

## الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت لشركات المساهمة السعودية: دراسة ميدانية من وجهة نظر المستخدمين خلال الفترة 2013-2014م

محمد بن يسلم سعيد باقطين

طالب ماجستير / جامعة الملك عبد العزيز – جدة

كلية الاقتصاد والإدارة – قسم المحاسبة

[Bagatian8@gmail.com](mailto:Bagatian8@gmail.com)

### الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على وجهات نظر مستخدمي المعلومات المحاسبية حول الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت لشركات المساهمة السعودية، حيث استهدفت الدراسة أربعة فئات من المستخدمين (مستثمرين، مقرضون، مراجعون، مستشارون ماليون واقتصاديون)، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة قدرها (105) مستخدم، حيث تم ابداء وجهات نظرهم حول استخدام الإنترنت في الإفصاح، والسلبيات المتعلقة به، واستخدمت الدراسة نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) للتعرف على وجهات نظر المستخدمين حول أهم منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت، والمميزات المتعلقة بسهولة الاستخدام للمستخدم.

وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك توافق في وجهات النظر حول نفعية المعلومات المحاسبية المنشورة عبر الإنترنت للمستخدم، وأنها تتميز بالسهولة والسرعة في استرداد البيانات التاريخية، وسهولة وسرعة الحصول على المعلومات المحاسبية ويمكن حفظها وتحليلها في أي وقت وأي مكان. كما أظهرت الدراسة أن المستخدمين في المملكة يفضلون الحصول على المعلومات المحاسبية عن طريق الإنترنت والإفصاح الورقي معاً، وأن منصة السوق المالية السعودية (تداول) هو المصدر الأساسي لهم في الحصول على المعلومات المحاسبية عبر الإنترنت، كما أثبتت نتائج الدراسة اختلاف كبير في وجهات نظر المستخدمين حول المصدر الذي يمكن الاعتماد عليه في اتخاذ القرارات الاستثمارية والسلبيات المتعلقة بالإفصاح عبر الإنترنت.

**الكلمات المفتاحية:** الإفصاح المحاسبي ، مستخدمي المعلومات ، الشركات المساهمة

## Abstract

This study aims to identify the views of users of accounting information about the online accounting disclosure for Saudi joint stock companies. The study targeted four categories of users (investors, lenders, auditors, financial and economic advisors), and the questionnaire was distributed to a sample of (105) users, where their views were expressed about the use of the Internet in disclosure, and the negatives related to it, and the study used the Technology Acceptance Model (TAM) to identify the users' views on the most important benefits of online accounting disclosure, and the advantages related to ease of use for the user.

The study concluded that there is a consensus in the users' views about the usefulness of the accounting information published online for the user, and that it is characterized by the ease and speed in retrieving historical data, and the ease and speed of obtaining accounting information and can be saved and analyzed at any time and any place. The study also showed that users in the Kingdom prefer to obtain accounting information via the Internet and paper disclosure together. And that the Saudi Stock Exchange (Tadawul) platform is the main source for them to obtain accounting information online. The results of the study also a significant difference in users' views about the source that can be relied upon in making investment decisions and the negatives related to online disclosure.

**Keywords:** *Accounting disclosure, information users, joint stock companies*

## مقدمه

تطور الإفصاح المحاسبي في المملكة العربية السعودية تزامناً مع التطورات المعاصرة في الدول المتقدمة، حيث أصدرت الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين معيار للعرض والإفصاح العام والذي يهدف إلى تحديد متطلبات العرض والإفصاح العام في القوائم المالية للمنشآت الهادفة للربح وكذلك مقتضيات العرض والإفصاح العام المتعلقة بالقوائم المالية الموحدة والقوائم المالية للمنشآت التي لا تزال في مرحلة الإنشاء (معايير المحاسبة المالية السعودية، 2007)، كما تم إنشاء هيئة السوق المالية والتي من شأنها تنظيم ومراقبة الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالأوراق المالية والجهات المصدرة لها. وقد تم على إثرها تأسيس شركة السوق المالية السعودية "تداول"، والتي أطلقت بعد ذلك نظام الإفصاح الإلكتروني "إفصاح" لإعداد وعرض المعلومات والتقارير المالية للشركات المدرجة في السوق المالية السعودية، بهدف تلبية متطلبات مستخدمي المعلومات والشركات من خلال توفير أدوات إعداد وعرض وحفظ البيانات مما يوفر الوقت والجهد والتكاليف، وزيادة مستوى الإفصاح والشفافية للبيانات المالية وغير المالية (السوق المالية السعودية تداول).

