

أثر الإفصاح على التزام دافعي الزكاة والصدقات: دراسة تحليلية تطبيقية

عمر محجوب محمد الحسين
الشؤون المالية، الحرس الأميري، دولة قطر
omarmahjoub@gmail.com

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الإفصاح على التزام دافعي الزكاة والصدقات؛ وذلك من خلال دراسة دور الإفصاح المحاسبي والشفافية في تعزيز ثقة المكلفين بالمؤسسات الزكوية وزيادة مستوى الالتزام بأداء الزكاة والصدقات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم استبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من عينة مكونة من (64) فرداً من دافعي الزكاة والصدقات.

استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات، من أبرزها المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T-Test) لعينة واحدة، وذلك لاختبار فرضيات الدراسة والتحقق من دلالتها الإحصائية.

توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإفصاح على التزام دافعي الزكاة والصدقات، حيث كشفت النتائج أن جميع محاور الدراسة حققت مستويات دلالة إحصائية أقل من (0.05) كما أظهرت حجم أثر قوي بلغ (22.286)، مما يدل على وجود علاقة إيجابية بين الإفصاح والالتزام. كما بينت النتائج أن الإفصاح والشفافية يساهمان في تعزيز الثقة بالمؤسسات الزكوية، وزيادة المصداقية، وتحفيز الأفراد على الالتزام بأداء الزكاة والصدقات.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الإفصاح المالي والإداري في المؤسسات الزكوية، وتطوير نظم الشفافية، واستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة في عرض التقارير المالية، إضافة إلى دعم الرقابة والتوعية بأهمية الإفصاح في تعزيز الثقة والالتزام.

الكلمات المفتاحية: الإفصاح المحاسبي، الزكاة، الصدقات، الشفافية، الالتزام، المؤسسات الزكوية.

The Impact of Financial Disclosure on Zakat and Charity Payers' Compliance: An applied analytical study

Omar Mahjoub Mohammed Al-Hussain
Financial Affairs, Amiri Guard, State of Qatar
omarmahjoub@gmail.com

Abstract

This study aimed to identify the impact of disclosure on the commitment of Zakat and charity payers by examining the role of accounting disclosure and transparency in enhancing taxpayers' trust in Zakat institutions and increasing their commitment to paying Zakat and charities. The study adopted the descriptive analytical approach and used a questionnaire as the main tool for data collection from a sample of 64 Zakat and charity payers.

Several statistical methods were employed to analyze the data, including arithmetic means, standard deviations, and the One-Sample T-Test to test the study hypotheses to verify their statistical significance.

The study revealed a statistically significant impact and large effect size (22.286) of disclosure

on the commitment of Zakat and charity payers. The results showed that all study dimensions have achieved significance levels lower than 0.05, indicating a positive relationship between disclosure and commitment. The findings also revealed that disclosure and transparency contribute to enhancing trust in Zakat institutions, increasing credibility, and motivating individuals to fulfill their Zakat and charity obligations.

The study recommended enhancing financial and administrative disclosure in Zakat institutions, developing transparency systems, utilizing modern electronic methods for presenting financial reports, and strengthening oversight and awareness regarding the importance of disclosure in promoting trust and commitment.

Keywords: Accounting Disclosure, Zakat, Charities, Transparency, Commitment, Zakat Institutions.

1. هيكل الدراسة

1.1 مقدمة:

يشكل الإفصاح نافذة للتعرف على نتائج أعمال المنشآت وأدائها المالي؛ مما يمكن متخذي القرارات والمستفيدين من اتخاذ القرارات السليمة؛ لذلك يمثل الإفصاح بشقيه الإلزامي والطوعي أهمية خاصة لدى الهيئات المهنية في مجال المحاسبة ولدى الجهات الرسمية، والمستفيدين من الإفصاح.

تقوم المؤسسات المسؤولة من تحصيل الزكاة والصدقات بدور كبير في تحصيلها وتوزيعها، وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية؛ وهي مؤسسات رسمية وقانونية، وتحت إشراف الدولة، كما أن دفع تلك الزكوات والصدقات، هي نوع من التوكيل لهذه المؤسسات لإيصال الزكاة والصدقات لمستحقيها، كما تقوم تلك المؤسسات بدور توعوي بفريضة الزكاة والصدقات. لذلك كان من واجب تلك المؤسسات والهيئات الإفصاح عن أعمالها ونتائجها عن طرق جمع الزكاة والصدقات، ومصارفها وجميع أموالها، ودورها في التحصيل ووسائله من خلال توفير معلومات أساسية عن أنشطتها المالية والإدارية بالإفصاح عن مركزها المالي والأسس المحاسبية التي تتبعها، ومعلومات أخرى عامة عن حجم الأموال التي تم جمعها ومكان مصارفها.

اهتمت هيئات المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية بإصدار معايير إفصاح تغطي الجوانب التي أغفلتها المعايير الدولية، وإيجاد بديل لتلك المعايير التي تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية، وذلك لتعاطم دورها وزيادة الأموال التي تحصلها سنوياً.

إن الإفصاح عن المعلومات سواء تلك التي غطتها المعايير أو المعلومات الأخرى التي تتعلق بخصوصية المؤسسات التي تُعنى بالزكاة، يشكل دليل اطمئنان للمكلفين ويدفعهم نحو أداء فريضة الزكاة والتصدق، لتتحقق أهداف الزكاة والصدقات ويكتمل دور مؤسساتها.

2.1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

إن القضايا المتعلقة بصرف الزكاة لا تزال موضع نقاش كبير بين العلماء، مما ينعكس سلباً على استجابة المكلفين؛ لذلك يتجه بعضهم إلى دفع الزكاة بأنفسهم بدلاً من دفعها عبر مؤسسات الزكاة في ظل تشكيك من بعض الجهات في مؤسسات الزكاة ومصارفها، وقدرة تلك المؤسسات على إدارة تلك الأموال. لذلك كان من الضروري البحث في سبل إزالة الشكوك، وتحديد أنجع الوسائل لدفع الناس نحو التعامل مع مؤسسات الزكاة الرسمية.

أما تساؤلات الدراسة تتمثل في الآتي:

1. هل يسهم الإفصاح في زيادة التزام المكلفين بدفع الزكاة؟

2. ما دور الإفصاح الطوعي في تعزيز الثقة؟

3. ما مدى التزام مؤسسات الزكاة بمعايير الإفصاح؟

4. هل يعكس الإفصاح صورة دقيقة عن الأداء المالي؟

3.1 أهمية الدراسة:

الزكاة هي فريضة وركن من أركان الإسلام فرضها الله تعالى؛ ويجب ألا تترك لأمزجة المكلفين ودون تنظيم ودون تحصيل. تعتبر كل وسيلة تسهم في تحصيل الزكاة والصدقات ذات أهمية كبيرة تسهم في تحقيق الأهداف الكلية للزكاة والصدقات. لذلك تتبع أهمية الدراسة من:

1. كون الزكاة ركناً أساسياً من أركان الإسلام.

2. دور الإفصاح في تعزيز الشفافية والثقة.

3. أهمية دعم مؤسسات الزكاة للقيام دورها في توزيع الزكوات ومكافحة الفقر.

4. المساهمة في تحسين كفاءة إدارة موارد الزكاة.

5. مدى تأثير الإفصاح في تعزيز التزام دافعي الزكاة ودفعهم نحو التعامل مع المؤسسات الرسمية والخيرية.

4.1 أهداف الدراسة:

أهداف هذه الدراسة هي كما يلي:

1. تقييم أثر الإفصاح الإلزامي على التزام دافعي الزكاة.

2. تحليل دور الإفصاح الطوعي في تعزيز الثقة.

3. دراسة أثر زيادة الإفصاح على موارد مؤسسات الزكاة.

4. تقييم دور المعايير المحاسبية في تحسين الشفافية.

5.1 فرضيات الدراسة:

تفترض الدراسة ما يلي:

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإفصاح المحاسبي على التزام دافعي الزكاة والصدقات من وجهة نظر دافعي الزكاة.

2. يسهم الإفصاح الطوعي في تعزيز ثقة المكلفين بالمؤسسات.

3. يؤدي زيادة مستوى الإفصاح إلى زيادة موارد مؤسسات الزكاة من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.

4. يعزز تطبيق المعايير المحاسبية من شفافية الإفصاح وجودته من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.

6.1 منهج الدراسة وأدواتها:

تعتمد الدراسة على:

المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات وتفسير العلاقات بين المتغيرات، المنهج التاريخي لدراسة تطور الإفصاح وممارساته، بالإضافة إلى أداة الاستبانة لجمع البيانات من دافعي الزكاة والمهتمين والعاملين في المجال.

7.1 حدود الدراسة:

• المكانية: دولة قطر -السودان

• الزمانية: يُحدد حسب فترة الدراسة (2026م).

• البشرية: دافعو الزكاة، الموظفون، المهتمون.

• الموضوعية: أثر الإفصاح المحاسبي على الالتزام بدفع الزكاة والصدقات.

2. الدراسات السابقة

1.1 دراسة (حكيم و سارة، 2017):

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر تطبيق مبادئ الحوكمة في مؤسسات الزكاة على مستوى الثقة لدى المتعاملين مع هذه المؤسسات، وخاصة دافعي الزكاة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال استعراض الأطر النظرية للحوكمة وتطبيقاتها في المؤسسات الزكوية، إضافة إلى تحليل دور عناصر الحوكمة مثل: الشفافية، والمساءلة، والرقابة، والإفصاح في تعزيز الثقة المؤسسية.

أظهرت النتائج أن تطبيق مبادئ الحوكمة يسهم بشكل مباشر في تعزيز ثقة دافعي الزكاة، حيث يؤدي الالتزام بالشفافية والإفصاح إلى تقليل الشكوك حول إدارة أموال الزكاة، وزيادة الأطمئنان إلى وصولها إلى مستحقيها. كما بينت الدراسة أن ضعف الحوكمة يؤدي إلى تراجع الثقة وانخفاض الالتزام بدفع الزكاة عبر المؤسسات الرسمية.

خلصت الدراسة إلى أهمية تبني مؤسسات الزكاة لأنظمة حوكمة فعالة، بما يشمل تعزيز الإفصاح والرقابة، لما لذلك من أثر إيجابي في رفع مستوى الثقة وزيادة كفاءة التحصيل.

أكدت هذه الدراسة أهمية الإفصاح والشفافية كأحد مكونات الحوكمة في تعزيز الثقة، وهو ما يتفق مع دراسة الباحث التي تبحث في أثر الإفصاح عن المعلومات على التزام دافعي الزكاة والصدقات، لكنها لم تبحث أثر الإفصاح على دافعي الزكاة.

2.2 دراسة (الجاسر، 2021):

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مدى التزام الشركات السعودية المدرجة بمتطلبات الإفصاح والعرض المحاسبي الخاصة بالزكاة وفقاً للمعيار المحاسبي المعدل الذي جاء بديلاً للمعيار الدولي رقم (12) على أساس أنه يتعلق بالضرائب ولا يغطي محاسبة الزكاة.

اعتمدت الدراسة على تحليل القوائم المالية السنوية لعينة من شركات المساهمة السعودية، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لقياس درجة الالتزام بمتطلبات الإفصاح المتعلقة بالزكاة، مثل عرض بند الزكاة في القوائم المالية، والإفصاح عن سياسات احتسابها، وتوضيح أرصدة الزكاة المستحقة.

أظهرت النتائج وجود تفاوت في مستوى التزام الشركات بمتطلبات الإفصاح، حيث التزمت بعض الشركات بشكل جيد بالمعايير المحاسبية، في حين أظهرت شركات أخرى قصوراً في الإفصاح، خاصة فيما يتعلق بتفصيل المعلومات المرتبطة بحساب الزكاة ومصارفها. كما أشارت الدراسة إلى أن مستوى الإفصاح لا يزال بحاجة إلى مزيد من التطوير لتحقيق الشفافية المطلوبة.

خلصت الدراسة إلى أهمية تعزيز الالتزام بمعايير الإفصاح عن الزكاة، لما لذلك من دور في تحسين جودة التقارير المالية وزيادة ثقة المستخدمين، كما أوصت بضرورة تشديد الرقابة وتوعية الشركات بأهمية الإفصاح المحاسبي في هذا المجال.

تتفق هذه الدراسة مع دراسة الباحث في التأكيد على أهمية الإفصاح المحاسبي في تعزيز الشفافية، لكنها لم تبحث أثر الإفصاح على دافعي الزكاة.

