مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني "دراسة تطبيقية في الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية"
اسم الكاتب: د. عصام العربيد، يوسف حافظ قرطالي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4716
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 17:02 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (4) 2015
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (37) No. (4) 2015

العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني
"دراسة تطبيقية في الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية"

الدكتور عصام العربيد*
يوسف حافظ قرطالي**

(تاريخ الإيداع 22 / 6 / 2015. قُبِل للنشر في 27 / 7 / 2015)

□ ملخّص □

نظراً لبروز متغير التطورات التكنولوجية كمتغير جديد في العديد من الجوانب المعرفية ومنها المحاسبة، يأتي هذا البحث كمحاولة لدراسة العلاقة بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها الكترونياً في الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، والعوامل التي تؤثر في مستوى هذا الإفصاح وأسلوبه.

خلص البحث إلى تحسن أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على شبكة الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة كلما زادت الأرباح، وارتفعت المديونية، وحسب طبيعة تلك الشركات. فيما لا يتأثر أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها بحجم رأس المال، ولا بعمر الشركة.

الكلمات المفتاحية : الإفصاح المحاسبي الالكتروني – معايير الإفصاح الإلكتروني – سوق دمشق للأوراق المالية

* أستاذ– قسم المحاسبة– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية–سورية.
** طالب دكتوراه– قسم المحاسبة– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية_ سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (4) 2015
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (37) No. (4) 2015

Factors Affecting The Level Of Electronic Accounting Disclosure "Empirical study in companies listed on the Damascus Securities Exchange"

Dr. EssamALarbed [*]
Yusuf Kurtali[**]

(Received 22 / 6 / 2015. Accepted 27 / 7 / 2015)

□ ABSTRACT □

Because of the emergence of variable technological developments as a new variable in many of the cognitive aspects such as accounting, this research comes as an attempt to examine the relationship between the quality and approach of information presentation that disclosed electronically by shareholding companies listed in the Damascus Securities Exchange, and those factors that are likely to affect the level of this disclosure and approach.

The research found that the improvement in the level of this disclosure on the Internet is getting more profits and increased indebtedness and depending on the nature of those companies. While this disclosure is not affected by capital size and the age of those companies.

Key Words: Electronic accounting disclosure-Electronicdisclosurestandards- Damascus Securities Exchange.

[*]**Professor – Accounting department – Economics Faculty – Tishreen University – Lattakia – Syria.**
[**] **Postgraduate Student – Accounting Department – Economics faculty – Tishreen university – lattakia – Syria.**

مقدمة:

يمثل استخدام شبكة الإنترنت لنشر التقارير والقوائم المالية ضرورة ملحة في الوقت الحاضر، وخاصة بالنسبة للشركات المدرجة في أسواق الأوراق المالية، نظراً لما تقدمه من تقليل للوقت والجهد وتوفير للمال، والتقليل من آثار الحواجز الاجتماعية والجغرافية والزمنية، إضافة إلى تعزيز الكفاءة والفعالية في عملية اتخاذ القرارات من قبل المستثمرين.

ونظراً لتعدد استخدامات وسائل تقنيات المعلومات في مختلف المجالات، حيث أن استخدامها في عمل نظم المعلومات المحاسبية يتركز بدرجة كبيرة في تبادل البيانات والمعلومات، سواء داخل الوحدات الاقتصادية نفسها أو مع بعضها البعض، وبالتالي فإن هناك حاجة كبيرة لاستخدام شبكة الإنترنت لأغراض نشر وتوزيع التقارير والقوائم المالية، وتوصيلها إلى مختلف الجهات التي تحتاجها، بما يساهم في نمو سوق التجارة الالكترونية عالمياً نمواً متسارعاً.

ونتيجة لذلك صاحب التوسع في الإفصاح المحاسبي الإلكتروني تنوعاً في ممارسات الإفصاح بصورة مؤثرة على إمكانية المقارنة، ولقد ظهر التنوع في كل من محتوى الموقع من حيث المعلومات المالية وغير المالية المفصح عنها، وكذلك أسلوب عرض هذه المعلومات في المواقع الالكترونية للشركات.

ويعد هذا البحث من الأبحاث القليلة –وربما الأول في هذا المجال– الذي يتناول مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني للشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

مشكلة البحث:

نظراً للتطور المتسارع لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في بيئة الأعمال، وبروز متغير التطور كمتغير جديد في العديد من الجوانب المعرفية ومنها المحاسبة. أصبح هناك ضرورة للتطرق إلى الموضوعات المتعلقة بمدى استخدام الشركات لهذه التكنولوجيا في مجال الإفصاح المحاسبي. علاوة على أن الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية هي أكثر حاجة من غيرها من الشركات لمثل هذا البحث، كونها من الأسواق الجديدة الناشئة التي تسعى لتحقيق التميز في مجال الإفصاح عن المعلومات المالية.

وتتبلور مشكلة البحث في دراسة أثر العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني عن المعلومات المالية في التقارير المالية الصادرة عن الشركات محل البحث وتشمل حجم الشركة، وربحية الشركة، ومديونية الشركة، وطبيعة نشاط الشركة، وعمر الشركة على مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية على شبكة الإنترنت.

ويمكن صياغة المشكلة في أسئلة بحثية محددة، وذلك على النحو التالي:

السؤال الرئيس: ما هي العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني للشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية؟

وعنه تتفرع الأسئلة التالية:

السؤال الأول: هل يؤثر حجم الشركة إيجاباً على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة؟

السؤال الثاني: هل تؤثر ربحية الشركة سلباً على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة؟

السؤال الثالث: هل تؤثر مديونية الشركة سلباً على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة؟

السؤال الرابع: هل تؤثر طبيعة نشاط الشركة إيجاباً على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة؟

السؤال الخامس: هل يؤثر عمر الشركة إيجاباً على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة؟

أهمية البحث وأهدافه:

ترجع أهمية البحث إلى المساحة المعرفية للإفصاح الالكتروني 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 الإنترنت، إذ أن التطور السريع في مجال الإنترنت والاعتماد عليه مصدراً للمعلومات يتيح للمستخدمين لهذه المعلومات والتقارير المالية التي يحتاجونها في الوقت المناسب وبأقل التكاليف. وتتمثل أهمية البحث في ظل قلة الأبحاث العلمية والدراسات المتخصصة التي قامت بدراسة العلاقة بين العوامل المتعلقة بطبيعة الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية والإفصاح المحاسبي الالكتروني في الكتابات المحاسبية العربية عامة، والسورية خصوصاً أنه قد يمثل إضافة علمية للدراسات المحاسبية. وتقديمه النفع والفائدة للشركات محل البحث للوقوف على العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني، والجهات الرقابية والباحثين والمحللين الماليين والأشخاص ذوي العلاقة، والمستثمرين من خلال اتخاذ قراراتهم بكفاءة أكبر من حيث يعمل الإنترنت على توفير المعلومات المالية وغير المالية في وقت أسرع ولشريحة أكبر من الذي تقدمه طرق الإفصاح التقليدية.