ونظراً لتزايد الاهتمام بالإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت في المملكة العربية السعودية خلال السنوات الماضية وفقاً لدراسة (K.A. Al-Motrafi، 2008) فإن 45% من الشركات المساهمة في السعودية تقوم بالإفصاح عن معلوماتها المحاسبية عبر الإنترنت، كما أوضحت الدراسة أن هذا النوع من الإفصاح أصبح وسيلة للحصول على المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار. وتأتي هذه الدراسة بعد استخدام الإنترنت في الإفصاح المحاسبي للتعرف على وجهات نظر المستخدمين في الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت لشركات المساهمة بالمملكة العربية السعودية.

## مشكلة الدراسة

استناداً لما سبق يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في التساؤل عن وجهات نظر مستخدمي المعلومات في الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت لشركات المساهمة السعودية، ويتضمن التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هي وجهات نظر مستخدمي المعلومات في الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت كمصدر للحصول على المعلومات في المملكة العربية السعودية؟
2. ما هي أهم المنافع العائدة لمستخدم المعلومات من استخدام الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت في المملكة العربية السعودية؟
3. ما هي أهم مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت المتعلقة بسهولة الاستخدام من وجهة نظر مستخدم المعلومات في المملكة العربية السعودية؟

4. ما هي أهم سلبيات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر مستخدم المعلومات؟
5. هل هناك توافق في وجهات النظر بين فئات مستخدمي المعلومات فيما يتعلق بالإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت؟

### أهداف الدراسة

في ضوء مشكلة الدراسة يتمثل الهدف الرئيس في التعرف على وجهات نظر مستخدمي المعلومات في الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت لشركات المساهمة السعودية، بعد أن تم استخدامه في اتخاذ القرارات ويتضمن الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على أهم منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت من وجهة نظر مستخدمي المعلومات في المملكة العربية السعودية.
2. التعرف على أهم مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت المتعلقة بسهولة الاستخدام من وجهة نظر مستخدمي المعلومات في المملكة العربية السعودية.
3. التعرف على أهم سلبيات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر مستخدمي المعلومات.
4. مقارنة وجهات نظر فئات مستخدمي المعلومات حول استخدام الإنترنت في الإفصاح المحاسبي والمنافع العائدة منه للمستخدم وسهولة استخدامه والسلبيات المتعلقة به.

### أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة لعدة عوامل واعتبارات أهمها:

1. انتشار الإنترنت وتزايد عدد مستخدميه في المملكة العربية السعودية. (هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية)
2. تعتبر الدراسة إضافة للدراسات السابقة في الموضوع ذاته من حيث تعدد وتنوع فئات مستخدمي المعلومات.
3. تزايد استخدام الإنترنت في الحصول على المعلومات المحاسبية في المملكة العربية السعودية.
4. تزايد عدد الشركات التي تنشر معلوماتها المحاسبية على الإنترنت. (المطيري، 2012م)

### حدود الدراسة

تقتصر الدراسة على استطلاع وجهات نظر المستخدمين في المملكة العربية السعودية وتحديدًا مدينتي الرياض وجدة وذلك لتواجد بها أكبر قدر من المستخدمين ولحجمها وموقعها الجغرافي، أما الحدود الزمانية فهي تقتصر على الفترة الزمنية التي جرت بها الدراسة والتي كانت بين عامي 2013-2014م.

## الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت

### ماهية الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت

عُرف الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت من قبل العديد من الباحثين ومن بينهم (Caven and Marston، 1999) على أنه " إفصاح اختياري تفصح فيه الشركات عن معلوماتها المالية على مواقعها على الإنترنت".

وعرفه (توفيق، 2002) على انه " قيام المنشأة بإنشاء موقع أو أكثر لها على الشبكات الدولية للمعلومات كوسيط نقل سريع بهدف توزيع ونشر مباشر معلومات غير مالية ومالية عديدة على قطاعات واسعة من المستخدمين المتصلين بالشبكة ".

