

العوامل المؤثرة في نشر التقارير المالية للشركات المساهمة السعودية عبر الإنترنت دراسة تطبيقية

توفيق عبدالمحسن الخيال

أستاذ مشارك - قسم المحاسبة - كلية الاقتصاد والإدارة
جامعة الملك عبدالعزيز - جدة - المملكة العربية السعودية
(قدم للنشر في ١٠/١١/١٤٢٩هـ وقبل للنشر في ١٣/٣/١٤٣٠هـ)

المستخلص. هدف البحث أساساً إلى دراسة أثر العوامل المتعلقة بطبيعة شركات المساهمة السعودية - وتشمل حجم الشركة، وربحية الشركة، ومديونية الشركة، وطبيعة نشاط الشركة، وملكية الشركة (خاصة أو عامة)، وعمر الشركة - على نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها بواسطة الإنترنت في هذه الشركات، وكذلك التعرف إلى أي مدى تقوم الشركات المساهمة السعودية بالإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٧١ شركة مساهمة سعودية يتم تداول أسهمها في سوق الأسهم السعودي في ٣١/١٢/٢٠٠٧م، وقد تم تطوير نموذج للإفصاح مكون ٦٦ عنصراً مقسمة إلى جزئين، يتناول الجزء الأول منها ٣٠ عنصراً يقاس بها نوعية المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت، ويقاس الجزء الثاني المؤلف من ٣٦ عنصراً أسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها على الموقع الإلكتروني للشركات عينة الدراسة، وقد

تم استخدام اختباري تحليل الارتباط والانحدار الخطي المتعدد. وكان من أبرز نتائج الدراسة وجود اهتمام من قبل معظم الشركات المساهمة السعودية بنوعية المعلومات المالية وغير المالية المفصح عنها على الإنترنت وكذلك أسلوب عرضها في المواقع الإلكترونية، حيث تتراوح نسبة الإفصاح الإلكتروني بين (٤٤%) و(٨٥%) من مجموع المعلومات التي تضمنها النموذج المقترح، ويزداد الإفصاح في البنود المطلوبة إجبارياً وفقاً لمعايير المحاسبة السعودية أو نظام الحكومة، ويقف في البنود التي تقوم الشركات بالإفصاح عنها اختياريًا. وأشارت النتائج أيضاً إلى أن الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت يتحسن مع الزيادة في حجم الشركة، والربحية، والمديونية، ونوعية الصناعة، ولا يتأثر بعمر الشركة أو تملك الحكومة لجزء من رأسمالها، وأن قيمة معامل التحديد R^2 (٣٠,٢%) ارتفعت بشكل ملحوظ عندما تم أخذ جميع المتغيرات المستقلة في نموذج الانحدار الخطي المتعدد.

أولاً: الإطار العام للدراسة

١- مقدمة الدراسة

تعتبر شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) من أهم الاختراعات التي أفادت البشرية في العالم أجمع وبطريقة سريعة وعرض مميز، وتحقق هذه التقنية مزايا جمة على مستوى الأفراد والحكومات والمؤسسات والشركات والمجتمع بشكل عام، وتساعد في توفير الوقت والجهد والمال كما تعزز من الكفاءة والفعالية في اتخاذ القرارات، وتقلل من آثار الحواجز الاجتماعية والجغرافية والزمنية. ولقد ساهمت هذه الفوائد الكثيرة والملموسة في دفع كثير من الحكومات إلى وضع الخطط والبرامج المتقدمة لاستخدام تقنية الإنترنت في مؤسساتها، بل إن كثيراً من الشركات حول العالم تعتمد على هذه التقنية في اتصالاتها وإعلاناتها وتجاريتها وغيرها من الخدمات.

وتوفر الإنترنت بيئة اتصال تساعد على التواصل بين موفر المعلومات والمستفيد منها، فموفر المعلومة قد يكون شخصاً أو جهة تعليمية أو حكومية أو تجارية أو غير ذلك، وكذلك المستفيد قد يكون أيًا من هؤلاء، وقد ساعدت هذه البيئة المرنة وقليلة التكاليف على تطور العديد من التطبيقات الحديثة كالنشر الإلكتروني، والدراسة عن بعد، والمؤتمرات عن بعد وغير ذلك. ومن التطبيقات المهمة التي ساعدت الإنترنت على تحقيقها نشر التقارير المالية للشركات المساهمة إلكترونياً.

وقد تزايد استخدام تكنولوجيا الإنترنت في العقد الماضي في معظم دول العالم المتقدم منه والنامي على حد سواء، وقد أحدثت هذه التقنية ثورة في عالم الاتصالات وأسهمت بشكل كبير في تطوير طرق الإفصاح عن البيانات والمعلومات المالية وغير المالية للمنشآت، وبشكل أكثر كفاءة من الطرق المعتادة للإفصاح التقليدي والتي منها التقرير المالي المطبوع والنشر في الصحف (Debreceny and Rahman, 2005)، ومن أبرز فوائد الإفصاح الإلكتروني^(١) عن بيانات المنشآت المالية وغير المالية بواسطة الإنترنت أنه يمكن المستخدمين الحاليين والمتوقعين من الاستفادة من البيانات المنشورة على الإنترنت (Debreceny et al., 2002)، كما يعمل على إمكانية زيادة كمية المعلومات التي يمكن عرضها للمستفيدين (Ettredge et al., 2001)، ويتميز بالمرونة في تحديد طريقة عرض البيانات المفصّل عنها والمثال على ذلك أنه يمكن للشركات إضافة لمسات صوتية ومرئية إلى مواقعها على الإنترنت (Laswad et al., 2005). وتعتبر الإنترنت أداة مكملة للوسائل التقليدية المستخدمة والتي منها الصحف. وتعمل الإنترنت على تقليل وقت وصول المعلومات

(١) يقصد بالإفصاح الإلكتروني في هذه الدراسة الإفصاح عن البيانات والمعلومات المالية وغير المالية بواسطة الإنترنت.

للمستفيدين، كما تعمل على تخفيض تكافة الطباعة وتوزيع التقارير والبيانات (Sullivan, 1999)، وأخيراً تعمل الإنترنت على توفير المعلومات بشكل ملائم للمستفيدين من خلال التحديث المستمر لمحتويات مواقع الشركات (Debreceeny *et al.*, 2002).

والجدير بالذكر أنه بالرغم من زيادة الاهتمام بالإنترنت كوسيلة من وسائل الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية للشركات، إلا أنه مازالت هناك بعض الصعوبات تواجه هذه التقنية الحديثة، منها على سبيل المثال: توفير الاتصال بالإنترنت بسهولة للراغبين به (Jones and Xiao, 2004)، وثقافة المجتمع المتعامل مع هذه التقنية الحديثة (Ettredge *et al.*, 2001)، والتكلفة التي تتحملها الشركات لعمل مواقع على الإنترنت، وعمل التحديث المستمر لهذه المواقع (Xiao *et al.*, 2004)، وأخيراً رؤية الإدارة لأهمية هذه التقنية الحديثة (Laswad *et al.*, 2005).

وتشهد بيئة الأعمال في المملكة العربية السعودية حالياً العديد من أشكال النشر والإفصاح الإلكتروني للتقارير المالية على مواقع الشركات المساهمة عبر شبكة الإنترنت حرصاً منها للحصول على مميزات الإنترنت في التوزيع المباشر والوقتي والسهل والسريع لمعلوماتها المالية للأطراف المستفيدة خاصة المستثمرين الحاليين والمحتملين والمقرضين وأصحاب المصالح، وذلك لمقابلة الطلب المتزايد منهم على المعلومات المالية وغير المالية والتي يتم الإفصاح عنها عبر الإنترنت. وهكذا يُمكن أن يحقق الإفصاح الإلكتروني أقصى منافع ممكنة، وذلك بتكاليف تعتبر ملائمة في ظل الانخفاض المستمر في تكاليف التقنيات المتعلقة بالمعلومات، ونتيجة لذلك اعتبره كثير من الباحثين إضافة هامة لممارسات الإفصاح التقليدية.

وبالرغم من أن الشركات المساهمة في المملكة العربية السعودية تعمل على مواكبة التكنولوجيا المتقدمة بإنشاء مواقع لها على الإنترنت تقوم من خلالها بنشر تقاريرها وبياناتها ونشاطاتها على هذه المواقع لتعريف المستفيدين على اختلافهم بكل ما يهمهم لاتخاذ قراراتهم المناسبة، إلا أن الإفصاح الإلكتروني عبر الإنترنت لا تحكمه حتى الآن معايير محاسبية، حيث لم تصدر الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين (SOCPA) حتى الآن معياراً محاسبياً ملزماً ينظم الإفصاح عن التقارير المالية عبر شبكة الإنترنت، ونتيجة لذلك صاحب التوسع في النشر الإلكتروني تنوعاً في ممارسات الإفصاح بصورة مؤثرة على إمكانية المقارنة، ولقد ظهر التنوع في ممارسات الإفصاح الإلكتروني في كل من محتوى الموقع من حيث نوعية المعلومات المالية وغير المالية المفصح عنها، وكذلك أسلوب عرض هذه المعلومات في المواقع الإلكترونية للشركات.

وقد اهتمت أدبيات المحاسبة بدراسة الإفصاح عن التقارير المالية بواسطة الإنترنت وأهميته، وكذلك دراسة العلاقة بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت في الشركات، والعوامل التي تؤثر في مستوى هذا الإفصاح وأسلوبه. وينوه الباحث إلى أنه على الرغم من إجراء العديد من الدراسات في هذا الشأن في كثير من الدول بوجه عام والدول الصناعية على وجه خاص، إلا أن هناك ندرة في الدراسات المحاسبية التطبيقية التي تناولت هذه العلاقة في الشركات المساهمة في المملكة العربية السعودية، ويرى الباحث أهمية هذا النوع من الدراسة في المملكة العربية السعودية نظراً لوجود حاجة ماسة لتوفير المعلومات المالية المناسبة في توقيت ملائم لاتخاذ قرارات اقتصادية رشيدة في شركات تتصف بالضخامة في رؤوس الأموال، وفي سوق أسهم يعتبر من أكبر الأسواق المالية الناشئة في العالم من حيث القيمة السوقية للأسهم.

ومن خلال ما سبق عرضه تتبلور مشكلة البحث في دراسة أثر العوامل المتعلقة بطبيعة شركات المساهمة السعودية وتشمل: حجم الشركة، وربحية الشركة، ومديونية الشركة، وطبيعة نشاط الشركة، وملكية الشركة (خاصة أو عامة)، وعمر الشركة على نوعية وأسلوب عرض المعلومات المالية وغير المالية المفصح عنها بواسطة الإنترنت، بالإضافة إلى إبراز أهمية هذا النوع من الإفصاح والتعرف إلى أي مدى تقوم الشركات المساهمة في المملكة العربية السعودية بالإفصاح عن التقارير المالية، وأسلوب عرضها بواسطة الإنترنت، وذلك لما ينطوي عليه من تعزيز الاستفادة بالنسبة لمستخدمي هذه المعلومات.

٢- هدف الدراسة

تهدف الدراسة أساسًا إلى دراسة أثر العوامل المتعلقة بطبيعة الشركات المساهمة السعودية - وتشمل حجم الشركة، وربحية الشركة، ومديونية الشركة، وطبيعة نشاط الشركة، وملكية الشركة (خاصة أو عامة)، وعمر الشركة - على نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت في هذه الشركات. ويتفرع من هذا الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

١- تسليط الضوء على أهمية الإفصاح الإلكتروني من خلال سرد نظري لبعض الدراسات السابقة في هذا المجال.

٢- التعرف على أي مدى تقوم الشركات المساهمة في المملكة العربية السعودية بالإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت.

٣- فرضيات الدراسة

في ضوء طبيعة المشكلة وما هو مستهدف من دراستها يقترح الباحث الفروض التالية:

١- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية وحجم الشركة.

٢- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية وربحية الشركة.

٣- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية ومدى ربحية الشركة.

٤- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية وطبيعة نشاط الشركة.

٥- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية وملكية الشركة (خاصة أو عامة).

٦- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية وعمر الشركة.

٧- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية و/أو حجم الشركة و/أو الربحية و/أو المديونية و/أو وملكية الشركة (خاصة أو عامة) و/أو طبيعة النشاط و/أو عمر الشركة.

٤- أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة للاعتبارات التالية:

- ١- تعزيز المساحة المعرفية لموضوع الإفصاح الإلكتروني باعتباره واحداً من مجالات التطوير في المحاسبة المالية في الوقت الحاضر.
- ٢- ندرة الأبحاث العلمية والدراسات المتخصصة التي قامت بدراسة العلاقة بين العوامل المتعلقة بطبيعة الشركات المساهمة السعودية والإفصاح الإلكتروني حيث لم يلق اهتماماً كافياً في الكتابات المحاسبية في المملكة العربية السعودية.
- ٣- التنمية والتطور السريع الذي يعيشه الاقتصاد السعودي في الوقت الحاضر وحجم السيولة الكبير الباحث عن الاستثمار لدى الأفراد.
- ٤- النمو المتزايد، وخصوصاً في السنوات القليلة الماضية، في عدد الشركات المساهمة السعودية وضخامة الأموال المستثمرة فيها.
- ٥- النمو الهائل في عدد المستثمرين الذين يملكون محافظ استثمارية يتم الاستثمار بواسطتها في سوق الأسهم السعودي.
- ٦- تزايد استخدام الإنترنت من قبل الشركات والأفراد وتعاضم الحاجة إلى مزيد من الشفافية في التقارير المالية.
- ٧- نشر التقارير المالية على الإنترنت يساعد المستثمرين وأصحاب المصالح على اتخاذ قراراتهم بكفاءة أكبر، حيث تعمل

الإنترنت على توفير المعلومات المالية وغير المالية في وقت أسرع ولشريحة أكبر من الذي تقدمه طرق الإفصاح التقليدية.

٥- منهج الدراسة

تم الاعتماد في الجانب النظري لهذه الدراسة على المنهج الاستقرائي، حيث يتم مسح نظري لأهم الكتابات التي تناولت الإفصاح الإلكتروني عن التقارير والمعلومات المالية وغير المالية على الإنترنت، بهدف بناء الإطار الفكري للدراسة وتحديد متغيرات الدراسة الملائمة، وعلى المنهج التطبيقي حيث تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى في الدراسة التطبيقية على ضوء نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصَح عنها على الإنترنت والتي رأى الباحث أهميتها، واختبار أثر تلك المتغيرات على نموذج الإفصاح المقترح لعينة من الشركات المساهمة السعودية، ومن ثم القيام بتحليل نتائج الدراسة وتقديم تفسيرات علمية لها ومقارنتها بما سبق التوصل إليه في الدراسات السابقة، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة.