3.2 دراسة (نجمي، 2022):

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور الهيئة العامة للزكاة والدخل في تحسين مستوى الإفصاح المحاسبي عن الزكاة لدى الشركات السعودية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل القوائم المالية لعينة من الشركات، مع التركيز على مدى التزامها بمتطلبات الإفصاح عن الزكاة في ظل التنظيمات والتعليمات الصادرة عن الهيئة.

أظهرت النتائج أن للهيئة دوراً إيجابياً في تعزيز كفاية الإفصاح المحاسبي، حيث ساهمت اللوائح والتعليمات في رفع مستوى

التزام الشركات وتحسين جودة عرض معلومات الزكاة في القوائم المالية. ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى استمرار بعض أوجه القصور، خاصة فيما يتعلق بدرجة التفصيل والشفافية في الإفصاح.

خلصت الدراسة إلى أن الرقابة التنظيمية تمثل عنصرًا أساسيًا في تحسين الإفصاح المحاسبي، وأوصت بضرورة تطوير الإرشادات المحاسبية، وزيادة وعي الشركات بأهمية الإفصاح، وتعزيز دور الجهات الرقابية لضمان رفع جودة التقارير المالية.

تدعم هذه الدراسة نتائج دراسة الباحث، حيث تؤكد أن تحسين مستوى الإفصاح المحاسبي يسهم في تعزيز الشفافية والثقة، لكنها لم تبحث أثر الإفصاح على دافعي الزكاة.

4.2 دراسة (Abojeib, Mahaini, & Alchaar, 2025):

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مستوى الإفصاح عن الزكاة في البنوك الإسلامية، ومدى التزامها بمتطلبات الشفافية والمعايير المحاسبية المرتبطة بالزكاة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال فحص التقارير المالية السنوية لعينة من البنوك الإسلامية، مع التركيز على طبيعة المعلومات المفضحة عنها، مثل سياسات احتساب الزكاة، ومبالغها، وآليات توزيعها، ومدى وضوح عرضها في القوائم المالية.

أظهرت النتائج وجود تفاوت في مستوى الإفصاح بين البنوك، حيث التزمت بعض البنوك بتقديم معلومات مفصلة وواضحة، في حين اكتفت بنوك أخرى بإفصاح محدود يفتقر إلى الشفافية الكافية. كما أشارت الدراسة إلى أن الإفصاح الجيد عن الزكاة يسهم في تعزيز الثقة لدى أصحاب المصلحة، خاصة المودعين والعملاء، ويعكس التزام المؤسسات بالمبادئ الشرعية.

خلصت الدراسة إلى ضرورة تعزيز الإفصاح عن الزكاة في البنوك الإسلامية من خلال الالتزام بالمعايير المحاسبية ذات الصلة، وتطوير مستوى الشفافية، لما لذلك من دور مهم في تحسين جودة التقارير المالية وزيادة ثقة المتعاملين.

أكدت هذه الدراسة أهمية الإفصاح عن معلومات الزكاة في تعزيز الثقة والشفافية وإن لم تنطرق للإفصاح في مؤسسات الزكاة، ودراساتها للإفصاح يتفق مع دراسة الباحث التي تبحث في أثر الإفصاح في المؤسسات الخيرية على التزام دافعي الزكاة والصدقات.

3. الإطار النظري

1.3 أثر الإفصاح عن المعلومات على التزام دافعي الزكاة والصدقات:

1.1.3 مفهوم الإفصاح:

تأتي أهمية الإفصاح (Disclosure) من دوره في توفير المعلومات الملائمة عن المنشأة التي أعدت هذه القوائم، ليستفيد منها مستخدمو المعلومات المحاسبية لاتخاذ القرارات المالية والاقتصادية بشأن المنشأة، إذ تمنحهم هذه التقارير مؤشرات ودلالات عن الوضع المالي السابق والحالي والمستقبلي، بما يمكن من التنبؤ السليم عن التدفقات المالية للمنشأة ومدى قدرتها على الوفاء بالتزاماتها (مطر والسيوطي، التأسيس النظري للممارسات المهنية المحاسبية في مجالات القياس، والعرض، والإفصاح، 2012، ص 339).

للإفصاح معانٍ كثيرة، لكن سوف نتطرق لمعناه وتعريفه المحاسبي والمالي؛ فقد ركز بعض الباحثين في تعريف مفهومه على غرضه، من حيث إيضاح وكشف المعلومات المالية، كذلك تطرق كثير من الكتاب والباحثين إلى مفهوم الإفصاح من ناحية أهميته في اتخاذ القرارات، فعرفوه بأنه نشر المعلومات الضرورية للفئات التي تحتاجها؛ وذلك لزيادة فعالية العمليات التي يقوم بها السوق المالي، إذ إن الفئات المختلفة تحتاج للمعلومات لتقييم درجة المخاطرة التي تتعرض لها الشركة للوصول إلى القرار الذي تستطيع عن طريقه تحقيق أهدافها التي تتناسب مع درجة المخاطرة التي ترغب بها (عبدالله، 1995، ص 39).

وَعُرف الإفصاح أيضاً بأنه: "إظهار القوائم المالية لجميع المعلومات الأساسية التي تهم الفئات الخارجية عن المشروع، بحيث تعينها على اتخاذ القرارات الرشيدة" (عبدالله، 1995، ص 38-44).

وَعُرِفَ الإفصاح بأنه: "شمول التقارير المالية على المعلومات اللازمة والضرورية لإعطاء مستخدم هذه التقارير صورة واضحة وصحيحة عن الوحدة المحاسبية" (شيرازي، 1990، ص 322).

وَعَرَفَ (Choi) الإفصاح بأنه: "نشر كل المعلومات الاقتصادية التي لها علاقة بالمشروع -سواء كانت كمية أو غيرها- بما يساعد المستثمر على اتخاذ قراراته، وخفض حالة عدم التأكد لديه عن الأحداث الاقتصادية المستقبلية (Choi, 1973).

وَعَرَفَ (Hendrickson) الإفصاح بأنه "عرض للمعلومات المهمة للمستفيدين والدائنين وغيرهم من المستفيدين بطريقة تسمح بالتنبؤ بمقدرة المشروع على تحقيق أرباح في المستقبل وقدرته على سداد التزاماته" (Hendriksen, 1982, p. 504).

أيضاً ذكر (Hendrickson) أن الإفصاح "هو عرض للمعلومات الضرورية عن الوحدات الاقتصادية، لأغراض التشغيل الأمثل لأسواق رأس المال الفعالة" (Breda & Hendriksen, 1992, p. 846).

ورأى الغالبية "أنه ما اتفق عليه عموماً على أن التقارير المالية يجب أن تفصح عما هو ضروري بصورة تجعلها غير مضللة".

كما عُرِفَ الإفصاح من ناحية متطلبات عرض المعلومات وفقاً للمبادئ المحاسبية المتعارف عليها كالاتي: "بأن متطلبات عرض المعلومات في القوائم المالية وفقاً لمبادئ المحاسبة المتعارف عليها، تقضي بتوفر عنصر الإفصاح المناسب في هذه القوائم، وذلك بشأن جميع الأمور المادية (الجوهريّة)" [الجوهريّة تعني أنه يجب على المؤسسات عدم القيام بتجميع أو تويب المعلومات بطريقة تغطي على المعلومات المفيدة؛ وبالتالي تتسبب في حجبها عن المتلقي، وعندما تكون البنود جوهريّة، يجب تقديم معلومات كافية لتفسير الأثر على المركز المالي أو الأداء]، وعنصر الإفصاح المقصود هنا على صلة وثيقة بأسلوب ومحتوى القوائم المالية وبالمصطلحات المستخدمة فيها، أيضاً بالملاحظات المرفقة بها، وبمدى ما فيها من تفاصيل تجعل لتلك القوائم قيمة إعلامية من وجهة نظر مستخدم هذه القوائم (مطر، تقييم مستوى الإفصاح الفعلي في القوائم المالية المنشورة للشركات المساهمة العامة في ضوء قواعد الإفصاح المنصوص عليها في أصول المحاسبة الدولية، 1990، ص 119).

وهناك الكثير من التعاريف عن الإفصاح وأهميته؛ فمنها ما يتناول الإفصاح في التقارير المالية من حيث، إنه عرض للمعلومات المهمة للمستثمرين والدائنين وغيرهم من المستفيدين بطريقة تسمح بالتنبؤ بمقدرة المشروع على تحقيق أرباح في المستقبل وقدرته على سداد التزاماته، وأن كمية المعلومات التي يجب الإفصاح عنها لا تتوقف على مدى خبرة القارئ، ولكن على المعايير المرغوبة للإفصاح (الإفصاح الكامل - الإفصاح الكافي - الإفصاح المقبول) (الراوي، 1995، ص 163-193)، كما أن هناك من يربط بين درجة الإفصاح وخفض حالة عدم التأكد لدى المستفيدين عن طريق نشر كل معلومات اقتصادية لها علاقة بالمشروع سواء كانت معلومات كمية أو معلومات أخرى، تساعد المستثمر على اتخاذ قراراته وتخفيض من حالة عدم التأكد لديه عن الأحداث الاقتصادية المستقبلية (عبدالله، 1995، ص ص 38-40).

هناك أمر مهم جداً: وهو ضرورة أن يشتمل الإفصاح، حتى على المعلومات التي لا يؤدي عدم الإفصاح عنها تغييراً جوهرياً في اتجاه قرارات مستخدم القوائم المالية. وكثير من الأزمات المالية العالمية حدثت نتيجة لعدم كفاية المعلومات والبيانات المفصّل عنها؛ وهذا ما أوضحت نتائج الأزمة المالية العالمية عام 2008م التي كان أحد أسبابها عدم دقة البيانات المفصّل عنها. وكثير من الدراسات أولت اهتماماً كبيراً لممارسات البنوك وشركات التأمين فيما يتعلق بالإفصاح أثناء الأزمة المالية، ومستوى الكشف عن المخاطر ومحدداته. الأزمة المالية الأخيرة أثارت العديد من الأسئلة فيما يتعلق بممارسات الإفصاح من قبل المؤسسات المالية. ومع ذلك، فإن الأدبيات حول تأثير هذه الأزمة المالية الكبيرة على المؤسسات المالية لا تزال محدودة للغاية، لأن بعض الأوراق والدراسات العلمية ركزت على دور محاسبة القيمة العادلة في حدوث الأزمة المالية كمسبب رئيس؛ لكن هناك اتجاهات أخرى حول القيمة العادلة ليس كمسبب للأزمة، على سبيل المثال: حقق الباحثين (Barth & Landsman) في العلاقة بين الأزمات المالية والتقارير المالية الخاصة بالقيمة العادلة وتوريق الأصول والمشتقات، والخسائر الناتجة عن القروض واحتياطات البنوك، ووجدوا أن محاسبة القيمة العادلة لم تلعب دوراً في الأزمة المالية إلا في حدود الاستخدام السيئ لقياسات القيمة العادلة (Barth & Landsman, 2010, p. 3)، وي طرح سؤال مهم، وهو هل تزيد مستويات الإفصاح أو تنخفض أثناء الأزمات المالية؟.

في السنوات الأخيرة زاد الاهتمام بالإفصاح المحاسبي بصورة كبيرة، حيث أصدر مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي

عدداً غير قليل من المعايير المحاسبية التي تحتوي على كثير من الجوانب التي تتعلق بالإفصاح. وفي دراسة أعدها مكتب (Deloitte) في المملكة المتحدة نشرت في عام 2010م، وجد أن متوسط طول عدد صفحات التقارير الدورية قد زادت من 44 صفحة إلى 101 صفحة أثناء الفترة من عام 1996م إلى 2010م؛ أي أنها قد زادت بنسبة 250 في المائة، وهذا يدل على أن التقارير المالية أصبحت توفر معلومات أكثر شمولاً وفائدة في اتخاذ القرارات، وأكثر تفصيلاً، وتتناول في كثير من الأحيان مسائل ذاتية مثل الافتراضات والنماذج وأسس القياس البديلة ومصادر عدم اليقين في التقدير، وذلك حتى تمثل بصورة كبيرة مجالات أعمال الشركات المعقدة، مثل المشتقات المالية، والتأجير التمويلي، واندماج الأعمال، والبنود خارج الميزانية، واتفاقيات التمويل، وعمليات الاعتراف بالإيراد، وقضايا الضرائب المؤجلة؛ بذلك تكون التقارير المالية بمثابة بيان معتمد من المعلومات المالية سواء من حيث الكم والنوع والكيف، تستخدم لتفسير هذه العمليات وتأثيراتها المستقبلية المتوقعة على المنشأة بالإضافة إلى كفاية المعلومات من ناحية الإيضاحات والتفسيرات الكثيرة التي يفصح عنها طواعية (Holanda & Magnusson, 2016, pp. 30-35).

