

[المجلد: السادس/ العدد: الثاني/ (أكتوبر 2022)/ الصفحات: 001-018]

خصائص الشركة كمحددات للإفصاح المحاسبي عبر
الانترنت « دراسة على المصارف التجارية المدرجة في سوق
الأوراق المالية في إسطنبول»

عماد محمد فنيير* (1).

✉ imadfnir@gmail.com

(1) أستاذ محاضر، كلية الاقتصاد جامعة بنغازي [ليبيا]

تاريخ الإرسال: 2022/08/10 تاريخ القبول: 2022/09/23 تاريخ النشر: 2022/12/20

الملخص: لقد هدفت هذه الدراسة للتعرف على مستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول، وسعت كذلك للتعرف على تأثير مجموعة من خصائص هذه المصارف كمحددات وهي العائد على الأصول وحقوق الملكية وحجم وعمر المصرف والرافعة المالية على مستوى وحجم هذا الإفصاح. تكونت العينة من 12 مصرفا تجاريا مسجلا في سوق الأوراق المالية في إسطنبول، وتم تجميع البيانات من القوائم المالية والتقارير السنوية المنشورة على صفحات الويب الخاصة بهذه المصارف عن السنة المالية 2020. وبعد استخدام الإحصاء الوصفي واختبارات الارتباط والانحدار، أظهرت نتائج الدراسة مستوى مرتفع لممارسة الإفصاح عبر الانترنت في المصارف المستهدفة، كذلك أظهرت عدم وجود علاقة ذات أهمية أو تأثير لمتغيرات العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية والرافعة المالية وعمر المصرف مع مستوى وحجم الإفصاح، وبالعكس ظهرت علاقة قوية ومؤثرة بين حجم المصرف ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت.

الكلمات المفتاحية: الإفصاح المحاسبي، الإفصاح عبر الانترنت، المصارف التجارية، سوق الأوراق المالية إسطنبول.

تصنيف «جال»: G_{14} ، M_{40} ، M_{41} .



imadfnir@gmail.com

* البريد الإلكتروني للمراسل:



**Characteristics of Company as Determinants of
Online Accounting Disclosure « A Study on
Commercial Banks Listed in Borsa Istanbul »**

Imad Mohamed Feneir^{*(1)}.

⁽¹⁾ University of Benghazi [Libya]

 imadfneir@gmail.com

Received: 10/08/2022

Accepted: 19/12/2022

Published: 20/12/2022

Abstract: This study aimed to identify the level of online accounting disclosure in commercial banks listed in Borsa Istanbul, and also sought to identify the impact of a set of banks characteristics as determinants on the level and size of this disclosure. The sample consisted of 12 commercial banks registered in Borsa Istanbul, and data were collected from the financial statements and annual reports published on the web pages of these banks for the fiscal year 2020. Through the use of descriptive statistics, correlation and regression tests, the results of the study showed a high level of disclosure practice on the Internet by the targeted banks, it also showed that there was no significant or influential relationship for the variables of return on assets, return on equity, leverage and the age of the bank with the level and size of disclosure, and on the contrary, a strong and influential relationship emerged between the size of the bank and the level of accounting disclosure on the Internet.

Keywords: Accounting disclosure, Online disclosure, Commercial banks, Borsa Istanbul.

«JEL» Classification: G14 ◊M40 ◊M41.

* Corresponding author:

imadfneir@gmail.com



مقدمة: أصبح من الواضح أن التطور التكنولوجي في القرن الحادي والعشرين قد أثر على جميع التخصصات والقطاعات، ومن بين تلك القطاعات القطاع الاقتصادي الذي تطور بشكل ملحوظ وأثر بشكل كبير في بناء علاقات دولية قوية تسعى إلى تحقيق أهداف وتبادل مصالح اقتصادية في ظل استراتيجيات سياسية مختلفة. لقد تمكنت بعض الدول من تحقيق تنمية متميزة وملحوظة في اقتصادها المحلي بفضل السيطرة الصارمة على أسواقها المالية العالمية. أولاً وقبل كل شيء من خلال نجاحها في المشاريع الصغيرة والكبيرة وثانياً من خلال اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على معلومات مالية دقيقة تتميز بدرجة عالية من الشفافية والموثوقية، حتى خارج حدودها من خلال المواقع الإلكترونية، سواء كانت مواقعها الخاصة أو على مواقع البورصات في الدول الأخرى.

في العصر الرقمي الحديث يتم التعامل مع معظم الأعمال من خلال الوسائل الإلكترونية، ونظراً للحجم المتزايد لأعداد رسائل البريد الإلكتروني والوثائق الإلكترونية الأخرى التي يتم إنشاؤها ومشاركتها في الأعمال التجارية الحديثة، هنالك الآن فرصة أكبر بكثير للفئات التي تستخدم البيانات للكشف والإفصاح عن المعلومات والحصول عليها في الاوقات المناسبة. لكن وبالرغم من ان المستندات الإلكترونية قد توفر مصدراً جديداً للأدلة، إلا انها كذلك ستفرض أيضاً أعباءً جديدة قد يكون اهمها في الغالب ما تواجهه الأطراف الملزمة بالامتثال للمتطلبات التنظيمية ومتطلبات الإفصاح القانوني في غربة كميات ضخمة من البيانات من أجل تحديد المعلومات المهمة ذات العلاقة بمستخدميها والمفيدة في اتخاذ القرار المناسب.

بعد الفضائح المالية في عامي 2002 و2008، أصبحت الشركات في جميع أنحاء العالم أكثر اهتماماً بالإفصاح عن معلومات إضافية للمستثمرين ومستخدمي المعلومات المالية بشكل عام لزيادة الشفافية والدلالة على الأداء الجيد (Al-Sartawi et al., 2013). ويعتبر الإفصاح المالي عبر الإنترنت مؤخرًا أحد أهم الأدوات التي يستخدمها عدد متزايد من الشركات حول العالم للكشف عن المعلومات لصناع القرار.

في بيئة الأعمال الحديثة، يتمثل الهدف من إعداد التقارير المالية في تجميع وتوفير المعلومات المالية المفيدة لكافة مستخدميها سواء مستثمرين او مقرضين او حتى محللين، والتي تساهم في تسهيل عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالاستثمار ومنح القروض. في السنوات الخمس عشرة الماضية تزايد استخدام الإنترنت وتطبيقاته على نطاق واسع في العمليات التجارية الحديثة خاصة في البلدان المتقدمة التي يتم فيها استخدام الإنترنت بوتيرة متزايدة لإعداد التقارير المالية، وفي أيامنا هذه، يتم توظيف العديد من تطبيقات الإنترنت بنجاح في العديد من الأعمال التجارية مثل التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الإنترنت والإعلانات.