٦- محددات الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة في إطار المحددات التالية:

١- اقتصرَت الدراسة على إحدى وسبعين (٧١) شركة مساهمة سعودية تعد قوائمها المالية في ٣١ / ١٢ / ٢٠٠٧م، وموزعة على جميع القطاعات باستثناء قطاعي البنوك والتأمين لطبيعة نشاطهما الخاصة.

٢- تم استبعاد الشركات المساهمة التي لا تملك مواقع لها على الإنترنت أو مازالت تعمل على إنشاء هذه المواقع.

٣- تم الاعتماد على المؤشرات لقياس مستوى الإفصاح الإلكتروني.

٤- نتائج الدراسة محدودة بمجتمع وعينة الدراسة، ومن المحتمل عدم انطباقها على شركات أخرى أو فترة زمنية مختلفة.

ويرى الباحث أن هذه المحددات لن تقلل من أهمية هذه الدراسة على اعتبار أن النتائج التي تم التوصل إليها ربما تقدم للباحثين والجهات ذات العلاقة تصورا معقولا عن مدى الإفصاح الإلكتروني للشركات المساهمة السعودية، وأثر العوامل المتعلقة بطبيعة هذه الشركات على نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت.

٧- خطة الدراسة

في ضوء منهج البحث والأهداف المحددة مسبقاً سوف تم تقسيم خطة الدراسة إلى سبعة أجزاء على النحو التالي:

أولاً: الإطار العام للدراسة.

ثانياً: الإطار النظري للإفصاح الإلكتروني.

ثالثاً: أثر الإفصاح الإلكتروني على جودة المعلومات المحاسبية.

رابعاً: العوامل المرتبطة بخصائص الشركات وأثرها على الإفصاح الإلكتروني.

خامساً: الدراسات السابقة.

سادساً: الدراسة التطبيقية.

سابعاً: نتائج الدراسة والتوصيات.

ثانياً: الإطار النظري للإفصاح الإلكتروني

يقصد بالإفصاح الإلكتروني: قيام الشركة بنشر كل أو بعض البيانات والمعلومات المالية وغير المالية المتعلقة بها في موقعها الإلكتروني. ويطلق على الإفصاح الإلكتروني للتقارير المالية في أدبيات

المحاسبة العديد من التسميات مثل التوزيع الإلكتروني للتقارير المالية، أو النشر الإلكتروني للتقارير المالية، أو التقرير المالي الرقمي. ويتفاوت محتوى التقارير المالية المنشورة على الإنترنت تفاوتاً واضحاً من حيث نوعية هذه المعلومات، وكذلك أسلوب عرضها في الموقع، هذا التنوع في المعلومات المفصّل عنها على مواقع الشركات يشمل على سبيل المثال صوراً مشابهة للتقرير المالي المطبوع، أو القوائم المالية الكاملة ولكن بدون تفسيرات أو إيضاحات ملحقّة بها، أو ملخص للمعلومات الموجودة في القوائم المالية، أو إضافة معلومات جديدة غير متوافرة في التقرير الورقي مثل: النسب المالية، والإحصاءات، والمبيعات الشهرية أو الأسبوعية، وآخر سعر للسهم، وتقارير المحللين، والإفصاح عن المعلومات المالية بأشكال مختلفة مثل استخدام مبادئ محاسبية لدول أخرى، أو استخدام عملات نقدية أخرى، وكذلك إرفاق تقرير المراجع الخارجي (العتيبي، ٢٠٠٥م).

وتتفاوت مواقع الشركات أيضاً في وسائل وإمكانيات عرض المعلومات المالية من وسائل مقيدة للنشر -لا يمكن ربط البيانات المنشورة مع بيانات أخرى متعلقة بها- إلى وسائل وأدوات متطورة تسمح بتحويل وربط النصوص والإفصاح عن المعلومات المحاسبية. وتعتبر لغة التقرير المالي الموسع (XBRL) لغة إلكترونية يمكن استخدامها لتهيئة التقارير المالية من أجل نقلها وتبادلها ونشرها عبر الإنترنت من خلال الحاسبات الآلية لمستخدمي الشبكة، واعتبر مجمع المحاسبين القانونيين الأمريكي (AICPA) أن لغة التقرير المالي ستصبح اللغة الرقمية للأعمال، فهي تمثل إطاراً عاماً يمكن الاعتماد عليه في إعداد ونشر التقارير المالية في صيغ متنوعة تمكن من تبادل وتحليل

المعلومات التي تتضمنها، وبذلك تسمح بوصول المعلومات إلى أكبر قاعدة من المستثمرين والعملاء في وقت ملائم، كما ستمكن هذه اللغة من عمليات التبادل الآمنة والاستخلاص الموثوق للمعلومات المالية، كما تساعد هذه اللغة أيضاً في تصنيف البيانات المالية بشكل يسمح بإمكانية إجراء المقارنات رأسياً وأفقياً، بالإضافة إلى تخفيض تكاليف إعداد ونشر التقارير المالية (يوسف، ٢٠٠٧م).

وتتميز تقنية الإنترنت بإمكانيات متقدمة تسمح باستخدام الصوت والصورة والفيديو، حيث يمكن إذاعة صورة حية من الاجتماعات والمؤتمرات مع إمكانية المشاركة فيها، كما تعمل الروابط (Hyperlinks) على تكامل أجزاء التقرير المالي مع معلومات أخرى وثيقة الصلة بها على نفس الموقع أو على مواقع أخرى، كما تؤدي إمكانية إنزال البيانات إلى حاسب المستخدم في تخفيض تكاليف ووقت الحصول على البيانات وتجميعها وتحليلها، كما تمكن هذه التقنية وبدرجة عالية من إيجاد التفاعل المتبادل بين الشركة والمستخدم مما يمكن الشركة من توفير المعلومات التي تتفق مع الاحتياجات المختلفة للمستخدمين المتنوعين (FASB, 2000, IASC, 1999, Westarp et al., 1999).

وقد تم تقسيم مراحل التطور للإفصاح الإلكتروني بواسطة لجنة معايير المحاسبة الدولية (IASB) إلى ثلاث مراحل يمكن تلخيصها على النحو التالي: المرحلة الأولى، وفيها تم البدء في إنشاء مواقع إلكترونية للشركات، وتم فيها استخدام تكنولوجيا الإنترنت كأحد الوسائل المستخدمة لنشر التقارير المالية، ومن أبرز ملامح هذه المرحلة قلة عدد الشركات وعدم انتظام عملية النشر. وتتسم المرحلة الثانية بتزايد عدد الشركات التي تملك مواقع إلكترونية خاصة بها، وتم استخدام هذه التقنية بشكل

واسع في نشر التقارير المالية المشابهة إلى حد كبير للتقارير المالية المطبوعة. وفي المرحلة الثالثة ازدادت كمية المعلومات المالية وغير المالية المنشورة على الإنترنت بصورة أكبر من التقارير المالية المطبوعة بالإضافة إلى استخدام طرق متطورة في عرض هذه المعلومات.

وقد تم تصنيف التقارير المالية المنشورة على الإنترنت من وجهه نظر مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB) إلى قسمين:

١- 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... الخ.

٢- طريقة عرض المعلومات، ويقصد به 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... الخ.

وقد قام (FASB) بتقسيم الإفصاح الإلكتروني في مواقع الشركات إلى أربعة مستويات تشمل:

- ١- شركات لا تنشر أي معلومات مالية أو تقارير مالية.
- ٢- شركات تنشر جزءاً مختصراً من التقارير المالية، وهذه المعلومات المفصّل عنها أقل من كمية المعلومات الموجودة في التقارير المالية المطبوعة.

٣- شركات تنشر على موقعها الإلكتروني نفس كمية المعلومات الموجودة في التقارير المالية المطبوعة.

٤- شركات تنشر على موقعها الإلكتروني كمية معلومات أكثر من المعلومات الموجودة في التقارير المالية المطبوعة.

وبنفس الطريقة قام (FASB) بتقسيم أسلوب عرض المعلومات المالية وغير المالية في مواقع الشركات إلى ثلاثة مستويات تشمل:

١- لا يوجد موقع إلكتروني للشركة.

٢- استخدام طريقة العرض الثابتة، ويقصد به أن تعرض المعلومات بطريقة لا يمكن التصرف أو التغيير فيها.

٣- طريقة العرض المتحركة (Dynamic)، حيث يتم استخدام تقنيات متطورة تسمح على سبيل المثال بإمكانية تحميل المعلومات، واستخدام تقنية الصوت... الخ.

ويمكن من واقع استقراء أدبيات المحاسبة التي تناولت موضوع نشر التقارير المالية للشركات عبر الإنترنت تلخيص أهم المزايا والعيوب المصاحبة للإفصاح الإلكتروني كما يلي:

أ- مزايا الإفصاح الإلكتروني

١- توفير المعلومات الملائمة للمستفيدين من خلال التحديث المستمر لمحتويات الموقع.

٢- تحقيق خاصية التوقيت الملائم.

٣- يعد أداة مكملة للوسائل التقليدية المستخدمة من قبل الشركات.

٤- الوصول إلى قطاعات واسعة من المستفيدين من المعلومات المحاسبية ليشمل المستثمرين الحاليين والمرتقبين.

- ٥- زيادة حجم ونوعية وسرعة المعلومات المعروضة إلكترونياً.
- ٦- تخفيض تكاليف طباعة وتوزيع التقارير المالية.
- ٧- التقليل من الوقت المهدر لوصول المعلومات للمستخدمين.
- ٨- إمكانية عرض البيانات بالوسائل السمعية والمرئية وإنزالها من الشبكة وتحليلها بأشكال متنوعة.
- ٩- توفير إمكانية إجراء المقارنات ودعم القرارات عن طريق استخدام روابط مواقع "الإنترنت" في دمج أقسام عديدة من التقارير المالية المنشورة على الشبكة مع العديد من المعلومات الأخرى المتعلقة بها في مواقع أخرى.

ب- عيوب الإفصاح الإلكتروني

- ١- قد يحمل المنشأة تكاليف أعلى من المنافع المتوقعة منه، وهذه التكاليف تشمل عادة تكاليف إنشاء الموقع على الشبكة، وتكاليف صيانة الموقع وتحديث صفحات الموقع المتضمنة التقرير المالي الإلكتروني، وتكاليف ممارسة المهام المحاسبية من خلال المواقع على الشبكة من جانب مزود الخدمة.
- ٢- عدم توافر ضوابط الأمن الكافية للبيانات والمعلومات المعروضة على الشبكة خصوصاً مشكلة حماية الخصوصية، وبالتالي إجماع بعض الشركات عن تطبيق الإفصاح الإلكتروني لمخاطر واحتمالات فقد المنافسة.
- ٣- تهديدات الفيروسات الإلكترونية.
- ٤- الحمل الزائد من المعلومات والتي قد تكون في غير حاجة المستخدم.
- ٥- اعتماد لغة قد تكون غير واضحة وغير ملائمة لجميع المستخدمين.

ثالثاً: أثر الإفصاح الإلكتروني على جودة المعلومات المحاسبية

يحقق مبدأ الإفصاح أهدافه عندما يسهم في توفير معلومات تتصف بمقاييس جودة ملائمة تتمثل في خصائص أساسية تشمل ملائمة المعلومات وإمكانية الاعتماد عليها، وخصائص ثانوية تشمل الثبات وإمكانية المقارنة، وسيقوم الباحث بالتطرق لهذه الخصائص فيما يلي:

١- **الملاءمة**، ويقصد بها أن تكون المعلومات المحاسبية قادرة على التأثير في القرار وذلك بتحسين قدرة المستخدم على التنبؤ والتقويم، وأن تكون متاحة في الوقت المناسب لاتخاذ القرار. وتعتبر المعلومات ملائمة أو ذات علاقة وثيقة بقرار معين إذا كانت تساعد من يتخذ القرار على تقويم محصلة إحدى البدائل التي يتعلق بها القرار، شريطة توافر الخصائص الأخرى التي تنتم بها المعلومات المفيدة، وقد أشارت مفاهيم المحاسبة المالية الصادرة عن الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين إلى أن إعلان القوائم المالية في التوقيت الملائم يعد من المعايير الهامة التي تؤثر في منفعة المعلومات المحاسبية (الفقرة ٣٢٦، ١٩٩٧م)، كما أشارت دراسة (Hongjiang, 2003) إلى أن خاصية التوقيت الملائم هي أهم العوامل التي تؤثر في جودة المعلومات المحاسبية المنشورة، ويعتبر التوقيت غير الملائم للتقارير المالية محددًا هامًا على التقليل من منفعة هذه التقارير عند اتخاذ القرارات، مما يؤدي إلى البحث عن مصادر معلومات أخرى بديلة مثل الاتجار الداخلي في المعلومات والتسريبات والإشاعات، وبالتالي يستطيع قلة من المستثمرين تحقيق أرباح غير عادية في سوق الأوراق المالية (الميهي، ٢٠٠٦م).

كما أشارت الكثير من الدراسات - ومنها على سبيل المثال (Bollen et al., 2006, Marston and Polei, 2004) - إلى أن الإفصاح الإلكتروني

يدعم القدرة التنبؤية والتقويمية للمستثمرين والدائنين والأطراف المستفيدة الأخرى على اتخاذ قرارات الاستثمار ومنح الائتمان وغيرها من القرارات الاقتصادية بكفاءة أكبر، نظراً لإمكانية توفير معلومات إضافية في موقع الشركة تمنح متخذي القرارات رؤية أفضل وأشمل للأداء الاقتصادي والاجتماعي للشركة. ومن ناحية أخرى يتميز الإفصاح الإلكتروني بالوقتية التي تعد من أهم عناصر تحقيق ملائمة المعلومات المحاسبية المنشورة في اتخاذ القرارات الاقتصادية، وبالتالي تعمل على تحسين فعالية وجودة المعلومات المحاسبية الواردة في التقارير المالية، فاستخدام تقنية الإنترنت في نشر التقارير المالية يمكن الشركات من نشر أحدث المعلومات المالية في صورة تقرير ربع سنوي، وآخر تقرير مؤقت، وآخر سعر للسهم وغيرها من المعلومات لمساعدة متخذي القرارات في الحصول على المعلومة في وقت أسرع، وبالتالي إلى تعزيز الفائدة المرجوة من استخدام هذه المعلومات المالية وغير المالية في اتخاذ القرارات الاقتصادية المختلفة، كما تمكن هذه التقنية الشركات من سرعة تحديث بياناتها على المواقع الخاصة بها وبشكل يومي وبأسلوب متقدم إما بشكل نص أو بشكل صوتي أو بعرض فيديو.