إن الإفصاح موضوع واسع - وإن اختلفت التعاريف- لكن هناك اتفاق على أهميته في توصيل المعلومات لمستخدميها، ويتضمن كل مجالات التقارير المالية؛ لذلك ينظر إلى الإفصاح المحاسبي على أنه عملية عرض المعلومات المالية سواء كانت كمية أو وصفية في القوائم المالية أو في الهوامش والإيضاحات والجداول التكميلية في الوقت المناسب مما يجعل القوائم المالية غير مضللة ومناسبة لمستخدميها من الجهات الخارجية التي ليس لها صلاحية الاطلاع على السجلات المجمع؛ والهدف من كل هذه التعاريف هو التركيز على خصائص وطرق الإفصاح (الوقاد، 2011، ص 190).

ينبغي الإشارة هنا إلى أن الإفصاح لا يقتصر على الشؤون المالية والمحاسبية فقط، بل يمتد ليشمل الجوانب التشغيلية، الإدارية، البيئية، والاجتماعية. ويُعد الإفصاح بشقيه المالي وغير المالي ركيزة أساسية في حوكمة الشركات والشفافية.

باستعراض هذه التعاريف يمكن القول بأن الإفصاح هو التصريح بشفافية عن كافة المعلومات ذات الخصائص النوعية والمتعلقة بأعمال المنشأة، السابقة والحالية والمستقبلية، على ضوء المعايير المحاسبية والأطر المفاهيمية للمحاسبة والأنظمة والقوانين المنظمة لعملية الإفصاح. المحاسبة تعمل كنظام للمعلومات بوساطة معالجة البيانات وتقديمها كمعلومات باستخدام التقارير والقوائم المالية وتوصيلها إلى مستخدمي هذه المعلومات الذين يتخذون القرارات المالية المناسبة عن طريق تقييم الوحدة المحاسبية بوساطة تلك المعلومات.

نرى باستعراض هذه التعاريف، أنه ينبغي أن يستند تعريف الإفصاح إلى المعايير الدولية، ومبادئ المحاسبة المقبولة قبولاً عاماً، وهذا لم يرد في تعريف (محمد مطر)، الذي ذكرناه آنفاً، والذي أشار فيه إلى مبادئ المحاسبة المتعارف عليها فقط، ولم يشر إلى المعايير الدولية. إن ربط التعريف بالمعايير الدولية (المحاسبية، ومعايير المراجعة) يضبط عملية وشكل الإفصاح وحدوده.

لذلك نرى أن يكون تعريف الإفصاح كالاتي: عرض المعلومات في القوائم المالية وفقاً لمبادئ المحاسبة المقبولة قبولاً عاماً؛ وقواعد المعايير الدولية بأسلوب مناسب، من حيث المحتوى والمستوى، لأغراض اتخاذ القرارات. ونقصد بالمعايير الدولية المعايير المحاسبية ومعايير المراجعة، إذ تعتبر عملية المراجعة مدخلاً لصحة الإفصاح، من حيث المعلومات؛ وبالتالي التقارير المالية. ونقصد بمبادئ المحاسبة المتعارف عليها (الإفصاح الوقائي الذي يهدف إلى جعل المعلومات المالية على درجة من الموضوعية، والإفصاح التقيفي الذي به تكون المعلومات ملائمة لاتخاذ القرارات)، كما يقصد بكلمة المحتوى والمستوى الإفصاح (المناسب، والعدل، والكافي ... الخ)، وسوف ناقش هذه الأنواع في الفقرة التالية. ولا بد أن نذكر أن الإفصاح لا يقتصر على القوائم المالية، لكن يمتد ليشمل معلومات يتم عرضها خارج نطاق تلك القوائم، وهي معلومات لا تخضع إلى معايير الإثبات والقياس المحاسبي، من جانب آخر لا تعتبر هذه المعلومات والإيضاحات بديلاً عن المعلومات التي تنص المعايير على إظهارها في القوائم المالية.

2.1.3 أنواع الإفصاح المحاسبي:

نادراً ما ترد كلمة الإفصاح بطريقة مستقلة بل غالباً ما ترد مرتبطة بألفاظ أخرى، كما أن موضوع الإفصاح يعتبر موضوعاً واسعاً يتضمن مجالات التقارير المالية، ويؤثر عليه الهدف من المعلومات وحجمها، والكيفية والتوقيت. وأنواع الإفصاح المحاسبي هي:

1.2.1.3 الإفصاح الكافي:

يعتبر الإفصاح الكافي من أكثر المعلومات استخداماً وهو يشير إلى الحد الأدنى من المعلومات الواجب عرضها كي تكون القوائم المالية غير مضللة: أي يتضمن هذا النوع من الإفصاح الحد الأدنى من المعلومات المالية المطلوبة من قبل مستخدمي القوائم المالية، وبالتالي؛ ووفقاً لهذا المبدأ، يجب الكشف عن جميع الحقائق الضرورية لمستخدمي البيانات المالية، ويمكن أن يتم الإفصاح الكامل إما في متن البيانات المالية أو في الحواشي (Breda & Hendriksen, 1992). جاء في بيان المحاسبة المالية رقم (2) من معايير المحاسبة والمراجعة والحوكمة والأخلاقيات الصادر عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية في الفقرة رقم (130) أن المقصود بالإفصاح الكافي: "ضرورة أن تتضمن القوائم المالية والإيضاحات حولها جميع المعلومات المهمة اللازمة لكي تكون القوائم المالية مفيدة لمستخدمي تلك القوائم. ويتطلب ذلك إظهار جميع المعلومات التي يتوقع أن تفيد المستخدم في اتخاذ القرارات المبنية على المعلومات المحاسبية، سواء في ظل القوائم المالية، أم في الإيضاحات حولها، أم في جداول إضافية للقوائم المالية"، وهناك جانبان متعلقان بالإفصاح الكافي هما التجميع الأمثل للبيانات في مجموعات ملائمة ولا ينبغي أن تظهر البنود غير المهمة كمفردات مستقلة فقرة (131)، وإضفاء الإفصاح الكافي للبيانات عن طريق إضافة شرح مكمل للعناوين الرئيسية والفرعية، وتقادي وضع معلومات مهمة ضمن التفاصيل قليلة الأهمية فقرة (132) (AAOIFI، 2019، ص ص 140-141).

2.2.1.3 الإفصاح العادل:

يعني أن تقدم معلومات بصورة متوازنة وكافية تراعي احتياجات كافة الأطراف المستفيدة منها، وأن تكون المعلومات قد صيغت وعرضت دون تحيز لأطراف معينة على حساب أطراف أخرى متساين احتياجاتهم، وعن طريق الاهتمام المتوازن لاحتياجات جميع الأطراف يكون الإفصاح عادلاً.

3.2.1.3 الإفصاح الشامل:

الإفصاح الشامل يعني عرض كافة المعلومات الملائمة التي تؤثر على قرارات مستخدمي القوائم المالية، وبالتفاصيل اللازمة بحيث يتم عدم إخفاء أي معلومة جوهرية قد تؤثر على مصالح المستثمر العادي، ويجب تقديم الملاحظات على البيانات المالية بأسلوب منهجي، كما يجب أن تكون كل المدخلات المنشورة في الميزانية العمومية وبيان الدخل وبيان التدفق النقدي مرتبطة بالمعلومات الواردة في الملاحظات على البيانات المالية. إن الإفصاح الشامل لا يعني عرض كافة المعلومات هكذا دون غرض أو سبب، حيث إن زيادة عرض المعلومات غير الضرورية غير مستحب؛ لأنه ربما يؤدي إلى طمس معلومات أكثر أهمية مما يتسبب في إرباك المستخدم ويؤدي إلى صعوبة في فهمها وتفسيرها، بالإضافة إلى زيادة عبء التكاليف الإضافية (Meiryani, 2019, pp. 342-343).

4.2.1.3 الإفصاح الإلزامي:

ويتم في الإفصاح الإلزامي طبقاً لما نصت عليه القوانين ذات العلاقة، والإفصاح الإلزامي هو الحد الأدنى من الإفصاحات التي تتطلبها اللوائح والأنظمة المعمول بها، واللوائح هي تلك المتعلقة بمعايير الإفصاح عن المعلومات للشركات، وبشأن المبادئ التوجيهية لعرض البيانات المالية والمتعلقة بالتقارير السنوية (Breda & Hendriksen, 1992).

5.2.1.3 الإفصاح الطوعي:

الإفصاح الطوعي هو الإفصاح عن العناصر التي تقوم به الشركة دون أن تقتضي المعايير أو الأنظمة المعمول بها ذلك. تقول العديد من الآراء إن الشركة سوف تكشف طوعاً عن المعلومات اللازمة للوصول إلى سوق رأس المال الأمثل. ويرى مؤيدو هذا الرأي أنه إذا لم يتم الكشف الطوعي عن المعلومات يكون السبب ببساطة، هو أن المعلومات ليست ذات صلة بالمستثمرين أو يمكن الحصول عليها بوسائل أخرى؛ وبالتالي فإن هذه الحجة تحول نوع المعلومات التي يقدمها المحاسبون من المعلومات المالية إلى المعلومات الإضافية. بعض الأبحاث حول سبب الكشف الطوعي عن المعلومات لا تصل إلى نتيجة واضحة، سواء تم ذلك طوعاً أو لأنه إلزامي كما هو الحال في عدة دول مثل أمريكا والمملكة المتحدة حيث يتم تنظيم عملية الكشف عن المعلومات بكيفية صارمة للغاية (Meek, Roberts, & Gray, 1995).

6.2.1.3 الإفصاح التثقيفي (الإعلامي):

هو التحول نحو المطالبة بالإفصاح عن المعلومات الملائمة لاتخاذ القرارات مثل الإفصاح عن التنبؤات المالية بوساطة الفصل بين العناصر العادية وغير العادية في القوائم المالية، الإفصاح عن الإنفاق الرأسمالي الحالي والمخطط ومصادر تمويله، ويشير أيضاً الإفصاح الإعلامي إلى ممارسة تقديم معلومات شفافة ودقيقة حول محتوى التقارير المالية وطبيعة الأرقام الواردة فيها. والهدف من الإفصاح الإعلامي، هو ضمان فهم الجمهور لكيفية تقديم المعلومات إليهم، بما في ذلك أي تحيزات محتملة أو تضارب في المصالح أو دوافع مالية قد تؤثر على المحتوى. وهذه نظرة معاصرة لمفهوم الإفصاح، وربما في بادئ الأمر يظهر أنه لا فاصل بين مفهوم الإفصاح الوقائي والتثقيفي، لكن عند تطبيق أحد المفهومين يظهر الاختلاف عن طريق تحديد السياسات المحاسبية التي يتم تطبيقها (Hendriksen, 1982).

7.2.1.3 الإفصاح الملائم:

هو الإفصاح الذي يلبي حاجة مستخدمي البيانات، وظروف المؤسسة وطبيعتها. يشير الإفصاح الملائم أيضاً إلى تقديم معلومات واضحة ودقيقة وكافية لأصحاب المصلحة لضمان الشفافية والمساءلة واتخاذ القرارات المستنيرة. وهو عنصر أساسي في ممارسات الأعمال الأخلاقية والامتثال التنظيمي والاتصال الفعال (IASB, 2018).

8.2.1.3 الإفصاح الوقائي:

ويعني أن التقارير المالية يجب أن يتم الإفصاح فيها عن كل ما يجعلها غير مضللة لأصحاب الشأن من مستثمرين وغيرهم، ويهدف الإفصاح الوقائي إلى حماية القطاع المالي وبصفة خاصة المستثمر العادي الذي له قدرة محدودة على استخدام المعلومات المالية، وتهدف المعلومات المقدمة في إطار هذا المفهوم إلى منع حدوث ضرر يصيب حتى صغار المستثمرين نتيجة لقصور الإفصاح (الوقاد، 2011، ص 190).