على مدار الاعوام الماضية، جادل واضعوا معايير المحاسبة في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة ودول أخرى بأنه من أجل أن تكون المعلومات المحاسبية مفيدة لمستخدميها لأغراض صنع القرار، يجب أن تمتلك خصائص رئيسية معينة، وتشمل هذه الخصائص: (1) قابلية الفهم؛ (2) الصلة؛ (3) الموثوقية؛ و(4) القابلية للمقارنة. ومع ذلك، فإن الطبيعة المتغيرة بسرعة لبيئة الأعمال التجارية العالمية اظهرت أن التقارير السنوية الورقية التقليدية لها

قيود خطيرة وأصبحت أقل توقيتاً بشكل متزايد، خاصة مع زيادة تشتت المستثمرين جغرافياً، وبالتالي أصبحت أقل فائدة لأغراض صنع القرار، كذلك نظراً لأن أصحاب المصلحة المختلفين لديهم احتياجات مختلفة من المعلومات، فقد قيل إن التقارير السنوية الورقية التقليدية لا يمكن أن ترضي الجميع. (2002) Debreceeny et al. أكد بأن طريقة الإفصاح التي يتم توفيرها عبر الإنترنت تعزز حسن التوقيت وتعزز قابلية فهم ومقارنة المعلومات المقدمة عبر مواقع الويب الخاصة بالشركات. وأشار (Bonson and Escobar, 2006) أيضاً إلى أن الوصول غير المحدود وغير المقيد إلى المعلومات المنشورة عبر المواقع الإلكترونية للشركات يمكن أن يوفر توصيل متعدد الأغراض والاستخدامات وأكثر انتظاماً وفورياً للمعلومات وفي الوقت المناسب بما يكفي لدعم عملية صنع القرار.

ومن خلال هذه الدراسة سنحاول التعرف وتحديد أهم المتغيرات والمحددات التي لها علاقة وتأثير على الإفصاح المالي والمحاسبي الإلكتروني على الإنترنت وذلك بدراسة ميدانية وتحليلية للمصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

1. الدراسات السابقة: لقد تناولت العديد من الدراسات التي اهتمت بالإفصاح المحاسبي على الإنترنت أهم المتغيرات التي تؤثر به والتي يؤثر بها ومدى قوة العلاقة بينهما واتجاهها وفيما يلي سيتم عرض أهم هذه الدراسات وما توصلت إليه:

دراسة García and García, 2010 والتي سعت لاكتشاف أهم العوامل والخصائص للحكومات المحلية الإسبانية والتي تؤثر وتحدد مدى وحجم الإفصاح الطوعي للمعلومات المالية على الإنترنت من قبل هذه الحكومات. وقد احتوت العينة التي تم تحليلها على أكبر 334 بلدية إسبانية (تضم أكثر من 20000 نسمة). ووفقاً لنظرية الوكالة ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة فقد افترض الباحثان خمس عوامل لها علاقة بالإفصاح المالي الطوعي على الإنترنت وهي حجم الهيئات والرافعة المالية ورأس المال المستثمر والمنافسة السياسية والصحافة أو الإعلام المرئي. ومن خلال الدراسة التجريبية أظهرت النتائج أن هناك علاقة كبيرة وموجبة بين حجم الهيئات وحجم رأس المال المستثمر والمنافسة السياسية مع درجة الإفصاح المالي على الإنترنت لمؤسسات البلديات الإسبانية، ومن جانب آخر أظهرت وجود علاقة سلبية بين الإفصاح والإعلام المرئي وكذلك عدم وجود أي تأثير للرافعة المالية.

دراسة Callén et al., 2014 والذي قام بتحليل استخدام مواقع الويب الخاصة بالشركات المدرجة في ثلاث أسواق ناشئة في أمريكا اللاتينية وهي الأرجنتين والمكسيك وتشيلي لاكتشاف المحددات التي تؤثر على مستويات الإفصاح الإلكتروني للشركات ولتحليل دور الوساطة الذي يلعبه تطوير التواجد على شبكة الإنترنت، ولقد تم تحديد أربع متغيرات تعتبر محركات رئيسية لاستراتيجية الإفصاح للشركات (المركز المالي، قائمة الأسهم المدرجة في البورصة المحلية والعالمية، الحجم، الجهود التي تبذلها الشركة لتأسيس وجود على الإنترنت). لقد أظهرت نتائج الدراسة أن حجم الشركة وإدراج أسهمها في الأسواق العالمية بالإضافة للمحلية لهما تأثير كبير على مستوى

إفصاح الشركات المدرجة في الأسواق المالية في أمريكا اللاتينية. كذلك كشفت الدراسة أن تطوير وجود الشركة على الإنترنت لا يقل أهمية عن خصائص الشركة في تحديد شفافية ومدى امتثال الشركة لمتطلبات الأسواق العالمية والمحلية.

دراسة Basuony and Mohamed, 2014 قامت هذه الدراسة بالفحص والتحقق من محددات وخصائص الإفصاح الطوعي على الإنترنت من قبل الشركات في مجلس التعاون الخليجي المدرجة في المملكة العربية السعودية وسلطنة عمان، وتم جمع وتحليل البيانات عن 266 شركة مدرجة في أسواق الأسهم. تستخدم غالبية هذه الشركات تنسيق PDF لنشر المعلومات المالية وتستخدم بعض الشركات الإنترنت لتوفير معلومات مالية إضافية في شكل معلومات مالية إخبارية. اظهرت نتائج الدراسة أن الشركات الكبيرة تميل إلى الإفصاح عن المزيد من المعلومات المالية من أجل التثقيف واعلام المستخدمين بشأن عدم تناسق المعلومات وتقليل تكاليف الوكالة. كذلك كلما زاد تمدد حجم الشركات كلما زاد تعرضها لضغوط أكبر للإفصاح عن المعلومات. علاوة على ذلك، وفقاً لفرضية التكلفة السياسية، تجتذب الشركات الكبيرة المزيد من المحللين الماليين مما يضع الشركات تحت ضغط أعلى لأنها أكثر وضوحاً للعامّة.

دراسة Sanad and Al-Sartawy, 2016 والتي بحثت في العلاقة بين حوكمة الشركات واعداد التقارير المالية على الإنترنت بتحليل الشركات المدرجة في بورصة البحرين. استخدمت الدراسة مؤشر لأعداد التقارير المالية على الإنترنت والذي يتكون من بعدين هما المحتوى وطريقة العرض. وقد تنوعت العينة في عدد من القطاعات وهي المصارف وشركات التأمين والخدمات والشركات الصناعية وقد تم تحديد مجموعة من المتغيرات المتعلقة بخصائص مجلس الإدارة مثل ازدواجية المدراء التنفيذيين وحجم مجلس الإدارة واستقلاليته وملكية المدراء لرأس مال الشركة. كذلك تم تحديد مجموعة من المتغيرات ذات العلاقة بخصائص الشركة وادائها المالي كمتغيرات متحكمة مثل حجم الشركة والعائد على الأصول والرافعة المالية. تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لاختبار العلاقة بين المتغيرات، وبشكل عام اشارت النتائج إلى أن مستوى حوكمة الشركات وإعداد التقارير المالية عبر الإنترنت في الشركات المدرجة في البحرين مناسب، ولكن العلاقة بينهما ضعيفة بسبب حقيقة أن خصائص مجلس الإدارة لا تؤثر على مستوى الإفصاح عن المعلومات عبر الإنترنت. ومع ذلك، كشفت النتائج أن حجم المجلس له علاقة إيجابية مع مستوى الإفصاح عبر الإنترنت .