يهدف البحث إلى الإجابة عن التساؤلات المطروحة في مشكلة البحث، من خلال التعرف على أهم العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني عن المعلومات المالية واختبار العديد من الخصائص مثل (حجم الشركة، ربحيتها، مديونيتها،والقطاع الذي تنتمي إليه وعمر الشركة)، والتعرف على مدى استخدام الإنترنت في الإفصاح المحاسبي عن المعلومات المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

فروض البحث:

الفرض الصفري الأول H0: توجد علاقة إيجابية بين حجم الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرض الصفري الثاني H0: توجد علاقة سلبية بين ربحية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرض الصفري الثالث H0: توجد علاقة سلبية بين مديونية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرض الصفري الرابع H0: توجد علاقة إيجابية بين طبيعة نشاط الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرض الصفري الخامس H0: توجد علاقة إيجابية بين عمر الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

منهجية البحث:

يعتمد الباحث في الجانب النظري على مسح نظري لأهم الكتابات التي تناولت العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الالكتروني على الإنترنت، بهدف بناء الإطار الفكري للبحث.وترتكز الدراسة التطبيقية على مجتمع البحث المكون من الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية. وسيستخدم الباحث المنهج التحليلي بهدف تحليل المعلومات والحقائق المتاحة بالفعل عن المتغيرات،حيث تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى في الدراسة التطبيقية على ضوء نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها الكترونياً على الإنترنت واختبار أثر تلك المتغيرات على نموذج الإفصاح المقترح لعينة من الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية ومن ثم القيام بتحليل نتائج الدراسة وتقديم التفسيرات العلمية لها ومقارنتها مع الدراسات السابقة أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في المصارف وشركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية التي تتداول أسهمها في السوق، بعد استبعاد الشركات التي لا تملك مواقع لها على الانترنت، أو ما تزال تعمل على إنشاء هذه المواقع.

حدود البحث:

تتمثل حدود البحث في اقتصاره على الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية في قطاع التأمين والمصارف، ولذلك لعدم توفر البيانات المطلوبة في بقية الشركات. وأنها أجريت خلال الفترة بين 2014/1/1 ولغاية 2014/12/31

الدراسات السابقة:

بحثت دراسات عديدة تقارير الشركات عبر الإنترنت. وظهرت أولى الدراسات خلال عامي 1996 و1997، وبعد سنة من بدء الاهتمام العالي للشركات بالإنترنت كوسيط إعلاني. ركّزت معظم الدراسات على وجود مواقع الإنترنت لأعلى الشركات المدرجة في سوق المال، وفيما إن قامت هذه الشركات بإرسال نوع من المعلومات المالية. ومن بين هذه الدراسات هناك دراسة (Petravick, 1996؛ Louwers, Pasewark and) ودراسة (Gray &Debreceny,1997). وجاء بعد ذلك عدد من الدراسات الثانوية لتطور البحوث الاستكشافية المبكرة، سواء بمعاينة النطاقات الجغرافية الأخرى أو بتوسيع مجال الصفات التي تمت معاينتها لتطوير النقاط الأساسية التي تم تأسيسها بالدراسات الأولى. ومنها دراستي (Gowthorpe ,1999) و(Ettredge*et al.*,2001).

تابعت الدراسات الحديثة التي قامت بها الهيئات المتخصصة، مثل لجنة المعايير المحاسبية الدولية International Accounting Standards Committee (IASC, 1999)، ومجلس معايير المحاسبة المالية Financial Accounting Standards Board (FASB, 2000)، هذا الاتجاه الذي يغطي المظاهر الأخرى مثل الصيغ المستخدمة لإعداد التقارير السنوية عبر الإنترنت، وتوافر أسعار الأسهم في الزمن المناسب والبيانات الصحفية.

وأصبح التركيز مؤخراً على السمات المحددة لتقارير الشركات المنشورة عبر الإنترنت، ونماذجها، وتأثيرها على وحدات التقرير والمستخدمين. والعوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح المحاسبي الإلكتروني. وذلك بهدف المساهمة في دراسة أثر العوامل المتعلقة بطبيعة الشركات محل الدراسة مثل حجم وربحية ومديونية وطبيعة نشاط وملكية وعمر

الشركة (Debrecenc yet al., 2002)، ودراسة (Marston and Polei, 2004)، ودراسة (العتيبي، 2005)، ودراسة (Erlane et al .2009)، ودراسة (Talal Al-Hayale,2010)، ودراسة (Aly et al,2010).

المبحث الأول: الإطار النظري للإفصاح المحاسبي الإلكتروني.

يمثل الإفصاح المحاسبي الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية أحد أساليب الإفصاح المحاسبي الذي يعتمد على إمكانية الاستفادة من وسائل تقنيات الاتصالات الحديثة في توصيل نتائج الأعمال التي قامت بها الوحدة الاقتصادية إلى الجهات ذات العلاقة. و الإفصاح المحاسبي الإلكتروني: هو العملية التي يتم من خلالها تقديم الوسائط المطبوع ة بصيغة يمكن استقبالها وقراءتها عبر شبكة الإنترنت ، هذه الصيغة تتميز بأنها صيغة مضغوطة Compacted ومدعومة بوسائط وأدوات كالأصوات والرسوم ونقاط التوصيل Hyperlinks التي تربط القارئ بمعلومات فرعية أو بمواقع على شبكة الإنترنت، كذلك يقصد به: نشر المعلومات التقليدية الورقية بواسطة تقنيات جديدة تستخدم الحواسيب وبرامج النشر الإلكتروني في طباعة المعلومات وتوزيعها ونشرها.

يتم الإفصاح المحاسبي عن التقارير والقوائم المالية على شبكة الإنترنت من خلال مجموعة من الأساليب أهمها استخدام الجداول الإلكترونية Excel، برنامج العرض الحركي Program Power Point، العرض عن طريق الفيديو، حيث تقوم بعض الوحدات الاقتصادية في الآونة الأخيرة بإضافة بعض مقاطع الفيديو Video Clips لكي توضح بعض إنجازاتها ونجاحاتها في نشاطها الاقتصادي والمالي ، فهي ترى أن هذا العرض على مواقعها على شبكة المعلومات يوضح للمستخدم الإنجازات التي تحققت وبصورة مرئية ، وهو ما قد يساهم في تحقيق مزيد من ثقة المستخدمين في الوحدة الاقتصادية (إبراهيم، 2005). ويتمثل الحد الأدنى من المعلومات التي يجب نشرها من خلال المواقع على الإنترنت في (Fitzsimons & Shoaf , 2000) :

1. بيانات ومعلومات مالية، مثل التقارير المالية السنوية والربع سنوية، والنسب المالية، ووضع المخزون، وتقرير مدقق الحسابات، وبيانات مقارنة مع المنافسين.
2. بيانات ومعلومات وصفية وغير مالية، مثل وصف المنتجات والخدمات التي تقدمها المنشأة وعدد العاملين بها وتشكيل مجلس الإدارة ووسائل الاتصال بها.
3. أدوات على الموقع تتيح للمستخدم إجراء عمليات معينة مع الوحدة الاقتصادية صاحبة الموقع كخدمات التجارة الإلكترونية.

وشهدت السنوات الأخيرة نمواً متسارعاً في استخدام شبكة الإنترنت وقامت الكثير من المنشآت والشركات بإنشاء مواقع خاصة بها، واستخدمت هذه المواقع لنشر المعلومات المالية، يعد هذا النوع من الإفصاح اختيارياً وغير منظم وفي معظم الحالات فإن المعلومات المفصح عنها الكترونياً هي معلومات يتم نشرها بالفعل بشكل مطبوع (Martson, 2003). وقد أصبحت شبكة الإنترنت واحدة من أكثر مصادر المعلومات استخداماً، والعديد من الشركات تفصح الآن عن كامل معلوماتها المالية أو جزء منها على مواقعها الخاصة بها (Hindi and Rich, 2010).

