروا وتوصلوا الى ان أكثر أنماط التواصل الاجتماعي باستخدام المراجعين للفيس بوك وتويتر بين شركات المراجعة وأصحاب المصالح هي (المشاركة في المعرفة)، (توطيد العلاقات الاجتماعية) و(العلاقات التجارية والتسويق).

ومن هنا يرى الباحثون ان الافصاح من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في إطلاق حواراً معلوماتياً دائماً ومستمرّاً ومشتركاً بين الشركة والمستثمرين، مما يساعد في تلبية احتياجاتهم من المعلومات، لذلك تحاول الإدارة استخدام الافصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لإضفاء الشرعية على عملها، وتخفيض تكاليف المراجعة، والحد من التعارض بينهما وبين المساهمين. وعلى الرغم من وجود الدراسات التي تناولت الافصاح المحاسبي، الا انه لا يوجد دراسات تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين المعلومات المحاسبية للشركات المساهمة بدولة الكويت.

3. الإطار النظري للبحث:

1/3 الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة لشبكة الإنترنت والمتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي ثورة حقيقية في عالم الاتصال والمعلومات، وباتت عصب المنظمات والمؤسسات لتحقيق أهدافها والمساهمة في نجاحها وتقديمها، حيث تعتبر هذه الوسائل فرصة للشركات لتحقيق علاقة أكثر متانة بينها وبين الجمهور. وقد فرض هذا التطور على الشركات التوجه إلى هذه الشبكات للتعريف بها وبخدماتها أو

منتجاتها، لترسيخ علامتها التجارية وإدارة العلاقة مع جماهيرها، حيث وفرت هذه الشبكات منصة مثالية للشركات لأجل التواصل مع المستثمرين والعملاء الحاليين والمرتقبين، ورصد استجابة الجماهير لحملاتها، والتعرف على رغباتهم وإتاحة الفرصة لهم لإبداء آرائهم وتعليقاتهم من خلال التواصل الدائم الذي تنتجه هذه الشبكات (المزاهرة، 2018).

وفي نفس السياق أشار (عبدالحليم، 2017) إلى أن الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو أحد صور الإفصاح الاختياري الذي تقوم به الشركات لتحقيق أهداف معينة، كتقديم معلومات تهم أصحاب المصالح بشكل أكثر وضوح وتأثير من المعلومات المقدمة من خلال الإفصاح الإلزامي، لكن باستفادة أكبر من المزايا التي تقدمها التقنيات المتاحة في تطبيقات التواصل الاجتماعي من حيث الانتشار الواسع للمعلومات، والتفاعل المزدوج مع أصحاب المصالح والتغذية الراجعة الفورية، إضافة إلى تقنيات العرض مما لا يتوافر على وسائل الإفصاح التقليدية.

وقد عُرف الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي بأنه التقنيات المستندة إلى الويب والتي تسمح بالتفاعل بين الأشخاص لإنشاء وتشارك وتبادل المعلومات في المجتمعات، كما أنها توفر بيئة يمكن للشركات من خلالها التحدث مع أصحاب المصلحة كالمستثمرين والعملاء لتعزيز علاماتهم التجارية وتحسين صورهم" (Lee et al., 2015, p. 374)

كما يرى (ارقيبات، 2018) أن الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو توفير أو نشر المعلومات التي تشكل مخرجات النظام المحاسبي بشكل سريع ومباشر أمام جميع المستثمرين وأصحاب المصالح الذين لهم علاقة بالشركات من خلال الاستفادة من الوسائل الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات وذلك بإنشاء حسابات خاصة لها على وسائل التواصل الاجتماعي لتمكنها من كشف وإظهار المعلومات التي ترغب بنشرها بشكل فوري".

والجدير ذكره أن الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد ينحدر إلى أحد مسارين: فقد يكون إفصاحاً كمياً يعبر فيه عن المعلومات المالية وغير المالية عن أداء المنشأة بصورة أرقام ونسب ومؤشرات ورسوم بيانية، أو قد يكون إفصاحاً خارج نطاق القوائم المالية ويتعلق بالتقارير كتقرير مجلس الإدارة وحوكمة الشركات والملاحظات المكتوبة للتعليق على القوائم المالية.

ومن هنا يرى الباحثون أن الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو استغلال الشركات للمزايا التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي كسرعة الوصول واختصار الوقت وتوسيع القاعدة الجماهيرية وجذب أكبر عدد من المستثمرين، لنشر بياناتها المالية وغير المالية عن طريق إنشاء حسابات خاصة لها على هذه الوسائل.

2/3 أهمية الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

توفر وسائل التواصل الاجتماعي نهجاً فريداً وثورياً للشركات للتواصل المباشر مع مستثمريها وأصحاب المصلحة المهتمين حيث إنه بالشكل التقليدي، تعلن الشركات عن إعلانات الأرباح عن طريق إرسال بيان صحفي إلى خدمات الأخبار، وإلى قواعد بيانات الأسهم، وإلى شركات الوساطة المالية الفردية والمؤسسات المالية، بينما بهذه الطريقة، ترسل الشركات الأخبار مرة واحدة ولا تعرف عدد

الأشخاص الذين يتلقون الأخبار في المقابل، وتسمح وسائل التواصل الاجتماعي للشركة بإرسال رسائل متعددة مع مرور الوقت مباشرة إلى عدد معروف من المتابعين؛ عادة يتم تحقيق ذلك من خلال تغريد الرسائل القصيرة وتضمنين رابط إلى إصدار إخباري كامل موجود على موقع الشركة (Miller & Skinner, 2015).

ويتوقع (Lee et al., 2015) أن وسائل التواصل الاجتماعي قناة فعالة للإفصاح بسبب ميزتين رئيسيتين هما: مكبر الصوت (أي القدرة إلى الوصول إلى عدد كبير من المستخدمين بسرعة مع رسالة الشركة المقصودة) والمشاركة (أي القدرة على التحدث مباشرة مع المستخدمين ومراقبتهم).

وحيث إن التوسع في الإفصاح يؤدي إلى زيادة الوعي والرشد في القرارات التي يتخذها الأطراف ذوي العلاقة بالشركة مما ينعكس إيجابيا على قيمة الشركة وأدائها، ولقد زادت أهمية التوسع في الإفصاح المحاسبي للشركات مع ازدياد حدة المنافسة بين الشركات المدرجة في البورصة حيث يساهم الإفصاح في تمكين المستثمرين والدائنين من تمييز وتحديد الشركات الأكثر ربحية، وتوجيه الاستثمارات إلى أفضل الفرص والبدائل المتاحة من أجل الاستثمار (أبو يوسف، 2013).

كما أكد (Trinkle & crossler, 2015) أنه في الآونة الأخيرة لعبت هيئة الأوراق المالية (SEC) والبورصات في الولايات المتحدة دوراً مهماً في تفعيل قنوات الاتصال المتاحة للإدارة، حيث إنها جعلت وسائل التواصل الاجتماعي قناة مقبولة للإفصاح المالي ويرجع ذلك على أن هذه القنوات هي المتاحة على نطاق واسع للمستثمرين.

ومما سبق يتضح للباحثين أن وسائل التواصل الاجتماعي، أدت إلى تغيير جذري ونقلة نوعية في وسائل الإفصاح وآلياته، حيث أصبح هناك قنوات اتصال ثنائية الاتجاه بين المنظمة وأصحاب المصالح متاحة في أي وقت وفي أي موقع جغرافي، فالمنظمة لا تتحكم في نوعية المعلومات التي تقوم بنشرها على تلك الوسائل فحسب، بل تتحكم في أسلوب العرض وآلية النشر لتلك المعلومات، فتستطيع المنظمات استخدام أنماط العرض المتعددة كالكتابة النصية والصيغ الكمية واستخدام المؤثرات البصرية كالصور والفيديوهات لتسليط الضوء على مواطن التفوق في أدائها.