دراسة Al-Sartawy, 2018 والتي هدفت الى اكتشاف العلاقة بين الإفصاح المالي عبر الإنترنت وأداء الشركات في مجلس التعاون الخليجي. تم استخدام خمسة مؤشرات للتعبير عن أداء الشركات: القيمة السوقية للشركة وهامش صافي الربح والعائد على حقوق الملكية والعائد على الاصول وربحية السهم، وتم اختيار حجم الشركة وعمرها والرافعة المالية كمتغيرات متحكمة. وقد شملت العينة 274 شركة من مختلف دول مجلس التعاون الخليجي ومن قطاعات اقتصادية مختلفة عن سنة 2016. بناءً على النتائج فإن مستوى الإفصاح عبر الإنترنت

كان بنسبة 77 بالمائة واطهرت ان له تأثير كبير على ثلاثة من المؤشرات الخمسة للأداء وهي القيمة السوقية للشركة والعائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول.

في دراسة اخرى لـ Al-Sartawy, 2018 بحث في تأثير الملكية المؤسسية على مستوى الإفصاح المالي على الانترنت، وقد عرف الملكية المؤسسية بأنها نسبة الأسهم التي تملكها المؤسسة من اجمالي اسهمها المصدرة. وقد شملة العينة 274 شركة من قطاعات مختلفة مدرجة في الأسواق المالية لدول مجلس التعاون الخليجي في نهاية 2016. وقد حدد كمتغيرات متحركة حجم الشركة وعمرها والرافعة المالية. أظهرت النتائج وجود علاقة سلبية بين الملكية المؤسسية والافصاح المالي عبر الانترنت .

دراسة Aronmwan and Asiriwa, 2018 التي قامت بفحص وتحليل ممارسات الإفصاح المالي عبر الانترنت في شركات القطاع العام في نيجيريا. تم تجميع البيانات من 27 ولاية تملك مواقع إلكترونية وتم تحليل بيانات التقارير المالية عن سنة 2012 وكل ما تم عرضه على المواقع الإلكترونية لكل شركة. وقد تم اختيار حجم التعداد السكاني لكل ولاية وعمرها والنتاج المحلي (او ثروتها) والمنافسة السياسية كمتغيرات متوقع ان يكون لها تأثير على مستوى الإفصاح على الانترنت. ولاختبار نموذج الدراسة تم استخدام تحليل الانحدار وخلصت النتائج الى أن ممارسة الإفصاح المالي عبر الإنترنت في نيجيريا ضعيفة، وكذلك تبين أن الثروة او الناتج المحلي لكل ولاية والحجم والمنافسة السياسية هي محددات مهمة لطبيعة الافصاح المالي عبر الإنترنت في القطاع العام النيجيري .

دراسة Al- Sartawy and Reyad, 2018 والتي هدفت الى اختبار وتقييم محددات الإفصاح المالي عبر الانترنت في المصارف الإسلامية في مجلس التعاون الخليجي. تم جمع البيانات باستخدام المواقع الإلكترونية لـ 48 مصرفاً إسلامياً مدرجاً في أسواق الأوراق المالية في دول مجلس التعاون الخليجي، وكذلك استخدمت الدراسة المواقع الإلكترونية لأسواق الأوراق المالية للحصول على مزيد من المعلومات المالية التي لم يتم العثور عليها في مواقع المصارف، وقد غطت الدراسة فترة ثلاث سنوات من 2015 الى 2017. أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة هامة وإيجابية مع حجم الشركة، ومن ناحية أخرى اظهرت النتائج علاقة غير مهمة مع الربحية (المتثلة في العائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول) والرافعة المالية والعمر. يمكن الاستنتاج أن المصارف الكبرى تفصح عن المزيد من المعلومات المالية على مواقعها على شبكة الإنترنت نظراً لتوفر الموارد حيث يمكنها الاستفادة من التكاليف المنخفضة. تتوافق النتائج أيضاً مع نتائج نظرية الوكالة بأن الشركات الكبيرة تحاول تقليل تكاليف الوكالة المرتفعة المرتبطة بعدم تناسق المعلومات بين الإدارة والمستثمرين من خلال الكشف عن كمية كبيرة من المعلومات.

2. مشكلة الدراسة: الهدف من التقارير الدورية للشركات هو تزويد أصحاب المصلحة ومستخدمي هذه التقارير برؤية أفضل للمشروع، ويمكن تعريفهم على أنهم أي شخص مشارك بشكل مباشر أو غير مباشر مع الشركة (الموظفون والجمهور العام والمساهمون والمنظمات الحكومية والغير حكومية والنقابات وغيرها)، وان المزيد من

الشفافية والعرض الأفضل عن المعلومات طوعيا او إلزاميا أمر شائع في الشركات التي تحتاج إلى تقليل تكاليف الوكالة والتقليل من عدم تناسق المعلومات بين الادارة وأصحاب المصلحة. أحد اهم المستفيدين من المعلومات الصادرة من الشركات هو المساهم او المستثمر، وبمجرد أن تتنافس الشركات مع بعضها البعض للحصول على أموال في أسواق رأس المال تصبح المعلومات ذات العلاقة بالمستثمرين ضرورية وترفع من مستوى شفافية الشركات واحترام حقوق حماية المستثمر وتعزز من تقييم السوق للأسهم (Klapper and Love, 2004).

منذ تسعينيات القرن الماضي، أصبح الإنترنت وسيلة رئيسية لنشر المعلومات وتقارير الشركات للمستخدمين. ويمكن القول إن نمو تقارير الشركات عبر الإنترنت يرجع إلى عدد من المميزات المختلفة التي تميزها عن طرق الطباعة والتوزيع الورقي. من منظور الشركات، فإنه ينقل جهود وتكاليف الطباعة وبعض تكاليف الاتصال الاخرى إلى المستخدم ويحتمل أن يقلل من الطلبات الروتينية للمعلومات من المستثمرين وأصحاب المصلحة. من منظور المستخدم، تتمثل المزايا الرئيسية في أن البيانات ستصبح متاحة للمستخدمين بسرعة وبشكل عادل في قالب يمكنهم تخزينه والتعامل معه إلكترونياً بعد ذلك حسب حاجتهم، مما يجعل أن يتيح تطورات جذرية في شكل وتقديم معلومات التقارير، ويمكن أيضاً أن يُسهل بشكل كبير اتصالاً ثنائي الاتجاه بين الشركة ومستخدمي التقارير المالية. في الآونة الأخيرة، تمكنت المواقع الالكترونية للشركات من تحسين إيصال المعلومات المالية، لا سيما من خلال تقديم أهم معلومات الشركة على الصفحة الرئيسية والسماح للمستخدمين بالتنقل إلى المستوى المطلوب من التفاصيل.