٢- إمكانية الاعتماد على المعلومات أو درجة الثقة بها، حيث يمكن الاعتماد على المعلومات المالية في اتخاذ القرارات الاقتصادية متى كانت تعبر بصدق عن الظواهر التي يفترض أن تعبر عنها، وأن تكون هذه المعلومات أيضاً قابلة للإثبات وأنه في الإمكان التحقق من سلامتها، وأن تتصف بأكبر قدر ممكن من الحياد في القياس والإفصاح، وتتعزيز الثقة بالمعلومات المالية عندما يتم فحصها من قبل مراجع مستقل، حيث يوفر المراجع رأياً مستقلاً بشأن عدالة الأرقام المقرر عنها

بالقوائم المالية وفقاً لمبادئ المحاسبة المتعارف عليها، والتي لا يمكن في كثير من الأحيان لأصحاب المصالح التحقق منها (أبو العزم، ٢٠٠١م).

وقد أوضحت نتائج الدراسات السابقة - ومنها على سبيل المثال (Gray and Debreceeny, 1997)- بعض المشاكل حول مصداقية المعلومات المنشورة على الإنترنت وأهمها فيما يلي:

١- نشر بعض الشركات معلومات مالية غير خاضعة لفحص المراجع وغير معدة وفق المعايير المحاسبية.

٢- الربط بين القوائم المالية المدققة وغير المدققة مما يؤدي إلى التشويش على مستخدمي تلك القوائم وعدم التفرقة بينهما.

٣- قيام بعض الشركات بعرض معلومات جزئية أو ملخصة، قد يؤدي بمستخدمي المعلومات إلى فهم خاطئ للوضع المالي للشركة نتيجة عدم رؤيتهم لتفاصيل البيانات المالية.

٤- قيام بعض الشركات بإعادة صياغة قوائمها المالية بطريقة قد تؤدي إلى تغيير الرسالة التي يريد المراجع توصيلها إلى المستثمرين وأصحاب المصالح.

٥- عرض معلومات اختيارية خارج نطاق القوائم المالية المعدة وفقاً لمبادئ المحاسبة المتعارف عليها، وفي الغالب تكون هذه المعلومات غير صادقة ومنحازة لصالح إدارة الشركة.

وقد ظهرت محاولات عديدة من قبل الباحثين والهيئات المحاسبية للتغلب على مشاكل مصداقية المعلومات المنشورة عبر الإنترنت، ومن أهم الإجراءات المقترحة لإضفاء المصداقية للمعلومات ما يلي:

١) وضع الشركات لعلامات إلكترونية تخبر المستخدم عند الانتقال من القوائم المالية المدققة إلى القوائم غير المدققة وعند الخروج عن نطاق القوائم المالية (أبو العزم، ٢٠٠١م).

٢) وضع عبارات تصف التنسيق المتبع في عرض المعلومات وتبين كيف يتم تحديثها.

٣) قيام بعض الشركات بإضافة برامج ذكية في موقع الشركة لتسهل للمستخدم الحصول على المعلومة الدقيقة والملائمة له (Baldwin and Williams, 1999).

٤) استخدام بعض الشركات للوسائل الرقابية الحديثة لأمن المعلومات وحماية تقرير المراجع، مثل استخدام التوقيع الرقمي من قبل الشركة المدققة ومراقبة موقع الشركة بشكل دوري من قبل المراجع لضمان مصداقية المعلومات الواردة فيه (Stevens, 1999).

٥) منع التزييف في تقرير المراجع بأن يكون التقرير في موقع الشركة المدققة وأن يكون هناك رابط بين موقع الشركة وموقع العميل (Debreceeny and Gray 1999).

٦) أن ينص العقد بين المراجع والعميل على ما إذا كان العميل ينوي نشر التقارير المالية على الإنترنت وتحديد عناوين المواقع التي سيتم فيها النشر (أبو العزم، ٢٠٠١م).

٣- إمكانية المقارنة والثبات، ويتطلب ذلك الثبات في تطبيق المبادئ والسياسات المحاسبية، وذلك بهدف تحديد وتفسير أوجه الشبه والاختلاف عن طريق إيجاد العلاقة بين نوعين من المعلومات والأرقام بين نتائج الفترات لنفس الوحدة المحاسبية، وهو ما يعرف بالثبات، أو

المقارنة بين نتائج الوحدات المحاسبية المختلفة وهو ما يعرف بإمكانية المقارنة، وقد أدى غياب القواعد والإرشادات المنظمة للإفصاح الإلكتروني إلى حرية اختيار إدارة كل شركة للمعلومات التي ترغب في نشرها على موقعها الإلكتروني، كما أن تغير محتوى الموقع من فترة إلى أخرى مع عدم الإبقاء على المعلومات القديمة يؤدي إلى قصور في تطبيق خاصيتي إمكانية المقارنة والثبات.

ويرى الباحث أن الإفصاح الإلكتروني أحدث نقلة نوعية كبيرة في ملاءمة المعلومات المالية وقدرتها على التأثير في اتخاذ القرارات من حيث وقتية المعلومات المنشورة وما تضيفه لمستخدميها في إجراء التنبؤات وإمكانية التحقق عن الأحداث الماضية والحاضرة والمستقبلية. وفي المقابل فإن إمكانية الاعتماد على المعلومات المالية أو درجة الثقة بها تواجه الكثير من الانتقادات حيث أتاح الإفصاح الإلكتروني العديد من الممارسات التي أثرت على مصداقية هذه المعلومات ودرجة الثقة بها على الرغم من الحلول التي قدمت من الباحثين والهيئات المهنية ولكنها تحتاج إلى المزيد من البحث والدراسة، أما فيما يتعلق بخصوصية إمكانية المقارنة والثبات فإن عدم وجود تنظيم واضح وفعال للإفصاح عبر الإنترنت أدى إلى تنوع وتفاوت في ممارسات الإفصاح على مواقع الشركات وبالتالي صعوبة إجراء المقارنات بين المعلومات المالية للشركات المختلفة ولنفس الشركة في فترات زمنية مختلفة.

رابعاً: العوامل المرتبطة بخصائص الشركات وأثرها على الإفصاح الإلكتروني

تعرضت أدبيات المحاسبة إلى العوامل المؤثرة في الإفصاح الإلكتروني، وتشمل العوامل المرتبطة بخصائص الشركات، وكذلك العوامل الأخرى المرتبطة بالظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية

في المجتمع، وفي هذه الدراسة يهدف الباحث لمعرفة أثر العوامل المتعلقة بطبيعة شركات المساهمة السعودية على نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت، هذه العوامل تشمل حجم الشركة، وربحية الشركة، والمديونية، وملكية الشركة (خاصة أو عامة)، وطبيعة نشاط الشركة، وعمر الشركة، ويمكن تناولها على النحو التالي:

١ - حجم الشركة

أشار عدد من الدراسات السابقة إلى أن حجم الشركة له دور بارز وفعال كمتغير يفسر الاختلاف في نوعية وأسلوب عرض المعلومات المالية وغير المالية في المواقع الإلكترونية للشركات، حيث أظهرت معظم هذه الدراسات وجود علاقة معنوية موجبة بين حجم الشركة والإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت (Craven and Marston, 1999, Ettredge *et al.*, 2002, Matherly and Burton, 2005, Bonson and Escobar, 2006, Lopes and Rodrigues, 2007)، 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، وعلاوة على ذلك فإنه كلما كبر حجم الشركة تعقدت وتشعبت أعمالها وازدادت الضغوط السياسية والاجتماعية لأجل إجراء بعض التحويلات لثروة هذه الشركات في شكل إسهامات اجتماعية وبيئية تعود على المجتمع بالرفاهية، وبالتالي تظهر الحاجة الماسة إلى إفصاح أكبر لمعلومات تساعد المستثمرين وأصحاب المصالح والمجتمع ككل لاتخاذ قرارات اقتصادية رشيدة.

ويمكن أن يقاس حجم الشركة باستخدام أكثر من مؤشر، ومن أشهرها استخدام رقم إجمالي الأصول في نهاية السنة (Owusu-Ansah, 2000)، أو رقم المبيعات (Andrikopoulos and Diakidis, 2007)، أو استخدام القيمة السوقية للشركة في تاريخ معين (Marston and Polei, 2004). وسيقوم الباحث باستخدام اللوغاريتم الطبيعي (Natural log) لإجمالي القيمة السوقية للشركات المساهمة السعودية في تاريخ ٢٠٠٧/١٢/٣١ كمؤشر لقياس حجم شركات عينة الدراسة.

٢- ربحية الشركة

يرى (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. ويعتقد كل من (Lev and Penman, 1990) أن الشركات التي تحقق خسائر تكون في العادة غير راغبة في تقديم إفصاح أكثر مما تتطلبه المعايير والقوانين والهيئات المحاسبية، ويشير الجبر (٢٠٠٦م) إلى أن الشركات الخاسرة لديها الرغبة في تأخير الإعلان عن الأنباء السيئة للتخفيف من تبعات هذه الأنباء على المستثمرين، وكذلك للحاجة إلى مزيد من الوقت لإجراء المفاوضات مع الدائنين للخروج بأفضل الصيغ الملائمة لوضع الشركة. ويرى الباحث أن تقنية الإنترنت تقدم خدمة متميزة للشركات الرابحة لتحقيق المزيد من الإفصاح من حيث النوعية وأسلوب العرض وذلك من خلال الإفصاح الإلكتروني، وسوف يتم قياس متغير الربحية من خلال احتساب العائد على السهم.

٣- مديونية الشركة

يرى بعض الباحثين أن زيادة المديونية في الشركات المساهمة قد تكون عائقاً أمام التوسع في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية والاكتفاء بالإفصاح الإلزامي، ويعزى 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 والتعثر المالي نتيجة لزيادة المديونية إلى عدم وجود الحافز للتوسع في الإفصاح الاختياري والذي يعد الإفصاح الإلكتروني أحد صورته (Abd Elsalam and Weetman, 2003, and Lopes and Rodrigues, 2007).

وفي المقابل يرى بعض الباحثين 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 (Bollen *et al.*, 2006). ويؤكد سنجبتا (Sengupta, 1998) في النتائج التي توصل إليها في دراسته أن التوسع في الإفصاح يؤدي إلى انخفاض في تكلفة الحصول على الديون، وهذه النتيجة عززتها دراسة ريتشارد و ولكر (Richardson and Welker, 2001) حيث توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين مديونية الشركة والتوسع في الإفصاح. ويستخلص الباحث من آراء هذا الفريق من الباحثين أنه كلما زادت مديونية الشركة كلما تحسنت نوعية وأسلوب عرض المعلومات المالية في المواقع الإلكترونية للشركات، وسوف يتم اختبار اتجاه هذه العلاقة عن طريق قياس المديونية على أساس نسبة إجمالي المطلوبات إلى إجمالي الأصول.

٤ - طبيعة النشاط

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 نتيجة للخصائص الذاتية لبعض الأنشطة وتعتبره قيماً على الممارسة المحاسبية المتبعة. وتختلف الآراء في أدبيات المحاسبة حول تأثير نوع الصناعة على الإفصاح الإلكتروني عبر الإنترنت حيث أشارت دراسات كل من (Inchausti, 1997, and Ferguson *et al.*, 2002) على وجود علاقة بين نوع الصناعة والإفصاح الإلكتروني، في حين لم تثبت هذه العلاقة دراسة (Craven and Marston, 1999)، وربما من المفيد في هذا السياق الإشارة إلى الدراسة التي قام بها كل من (Xiao *et al.*, 2004) والتي توصلت إلى وجود علاقة بين نوع الصناعة والإفصاح الإلكتروني خصوصاً في الشركات المتخصصة في مجال التقنية، ويعزو الباحثون هذه النتيجة إلى الخبرات المتراكمة لهذه الشركات في مجال التقنية ولوجود الحافز لديها لهذا النوع من الإفصاح وطريقة عرضه لإثبات تميزها في هذا المجال، وسيقوم الباحث في هذه الدراسة باختبار الفرض الذي يتضمن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت وطبيعة نشاط الشركة.

٥ - ملكية الشركة (خاصة أو عامة)

يعتبر تملك حكومة المملكة العربية السعودية لنسب متفاوتة في رأس مال بعض شركات المساهمة (تقدر في الوقت الحاضر بـ ٢٨ شركة)

من الخصائص المميزة للسوق المالي السعودي، وتتمثل هذه الملكية في صورة استثمارات بواسطة الصناديق الاستثمارية التي تملكها الدولة، ويعد الهدف الرئيس لتوجه الحكومة للاستثمار في شركات مساهمة محددة من قطاعات مختلفة وقت تأسيسها هو الرغبة في تشجيع الأفراد والمؤسسات على الاستثمار ومنحهم الثقة في قوة الاقتصاد المحلي عن طريق ضمان حد أدنى للعوائد على هذه الأسهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى لارتباط هذه الشركات بتقديم خدمات أساسية للمجتمع تسعى الحكومة لتقديمها بأسعار محددة. وتسعى الحكومة السعودية في الوقت الحاضر إلى تخفيض نسبة ملكيتها في هذه الشركات بغرض إعطاء الفرصة لشرائح أكبر من القطاع الخاص وتشجيعها على المشاركة في عملية التنمية الاقتصادية وخلق فرص استثمارية جديدة لهم.

ويرى بعض الباحثين (Nazli and Pauline, 2006) أن هذه النوعية من الشركات والتي تملك الحكومة نسبة من أسهمها تتعرض لضغوط أكبر من غيرها من الشركات لتحقيق المزيد من الإفصاح والتوسع فيه نظرا لمسؤولية الحكومة التي تتجاوز المساهمين لتشمل المجتمع ككل. وفي هذا الاتجاه يرى (Eng and Mak, 2003) أن الشركات المملوكة جزئياً للحكومة تهدف في المقام الأول إلى تحقيق الرفاهة للمجتمع وبالتالي تقوم بإفصاح أكبر لخدمة المساهمين والمجتمع مقارنة مع الشركات المساهمة التي تعد الربحية أهم أهدافها، وفي الاتجاه الآخر يرى (Naser and Nuseibeh, 2003) أن الشركات التي تملك الحكومة جزءاً منها ليس لديها الحافز للتوسع في الإفصاح نظراً لخضوعها للمراقبة من جهات حكومية مختلفة، ولضمان البعض الآخر لعائد ثابت لمساهميها، وبناءً على ما سبق، سيقوم الباحث في هذه الدراسة باختبار الفرض الذي

يتضمن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وملكية الحكومة للشركة.

٦- عمر الشركة

وفقاً لنظرية منحى التعلم، فإن الخبرة تلعب 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. ويرى الباحث أن إعداد التقارير المالية والممارسات المحاسبية المرتبطة بها تتأثر بالخبرات والتجارب التي تملكها 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 لديها الثقة لتقديم المزيد من الإفصاح عما هو مطلوب نظاماً، وسوف يتم قياس عمر الشركة في هذه الدراسة عن طريق تقسيم الشركات المرشحة للدراسة إلى قسمين، القسم الأول للشركات التي مضى على تأسيسها أكثر من خمس سنوات، والقسم الثاني للشركات التي مضى على تأسيسها أقل من خمس سنوات.