3/3 مزايا الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

بناء على دراسات (المعصراوي، 2018؛ الزعبي، 2018؛ Jung et al., 2017؛ Cade, 2018)، يمكن تلخيص عدداً من المزايا التي تنتج عن عملية الإفصاح على وسائل التواصل الاجتماعي:

- 1- إمكانية الوصول السريع للبيانات المالية وغير المالية وسهولة الحصول عليها من خلال الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب في أي مكان وأي وقت على مدار اليوم.
- 2- جذب عدد أكبر من المستثمرين ورؤوس الأموال على الصعيدين المحلي والعالمي، من خلال الاستفادة من عامل الانتشار الواسع لمثل هذه المنصات.

- 3- تعزيز عملية التواصل بين كلا الطرفين سواء بين الشركات والجمهور أو بين الجمهور والتفاعل المباشر معهم وإمكانية الرد على استفساراتهم، مما يمكن الشركة من الحصول على تغذية عكسية بمجرد الإفصاح عن المعلومات التي تفصح عنها على وسائل التواصل الاجتماعي.
- 4- التخفيف السريع لآثار السمعة السيئة التي قد تتعرض لها الشركة من خلال التواصل المباشر والفوري مع الجمهور، والرد على أي معلومات مغلوطة من شأنها أن تؤثر على الصورة الإيجابية للشركة.
- 5- لا يوجد أي تكاليف تذكر لإنشاء حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي والتواصل مع الجمهور.
- 6- تنوع أساليب وتقنيات العرض المتاحة على هذه الوسائل بين المؤثرات البصرية والنصوص الكتابية، مما لا يتوافر على وسائل الإفصاح التقليدية.

4/3 طبيعة جودة المعلومات المحاسبية وطرق قياسها:

تعد المعلومة المحاسبية هي حجر الأساس في ترشيد عملية اتخاذ القرارات، وهي أحد أهم مصادر المعلومات في المنشأة، ومما لا شك فيه أن هذه المعلومة لا تحقق الغاية المنشودة منها إلا إذا كانت تتسم بالخصائص التي تجعلها مفيدة لمستخدميها، ومن أهمها وجود علاقة وثيقة بين المعلومة المحاسبية والقرار وهذا ما يطلق عليه الملاءمة، وأن تكون هذه المعلومة على درجة عالية من الثقة والأمانة (Pena and Julian, 2017, p 852).

ويشير مصطلح الجودة في مفهومه العام إلى "صلاحية الشيء للغرض الذي أعد من أجله أو مطابقته للمواصفات المطلوبة، ولهذا فإن الحكم على جودة سلعة أو خدمة معينة يتطلب الاستناد إلى إطار يحدد المواصفات التي يجب توافرها لتحقيق الجودة (الرشدي، 2012، ص 6).

وتعد جودة المعلومات المحاسبية من الموضوعات التي نالت قدر كبير من الاهتمام في الفترة الأخيرة سواء محلياً أو عالمياً وبالأخص بعد الانهيارات المتتالية لعدد كبير من الشركات العالمية مثل شركة Enron وشركة World Com والتي تعد ثاني أكبر شركة اتصالات في العالم، بالإضافة إلى العديد من الشركات بدول جنوب شرق آسيا، الأمر الذي ساهم بزيادة الشكوك لدى المستثمرين وأصحاب المصالح حول جودة المعلومات المحاسبية بالتقارير المالية المنشورة، ومدي تعبيرها بصدق عن المركز المالي ونتائج أعمال المنشأة (عبدالحكيم والعين، 2013، ص 502).

كما تعتبر جودة المعلومات المحاسبية المعيار الذي يمكن على أساسه الحكم على مدى تحقيق المعلومات المحاسبية لأهدافها، والتي يمكن قياسها من خلال توافر مجموعة من الخصائص النوعية التي تجعلها قادرة على أن تكون أساساً للمفاضلة بين الأساليب المحاسبية لغرض القياس والإفصاح المحاسبي في التقارير المالية، بعبارة أخرى ينبغي أن تكون قادرة على تلبية الاحتياجات وفقاً للاستخدام النهائي للمعلومات المحاسبية في اتخاذ قرارات اقتصادية سليمة (Cheung et al., 2010, p. 1592).

وباستقراء الدراسات السابقة فإنه لا يوجد مفهوم محدد لجودة المعلومات المحاسبية، ويمكن توضيح أهم المفاهيم وذلك على النحو التالي:

1. عرف (الباز، 2012، ص 134) جودة المعلومات المحاسبية بأنها "الدقة التي يجب أن تتسم بها المعلومات المحاسبية التي تشتمل عليها التقارير المالية، وخاصة ما يتعلق منها بالأرباح المحاسبية والتدفقات النقدية التي تهم مختلف الفئات المستفيدة من التقارير المالية.
2. ويرى المحللون الماليون أن أساس جودة المعلومات المحاسبية هو الإفصاحات التي تتسم بالتوقيت المناسب والوضوح والدقة، كما وضع مجلس معايير المحاسبة الأمريكي شروط ومواصفات لتوافر الجودة في المعلومات المحاسبية التي تقدمها التقارير المالية ومنها صدق المعلومات وإمكانية الاعتماد عليها والثبات وإمكانية التحقق والتنبؤ، والتوقيت المناسب والعرض الصادق (صليب، 2004، ص ص 116-117).
3. كما أشارت دراسة (خليل، 2005، ص 747) إلى أن "مفهوم جودة المعلومات المحاسبية يعبر عن مفهوم جودة التقارير المالية والتي تم تعريفها على أنها ما تتمتع به المعلومات من مصداقية وما تحققه من منفعة للمستخدمين وأن تخلو من التحريف والتضليل وأن تعد في ضوء مجموعة من المعايير المهنية والرقابية والقانونية والفنية بما يساعد في تحقيق الهدف من استخدامها.
4. وتصف دراسة (مليجي، 2014، ص 9) جودة المعلومات المحاسبية بأنها "تعكس ما تتمتع به هذه المعلومات من خصائص، ومدي مصداقيتها وقدرتها على تحقيق احتياجات مستخدميها، وأن تخلو هذه المعلومات من التحريف أو التضليل، وأن تعد في ضوء مجموعة من المعايير المحاسبية والقانونية والرقابية بحيث تعبر عن حقيقة الأداء الاقتصادي للشركة وتقلل من عدم تماثل المعلومات بين المستخدمين وتحد من مشكلات الوكالة.

ومما سبق يتضح للباحثين ان محاولات التوصل إلي مفهوم محدد لجودة المعلومات المحاسبية تدور كلها حول أنه يجب أن تتمتع هذه المعلومات بمصداقية ومنفعة للمستخدمين وان تخلو من التحريف والتضليل وأن تعد في ضوء مجموعة من المعايير القانونية والرقابية (حوكمة الشركات) والمهنية (دقة واكتمال معايير المحاسبة والمراجعة) والفنية (خصائص المعلومات المحاسبية) بما يساعد علي تحقيق الهدف من استخدامها.

وعلي الرغم من عدم الاتفاق حول مفهوم محدد لجودة المعلومات المحاسبية إلا أن هذا البحث يتبنى المفهوم الذي عرضته دراسة (السيد، 2015، ص ص 526-527) والذي يتناول مفهوم جودة المعلومات المحاسبية المتعلقة بالأدوات المالية حيث يدور حول أربعة اتجاهات أساسية وهي.

- الاتجاه الاول: يتعلق بما تقدمه جودة التقارير المالية من معلومات عن الادوات المالية تفيد متخذي القرارات.
- الاتجاه الثاني: يتعلق بمدي توافر مجموعة من الخصائص فيما تقدمه التقارير المالية من معلومات محاسبية عن الأدوات المالية ومنها الملاءمة والتمثيل الصادق والقابلية للمقارنة.
- الاتجاه الثالث: يتعلق بمدي الالتزام بتطبيق المعايير المحاسبية الدولية.
- الاتجاه الرابع: يتعلق بانخفاض إدارة الارباح عند المعالجة المحاسبية للأدوات المالية وعدم استغلال مرونة المعايير والبدائل المتاحة عند القياس بالقيمة العادلة وتقديراتها.