لقد جذبت الفوائد المرتبطة بالإفصاح عن معلومات الشركات عبر الإنترنت انتباه الباحث الأكاديمي، وتركزت دراسات عديدة على تحليل مدى ونوع المعلومات التي يتم الكشف عنها. وركز البعض الآخر من الدراسات على اسباب وجود مستويات مختلفة من الإفصاح للشركات، منها تحليل خصائص الشركة مثل الحجم أو إذا كانت مدرجة في سوق الاوراق المالية (البورصة) أو طبيعة الصناعة. من منظور دولي، توجد عوامل ذات صلة ومحددة لمستوى عرض المعلومات داخل الدولة وتشرح الاختلافات في ممارسات الإفصاح، ومن هذه العوامل التي تشير إليها الدراسات التجريبية التنمية الاقتصادية للبلدان، وأنظمتها القانونية والسياسية وخصائصها الثقافية (Foster et al., 2012).

وفقاً لما ذكره (Jain and Kumar, 2013) يمكن الإفصاح عن المعلومات المالية بكفاءة وفعالية أكبر عبر الإنترنت. لقد قلص الإنترنت الحدود التقليدية التي كانت موجودة فيما مضى بين الشركات ومستخدمي المعلومات المالية. وبالتالي، من خلال الإفصاح المالي عبر الإنترنت يمكن تقديم المعلومات غير المقيدة في الوقت الفعلي مع إمكانيات تفاعل عالية، حيث يمكن للمستثمرين الوصول غير المحدود إلى حجم أكبر من البيانات، ويمكن اعتبار الإفصاح عبر الانترنت أداة فعالة يمكن أن تحسن مستوى عرض المعلومات من قبل الشركات، وبالتالي تقليل المعلومات غير المتكافئة والتكاليف المرتبطة بالوكالة.

وبناء على ما سبق وبعد مراجعة مجموعة من الدراسات السابقة يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الحصول عن إجابة للسؤالين التاليين:

السؤال الأول: ما مدى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول؟

السؤال الثاني: ماهي محددات الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت للمصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول؟

3. أهمية الدراسة: تأتي أهمية هذه الدراسة من التطور الملحوظ الذي يشهده عالم المال والاعمال والزيادة في حجم تبادل المعلومات داخليا وخارجيا وتسارع نمو حركة الاستثمار والتمويل والتزايد في الطلب على المعلومات المالية والغير مالية وبالتالي ارتفاع مستوى الإفصاح والشفافية، وكذلك تزايد اهتمام الباحثين والدارسين بمشاكل الإفصاح المحاسبي وجوده هذا الإفصاح وتوقيتته ومدى كفاءة وفاعلية إيصال المعلومات لمستخدميها، وعليه فإن هذه الدراسة تستمد أهميتها من:

1 - أهمية تطوير أدوات واساليب الإفصاح المحاسبي من خلال توسيع نطاق نشر المعلومات المالية او المحاسبية وتقليل الاعتماد على النشر الورقي، واستخدام طرق وقنوات نشر أكثر واوسع وأسهل في الانتشار.

2 - ستكون هذه الدراسة مساهمة مهمة في سد الفجوة في الأدبيات الحالية من خلال تحديد ما إذا كانت هناك علاقة بين حجم الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت ومجموعة من خصائص الشركة كمحددات.

4. أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة الى تحديد مستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت والتعرف على مدى استخدامه بين المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول والايفاء بمتطلباته واهم المحددات التي تؤثر في حجمه ومستواه .

من جهة أخرى سعت هذه الدراسة لمحاولة ألقاء الضوء على أهمية الإفصاح عبر الانترنت، والتعرف على أسس وأساليب الإفصاح الالكتروني، وذلك للارتقاء بمخرجات النظام المحاسبي لخدمة متخذي القرارات بمختلف متطلباتهم .

5. فرضيات الدراسة: من خلال مراجعة الدراسات السابقة فقد تم تحديد عدد من خصائص المصارف كمحددات ومتغيرات مستقلة للدراسة والتي من المتوقع ان يكون لها علاقة وتأثير على الإفصاح عبر الأنترنت، وهذه المحددات هي العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية والرافعة المالية وحجم وعمر المصرف .

لغرض تحقيق أهداف الدراسة والاجابة عن أسألتها في معرفة تأثير هذه المحددات على عملية الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت فقد تم صياغة فرضيات الدراسة كما يلي:

الفرضية الأولى: يؤثر العائد على الأصول على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

الفرضية الثانية: يؤثر العائد على حقوق الملكية على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

الفرضية الثالثة: يؤثر حجم المصرف على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

الفرضية الرابعة: تؤثر الرافعة المالية على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

الفرضية الخامسة: يؤثر عمر المصرف على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

6. منهجية الدراسة: تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي والذي يهدف الى وصف ظاهرة موجودة وتحليل خصائصها، وهذا المنهج يهتم أكثر بما حدث ويحدث وليس كيف أو متى أو لماذا حدثت ظاهرة ما. لذلك، غالبًا ما تستخدم أدوات المراقبة والمسح لجمع البيانات، وكذلك يمكن جمع البيانات نوعيًا ولكن غالبًا ما يتم تحليلها كميًا، باستخدام التكرارات أو النسب المئوية أو المتوسطات أو التحليلات الإحصائية الأخرى لتحديد العلاقات (Nassaji, 2015).

ولغرض اختبار فرضيات الدراسة فقد تم جمع البيانات من القوائم والتقارير المالية المنشورة على مواقع الانترنت الخاصة بمجتمع الدراسة والذي تمثل في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول وعددها 12 مصرفًا تجاريًا تركيا واجنبيًا وكانت فترة الدراسة عن عام 2020، حيث من وجهة نظر الباحث ان المصارف من أفضل القطاعات تنظيمًا ودقة في نشر المعلومات وفي اتباع المعايير والقوانين ومتطلبات الأسواق المالية، وتم اختيار الحدود الجغرافية للدراسة في اسطنبول كون تركيا واسواقها المالية تأتي في المنطقة الوسط بين الدول النامية والدول المتقدمة ويمكن الاعتماد على نتائج الدراسات والاختبارات التي تتم على مؤسساتها .

ولتحليل البيانات تم استخدام التحليل الوصفي واستخراج النسب المالية والمتوسطات وغيرها للتعرف على حجم ومستوى الإفصاح عبر الانترنت في المصارف المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول وكذلك الاحصائيات لباقي المتغيرات التي تم اختيارها كمحددات، واختبار فرضيات الدراسة فقد تم في البداية تطبيق تحليل الارتباط (Correlations) للتعرف على وجود العلاقة بين متغيرات الدراسة من عدمه ومدى قوتها وما إذا كانت طردية موجبة او عكسية سالبة، وبعدها تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي (Regression analysis) للتعرف على تأثير المتغيرات المستقلة (المحددات) على المتغير التابع (الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت) .