قسمت لجنة معايير المحاسبة الدولية (IASC) مراحل تطور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني إلى ثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: بدأت بإنشاء مواقع الكترونية للشركات وتم استخدام تكنولوجيا الإنترنت كأحد الوسائل المستخدمة لنشر التقارير المالية ومن أبرز ملامح هذه المرحلة قلة عدد الشركات وعدم انتظام عملية النشر.

المرحة الثانية: اتسمت بتزايد عدد الشركات التي تملك مواقع الكترونية خاصة بها، وتم استخدام هذه التقنية بشكل واسع في نشر التقارير المالية المشابهة إلى حد كبير للتقارير المالية المطبوعة.

المرحلة الثالثة: ازدادت كمية المعلومات المالية وغير المالية المنشورة الكترونياً بصورة أكبر من التقارير المالية المطبوعة بالإضافة إلى استخدام طرق متطورة في عرض هذه المعلومات.

وصُنِفت التقارير المالية المنشورة على الإنترنت من وجهة نظر مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB) إلى قسمين:

1 – المحتوى المعلوماتي المنشور في موقع الشركة، ويقصد به نوعية المعلومات المالية وغير المالية المنشورة، وتشمل على سبيل المثال نشر التقارير المالية السنوية كاملة أو أجزاء منها ونشر التقارير المالية الفترية أو أجزاء منها.

2 – طريقة عرض المعلومات، ويقصد بها الوسائل المستخدمة في نشر المعلومات المالية وغير المالية وتتراوح من عرض نفس المعلومات المطبوعة وبدون أي إضافة أو تغيير وذلك باستخدام تكنولوجيا (HTML) أو (ADOBE ACROBAT) إلى استخدام تكنولوجيا متقدمة في عرض المعلومات تشمل على سبيل المثال إمكانية تحميل هذه المعلومات واستخدام تقنية الصوت.

لقد تغيرت تقارير الشركات في السنوات الخمسين الماضية وكممارسة جديدة لعرض التقارير، أصبحت تقارير الشركات على الإنترنت الوسيلة الرئيسية للإفصاح عن المعلومات المالية والتجارية لهذه الشركات، وبالرغم من ذلك فإن معظم الشركات لا تبذل جهداً كبيراً لتقديم هذه المعلومات على مواقعها على شبكة الإنترنت (Jeffery, 2008) ولقد كان الانتقال إلى الإفصاح الالكتروني أمراً لا مفر منه وذلك بالنظر إلى الاستخدام المتزايد للحاسوب في العالم أجمع. إذ أنه يقدم للمستثمرين والمحللين والمنظمين وغيرهم الوصول الفوري إلى بيانات الشركات المهتمين بدراستها، ويمكن لجمهور أوسع بكثير الوصول إلى تلك المعلومات عندما يرغبون بذلك، علاوة على إمكانية حصولهم على حجم أكبر بكثير من البيانات من أي وقت مضى، وهو يسمح للمستخدمين بتحميل المعلومات ومعالجتها لتتناسب مع اختياراتهم. وتؤكد الدراسات المختلفة بأن معظم الشركات المدرجة في الأسواق العالمية تفصح عن معلوماتها على مواقع على الإنترنت وأن مستوى الإفصاح على هذه المواقع قد ازدادت في السنوات الأخيرة. وهناك احتمال بأن الإنترنت قد أصبح المصدر الرئيس للمستخدمين والباحثين عن التقارير المالية للشركات، وإن الشركات تستثمر موارد كبيرة في تطوير مواقعها على شبكة الإنترنت وللتوصل إلى طرق مبتكرة لتقديم المعلومات المالية (Wagenhofer,2003).

وتعد لجنة التجارة الاتحادية الأمريكية (FTC) الرائدة في توفير التوجيه لجعل الإفصاح واضحاً وبارزاً، إذ قامت اللجنة بوضع معايير وتعليمات خاصة بخصوص الإفصاح على الإنترنت (Hoy and Lwin, 2008)، ومن الجدير ذكره أن الإفصاح المحاسبي الإلكتروني هو عملية اختيارية، ويعتقد الباحث أنه سيصبح إلزامياً في المستقبل، إذ أن أسواق المال تلزم الشركات بتزويدها بتقاريرها خلال شهر من صدور هذه التقارير، وبالتالي فإن مسألة إلزام الشركات بنشر هذه التقارير على مواقعها الإلكترونية هي مسألة وقت فقط.

لا يزال الإفصاح المحاسبي الإلكتروني مدار بحث في كثير من الدراسات السابقة– التي استعرض الباحث بعضها – حتى الوقت الراهن. حيث تعد معظم التقارير المالية المنشورة على الإنترنت اختيارية، وأنها في جزء كبير منها غير منظمة (Kelton & Yang, 2008). ونظراً لأنها كالعديد من الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية التي تقرر نشر المعلومات اختيارياً على مواقعها على الإنترنت، فإن مدى الإفصاح المحاسبي الإلكتروني قد يختلف بشكل جوهري بين تلك الشركات. فاليوم لا هوية أو جنسية للاستثمار في الأوراق المالية، هذا الشعار الذي أصبح هدفاً لجميع الأسواق العالمية فيستطيع المستثمر في أصغر قرية في آسيا أو إفريقيا أو أوربا الشراء والبيع بواسطة الإنترنت وبسرعة فائقة في معظم الأسواق العالمية.

المبحث الثاني : تقييم الإفصاح المحاسبي الإلكتروني.

أولاً: مزايا الإفصاح المحاسبي الالكتروني.

يحقق نشر وتوزيع الشركات لمعلوماتها المالية وغير المالية عبر الإنترنت العديد من الفوائد، لكل من الشركات والمستثمرين والمراجعين الخارجيين، وكذلك المنظمات والهيئات المالية المهتمة بمهنتي المحاسبة والمراجعة، تتمثل في المزايا الآتية(www.lasb.org,2011):

1 -خفض التكاليف والزمن اللازمين لتوزيع المعلومات المحاسبية عن طريق تمكين مستخدمي التقارير المالية المعروفين وغير المعروفين من الاطلاع على التقرير المالي الإلكتروني، وبالتالي تفادي تكاليف طباعة وإرسال التقارير المالية التقليدية السنوية والفترية إلى مستخدميها المعروفين الذين يجب أن تصلهم هذه التقارير. إضافة إلى القدرة على التعامل مع قطاع واسع من المستخدمين لم يسبق للمنشاة التعرف عليهم.

2 -زيادة حجم ونوعية وسرعة المعلومات المعروضة إلكترونياً، حيث يوفر التقرير المالي الالكتروني وسيلة نشر وتقرير فورية بين الوحدة المحاسبية كمنتج للمعلومات المحاسبية وبين قطاعات عديدة من المستثمرين والمقرضين وغيرهم، بما يساهم في تحسين القدرة على الوصول للمستثمرين المرتقبين للمنشآت الصغيرة.

3 -الانتقال إلى نظام التقارير المالية الفورية في إعداد القوائم المالية للمنشأة بدلاً من القوائم الشهرية أو الربع سنوية أو السنوية باستخدام الشبكة الدولية للمعلومات.