ويتضح للباحثين مما سبق أن مفهوم جودة المعلومات المحاسبية يتمثل في الخصائص النوعية التي تنتم بها المعلومات المحاسبية التي تتضمنها التقارير المالية والتي يتم إعدادها لتلبي احتياجات مستخدميها في الوقت المناسب في ضوء التزام المنشآت بالمعايير المحاسبية والتشريعات القانونية التي تحكم الممارسة العملية.

5/3 الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية

تعد الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية هي أحد المكونات الرئيسية للإطار النظري للمحاسبة المالية والمستوي الثاني من مستوياته وهي جسر يربط بين أهداف التقرير المالي من ناحية ومفاهيم الاعتراف والقياس من ناحية أخرى.

كما أنها تعد من السمات والمزايا التي يجب أن تتمتع بها المعلومات المحاسبية، كما أنها الصفات التي تجعل المعلومات ذات فائدة كبيرة (Kieso et al., 2019, p 31).

ويعد مصطلح الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية مصطلحا حديثا نسبيا ويستخدم في التمييز بين المعلومات المحاسبية الجيدة (المؤثرة في اتخاذ القرار) والمعلومات المحاسبية الأقل جودة، ويقصد به الخصائص والمميزات التي تجعل القيمة الإعلامية لهذه المعلومة كبيرة من وجهة نظر مستخدميها، لذا تؤدي هذه الخصائص إلى أن يكون إعداد القوائم والتقارير المالية دائما على علاقة وثيقة باتخاذ القرارات وتقييم المعلومات المحاسبية التي تنتج من تطبيقات محاسبية بديلة وفي التمييز بين ما يعد ضروري وما لا يعد من جهة أخرى (عوض، 2013، ص 155).

يعد البيان رقم (2) الصادر عن هيئة معايير المحاسبة المالية (FASB) بعنوان (الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية) الدراسة الأكثر شمولية وأهمية. وقد أوضح (FASB) أن حتي تستطيع المعلومات المحاسبية أن تحقق الأهداف التي تعمل على تحقيقها ينبغي أن تتوافر فيها مجموعة من الخصائص النوعية الضرورية، وقد قسم (FASB) الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية إلى قسمين رئيسيين هما:

أولاً: الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية الأساسية:

1- خاصية الملاءمة:

تعد هذه الخاصية من الخصائص الأساسية للمعلومات المحاسبية المفيدة لما لها من تأثير كبير في القرارات التي يمكن اتخاذها من خلال وصف المعلومات المرتبطة بالدخل والمركز المالي وعرضها بدرجة كافية، ولكي تكون المعلومات المحاسبية مفيدة فيجب أن تكون ملائمة لاحتياجات متخذي القرارات، وتعد المعلومات ملائمة للمستخدمين إذا كان لها تأثير في القرارات الاقتصادية التي يتخذونها، وذلك عن طريق مساعدتهم في تقييم الأحداث الماضية والحالية والمستقبلية، أو تعديل ما سبق التوصل إليه من تقييم.

وقد عرف (FASB) الملاءمة: بأنها تلك المعلومات القادرة علي إحداث فرق في القرارات عن طريق مساعدة المستخدمين علي تكوين تنبؤات للنتائج المستقبلية، أو تعزيز التنبؤات السابقة أو تصحيحها. ويمكن للمعلومات المحاسبية أن تكون ملاءمة عن طريق تأثيرها في الفهم والاهداف والقرارات.

ولكي تكون المعلومات ملاءمة يلزم أيضا توافر خصائص فرعية ثلاث تمثل مكونات خاصية الملاءمة وهي:

- **القدرة التنبؤية:** وقد عرف (FASB) القدرة التنبؤية: بأنها خاصية المعلومات في مساعدة المستخدمين علي زيادة احتمال تصحيح تنبؤات نتائج أحداث ماضية، أو أحداث لاحقة (زيتون، 2010، ص 22).
 - **قيمة التغذية العكسية:** تتميز المعلومات المحاسبية بهذه الخاصية، إذا أمكن لمتخذ القرار بمساعدة تلك المعلومات أن يتحقق من صحة التوقعات السابقة ومن ثم تقييم نتائج القرارات التي بنيت علي هذه التوقعات. فالمحاسبة من تسوية استراتيجياتهم الاستثمارية باستمرار مع مرور الزمن (الشيرازي، 1990، ص 200).
 - **التوقيت المناسب:** إن المعلومات المحاسبية لا تكون مناسبة، إلا إذا قدمت في الوقت المناسب. لذا يجب أن تكون المعلومات المحاسبية ملاءمة لمتخذي القرارات متاحة لهم في الوقت المناسب قبل أن تفقد قدرتها في التأثير في قراراتهم. فمن البديهي أنه إذا لم تتوفر المعلومات عند الحاجة إليها، فلن يكون لها تأثير في القرار، وكما هو معروف فإن المعلومات تفقد قيمتها سريعا في عالم التجارة والمال؛ فأسعار السوق مثلا يتم التنبؤ بها علي أساس تقديرات المستقبل. كما أن البيانات عن الماضي تساعد في إجراء التنبؤات المستقبلية. ولكن مع مرور الوقت، وعندما يصبح المستقبل هو الحاضر، تصبح معلومات الماضي وبشكل متزايد غير مفيدة لاتخاذ القرارات (حميدات، 2013، ص 11).
- 2- خاصية التمثيل الصادق:**

عرف (FASB) الموثوقية بأنها: (خاصية نوعية في المعلومات المحاسبية، وتتوافرها تتحقق درجة معتدلة من الأمان والاطمئنان في التقارير المالية، والتأكد بأن هذه التقارير قد تم إعدادها وفقا للأسس والمبادئ المتفق عليها، وأن عرض المعلومات وتمثيلها قد تم بصورة جيدة) (المجهلي، 2009، ص 51).

وحتى تكون المعلومات المحاسبية موثوقا بها وذات مصداقية جيدة يجب أن تتوفر فيها الخصائص الفرعية التالية:

- **الصدق في العرض:** وتقضي المعلومات الموثوقة أن تعبر بصدق عن العمليات والاحداث الأخرى بصورة سليمة آمنة خالية من أي تلاعب متعمد، بمعنى تطابق طبيعة العملية المالية مع أرقام المعلومة المقدمة عنها (المدلل، 2010، ص 23)

• **القابلية للتحقق:** وتعني درجة الاتفاق بين الأفراد المستقلين والمطلعين الذين يقومون بعملية القياس باستخدام أساليب القياس نفسها. أي مدي وجود درجة عالية من الاجماع بين المحاسبين المستقلين عند استخدامهم طرق القياس نفسها والخروج بنتائج متشابهة للأحداث الاقتصادية، فإذا وصلت أطراف خارجية إلي نتائج مختلفة. فهذا دليل علي أن معلومات القوائم المالية غير قابلة للتحقق. وعليه لا يمكن الاعتماد عليها، فهي لا تتمتع بخاصية الموثوقية (حميدات، 2013، ص 11).

قد تكون قابلية التحقق مباشرة أو غير مباشرة، فقابلية التحقق المباشرة تعني التحقق من القيمة، أو من بند معين بالمشاهدة المباشرة، مثل جرد النقدية، أما قابلية التحقق غير المباشرة فإنها تعني التثبت والتأكد من مدخلات نماذج القياس المحاسبي، وإعادة احتساب المخرجات باستخدام الأساليب نفسها والمنهجية في الاحتساب.