لتنفيذ تحليل الانحدار واستخدام البرنامج الاحصائي SPSS تم اعداد النموذج التالي:

$$OAD = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 ROE + \beta_3 Lev + \beta_4 Size + \beta_5 Age + \varepsilon$$

حيث ان:

Online Accounting Disclosure (OAD) = الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت والذي تم قياسه من خلال قسمة العناصر المستخدمة في عرض المعلومات المحاسبية التي قام المصرف بعرضها فعلا عبر الإنترنت على اجمالي العناصر التي يجب ان يقوم المصرف بعرضها وهو 19 عنصر وقد حددها مجلس معايير المحاسبة المالية The Financial Accounting Standards Board (FASB, 2000) (في الملحق للاطلاع) والذي تم استخدامها في مجموعة من الدراسات السابقة منها Aly, et al (2010) و Khan and Isma (2011) و Al- Sartawy and Reyad (2018). ROA (Return on Assets) = العائد على الأصول وتم احتسابه بقسمة صافي الدخل على متوسط اجمالي الأصول.

ROE (Return on Equity) = العائد على حقوق الملكية وتم احتسابه بقسمة صافي الدخل على اجمالي حقوق الملكية.

Lev (Leverage) = الرافعة المالية للمصرف وتم احتسابها بقسمة اجمالي الالتزامات على اجمالي الأصول. Size = حجم الشركة وقد تم قياسه باستخدام قيمة اجمالي الأصول والذي تم تحويلها الى اللوغاريتم الطبيعي ليتناسب مع الاختبارات الاحصائية.

Age = عمر الشركة وقد تم قياسه باحتساب الفترة ما بين سنة تأسيس الشركة وسنة اصدار القوائم المالية المستخدمة في هذه الدراسة وهي 2020.

7. الإطار النظري للدراسة: قبل البدء في الجانب العملي وتطبيق التحليلات الإحصائية يتوجب إعطاء نبذة مختصرة عن ماهية الإفصاح عبر الإنترنت، واهم فوائده بالنسبة للشركة المفصحة عن المعلومات وبالنسبة لأصحاب المصلحة المستخدمين والمستفيدين من هذه المعلومات.

1.7 تعريف الإفصاح عبر الإنترنت: لقد قدم مجموعة من الكتاب والباحثين العديد من التعريفات لعملية الإفصاح سواء المالي او غير المالي عبر الإنترنت، ومن أهمها تعريفها بأنها العرض العام للبيانات المالية والتشغيلية من قبل الوحدة الاقتصادية من خلال استخدام وسائط الاتصالات القائمة على الإنترنت وذات الصلة بالمؤسسة (Lymer et al., 1999). عرفها ايضا Poon and Yu (2012) بأنها استخدام مواقع الشركات لنشر المعلومات المتعلقة بأدائها المالي. وكذلك تم وصفها بأنها الإفصاح عن تقارير البيانات المالية من خلال استخدام التكنولوجيا مثل الوسائط المتعددة وتحليل أدوات الويب (Purba et al., 2013). وبناء على (2016) Achoki and Kule هي افصاح طوعي الغرض منه توفير رؤية واضحة لأصحاب المصلحة حول استمرار الشركة على المدى الطويل والحد من عدم تناسق وتماثل المعلومات المتاحة للمديرين والمستثمرين. كذلك ذكر Keliwon et al. (2018) ان الإفصاح عبر الإنترنت يأخذ بعين الاعتبار عرض جميع المعلومات التي يمكن أن تعزز أداء الشركات من خلال منصات الإنترنت، بما في ذلك المعلومات المالية وغير المالية. ونلاحظ انه لا يوجد

اختلاف كبير في التعريفات المذكورة حيث أنها أشارت إلى أن الإفصاح عبر الإنترنت هو إفصاح طوعي وهو عملية عرض عام لكل ما يخص الشركات من حيث أدائها العام وعرض معلوماتها سواء المالية منها وغير المالية باستخدام تقنيات الإنترنت المتاحة وعبر مواقعها الإلكترونية على شبكة الإنترنت لتعزيز الثقة بينها وبين أصحاب المصلحة بمختلف أنواعهم وأهدافهم .

2.7 مميزات الإفصاح عبر الإنترنت: لاستخدام تقنية المعلومات والتكنولوجيا في المحاسبة أثر إيجابي على تطوير أساليب المحاسبة والإفصاح المالي من خلال تقديم بيانات ومعلومات محاسبية دقيقة وعالية الجودة لمستخدمي التقارير المالية بمختلف أهدافهم ورغباتهم مقارنة بالإفصاح المحاسبي اليدوي التقليدي (Benbouali and Berberi, 2018). وقد عدد Ibrahim (2010) مجموعة من المميزات أهمها:

* الإفصاح عبر الإنترنت يقلل من تكلفة نشر المعلومات وتجنب تكاليف الإفصاح التقليدي.

* هو أداة توسعة للشركة، حيث أنها موجهة إلى عدد غير محدود من المستخدمين، وبالتالي قد تجذب العديد من المستثمرين، سواء أكانوا محليين أم أجنبي.

* يحسن الإفصاح التقليدي، سواء من حيث كمية أو جودة المعلومات المنقولة، كما أنه يساهم في توفير معلومات أكثر إفادة وتحديث بشكل دوري.

* تحسين قدرة وصول المستخدمين إلى المعلومات بسرعة وبجهد أقل.

* يوفر إمكانية دمج التقارير السنوية في عدة أقسام بسبب وجود علاقات وثيقة بين بياناتهم المالية وهذا الشيء الذي لا يمكن تحقيقه في الإفصاح التقليدي.

* يسمح بالحوار المستمر والمتواصل بين الشركة والمستخدمين حيث يمكنهم تقديم معلومات مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات المستخدمين.

3.7 مراحل تطور الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت: لقد مر الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت بعدة مراحل

تختلف فيها آلية التطبيق والوفاء بالمتطلبات والرغبات. وقد حدد Benbouali and Berberi, (2018) ثلاث مراحل نسردها كما يلي:

المرحلة الأولى: تميزت هذه المرحلة باستخدام الإنترنت لنشر التقارير المالية السنوية، وذلك باستخدام صيغة "PDF" الإلكترونية كبديل للدليل الورقي. ومع ذلك، تفتقر هذه الآلية إلى الروابط التفاعلية، وهي ميزة تسمح بالتنقل داخل الموقع بين أجزاء التقرير أو بين المواقع. علاوة على ذلك، يصعب على المستخدم تحليل القوائم المالية، لأن هذا الملف لا يسمح له بنسخ القوائم المالية أو إعادة تحميل المخططات الإلكترونية لتسهيل التعامل معها. وهذا يتطلب إعادة إدخال البيانات مرة أخرى، وهو ما يستغرق وقتاً طويلاً.

المرحلة الثانية: ظهور لغة البرمجة ولغة ترميز النص التشعبي "HTML" والتي تستخدم كأساس لتصميم مواقع الويب والنصوص التفاعلية في الترميز لعرض معلومات عن المراكز المالية للشركات. يتيح ذلك استخدام الروابط

التفاعلية، وهي ميزة غير متوفرة في ملف "PDF" ، جنباً إلى جنب مع إمكانية فهرسة المعلومات داخل التقارير المالية والغير مالية، لكن دورها يقتصر على توفير معلومات حول كيفية عرض الصفحة دون تقديم أي معلومات حول محتوى البيانات وكيفية تحضيرها. إلى جانب ذلك، فإنه لا يعالج مشكلة تحليل المعلومات التي تواجه المستخدم عند القيام بذلك. وهذا يتطلب إعادة إدخال البيانات كما ذكرنا في المرحلة السابقة عند التعامل مع ملف "PDF".