4 -السماح باستخدام أدوات التحليل للمعلومات المالية للمستخدمين، حيث يساعد التقرير المالي الالكتروني مستخدميه في تحليل البيانات باستمرار نظراً لتوافره وتحديثه طوال الوقت.

5 -إمكانية التحديث السريع للعرض والإفصاح على الشبكة، ووصوله إلى المستخدمين بسرعة، وتلقيهم له في أي وقت من أي مكان، يمكن الاتصال منه بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت). بحيث تصبح المعلومات المحاسبية سلعة عامة يمكن الحصول عليها واسترجاعها طوال الوقت وفي أي مكان، بواسطة قطاعات غير متجانسة من المستخدمين.

6 -عرض التقرير المالي وإيضاحاته المتممة وتقرير مدقق الحسابات مباشرة على صفحات الويب مع إمكان حصول المستخدمين على تلك التقارير بشكل ملفات PDF. مما يمكن مستخدمي التقارير المالية من استخدام روابط مواقع الإنترنت في دمج أقسام متعددة من التقارير المالية المنشورة على الشبكة مع العديد من المعلومات الأخرى المتعلقة بها في مواقع أخرى، وبالتالي إمكانية إجراء المقارنات ودعم اتخاذ القرارات.

ثانياً: صعوبات ومخاطر الإفصاح المحاسبي الالكتروني.

تطرح مزايا نشر التقرير المالي على الإنترنت العديد من القضايا، والتي تتضمن ضبابية الخط الفاصل بين المعلومات التي تم مراجعتها وتلك التي لم يتم مراجعتها،حقوق وكفاءة الوصول للمعلومات، الأمن وتكامل المعلومات، وقضايا مهنية أخرى. بالإضافة إلى ذلك، فإن الممارسات المحاسبية المتعارف عليها (Generally Accepted Accounting Practices "GAAP") طُوِّرت في بيئة تقليدية لإعداد التقارير وربما لا تكون ملائمة لبيئة المعلومات المالية الإلكترونية، وربما لا يرى المستخدمون التقرير على شبكة الإنترنت كبديل مقبول للتقارير السنوية المطبوعة (Oyelere, P ., Laswad, F .and Fisher, R .,2003).

وفي حين أن بعض الشركات لديها الدوافع للمشاركة في نشر التقارير المالية على الإنترنت (IFR)، فإن هناك شركات أخرى لا تقوم بذلك. وربما لا تقوم الشركات بالإفصاح عن المعلومات المالية عن طريق الإنترنت لأن تكاليف

نشر التقارير المالية على الإنترنت تتجاوز المنافع المحققة. وتتضمن التكاليف الصريحة لنشر التقارير المالية على الإنترنت تكاليف إنشاء وإعداد وصيانة الموقع وصفحات الإنترنت التي تحتوي المعلومات المالية. وتتحمل الشركة تكاليف ضمنية عندما تقوم بنشر التقارير المالية على الإنترنت (IFR)، مما يزيد في احتمال مخاطر مقاضاة الشركة أو مخاطر فقد ميزتها التنافسية. ونتيجة لخصائص عمل الشركة، المنافسة السوقية، أو الاعتماد على حملة الأسهم، فإن الإفصاح المالي التقليدي (التقارير المالية المطبوعة) قد يكون أفضل في تحقيق أهداف تقارير الشركة(Ashbaugh, J. Johnstone, K.M. and Warfield, T.D,1999). وعلى الرغم من تزايد استخدام الإنترنت في نشر التقارير المالية، إلا أن البعض يرى أن هناك بعض الصعوبات والمخاطر بالمقارنة بالتقارير المالية التقليدية (الورقية)، وهي:

1 -الأثر المحتمل لزيادة العبئ المعلوماتي. (Ashbaugh, J. Johnstone, K.M. and Warfield, T.D,1999).

2 -صعوبة الوصول إلى مواقع وبنود ومعلومات محددة (Debreceny, R., Gray, G. L. and Rahman, A,2002).

3 -الحذف والإهمال الممكن لمعلومات هامة في التقرير السنوي التقليدي (Ettredge, M., Richardson, V J. and Scholz, S., 2002).

4 -الصعوبة في التفرقة بين المعلومات التي تم مراجعتها وتلك التي لم يتم مراجعتها(Bury, L. ,1999).

5 -الطبيعة غير المنتظمة للإنترنت يمكن أن تجعل من الصعوبة توفير رقابة المجال الذي تستخدم فيه المعلومات، وللمستخدمين لتمييز جودة المعلومات التي يتم الحصول عليها من مصادر مختلفة. وفي المقابل يمكن أن يزيد من قضايا الأمن والثقة (Xiao, J.Z , Yang, H. and Chow, C.W,2004).

6 -ارتفاع تكاليف إنشاء وصيانة المواقع على الويب. فقد وجد (Ashbaugh, J. Johnstone, K.M. and Warfield, T.D. ,1999) أن متوسط تكلفة إعداد الموقع على الإنترنت بواسطة الشركات الأمريكية يمثل 3.8% من إجمالي أصول الشركات. وحتى عندما ينشئ الموقع فإن الخبرة والموارد لا تزال مطلوبة للتحديث والصيانة.

7 -قد يرجع السبب في عدم تفعيل الإفصاح المحاسبي الالكتروني إلى مجموعة المخاطر المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات المعقدة ونظم المعلومات المحاسبية الفورية عالية التداخل، وقد يرجع إلى غياب المعيار الخاص بتنظيم وقوننة الممارسة العملية (محمد عامر ، 2006)، ومنها المخاطر والتهديدات المرتبطة بطبيعة الإفصاح المحاسبي الإلكتروني وطبيعة أدواته ووسائله. من بينها:

أ -بالنسبة للشركات:

- مخاطر أمن المعلومات المرتبطة بالنظم الداخلية للشركة، ودخول أشخاص غير مصرح لهم إلى هذه النظم وسرقة بيانات أو تغيير محتواها، كتغيير أرصدة عملاء.
- مخاطر تغيير محتوى البيانات المعروضة على موقع الشركة الإلكتروني.

ب -وبالنسبة للمستخدمين:

- عدم التحقق من هوية الشركة، إذا لم تكن معروفة مسبقا، فقد تكون البيانات التي يفصح عنها على موقع الشركة تعود لشركة وهمية لا وجود لها.

● مخاطر متعلقة بخصوصية وأمن البيانات، مثل أرقام بطاقات الائتمان وغيرها من المعلومات الشخصية، الآراء والاتجاهات السياسية والدينية .التي يتم تبادلها الكترونياً.

ويرى الباحث أن وجود كل من المزايا والصعوبات لا يعني أن كل الشركات سوف تنتفع من الإفصاح على الإنترنت، وعلى الرغم من تسارع استخدام الإنترنت كأداة لنشر التقارير المالية، إلا أنها سوف تحتاج إلى فترة زمنية لتنظيم هذه التكنولوجيا. وتكمن أهمية الإفصاح المحاسبي الإلكتروني في خدمة أهداف المحاسبة وخصوصاً في إيصال المعلومات المالية للمستخدمين، في ظل العولمة والتطور المذهل في نظم الاتصالات، بعد التغلب على مجموعة المخاطر المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات المعقدة ونظم المعلومات الفورية عالية التداخل. وضرورة شمول التقرير المالي على شبكة الإنترنت جميع المعلومات اللازمة لإعطاء مستخدمي هذا التقرير صورة واضحة وصحيحة عن الشركة، وأن يتم إعدادها وفقاً للمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية بهدف تجانس المعلومات وإمكانية المقارنة.