• **الحياد:** تعني خاصية الحياد أن تكون المعلومات المالية غير متحيزة، إذ لا يتم إعداد وعرض القوائم المالية لخدمة طرف أو جهة معينة من مستخدمي المعلومات المحاسبية علي حساب الأطراف الأخرى، أو لتحقيق غرض أو هدف محدد، وانما للاستخدام العام ودون تحيز (حميدات، 2013، ص 10).

ثانياً: الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية المعززة حسب رأي (FASB):

بالإضافة إلي الخصائص النوعية الأساسية يوجد خصائص أخرى ذات أهمية كبيرة لا تقل عن سابقتها، وقد أوصت هيئة معايير المحاسبة المالية (FASB) بضرورة توافرها في المعلومات المالية إلي جانب الخصائص النوعية الأساسية، والتي تتمثل في الخصائص النوعية الثانوية كقابلية للمقارنة والاتساق (الثبات)، والتي تسهم بالتوازي مع الخصائص النوعية الأساسية في تحقيق جودة المعلومات التي تتضمنها التقارير المالية (سبسي، 2011، ص 17):

1- خاصية الاتساق (الثبات):

وهو الاستمرار في استخدام الطرق والمبادئ والأساليب والسياسات نفسها المعتمدة لقياس وتوصيل المعلومات المحاسبية من فترة إلي أخرى، وإذا ما دعت الحاجة إلي أي تغيير فيجب الإفصاح عنه لكي يتم أخذه بعين الاعتبار من قبل المستخدم (الشيرازي، 1990، ص 203).

إن إمكانية مقارنة المعلومات المحاسبية تتطلب معلومات متشابهة أي مبنية علي أسس وطرق محاسبية ثابتة لسنوات المقارنة، وبذلك يترتب علي المنشأة الالتزام بسياسة الثبات، علماً بأن ذلك لا يمنع التغيير من مبدأ إلي آخر مقبول، أو بطريقة إلي وذلك بشرط وجود ضرورة مقنعة للتغيير وأن يتم الإفصاح التام عن أثر التغيير في القوائم المالية والاستمرار في تطبيق الطرق الجديدة (نجم، 2009، ص 34).

2- خاصية القابلية للمقارنة:

عدت (FASB) أن قرارات المستخدمين تنطوي علي الاختيار ما بين البدائل من خلال عمليات المقارنة واختيار أفضلها، وأن خاصية المقارنة تعد من الخصائص النوعية التي تمكن المستخدمين من تحديد وفهم أوجه الشبه والاختلاف بين البنود، وبخلاف الخصائص النوعية الأخرى؛ لا ترتبط القابلية للمقارنة ببند واحد بل تتطلب بندين اثنين علي الأقل (FASB, 2010, SFAC, No 8, p.20).

تمكن خاصية القابلية للمقارنة المستخدمين من تحديد جوانب الاتفاق والاختلاف الأساسية في الظواهر الاقتصادية، فمثلا إذا قامت الشركة (أ) بإعداد معلوماتها المحاسبية علي أساس التكلفة التاريخية في حين تستخدم الشركة (ب) التكلفة التاريخية المعدلة، فسيكون من الصعب جدا إجراء المقارنة بين قائمتي المركز المالي للشركتين لتقييم كل منهما (النجار، 2012، ص 28).

الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية حسب رأي (IASB):

ارتأي مجلس معايير المحاسبية الدولية (IASB) أن تصنف الخصائص النوعية كما يأتي:

1. **خصائص أساسية:** الملاءمة والتمثيل الصادق
 - الملاءمة: وتتكون من القيمة التنبؤية، والقيمة التأكيدية، والاهمية النسبية.
 - التمثيل الصادق: وتتكون من الحياد، والخلو من الأخطاء، والاكتمال.
2. **خصائص معززة:**
 - تعد القابلية للمقارنة، والقابلية للتحقق، وتوفير المعلومات في الوقت المناسب، والقابلية للفهم خصائص نوعية تعزز فائدة المعلومات الملائمة والممثل عنها بصدق.

6/3 دور وسائل التواصل الإجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية: تطوير الفروض:

دور الافصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية الاساسية لجودة المعلومات المحاسبية:

اتضح مما سبق ان الخصائص النوعية الأساسية للمعلومات المحاسبية تتمثل في خاصية الملاءمة وخاصية التعبير الصادق.

أولاً: دور الافصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين خاصية الملاءمة:

أن تحديد ملاءمة المعلومات يتوقف علي مدى قدرتها في التأثير علي متخذي القرارات، من خلال تحسين قدرتهم علي التنبؤ والتقييم، وقد أكدت دراسة (سامي، 2015) ان الافصاح الالكتروني يدعم القدرة التنبؤية لدي المستثمرين والدائنين وكافة الأطراف الأخرى ذات العلاقة عند اتخاذ قرارات

الاستثمار ومنح الائتمان وغيرها من القرارات، كما أن التقارير المالية الإلكترونية خفضت من تكاليف إنتاج ونشر المعلومات ووسعت قاعدة مستخدميها، حيث أصبحت المعلومات سلعة عامة متاحة للجميع، وهذا بخلاف التقارير المالية الورقية التي لا تتاح إلا لمن يطلبها فقط، وهذا بالتبعية يحقق الوصول المتكافئ لمستخدمي تلك المعلومات تمهيدا لاستغلالها في عملية اتخاذ القرار، ومن جهة أخرى فإن نقل وتوصيل المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يساهم بشكل كبير في تأمين الاتصال السريع بين كل الجهات المستخدمة ومعرفة نتائج القرارات المتخذة فور اتخاذها في ضوء المعلومات المحاسبية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو يحقق التغذية العكسية بصورة فورية.

ثانياً: دور الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين خاصية التعبير الصادق:

تعتبر المعلومات المحاسبية بصدق عن الأحداث المالية المتعلقة بالوحدة الاقتصادية إذا تميزت بالحياد والشمولية والدقة، وتتفاوت هذه المزايا بين المعلومات ومن الأفضل تعزيز وجودها قدر الإمكان، ويساهم الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال:

- أ. تخفيض مشاكل الوكالة التي يمكن أن تنشأ بين الإدارة وأصحاب المصالح داخل المنشأة، وذلك من خلال تعزيز الشفافية وتحقيق الثقة في التعاملات.
- ب. ضمان توصيل المعلومات المحاسبية التي تحتويها القوائم والتقارير المالية إلى جميع الجهات المستفيدة عبر الانترنت بنفس المحتوي بدون تغيير وفي نفس التوقيت يحقق خاصية الحياد والاستقلال في نقل وتبادل المعلومات المنشورة.
- ت. إمكانية قيام الشركة بتحديث فوري للمعلومات بشكل مستمر وبتكاليف أقل مما يضمن مطابقتها للوقائع الاقتصادية (سامي، 2015؛ عبدالرحمان، 2018)

ومما سبق يتضح للباحثين ان الإفصاح من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يساعد في تحسين الخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية، وبالتالي يمكن اشتقاق الفرض البحثي العدمي الأول التالي:

H₁: لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الأطراف المعنية بالدراسة حول دور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.

1- دور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية

اتضح مما سبق ان الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية تتمثل في خاصية القابلية للمقارنة، والقابلية للفهم، والقابلية للتحقق، وخاصية التوقيت المناسب.

أولاً: دور الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين خاصية القابلية للمقارنة:

يتميز الإفصاح من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بمرونة عالية وسلاسة في انتقال المعلومات من خلال الروابط المتشعبة لوسائل التواصل الاجتماعي والتي تسمح بدمج أقسام متعددة من التقارير المالية المنشورة على الشبكة الدولية للمعلومات مع العديد من المعلومات الأخرى المتعلقة بها في وسائل أخرى، ومن ثم إمكانية إجراء المقارنات وبالتالي دعم عملية اتخاذ القرار (محمد، 2016)، إلا أن هناك إشكالا في عدم وجود قواعد واضحة أو معايير ملزمة تنظم عمليات الإفصاح الإلكتروني، وهو ما ترك المجال واسعا أمام الإدارة في اختيارها وافصاحها عن المعلومات التي تناسبها وتتوافق مع مصالحها الخاصة، بالإضافة إلى التغيير المستمر للمعلومات التي تحتويها الوسائل من وقت لآخر أدى إلى حذف المعلومات المحاسبية السابقة (سامي، 2015).