مما سبق نلاحظ أن الإفصاح الشامل يتفق مع الإفصاح الوقائي، لأنهما يفصحان عن البيانات المطلوبة لجعلها غير مضللة للمستثمرين الخارجيين، ولكن بالنسبة للإفصاح التثقيفي فمن شأنه الحد من اللجوء إلى المصادر الداخلية للحصول على المعلومات الإضافية بطرق غير رسمية يترتب عليها مكاسب لبعض الفئات على حساب أخرى.

أما بالنسبة للإفصاح الكافي فإن التعريف يتضمن الحد الأدنى من المعلومات الواجب إظهارها ولكن يختلف الحد الأدنى من شخص إلى آخر تبعاً للثقافة والخبرة التي يتمتع بها، وعلى درجة كفاءة المحللين الذين يعتمد عليهم في تحليل القوائم المالية ومعلوماتها.

3.1.3 مفهوم الشفافية:

حمل مفهوم الشفافية (Transparency) معاني متعددة تختلف باختلاف السياق والمجال العلمي المستخدم فيه. ففي بعض العلوم تُستخدم الشفافية بوصفها أسلوباً وصفيًا واستدلاليًا يهدف إلى تبسيط فهم بعض الأنشطة. في هذه الحالات، لا يُقصد بالشفافية الإفصاح عن المعلومات أو الوضوح المؤسسي. والشفافية في السياق المؤسسي والإداري، يشير إلى وضوح المعلومات وإتاحتها والإفصاح عنها بصورة تمكن أصحاب المصلحة من تكوين صورة دقيقة عن أداء المؤسسة وأنشطتها، بما يعزز الثقة والمساءلة والالتزام.

لم تُعد الشفافية المالية في الأعمال التجارية، وفي الاقتصاد الحديث مجرد ميزة إضافية، بل أصبحت ضرورة استراتيجية. يتوقع العملاء والموظفون والمستثمرون اليوم من الشركات أن تكشف عن سجلاتها المالية، وتشارك عملياتها، وتعمل بنزاهة. لقد أصبحت الشفافية أساس الثقة في الاقتصاد الحديث.

تُعرّف الشفافية بأنها إتاحة المعلومات والبيانات المتعلقة بأنشطة المؤسسة وقراراتها وإجراءاتها بصورة واضحة ودقيقة وفي الوقت المناسب، بما يمكن أصحاب المصلحة من فهم أداء المؤسسة وتقييمه واتخاذ القرارات المناسبة بناءً على معلومات موثوقة (66, p. Bushman & Smith, 2003)، كما تشير الشفافية إلى وضوح السياسات والإجراءات والإفصاح عن المعلومات المالية والإدارية بما يعزز الثقة والمساءلة ويحد من عدم تماثل المعلومات بين الإدارة وأصحاب المصلحة (Jensen & Meckling, 1976).

تُعد الشفافية في السياق المؤسسي، من المبادئ الأساسية للحوكمة الرشيدة، إذ تسهم في تعزيز المصداقية وتحسين جودة

التقارير المالية والإدارية، فضلاً عن دعم الثقة بين المؤسسة والمتعاملين معها (OECD, 2004).

4.1.3 نظرية الثقة:

تُعد الثقة عنصرًا أساسيًا وحساسًا في الوقت ذاته في المؤسسات الخيرية، إذ تؤدي دورًا محوريًا في تسهيل عمليات جمع التبرعات من خلال تعزيز التواصل والتعاطف بين الأفراد والمؤسسات. غير أن إساءة استخدام التبرعات من قبل بعض الجهات أو الأفراد، قد يؤدي إلى آثار سلبية تنعكس على المجتمع بأكمله وعلى العمل الخيري المنظم، مما يجعل الثقة عاملاً حاسماً في استمرارية العمل الخيري ونجاحه (Masdar, Basiruddin, & Fitria, 2022, p. 995).

ترتبط الثقة ارتباطاً وثيقاً بالتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، إذ تُعد من الركائز الأساسية التي تسهم في تعزيز العلاقات الاجتماعية والمؤسسية (Weber, Malhotra, & Murnighan, 2004, p. 76) ويمكن بناء الثقة تجاه الأفراد أو المجتمعات أو المنظمات في مختلف المجالات، سواء على المستوى المالي أو في سياق تطوير المشروعات والمبادرات المجتمعية. وتزداد أهمية الثقة بصورة أكبر عند التعامل مع الأموال والتبرعات التي يتم جمعها، سواء عبر الوسائل التقليدية أو الإلكترونية، لما لذلك من ارتباط مباشر بمصداقية الجهات القائمة على إدارة هذه الأموال وشفافية استخدامها (Chiu, Hsu,) (Lai, & Chang, 2012, pp. 835-836).

على خلاف المؤسسات التجارية التي تمتلك أصولاً وموجودات مادية يمكن أن تشكل ضماناً للمستثمرين وأصحاب المصالح، فإن المؤسسات الخيرية تعتمد بدرجة كبيرة على الثقة (اصلاً معنوياً غير ملموس) باعتبارها أساساً لاستمرار التبرعات وغيرها. لذلك، فإن أي ضعف في الشفافية أو الإفصاح داخل المؤسسات الخيرية قد يؤدي إلى تراجع ثقة المتبرعين، الأمر الذي ينعكس سلباً على قدرتها في جمع التبرعات وتحقيق أهدافها الاجتماعية والإنسانية (Fassas, 2012).

بالاستناد إلى نظرية الثقة، نجد أن الثقة في المجتمع المسلم ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالقيم الدينية، إذ أصبحت ركيزة أساسية تدفع الأفراد إلى مساعدة الآخرين ابتغاء الأجر والثواب من الله تعالى يوم القيامة. وعليه، فإن الثقة تُعد عنصراً جوهرياً في قضايا جمع التبرعات داخل المجتمع المسلم؛ لما لها من أثر مباشر في تعزيز التكافل والمشاركة ودعم الأعمال الخيرية.

يعزف بعض الأفراد عن التعامل مع المؤسسات الخيرية الإسلامية إلى وجود عدد من التحديات الإدارية والمالية، من أبرزها ضعف الشفافية وغياب الإفصاح الكافي عن أوجه تحصيل وإنفاق التبرعات، إضافة إلى البيروقراطية وضعف الكفاءة التقنية والإدارية داخل بعض المؤسسات. ولا بد أن نشير هنا أن عزوف بعض الأفراد عن التعامل مع المؤسسات الخيرية الإسلامية لا يعني ترك أولئك الأفراد لفريضة الزكاة أو التصدق أو الانعزال عن الأعمال الخيرية الإسلامية. من جانب آخر فقد أسهمت التشريعات والقيود الأمنية المشددة في الحد من مرونة العمل الخيري، الأمر الذي يؤثر في مستوى ثقة المتبرعين (Nurdiani, Rahmawati, Pogo, & Abu Bakar, 2025, pp. 166-167) خاصة بعد تلك الحملات التي قادتها الدول الغربية ضد المؤسسات الخيرية الإسلامية خلال الصراع الأفغاني في ثمانينيات القرن الماضي، والصراع البوسني في أوائل تسعينياته، والصراع الشيشاني مروراً بأحداث 11 سبتمبر (Benthall, 2007, p. 6). إلى جانب ذلك، أدت المنافسة المتزايدة من المبادرات الفردية المباشرة ووسائل التبرع غير الرسمية إلى توجيه جزء من التبرعات بعيداً عن المؤسسات الخيرية، نتيجة لرغبة بعض المتبرعين في الوصول المباشر والسريع إلى المستفيدين خاصة الأقارب، والمحتاجين في البلدان التي يعاني فيها المسلمون من نكبات وكوارث وحروب، وضمان الشفافية في إيصال الدعم.

5.1.3 الثقة وبناء الثقة:

تُعد الثقة من المفاهيم الأساسية ذات الأهمية الكبيرة للأفراد والمنظمات على حد سواء، إذ أصبحت عنصرًا محوريًا في نجاح المؤسسات واستمرارها في مواجهة التحديات المختلفة. فالثقة تمثل الأساس الذي تُبنى عليه العلاقات بين الأفراد والمؤسسات، وتسهم في تعزيز التعاون وتحقيق الأهداف المشتركة (Park, Song, Yoon, & Kim, 2014).

أشار (Lewicki et al.) إلى أن للثقة جانبين رئيسيين، هما الجانب المهني والجانب الشخصي. ويرتبط الجانب المهني بالمنظمة من حيث الكفاءة في أداء المهام وتحقيق الأهداف، بينما يرتبط الجانب الشخصي بالعوامل العاطفية والإنسانية التي تحكم العلاقات بين الأفراد؛ ومن ثم، فإن بناء الثقة يتطلب توافر البعدين المهني والشخصي معاً، سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات (Lewicki, Elgoibar, & Euwema, 2016, pp. 3-4).

كما تُعد عملية تطوير الثقة عملية مستمرة تتطلب تقبل درجة من المخاطر بين الأطراف المختلفة (Weber, Malhotra, & Murnighan, 2004, p. 76)، حيث تبدأ عندما يبادر أحد الأطراف إلى التعامل بناءً على الثقة المتبادلة، وتستمر هذه العلاقة حتى تتحقق منافع مشتركة تعزز استمراريتها. وقد أوضح (Lewicki et al.) أن الثقة تتطلب متابعة سلوك الطرف الآخر، ويمكن ملاحظة ذلك من خلال السلوك التعاوني والالتزام المتبادل بين الأطراف. في هذا الإطار (Lewicki, Elgoibar, & Euwema, 2016, pp. 4-5)، يرى (Child & Mo) أن تطوير الثقة يُعد استراتيجية فعالة، إذ إن بناء علاقات إيجابية ومستقرة بين الأفراد أو المنظمات يساهم في تعزيز الثقة وزيادة فاعلية التعاون. وينعكس ذلك بصورة واضحة في المؤسسات الخيرية والزكوية، حيث تعتمد استمرارية دفع الزكاة والصدقات والتبرعات لتلك المؤسسات بدرجة كبيرة على مستوى الثقة والشفافية والإفصاح الذي تقدمه هذه المؤسسات للمتعاملين والمستفيدين (Child & Möllering, 2003, p. 69).

هناك العديد من الوسائل التي تساهم في بناء الثقة بين المؤسسات الخيرية والمتصدقين، ويأتي في مقدمتها نشر الوعي المجتمعي من خلال اللقاءات المباشرة وحملات التوعية داخل المساجد، حيث تتيح هذه الأنشطة للمؤسسات الخيرية التواصل المباشر مع أفراد المجتمع وتعريفهم بأهدافها وأنشطتها؛ مما يعزز مستوى الثقة ويشجع على تقديم التبرعات والزكوات. إضافة إلى ذلك، فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة في دعم جهود المؤسسات الخيرية في جمع الزكوات والصدقات، من خلال نشر المعلومات والصور والرسائل التوعوية المتعلقة بحاجات الفقراء والمحتاجين. وتساهم هذه الوسائل في زيادة التفاعل المجتمعي وإثارة مشاعر التعاطف والتكافل بين أفراد المجتمع المسلم، الأمر الذي يعزز من رغبة الأفراد في المساهمة والدعم. كما أن توفير المعلومات بصورة واضحة وشفافة عبر هذه المنصات يساعد في تعزيز مصداقية المؤسسات الخيرية وتقوية الثقة بينها وبين المتبرعين. (Masdar, Basiruddin, & Fitria, 2022, p. 997)

6.1.3 الثقة دافع ديني للمجتمع المسلم:

تُعد الثقة عنصراً بالغ الأهمية في المجتمع المسلم؛ لارتباطها بالاعتقاد بأن فعل الخيرات يُؤجر عليه العبد من الله تعالى. يتعامل المتصدقون مع الثقة باعتبارها واجباً دينياً دينياً في المجتمع المسلم، ويُصبح العطاء ومساعدة الآخرين واجباً في إطار الأخوة الإسلامية، دون الحاجة إلى معرفة خلفية المتلقي أو شرح تفاصيل حياته. ولا يقتصر الأمر على الأجر، بل يتجذر فعل الخير في الوعي بمعاملة المحتاجين، ويُصبح هذا الوعي أداة فعالة في بناء الثقة وجمع الصدقات؛ ويتجلى هذا الوعي بشكل خاص خلال الجولات الخطابية في المساجد والمؤسسات الدينية، ويُصبح استراتيجيةً للمؤسسات الخيرية لنشر الوعي وجمع الصدقات والتبرعات لمساعدة المحتاجين. (Fitria, 2017, p. 38)

7.1.3 الشفافية المؤدية إلى الثقة:

تمثل كل من نظرية الوكالة ونظرية أصحاب المصلحة ركيزتين أساسيتين في حوكمة الشركات وإدارة الأعمال، لذلك تُعد الشفافية الركيزة الأساسية لبناء الثقة داخل المؤسسات وبينها وبين أصحاب المصلحة، والوكلاء، حيث تقوم على مشاركة المعلومات بصورة واضحة وصادقة، وشرح القرارات والإجراءات، والاعتراف بالنجاحات والإخفاقات على حد سواء، بما يساهم في تعزيز المصداقية وتقليل الغموض وعدم تماثل المعلومات (Bushman & Smith, 2003, p. 80). وعندما تلتزم المؤسسات بالتواصل المفتوح والإفصاح الواضح، فإنها تحدّ من الشكوك والتفسيرات السلبية التي قد تنشأ نتيجة نقص المعلومات، إذ يميل الأفراد في حالات الغموض إلى افتراض أسوأ الاحتمالات (Rawlins, 2008, p. 5).