المرحلة الثالثة: شهدت هذه المرحلة تطوراً تقنياً ملحوظاً، حيث تمكن مستخدمو البيانات المالية من تحليل المعلومات الواردة في التقارير دون الحاجة إلى إعادة إدخالها مرة أخرى. شيء لم يكن ممكناً في المراحل السابقة. بدأت هذه المرحلة بظهور (Extensible Markup language) "XML" أو (لغة الترميز الموسعة)، وإنشاء (Expanded Business Report Language) "XBRL" لغة تقرير الأعمال الموسعة. "XBRL" هو تنسيق قياسي يساعد الشركات على نشر وعرض المعلومات المالية وغير المالية في شكل إلكتروني، مما يسهل المقارنة بين المؤسسات المختلفة وبالتالي زيادة فعالية الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت.

8. الاختبارات والتحليل الإحصائي:

1.8 التحليل الإحصائي الوصفي: في البداية وكما ذكرنا سابقاً تم استخدام الإحصاء الوصفي لوصف وتحليل الظاهرة محل الدراسة وهي الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت والتعرف على مدى استخدامها ومستوى تطبيقها في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول، وكذلك وصف وتحليل باقي متغيرات الدراسة (المحددات)، وقد ظهرت النتائج وفقاً للبرنامج الإحصائي SPSS كما هو واضح في الجدول رقم (01).

الجدول رقم (01): التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OAD	12	47%	74%	65.75%	9.411%
ROA	12	0.30%	2.21%	1.06%	0.54719%
ROE	12	4.40%	19.49%	10.94%	3.88362%
Size	12	23.95	27.30	25.90	1.37877
Lev.	12	4.60	16.80	8.45	3.8372
Age	12	33	96	62.67	20.518
Valid N (listwise)	12				

يظهر الجدول رقم (01) ان المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول تمارس عملية الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت، حيث يظهر اعلى مستوى للإفصاح عند قيمة 74% أي ان هناك مصرف واحد على الأقل او أكثر يفصحون بمعدل أكثر من 50% من العناصر التسعة عشر المستهدفة وكذلك اقل مستوى

للإفصاح يظهر عند 47% وهي ليست بعيدة عن منتصف الحجم المراد الإفصاح عنها بالإضافة الى ان متوسط الإفصاح يظهر بـ 65.75% وهو دلالة ان اغلب المصارف تهتم بعملية الإفصاح. هنا يمكننا القول ان مستوى ممارسة عملية الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول موجود وعند مستوى جيد ومقبول.

بالنظر لباقي المتغيرات ومن خلال الجدول رقم (01) يُظهر التحليل الاحصائي الوصفي الأداء المالي للمصارف المستهدفة والمتمثل في العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية (ROA and ROE) عند اعلى مستوى بـ 2.21% و 19.49% على التوالي وعند اقل مستوى بـ 0.30% و 4.40% على التوالي ويتضح وجود فرق كبير في أداء المصارف وهناك تفاوت في تحقيق العوائد. كذلك يظهر هذا الفرق في الرافعة المالية للمصارف (Lev) حيث ظهرت اعلى قيمة بـ 16.80 واقل قيمة بـ 4.60 وهذا يعني وجود فروق في قدرات المصارف على تغطية التزاماتهم سواء القصيرة او طويلة الاجل. وكذلك يوجد فروق في اعمار المصارف التي تتراوح ما بين 96 عام الى 33 واعلى قيمة تظهر مدى قدم وخبرة المجال المصرفي في تركيا. أخير لا يظهر فرق كبير بين المصارف من حيث الحجم والذي تم تمثيله بأجمالي الأصول حيث تظهر اعلى قيمة عند 27.30 واقل قيمة عند 23.95 مع الاخذ في الاعتبار ان هذه القيمة تم تعديلها باللوغاريتم الطبيعي لتكون صالحة للاستخدام الاحصائي.

2.8 اختبار الارتباط: للتعرف على وجود علاقة خطية من عدمه بين متغيرات الدراسة تم تطبيق اختبار معامل الارتباط (Pearson correlation coefficient) باستخدام برنامج SPSS والذي يقيس وجود وقوة العلاقة الخطية بين متغيرين، وتتراوح معاملاته ما بين -1 الى +1 حيث ان +1 تمثل اقوة علاقة إيجابية طردية بين متغيرين و-1 اقوة علاقة سلبية عكسية بين متغيرين، وقد ظهرت نتائج الاختبار كما هو واضح في الجدول رقم (02).

الجدول رقم (02): اختبار معامل الارتباط

Correlations							
		OAD	ROA	ROE	Size	Lev.	Age
OAD	Pearson Correlation	1	.765**	.781**	.580*	-0.091	0.415
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

من خلال الجدول رقم (02) يمكننا ملاحظة وجود علاقة موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية بين الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت OAD وبين متغيرات العائد على الأصول ROA والعائد على حقوق الملكية ROE وحجم المصرف Size والتي تظهر معاملاتهم بـ 0.765 و 0.781 و 0.580 على التوالي، وهذا يدل على وجود علاقة طردية بين المتغيرات المستقلة المذكورة والمتغير التابع مما يعني كلما زادت عائدات الشركة واريابها وكلما زاد حجم الشركة زاد بالتالي مستوى افصاحها على الانترنت.

من جهة أخرى ورغم اظهار وجود علاقة موجبة وطردية بين الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت OAD وعمر المصرف Age بمعامل 0.415 الى ان هذه العلاقة ليس لها أهمية كبيرة او دلالات احصائية عند مستويات 0.01 او 0.05. وبالعكس كل ذلك يظهر معامل الارتباط عكسي وبالعلاقة ضعيفة جدا وبمعامل -0.091 بين الإفصاح والرافعة المالية Lev ودون أي دلالات إحصائية، وعليه يمكننا القول انه لا توجد علاقة بين المتغيرين وبالتالي لن يؤثر تغير أحدهما على الاخر.

3.8 تحليل الانحدار واختبار الفرضيات: في هذا القسم سيتم اختبار فرضيات الدراسة من خلال التعرف على نتائج اختبار تحليل الانحدار والذي يقيس قوة العلاقة من جهة بين المتغيرات، والتعرف من جهة اخرى على وجود التأثير من عدمه للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع، وإمكانية التنبؤ بأي تغيرات مستقبلية.

لقد تم ادخال نموذج الدراسة

$$OAD = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 ROE + \beta_3 Lev + \beta_4 Size + \beta_5 Age + \varepsilon$$

الى البرنامج الاحصائي SPSS واختباره عند مستوى دلالة 5% ومستوى ثقة 95%.