المبحث الثالث: العوامل المرتبطة بخصائص الشركات وأثرها على الإفصاح المحاسبي الإلكتروني:

استعرضت بعض الدراسات السابقة العوامل المؤثرة في الإفصاح المحاسبي الإلكتروني، وتشمل العوامل المرتبطة بالظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمع وهي حجم الشركة، ربحية الشركة، المديونية، طبيعة النشاط،عمر الشركة سنناقشها على النحو الآتي:

1 – حجم الشركة: وجدت الدراسات السابقة (al.Xiao et,1996)(Craven andMarston, 1999) (Ettredge et al.,2002),(Matherly and Burton,2005),(Bonson and Escobar,2006),(Lopes and Rodrigues,2007) علاقة إيجابية بين حجم الشركة ودرجة إفصاحها الالكتروني على شبكة الإنترنت إذ أن الشركات كبيرة الحجم تستخدم التكنولوجيا بشكل أكبر من الشركات صغيرة الحجم لإشباع الطلب المتزايد على المعلومات، ويمكن أن يعزى هذا الأمر إلى أن الشركات الأكبر حجماً تملك قدرات مالية وإدارية تساعد على استيعاب تكاليف إقامة المواقع وصيانتها من جهة، وتكاليف إنتاج المعلومات المالية وتحديثها من جهة أخرى، علاوة على ذلك فإنه كلما كبر حجم الشركة تعقدت وتشعبت أعمالها وازدادت الضغوط السياسية والاجتماعية لجعل إجراء بعض التحويلات لثروة هذه الشركات في شكل إسهامات اجتماعية وبيئية تعود على المجتمع ككل لاتخاذ قرارات اقتصادية ملائمة.

وأشار عدد من الدراسات السابقة المذكورة آنفاً إلى أن حجم الشركة له دور بارز وفعال كمتغير يفسر الاختلاف في نوعية وأسلوب عرض المعلومات المالية وغير المالية في المواقع الالكترونية للشركات. وقد أظهرت الدراسات السابقة أن حجم الشركة يمكن أن يقاس بعدة معايير مثل عدد الموظفين، القيمة السوقية للشركة، نسبة دوران المبيعات، (Al.Arussi et al,2009) كما يمكن أن يقاس بمجموع الموجودات (Ashbaugh et al,Aly et al.1999) وقد استخدمت هذه الدراسة إجمالي الأصول لقياس حجم الشركة.

2 ربحية الشركة: تبين نظرية الإشارة(Signaling Theory) إلى أن الشركات الرابحة لديها الحافز للإفصاح عن المزيد من المعلومات لإظهار ربحية الشركة للمستثمرين، بما يعود بالفائدة على الإدارة بالحفاظ على مواقعهم ومناصبهم الإدارية وزيادة حوافزهم المالية (Oyeler et al, 2003) ويرى (Marston and Polei, 2004) أن الشركات التي تحقق أرباحاً أكثر من الشركات المنافسة يكون لديها الحافز في التوسع في الإفصاح وتقديم معلومات إضافية لإبراز تميزها عن الشركات الأخرى هذا من جهة إضافة إلى الرغبة في زيادة الاستثمارات فيها بأقل تكلفة ممكنة من جهة أخرى ويعتقد كل من (Lev and Polei,2004)أن الشركات التي تحقق خسائر تكون في العادة غير

راغبة في تقديم إفصاح أكثر مما تطلبه المعايير والقوانين والهيئات المحاسبية، ويشير (الجبر، 2006) إلى أن الشركات الخاسرة لديها الرغبة في تأخير الإعلان عن الأنباء السيئة للتخفيف من تبعات وآثار هذه الأنباء على المستثمرين، وكذلك الحاجة إلى مزيد من الوقت لإجراء المفاوضات مع الدائنين للخروج بأفضل الصيغ الملائمة لوضع الشركة. ويرى الباحث أن تقنية الإنترنت خدمة متميزة للشركات الرابحة بهدف تحقيق المزيد من الإفصاح من حيث النوعية وأسلوب العرض وذلك من خلال الإفصاح المحاسبي الإلكتروني.

ويمكن أن تقاس الربحية بعدة طرق منها العائد على الأصول (ROA) والعائد على صافي المبيعات (ROS) والعائد على حقوق الملكية (ROE) وتم أخذ العائد على حقوق الملكية (ROE) كدلالة على الربحية في هذه الدراسة.

3 -مديونية الشركة: وفقاً لنظرية الإشارة فإن الشركات ذات السيولة المرتفعة تميل للإفصاح عن المزيد من المعلومات وذلك لتميز نفسها عن الشركات ذات السيولة المنخفضة (Abdelsalam.OH,1999)، ويرى بعض الباحثين (Lopes. and Rodrigues, 2007)،(Abd-Elsalam,. and Weetman, 2003) أن زيادة المديونية في الشركات المساهمة قد تكون عائقاً أمام التوسع في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية والاكتفاء بالإفصاح الإلزامي، ويرجع السبب في ذلك إلى أن تمويل الشركة يكون مصدره الأساسي من الدائنين، وبالتالي لا توجد حاجة ملحة للتوسع في الإفصاح حيث سيتم التركيز في تقديم المعلومات إلى طرف واحد وهو البنوك المقرضة، هذا من جهة ومن جهة أخرى قد يؤدي الخوف من الفشل أو التعثر المالي نتيجة لزيادة المديونية إلى عدم وجود الحافز للتوسع في الإفصاح الاختياري والذي يعد الإفصاح المحاسبي الإلكتروني أحد صوره.

ويرى بعض الباحثين (Bollen,et al. 2006) في مقابل ذلك أن التوسع في الإفصاح الاختياري يساعد على تخفيض تكلفة الديون عند طلب الاقتراض، كما يساهم في طمأنة الدائنين الحاليين ويمكنهم من تقويم أداء الشركة ومعرفة موقفها المالي. ويؤكد سنجبتا (Sengupta, 1998) في النتائج التي توصل إليها في دراسته أن التوسع في الإفصاح يؤدي إلى انخفاض في تكلفة الحصول على الديون، وهذا ما أكدته دراسة ريتشارد و ولكر (Richardson. and Welker,. 2001) التي توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين مديونية الشركة والتوسع في الإفصاح. أي انه كلما زادت مديونية الشركة كلما تحسنت نوعية وأسلوب عرض المعلومات المالية في المواقع الإلكترونية للشركات، وسيتم اختبار اتجاه هذه العلاقة عن طريق قياس المديونية على أساس نسبة إجمالي المطاليب إلى إجمالي الأصول.

4 -طبيعة النشاط: استخدمت في العديد من الدراسات السابقة مثل دراسة (Oyeler et al,2003) ، (Debreceny et al,2003) وهو القطاع الذي تنتمي إليه الشركة وقسم إلى أربعة قطاعات رئيسة المصارف، وشركات التأمين ، الخدمات، والصناعة. حيث تختلف الشركات حسب طبيعة النشاط الذي تمارسه ويؤدي ذلك إلى اختلاف في درجة المخاطرة وتعقد عمليات التشغيل ودرجة الطلب على المنتجات والمشاكل الفنية والمالية والتسويقية والممارسات المحاسبية التي يتميز بها كل قطاع عن الآخر، وتسمح مفاهيم القياس والتحقق المحاسبية بالخروج عن المبادئ المحاسبية المقبولة عموماً نتيجة للخصائص الذاتية لبعض الأنشطة وتعتبره قيداً على الممارسة المحاسبية المتبعة.