خامساً: الدراسات السابقة

الانتشار السريع لنشر التقارير المالية على الإنترنت من خلال الأعداد المتزايدة من الشركات حول العالم وتنوع ممارسته من حيث نوعية المعلومات وطرق عرضها عزز من اهتمام الباحثين والهيئات العلمية والمهنية في دراسة دور تكنولوجيا الإنترنت على الإفصاح المحاسبي. ويمكن تقسيم الدراسات المتعلقة بنشر التقارير المالية على الإنترنت إلى قسمين، يتناول أولها وصفاً للإفصاح عن التقارير المالية

على الإنترنت من حيث نوعية المعلومات المفصح عنها وأسلوب عرضها، بينما يركز القسم الثاني على العوامل المؤثرة في نشر التقارير المالية على الإنترنت، ويشير الباحث هنا إلى وجود العشرات من الدراسات الهامة المتعلقة بموضوع الدراسة، إلا أن حدود المساحة المفروضة على أي دراسة تتطلب تقنين وتحديد واختيار بعض الدراسات، ومن ثم تم الاكتفاء بتحليل الدراسات الهامة في كل قسم منهما على النحو التالي:

القسم الأول: الدراسات الوصفية

تعد دراسة (Petavick and Gillet, 1996) من أوائل الدراسات في مجال نشر التقارير المالية على الإنترنت، وقد تم اختيار عينة من ١٥٠ شركة أمريكية وتم التوصل إلى أن (٦٩٪) من هذه العينة تملك مواقع على الشبكة العنكبوتية، وأن (٨١٪) من هذه الشركات التي لديها موقع تنشر أجزاء مختصرة من تقاريرها المالية.

وفي نفس السياق قام كل من (Lymer and Tallberg, 1997) بدراسة الشركات التي تقوم بالنشر الإلكتروني لتقاريرها المالية في كل من المملكة المتحدة وفنلندا، وقد تم اختيار عينة تشمل ٥٠ شركة بريطانية و٧٢ شركة من فنلندا، وقد توصلت الدراسة إلى أن ٤٦ شركة بريطانية (٩٢٪) و٦٥ شركة فنلندية (٦٥٪) تملك مواقع إلكترونية، منها ٢٦ شركة بريطانية (٥٢٪) و٥٨ شركة فنلندية (٨٠٪) تقوم بالإفصاح عن كل أو أجزاء من التقارير المالية.

وفي محاولة لمعرفة طبيعة المعلومات المالية المنشورة في المواقع الإلكترونية للشركات، قام كل من (Gray and Debreceeny, 1997)

باختيار عينة من ٥٠ شركة أمريكية، وتوصل الباحثان إلى أن ٣٤ شركة (٦٨٪) تقوم بنشر التقارير المالية على مواقعها منها ١٨ شركة (٣٦٪) تفصح عن تقرير المراجع الخارجي.

وفي دراسة أخرى قام بها (Petavick and Gillet, 1998) بهدف التعرف على توقيت نشر التقارير المالية في مواقع الشركات الإلكترونية وذلك بالتطبيق على عينة من ١٢٥ شركة من أكبر ٥٠٠ شركة أمريكية تبين أن ٩٩ شركة (٧٩,٢) تقوم بنشر تقاريرها المالية في نفس تاريخ الإعلان عنها، وتوصل الباحثان إلى نتيجة مفادها أن الشركات بدأت تدرك أهمية استخدام تكنولوجيا الإنترنت كوسيلة هامة لنشر التقارير المالية.

وفي دراسة قام بها كل من (Gowthorpe and Amat, 1999) لمعرفة مدى استجابة الشركات الأسبانية لفكرة الإفصاح الإلكتروني وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٣٧٩ شركة مدرجة في سوق مدريد للأوراق المالية، وقد تم التوصل إلى أن ٦١ شركة فقط (١٦٪) تملك موقعا إلكترونيا منها ٣٤ شركة (٥٦٪) يتم فيها نشر المعلومات المالية، وأن مستوى الإفصاح الإلكتروني للشركات الأسبانية من وجهة نظر الباحثين أقل من الشركات التي تعمل في الدول الأوروبية الأخرى.

وفي عينة من ٩٥ شركة أمريكية و ٨٥ شركة بريطانية و ٧٦ شركة ألمانية، توصل كل من (Westarp et al., 1999) إلى أن ٩١ شركة أمريكية (٩١٪) و ٧٢ شركة بريطانية (٧٢٪) و ٧١ شركة ألمانية (٧١٪) تقوم بنشر التقارير المالية على مواقع الشركات الإلكترونية.

واستهدفت دراسة (Carreira and Valerio, 2001) سلوك الشركات البرتغالية بالنسبة للتقرير المالي الإلكتروني، وذلك بتحليل عينة من

مواقع الشركات البرتغالية المدرجة في سوق الأسهم البرتغالي من خلال الاعتماد على البيانات المالية الخاصة بالمركز المالي وقائمة الدخل وقائمة التدفقات النقدية، وبدراسة المتغيرات المتمثلة في وجود موقع للشركة على شبكة الإنترنت، ووجود المعلومات المالية في موقع الشركة، والإفصاح عن المعلومات المالية في الوقت المناسب، وكذلك وجود تقرير المراجع، أظهرت نتائج هذه الدراسة عدم وجود مواقع لبعض الشركات على الإنترنت، وأن (٣٢٪) من الشركات تفصح عن المعلومات المالية وتقرير المراجع، ولكن لم تكن خلال المدة النظامية، وأن (٢٧٪) من الشركات تفصح عن معلومات مالية حديثة ومتضمنة تقرير المراجع، وأن (١٨٪) من الشركات تفصح عن المعلومات المالية وتقرير المراجع ضمن المدة النظامية.

وفي دراسة قام بها برفان (Pervan, 2005) على عينة مكونة من ٣٨ شركة مساهمة كرواتية مسجلة في سوق الأسهم الكرواتي، أظهرت نتائج الدراسة أن ٢٠ شركة أي بنسبة (٥٣,٦٪) تستخدم الإنترنت لنشر تقاريرها المالية، وتعد هذه النسبة منخفضة جداً مقارنة بالسويد وألمانيا والنمسا والمملكة المتحدة، وأن ١٥ شركة أي بنسبة (٣٩,٤٪) تستخدم الإنترنت في نشر تقاريرها السنوية الكاملة مستخدمة لصيغة PDF، كما تشير الدراسة إلى أن الشركات المستخدمة للإنترنت في نشر تقاريرها المالية هي الأكبر ربحية وأسهمها هي الأكثر نشاطاً في البورصة من أسهم الشركات التي لا تتوافر لها هذه الخاصية.

القسم الثاني: دراسات مرتبطة بالعوامل المؤثرة على الإفصاح الإلكتروني

أوضحت الدراسات الوصفية السابقة أن هناك تطوراً وتزايداً متسارعاً في أعداد الشركات في معظم دول العالم التي تقوم باستخدام

تقنية الإنترنت في إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها. ويعد نشر المعلومات المالية من أهم أوجه استخداماتها، إلا أن التوجه الحديث للدراسات في هذا المجال يسعى إلى تلمس أسباب الاختلاف بين الشركات من حيث نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت، ومدى ارتباطه بخصائص الشركات وتشمل على سبيل المثال حجم الشركة وربحيته، وتعد دراسة أشبوغ (Ashbaugh et al., 1999) من أوائل الدراسات في هذا المجال، وقد هدفت إلى الإجابة على تساؤل حول أهمية استخدام وسيلة الإفصاح الإلكتروني من قبل الشركات الأمريكية، وتم اختيار عينة من ٢٩٠ شركة أمريكية في قطاعات مختلفة، وخلصت الدراسة إلى أن (٧٠٪) من شركات العينة تستخدم التقرير المالي الإلكتروني مع وجود تفاوت بين هذه الشركات بالنسبة لجودة المحتويات المعروضة، حيث عرضت بعض الشركات بيانات ومعلومات محاسبية تفصيلية سنوية وشهرية، بينما عرضت شركات أخرى معلومات انقضى عليها عامان أو أكثر. كما شملت الدراسة بحث الفروق بين المتغيرات المرتبطة بخصائص الشركات المستخدمة وغير المستخدمة للتقرير المالي الإلكتروني، وتبين أن هناك فروقاً معنوية بين هذه الشركات فيما يتعلق بحجم الأصول ومعدل العائد على الأصول والربحية وتلك التي تتميز أصلاً بجودة عالية في العرض والإفصاح التقليدي عن غيرها، حيث تبدو هذه الشركات أكثر حماساً في تبني الإفصاح الإلكتروني.

وفي دراسة قام بها برشيجر و وجنهوفر (Pirchegger and Wagenhofer, 1999) بهدف اختبار العلاقة بين طبيعة ونوعية المعلومات المفصح عنها إلكترونياً وحجم الشركة محددًا بالقيمة السوقية للشركة وذلك بالتطبيق على الشركات الاستراتيجية المدرجة في سوق

الأوراق المالية الاسترالي، وقد تم التوصل إلى وجود علاقة إيجابية بين هذين المتغيرين، أي أنه كلما زاد حجم الشركة كلما تحسن مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية للتقارير المالية المنشورة على الإنترنت.

وفي نفس هذا الاتجاه قام كل من دبرسنسي وآخرون (Debrency, 2002 *et al.*) بدراسة عينة مكونة من ٦٦٠ شركة من ٢٢ دولة بهدف دراسة أثر بعض العوامل على الإفصاح الإلكتروني، وقد كان من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها أن حجم الشركة والرغبة في إدراج اسم الشركة في سوق الأوراق المالية الأمريكي تعدان من أهم الأسباب التي تدفع الشركات لتبني نشر التقارير المالية عبر الإنترنت، وقد أيدت هذه النتيجة دراسة (Ettredge *et al.*, 2002) التي توصلت إلى أن حجم الشركة وسمعتها تعدان من أهم العوامل التي تحفز الشركات من وجهة نظر مدراءها لتبني سياسة الإفصاح الإلكتروني.

وفي دراسة قام بها كل من ماريستون وبولي (Marston and Polei, 2004) بهدف معرفة مدى استخدام تكنولوجيا الإنترنت في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية للشركات الألمانية لفترتين زمنيتين (٢٠٠٠ و ٢٠٠٣م) وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ١٠٠ شركة، وكذلك دراسة العوامل المؤثرة على الإفصاح الإلكتروني والتي شملت حجم الشركة، والربحية، وهيكل الملكية، ومخاطر الاستثمار، والتشريعات الأجنبية، وقد أظهرت النتائج أن نوعية المعلومات المالية وكذلك طريقة عرضها قد شهدت تحسنا ملموسا في عام ٢٠٠٣م مقارنة مع عام ٢٠٠٠م، كما أوضحت النتائج أن حجم الشركة يؤثر بصورة جوهرية على نوعية وطريقة عرض المعلومات المفصح عنها في مواقع

شركات عينة الدراسة في كل من فترتي الدراسة، وأشارت النتائج أيضا إلى أن التشريعات الأجنبية تؤثر في الإفصاح الإلكتروني وذلك في عام ٢٠٠٣م حيث إن الشركات التي تتواجد في أسواق مالية خارج الحدود وتخضع لتشريعاتها تكون لديها الرغبة في مزيد من الإفصاح الإلكتروني.

وتناولت دراسة زيو (Xiao et al., 2004) مدى تأثير بعض العوامل المرتبطة بالشركات على مستوى الإفصاح الإلكتروني، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٣٠٠ شركة مدرجة في سوق الأسهم الصيني، وتتألف هذه العوامل من هيكل الملكية، ووجود أعضاء مستقلين في مجلس الإدارة، وطبيعة المكاتب التي تقوم بمراجعة أعمال الشركة سواء كانت محلية أو دولية، ووجود ملاك أجنب في الشركة، ونوع الصناعة الذي تنتمي له الشركة، وقد أوضحت أهم نتائج الدراسة وجود علاقة موجبة بين نوعية المعلومات المالية المفصوح عنها إلكترونيا ووجود ملاك أجنب في الشركة، ووجود مكاتب مراجعة دولية، ووجود أعضاء مستقلين في مجلس الإدارة، ونوع الصناعة، والشركات التي تتيح للأفراد المستثمرين تملك أجزاء كبيرة فيها، وعلاقة سالبة مع الشركات التي تعد الحكومة المستثمر الرئيسي فيها.

وفي دراسة قام بها كل من بونسون وإسكوبار (Bonson and Escobar, 2006) بهدف معرفة تأثير بعض العوامل المرتبطة بالشركات على مستوى الإفصاح الإلكتروني، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ١٠٠ شركة تمارس نشاطاتها في ١٤ دولة أوروبية، وأشارت أهم نتائج الدراسة إلى أن حجم الشركة ونوع الصناعة ووجود مكاتب مراجعة دولية تعد من أهم العوامل التي تؤثر على نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصوح عنها على الإنترنت في شركات عينة الدراسة.

وهدفت دراسة بولن وآخرون (Bollen *et al.*, 2006) إلى معرفة نوعية المعلومات المالية المفصح عنها إلكترونياً والعوامل المؤثرة فيها وتشمل حجم الشركة، وهيكل الملكية (نسبة الأسهم المتاحة للمستثمرين الأفراد)، ووجود الشركة في أسواق مالية أجنبية، والمديونية، وأداء الشركة، وطبيعة الصناعة، ونمو الشركة، ووجود قوانين منظمة للإفصاح، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٢٧٠ شركة من ست دول هي استراليا، وبلجيكا، وفرنسا، وهولندا، وجنوب أفريقيا، وبريطانيا. وأشارت أهم النتائج إلى أن معظم هذه الشركات تستخدم مواقعها الإلكترونية في نشر المعلومات المالية بصورة جيدة، وكذلك في التواصل مع المستثمرين والرد على استفساراتهم وتقديم الخدمات لهم، كما أوضحت النتائج أيضاً وجود علاقة موجبة بين نوعية المعلومات المالية المفصح عنها إلكترونياً وحجم الشركة، ووجود الشركة في أسواق مالية أجنبية، وهيكل الملكية، وعلاقة سالبة مع طبيعة الصناعة، ومستوى نمو الشركة.

وفي دراسة قام بها اندريكوبولس ودياكيديز (Andrikopoulos and Diakidis, 2007) بهدف الإجابة عن تساؤل حول مدى الإفصاح الإلكتروني الذي تقوم به الشركات القبرصية ودراسة العوامل المؤثرة في هذا الإفصاح وتشمل حجم الشركة والربحية والمديونية، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ١١٤ شركة يتم تداول أسهمها في سوق الأوراق المالية القبرصي، وقد أشارت أهم نتائج هذه الدراسة إلى وجود اهتمام واضح من قبل شركات عينة الدراسة بالنشر الإلكتروني لمعلوماتها المالية وغير المالية، وأن حجم الشركات معبراً عنه بالمبيعات السنوية يؤثر في نوعية المعلومات المالية وغير المالية المفصح عنها.