الجدول رقم (03): اختبار تحليل الانحدار

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-50.936	23.059	-2.209	0.069	-107.360	5.489
	ROA	9.167	5.086	1.802	0.122	-3.278	21.612
	ROE	0.660	0.679	0.973	0.368	-1.001	2.321
	Size	3.896	0.986	3.950	0.008	1.482	6.310
	Lev.	-0.060	0.307	-0.195	0.852	-0.812	0.692
	Age	-0.011	0.073	-0.152	0.884	-0.188	0.166

a. Dependent Variable: OAD

وفقا لنتائج الاختبار والظاهرة في الجدول رقم 3، يظهر المعامل الخاص بمتغير العائد على الأصول ROA بقيمة 9.167 وهي تظهر ارتباط موجب مع الإفصاح ولكن هذا الارتباط ليس له أهمية او دلالة إحصائية ويتضح ذلك من قيمة الأهمية 0.122 وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05، وبالتالي نرفض فرضية الدراسة الأولى ونقبل بفرضية العدم وهي: لا يؤثر العائد على الأصول على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

فيما يخص الفرضية الثانية كذلك يظهر الاختبار وجود ترابط موجب بمعامل 0.660 بين العائد على حقوق الملكية ROE والافصاح ولكنه غير مهم وليس له دلالة إحصائية حيث ان معامل الأهمية أكبر من مستوى الدلالة $0.05 < 0.368$ وبالتالي سنرفض فرضية الدراسة الثانية ونقبل بفرضية العدم وهي: لا يؤثر

العائد على حقوق الملكية على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

لاختبار الفرضية الثالثة يظهر اماننا معامل الارتباط بين حجم المصرف Size والافصاح بقيمة 3.896 وهي تمثل ارتباط قوي وموجب، وكذلك نلاحظ ان معامل الأهمية بقيمة 0.008 وهي أصغر من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يعني وجود أهمية ودلالة إحصائية وبالتالي نقبل فرضية الدراسة الثالثة وهي: يؤثر حجم المصرف على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول. يظهر في الجدول رقم 3 معامل ارتباط سالب بين متغير الرافعة المالية Lev وحجم الإفصاح -0.060، أي ان الارتباط عكسي وضعيف، ولكن معامل الأهمية 0.852 يظهر عدم أهمية وعدم وجود دلالة إحصائية لأنه أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي ترفض فرضية الدراسة الرابعة وتقبل فرضية العدم وهي: لا تؤثر الرافعة المالية على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

كذلك الحال مع متغير العمر Age ظهور معامل ارتباط سالب وضعيف بين المتغيرين -0.011 وليس له أهمية او دلالة إحصائية كما يتضح من معامل الأهمية $0.884 > 0.05$ ، وبالتالي نرفض فرضية الدراسة الخامسة وتقبل فرضية العدم وهي: لا يؤثر عمر المصرف على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول.

9. نتائج الدراسة: من خلال ما تم استخدامه من تحليلات واختبارات إحصائية توصلت الدراسة للنتائج التالية:
1- يعتبر مستوى ممارسة الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول جيد ومقبول، حيث يصل الى مستوى 74% وبمتوسط 65.75%، وهو في مراحل متقدمة من التطور واستخدام التقنيات الحديثة.

2- رغم ان الدراسة أظهرت وجود علاقة موجبة بين متغيرات العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية مع الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت، الا ان هذه العلاقة ليس لها دلالة إحصائية، أي انه لا يوجد تأثير لهذه المتغيرات على الإفصاح ولا يمكنها تفسير أي تغير او التنبؤ بأي تغير قد يطرأ على مستوى حجم الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت، وهذه النتيجة تعتبر متسقة مع اغلب نتائج الدراسات السابقة خاصة (Al- Sartawy and Reyad, 2018) وكذلك (Al-Sartawy, 2018) والذي اظهر ان للإفصاح تأثير على مقاييس الأداء المالي للشركات وليس العكس.

3- أظهرت الدراسة وجود علاقة موجبة وذات دلالة واهمية إحصائية بين متغير حجم الشركة والافصاح المحاسبي عبر الانترنت. حيث ان أي تغير في حجم الشركة سيغير معه حجم مستوى الإفصاح وبالتالي يمكننا استخدامه في تفسير أي تغير في حجم الإفصاح او التنبؤ به. هذه النتيجة تتماثل مع نتائج العديد من الدراسات السابقة

منها (García and García, 2010) و (Callén et al., 2014) و (Basuony and Mohamed, 2014) والتي أظهرت جميعها مدى قوة العلاقة بين حجم الشركة والافصاح وان الشركة كلما كبرت وتوسعت كلما زادت المتطلبات لإفصاح أكثر.

4- فيما يخص متغيرات الرافعة المالية وعمر المصرف اثبتت الدراسة عدم وجود علاقة او تأثير لهذه المتغيرات على حجم ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت، وهذا ما أظهرته كذلك دراسة (García and García, 2010).

10. الخلاصة والتوصيات: يعتبر الإفصاح المحاسبي من اهم اهداف النظام المحاسبي، والذي يسعى الى توصيل المعلومات المالية لأصحاب المصلحة ومتخذي القرارات بجميع فئاتهم واهدافهم في الوقت المناسب وبأفضل الطرق والوسائل المتاحة والتي منها الانترنت بكل ما فيه من تقنيات وتكنولوجيا حديثة. وقد هدفت هذه الدراسة للتعرف على مستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت في المصارف التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية في إسطنبول، والتعرف على تأثير مجموعة من المحددات وهي العائد على الأصول وحقوق الملكية وحجم وعمر المصرف والرافعة المالية على مستوى وحجم هذا الإفصاح. تكونت العينة من 12 مصرفا تجاريا مسجلا في سوق الأوراق المالية في إسطنبول، وتم تجميع البيانات من القوائم المالية والتقارير السنوية المنشورة على صفحات الويب الخاصة بهذه المصارف عن السنة المالية 2020. وبعد استخدام الإحصاء الوصفي واختبارات الارتباط والانحدار، أظهرت نتائج الدراسة مستوى مرتفع لممارسة الإفصاح عبر الانترنت في المصارف المستهدفة، كذلك أظهرت عدم وجود علاقة ذات أهمية او تأثير لمتغيرات العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية والرافعة المالية وعمر المصرف مع مستوى وحجم الإفصاح، ومن جهة أخرى، أظهرت الدراسة وجود علاقة قوية ومؤثرة بين حجم المصرف ومستوى الإفصاح المحاسبي عبر الانترنت.

عليه يجب على الشركات سواء في القطاع المصرفي او غيره الاهتمام بتطوير الإجراءات والطرق والوسائل المستخدمة في الإفصاح سواء المالي وغير مالي، وتطوير مواقع الويب الخاصة بها على شبكة الانترنت، لما في ذلك من سهولة في الاستخدام وتقليل في التكاليف المرتبطة بالطرق التقليدية.