وكما عرفه (السليم، 2006) على انه " عبارة عن نشر القوائم والتقارير المالية والإيضاحات والهوامش، وتقارير المدققين الخارجيين، وتقارير الإدارة، وأي تقارير أخرى مهمة لفهم محتويات القوائم المالية، على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) ".

وكما عرفة (المطيري، 2012) بانه " افصاح الشركات عن المعلومات المالية وغير المالية والمعلومات الأخرى التي تخص الشركة وتحديث هذه المعلومات أولاً بأول على مواقعها على الإنترنت ".

ويرى الباحث أن الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت هو عبارة عن نشر المعلومات المحاسبية للمنشأة (المعلومات المالية وغير المالية) بشكل دوري عبر شبكة الإنترنت.

ويمكن اعتبار المنشأة مطبقة للإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت إذا كان لديها موقع واحد على الأقل على شبكة الإنترنت ويتضمن واحداً على الأقل مما يلي: (توفيق، 2002م)

1. مجموعة كاملة من القوائم المالية السنوية تشمل قائمة المركز المالي وقائمة الدخل وقائمة التدفقات النقدية والإيضاحات المتممة للقوائم المالية وتقرير مراقب الحسابات.
2. تقارير مالية مرحلية بينية (Interim Reports) تشمل الحد الأدنى لقائمة المركز المالي المرحلية وقائمة الدخل المرحلية (طبقاً للمعيار المحاسبي الدولي رقم 3434 International Accounting Standard (IAS).
3. أداة ربط وصلات (Link) بقوائمها المالية في أي مكان آخر على شبكة الإنترنت فمثلاً يمكن أن يتحول المستخدم المستعرض من موقع المنشأة على الشبكة إلى موقع مكتبة مركز المعلومات ودعم القرار برئاسة

مجلس الوزراء (طرف ثالث) أو موقع وزارة التجارة أو موقع هيئة سوق المال على نفس الشبكة أو غيرها ويحصل على بيانات ومعلومات عن القوائم المالية للمنشأة. ولقد تم تصنيف الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت من وجهة نظر مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB) إلى قسمين: (رشيد، 2011م)

1. المحتوى المعلوماتي المنشور على 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..إلخ.
2. طريقة عرض المعلومات، ويقصد به الوسائل المستخدمة في نشر المعلومات المالية وغير المالية وتتراوح من عرض نفس المعلومات المطبوعة وبدون أي اضافة أو تغيير وذلك باستخدام تقنيات Hyper Text Markup Language (HTML) أو Portable Document File (PDF) إلى استخدام تقنيات متقدمة في عرض المعلومات تشمل على سبيل المثال امكانية تحميل هذه المعلومات واستخدام تقنيات الصوت...الخ.

كما قام (FASB) بتقسيم الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت في مواقع الشركات إلى أربع مستويات: (الخيال، 2009م)

1. شركات لا تنشر أي معلومات مالية أو تقارير مالية.
2. شركات تنشر جزء مختصر من التقارير المالية، وهذه المعلومات المفصح عنها أقل من كمية المعلومات الموجودة في التقارير المالية المطبوعة.
3. شركات تنشر على موقعها الإلكتروني نفس كمية المعلومات الموجودة في التقارير المالية المطبوعة.
4. شركات تنشر على موقعها الإلكتروني كمية معلومات أكثر من المعلومات الموجودة في التقارير المالية المطبوعة.

وذكرت بعض الدراسات من بينها دراسة (Marston، 2003) ودراسة (Almilia and Budisusetyo، 2008) أن في السنوات الأخيرة كان هناك نمواً واسعاً في استخدام الإنترنت، فقد وضعت العديد من الشركات مواقعها الخاصة على الإنترنت لنشر المعلومات. ويعد هذا النوع من الإفصاح اختياري وغير منظم من قبل الهيئات المهنية والمؤسسات في العديد من البلدان وخاصة في البلدان النامية.

### مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت وسلبياته

ذكر العديد من الباحثين مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت لصالح الشركات ومنها: (الرشيدي، 2009م)

1. نشر معلومات الشركة لعدد غير محدود من المستخدمين بعضهم غير معروف للشركة.