ويمكن للباحث من استقراء الدراسات السابقة استخلاص الآتي:

١- أن الدراسة الحالية تعد امتداداً لجهود الباحثين في هذا المضمار وذلك في إبراز الدور الهام للإفصاح الإلكتروني في اتخاذ القرارات وتقييم الأداء.

٢- أن هناك تزايداً مستمرًا في نسبة الشركات التي تستخدم تقنية الإنترنت لأغراض نشر التقارير المالية في معظم دول العالم بصفة عامة وفي دول العالم المتقدم والتي بها أسواق مالية نشطة وشبكات اتصال حديثة بصفة خاصة.

٣- تنوع واختلاف نتائج الدراسات السابقة من حيث نوعية المعلومات المالية وغير المالية المفصح عنها وأسلوب عرضها على الإنترنت.

٤- ندرة الأبحاث العلمية والدراسات المتخصصة في المملكة العربية السعودية التي قامت بدراسة العلاقة بين العوامل المتعلقة بطبيعة شركات المساهمة والإفصاح الإلكتروني على الرغم من أهمية سوق الأسهم السعودي باعتباره واحدًا من أكبر الأسواق الناشئة في العالم والسادس عشر عالمياً من حيث القيمة السوقية للأسهم، وعليه فإن هذا البحث سيقوم بدراسة العلاقة بين الإفصاح الإلكتروني ومجموعة من العوامل المرتبطة بطبيعة الشركات المساهمة السعودية.

سادساً: الدراسة التطبيقية

١- مجتمع الدراسة والعينة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة السعودية التي تتداول أسهمها في سوق الأسهم السعودية وعددها وقت إجراء الدراسة ٨٨ شركة استثنى منها قطاعا البنوك والتأمين وذلك لطبيعتهما الخاصة،

وتتضمن عينة الدراسة ٧١ شركة، ويوضح الجدول رقم (١) عدد هذه الشركات والقطاعات التي تنتمي لها، وعينة الدراسة ونسبتها إلى إجمالي مجتمع الدراسة.

جدول (١). عدد الشركات والقطاعات التي تنتمي لها وعينة الدراسة ونسبتها إلى إجمالي مجتمع الدراسة.

القطاع	إجمالي العدد	عينة الدراسة	نسبة العينة إلى المجتمع
الصناعة البتروكيماوية	١٢	١١	٩٢٪
الاسمنت	٨	٧	٨٨٪
التجزئة	٧	٦	٨٦٪
الطاقة والمرافق الخدمية	٢	٢	١٠٠٪
الزراعة والصناعات الغذائية	١٤	١٠	٧١٪
الاتصالات وتقنية المعلومات	٣	٢	٦٧٪
شركات الاستثمار المتعدد	٧	٥	٧١٪
الاستثمار الصناعي	٨	٧	٨٨٪
التشييد والبناء	١١	٩	٨٢٪
التطوير العقاري	٧	٥	٧١٪
النقل	٤	٣	٧٥٪
الإعلام والنشر	٣	٢	٦٧٪
الفنادق والسياحة	٢	٢	١٠٠٪
جميع القطاعات	٨٨	٧١	٨١٪

٢- نموذج ومتغيرات الدراسة

يتمثل العامل المتغير في هذه الدراسة في نموذج الإفصاح الذي تم تطويره من قبل مجموعة من الباحثين ذوي الاهتمام بالإفصاح الإلكتروني مثل (Pirchegger and Wagenhofer, 1999, Marston and Polei, 2004) مع إجراء بعض التعديلات والإضافات من قبل الباحث لتلاءم بيئة الأعمال في المملكة العربية السعودية، وكذلك لتضمين بعض المعلومات التي تؤكد الدراسات المحاسبية أهميتها، ويشمل نموذج

الإفصاح ٦٦ عنصراً مقسمة إلى جزئين، يتناول الجزء الأول منها ٣٠ عنصراً يقاس بها نوعية المعلومات المفصح عنها على الإنترنت، ويقاس الجزء الثاني المؤلف من ٣٦ عنصراً أسلوب عرض المعلومات المفصح عنها في الموقع الإلكتروني لشركات عينة الدراسة. وقد تم تفرغ ما ورد في التقارير المالية لشركات العينة من مواقعها الإلكترونية وذلك على أساس إذا وردت الإشارة إلى هذا العنصر في التقرير المالي يوضع له درجة واحدة (١) وإذا لم يرد أي ذكر عنه يوضع له (صفر)، وإذا كان هذا 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 هذا النظام الثنائي (٠ و ١) من وجهة نظر الباحث من إمكانية قياس الإفصاح الإلكتروني لعينة الدراسة من جهة، ويضمن الحياد عند التعامل مع الشركات المختارة في هذه الدراسة من جهة أخرى، ويوضح الجدول رقم (٢) المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة وكيفية قياسها.

٣- أساليب تحليل البيانات

في ضوء أهداف الدراسة وفرضياتها تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام تحليل المحتوى المعياري، أي مقارنة ما هو كائن (الفعلي) بما ينبغي أن يكون (المعياري) (السعد، ٢٠٠٧م)، ومن ثم تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- ١- تحليل الارتباط (Correlation Analysis) عن طريق استخدام معامل ارتباط سبيرمان لمعرفة مدى وجود علاقات ارتباط، وقياس معنوية هذا الارتباط.
- ٢- نموذج الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regressions) الذي يستخدم لتقدير معاملات المتغيرات المستقلة مجتمعة معاً في المعادلة الخطية بغرض تقدير المتغير التابع.

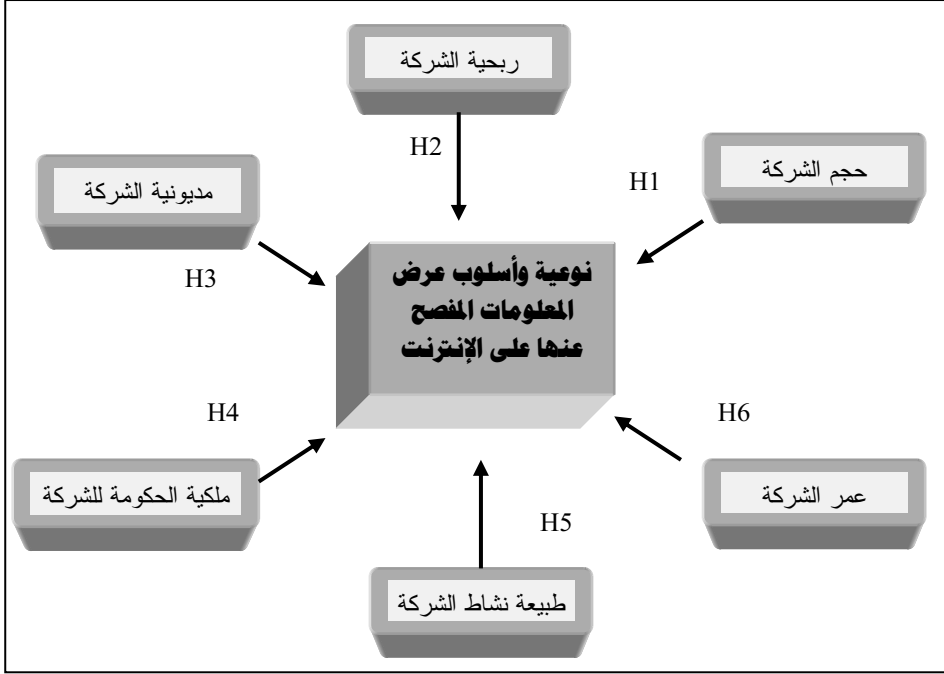
جدول (٢). المتغيرات المستقلة في الدراسة وكيفية قياسها.

اسم المتغير	طريقة القياس
حجم الشركة	استخدام اللوغاريتم الطبيعي (Natural log) لإجمالي القيمة السوقية للشركات المساهمة السعودية في تاريخ ٢٠٠٧/١٢/٣١ كمؤشر لقياس حجم شركات عينة الدراسة.
ربحية الشركة	احتساب العائد على السهم كما في نهاية السنة المالية في تاريخ ٢٠٠٧/١٢/٣١ م.
مديونية الشركة	نسبة إجمالي المطلوبات إلى إجمالي الأصول كما في نهاية السنة المالية في تاريخ ٢٠٠٧/١٢/٣١ م.
ملكية الحكومة	يعطى المتغير رقم (١) للشركات التي تملك الحكومة جزءاً من رأس مالها، ورقم (٢) للشركات الأخرى.
طبيعة النشاط	تم تقسيم شركات عينة الدراسة إلى ثلاثة قطاعات، القطاع الصناعي ويشمل القطاعات التالية: الصناعات البتروكيمياوية، والأسمنت، والاستثمار الصناعي. وقطاع الخدمات ويشمل كلا من قطاع التجزئة، والطاقة والمرافق العامة، والاتصالات وتقنية المعلومات، والاستثمار المتعدد، والتشييد والبناء، والتطوير العقاري، وقطاع النقل، والإعلام والنشر، والفنادق والسياحة، والقطاع الزراعي ويشمل قطاع الزراعة والصناعات الغذائية.
عمر الشركة	يعطى المتغير رقم (١) للشركات التي مضى على تأسيسها أكثر من خمس سنوات، ورقم (٢) للشركات التي مضى على تأسيسها أقل من خمس سنوات.

وفيما يلي النموذج المراد اختباره على عينة الدراسة المكونة من ٧١ شركة مساهمة في قطاعات مختلفة في السوق المالي السعودي:

$$\text{نوعية وأسلوب عرض المعلومات} = a + b1 \text{ حجم الشركة} + b2 \text{ الربحية} + b3 \text{ المديونية} \\ + b4 \text{ ملكية الحكومة} + b5 \text{ طبيعة النشاط} \\ + b6 \text{ عمر الشركة}$$

ويوضح الشكل رقم (١) العلاقات المحتملة بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت والعوامل الخاصة بالشركات والمتمثلة في حجم الشركة، والربحية، والمديونية، وملكية الشركة (خاصة أو عامة)، وطبيعة النشاط، وعمر الشركة.



شكل رقم (١). العلاقات المحتملة بين متغيرات الدراسة.

٤- عرض ومناقشة نتائج الدراسة

في ضوء طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها، سوف يتم في هذا الجزء من الدراسة عرض النتائج التي تم التوصل إليها ومناقشتها وتفسيرها على النحو التالي:

أ- نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية.

من واقع تحليل محتوى المواقع الإلكترونية في ضوء نموذج الإفصاح المقترح لعينة الدراسة والمكونة من إحدى وسبعين شركة مساهمة سعودية لعام ٢٠٠٧م، اتضح أن معظم الشركات أبدت اهتماما ملحوظا بنوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها في مواقعها الإلكترونية، كما يظهر تفصيل ذلك

في الجدولين رقمي (٣،٤). ويظهر التحليل الإحصائي الوصفي لعينة الدراسة (الجدول رقم ٣) تفاوتاً واضحاً في مستوى الإفصاح الإلكتروني بين الشركات المساهمة السعودية حيث يتراوح بين ٢٩ و ٥٦ بندا وهو ما يشكل نسبة (٤٤٪) و(٨٥٪) من إجمالي البنود في النموذج المقترح على التوالي، وأن متوسط الإفصاح والذي يشمل نوعية المعلومات وأسلوب عرضها على الإنترنت يمثل ٤٦ بندا. وتوضح النتائج أيضاً أن الحد الأعلى من الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية على الإنترنت يتمثل في ٢٧ بندا (٩٠٪)، وأن الشركات الأقل إفصاحاً قامت بنشر ١٢ بندا (٤٠٪)، أما فيما يتعلق بالعناصر الخاصة بأسلوب العرض في الموقع الإلكتروني فتتراوح النسبة بين (٩٤٪) (٣٤ بندا) كحد أعلى و(٤٧٪) (١٧ بندا) كحد أدنى، وتبين نتائج المتوسط الحسابي أن الشركات تبدي اهتماماً بالعناصر المتعلقة بأسلوب العرض الإلكتروني بصورة أكبر من نوعية المعلومات المفصّل عنها.

جدول (٣). التحليل الإحصائي الوصفي لعينة الدراسة.

الإجمالي		أسلوب عرض المعلومات		نوعية المعلومات		البيان
٧١		٧١		٧١		عدد المشاهدات
٤٥,٨٩		٢٦,٣٩		١٩,٤٨		المتوسط
٤٦		٢٧		١٩		الوسيط
٥,٨٨		٣,٩٩		٣,٤		الانحراف المعياري
٤٤٪	٢٩	٤٧٪	١٧	٤٠٪	١٢	الحد الأدنى
٨٥٪	٥٦	٩٤٪	٣٤	٩٠٪	٢٧	الحد الأعلى

ويوضح الجدول رقم (٤) أن درجة الإفصاح المرتبطة بالمعلومات الخاصة بالقوائم المالية والإيضاحات المكملّة لها، والسياسات المحاسبية، وتقدير كل من مجلس الإدارة والمراجع الخارجي، وعرض القوائم المالية للمقارنة، والتقارير

الأولية لعينة الدراسة تصل إلى نسبة (١٠٠٪). ويعزو الباحث ذلك إلى أن الإفصاح عن هذه المعلومات من متطلبات معيار العرض والإفصاح السعودي ومعيار التقارير الأولية، وأنه يجب الإفصاح عنها بصورة إجبارية من قبل جميع الشركات المساهمة السعودية، أما فيما يتعلق بمصاريف البحث والتطوير والتقارير القطاعية فتمثل نسبة الإفصاح عنهما (٢٧,٨٪) و(٥٠٪) على التوالي على الرغم من ضرورة الإفصاح عنهما وفقا لمتطلبات الإفصاح الإلزامية، وتتبنى معظم الشركات عينة الدراسة تطبيق نظام الحكومة^(٢) الصادر عن مجلس هيئة السوق المالية في المملكة العربية السعودية وذلك بشأن السيرة الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة، ومكافأة أعضاء مجلس الإدارة، وعدد الأسهم التي يمتلكونها في الشركة حيث تمثل نسبة الإفصاح في هذه البنود (٩٥,٨٪)، وتوضح النتائج أيضًا انخفاضًا في مستوى الإفصاح في المعلومات المتعلقة بالمسؤولية البيئية والاجتماعية وكذلك المعلومات المرتبطة بسعر السهم، بالإضافة إلى أهم النسب والمعلومات المالية في الشركات عينة الدراسة حيث تتفاوت نسبة الإفصاح في هذه البنود بين (٢٠,٨٪) للمعلومات المتعلقة بالاستخدام الأمثل للطاقة و(٧٥٪) لمُلخص لأهم المعلومات المالية في آخر خمس سنوات، ويعتقد الباحث أن المستوى المنخفض من الإفصاح وتفاوته بين الشركات يعود إلى عدم إلزامية الإفصاح عن هذه البنود وأن الإفصاح عنها يتم بصورة اختيارية، وبخصوص المعلومات التي تقدمها الشركات من خلال مواقعها الإلكترونية لخدمة المساهمين وتشمل على معلومات عن المساهمين

(٢) لائحة حوكمة الشركات في المملكة العربية السعودية والصادرة عن مجلس هيئة السوق المالية بموجب القرار ٢٠١٢-٢٠٠٦ وتاريخ ٢١/١١/٢٠٠٦م، بناء على نظام السوق المالية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٣٠ وتاريخ ١٤٢٤/٦/٢هـ، والمعدلة بقرار مجلس هيئة السوق المالية رقم ٢٠٠٨-٢٠-١ وتاريخ ١٤٢٩/٥/١٤هـ الموافق ٢٠٠٨/٥/١٩م.