ويتضح مما سبق أن هناك اختلاف في آراء الباحثين حول دور الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على خاصية القابلية للمقارنة.

ثانياً: دور الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين خاصية القابلية للفهم:

يحقق الإفصاح من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الشفافية والتي تؤدي إلى جودة المعلومات التي تحتويها القوائم المالية، وذلك من أجل الحفاظ على مصالح المساهمين ومتخذي قرارات الاستثمار والأطراف الأخرى، فكل مؤسسة ملزمة قانونياً بإعطاء معلومات ضرورية وقد تلتزم بشكل اختياري بإعطاء معلومات إضافية صادقة وكافية لكل المتعاملين ليتحقق عنصر الجودة في المعلومات المفصحة عنها، وعلى العكس من ذلك فإن إخفاء المعلومات يؤدي إلى الغموض والابهام أو عدم الوضوح مما يؤثر على جودة المعلومة، فقد يعتمد البعض انتهاز أساليب وطرق مختلفة لإخفاء الحقائق أو طمسها بهدف التأثير على اتجاه السوق وقرارات المستثمرين، والتوسع في الإفصاح من شأنه أن يقلص من هذه الممارسات (الكامل، 2011، ص 14)

ثالثاً: دور الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين خاصية التوقيت المناسب:

يعمل الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي على إتاحة المعلومات الفورية بشكل مستمر داخل التقارير المالية الإلكترونية، وهذا من شأنه أن يتيح المعلومات في التوقيت المناسب لمتخذي القرارات، كما تري هيئة بورصة الأوراق المالية الأمريكية (Securities and Exchange Commission SEC) أن نشر المعلومات من خلال التقارير المالية الإلكترونية، يعمل على تخفيض عدم تماثل المعلومات بين الأطراف الخارجية والداخلية للمنشأة، من خلال توفير المعلومات التي يحتاج إليها المتعاملون في الأسواق المالية في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات الاستثمارية مما يساعد على تحقيق كفاءة الأسواق المالية. ومما سبق يمكن اشتقاق الفرض البحثي العدمي الثاني التالي:

H₂: لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الأطراف المعنية بالدراسة حول أثر الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.

4. الدراسة الميدانية:

1/4 الهدف من الدراسة الميدانية:

هدفت الدراسة الميدانية بشكل رئيسي إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية، وذلك من خلال التعرف على دور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية للشركات المساهمة الكويتية، وكذلك التعرف على دور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية للشركات المساهمة الكويتية.

2/4 مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المحاسبين والمحللين الماليين ومراقبي الحسابات في الشركات الكويتية المدرجة في سوق الكويت المالي خلال 2020-2021.

وتشتمل عينة الدراسة على مجموعة من المحاسبين والمحللين الماليين ومراقبي الحسابات بالشركات المساهمة الكويتية

تمت هذه الدراسة خلال العام الميلادي 2021 وتم توزيع قوائم الاستبيان والتي بلغ عددها 156 إستمارة على عينة من الفئات السابق ذكرها واستلم الباحث منها 142 إستمارة، تم استبعاد منها (12) إستمارة لعدم إكتمالها، وبالتالي خضعت (130) إستمارة استبيان للتحليل الإحصائي، ويمكن توضيح ذلك كما بالجدول رقم (1).

الجدول رقم (1)

توزيع الاستثمارات على عينة الدراسة

م	فئة المستقصين	الإستثمارات الموزعة	الإستثمارات المستلمة	الإستثمارات المستبعدة	الإستثمارات السليمة	معدل السلامة
1	مراقبي الحسابات	57	53	3	50	94.3%
2	المحللين الماليين	55	50	5	45	90%
3	المحاسبين	44	39	4	35	89.7%

4	الإجمالي	156	142	12	130	91.5%
---	----------	-----	-----	----	-----	-------

3/4 الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

يشتمل هذا القسم على الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة والتي تشتمل على أقل قيمة وأكبر قيمة والمتوسط والانحراف المعياري.

1. الإحصاء الوصفي للفرض الأول "الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية":
ويمكن بيان نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للفرض الأول من خلال الجدول رقم (2)

الجدول رقم (2)

نتائج التحليل الوصفي

Descriptive Statistics					
	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Devia tion
يساعد الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي مستخدمي المعلومات المحاسبية على التنبؤ بقدرة المنشأة على دفع توزيعات الأرباح والتوقعات حول أسعار الأسهم المستقبلية وتوزيع الأرباح المستقبلية.	130	4.00	5.00	4.7385	.44117
يوفر الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي معلومات في القوائم المالية ذات قيمة تنبؤية عالية تساعد على اتخاذ قرارات اقتصادية رشيدة.	130	3.00	5.00	4.7154	.50170
يوفر الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي معلومات ذات قيمة تأكيدية تساعد في اتخاذ قرارات اقتصادية رشيدة للمستخدمين الحاليين والمستقبليين.	130	4.00	5.00	4.6615	.47502
تحتوي المعلومات والتقارير المالية السنوية المفصّل عنها عبر وسائل التواصل الاجتماعي على أحداث اقتصادية غير ملائمة لاتخاذ القرارات الرشيدة (مثل الأصول).	130	3.00	5.00	4.5769	.51135
يمكن الاستفادة من المعلومات المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعرضها القوائم المالية لإعادة تقييم الأحداث السابقة.	130	3.00	5.00	4.5923	.52379
يمكن من خلال القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي التأثير على الكثير من القرارات التي تتخذ من قبل المستفيدين	130	3.00	5.00	4.5846	.56766
لا يتم إعداد القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لخدمة طرف معين أو جهة معينة من مستخدمي المعلومات المحاسبية على حساب الأطراف الأخرى	130	3.00	5.00	4.5692	.54187
يساعد الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تحديد قدرة الشركة على الاستمرارية.	130	3.00	5.00	4.6846	.48280

المعلومات التي تتضمنها القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي صحيحة لخلوها من الأخطاء الجوهرية والهامية.	130	4.00	5.00	4.6615	.4750 2
هناك درجة من الحذر في إتخاذ الأحكام الضرورية عند إجراء التقديرات في ظل حالات عدم التأكد	130	3.00	5.00	4.7538	.4500 0
يساعد الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تخفيض مشاكل الوكالة التي يمكن أن تنشأ بين الإدارة وأصحاب المصالح، وذلك من خلال تعزيز الشفافية وتحقيق الثقة في التعاملات.	130	4.00	5.00	4.7615	.4277 9
يؤدي الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى إعداد القوائم المالية وفقاً للمعايير المحاسبية الدولية وتوفير معلومات تتسم بأنها صادقة وموثوقة.	130	3.00	5.00	4.7308	.4623 6
تعبر المعلومات الواردة في القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بصدق عن الأحداث الاقتصادية بالشركة كما حدثت فعلاً	130	3.00	5.00	4.6923	.4797 6
Valid N (listwise)	130			4.6725	.48828

يتضح من الجدول رقم (2) أن المتوسط الحسابي لعبارات الفرض الثاني بلغ (4.6725) الأمر الذي يدل على موافقة أغلب المستقصين على محتوى العبارات الواردة بالقائمة ويدل على موافقتهم على الدور الذي يقوم به الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية.