المراجع:

1. Achoki, I. and Kule, J. (2016), "Effect of voluntary disclosure on the financial performance of commercial banks in Rwanda. A study on selected banks in Rwanda", European Journal of Business and Social Sciences, Vol. 5 No. 6, pp. 167-184.
2. Al-Sartawi, Abdalmuttaleb Musleh (2018), "Online financial disclosure and firms' performance Evidence from the Gulf Cooperation Council countries", Emerald Publishing Limited, World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, Vol. 14 No. 2, pp. 178-190.
3. Al-Sartawi, Abdalmuttaleb Musleh (2018), "Does institutional ownership affect the level of online financial disclosure", Academy of Accounting and Financial Studies Journal, Vol 22, Issue 2.
4. Al-Sartawi, A., Hamdan, A., Subry, M. and Imad, A. (2013), "The effect of audit committees on earnings management 'empirical study on

- manufacturing listed companies before the international financial crisis' ”, An-Najah University Journal for Research – Humanities, Vol. 27 No. 4, pp. 819-846.
5. Al-Sartawi, A. Musleh, and Reyad, Sameh (2018), “Signaling theory and the determinants of online financial disclosure”, Emerald Publishing Limited, Journal of Economic and Administrative Sciences Vol. 34 No. 3, pp. 237-247.
6. Aly, D., Simon, J and Hussainey, K. 2010. Determinants of corporate internet reporting: evidence from Egypt. *Managerial Auditing Journal*, 25 (2): 182-202.
7. Aronmwan, Edosa Joshua and Asiriwuwa, Osariemen (2013), “Online financial disclosures in the Nigerian public sector”, *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* Vol. 5. No. 4, pp. 257-270.
8. Basuony, Mohamed A. and Mohamed, Ehab K. A. (2014), "Determinants of Internet Financial Disclosure in GCC Countries ”, *Asian Journal of Finance & Accounting*, Vol. 6, No. 1, pp. 70-89.
9. Benbouali, Khadidja and Berberi, Mohammed Amine. (2018), “The Importance of Introducing Electronic Accounting Disclosure Using the XBRL Language in Activating the Algerian Stock Market”, *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies* 4/1, pp. 40-58.
10. Bonsón, E. and Escobar, T. (2006) Digital Reporting in Eastern Europe: An Empirical Study. *International Journal of Accounting Information Systems*, 7 (4), 299-318.
11. Callén, Yolanda F., Fernández, Beatriz C. and Velázquez, Marcela P. (2014), “Determinants of online corporate reporting in three Latin American markets: The role of web presence development”, *Online Information Review*, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 38 No. 6, pp. 806-831.
12. Debreceny, R., Gray, G. L. and Rahman, A. (2002) The Determinants of Internet Financial Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21 (4/5), 371-394.
13. FASB (2000). Chapter 2. Business reporting research project: electronic distribution of business reporting information. Steering committee report series.
14. Foster, G., Kasznik, R. and Sidhu, B.K. (2012), “International equity valuation: the relative importance of country and industry factors versus company-specific financial reporting information”, *Accounting & Finance*, Vol. 52 No. 3, pp. 767-814.
15. García, Ana Cárcaba and García, Jesús G. (2010), “Determinants of Online Reporting of Accounting Information by Spanish Local Government Authorities”, *Local Government Studies*, Vol. 36, No. 5, 679–695.
16. Ibrahim, Bakr (2010), "Role and Responsibility of Auditors in Iraq towards Financial Disclosure of Financial Statements" - Mustansiriyah University - Faculty of Management and Economics.
17. Jain, S.K. and Kumar, P. (2013). Corporate financial reporting on internet: A study of user's perception. *Pacific Business Review International*, 5(12), 45-55.
18. Keliwon, B., Zaleha, A.S. and Mohamat, S.H. (2018), “Internet financial reporting (IFR) disclosure position and firm value”, *Asian Journal of Accounting and Governance*, Vol. 9, pp. 127-140.
19. Khan, M. and Noor, Ismail. 2011. The Use of Disclosure Indices in Internet Financial Reporting Research. *Journal of Global Business and Economics*, 3 (1):157-173.
20. Klapper, L. and Love, I. (2004), “Corporate governance, investor protection and performance in emerging markets”, *Journal of Corporate Finance*, Vol. 10 No. 5, pp. 703-728.
21. Lymer, A., Debreceny, R., Gray, G. and Rahman, A. (1999), "Business Reporting on the Internet", International Accounting Standard Committee, London.
22. Nassaji, Hossein (2015), “Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis”, *Language Teaching Research*, Vol. 19 No. 2, pp. 129-132.
23. Poon, P.L. and Yu, Y.T. (2012),

“Degree of internet corporate reporting: a research framework”, Information Research, Vol. 17 No. 1, p. 509.

24. Purba, L., Medyawati, H., Silfianti, W. and Hermana, B. (2013), “Internet financial reporting index analysis: an overview from the state owned enterprise in Indonesia”, Journal of Economics, Business and Management, Vol. 1 No. 3, pp. 281-284.

25. Sanad, Zakeya R. and Al-Sartawi, A. (2013), “Investigating the Relationship between Corporate Governance and Internet Financial Reporting (IFR): Evidence from Bahrain Bourse”, Jordan Journal of Business Administration, Volume 12, No. 1.

26. Wallman, S. M. H. (1995) The Future of Accounting and Disclosure in an Evolving World: The Need for Dramatic Change. Accounting Horizons, 9 (3), 81-91.

الملحق:

The Financial Accounting Standards العناصر التسعة عشر التي يجب عرضها عبر الإنترنت وفقا لمجلس معايير المحاسبة المالية

.Board (FASB) (FASB, 2000)

Presentation

(1) Annual report in PDF format	التقرير السنوي بتنسيق PDF
(2) Hyperlinks to financial analysts	روابط للمحللين الماليين
(3) Hyperlinks inside the annual report	روابط داخل التقرير السنوي
(4) Link to homepage	رابط للصفحة الرئيسية
(5) Ability to download reports	القابلية لتحميل التقارير
(6) Link to table of contents	رابط لجدول المحتويات
(7) Direct e-mail contacts (feedback) available	اتاحت بريد الكتروني للاتصالات المباشرة
(8) Financial data in processable format (Excel)	بيانات مالية بتنسيق قابل للمعالجة
(9) Use of multimedia technology (in general)	استخدام تقنية الوسائط المتعددة
(10) Table of content/sitemap	جدول المحتويات / خريطة الموقع الالكتروني
(11) Hyperlinks texts	نصوص الارتباطات التشعبية
(12) Hyperlinks to data on a third-party's website	روابط لبيانات موجودة على موقع آخر
(13) Change to printing friendly format possible	تمكين تغيير تنسيق الطباعة بسهولة
(14) Format of reports suitable for calculations	تنسيق التقارير بشكل يناسب العمليات الحسابية
(15) Internal search engine	محرك بحث داخلي
(16) Clear boundaries for annual reports	حدود واضحة للتقارير السنوية
(17) Annual report in HTML format	تقرير سنوي بصيغة HTML
(18) Menu pull-down	القائمة المنسدلة
(19) Advanced features	خيارات متقدمة