ووسائل الاتصال معهم والتحديث المستمر للموقع ووجود مجموعة من الأسئلة المتكررة والإجابة عليها، فتتراوح نسبة الإفصاح عنها بين (٢٣,٦٪) و(٥٢,٨٪)، ويرى الباحث أن هذه النسب مقبولة نظراً لحدائثة تجربة الإفصاح الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

ويتناول الجزء الثاني من الجدول رقم (٤) المعلومات المتعلقة بتقييم أسلوب العرض في المواقع الإلكترونية لعينة الدراسة، ويشتمل على الخصائص التكنولوجية للموقع وسلاسة وسهولة استخدامه، حيث أشارت أهم النتائج إلى أن توحيد أنواع الخطوط والألوان المستخدمة في جميع الصفحات وعدم وجود (Horizontal scroll) أو رابطين بنفس الاسم ويختلفان في المحتوى متوفرة بنسبة (٩٨,٦٪) في عينة الدراسة، يليها في الترتيب سهولة الوصول لأي صفحة من أي مكان في الموقع حيث توجد بنسبة (٩٧,٢٪)، ومن ثم الخصائص المتعلقة بالصور المعروضة وثبات العناوين الرئيسية في الصفحة واستخدام الفواصل العشرية في الأرقام حيث تصل نسبة استخدامها إلى (٩٥,٨٪)، وفي المقابل فإن أقل الخصائص التكنولوجية استخداماً في مواقع الشركات عينة الدراسة هي عرض نسبة التغير في أسعار الأسهم والتي لا يتجاوز الإفصاح عنها نسبة (١١,٣٪)، ووجود دعم فني للموقع وتوافر التقرير المالي بامتداد (html) وذلك في حدود نسبة (١٢,٧٪)، وبصورة عامة فإن مجمل النتائج يشير إلى أن الشركات المساهمة السعودية بدأت تدرك أهمية استخدام تقنية الإنترنت كوسيلة اتصال ونشر معلومات فعالة للمستثمرين وأصحاب المصالح، وذلك على الرغم من أن مستوى الإفصاح متباين بين الشركات في كل من نوعية المعلومات والخصائص التكنولوجية المستخدمة في عرض هذه المعلومات في مواقعها الإلكترونية.

جدول (٤). نسب الشركات المفصحة عن كل بند من بنود المعلومات وأسلوب عرضها.

النسبة	نوعية المعلومات المالية وغير المالية المفصحة عنها	النسبة
١٠٠	١ قائمة المركز المالي.	١٠٠
١٠٠	٢ قائمة الدخل.	١٠٠
١٠٠	٣ قائمة التدفقات النقدية.	١٠٠
١٠٠	٤ قائمة الأرباح المحتجزة.	١٠٠
١٠٠	٥ الإيضاحات المكملة للقوائم المالية.	١٠٠
١٠٠	٦ ملخص لأهم السياسات المحاسبية.	١٠٠
١٠٠	٧ تقرير مجلس الإدارة.	١٠٠
١٠٠	٨ تقرير المراجع.	١٠٠
٢٧,٨	٩ معلومات تتعلق بمصاريف البحث والتطوير.	٢٧,٨
١٠٠	١٠ التقارير الربع سنوية (الفترية).	١٠٠
١٠٠	١١ التقارير المالية السنوية (سنتان على الأقل).	١٠٠
٤٥,٨	١٢ معلومات عن سعر السهم.	٤٥,٨
٢٩,٢	١٣ ملخص لأهم النسب المالية في آخر خمس سنوات.	٢٩,٢
٧٥	١٤ ملخص لأهم المعلومات المالية في آخر خمس سنوات.	٧٥
٥٠	١٥ التقارير القطاعية.	٥٠
٩٥,٨	١٦ السيرة الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة.	٩٥,٨
٩٥,٨	١٧ مكافأة مجلس الإدارة.	٩٥,٨
٩٥,٨	١٨ عدد الأسهم التي يمتلكها أعضاء مجلس الإدارة في الشركة.	٩٥,٨
٢٠,٨	١٩ معلومات تتعلق بالاستخدام الأمثل للطاقة.	٢٠,٨
٤٥,٨	٢٠ معلومات تتعلق بالالتزامات البيئية الناتجة عن التلوث.	٤٥,٨
٤٣,١	٢١ معلومات تتعلق بحصول الشركة على جوائز أو شهادات تقديرية في مجال المحافظة على البيئة أو خدمة المجتمع.	٤٣,١
٥١,٤	٢٢ معلومات تتعلق بالتعليم والتدريب.	٥١,٤
٣٨,٩	٢٣ معلومات تتعلق بالإنفاق على البرامج الصحية لموظفي الشركة أو المجتمع.	٣٨,٩
٣٣,٣	٢٤ معلومات عن تبرعات الشركة للجمعيات والأنشطة الخيرية في صورة عينية أو نقدية.	٣٣,٣
٥٢,٨	٢٥ معلومات عن المساهمين.	٥٢,٨
٥٢	٢٦ وجود E-mail للتواصل مع المساهمين.	٥٢
٤٨,٦	٢٧ وجود خط هاتف للتواصل مع المساهمين.	٤٨,٦
٣٤,٧	٢٨ وجود عنوان بريدي للتواصل مع المساهمين.	٣٤,٧
٣٨,٢	٢٩ تحديث المعلومات المالية باستمرار.	٣٨,٢
٢٣,٦	٣٠ وجود مجموعة من الأسئلة المتكررة والإجابة عليها.	٢٣,٦

جدول (٤). تابع.

معلومات تتعلق بأسلوب عرضها	
٣١	وقت تحميل الموقع (أقل من عشر ثواني).
٣٢	عرض اسم الشركة و/ أو شعارها بمقاس ملائم في المكان المناسب.
٣٣	عرض اسم الشركة في Title Bar.
٣٤	وجود ارتباط للتعريف بالشركة وأهدافها وملاكها.
٣٥	وجود قائمة بريدية للمستخدمين للحصول على أخبار الشركة.
٣٦	توفر خدمة طلب المعلومات أون لاین مثل (طلب نسخة مطبوعة) للتقرير السنوي).
٣٧	لا يوجد Horizontal scroll.
٣٨	استخدام Liquid layout.
٣٩	الصفحة الرئيسية مصممة بطريقة واضحة ومميزة مقارنة ببقية الصفحات.
٤٠	توحيد أنواع الخطوط والألوان المستخدمة في جميع الصفحات.
٤١	وجود تباين بين لون الخط والخلفية المستخدمة.
٤٢	وجود محرك بحث داخلي.
٤٣	وجود نسخة عربية للموقع.
٤٤	وجود نسخة انجليزية للموقع.
٤٥	وجود جزء خاص بأخبار الشركة.
٤٦	سرعة تحديث معلومات الموقع.
٤٧	سرعة تحميل الملفات الموجودة في الموقع.
٤٨	وجود دعم فني للموقع (توفير متطلبات المتصفح الإلكتروني).
٤٩	الأشياء الرئيسية في الصفحة ثابتة (غير متحركة باستخدام الفلاش مثلاً).
٥٠	الصور المعروضة ذات معنى وتعبير عن المحتوى.
٥١	وجود خريطة للموقع.
٥٢	الارتباطات مصنفة إلى مجموعات حسب أهدافها.
٥٣	الارتباطات الرئيسية واضحة في الجزء الظاهر من الصفحة بمجرد فتحها دون الحاجة لتحريك للأسفل.
٥٤	لا يوجد تكرار في الروابط في نفس الصفحة.
٥٥	لا يوجد رابطين بنفس الاسم والمحتوى مختلف.
٥٦	تميز الربط الذي تم دخوله والذي لم يتم دخوله (بتغيير الألوان مثلاً).
٥٧	القدرة على الوصول لأي صفحة من أي مكان.
٥٨	القدرة على الوصول للصفحة الرئيسية من أي صفحة.
٥٩	يمكن الوصول للمعلومات المالية بشكل واضح ومباشر.
٦٠	يوجد رابط لموقع تداول.

جدول (٤). تابع.

٩٤,٤	بشكل عام الموقع سلس وسهل الاستخدام.	٦١
٦٩	البيانات المالية معروضة في تنسيقات قابلة للمعالجة.	٦٢
٥٦,٣	ملف التقرير السنوي بامتداد pdf.	٦٣
١٢,٧	ملف التقرير المالي بامتداد html.	٦٤
١١,٣	عرض نسبة التغير في أسعار الأسهم.	٦٥
٩٥,٨	استخدام الفواصل العشرية في الأرقام.	٦٦

ب- الارتباطات بين متغيرات نموذج الانحدار المتعدد

يستعرض الجدول رقم (٥) معاملات ارتباطات سبيرمان (Spearman) وذلك لاختبار مدى وجود علاقة ارتباط بين كل متغير من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع بهدف تحديد مدى مساهمة كل متغير من المتغيرات المستقلة في التأثير على نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت، وتظهر النتائج أن قوة الارتباط بين المتغيرات المستقلة بنموذج الانحدار المتعدد تشير إلى عدم وجود مشاكل حادة تتعلق بالازدواج الخطي بين تلك المتغيرات المستقلة (Multicollinarity)، ويمكن تلخيص أهم النتائج فيما يلي:

١- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة عند مستوى أقل من (١٪) بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت وحجم الشركات، ويشير هذا الارتباط إلى أن الشركات الأكثر إفصاحاً هي الأكبر حجماً.

٢- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة عند مستوى أقل من (١٪) بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها على الإنترنت وربحية الشركات، ويشير هذا الارتباط إلى أن الشركات الأكثر إفصاحاً لديها أيضاً أرباحاً عالية.

٣- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة عند مستوى أقل من (٥%) بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت ومديونية الشركات، ويشير هذا الارتباط إلى أن الشركات الأكثر إفصاحاً لديها أيضاً مديونية عالية.

٤- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية سالبة عند مستوى أقل من (٥%) بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت والشركات الزراعية، ويشير هذا الارتباط إلى أن الشركات الزراعية هي الأقل إفصاحاً مقارنة مع القطاعات الأخرى.

٥- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وكل من عمر الشركة، وملكية الشركة (خاصة أو عامة)، والشركات الصناعية والخدمية.

جدول (٥). معاملات ارتباطات سبيرمان (Spearman).

	الإفصاح	العائد	المديونية	العمر	ملكية الحكومة	لو ١٠ القيمة (السوقية)	صناعة	خدمات	زراعة
الإفصاح	الارتباط	١							
	المعنوية	٠							
الربحية	الارتباط	١	٠,٣٠٧						
	المعنوية	٠	٠,٠٠٥						
المديونية	الارتباط	١	٠,٢٦١	٠,٢٤٩					
	المعنوية	٠	٠,٠١٤	٠,٠١٨					
العمر	الارتباط	١	٠,١٢١-	٠,٠٨٨					
	المعنوية	٠	٠,١٥٨	٠,٤٤٥	٠,٢٣٣				
ملكية الشركة	الارتباط	١	٠,٠٩٣-	٠,٢٦٤	٠,١٠٢				
	المعنوية	٠	٠,٠٠٠	٠,٢٢	٠,١٩٩				
حجم الشركة	الارتباط	١	٠,٢٥٦	٠,١٧-	٠,٢٠٩	٠,٣٢٨	٠,٣٤٣		
	المعنوية	٠	٠,٠١٦	٠,٠٧٧	٠,٠٠٤	٠,٠٠٣	٠,٠٠٢		
صناعة	الارتباط	١	٠,٣٠٩	٠,٠٣٤	٠,٠٩١	٠,٠٥٤	٠,٠٩٣	٠,١٥-	
	المعنوية	٠	٠,٣٨٨	٠,٣٨٨	٠,٢٢٦	٠,٣٢٧	٠,٢٢١	٠,١٠٨	
خدمات	الارتباط	١	٠,٩١٢	٠,٣٠٩-	٠,٠٣-	٠,٠٩-	٠,٠٥-	٠,٠٩٣	٠,١٤٩
	المعنوية	٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٤	٠,٣٨٨	٠,٢٢٦	٠,٣٢٧	٠,٢٢١	٠,١٠٨
الزراعة	الارتباط	١	٠,٦٦٤	٠,٣٠-	٠,٣١-	٠,١٣٩	٠,٢٣٦	٠,١٨-	٠,١٤-
	المعنوية	٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٦	٠,٠٠٥	٠,١٢٤	٠,٠٢٤	٠,٠٧١	٠,١٢٨

ج-مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت في الشركات المساهمة السعودية ومتغيرات الدراسة.

الفرضية الأولى

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وحجم الشركة.

يوضح كل من الجدول رقم (٦أ، ٦ب) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغيرات، كما حسب معامل الارتباط بين المتغيرين الذي يبلغ (٠,٣٦٤) مما يدل على أن العلاقة بين حجم الشركة والذي تم قياسه باستخدام اللوغاريتم الطبيعي (Natural log) لإجمالي القيمة السوقية لعينة الدراسة في تاريخ ٢٠٠٧/١٢/٣١ وبين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت كانت موجبة، بمعنى أن الزيادة في حجم الشركة يصاحبها زيادة في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية بواسطة الإنترنت، وتشير قيمة (R²) والبالغة (١٣,٢٪) على قدرة متغير حجم الشركة في التنبؤ بالإفصاح الإلكتروني، وقد بينت دلالة هذه القيمة من خلال اختبار (F) الذي بين أن مقدرة متغير حجم الشركة في التنبؤ بالإفصاح الإلكتروني مقبولة إحصائياً حيث كانت قيمة (F) ١٠,٥٢ وهي ذات دلالة على مستوى معنوية أقل من (٠,٠١). ويمكن صياغة معادلة التنبؤ على الشكل التالي:

نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت

$$= 12,59 + 3,46 \times \text{حجم الشركة}$$

هذه النتيجة تتفق مع النتائج التي تم التوصل إليها في عدة دراسات بوجود علاقة بين كل من حجم الشركة والإفصاح الإلكتروني، منها: (Debreceeny *et al.*, 2002, Ettedge *et al.*, 2002, Marston and Polei, 2004, Bollen *et al.*, 2006)، ويعزو الباحث هذه العلاقة إلى توافر الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية لدى الشركات الكبيرة مقارنة مع الشركات الأقل حجماً مما يؤدي إلى انخفاض تكلفة إنتاج المعلومات هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن متابعة أعداد كبيرة من المستثمرين الحاليين والمرقبين وكذلك أصحاب المصالح لأداء الشركات الكبيرة يشكل حافزاً على الاهتمام بالإفصاح الإلكتروني والذي يعد وسيلة اتصال فعالة واقتصادية مع الأعداد الكبيرة، ويساهم بالتالي في التقليل من تكلفة الوكالة بسبب تشتت قاعدة المساهمين وزيادة الفجوة بين الملاك والإدارة.