2. الإحصاء الوصفي للفرض الثاني "الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية":

ويمكن بيان نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للفرض الثاني من خلال الجدول رقم (3)

الجدول رقم (3)

نتائج التحليل الوصفي

Descriptive Statistics					
	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
يوجد ثبات في استخدام نفس السياسات المحاسبية للقوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من سنة إلى أخرى.	130	3.00	5.00	4.5846	.56766
يوفر الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي معلومات إضافية تساعد الإدارة على إجراء مقارنات وتقييم أداء بصورة أفضل للشركة	130	3.00	5.00	4.5692	.54187
يتم الثبات في عرض البنود عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتصنيفها للعمليات المالية من فترة إلى أخرى بهدف المقارنة	130	3.00	5.00	4.6846	.48280

يمكن الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي في إجراء المقارنة بين أداء المنشأة نفسها خلال فترات زمنية مختلفة	130	4.00	5.00	4.6615	.47502
يمكن الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من إجراء المقارنة بين أداء المنشأة والمنشآت الأخرى خلال فترات زمنية معينة التي تحتوي على عنصر التوحيد	130	3.00	5.00	4.7538	.45000
يتم عرض المعلومات في القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مفهوم وواضح	130	3.00	5.00	4.6923	.49566
يوفر الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي معلومات محاسبية واحداث اقتصادية بعيدا عن التكرار الذي يؤدي إلى سوء الفهم.	130	4.00	5.00	4.7615	.42779
تحتوي القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على إيضاحات وجداول إضافية ملائمة لحاجات المستخدمين	130	3.00	5.00	4.7308	.46236
يعمل الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي على سهولة التعامل مع معلومات القوائم المالية من قبل المستفيدين باختلاف فئاتهم لاتخاذ القرارات المناسبة وذلك لأنها معونة بشكل مناسب	130	3.00	5.00	4.6923	.47976
تحتوي القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المعلومات المحاسبية وعرضها بشكل كامل حتي لو كانت معقدة وصعبة الفهم على متخذي القرار	130	3.00	5.00	4.7769	.43607
يختلف مستوى القابلية للفهم لمستخدمي القوائم المالية بحسب خبرتهم ومعرفتهم وقدرتهم على التحليل	130	3.00	5.00	4.7077	.47326
عند قيام عدة أطراف من المهتمين بقياس أي فقرة من فقرات القوائم المالية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي فأنهم يتوصلون إلى نفس النتيجة بإستخدام نفس أساليب القياس	130	4.00	5.00	4.7231	.44921
يؤدي الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل الأخطاء في القياس وبالتالي القدرة على التحقق، والقدرة على التنبؤ	130	4.00	5.00	4.7000	.46003
لا يوجد مقياس موضوعي للعمليات المالية الداخلية والخارجية طالما أن الذي يقوم بعملية القياس أشخاصا ذو علاقة ومصلحة	130	4.00	5.00	4.6462	.48001

يساعد الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي القياس المحاسبي أن يكون خاليا من تحيز الموثوقية	130	4.00	5.00	4.5846	.49469
يمكن الوصول إلي القابلية للتحقق بطريقة مباشرة من خلال التحقق من المبالغ أو المعلومات المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال الملاحظة المباشرة مثلا احتساب النقدية	130	4.00	5.00	4.6000	.49179
يمكن الوصول إلي القابلية للتحقق بطريقة غير مباشرة من خلال مدخلات نموذج أو معادلة وإعادة احتساب المخرجات باستخدام نفس المنهجية مثلا التحقق من القيمة الدفترية للمخزون	130	3.00	5.00	4.6308	.50021
يساعد الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي في توفير المعلومات في الوقت المناسب وذلك يعد أمرا مفيدا ومرغوبا حتي لو كان فيه تضحية بشئ من الدقة المحاسبية ودرجة عدم التأكد	130	3.00	5.00	4.6385	.51344
يعمل الإفصاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي توفير المعلومات في الوقت المناسب لمتخذ القرار قبل أن تفقد منفعتها وقدرتها بالتأثير علي القرارات	130	4.00	5.00	4.7308	.44528
يعمل الإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي عدم تأخر إصدار تقرير القوائم المالية المرحلية أو السنوية	130	3.00	5.00	4.7077	.48936
يساعد قانون هيئة الأوراق المالية الكويتي في توفير معلومات علي مدار العام عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	130	3.00	5.00	4.7231	.46615
غالبا ما يتم توفير المعلومات المحاسبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي عند الطلب وفي الوقت المناسب لها وحسب التشريعات والقوانين المعمول بها	130	3.00	5.00	4.7385	.49107
تعتبر المعلومات الأولية والتقديرات هامة في إتخاذ قرارات إستراتيجية.	130	3.00	5.00	4.2692	.56772
Valid N (listwise)	130			4.6656	.48061

يتضح من الجدول رقم (3) أن المتوسط الحسابي لعبارات المتغير المستقل بلغ (4.6656) الأمر الذي يدل علي موافقة أغلب المستقصين علي محتوى العبارات الواردة بالقائمة ويدل علي موافقتهم علي الدور الذي يقوم به الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية المعززة لجودة المعلومات المحاسبية.

4/4 اختبارات صلاحية البيانات واختبار الفروض:

يشتمل هذا القسم علي إختبارات صلاحية البيانات والتي تشتمل علي إختبارات لتحديد هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، واختبارات شروط إختبار الإنحدار، تمهيداً لاختيار الإختبارات الإحصائية المناسبة.

1- إختبار توزيع البيانات

ويوضح هذا الاختبار هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، ويكون الفرض العدم لهذا الاختبار، لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي، ويتم قبول هذا الفرض إذا كان مستوي الدلالة أقل من 5%، ولقد تم إجراء هذا الإختبار وكانت النتائج كما بالجدول (4).

الجدول رقم (4)
نتائج إختبار التوزيع الطبيعي

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	.203	130	.000	.793	130	.000
X2	.196	130	.000	.827	130	.000
X3	.167	130	.000	.842	130	.000
a. Lilliefors Significance Correction						

يتبين من الجدول السابق أن مستوي الدلالة لمتغيرات الدراسة أقل من 5%، الأمر الذي يعني قبول الفرض البديل بأن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي ما يناسب هذه البيانات الإختبارات اللامعلمية.

2- اختبارات الإنحدار التدريجي:

يتم إجراء اختبار التدريجي بغرض تحديد القوة التفسيرية للمتغيرات المستقلة في تأثيرها علي المتغير التابع، لتحديد إلي أي مدي يؤثر التغير في المتغير المستقل علي التغير في المتغير التابع، ويتم ذلك عن طريق الدخول التدريجي للمتغيرات المستقلة إلي نموذج الإنحدار التدريجي كما يلي:

أ. اختبار الانحدار للفرض الأول:

ويتم إدخال المتغير المستقل بغرض اختبار أثره علي المتغير التابع الأول، ولقد تم هذا الاختبار وبيّن الجدول (5) نتائج هذا الإختبار.

جدول (5)
نتائج الإنحدار للفرض الثاني

	Model
	1
R	.898
R Square	.806
Adjusted R Square	.805
Std. Error of the Estimate	0.16305
R Square Change	0.898
F Change	531.892
Change Statistics	
df1	1
df2	6
Sig. F Change	.000

يتبين من الجدول السابق أن الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أثر في تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية بمقياس R Square بمقدار 80%، وذلك عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 5%، أي أن هذا الأثر دال إحصائياً.

ب. اختبار الانحدار للفرض الثاني:

ويتم إدخال المتغير المستقل بغرض اختبار أثره علي المتغير التابع الثاني، ولقد تم هذا الاختبار ويبين الجدول (6) نتائج هذا الاختبار.