2. يسمح للشركة درجة عالية من التفاعل بينها وبين المستخدمين الامر الذي يمكن الشركة من توفير معلومات تتفق مع احتياجات المستخدمين.

3. تخفيض المجهود المطلوب لمعالجة البيانات وتقديمها في صورة اشكال من التقارير.

4. تخفيض تكاليف توزيع ونشر المعلومات.

5. تحسين الإفصاح المحاسبي للشركة وما يترتب على ذلك من تحسين صورتها.

وهناك مميزات للإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت تخدم مستخدم المعلومات المحاسبية مثل: (الرشيدي،

(2009م)

1. امكانية استخدام الروابط التفاعلية، ومن ثم يمكن للمستخدمين ربط اجزاء عديدة من التقارير المنشورة مع معلومات اخرى متعلقة بها في مواقع مختلفة، الأمر الذي يمكن إجراء المقارنات بسهولة ويسر.

2. امكانية حصول المستخدمين على المعلومات الفورية ومتابعة التغيرات التي تطرأ عليها.

3. إمكانية تحميل المعلومات المنشورة على الحاسب الشخصي للمستخدم، ومن ثم تخزينها والرجوع إليها في المستقبل.

4. مرونة عرض المعلومات المنشورة، حيث يمكن استخدام الوسائط المتعددة بأشكال مختلفة مثل الصوت والصورة والرسوم البيانية.

وعلى الرغم من تلك المميزات إلا أن هناك سلبيات تواجهها الشركات في الإفصاح عن معلوماتها عبر

الإنترنت ومن تلك السلبيات: (السليم، 2006م)

1. زيادة تكاليف الإفصاح عبر الإنترنت عن المنافع التي يحققها، مثل تكاليف انشاء الموقع على الشبكة وصيانتها وتحديث صفحاته، وتكاليف حماية، وامن الموقع وغيرها.

2. زيادة مخاطر مقاضاة الشركة أو فقدان ميزاتها التنافسية بسبب خصائص تشغيل الشركات للبيانات والمنافسة في السوق.

3. قد يكون الهدف الذي تفصح عنه الشركة لا يتطلب أكثر من طبع تقارير سنوية، وذلك يعني افصاحات تقليدية.

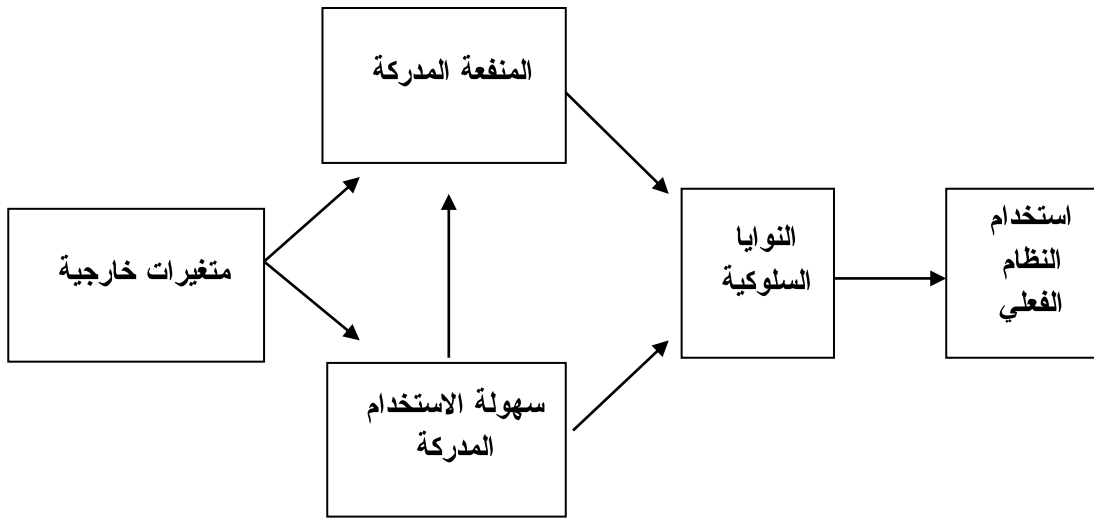
### مستخدمي المعلومات المحاسبية وقبول التكنولوجيا