جدول (١٦). التحليل الوصفي.

عدد المشاهدات	المتوسط	الوسيط	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى
٧١	٩,٦٢	٩,٥٢	٠,٦٢	٨,٦٨	١١,٦٢

جدول (١٦ب). نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد.

البيان	Coefficients	F	t test	R ²	Beta	Sig.
Constant	١٢,٥٩	١٠,٥٢	١,٢٢	%١٣,٢	٠,٣٦٤	٠,٢٢٥
حجم الشركة	٣,٤٦		٣,٢٤			٠,٠٠٢

الفرضية الثانية

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها بواسطة الإنترنت وربحية الشركة.

تشير النتائج الموضحة في كل من الجدول رقم (أ٧، ب٧) إلى رفض فرض العدم كما توضحه قيمة F (٦،٩٥) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية وذات دلالة إحصائية عند مستوى (١٪) وقبول علاقة انحدارية طردية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وربحية الشركات عينة الدراسة، وتوضح قيمة R^2 (٩٠،١٪) قيمة الارتباط بين هذين المتغيرين وقدرة متغير ربحية الشركات على التفسير والتنبؤ بنوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت، ويمكن صياغة معادلة التنبؤ على الشكل التالي:

نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت

$$= ٤٤،١٦ + ٠،٦٣٧ \times \text{ربحية الشركة}$$

هذه العلاقة المعنوية الموجبة بين ربحية الشركات ومستوى الإفصاح الإلكتروني لها ما يبررها منطقيا وإن كانت لم تثبت في العديد من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع^(٣)، فالشركات ذات الأرباح العالية لديها الحافز إلى المزيد من التوسع في الإفصاح بصورة أكبر من الشركات الخاسرة وذلك لإثبات تميزها عن الشركات المنافسة الأخرى ولجذب المستثمرين إليها مما يؤدي إلى تعزيز قيمة أسهمها في سوق الأوراق المالية.

جدول (أ٧). التحليل الوصفي.

عدد المشاهدات	المتوسط	الوسيط	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى
٧١	٢،٧١	٢،١١	٢،٧٩	١،٥٣-	١٢،٠١

(٣) يمكن الرجوع على سبيل المثال إلى كل من دراسة (Marston and Polei, 2004)، (Andrikopoulos and Diakidis, 2007).

جدول (٧ب). نتائج الانحدار الخطي المتعدد.

Sig.	Beta	R ²	t test	F	Coefficients	البيان
٠,٠١						
٠,٠٠			٤٧,١٧	٦,٩٥	٤٤,١٦	Constant
٠,٠١	٠,٣٠٢	٩,١%	٢,٦٤		٠,٦٣٧	ربحية الشركة

الفرضية الثالثة

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت ومديونية الشركة.

تؤكد النتائج في كل من الجدول رقم (٨أ، ب) على رفض فرض عدم وقبول علاقة انحدارية موجبة بين كل من نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت ومديونية الشركات عينة الدراسة، وقد بينت دلالة هذه القيمة من خلال اختبار (F) الذي بين أن مقدرة متغير مديونية الشركة في التنبؤ بالإفصاح الإلكتروني مقبولة إحصائياً حيث كانت قيمة (F) (٥,١١) وهي ذات دلالة على مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥). ويوضح معامل التحديد (R²) أن (٦,٩%) من التغير في نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت ينسب إلى التغير في مديونية الشركات، أما النسبة المتبقية من التغير في المتغير التابع (٩٣,١%) فتعزى إلى عوامل أخرى غير معروفة منها الخطأ العشوائي. ويمكن صياغة معادلة التنبؤ على الشكل التالي:

نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت

$$= ٤٣,١ + ٨,٤٠ \times \text{مديونية الشركة}$$

جدول رقم (أ٨). التحليل الوصفي.

عدد المشاهدات	المتوسط	الوسيط	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى
٧١	٠,٣٣٢	٠,٢٨٤	٠,١٨٤	٠,٠٢	٠,٧٦

جدول رقم (ب٨). نتائج الانحدار الخطي المتعدد.

البيان	Coefficients	F	t-test	R ²	Beta	Sig.
constant	٤٣,١	٥,١١	٣٠,٦٣	%٦,٩	٠,٢٦٣	٠,٠٢٧
المدىونية	٨,٤٠		٢,٢٦			٠,٠٢٧

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الشركات التي يحتوي رأس مالها المستثمر على نسبة عالية من الديون تميل نحو المزيد من الإفصاح الإلكتروني نظراً لارتفاع تكلفة الوكالة بهذه الشركات ولطمأنة الدائنين على سلامة موقف الشركة المالي، كما يساعد هذا النوع من الإفصاح أيضاً على خلق موقف دفاعي للشركة تبرر فيه أمام المستثمرين الأسباب التي دفعتها نحو الاقتراض بنسبة عالية، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات كل من: (Sengupta, 1998, Richardson and Welker, 2001).

الفرضية الرابعة

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصّل عنها بواسطة الإنترنت وطبيعة نشاط الشركة.

تشتمل عينة الدراسة على ثلاثة عشر قطاعاً ونظراً لصغر العينة (٧١) شركة ومحدودية العدد في الكثير من هذه القطاعات، قام الباحث بدمج عينة الدراسة في ثلاثة قطاعات هي: القطاع الصناعي، والخدمي، والزراعي، ومن ثم تم استخدام المتغيرات الصورية في معادلة الانحدار للتفرقة بين قطاعات النشاط المختلفة حيث إن:

D1 = ١ (قطاع الصناعة)، وصفر فيما عدا ذلك،

D2 = ١ (قطاع الخدمات)، وصفر فيما عدا ذلك،

D3 = ١ (قطاع الزراعة)، وصفر فيما عدا ذلك.

وتشير النتائج في كل من الجدول رقم (٩أ، ب) إلى رفض فرض العدم وقبول علاقة انحدارية سالبة بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت والقطاع الزراعي فقط، وذلك حسب ما تؤكد قيمة F المحسوبة (٥,٧٢) والتي تفوق نظيرتها الجدولية وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥)، وتعني هذه النتيجة أن نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت تقل في القطاع الزراعي مقارنة مع القطاعات الأخرى. ويعتقد الباحث أن الحافز لدى معظم الشركات الزراعية أقل من الشركات التي تنتمي إلى القطاعات الأخرى وذلك نظراً لمحدودية العدد في هذا القطاع وصغر حجم هذه الشركات وانخفاض متوسط الربحية فيها نسبياً عندما تتم مقارنتها مع القطاعات الأخرى، وتفسر قيمة (R^2) أن (٧,٧٪) من التغير في العامل المتغير تنسب إلى طبيعة النشاط، فيما تشير النسبة المتبقية (٩٢,٣٪) إلى عوامل أخرى لم تؤخذ في الحسبان في معادلة الانحدار ومنها الخطأ العشوائي، ويمكن صياغة معادلة التنبؤ على الشكل التالي:

نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت

$$= -٤٦,٥٤ - D3 \times ٤,٦٤$$

جدول (أ٩). التحليل الوصفي.

الإجمالي	القطاع الزراعي	القطاع الخدمي	القطاع الصناعي
٧١	١٠	٣٦	٢٥

جدول (ب٩). نتائج الانحدار الخطي المتعدد.

Sig.	Beta	R ²	t-test	F	Coefficients	البيان
٠,٠١٩						
٠,٠٠٠			٦٣,٩١	٥,٧٢	٤٦,٥٤	constant
٠,٠١٩	٠,٢٧٧-	٧,٧%	٢,٣٩-		٤,٦٤-	قطاع الزراعة

الفرضية الخامسة

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت وملكية الشركة (خاصة أو عامة).

توضح الجدولان رقم (١٠، أ، ب) أن هناك ٢٤ شركة (٣٣,٨٪) من عينة الدراسة تمتلك حكومة المملكة العربية السعودية جزءاً من رأس مالها، والجزء الأكبر المتبقي وهو ٤٧ شركة (٦٦,٢٪) مخصص بالكامل لتملك الأفراد والمؤسسات والشركات. وتشير النتائج الإحصائية إلى قبول فرض العدم وذلك بعدم وجود علاقة خطية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت وملكية الحكومة، وهذه النتائج تؤكدها قيمة (F) المحسوبة (٠,٣٣٩) والتي تقل عن نظيرتها الجدولية، وكذلك تدني القوة التفسيرية لنموذج الانحدار حيث إن (R²) تساوي (٠,٠٠٥)، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصل إليها كل من (Nazli and Pauline, 2006) خلال بحثهما الذي أجرياه على عدد من الشركات الماليزية وتوصلا إلى عدم وجود علاقة بين التوسع في الإفصاح وملكية الحكومة في الشركات.

جدول (١٠). التحليل الوصفي.

النسبة	لا توجد ملكية للحكومة	النسبة	توجد ملكية للحكومة	عدد المشاهدات	البيان
٦٦,٢٪	٤٧	٣٣,٨٪	٢٤	٧١	ملكية الشركة

جدول (١٠). نتائج الاحدار الخطي المتعدد.

Sig.	R ²	t-test	F	Coefficients	البيان
٥٦,٢	٠,٠٠٥	١٨,٤٩	٠,٣٣٩	٤٧,٣٢	constant
٠,٠٠					
٥٦,٢					

الفرضية السادسة

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت وعمر الشركة.

قام الباحث بتقسيم عينة الدراسة حسب عمرها الزمني إلى قسمين (حسب افتراض الباحث) أكثر من خمس سنوات، وأقل من خمس سنوات، وقد جاءت النتائج وفق هذا التقسيم على النحو الذي يظهره كل من الجدولان رقم (١١ أ، ب)، ويتضمن وجود ٥٤ شركة (٧٦,١٪) يتجاوز عمرها الخمس سنوات، و ١٧ شركة (٢٣,٩٪) يقل عمرها عن خمس سنوات. وتظهر نتائج التحليل الإحصائي قبول فرض العدم الذي يشير إلى عدم وجود علاقة خطية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وعمر الشركة، وهذه النتائج تؤكد قيمة (F) المحسوبة (١,١٨) والتي تقل عن نظيرتها الجدولية، وكذلك تدني القوة التفسيرية لنموذج الانحدار حيث إن قيمة (R²) تساوي (٠,٠١٧).

جدول (١١). التحليل الوصفي.

النسبة	أقل من خمس سنوات	النسبة	أكثر من خمس سنوات	عدد المشاهدات	البيان
%٢٣,٩	١٧	%٧٦,١	٥٤	٧١	العمر

جدول (١١ب). نتائج الانحدار الخطي المتعدد.

Sig.	R ²	t-test	F	Coefficients	البيان
٠,٢٨١	٠,٠١٧	٢٠,٤٢	١,١٨	٤٣,٦٩	constant
٠,٠٠٠					
٠,٢٨١					

الفرضية السابعة

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت و/أو حجم الشركة و/أو الربحية و/أو المديونية و/أو ملكية الشركة (خاصة أو عامة) و/أو طبيعة النشاط و/أو عمر الشركة.

تم بناء هذا النموذج لاختبار العلاقة بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت وكل المتغيرات المستقلة التي شملتها الدراسة، وقد اعتمد الباحث على حساب Variance Inflationary Factor (VIF) حيث يعد النموذج صالحاً للاستخدام إذا كانت قيم (VIF) للمتغيرات المستقلة أقل من (٥)، أضيف إلى ذلك فقد تم التأكد من عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين البواقي والتي تؤدي إلى حساب أخطاء معيارية أقل لمعاملات الانحدار في المعادلة وذلك بواسطة استخدام اختبار (Durbin-Waston)، وكذلك تم التأكد من أن الأخطاء تتوزع توزيعاً طبيعياً وذلك بملاحظة الشكل الانتشاري لتحليل الأخطاء

(Normal P-P Plot of Regression)، وأخيراً تم استخدام اختبار (Gold field-Quandt) لاختبار تجانس التباين وقد ثبت تجانس الأخطاء وثبات تباينها، ويوضح الجدول رقم (١٢) جودة النموذج وصلاحيته للاستخدام والذي تؤكد قيمه المنخفضة لكل من (VIF) والخطأ المعياري. وتشير أهم النتائج إلى رفض فرض العدم كما توضحه قيمة (F) (٣,٩٠٣) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية وذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (٠,٠١)، وهذا يعني وجود علاقة بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وكل المتغيرات المستقلة، وتشير قيمة معامل التحديد R^2 والتي قد تحسنت إلى أن المتغيرات المستقلة قد فسرت (٣٠,٢٪) من التغير في المتغير التابع، فيما تشير النسبة المتبقية (٦٩,٨٪) إلى عوامل أخرى لم تؤخذ في الحسبان في معادلة الانحدار ومنها الخطأ العشوائي، ونتيجة لذلك يمكن بناء نموذج الاختبار أو التنبؤ من معاملات الانحدار الخطي كما يلي:

$$+1٤,٢٩ = \text{نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها بواسطة الإنترنت} \\ ٢,٧٧ \times \text{حجم الشركة} + ٠,٤٠٨ \times \text{ربحية الشركة} + ٤,٤٣ \times \text{مديونية الشركة} \\ + ٠,٧١ \times \text{عمر الشركة} - ٠,٢٣١ \times \text{وملكية الشركة (خاصة أو عامة)} \\ + ٣,٩٥٥ \times D2 \text{ (القطاع الخدمي)} - ٤,٢٣ \times D3 \text{ (القطاع الزراعي)}$$

كما يتضح من الجدول رقم (١٢) ما يلي:

▪ أن هناك علاقة طردية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وكل من: حجم الشركة، وعمرها، والربحية، والمديونية، والشركات الخدمية^(٤).

(٤) أشارت نتائج دراسة (Marston and Leow, 1998) إلى أن الشركات الخدمية تميل إلى تقديم بيانات تفصيلية بواسطة الإنترنت أكثر من الشركات في القطاعات الأخرى.

▪ أن هناك علاقة عكسية بين نوعية وأسلوب عرض المعلومات المفصح عنها على الإنترنت وكل من ملكية الشركة (خاصة أو عامة) والشركات الزراعية.