وتختلف الآراء في الأدبيات المحاسبية حول تأثير نوع الصناعة على الإفصاح المحاسبي الإلكتروني عبر الإنترنت حيث أشارت دراسات كل من (Ferguson,et al, 2002), (Inchausti, B. 1997) على وجود علاقة بين نوع الصناعة والإفصاح المحاسبي الإلكتروني، في حين لم تثبت هذه العلاقة، دراسة (Craven,. and Marston,. 1999) في حين توصلت دراسة (Xiao et.al. 2004) إلى وجود علاقة بين نوع الصناعة والإفصاح

المحاسبي الإلكتروني وخاصةً في الشركات المتخصصة في مجال التقنية، وعزى الباحثين هذه النتيجة إلى الخبرات الفنية والتقنية المتراكمة، ولوجود الحافز لديها لهذا النوع من الإفصاح وطريقة عرضه لإثبات تميزها في هذا المجال.

5 عمر الشركة: تلعب الخبرة وفقاً لنظرية منحنى التعلم دوراً كبيراً في تطوير القدرات والمهارات التي يكتسبها العاملون من خلال العمل المتواصل لفترات طويلة، وبالتالي تنعكس هذه الخبرات المتراكمة على الشركة ككل من حيث الأهداف والاستراتيجيات والعمليات وكافة أنشطة الشركة. وقد تم استخدامه في العديد من الدراسات السابقة مثل دراسة (Owusu-Ansah,1998) ويقصد به الفترة الزمنية من تاريخ إدراج الشركة في السوق المالي إلى تاريخه. ويرى الباحث أن إعداد التقارير المالية والممارسات المحاسبية المرتبطة بها تتأثر بالخبرات والتجارب التي تمتلكها الشركات والتي استمدت من المعالجات المحاسبية لعمليات مختلفة على مدى فترة من الزمن، أو من خلال المشاكل التي تم مواجهتها وإيجاد الحلول المحاسبية المناسبة لها، وبالتالي يكون لها الثقة لتقديم المزيد من الإفصاح عما هو مطلوب. وسيتم قياس عمر الشركة بتقسيم العينة إلى قسمين القسم الأول للشركات التي مضى على تأسيسها أكثر من خمس سنوات، والقسم الثاني للشركات التي مضى على تأسيسها أقل من خمس سنوات.

المبحث الثالث: الدراسة التطبيقية.

تتمثل متغيرات البحث المستقلة الملائمة في: حجم الشركة، وربحية الشركة، ومديونية الشركة، وطبيعة نشاط الشركة، وعمر الشركة. وترتكز الدراسة التطبيقية على مجتمع البحث المكون من المصارف وشركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

ويتضمن مجتمع البحث الشركات التي لها مواقع على الإنترنت بعد استبعاد الشركات التي لا تملك مواقع لها على الإنترنت أو مازالت تعمل على إنشاء هذه المواقع، في الوقت الذي سيتم فيه استخدام المنهج التحليلي بهدف تحليل المعلومات والحقائق المتاحة بالفعل عن متغيرات الدراسة بهدف تقييمها، وذلك من خلال قياس الإفصاح المحاسبي الإلكتروني لشركات العينة باستخدام أسلوب تحليل المحتوى على ضوء نوعية وأسلوب عرض المعلومات الهامة المفصح عنها على الإنترنت، واختبار أثر تلك المتغيرات على نموذج الإفصاح المطور من قبل مجموعة من الباحثين المهتمين بالإفصاح المحاسبي الإلكتروني (Pirchegger & Marston and Polei, 2004), (Wagenhofer,1999) والمقترح للشركات المساهمة موضوع البحث، المكون من 62 عنصر مقسم لجزأين: يقيس الجزء الأول المؤلف من (28) عنصراً نوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت، ويقيس الجزء الثاني المؤلف من (34) عنصراً أسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الموقع الالكتروني للشركات المساهمة موضوع البحث، وتم تفريغ ما تتضمنه التقارير المالية لشركات مجتمع البحث من مواقعها الالكترونية وذلك على أساس إذا وردت الإشارة إلى هذا العنصر في التقرير المالي يوضع له درجة واحدة (1) وإذا لم يرد أي ذكر عنه يوضع له (صفر)، وإذا كان البند غير موجود أصلاً لأن الشركة لا تستخدمه ولا ينطبق عليها ففي هذه الحالة ولتحقيق العدالة تعامل الشركة كما لو كان هذا العنصر موجوداً عندها، ويمكن من خلال النظام الثنائي (0-1) قياس الإفصاح المحاسبي الإلكتروني لعينة الدراسة من جهة، ويضمن الحياد عند التعامل مع الشركات المختارة في هذا البحث من جهة أخرى.

الإطار العملي للبحث:

نتائج التحليل واختبار الفرضيات:

تم تحليل البيانات استناداً إلى أهداف البحث وفرضياته التي تم جمعها باستخدام أسلوب تحليل المحتوى المعياري، أي مقارنة ما هو كائن (الفعلي) بما يجب أن يكون (المعياري)

. ومن ثم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1 تحليل الارتباط باستخدام معامل سبيرمان لمعرفة مدى وجود علاقات ارتباط، وقياس معنوية هذا الارتباط.

2 نموذج الانحدار الخطي المتعدد الذي يستخدم لتقدير معاملات المتغيرات المستقلة مجتمعة معاً في المعادلة الخطية بغرض تقدير المتغير التابع.

كما سيتم قياس المتغيرات المستقلة على النحو الآتي:

حجم الشركة(b_1): إجمالي القيمة السوقية لشركات العينة في نهاية السنة المالية المدروسة.

ربحية الشركة(b_2): باحتساب العائد على السهم في نهاية السنة المالية المدروسة.

مديونية الشركة(b_3): نسبة إجمالي المطاليب إلى إجمالي الأصول في نهاية السنة المالية المدروسة.

طبيعة النشاط(b_4): سيقسم النشاط إلى ثلاثة قطاعات (صناعي– زراعي–خدمي).

عمر الشركة(b_5): بإعطاء المتغير المستقل رقم / 1/ للشركات التي مضى على تأسيسها أكثر من / 5/ سنوات، ورقم /2/ للشركات التي مضى على تأسيسها أقل من /5/سنوات.