يعتبر نموذج قبول التكنولوجيا، الذي ابتكر عام 1986، النموذج النظري الأكثر انتشاراً وتطبيقاً في مجال نظم المعلومات. وقد تم ابتكاره من قبل Davis الذي افترض فيه أن قبول نظم المعلومات من قبل الأفراد يتحدد بمتغيرين أساسيين: المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة، وأن هذان المتغيران يتأثران بعوامل خارجية. (الطويل، 2011م)

وقد قام Davis عام 1989م بتطوير نموذج قبول التكنولوجيا استناداً إلى نظرية الفعل العقلاني التي وضعها Fashbein & Ajzen عام 1980م ونظرية أخرى تطورت عنها تدعى نظرية السلوك المخطط. وتتركز النظريتان

على افتراض أساسي ينص على أن سلوك المستهلك عقلائي، وأنه يقوم بتجميع المعلومات المتاحة بشكل نظامي ويفكر بتأثيرات أفعاله المحتملة. (Davis and warshaw،1989) ويوضح لنا الشكل التالي النسخة الأخيرة من نموذج قبول التكنولوجيا بعد تطويره.

الشكل التالي يمثل النسخة الأخيرة لنموذج قبول التكنولوجيا (venkatesh and Davis،1996)



فالمنفعة المدركة هي اعتقاد الفرد بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات الجيدة يجب أن تؤدي إلى تحسين الأداء. (Susanto and Goodwin،1989) أما سهولة الاستخدام المدركة فهي الدرجة التي يعتقد الفرد أن استخدام نظام معين من شأنه أن يعزز الأداء الوظيفي له.

### مستخدمي المعلومات المحاسبية واحتياجاتهم من المعلومات

تخدم المعلومات المحاسبية فئات مختلفة يمكن تقسيم هذه الفئات إلى:

#### 1. فئات لها مصالح مالية مباشرة في المنشأة وتتضمن: (الجفري، 2006م)

أ. **المستثمرون الحاليون والمرقبون:** وهم الذين يحتاجون المعلومات لتقدير المخاطر الملازمة لاستثماراتهم، كما أنهم يحتاجون المعلومات التي تساعدهم في تحديد ما إذا كان عليهم اتخاذ قرار الشراء أو الاحتفاظ بالاستثمار أو البيع كما أن المستثمرون مهتمون بالمعلومات التي تساعدهم في تقييم قدرة الوحدة الاقتصادية على توزيع الأرباح وتقييم فرص الاستثمار المتاحة والمفاضلة بين البدائل الاستثمارية الأخرى.

ب. **المقرضون الحاليون والمرقبون:** وهم مهتمون بالمعلومات التي تساعدهم على تحديد فيما إذا كانت قروضهم والفوائد المترتبة عليها سوف تدفع لهم عند الاستحقاق.



- ج. العاملون: هم والمجموعات المماثلة لهم مهتمون بالمعلومات المتعلقة باستقرار وربحية أرباب عملهم كما أنهم مهتمون بالمعلومات التي تمكنهم من تقييم قدرة المشروع على دفع مكافأته ومنافع التقاعد وتوفر فرص العمل.
2. فئات لها مصالح مالية غير مباشرة في المنشأة وتتضمن: (حنان وآخرون، 2003م)
- أ. المحللون الماليون: فهم يحتاجون إلى المعلومات المحاسبية بغرض إجراء التحليلات المالية وتقديم الاستشارات لاتخاذ قرارات استثمارية.
- ب. المستشارون الاقتصاديون: فهم يحتاجون إلى المعلومات المحاسبية لتحليل النشاط الاقتصادي والتنبؤ بتطوره واتجاهاته.
- ج. الدوائر والسلطات الحكومية ذات العلاقة: مثل مصلحة الزكاة والدخل التي تهتم بالتقارير المالية الصادرة عن المنشأة لاستخدامها لأغراض الزكاة والضرائب المستحقة على المنشأة.
- د. السلطات القضائية: فهي تحتاج إلى المعلومات المحاسبية للفصل في أمور الإفلاس والمنازعات القضائية.
- هـ. المستهلكون أو العملاء: حيث يهتمون بتكوين فكرة عامة عن مدى قدرة المنشأة على الاستمرار بتزويدهم بالسلع وفق جودة ونوعية معينة وبكميات كافية وبأسعار معقولة. كما يهتمهم مقدرة المنشأة في الاستمرارية بتقديم خدمات ما بعد البيع وخدمات ضمان المنتج.
- و. المراجعون القانونيون: باعتبارهم مسؤولين عن انجاز العمل المحاسبي وإعداد التقارير المالية المطلوبة وفق مبادئ ومعايير معترف بها. (حنان، 2003م)