▪ توجد دلالة لمعاملات الانحدار الخطي المتعدد بالنسبة لكل من: حجم الشركة، والشركات الخدمية والزراعية.

جدول (١٢). نتائج الانحدار الخطي المتعدد.

Durbin-Watson	VIF	Beta	Sig.	R ²	t-test	F	Coefficients	البيان
١,٧٥٣			٠,٠٠١	٣٠,٢٪		٣,٩٠٣		
			٠,٢٤٤		١,١٧٦		١٤,٢٩	Constant
	١,٥٣٢	٠,٢٩١	٠,٠٢٩		٢,٢٣٤		٢,٧٧٠	حجم الشركة
	١,٣٠	٠,١٩٤	٠,١١١		١,٦١٥		٠,٤٠٨	الربحية
	١,١٢٣	٠,١٣٨	٠,٢١٩		١,٢٤٢		٤,٤٣٠	المديونية
	١,٤٣٢	٠,٠٥٣	٠,٦٧٧		٠,٤١٩		٠,٠٧١	العمر
	١,٥٧١	٠,٠٢٦-	٠,٨٤٤		٠,١٩٧-		٠,٣٢١-	ملكية الحكومة
								القطاع الصناعي
	١,١٢٩	٠,٣٢٤	٠,٠٠٧		٢,٧٨٧		٣,٩٥٥	القطاع الخدمي
	١,٢٥	٠,٢٥٢-	٠,٠٣٦		٢,١٤٦-		٤,٢٣-	القطاع الزراعي

سابعًا: نتائج الدراسة والتوصيات

في ضوء طبيعة مشكلة الدراسة، وأهدافها وفرضيتها، وفي إطار الدراسة التطبيقية يمكن استخلاص عدة نتائج أهمها:

١- وجود اهتمام من قبل معظم شركات المساهمة السعودية بنوعية المعلومات المالية وغير المالية المفصح عنها على الإنترنت وكذلك أسلوب عرضها في المواقع الإلكترونية، حيث تتراوح نسبة الإفصاح الإلكتروني بين (٤٤%) و(٨٥%) من مجموع المعلومات التي تضمنها النموذج المقترح.

٢- تبين نتائج المتوسط الحسابي (٢٦,٣٩) أن الشركات المساهمة السعودية تبدي اهتماما بالعناصر المتعلقة بأسلوب العرض الإلكتروني بصورة أكبر من نوعية المعلومات المفصح عنها.

٣- يختلف مستوى الإفصاح الإلكتروني بين المعلومات التي يتضمنها النموذج المقترح، فيزداد في البنود المطلوبة إجبارياً وفقاً لمعايير المحاسبة السعودية أو نظام الحوكمة، ويقل في البنود التي تقوم الشركات بالإفصاح عنها اختياريًا.

٤- المواقع الإلكترونية لشركات المساهمة السعودية في مجملها سلسة وسهلة الاستخدام، وتشتمل إلى حد ما على خصائص تكنولوجية مناسبة.

٥- أن الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت يتحسن في الشركات المساهمة السعودية الكبيرة الحجم.

٦- أن الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت يتحسن كلما زادت أرباح الشركات المساهمة السعودية.

٧- أن الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت يتحسن مع ارتفاع المديونية في الشركات المساهمة السعودية.

٨- أن الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت يتحسن في الشركات الخدمية ويقل في الشركات الزراعية.

٩- أن الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية وأسلوب عرضها على الإنترنت لا يتأثر بعمر الشركة أو تملك الحكومة لجزء من رأسمالها.

١٠- أن قيمة معامل التحديد R^2 (٣٠,٢٪) ارتفعت بشكل ملحوظ عندما تم أخذ جميع المتغيرات المستقلة في النموذج.

وفي ضوء النتائج التي انتهت إليها الدراسة، يورد الباحث عدد من التوصيات وتتمثل فيما يلي:

١- الحاجة إلى تطوير المواقع الإلكترونية للشركات المساهمة السعودية واستخدام أحدث التكنولوجيات فيها.

٢- ضرورة تشجيع إدارة الشركات المساهمة السعودية على التوسع في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية في مواقعها الإلكترونية.

٣- أهمية التوسع في استخدام البرامج والأساليب التكنولوجية التي تمكن من إمكانية التحقق من المعلومات المنشورة وتوفير التأمين الكافي للمواقع لإلكترونية وإلزام الشركات المساهمة السعودية باستخدامها.

٤- الإسراع بإصدار معيار محاسبي سعودي ينظم الإفصاح الإلكتروني ويرسي القواعد والإرشادات الخاصة به.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

توفيق، محمد شريف (٢٠٠١م) "التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال ومدى الحاجة لتنظيم جانبه المالي: دراسة اختباريه للمتغيرات المفسرة في القطاع المصرفي"، مجلة الإدارة العامة، معهد الإدارة العامة، المجلد الواحد والأربعون، العدد الأول، ص ص: ١٠٧-١٥٣.

الجبر، يحيى علي (٢٠٠٦م) "العلاقة بين توقيت الإعلان عن المعلومات المالية وخصائص الشركات المساهمة السعودية"، الندوة الحادية عشرة لسبل تطوير المحاسبة "دور المعلومات المحاسبية في تنشيط سوق الأوراق المالية"، كلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

السعد، صالح عبدالرحمن (٢٠٠٧م) "الإفصاح عن المعلومات البيئية في التقارير السنوية المنشورة لشركات المساهمة السعودية (دراسة تطبيقية)"، المجلة العربية لقطاع كليات التجارة، جامعة الأزهر، العدد ١، ص ١٣-٤٩.

العتيبي، عبدالله ثعلب (٢٠٠٥م) "تحو إطار مقترح لإعداد معيار محاسبي سعودي لتنظيم نشر التقارير المالية الفورية عبر الإنترنت"، المجلة العربية لكلية التجارة جامعة أسيوط، كلية التجارة، جامعة أسيوط، العدد ٣٨، السنة ٢٢، ص ٣١-٤٩.

الفريح، إبراهيم صالح (٢٠٠٦م) "انتشار تقنيات المعلومات والاتصالات في الدول العربية وأثرها على مشاريع الحكومة الإلكترونية"، وحدة خدمات الإنترنت، مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية، المملكة العربية السعودية، alfuraih@isu.net.sa.

محمد، فهيم أبو العزم (٢٠٠١م) "مصدقية المعلومات المالية على الإنترنت وحدود مسؤولية المراجع" مجلة البحوث المحاسبية، الجمعية السعودية للمحاسبة، العدد ١، ص ص: ١-٢٦.

الميهي، عادل عبدالفتاح (٢٠٠٦م) "المحتوى الإعلامي للمعلومات المحاسبية الأولية بالتطبيق على سوق الأسهم السعودي: دراسة اختباريه"، الندوة الحادية عشرة لسبل تطوير المحاسبة "دور المعلومات المحاسبية في تنشيط سوق الأوراق المالية"، كلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

يوسف، علي (٢٠٠٧م) "الإفصاح الإلكتروني... التقرير المالي على الإنترنت... المزايا والقيود"، admin@thawra.com.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- 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**: 63-84.
- Andrikopoulos, A. and Diakidis, N.** (2007) "Financial Reporting Practices on The Internet: The Case of Companies Listed in The Cyprus Stock Exchange", *Social Science Research Network*.
- Ashbaugh, H. and Johnstone, K. and Warfield, T.** (1999) "Corporate Reporting on The Internet", *Accounting Horizon*, **13**: 241-257.
- Baldwin, A. and Williams, S.** (1999) "The Future of Intelligent Internet Agents in European Financial Reporting", *The European Accounting Review*, **2**: 303-319.
- Bollen, L., Hassink, H. and Bozic, G.** (2006) "Measuring and Explaining the Quality of Internet Investor Relations Activities: A Multinational Empirical Analysis", **7**: 273-298.
- Bonson, E. and Escobar, T.** (2006) "Digital Reporting in Eastern Europe: An Empirical Study", *International Journal of Accounting*, **4**: 299-318
- Carreira, F. and Valério, P.** (2001) "Financial Reporting on The Internet By Portuguese Companies", Polytechnic Institute of Setúbal, Portugal.
- Craven, B. and Marston, C.** (1999) "Financial Reporting on The Internet by Leading UK Companies", *European Accounting Review*, **2**: 321-333.
- Debreceny, R. and Gray, G.** (1999) "Financial Reporting on The Internet & The External Audit", *The European Accounting Review*, **2**: 335-350.
- Debreceny, R. and Rahman, A.** (2005) "Firm-specific Determinants of Continuous Corporate Disclosure", *The International Journal of Accounting*, **40**: 249-278.
- Debreceny, R., Gray, G. and Rahman, A.** (2002) "The Determinants of Internet Financial Reporting", *Journal of Accounting and Public Policy*, **21**: 371-394.
- Eng, L. and Mak, Y.** (2003) "Corporate Governance and Voluntary Disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, **22**: 325-345.
- Ettredge, M., Richardson, V. and Scholz, S.** (2001) "The Presentation of Financial Information At Corporate Web Sites", *International Journal of Accounting Information Systems*, **2**: 149-168.
- Ettredge, M., Richardson, V. and Scholz, S.** (2002) "Dissemination of Information for Investors At Corporate Web Sites", *Journal of Accounting and Public Policy*, **21**: 357-369.
- 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**: 125-152.
- Financial Accounting Standards Board (FASB).** (2000) "Business Reporting Research Project-Electronic Distribution of Business Reporting Information", Available from: www.fasb.org.
- Gowthorpe, C. and Amat, O.** (1999) "External Reporting of Accounting and Financial Information via the Internet in Spain", *European Accounting Review*, **2**: 365-371.
- Gray, G. and Debreceny, R.** (1997) "Corporate Reporting on The Internet", Paper Presented at: *The Asia-Pacific Conference on The International Accounting Issues*, Bangkok.
- Hongjiang, X.** (2003) "Key Issues of Accounting Quality Management: Australian Case Studies", *Industrial Management & Data Systems*, **7**: 461-470.
- Inchausti, B.** (1997) "The Influence of Company Characteristics and Accounting Regulation on Information Disclosed by Spanish Firms", *European Accounting Review*, **1**: 45-68.
- International Accounting Standards Committee (IASC)** (1999) "Business Reporting on the Internet", Available from: <http://www.iasc.org.uk>.
- Jones, M. and Xiao, J.** (2004) "Financial Reporting on the Internet by 2010: A Consensus View", *Accounting Forum*, **28**: 237-263.

- Laswad, F., Fisher, R. and Oyelere, P.** (2005) "Determinants of Voluntary Internet Financial Reporting by Local Government Authorities", *Journal of Accounting and Public Policy*, **24**: 101-121.
- Lev, B. and Penman, S.** (1990) "Voluntary Forecast Disclosure, Nondisclosure, and Stock Prices", *Journal of Accounting Research*, **28**: 49-76.
- 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**: 25-56.
- Lymer, A. and Tallberg, A.** (1997) "Corporate Reporting and The Internet- A Survey and Commentary on the Use of the WWW in Corporate Reporting in The UK and Finland", Paper Presented at: *The 20th Annual Congress of the European Accounting Association*, Graz, Austria.
- Marston, C. and Leow, C.** (1998) "Financial Reporting on The Internet by Leading UK Companies", Paper Presented at: *The 21st European Accounting Association Annual Congress*, Antwerp, Belgium.
- Marston, C. and Polei, A.** (2004) "Corporate Reporting on The Internet by German Companies", *International Journal of Accounting Information Systems*, **5**: 285-311.
- Matherly, C. and Burton, H.** (2005) "An Analysis of Corporate Website Disclosure", *Management Accounting Research*, **2**: 26-33.
- Naser, K. and Nuseibeh, R.** (2003) "Quality of Financial Reporting: Evidence from the Listed Saudi Nonfinancial Companies", *The International Journal of Accounting*, **38**: 41-69.
- Nazli, A. and Pauline, W.** (2006) "Perpetuating Traditional Influences: Voluntary Disclosure in Malaysia Following The Economic Crisis", *Journal of International Accounting and Taxation*, **94**: 23.
- Owusu-Ansah, S.** (2000) "Timeliness of Corporate Financial Reporting in Emerging Capital Markets: Empirical Evidence from The Zimbabwe Stock Exchange", *Accounting and Business Research*, **3**: 241-254.
- Pervan, I.** (2005) "Financial Reporting on The Internet and the Practice of Croatian Joint Stock Companies Quoted on The Stock Exchanges", *Financial Theory and Practice*.
- Petavick, S. and Gillet, J.** (1996) "Financial Reporting on The Word Wide Web", *Management Accounting*, **26**: 9-26.
- Petavick, S. and Gillet, J.** (1998) "Distributing Earnings Reports on the Internet", *Management Accounting*, **80**: 6-54.
- Pirchegger, B. and Wagenhofer, A.** (1999) "Financial Reporting on The Internet: A Survey of The Homepages of Austrian Companies", *European Accounting Review*, **2**: 383-395.
- Richardson, A. and Welker, M.** (2001) "Social Disclosure, Financial Disclosure and The Cost of Equity Capital", *Accounting Organization Society*, **26**: 597-616.
- Sengupta, P.** (1998) "Corporate Disclosure Quality and The Cost of Debt", *Accounting Review*, **4**: 459-474.
- Stevens, M.** (1999) "Financial Information is Flooding The Internet", *The Practical Accounting*.
- Sullivan, J.** (1999) "What Are The Functions of Corporate Home Pages", *Journal of World Business*, **34**(2).
- Westarp, F., Ordelheide, D. and Stubenrath, D.** (1999) "Internet-Based Corporate Reporting – Filling the Standardization Gap", In: *Proceeding the 32nd Hawaii International Conference on Systems Sciences*, Available from: <http://www.intacc.wiwi.uni-frankfurt.de>.
- 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**: 191-225.

Factors Affecting the Financial Reporting Practices on the Internet of Companies Listed on the Saudi Stock Exchange (An Empirical Study)

Tawfeek A. Al-Khyal

*Associate Professor, Department of Accounting,
Faculty of Economics and Administration
King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia*

Abstract. This study examines the use of the Internet for the disclosure of financial and nonfinancial information of companies listed on the Saudi Stock Exchange, and assesses whether voluntary dissemination of financial and nonfinancial information on the Internet was related to six firm-specific factors. To achieve that, The Voluntary disclosure checklist includes 66 items divided into two main sections: content and presentation was constructed and applied to a sample of 71 companies. The results of the descriptive statistical analysis showed that great attention made by Saudi companies to the importance of the Internet financial reporting. The highest total score achieved is 85%, and the lowest score 44%. The findings of correlation and multiple regression analysis revealed that firm size, profitability, leverage, industrial types, have been shown to be the significant explanatory variables for internet reporting practices. The ownership structure and company's age have no predictive value for the internet reporting practices.