ليصبح النموذج المراد اختباره على عينة البحث على النحو الآتي:

نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت = $a + b_1 + b_2 + b_3 + b_4 + b_5$

الإطار العملي للبحث:

نتائج تحليل الاستبيان واختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: توجد علاقة إيجابي بين حجم الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

Model Summary

نموذج	معامل الارتباط	معامل	معامل التحديد	الخطأ المعياري
1	.085[a]	.007	-.064-	9.35420

a. Predictors: (Constant), حجم الشركة

ANOVA[a]

نموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	احتمال الدلالة
1	Regression	8.923	1	8.923	.102	.754[b]
	Residual	1225.014	14	87.501		
	Total	1233.938	15			

a. Dependent Variable: المؤشرات المفصح عنها

b. Predictors: (Constant), حجم الشركة

من الجدول الأول نجد أن معامل الارتباط بلغ 0.085 وهو يدل على ارتباط ضعيف جدا بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وكذلك معامل التحديد بلغ 0.007 وهو يدل على أن 0.7% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، مما يعني أن هناك تأثير لحجم الشركة على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة بمقتضى تلك النسبة، ونلاحظ في الجدول الثاني (تحليل التباين) أن قيمة معامل الارتباط غير مقبولة لان قيمة احتمال الدلالة(Sig=0.754) أكبر من مستوى الدلالة 0.05

نتيجة الفرضية الأولى: بناء على ما سبق فإننا نقبل فرضية العدم التي تقول بعدم وجود علاقة إيجابية بين حجم الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

ونرفض الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة إيجابية بين حجم الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرضية الثانية: توجد علاقة سلبية بين ربحية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

Model Summary

نموذج	معامل الارتباط	معامل	معامل التحديد	الخطأ المعياري
1	.037[a]	.001	-.070-	9.38182

a. Predictors: (Constant), ربحية الشركة

ANOVA[a]

نموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	احتمال الدلالة
1	Regression	1.679	1	1.679	.019	.892[b]
	Residual	1232.258	14	88.018		
	Total	1233.938	15			

a. Dependent Variable: المؤشرات المفصح عنها

b. Predictors: (Constant), ربحية الشركة

من الجدول الأول نجد أن معامل الارتباط بلغ 0.037وهو يدل على ارتباط ضعيف جداً بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وكذلك معامل التحديد بلغ 0.001 وهو يدل على أن 0.1% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، مما يعني أن هناك تأثير لربحية الشركة على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة بمقتضى تلك النسبة، ونلاحظ في الجدول الثاني (تحليل التباين) أن قيمة معامل الارتباط غير مقبولة لأن قيمة احتمال الدلالة(Sig=0.892) أكبر من مستوى الدلالة 0.05

نتيجة الفرضية الثانية: بناء على ما سبق فإننا نقبل فرضية العدم التي تقول بعدم وجود علاقة سلبية بين ربحية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

ونرفض الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة سلبية بين ربحية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة سلبية بين مديونية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

Model Summary

نموذج	معامل الارتباط	معامل	معامل التحديد	الخطأ المعياري
1	.045[a]	.002	-.069-	9.37857

a. Predictors: (Constant), مديونية الشركة

ANOVA[a]

نموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	احتمال الدلالة
1	Regression	2.531	1	2.531	.029	.868[b]
	Residual	1231.406	14	87.958		
	Total	1233.938	15			

a. Dependent Variable: المؤشرات المفصح عنها

b. Predictors: (Constant), مديونية الشركة

من الجدول الأول نجد أن معامل الارتباط بلغ 0.045وهو يدل على ارتباط ضعيف جداً بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وكذلك معامل التحديد بلغ 0.002 وهو يدل على أن 0.2% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، مما يعني أن هناك تأثير لمديونية الشركة على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة بمقتضى تلك النسبة، ونلاحظ في الجدول الثاني (تحليل التباين) أن قيمة معامل الارتباط غير مقبولة لأن قيمة احتمال الدلالة(Sig=0.868) أكبر من مستوى الدلالة 0.05

نتيجة الفرضية الثالثة: بناء على ما سبق فإننا نقبل فرضية العدم التي تقول بعدم وجود علاقة سلبية بين مديونية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

ونرفض الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة سلبية بين مديونية الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة ايجابية بين طبيعة الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

Model Summary

نموذج	معامل الارتباط	معامل	معامل التحديد	الخطأ المعياري
1	.504[a]	.254	.201	8.10964

a. Predictors: (Constant), طبيعة الشركة

ANOVA[a]

نموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	احتمال الدلالة
1	Regression	313.210	1	313.210	4.762	.047[b]
	Residual	920.727	14	65.766		
	Total	1233.938	15			

a. Dependent Variable: المؤشرات المفصح عنها

b. Predictors: (Constant), طبيعة الشركة

من الجدول الأول نجد أن معامل الارتباط بلغ 0.504وهو يدل على ارتباط ضعيف بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وكذلك معامل التحديد بلغ 0.254 وهو يدل على أن 25.4% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، مما يعني أن هناك تأثير لطبيعة الشركة على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة بمقتضى تلك النسبة، ونلاحظ في الجدول الثاني (تحليل التباين) أن قيمة معامل الارتباط غير مقبولة لأن قيمة احتمال الدلالة(Sig=0.047) أصغر من مستوى الدلالة 0.05

نتيجة الفرضية الرابعة: بناء على ما سبق فإننا نرفض فرضية العدم التي تقول بعدم وجود علاقة إيجابية بين طبيعة الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة إيجابية بين طبيعة الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

الفرضية الخامسة: توجد علاقة ايجابية بين عمر الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

Model Summary

نموذج	معامل الارتباط	معامل	معامل التحديد	الخطأ المعياري
1	.256[a]	.065	-.001-	9.07649

a. Predictors: (Constant), عمر الشركة

ANOVA[a]

نموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	احتمال الدلالة
1	Regression	80.580	1	80.580	.978	.339[b]
	Residual	1153.357	14	82.383		
	Total	1233.938	15			

a. Dependent Variable: المؤشرات المفصح عنها

b. Predictors: (Constant), عمر الشركة

من الجدول الأول نجد أن معامل الارتباط بلغ 0.256وهو يدل على ارتباط ضعيف بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وكذلك معامل التحديد بلغ 0.065 وهو يدل على أن 6.5% من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير المستقل، مما يعني أن هناك تأثير لعمر الشركة على أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة بمقتضى تلك النسبة، ونلاحظ في الجدول الثاني (تحليل التباين) أن قيمة معامل الارتباط غير مقبولة لأن قيمة احتمال الدلالة(Sig=0.339) أكبر من مستوى الدلالة 0.05

نتيجة الفرضية الخامسة: بناء على ما سبق فإننا نقبل فرضية العدم التي تقول بعدم وجود علاقة إيجابية بين عمر الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

ونرفض الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة إيجابية بين عمر الشركة وبين أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة.

النتائج والمناقشة:

أولاً: نتائج البحث: يمكن استخلاص النتائج الآتية من خلال طبيعة مشكلة البحث وهدفه وفرضياته، والدراسة التطبيقية؛ وهي:

1 – يتحسن أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة كلما زادت أرباح الشركات.

2 – يتحسن أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة كلما ارتفعت المديونية في تلك الشركات.

3 – يتحسن أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة حسب طبيعة الشركات.

4 – لا يتأثر أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة بحجم رأسمال الشركات.

5 – لا يتأثر أسلوب عرض ونوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة المدروسة بعمر تلك الشركات.

الاستنتاجات و التوصيات:

يوصي الباحث فيما توصل إليه من نتائج بالآتي:

1 دعوة إدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية للتوسع في استخدام البرامج والأساليب التكنولوجية التي تمكن من التحقق من المعلومات المنشورة الكترونياً وتوفير أمن معلوماتي كافٍ للمواقع الإلكترونية وإلزام الشركات باستخدامها.

2 تشجيع إدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية للتوسع في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية في مواقعها الإلكترونية.

3 تطوير المواقع الإلكترونية للشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية واستخدام أحدث التكنولوجيات فيها.