جدول (6)
نتائج الإنحدار للفرض الثاني

	Model
	1
R	.977 ^a
R Square	.955
Adjusted R Square	.954
Std. Error of the Estimate	.07892
R Square Change	.977
F Change	2688.647
Change Statistics	
df1	1
df2	6
Sig. F Change	.000

يتبين من الجدول السابق أن الإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أثر في تحسين الخصائص النوعية المعززة لجودة المعلومات المحاسبية بمقياس R Square بمقدار 95%، وذلك عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 5%، أي أن هذا الأثر دال إحصائياً.

3- إختبار T-Test للمتغيرات المستقلة في تأثيرها علي المتغير التابع:

أ. إختبار T للفرض الأول، ويبين الجدول رقم (7) نتائج الإختبار:

الجدول رقم (7)

نتائج إختبار T للفرض الأول

One-Sample Test						
	Test Value = 3					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X1	52.103	129	.000	1.68521	1.6212	1.7492
X2	53.962	129	.000	1.67253	1.6112	1.7339

ويتضح من الجدول رقم (7) أنه يوجد دور للإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية حيث يقل مستوي المعنوية عن 5% مما يعني رفض فرض العدم الفرعي الأول والذي يقضي ب "الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية".

ب. إختبار T للفرض الثاني، ويبين الجدول رقم (8) نتائج الإختبار:

الجدول رقم (8)

نتائج إختبار T للفرض الثاني

One-Sample Test						
	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X1	52.103	129	.000	1.68521	1.6212	1.7492
X3	56.564	129	.000	1.66555	1.6073	1.7238

ويتضح من الجدول رقم (8) أنه يوجد دور للإفصاح المحاسبي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخصائص النوعية المعززة لجودة المعلومات المحاسبية حيث يقل مستوي المعنوية عن 5% مما يعني رفض فرض العدم الفرعي الثاني والذي يقضي ب "الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية".

5. خلاصة ونتائج وتوصيات البحث.

أولاً: خلاصة البحث:

1. يوجد دور ذو دلالة إحصائية للإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي تحسين الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية بمقياس R Square بمقدار 80%، وذلك عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 5%، مما يعني رفض الفرض الفرعي الأول الذي يقتضي ب "الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية".
2. يوجد دور ذو دلالة إحصائية للإفصاح المحاسبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي تحسين الخصائص النوعية المعززة لجودة المعلومات المحاسبية بمقياس R Square بمقدار 95%، وذلك عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 5%، مما يعني رفض الفرض الفرعي الثاني الذي يقتضي ب "الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحسن الخصائص النوعية المعززة للخصائص الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية".

ثانياً: توصيات البحث:

يوصي الباحثون بما يلي:

- 1- ضرورة قيام البورصة الكويتية بالزام الشركات المدرجة بها بنشر تقاريرها المالية عبر مواقعها الإلكترونية بشكل منتظم.
- 2- ضرورة اهتمام الشركات بتحسين جودة التقارير المالية من خلال تعظيم مستويات الإفصاح الإلكتروني عن المعلومات المالية وغير المالية سواء عن الوضع الحالي أو المستقبلي لترشيد القرارات الاستثمارية المختلفة.
- 3- توصية كافة الشركات المقيدة ببورصة الكويت بأن تنشر تقاريرها المالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأسلوب يسهل للمستخدمين إمكانية الوصول إليها.
- 4- ضرورة وضع معايير مهنية وتشريعية لضبط عمليات الإفصاح الإلكتروني وتنظيمها، للحد من التباين في التقارير المالية الإلكترونية وحماية المستثمرين من أي توجيهات للإدارة، وفي هذا الإطار يمكن إنشاء نماذج لمتطلبات الإفصاح عبر التقارير المالية الإلكترونية، وتحديد كمية ونوعية المعلومات الواجب الإفصاح عنها.

6. قائمة المراجع:

أولا المراجع باللغة العربية:

1. أبو نصار، محمد وعبدالجليل، توفيق حسن. (2014). العوامل المؤثرة علي مستوي الإفصاح الاختياري في التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة الأردنية، *مجلة دراسات العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية*، 41(2)، ص ص 326-340.
2. أبو يوسف، نيفين عزت، (2013)، إطار مقترح لتحقيق حوكمة فعالة للشركات من خلال التكامل بين نظام معلومات المحاسبة المالية ونظام معلومات المحاسبة الإدارية لأغراض سد الفجوة بين التكلفة والقيمة، *رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة جامعة طنطا، مصر*.
3. أحمد، حنان عبدالحميد غريب، (2015)، أثر استخدام لغة تقارير الاعمال الموسعة XBRL علي زيادة جودة التقارير المالية الالكترونية لتحسين كفاءة سوق الاوراق المالية المصرية: دراسة ميدانية، *رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السويس، كلية التجارة، قسم المحاسبة والمراجعة، السويس، ص ص 1-134*.
4. ارقبيات، أنور نواف. (2018). أثر الإفصاح في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) علي حجم التداول للشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، *رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن*.
5. الباز، ماجد مصطفى، (2012)، جودة التقارير المالية في ضوء خصائص المعلومات المحاسبية ومبادئ حوكمة الشركات، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، المجلد الثالث، العدد الأول*.
6. البخاري، نرمين محمد، (2018)، أثر استخدام الاجهزة الذكية علي الافصاح المحاسبي الالكتروني علي قرارات المستثمرين، *رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والادارة، جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية*.
7. الجوهري، شريف محمد حسني، (2017)، التوافق المحاسبي بين FASB, IASB من خلال المشروع المشترك للإطار المفاهيمي مدخل لتحسين مستوي جودة التقارير المالية لشركات المساهمة في مصر: دراسة ميدانية، *رسالة ماجستير في المحاسبة، كلية التجارة، جامعة بنها، ص ص 99-116*.
8. الرشدي، ممدوح صادق محمد، (2012)، دراسة تحليلية لأساليب تقييم جودة التقارير المالية، *مجلة البحوث التجارية المعاصرة، كلية التجارة، جامعة سوهاج، العدد الثاني*.
9. الزبيدي، فراس خضير الزبيدي. (2010). "بعنوان أثر المعلومات المحاسبية في قرارات الاستثمار في أسهم الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية"، *مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد، المجلد 12، العدد 3*.
10. الزغبى، علي ابراهيم. (2018). "الإفصاح الاختياري من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للشركات الاردنية المدرجة في بورصة عمان: دراسة تحليلية"، *رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد*.

11. السامرائي، محمد حامد. (2016). "أثر نظام الرقابة الداخلية علي جودة التقارير المالية علي شركات صناعة الأدوية الاردنية المدرجة في بورصة عمان"، *رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة*، جامعة الشرق الأوسط الاردن.
12. السيد، سامح محمد لطفي، (2015)، تطبيق منهجية مراجعة مخاطر الأعمال في مكاتب المراجعة لأغراض تحسين مستوى جودة التقارير المالية: دراسة ميدانية، *مجلة الفكر المحاسبي*، قسم المحاسبة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد الاول، الجزء الأول.
13. الشيرازي، عباس مهدي، (1990)، نظرية المحاسبة، الكويت، دار السلاسل، ط، ص ص 196-200.
14. الكامل، بالعيد محمد، (2011)، دور الافصح المحاسبي في جعل المعلومة المحاسبية أكثر فائدة لمستخدميها، *رسالة ماجستير*، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة.
15. المجعلي، ناصر، (2009)، خصائص المعلومات المحاسبية وأثرها في اتخاذ القرارات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر.
16. المدلل، ايمان حسن، (2010)، أثر جودة المعلومات المحاسبية والافصح عنها علي كفاءة سوق فلسطين للأوراق المالية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.
17. المزاهرة، منال هلال. (2018). توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي للقطاع التجاري الأردني أنموذجا، *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، 11(3)، ص ص 381-411.
18. المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، (2016)، ترجمة الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين، ص 11-9.
19. المعصراوي، حمادة. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة فعالية الإفصاح المحاسبي. *مجلة الاقتصاد الاسلامي العالمية*، (84)، ص ص 76-90.
20. بلال، زروق عثمان والعمرى، محمد عامر، (2019)، أثر خصائص المعلومات المحاسبية على جودة اتخاذ القرارات: دراسة ميدانية في الشركات الصناعية بمحافظة ظفار، سلطنة عمان، *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية*، مجلد 27، عدد 3.
21. تومي، بدره، (2013)، آثار تطبيق المعايير المحاسبية الدولية (IFRS/ IAS) علي العرض المالي السعودي: دراسة ميدانية، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، المجلد التاسع عشر، العدد الأول، ص ص 63-82.
22. حميدات، جمعة، (2013)، منهاج محاسب عربي قانوني معتمد ACPA، الورقة الثانية.
23. خليل، محمد أحمد إبراهيم، (2005)، دور حوكمة الشركات في تحقيق جودة المعلومات المحاسبية وانعكاساتها علي سوق الأوراق المالية: دراسة نظرية تطبيقية، *مجلة الدراسات والبحوث التجارية*، كلية التجارة بينها، جامعة الزقازيق.
24. زيتون، سمير، (2013)، العلاقة بين كل من المستحقات والتدفقات النقدية التشغيلية والدخل من جهة وجودة المعلومات المحاسبية من جهة أخرى للشركات الصناعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية.