كما تُظهر الشفافية احترام المؤسسة لأصحاب المصلحة من خلال توضيح أسباب اتخاذ القرارات، وليس فقط الإعلان عنها، الأمر الذي يعزز الشعور بالمشاركة والتقدير ويقوي العلاقة بين المؤسسة والمتعاملين معها. (OECD, 2004) كذلك تؤدي الشفافية إلى تعزيز المساءلة المؤسسية، حيث إن الاعتراف بالأخطاء وتوضيح أسبابها وآليات معالجتها يعكس مستوى مرتفعاً من النزاهة والمسؤولية، ويساهم في بناء الثقة طويلة الأجل (Jensen & Meckling, 1976).

تؤكد الأدبيات الحديثة أن التواصل الصادق والمستمر يُعد من أهم العوامل المؤثرة في بناء الثقة المؤسسية وتعزيز السمعة التنظيمية، لأنه يبرهن على عدم وجود معلومات مخفية أو أجدات غير معلنة (Rawlins, 2008). ومن الناحية التطبيقية، يمكن للمؤسسات تعزيز الشفافية من خلال إشراك أصحاب المصلحة في فهم آليات صنع القرار، وشرح المعايير المستخدمة، والاعتراف السريع بالأخطاء، وتشجيع التغذية الراجعة، إضافة إلى إنشاء قنوات اتصال واضحة، ومنتظمة ذات ديمومة مع المتعاملين وأصحاب العلاقة.

تشير أدبيات الحوكمة المؤسسية (Corporate governance) إلى أن الشفافية تمثل عنصرًا جوهريًا في تقليل الفجوة بين الإدارة وأصحاب المصلحة، وتعزيز الثقة والاستقرار المؤسسي، خاصة في المؤسسات التي تعتمد بصورة كبيرة على ثقة المجتمع، مثل المؤسسات المالية، والخيرية، والزكوية (OECD, 2004).

8.1.3 مفهوم الالتزام لدى دافعي الزكاة والصدقات:

يقصد بالالتزام لدى دافعي الزكاة والصدقات مدى حرص الأفراد أو الجهات على أداء الزكاة والصدقات بصورة منتظمة ومستمرة وفق الضوابط الشرعية والقيم الدينية والأخلاقية، مع الالتزام بتوجيهها إلى الجهات أو المؤسسات المعنية بجمعها وتوزيعها على المستحقين. وتعد الزكاة أحد أركان الإسلام الخمسة كما ذكرنا آنفًا، وتمثل فريضة مالية ذات بُعد تعديدي، واجتماعي، واقتصادي، كما أن لها أساسًا عقديًا وأخلاقيًا أكده مبدأ الاستخلاف، الذي يقوم على أن المال مال الله تعالى والإنسان مستخلف فيه، الأمر الذي يحتمل الفرد مسؤولية شرعية وأخلاقية في إنفاق جزء من ماله في أوجه الخير، وتحقيق التكافل الاجتماعي، وأداء الواجب الديني بتحقيق أحد أركان الإسلام الخمسة. ويعكس هذا الالتزام مستوى الثقة والقناعة لدى دافعي الزكاة والصدقات تجاه المؤسسات القائمة على إدارة تلك الصدقات، ومدى اقتناعهم بكفاءة تلك المؤسسات وشفافيتها في إدارة الأموال، والإفصاح عن أوجه تحصيلها وصرفها، ويعزز ذلك ثقتهم وثقة الراغبون الجدد في التعامل مع تلك المؤسسات.

9.1.3 مفهوم الزكاة والصدقات:

تعد الزكاة والصدقة عمادًا للتكافل الاجتماعي في الإسلام، رغم اختلافهما من حيث المعنى والوجوب وعلّة التشريع. فالصدقة كلمة مشتقة من الصدق، وهي برهان على صدق إيمان مخرجها وإخلاصه، بينما تعني الزكاة النماء والتطهير. والزكاة ركنًا أساسيًا من أركان الإسلام الخمسة، وواجبًا ماليًا محددًا بشروط وضوابط ونصاب معين، في حين تمثل الصدقة بابًا مفتوحًا للبذل والعطاء الطوعي دون قيود أو التزام محدد. وعلى الرغم من هذا الاختلاف، فإن كليهما يهدف إلى تطهير النفوس، وتحقيق التكافل الاجتماعي، وسد حاجات المعوزين والمحتاجين؛ بما يعزز قيم الرحمة والتعاون والتضامن داخل المجتمع الإسلامي.

1.9.1.3 مفهوم الزكاة:

الزكاة لغة تعني النماء والزيادة، وتأتي أيضاً بمعنى التطهير؛ أما شرعاً هي مقدارٌ محدد (نسبة معينة) يخرجها المسلم من ماله الذي بلغ النصاب، ليعطيها لمستحقيها بشروط وضوابط حددتها الشريعة الإسلامية. الزكاة هي الركن الثالث من أركان الإسلام. وتُعرّف بأنها حقٌ واجب في مالٍ مخصوص، لطائفةٍ مخصوصة، في وقتٍ مخصوص. وهي نظام مالي وتكافلي فريد يُفرض على الأغنياء لتطهير أموالهم وإعادة توزيع الثروة لدعم الفئات المحتاجة في المجتمع، يتولى الإمام قبض الزكاة وصرفها أما بنفسه أو من ينوب عنه (قدامة، 1968).

تعد الزكاة الركن الثالث من أركان الإسلام، وهي حق لله تعالى، وفريضة مالية ذات أبعاد دينية واجتماعية واقتصادية، شرعها الإسلام لتحقيق التكافل الاجتماعي وإعادة توزيع الثروة بين أفراد المجتمع. وتُعرّف الزكاة بأنها حق واجب في مالٍ مخصوص، لطائفةٍ مخصوصة، في وقتٍ مخصوص (القرضاوي، 1999). كما تمثل نظامًا ماليًا وتكافليًا فريدًا يُفرض على الأغنياء بهدف تطهير أموالهم ونفوسهم، ودعم الفئات المحتاجة والمستحقة داخل المجتمع الإسلامي.

للزكاة شروط محددة لوجوبها، فهي لا تجب على كل مال أو كل شخص، وإنما تتطلب توافر مجموعة من الشروط، من أهمها:

أ. الإسلام: حيث تجب الزكاة على المسلم فقط.

ب. الملك التام: أن يكون المال مملوكًا للمزكي وله حق التصرف الكامل فيه.

ت. بلوغ النصاب: أي وصول المال إلى حد أدنى معين يختلف بحسب نوع المال.

ث. حولان الحول: أي مرور سنة هجرية كاملة على امتلاك المال، باستثناء الزروع والثمار التي تُرَكى عند الحصاد.

ج. الخلو من الدين والحاجة الأصلية: بحيث يكون المال زائدًا عن الحاجات الأساسية والديون المستحقة على المزكي.

تهدف الزكاة إلى تحقيق جملة من المقاصد الشرعية والاجتماعية، من أبرزها تطهير النفس من الشح والبخل، وتحقيق العدالة

الاجتماعية، وتقوية أواصر التكافل والتضامن بين أفراد المجتمع، فضلاً عن الإسهام في الحد من الفقر وتحقيق الاستقرار الاقتصادي. إن الزكاة تعتبر إحدى خصائص الدين الإسلامي التي تميزه عن غيره من الشرائع.

2.9.1.3 مفهوم الصدقات:

الصدقة لغة ما يعطى على وجه التقرب إلى الله تعالى، وهي الصدقة كلمة مأخوذة من الصدق. واصطلاحاً هي دفع مال أو نحوه بغير عوض ابتغاء ثواب الآخرة. وهي باب مفتوح للبدل والعطاء الطوعي، من باب إعانة الضعيف، وإغاثة الملهوف. للصدقة ضوابط شرعية فهي لا تجوز للأغنياء، ووجوب النية، وعدم الرجوع عنها (القرضاوي، 1405، صفحة 50).

تُعد الصدقة من أهم صور التكافل الاجتماعي في الإسلام، وهي تعبير عن روح التعاون والترحم بين أفراد المجتمع. والصدقة في اللغة مشتقة من الصدق، لأنها تدل على صدق إيمان المسلم وإخلاصه في التقرب إلى الله تعالى من خلال البذل والعطاء غير المفروض عليه (ابن منظور، 1993). أما في الاصطلاح الشرعي، فهي ما يخرج به المسلم من ماله أو غيره من أوجه الخير بصورة طوعية ابتغاء مرضاة الله تعالى، دون أن تكون واجبة بمقدار أو وقت محدد، بخلاف الزكاة التي تُعد فريضة مالية ملزمة (القرضاوي، 1999).

ميزة الصدقة أنها باب واسع للعطاء يشمل المال وسائر أعمال البر والإحسان، وتهدف إلى تحقيق التكافل الاجتماعي، ومساعدة المحتاجين، وتقوية الروابط الإنسانية داخل المجتمع. كما تسهم الصدقات في الحد من الفقر، وتخفيف المعاناة عن الفئات الضعيفة، ونشر قيم الرحمة والتضامن والتعاون بين الناس.

حث الإسلام على الصدقة في مواضع عديدة من القرآن الكريم والسنة النبوية، لما لها من آثار دينية وأخلاقية واجتماعية واقتصادية، حيث تؤدي إلى تطهير النفس من الشح والبخل، وتعزيز روح المسؤولية الاجتماعية، فضلاً عن دورها في تحقيق التوازن والاستقرار المجتمعي. كما أن الصدقة لا تقتصر على الجوانب المالية فقط، بل تشمل مختلف صور الخير والإحسان، الأمر الذي يعكس شمولية مفهوم التكافل في الإسلام واتساع مجالاته.

10.1.3 العلاقة بين الإفصاح والالتزام:

هناك علاقة وثيقة بين الإفصاح عن المعلومات ومستوى الالتزام لدى المتعاملين مع المؤسسات الخيرية، ويُعد الإفصاح والشفافية من العوامل الأساسية التي تسهم في تعزيز الثقة بالمؤسسات الزكوية والخيرية، ومن ثم زيادة التزام الأفراد بالاستمرار في دفع الزكاة والصدقات من طريق المؤسسات. فكلما ازدادت درجة وضوح المعلومات المتعلقة بعمليات التحصيل والصرف، واليات توزيع الأموال، والتقارير المالية والإدارية، ارتفع مستوى الاطمئنان لدى دافعي الزكاة والصدقات تجاه سلامة إدارة الأموال وكفاءة المؤسسة في أداء مهامها (Bushman & Smith, 2003, p. 75). كما يساعد الإفصاح المنتظم والواضح على تقليل حالة عدم تماثل المعلومات بين المؤسسة والمتعاملين معها، وهو ما يعزز الشعور بالمصداقية والمساءلة، ويؤدي إلى زيادة الثقة والالتزام المؤسسي (Jensen & Meckling, 1976). وفي المقابل، فإن ضعف الإفصاح أو غموض المعلومات، قد يؤدي إلى تراجع الثقة وارتفاع مستوى الشك لدى دافعي الزكاة والصدقات، الأمر الذي ينعكس سلباً على استمرارهم في الدفع أو حجم مساهماتهم المالية.