### الدراسات السابقة

#### دراسة (B.Kumar،S.K Jain، 2013)

هدفت الدراسة إلى استهداف آراء المستثمرين والمستخدمين بشأن إعداد التقارير المالية للشركات على شبكة الإنترنت. وقد استخدمت منهجية الدراسة على مسح شمل عينة مكونة من (110) من المستثمرين والمستخدمين، أي المستثمرين الأفراد والمؤسسات والمحللين والأكاديميين. وأظهرت النتائج أن الإنترنت هو وسيلة فعالة من حيث التكلفة التي تمكن الوصول كل شخص. ويمكن للشركات الصغيرة استخدام هذه الوسيلة لمستثمريها المحتملين. وأظهرت الدراسة أيضاً أن المستخدمون يعتقدون أن التقارير المالية عبر الإنترنت موثوق بها وأنها تعطي معلومات في الوقت المناسب.

#### دراسة (N.A Ismail،M.N.A.A Khan، 2012)

تهدف هذه الدراسة إلى التحقق تجريبياً في آراء المستخدمين حول التقرير السنوي للشركات الماليزية والعوامل المؤثرة عليها على مختلف جوانب إعداد التقارير المالية على الإنترنت. وتم فحص آراء المستخدمين حول فوائد ومشاكل استخدام هذه التكنولوجيا الجديدة لإعداد التقارير المالية. وقد تم جمع آراء المستخدمين حول التقرير السنوي للشركات باستخدام الاستبيان بالبريد من أربعة فئات مختلفة من المستخدمين. ووجدت نتائج هذه الدراسة ثلاثة مزايا رئيسية للشركات التي تنشر تقاريرها المالية على الإنترنت وهي جذب الاستثمار الأجنبي، وتشجيع الشركات العامة على نطاق أوسع، وتوفير تغطية أوسع. وأظهرت النتائج أيضاً أن المزايا الرئيسية الثلاث للمستخدمين في جمع

المعلومات المالية عبر موقع الشركات على الإنترنت هي زيادة سرعة وكفاءة في الحصول على المعلومات المالية، مما يجعل عملية اتخاذ القرار الاستثماري أسهل وأسرع، وتوفير المعلومات للشركة بتكلفة زهيدة. وأظهرت نتيجة التحليل التي ينظر إليها ثلاثة عوامل ذات أهمية من قبل الشركات التي تنشر تقاريرها المالية على الإنترنت هي تحسين صورة الشركة، ومواكبة شركة مع تطور التكنولوجيا، ومواكبة المنافسين في هذه التقنية. وتشير النتائج أيضاً ثلاث العوامل التي تمنع الشركات التي تنشر تقاريرها المالية على الإنترنت وهي الخبرة المطلوبة من الشركة، والحاجة للحفاظ على المعلومات المحدثة إلى أن تكون ذات فائدة، والقلق بشأن أمن المعلومات. وكشفت الدراسة نتيجة أخرى هامة وهي زيادة المعلومات وتحليل أهم الفوائد من المعلومات المالية على الإنترنت. وبالإضافة إلى ذلك، المسائل الأمنية وهي عيوب وضع المعلومات المالية على الإنترنت.

#### دراسة (et al، K. Al-Htaybat، 2011)

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف آراء المستخدمين حول ممارسات إعداد التقارير المالية على الإنترنت في الأردن. وأجري الاستبيان على (200) من أفراد العينة المحتملين في أربع مجموعات مختلفة من المستخدمين للتحقيق في آراءهم حول سهولة وفائدة التقارير المالية على الإنترنت كمصدر للمعلومات في الأردن. وقد تم تحليل (114) استبيان باستخدام كروسكال واليس، وكشف التحليل أن هناك توافق قوي في الآراء بين أفراد العينة على أن التقارير المالية على الإنترنت صالحة للاستعمال وميسرة ومتاحة في أي وقت وفي أي مكان كمصدر للمعلومات تمكن المستخدمين من اتخاذ القرارات. ومع ذلك فإن آراء مجموعة من المستخدمين فيما يتعلق بفائدة التقارير المالية على الإنترنت في صنع القرار تختلف اختلافاً كبيراً. كما وجدت الدراسة أن التقارير المالية على الإنترنت تخفض من تكلفة الاتصال بالإنترنت وتكلفة طباعة المعلومات المحاسبية. وأوضحت الدراسة أيضاً أن النسخة التقليدية من التقرير السنوي لا يزال الأفضل كمصدر للمعلومات المحاسبية للمستخدمين في الأردن.