25. سامي، محمد غنيمي، (2015)، دور الإفصاح الإلكتروني في تطوير معايير التقارير المالية الدولية وتحسين جودة المعلومات بالبنوك المصرية: دراسة ميدانية، *مجلة الفكر المحاسبي*، المجلد 19، العدد 3، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.
26. سبسي، مصطفى، (2011)، دور المعلومات المالية المستقبلية للشركات في اتخاذ القرارات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة حلب، سورية.
27. سليمان، مستورة شميعة توتو. (2018). بعنوان "الإفصاح المحاسبي الإلكتروني وأثره علي جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية علي بنك الشمال الاسلامي"، *مجلة الدراسات العليا*، جامعة النيلين، (مج 12)، (ع 1).
28. صالح، رضا إبراهيم، (2010)، العلاقة بين حوكمة الشركات وجودة الأرباح وأثرها علي جودة التقارير المالية في بيئة الاعمال المصرية، *المجلة العلمية التجارة والتمويل*، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الثاني، الجزء الثاني.
29. صليب، ليلي عزيز، (2004)، دراسة انتقادية لقرار إنشاء لجان المراجعة المصرية، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، كلية التجارة، جامعة المنصورة، العدد الثاني، ص ص 116-117.
30. عبد الحليم، عبير محمود. (2017). أثر الإفصاح المحاسبي في وسائل التواصل الاجتماعي علي قيمة المنظمة واستدامتها: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث المحاسبية*، كلية التجارة، جامعة طنطا، (1)، ص ص 438-491.
31. عبدالحكيم، مجدي مليجي والعين، علاء محمد ملو، (2013)، قياس مستوي الإفصاح في التقارير المالية المنشورة لتحسين جودة المعلومة المحاسبية بمنشآت الأعمال السعودية، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد الثالث.
32. عبدالرحمان، رشوان، (2018)، أثر الإفصاح الإلكتروني للمعلومات المالية علي كفاءة سوق رأس المال الفلسطيني في ضوء المعايير الدولية للتقارير المالية، *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية*، العدد التاسع، جامعة العربي بن مهيدي بألم البواقي، الجزائر.
33. عبدالمالك، زين ودراوسي، مسعود، (2019)، أثر مخاطر نظم المعلومات المحاسبي علي جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية لعينة من محافظي الحسابات ومحاسبي الشركات لولايات الوادي، ورقلة، بسكرة، الجزائر. *رؤي اقتصادية*، مج 9، ع 2، ص ص 411-425.
34. عوض، أمال محمد محمد، (2013)، تحليل العلاقة بين محاسبة القيمة العادلة والخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية في إطار المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، *مجلة المحاسبة والمراجعة*، كلية التجارة جامعة بني سويف، العدد الاول.
35. غزال، سعاد سعيد سعاد؛ العبادي، ايمان عبد الكريم قاسم. (2012). "جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في ترشيد قرارات الاستثمار في الاوراق المالية"، *مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية*، جامعة كركوك، العدد الثاني، ص ص 164-195.
36. قرطالي، يوسف. (2015). "العوامل المؤثرة في مستوي الإفصاح المحاسبي الإلكتروني"، *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية*، المجلد السابع والثلاثون، العدد الرابع، ص ص 149-167.

37. محمد، عزام أحمد، (2016)، الإفصاح الإلكتروني: المفهوم، الدوافع، المخاطر: دراسة نظرية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث لشباب الباحثين بالجامعات المصرية، كلية التجارة، جامعة جنوب الوادي، قنا، مصر.
38. مليجي، مجدي مليجي عبدالحكيم، (2014)، أثر التحول إلي معايير التقارير المالية الدولية علي جودة المعلومات المحاسبية وقيمة الشركات المسجلة في بيئة الأعمال السعودية: دراسة نظرية تطبيقية، **مجلة المحاسبة والمراجعة**، قسم المحاسبة، كلية التجارة، جامعة بني سويف، المجلد الثاني، العدد الثاني.
39. نجم، أنور، (2009)، مدي إدراك المستثمرين في سوق فلسطين للأوراق المالية لأهمية استخدام المعلومات المحاسبية لترشيد قراراتهم الاستثمارية، **مجلة الجامعة الإسلامية**، المجلد 17، العدد 2، ص ص 713-739.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1. Benboualia, K. and Berberib, M. A. (2018). The importance of introducing electronic accounting disclosure using XBRL language in activating the Algerian stock market. **Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies**, Vol: 1, Issue: 4.
2. Cade, N.L. (2018). Corporate social media: How two-way disclosure channels influence investors. **Accounting, Organizations and Society**, 68, 63-79.
3. Cheung, E., Evans, E., Wright, E., "A Historical Review of Quality in financial Reporting in Australia", **Pacific Accounting Review**, Vol.22, Issue 2, 2010, P. 1592.
4. Jung, M. J., Naughton, J.P., Tahoun, A., & Wang, C. (2017). Do Firms strategically disseminate? Evidence from corporate use of social media. **The Accounting Review**, 93(4), 225-252.
5. Jung, Michael J., & Naughton, James P. & Tahoun Ahmed, & Clare Wang. (2014). "**Corporate Use of Social Media**" available at www.rhsmith.umd.edu.
6. Kieso, Donald. E, Weygandt, and Warfield, Terry, D. (2019). "**Intermediate Accounting**", 17th Edition, John Wiley and sons Tnc, new, P.31
7. Lee, L. F., Hutton, A.P., & Shu, S. (2015). "The role of social media in the capital market: evidence from consumer product recalls." **Journal of Accounting Research** 53(2): PP 367-404

8. Miller. G. S. and Skinner, D. J. (2015). The Evolving Disclosure Landscape: How Change in Technology, the Media, and Capital Markets Are Affecting Disclosure. **Journal of Accounting Research**, 53 (2), PP 221-239.
9. Peña, H. F. P., and Julián B. F. (2017). "Impact of IFRS on the Quality of Financial Information in the United Kingdom and France: Evidence From a New Perspective", **Intangible Capital**, Vol.13, Issue 4, p 852.
10. Schamberger, Steven. (2013). "Social Media: Opportunities and Risks for Tax Practices". Available at: <http://WWW.thetaxadviser.com/issues/2013/may/tpr-may2013.htm>.
11. Trinkel, B. and Crossler, R. (2013). "Voluntary disclosures via social media and the role of comments", **Journal of information Systems**, Vol. 29, No. 3, pp. 81-101.