تشير الدراسات المتعلقة بالمؤسسات غير الربحية إلى أن الشفافية والإفصاح المالي والإداري يمثلان عنصرين رئيسيين في بناء الثقة مع المتبرعين وأصحاب المصلحة، حيث تؤثر جودة المعلومات المتاحة بصورة مباشرة في مستوى الرضا والولاء والاستمرار في تقديم الدعم المالي (Sargeant & Lee, 2004). كما أن الإفصاح عن أوجه الصرف ونتائج الأنشطة الخيرية والزكوية يعزز شعور الأفراد بأثر مساهماتهم، ويزيد من دافعيتهم للاستمرار في أداء الزكاة والصدقات.

نخلص إلى أن العلاقة بين الإفصاح والالتزام هي علاقة طردية، بحيث يؤدي ارتفاع مستوى الإفصاح والشفافية إلى تعزيز الثقة والرضا، ومن ثم زيادة مستوى الالتزام لدى دافعي الزكاة والصدقات، وهو ما ينعكس إيجاباً على استدامة موارد المؤسسات الزكوية والخيرية وتحقيق أهدافها الاجتماعية والإنسانية.

4. الدراسة التطبيقية

1.4 منهجية الدراسة وإجراءاتها:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لعرض وتحليل البيانات وتفسيرها لرصد العلاقات التي تربط بين متغيرات الدراسة.

1.1.4 أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة حول "أثر الإفصاح على التزام دافعي الزكاة والصدقات"؛ احتوت الاستبانة على (20) مفردة أعدها الباحث، وتم توزيع استبانة خاصة بهذا الأمر على عدد من العاملين في مجال مؤسسات الزكاة والمتعاملين وغير المتعاملين معها، وقد روعي في توزيع الاستبانة حجم العينة وطريقة اختيارها.

تكونت الاستبانة من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو عبارة عن السمات الشخصية عن المستجيب: العمر، المؤهل العلمي. وسؤال حول التعامل مع مؤسسات الزكاة من عدمه.
- القسم الثاني: وهو عبارة عن محاور الدراسة واحتوى على (20) عبارة موزعة على خمسة متغيرات مستقلة.

2.1.4 مقياس الاستبانة:

وقد تم استخدام مقياس ليكرت (Likert) الخماسي لحساب استجابات المفحوصين عن فقرات الاستبانة، وتم ترميز درجات الخيارات للمقياس حسب الجدول رقم (1-1)، كما هو معمول به في مثل هذه الحالات:

الجدول رقم (1-1): درجات خيارات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة أو الخيار	لا أوافق تمامًا	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تمامًا
الدرجة	1	2	3	4	5

بالنسبة للجدول رقم (1-1) تختار الدرجة (1) للاستجابة "لا أوافق تمامًا"، وبذلك يكون الوزن النسبي في هذه الحالة هو 20%؛ وهو يتناسب مع هذه الاستجابة، وتم إعطاء الدرجة (5) لاستجابة "أوافق تمامًا"، وبذلك يكون الوزن النسبي في هذه الحالة يساوي 100% وهو يتناسب مع هذه الاستجابة؛ معنى ذلك أننا كلما اقتربنا من الدرجة (5) ازدادت شدة تحقق العبارة والعكس صحيح، أما إذا اقتربنا من الدرجة (3) فإن ذلك يعني أنها إجابة في الاتجاه المتوسط.

والجدول رقم (2-1) يبين طول فترة مقياس ليكرت (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، والمدى الراجح لمقياس ليكرت، والجدول (3-1) يوضح معايير مستويات كوهين (Cohen) لحجم الأثر.

الجدول رقم (2-1): جدول المدى الراجح

الفترة	لا أوافق تمامًا	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تمامًا
درجة الموافقة	1.79-1	2.59-1.80	3.39-2.60	4.19-3.40	5.0-4.20

الجدول رقم (3-1): معايير كوهين لحجم الأثر

ضعيف	متوسط	كبير
0.20	0.50	0.80 ≤

3.1.4 طريقة تحليل بيانات الاستبانة:

تم تحليل بيانات الاستبانة بالحاسب الآلي باستعمال برنامج JASP، وبرنامج Excel؛ وذلك لقياس الفروق والاختلافات في الآراء لدراسة العلاقة بينها.

4.1.4 خصائص عينة الدراسة:

اتضح أن غالبية عينة الدراسة من الذين تزيد أعمارهم عن 50 سنة بين أفراد العينة ما نسبته (48.4%)، وبلغت نسبة الذين تقع فئة أعمارهم بين 40 و49 سنة (26.6%). ومجموع هاتين الفئتين مهم جداً، لأن هذه الفئة العمرية يفترض أن تكون ذات

خبرة في التصديق. وبذلك انحصرت غالبية أفراد العينة في الفئة العمرية أكثر من 40 سنة بما يقرب من ثلثي العينة بنسبة (75%)؛ وهذا مؤشر إيجابي يدل على مستوى الإدراك التي يتمتع بها أفراد العينة؛ والذي يؤثر بالضرورة على إجابات أفراد العينة، بينما بلغت نسبة الذين تقع فئة أعمارهم بين 30 و39 سنة (20.3%)، والذين تقل أعمارهم عن 30 سنة بلغ (4.7%)؛ أيضاً التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي، إذ كانت أعلى نسبة للذين مؤهلهم الأكاديمي بكالوريوس بنسبة (57.8%)؛ وهي أعلى نسبة، ثم جاء مؤهل الماجستير بنسبة (26.6%)، ومؤهل الثانوي بنسبة (4.4%)؛ ومؤهل الدكتوراه بنسبة (3.1%). أما بالنسبة للسؤال الخاص بالتعامل مع مؤسسات الزكاة من عدمه نلاحظ أن غالبية أفراد العينة كانت إجاباتهم بـ (لا) وبلغت نسبتهم (62.5%)، والذين أجابوا بـ (نعم) بلغت نسبتهم (37.5%).

2.4 صدق الاستبانة وثباتها:

يقصد بصدق وثبات الاستبانة أن تقيس عباراتها ما وضعت لقياسه، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة وثباتها بطريقتين:

1.2.4 صدق المحكمين (المحتوى):

عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من المحكمين، وقد طلب الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملاءمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه. ومدى كفاية العبارات لتغطية كل محور من محاور متغيرات الدراسة الأساسية؛ هذا بالإضافة إلى اقتراح ما يروونه ضرورياً من تعديل صياغة العبارات أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة لأداة الدراسة، وكذلك إبداء آرائهم فيما يتعلق بالبيانات الأولية (الخصائص الشخصية المطلوبة من عينة الدراسة)، إلى جانب مقياس ليكرت المستخدم في الاستبانة. وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرجت الاستبانة في صورتها النهائية.

2.2.4 ثبات الاستبانة Reliability:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط لنفس المجموعة أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة. ولقد تحقق الباحث من ثبات استبانة الدراسة من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ وذلك كما يلي:

معامل ألفا كرونباخ: Cronbach's Alpha Coefficient:

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-4): معامل الثبات

الرقم	البعد / المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
1	الإفصاح الإلزامي	5	0.51
2	الإفصاح الطوعي	5	0.78
3	الشفافية والثقة	5	0.74
4	الالتزام بدفع الزكاة والصدقات	5	0.76

واضح من النتائج الموضحة في الجدول (1-4) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت جيدة وتتراوح بين (0.51، 0.78) لكل مجال من مجالات الاستبانة. كذلك كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة كانت جيدة جداً حيث بلغت (0.87)، وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع جداً، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتوزيع. وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة معقولة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

3.4 اختبار الفرضيات:

استخدم الباحث اختبار (t) لعينة واحدة One-Sample T-Test من أجل اختبار ما إذا كانت توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين متوسط آراء أفراد العينة على عبارات الاستبانة والمتوسط الفرضي للمقياس المستخدم في الاستبانة وقيمه (3)؛ ويمثل

الرأي (أوافق).

1.3.4 نتيجة اختبار (t) للمحور والفرضية الأولى:

الجدول رقم (5-1): تحليل العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى

م	العبارات	عدد أفراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري	الاتجاه الراجح نحو تأكيد الفرضية الصفرية
1	تقوم مؤسسات الزكاة بنشر معلومات مالية واضحة عن مواردها.	64	3.438	1.111	0.139	أوافق
2	الإفصاح عن القوائم المالية يعزز ثقتي بالمؤسسة.	64	4.578	0.638	0.080	أوافق تمامًا
3	الالتزام بالمعايير المحاسبية يزيد من مصداقية المعلومات.	64	4.703	0.554	0.069	أوافق تمامًا
4	توفر التقارير المالية يساعدي في اتخاذ قرار الدفع عن طريق المؤسسة.	64	4.484	0.666	0.083	أوافق تمامًا
5	أرى أن الإفصاح الإلزامي كافٍ لتقييم أداء المؤسسة.	64	4.172	0.935	0.117	أوافق

يلاحظ من الجدول رقم (5-1)، أن هناك أثر للإفصاح على التزام دافعي الزكاة والصدقات، ويؤيد ذلك الانحرافات المعيارية التي تبين درجة تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي، إذ جاء الوزن النسبي للعبارة رقم (3) في المرتبة الأولى بمتوسط (4.703)، وتلتها العبارات أرقام (2) و(4)؛ ووصل المتوسط لهذه العبارات على التوالي (4.578) و(4.484)، وتمثل هذه النسب إلى حد كبير القرب من الحد الأقصى حسب الأوزان المعطاة في الاستبانة وتمثل صفة الرأي (أوافق تمامًا)، أيضاً نلاحظ أن العبارات (5) و(1) قد وصل المتوسط على التوالي (4.172) و(3.438). ونلاحظ كذلك أن خطأ القياس المعياري منخفض مما يعني دقة أداة القياس. ومن خلال اختبار فرضيات الدراسة سوف يتم مناقشة وفحص ما ذكر آنفاً.

2.3.4 اختبار الفرضية الأولى:

H_0 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإفصاح المحاسبي على التزام دافعي الزكاة والصدقات من وجهة نظر دافعي الزكاة.

الجدول رقم (6-1): مستوى الدلالة الإحصائية للمحور الأول

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري (SE)	المتوسط الفرضي	قيمة (t) المحسوبة	درجة الحرية (df)	مستوى الدلالة (sig)	حجم الأثر Cohen's d	الاتجاه الراجح
1	4.275	0.507	0.227	3	5.619	4	< .001	2.513	أوافق تمامًا

ويمكن صياغة الفرض في الصيغة الصفرية Null Hypothesis والبديلة كالتالي:

- **الفرضية الصفرية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإفصاح المحاسبي على التزام دافعي الزكاة والصدقات نحو مؤسسات الزكاة من وجهة نظر دافعي الزكاة.
- **الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإفصاح المحاسبي على التزام دافعي الزكاة والصدقات من وجهة نظر دافعي الزكاة.

يلاحظ من الجدول (6-1) أن المتوسط الحسابي لآراء المفحوصين قد بلغ (4.275)، وهو أعلى إحصائياً من المتوسط الفرضي (3)، بل هو أقرب لبداية الحد الأقصى حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة 5.619 عند مستوى دلالة أقل من 0.001، وهذا يدل أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.00؛ لذلك تقبل الفرضية التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإفصاح المحاسبي على التزام دافعي الزكاة والصدقات نحو مؤسسات الزكاة من وجهة نظر دافعي الزكاة؛ ويعني ذلك رفض الفرضية الصفرية، وبعبارة أخرى فإن الفرضية الأولى قد تحققت بمستوى ثقة يفوق 99.9%. وجاء حجم الأثر 2.513 مما يشير إلى أهمية الفرق من الناحية العملية.