4 -دعوة الشركات المساهمة السورية إلى التحرر من الاعتقاد الخاطئ بأن المستفيدين من المعلومات المحاسبية يفضلون الإفصاح الورقي على الإلكتروني بسبب مخاطر تكنولوجيا المعلومات المعقدة ونظم المعلومات المحاسبية الفورية عالية التداخل، لأن التطور التقني في مجال تكنولوجيا المعلومات يسير بمعدل يفوق استيعاب الشركات لها، وأن المستقبل القريب سيحمل طلباً متزايداً على استخدام أسلوب الإفصاح الإلكتروني في نشر المعلومات المحاسبية.

5 -العمل على تنمية قدرات خريجي كليات الاقتصاد على استخدام تكنولوجيا المعلومات المعقدة ونظم المعلومات عالية التداخل، ونظم إدارة قواعد البيانات المحاسبية والتقارير المالية الإلكترونية، من خلال برامج التعليم والتدريب.

المراجع:

1 -إبراهيم، طه عبد الوهاب ، تطوير دور وأداء المراجع الخارجي لتأكيد الثقة في المعلومات المتبادلة والتقارير المالية المنشورة على شبكة المعلومات العالمية، المؤتمر العلمي الرابع، كلية العلوم الإدارية والمالية . جامعة فيلادليفيا، عمان، الأردن، 15-2005/3/16.

2 -الجبر. نبيه عبد الرحمن، 2004، "نشر التقارير المالية للشركات السعودية على الإنترنت **مجلة الدراسات المالية والتجارية**، كلية التجارة، فرع بني سويف، جامعة القاهرة، العدد الأول، آذار.

3 -محمد عامر. نعمان صلاح الدين، 2006، " تقييم مدى فعالية الإفصاح المحاسبي الالكتروني- دراسة اختباريه" ، **مجلة البحوث التجارية** ، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، العدد الثاني، المجلد الثامن والعشرون.

4- < www.lasb.org./internet/internet reporting.htm>25/3/2011.

5- <http://Accounting.Rutgers.Edu/Raw/Fasb/Brrpl.Htm> 1/3/2011.

6- Abdelsalam, O, H; (1999) "The introduction application of international Accounting standards to accounting disclosure regulations of a capital market in developing country: The case of Egypt", Unpublished Desetration1 Heriot-watt university1 Edinburgh.

7- Abd-Elsalam, O. and Weetman, P. (2003) "Introduction International Accounting Standards to An Emerging Capital Market: Relative Familiarity and Language Effect in Egypt", Journal of International Accounting, 1.

8- Al Arussi, A; Selamat, M and Hanefah, M. (2009). Determinants of Financial and Environmental Disclosures through the Internet by Malaysian Companies. Asian Review of Accounting. Vol. 17 No. 11 2009 .

9- Ashbaugh, H; Johnstone, K. M. and Warfield, T.D. (1999), "Corporate Reporting on the Internet", Accounting Horizon, Vol. 13 No. 31 .

10- Bollen, L., Hassink, H. and Bozic, G. (2006) "Measuring and Explaining the Quality of Internet Investor Relations Activities: A Multinational Empirical Analysis", 7.

11- Bonson, E. and Escobar, T. (2006) "Digital Reporting in Eastern Europe: An Empirical Study", International Journal of Accounting, 4.

12- Bury, L. (1999), "On Line and on Time" *Accounting*, August,.

13- Craven, B. and Marston, C. (1999) "Financial Reporting on The Internet by Leading UK Companies", European Accounting Review, 2.

14- Debreceny, R., Gray, G. L. and Rahman, A. (2002) "The Determinants of Internet Financial Reporting", *Journal of Accounting and Public Policy,* 21.

15- Debreceny, R; Gray, G, L. (1999). Financial Reporting on the Internet and External Audit, The European Accounting Review, 8:21.

16- Ettredge, M., Richardson, V. and Scholz, S. (2002) "Dissemination of Information for Investors At Corporate Web Sites", Journal of Accounting and Public Policy, 21.

17- Ferguson, M., Lam, K. and Lee, G. (2002) "Voluntary Disclosure by State-owned Enterprises Listed on The Stock Exchange of Hong Kong", Journal of International Financial Management and Accounting, 2.

18- Fitzsimons, A., &Shoaf V., FASB Studies the Electronic Reporting of Business Information , Commercial Lending Review. 2000.

19- Hindi, N1 M; Rich, J. (2010). "Financial Reporting on the Internet: Evidence from the Fortune ,00", Management Accounting Quarterly, Vol 11, No 21.

20- Hoy, M, G and Lwin, M, O. (2008). An International Perspective of Online Disclosure Presentation: A comparison of Banner Ad Disclosures from United States, United kingdom and Singapore Web Sites, Consum Policy, Vol, 31.

21- Inchausti, B. (1997) "The Influence of Company Characteristics and Accounting Regulation on Information Disclosed by Spanish Firms", European Accounting Review, 1.

22- Jeffrey, G. (2008). Canada's Electronic Reporting Receives Failing Grades, CMA Management, pp.

23- Kelton, A. S. and Yang, Y.- W. , "*The impact of corporate governance on Internet financial reporting* " , Journal of Accounting and Public Policy, vol 27, 2008.

24- Lopes, P. and Rodrigues, L. (2007) "Accounting for Financial Instruments: An Analysis of the Determinants of Disclosure in The Portuguese Stock Exchange", The International Journal of Accounting, 42.

25- Marston, C. (2003), "Financial Reporting on the Internet by Leading Japanese Companies", Corporate Communication: An International Journal, Vo,8 No. 11.

26- Marston, C. and Polei, A. (2004) "Corporate Reporting on The Internet by German Companies", International Journal of Accounting Information Systems, 5.

27- Marston1 C. (2003)1 "Financial Reporting on the Internet by Leading Japanese Companies"1 Corporate Communication: An International Journal1 Vol. 8 No. 11 pp. 23-34.

28- Matherly, C. and Burton, H. (2005) "An Analysis of Corporate Website Disclosure", Management Accounting Research, 2.

29- Owusu-Ansah S. (1998) "The Impact of Corporate Attributes onthe Extent of Mandatory Disclosure and Reporting by Listed Companies in Zimbabwe" The International Journal of Accounting 33.

30- Oyeler, P; Laswad, F. and Fisher, R. (2003), "Determinants of Internet Financial Reporting by New Zealand Companies". Journal ofInternational Financial Management and Accounting, Vol. 14 No. 11.

31- Pirchegger, B. and Wagenhofer, A. (1999) "Financial Reporting on The Internet: A Survey of The Homepages of Austrian Companies", European Accounting Review,vol 2.

32- Richardson, A. and Welker, M. (2001) "Social Disclosure, Financial Disclosure and The Cost of Equity Capital", Accounting Organization Society, 26.

33- Sengupta, P. (1998) "Corporate Disclosure Quality and The Cost of Debt", Accounting Review, 4.

34- Wagenhofer, A. (2003). Economic Consequences of Internet Financia, Reporting, Schmlenbach Business Review, Vol, 55.

35- Xiao, J. Z.1 Dyson, R. J. and Powell, P. L. (1996) "The impact and characteristics of voluntary internet-based disclosures by listed Chinese companies", Journal of Accounting & public policy, vol.23 No. 31.

36- Xiao, J., Yang, H. and Chow, C. (2004) "The Determinants and Characteristics of Voluntary Internet-Based Disclosure by Listed Chinese Companies", Journal of Accounting and Public Policy, 23.