3.2.4 نتيجة اختبار (t) للمحور والفرضية الثانية:

الجدول رقم (7-1): تحليل العبارات المتعلقة بالفرضية الثانية

م	العبارات	عدد أفراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري	الاتجاه الراجح نحو تأييد الفرضية الصفرية
1	نشر تقارير إضافية (مثل المشاريع والأنشطة) يزيد ثقتي بالمؤسسة.	64	4.609	0.581	0.073	أوافق تمامًا
2	الإفصاح عن قصص المستفيدين يعزز رغيتي في التصديق.	64	4.125	0.917	0.115	أوافق
3	استخدام وسائل التواصل لنشر المعلومات يزيد من الشفافية.	64	4.203	0.894	0.112	أوافق تمامًا
4	الشفافية الطوعية تشجعني على الاستمرار في الدفع عن طريق المؤسسة.	64	4.359	0.601	0.075	أوافق تمامًا
5	الإفصاح التفصيلي عن المصارف يعزز ثقتي بالمؤسسة.	64	4.484	0.642	0.080	أوافق تمامًا

يتضح من خلال الجدول رقم (7-1)، أن الإفصاح الطوعي يساهم في تعزيز ثقة المكلفين في مؤسسات الزكاة من وجهة نظر أفراد العينة، حيث أن كل النسب في منطقة أوافق تمامًا، مما يعني أن إجابات أفراد العينة تتفق مع الفقرات الخاصة بالإفصاح الطوعي. وجاء الوزن النسبي للعبارة رقم (1) في المرتبة الأولى؛ وحقت متوسط بلغ (4.609)؛ وهي العبارة الخاصة بنشر تقارير إضافية (مثل المشاريع والأنشطة) يزيد ثقتي بالمؤسسة. تلتها العبارة رقم (5) وحقت متوسط بلغ (4.484)، ومثلت هذه النسب إلى حد كبير الحد الأقصى حسب أوزان استجابات الاستبانة وتمثل صفة الرأي (أوافق تمامًا)؛ وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط معنوية قوية، والتأكيد على أثر الإفصاح الطوعي يساهم في تعزيز ثقة المكلفين في مؤسسات الزكاة. أيضاً يلاحظ انخفاض مستوى خطأ القياس المعياري، مما يؤكد دقة أداة القياس؛ حيث تراوح بين (0.581 و 0.917).

4.3.4 اختبار الفرضية الثانية:

H02: يساهم الإفصاح الطوعي في تعزيز ثقة المكلفين بالمؤسسات.

الجدول رقم (8-1): مستوى الدلالة الإحصائية للمحور الثاني

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري (SE)	المتوسط الفرضي	قيمة (t) المحسوبة	درجة الحرية (df)	مستوى الدلالة (sig)	حجم الأثر Cohen's d	الاتجاه الراجح
2	4.356	0.198	0.089	3	15.296	4	<.001	6.841	أوافق تمامًا

ويمكن صياغة الفرض في الصيغة الصفرية Null Hypothesis والبدلية كالاتي:

- الفرضية الصفرية: لا يساهم الإفصاح الطوعي في تعزيز ثقة المكلفين بالمؤسسات.
- الفرضية البديلة: يساهم الإفصاح الطوعي في تعزيز ثقة المكلفين بالمؤسسات.

يلاحظ من الجدول (8-1) أن المتوسط الحسابي لأراء المفحوصين قد بلغ 4.356؛ وهو أعلى إحصائياً من المتوسط الفرضي (3)، حيث بلغت قيمة (t) والمحسوبة 15.296 عند مستوى دلالة أقل من 0.001؛ مما يدل أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.00؛ لذلك تقبل الفرضية التي تنص على وجود أثر الإفصاح الطوعي في تعزيز ثقة المكلفين بالمؤسسات؛ ويعني ذلك رفض الفرضية الصفرية. وبعبارة أخرى فإن الفرضية الثانية قد تحققت بمستوى ثقة يفوق 99.9%. وجاء حجم الأثر 6.841 مما يشير إلى أهمية الفرق من الناحية العملية.

5.3.4 نتيجة اختبار (t) للمحور والفرضية الثالثة:

الجدول رقم (9-1): تحليل العبارات المتعلقة بالفرضية الثالثة

م	العبارات	عدد أفراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري	الاتجاه الراجح نحو تأييد الفرضية الصفرية
1	الشفافية في عرض المعلومات تعزز الثقة بالمؤسسات.	64	4.594	0.555	0.069	أوافق تمامًا
2	أعتقد أن المؤسسات التي تفصح أكثر تكون أكثر مصداقية.	64	4.484	0.690	0.086	أوافق تمامًا
3	ضعف الإفصاح يقلل من ثقتي بمؤسسات الزكاة.	64	4.063	0.974	0.122	أوافق
4	الإفصاح الواضح يقلل الشكوك حول إدارة الأموال.	64	4.359	0.721	0.090	أوافق تمامًا
5	الثقة بالمؤسسة تؤثر على قراري في دفع الزكاة عبر المؤسسة (هذا مهم لأن أداء الزكاة فرض).	64	4.281	0.934	0.117	أوافق تمامًا

يتضح من خلال الجدول رقم (9-1) أن زيادة مستوى الإفصاح تؤدي إلى زيادة موارد مؤسسات الزكاة من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة؛ حيث يبين أن اجابات أفراد العينة تتفق مع العبارات الخاصة بأثر الإفصاح في زيادة موارد الزكاة والصدقات. وجاء الوزن النسبي للعبارة رقم (1) في المرتبة الأولى؛ إذ بلغ متوسط هذه العبارة (4.484)، وهي العبارة الخاصة باعتقاد أفراد العينة أن المؤسسات التي تفصح أكثر تكون أكثر مصداقية. تلتها العبارة رقم (4)؛ وبلغ متوسط هذه العبارة (4.359)؛ ويتضح أيضا أن معظم النسب في منطقة أوافق تمامًا مقدار ثلث الحد الأقصى حسب أوزان الاستبانة. ويتراوح متوسط العبارات في هذا المحور بين (4.484) و(4.063)؛ وهي نسب أعلى من الحد المتوسط حسب الأوزان المعطاة لاستجابات الاستبانة.

6.3.4 اختبار الفرضية الثالثة:

H_0 : يؤدي زيادة مستوى الإفصاح إلى زيادة موارد مؤسسات الزكاة من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.

الجدول رقم (10-1): مستوى الدلالة الإحصائية للمحور الثالث

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري (SE)	المتوسط الفرضي	قيمة (t) المحسوبة	درجة الحرية (df)	مستوى الدلالة (sig)	حجم الأثر Cohen's d	الاتجاه الراجح
3	4.356	0.203	0.091	3	14.953	4	< .001	6.687	أوافق تمامًا

ويمكن صياغة الفرض في الصيغة الصفرية Null Hypothesis والبديلة كالتالي:

- **الفرضية الصفرية:** لا يؤدي زيادة مستوى الإفصاح إلى زيادة موارد مؤسسات الزكاة من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.
- **الفرضية البديلة:** يؤدي زيادة مستوى الإفصاح إلى زيادة موارد مؤسسات الزكاة من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.

يلاحظ من الجدول (10-1) أن المتوسط الحسابي لآراء المفحوصين قد بلغ 4.356؛ وهو أعلى إحصائياً من المتوسط الفرضي (3)؛ حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة 14.953 عند مستوى دلالة معنوية أقل من 0.001؛ وهذا يدل أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.00. ولذلك تقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لزيادة مستوى الإفصاح يؤدي إلى زيادة موارد مؤسسات الزكاة من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة، ويعني ذلك رفض الفرضية الصفرية؛ أي أن إن الفرض الثالث قد تتحقق بمستوى ثقة يفوق 99.9%. وجاء حجم الأثر 6.687 مما يشير إلى أهمية الفرق من الناحية العملية.

7.3.4 نتيجة اختبار (t) للمحور والفرضية الرابعة:

الجدول رقم (11-1): جدول تحليل العبارات المتعلقة بالفرضية الرابعة

م	العبارات	عدد أفراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري	الاتجاه الراجح نحو تأييد الفرضية الصفرية
1	الإفصاح الجيد يشجعني على دفع الزكاة عبر المؤسسات الرسمية.	64	4.484	0.666	0.083	أوافق تمامًا
2	أفضل المؤسسات التي تقدم معلومات واضحة وشفافة.	64	4.578	0.558	0.070	أوافق تمامًا
3	زيادة الشفافية تجعلني أكثر التزامًا بالدفع عبر المؤسسة (هذا مهم لأن أداء الزكاة فرض).	64	4.422	0.773	0.097	أوافق تمامًا
4	قد أتوقف عن الدفع عبر المؤسسة إذا لم تتوفر معلومات كافية (هذا مهم لأن أداء الزكاة فرض).	64	3.734	1.144	0.143	أوافق
5	الإفصاح يؤثر بشكل مباشر على قراري بالدفع عبر المؤسسة (هذا مهم لأن أداء الزكاة فرض).	64	3.984	1.016	0.127	أوافق

يتضح من الجدول رقم (11-1) أن تطبيق المعايير المحاسبية يعزز شفافية الإفصاح وجودته من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة، حيث أن جميع الأوساط الحسابية للعبارات هي أعلى من المتوسط الفرضي لأداة القياس، وأن النسبة في منطقة أوافق تمامًا هي أعلى من النسب في المناطق الأخرى؛ وجاء الوزن النسبي للعبارة رقم (2) في المرتبة الأولى تلتها العبارة رقم (1)؛ وتراوح متوسط العبارات في هذا المحور بين (3.734) و(4.578)؛ وهي نسب أعلى من الحد المتوسط حسب الأوزان المعطاة لاستجابات الاستبانة.

8.3.4 اختبار الفرضية الرابعة:

H_0 : يعزز تطبيق المعايير المحاسبية من شفافية الإفصاح وجودته من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.

الجدول رقم (12-1): مستوى الدلالة الإحصائية للمحور الرابع

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري (SE)	المتوسط الفرضي	قيمة (t) المحسوبة	درجة الحرية (df)	مستوى الدلالة (sig)	حجم الأثر Cohen's d	الاتجاه الراجح
4	4.240	0.363	0.163	3	7.631	4	<.001	3.413	أوافق تمامًا

ويمكن صياغة الفرض في الصيغة الصفرية Null Hypothesis والبدلية كالتالي:

- الفرضية الصفرية: لا يعزز تطبيق المعايير المحاسبية شفافية الإفصاح وجودته من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.
- الفرضية البديلة: يعزز تطبيق المعايير المحاسبية شفافية الإفصاح وجودته من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة.

يلاحظ من الجدول (12-1) أن المتوسط العام لآراء المفحوصين قد بلغ 4.240، وهو أعلى إحصائياً من المتوسط الفرضي (3)، وأن قيمة اختبار (t) المحسوبة 7.631 عند مستوى دلالة أقل من 0.001؛ وهذا يدل أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.00. ولذلك تقبل الفرضية التي تنص على وجود أثر لتطبيق المعايير المحاسبية في تعزيز شفافية الإفصاح وجودته من وجهة نظر العاملين في المجال ودافعي الزكاة، ويعني ذلك رفض الفرضية الصفرية. وبعبارة أخرى فإن الفرضية الرابعة قد تحققت بمستوى ثقة يفوق 99.9%. وجاء حجم الأثر 3.413 مما يشير إلى أهمية الفرق من الناحية العملية.

9.3.4 ملخص مستوى الدلالة الإحصائية لكل المحاور:

ويوضح الجدول رقم (13-1) نتائج اختبار (t) لكل المحاور، وبناءً على نتائج يتم قبول الفرضيات البديلة للدراسة ورفض الفرضيات الصفرية، وذلك لوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية، حيث أن قيمة مستوى الدلالة لكل محور أقل من 0.05 (sig. < 0.05) وهذا يدل على أن الثقة في النتائج أعلى من 99%.

الجدول رقم (13-1)

عدد أفراد العينة	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	قيمة (t) المحسوبة	درجة الحرية (df)	مستوى الدلالة (sig)	الاتجاه الراجح
63	1	4.275	0.507	3	18.839	4	< .001	أوافق تمامًا
	2	4.356	0.198	3	49.138	4	< .001	أوافق تمامًا
	3	4.356	0.203	3	48.031	4	< .001	أوافق تمامًا
	4	4.240	0.363	3	26.086	4	< .001	أوافق تمامًا

10.3.4 المتوسط العام لكل محاور الاستبانة مجتمعه وقيمة (t):

وبصفة عامة يتبين كما في الجدول (14-1) أن المتوسط العام للمحاور مجتمعة يساوي (4.307)؛ وهو أعلى من المتوسط الفرضي للمقياس المستخدم في الاستبانة (3)، ويقع في المدى أوافق تمامًا، وقيمة (t) المحسوبة المطلقة تساوي (< .001) بدلالة معنوية 0.00. وهي أقل بكثير من 0.05؛ مما يدل على أن الإفصاح المحاسبي له أثر كبير على التزام دافعي الزكاة والصدقات عند مستوى دلالة أقل من 0.001. وجاء حجم الأثر 22.286 مما يشير إلى أهمية الفرق من الناحية العملية.

الجدول رقم (14-1): مستوى الدلالة الإحصائية لجميع المحاور

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	خطأ القياس المعياري (SE)	المتوسط الفرضي	قيمة (t) المحسوبة	درجة الحرية (df)	مستوى الدلالة (sig)	حجم الأثر Cohen's d	الاتجاه الراجح
جميع المحاور	4.307	0.059	0.029	3	44.571	3	< .001	22.286	أوافق تمامًا

5. الخاتمة

1.5 الاستنتاجات:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة المتعلقة بأثر الإفصاح على التزام دافعي الزكاة والصدقات نحو مؤسسات الزكاة، وذلك في ضوء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة واختبار فرضياتها، من أبرز النتائج ما يلي:

1. بينت النتائج أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة مرتفعة جداً تجاه أهمية الإفصاح.
2. أوضحت الدراسة أن الإفصاح الطوعي يسهم بصورة فعالة في تعزيز ثقة المكلفين بالمؤسسات الزكوية، مما ينعكس إيجابياً على مستوى الالتزام بأداء الزكاة والصدقات.
3. كشفت النتائج أن زيادة مستوى الشفافية والإفصاح عن أوجه تحصيل وإنفاق أموال الزكاة والصدقات يؤدي إلى رفع مستوى المصداقية لدى المؤسسات الزكوية، ويزيد من رغبة الأفراد في الالتزام بالسداد.
4. أظهرت النتائج وجود اتفاق كبير بين أفراد العينة حول أهمية توفير المعلومات المالية بصورة واضحة ومنتظمة، باعتبار ذلك أحد العوامل المؤثرة في تحسين العلاقة بين المؤسسات الزكوية ودافعي الزكاة والصدقات.
5. أكدت الدراسة أن ضعف الإفصاح أو غياب الشفافية قد يؤدي إلى تراجع مستوى الثقة، الأمر الذي قد ينعكس سلباً على التزام دافعي الزكاة والصدقات نحو مؤسسات الزكاة.
6. توصلت الدراسة إلى أن الإفصاح المالي والإداري يمثل أداة مهمة لتعزيز المساءلة والرقابة، بما يسهم في تحسين الأداء المؤسسي للمؤسسات الزكوية.
7. بينت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لا تتعامل مع مؤسسات الزكاة، ومعنى ذلك أنهم يدفعون زكواتهم وصدقاتهم بطريقة شخصية.

2.5 التوصيات:

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها تعزيز أثر الإفصاح على التزام دافعي الزكاة والصدقات، من أهمها:

1. ضرورة تعزيز مستوى الإفصاح والشفافية في المؤسسات الزكوية، من خلال نشر التقارير المالية والإدارية بصورة دورية وواضحة.
2. العمل على تطوير نظم الإفصاح المحاسبي بما يتوافق مع المعايير المحاسبية الحديثة، وبما يضمن توفير معلومات دقيقة وموثوقة للمستفيدين ودافعي الزكاة.
3. تشجيع المؤسسات الزكوية على تبني الإفصاح الطوعي، وعدم الاكتفاء بالإفصاح الإلزامي، لما لذلك من دور في تعزيز الثقة والمصداقية.
4. زيادة الاهتمام باستخدام الوسائل الإلكترونية والتقنيات الحديثة في عرض المعلومات والتقارير المالية، بما يسهل وصول المعلومات إلى دافعي الزكاة والصدقات.
5. تعزيز الرقابة الداخلية والخارجية على المؤسسات الزكوية لضمان سلامة البيانات المالية ودقة الإفصاح عنها.
6. تنظيم حملات توعوية تبين أهمية الإفصاح والشفافية في تعزيز الثقة بالمؤسسات الزكوية، وأثر ذلك على زيادة الالتزام بأداء الزكاة والصدقات.
7. ضرورة تدريب العاملين في المؤسسات الزكوية على أفضل الممارسات المتعلقة بالإفصاح المالي والإداري.
8. تشجيع إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية التي تتناول العلاقة بين الإفصاح والثقة المؤسسية والالتزام المالي في مؤسسات الزكاة والقطاعات غير الربحية.

3.5 البحوث المستقبلية المقترحة:

يمكن للباحثين مستقبلاً إجراء دراسات تتناول الموضوعات الآتية:

1. أثر التحول الرقمي على كفاءة الإفصاح في المؤسسات الزكوية.
2. العلاقة بين الحوكمة والشفافية في مؤسسات الزكاة.
3. أثر الإفصاح الإلكتروني على ثقة دافعي الزكاة والصدقات.
4. دور التدقيق الداخلي في تعزيز الإفصاح بالمؤسسات غير الربحية.
5. أثر جودة التقارير المالية على زيادة موارد الزكاة والصدقات.
6. أسباب عزوف المزمكين والمتصدقين عن التعامل مع مؤسسات الزكاة.

6. المراجع

1.6 المراجع العربية:

1. ابن منظور. (1993) لسان العرب. بيروت: دار صادر.
2. الجاسر، ع. ا. (2021). مدى التزام شركات المساهمة السعودية بمتطلبات العرض والإفصاح عن الزكاة في التقارير المالية السنوية وفقاً لمعيار الزكاة (المعدل). المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية. 12(4)، 446-445
doi:10.21608/jces.2021.219158
3. الراوي، ح. (1995) المحاسبة الدولية. (Vol. 2) عمان: دار حنين.
4. القرضاوي، ي. (1405) فقه الزكاة (Vol. ط 2، ج ص). بيروت: مؤسسة الرسالة.

5. القرضاوي، ي. (1999). فقه الزكاة (Vol. 24). بيروت: مؤسسة الرسالة.
6. الوقاد، س. م. (2011). نظرية المحاسبة (Vol. 1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
7. حكيم، ب &، سارة، ع. (2017) دور حوكمة مؤسسات الزكاة في دعم الثقة بصندوق الزكاة. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية 30، 2026، from ابريل 45-57. Retrieved <https://baitalzakat.com/files/articles/baitalzakat.com-A100795.pdf>
8. شيرازي، ع. م. (1990). نظرية المحاسبة. (1 ed.). الكويت: ذات السلاسل.
9. عبدالله، خ. أ. (1995، أكتوبر). الإفصاح ودوره في تنشيط التداول في أسواق رأس المال العربية. مجلة القانون العربي، 92.
10. قدامة، أ. م. (1968). المغني لابن قدامة (Vol. 1 ج 1). القاهرة: مكتبة القاهرة.
11. مطر، م. (1990). تقييم مستوى الإفصاح الفعلي في القوائم المالية المنشورة للشركات المساهمة العامة في ضوء قواعد الإفصاح المنصوص عليها في أصول المحاسبة الدولية. مجلة دراسات الجامعة الأردنية، 119.
12. مطر، م &، السيوطي، م. (2012) التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية في مجالات القياس، والعرض، والإفصاح. (Vol. 3) عمان: دار وائل للنشر.
13. نجمي، ص. ي. (2022) مدى تأثير الهيئة العامة للزكاة والدخل على كفاية إفصاح الشركات السعودية عن الزكاة في القوائم المالية. المجلة الأكاديمية لأبحاث والنشر العلمي، 32-77. doi:10.52132/Ajrsp/v4.44.2
14. هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (AAOIFI). (2019). معايير المحاسبة والمراجعة والحوكمة والأخلاقيات. الرياض: دار الميمان للنشر والتوزيع.

2.6 المراجع الأجنبية:

1. (IASB), I. A. (2018). Conceptual Framework for Financial Reporting. London.
2. Abojeib, M., Mahaini, M. G., & Alchaar, M. O. (2025). An analysis of zakat disclosure in Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research* , 16(4), 811–837. doi:10.1108/JIABR-04-2021-0123
3. Barth, M., & Landsman, W. (2010). How Did Financial Reporting Contribute to the Financial Crisis? *European Accounting Review*, 19(3), 399-423. doi:10.1080/09638180.2010.498619
4. Benthall, J. (2007). The Overreaction against Islamic Charities. *ISIM R E V I E W*, 20(1), 6-7. Retrieved May 23, 2026, from <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/handle/1887/17206>
5. Breda, M. V., & Hendriksen, E. (1992). *Accounting Theory* (Vol. 5). Irwin.
6. Bushman, R., & Smith, A. (2003). Transparency, Financial Accounting Information, and Corporate Governance. *Transparency, Financial Accounting Information, and Corporate Governance*, 9(1), 65-87. Retrieved May 14, 2026, from <https://ssrn.com/abstract=795547>
7. Child, J., & Möllering, G. (2003). Contextual Confidence and Active Trust Development in the Chinese Business Environment. *Organization Science*, 14(1), 69-80. Retrieved May 23, 2026, from <https://www.jstor.org/stable/3086034>

8. Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., Lai, H., & Chang, C.-M. (2012). Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention: The moderating role of habit and its antecedents. *Decision Support Systems*, 53(4), 835-845. doi:10.1016/j.dss.2012.05.021
9. Choi, F. (1973). Financial Disclosure and Entry to the European Capital Market. *Journal of Accounting Research*, 11(2), 159-173 . doi:10.2307/2490187
10. Fassas, A. P. (2012). Exchange-Traded Products investing and Precious Metal prices. *Journal of Derivatives & Hedge Funds*, 18, 127-140. doi:10.1057/jdhf.2012.3
11. Fitria, Y. (2017). Akuntabilitas pada Organisasi Religi; Studi Kasus Masjid-Masjid di Balikpapan, Kalimantan Timur. *AKUNTABEL*, 14, 38-45. doi:10.29264/jakt.v14i1.1353
12. Hendriksen, E. (1982). *ACCOUNTING THEORY*. London: R. D. Irwin.
13. Holanda, C., & Magnusson, L. (2016). A fair disclosure of fair value? How IFRS 13 affects fair value disclosure quality for investment properties in Europe. Retrieved May 13, 2026, from DiVA Portal: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:824257/FULLTEXT01.pdf>
14. Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. doi:10.1016/0304-405X(76)90026-X
15. Lewicki, R., Elgoibar, P., & Euwema, M. (2016). The Tree of Trust: Building and Repairing Trust in Organizations. In *Building Trust and Constructive Conflict Management in Organizations* (pp. 93-117). doi:10.1007/978-3-319-31475-4_6
16. Masdar, N. M., Basiruddin, R., & Fitria, Y. (2022). The Trust and Fundraising Issues in the Muslim Community. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(1), 994-1000. doi:10.6007/IJARBS/v12-i1/11986
17. Meek, G., Roberts, C., & Gray, S. (1995). Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosures by U.S., U.K. and Continental European Multinational Corporations. *Journal of International Business Studies*, 26(3), 555-572. Retrieved May 24, 2026, from <https://www.jstor.org/stable/155561>
18. Meiryani, A. S. (2019). Full Disclosure in Financial Reporting. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8, 340-345. Retrieved May 24, 2026, from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:197435443>
19. Nurdiani, T., Rahmawati, D., Pogo, T., & Abu Bakar, N. R. (2025). Financial Transparency and Accountability In Nonprofit Organizations A Systematic Literature Review. *ITQAN Journal of Islamic Economics Management and Finance*, 4(2), 166-180. doi:10.57053/itqan.v4i2.102
20. OECD. (2004). *OECD Principles of Corporate Governance*. (O. F.-O. DEVELOPMENT, Producer) Retrieved May 14, 2026, from OECD: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2004/05/oecd-principles-of-corporate-governance-2004_g1gh44a5/9789264015999-en.pdf

-
21. Park, Y. K., Song, J. H., Yoon, S. W., & Kim, J. (2014). Learning organization and innovative behavior: The mediating effect of work engagement. *European Journal of Training and Development*, 38(1). doi:10.1108/EJTD-04-2013-0040
 22. Rawlins, B. (2008). Measuring the relationship between organizational transparency and employee trust. *The Public relations journal*, 2(2), 1-21. Retrieved May 16, 2026, from https://www.researchgate.net/publication/239919667_Measuring_the_relationship_between_organizational_transparency_and_employee_trust
 23. Sargeant, A., & Lee, S. (2004, Jun). Donor Trust and Relationship Commitment in the U.K. Charity Sector: The Impact on Behavior. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33(2), 185-202. doi:10.1177/0899764004263321
 24. Weber, J., Malhotra, D., & Murnighan, J. K. (2004). Normal Acts of Irrational Trust: Motivated Attributions and the trust Development Process. *Research in Organizational Behavior*, 26, 75-101. doi:10.1016/S0191-3085(04)26003-8