#### دراسة (المطيري، 2012)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تميز الشركات التي لها مواقع إلكترونية وتلك التي ليس لها مواقع إلكترونية، كذلك تهدف إلى اختبار أثر العديد من العوامل في تفسير الاختلافات في مستوى إفصاح الشركات التي لديها مواقع إلكترونية عن 16 بنداً أو مجموعة من المعلومات في مواقعها الإلكترونية. وقد تم تطبيقها على جميع الشركات المساهمة العامة الكويتية المدرجة في سوق الكويت المالي في سنة 2011 والبالغ عددها 202 شركة. ولغرض إجراء الدراسة تم إتباع طريقة تحليل المحتوى ثم إجراء عمليات التحليل الإحصائي اللازمة للخروج بنتائج الدراسة.

وجدت الدراسة بأن (77.23%) من الشركات الكويتية مجتمع الدراسة كعينة شاملة (156) من أصل (202) لديها موقع إلكتروني على الإنترنت. كما وجدت الدراسة أن حجم الشركة له تأثير إيجابي في امتلاك موقع إلكتروني للشركة كما أن له تأثيراً إيجابياً كذلك في مستوى إفصاح الشركة عن بياناتها على موقعها الإلكتروني، كما وجدت الدراسة أن ربحية الشركة لها تأثير إيجابي في امتلاك الشركة لموقع إلكتروني. ولكن لا تأثير لها على مستوى إفصاح الشركة. أما بالنسبة لسيولة الشركة فقد وجدت الدراسة أن لها تأثيراً إيجابياً بمستوى إفصاح الشركة ولا تأثير لها على وجود موقع

إلكتروني. ولم تجد الدراسة أي تأثير لكل من عمر الشركة والقطاع الذي تنتمي له على وجود موقع إلكتروني للشركة أو مستوى إفصاح الشركة عن بياناتها المالية. وتوصي الدراسة الشركات المساهمة العامة الكويتية بزيادة الاهتمام بإنشاء مواقع إلكترونية لها، وزيادة مستوى الإفصاح على هذه المواقع من حيث كمية الإفصاح وتحديث البيانات والتقارير التي يتم الإفصاح عنها. كما توصي الدراسة الجهات الرقابية على الشركات بجعل الإفصاح الإلكتروني إلزامياً.

#### دراسة (E.Ghani, et al., 2009)

تبحث هذه الدراسة الآراء حول أشكال التقارير المختلفة المستخدمة في نشر المعلومات المالية للمستخدمين. وتشمل هذه الدراسة فحص العلاقة بين آراء المستخدمين وشكل التقارير المفضل واما إذا كانت هذه الآراء هي مماثلة لنوعية قرارهم في إنجاز المهام المحددة. وتشير النتائج إلى أن آراء المستخدمين في فائدتها من بين أشكال التقارير الرقمية تختلف اختلافاً كبيراً. ومع ذلك فإن الآراء حول سهولة الاستخدام هي مماثلة في مختلف أشكال التقارير الرقمية الثلاثة. وتم العثور على آراء المستخدمين أيضاً للتأثير على شكلها بالتقرير المفضل. وأظهرت النتائج أيضاً تطابق آراء المستخدمين حول الاستفادة من أشكال التقارير الرقمية (HTML) و(XBRL) لدقة قرارهم ولكن ليس لشكل (PDF) وتطابق الآراء حول سهولة الاستخدام، ومع ذلك لا تتوافق مع الجهود المعرفية الفعلية لجميع أشكال التقارير. وتشير النتائج أيضاً إلى أنه كان ينبغي تشجيع الأشكال الأكثر تقدماً في التقارير الرقمية، وهناك أيضاً حاجة للمستخدمين ليكونوا أكثر وعياً من الفوائد التي يمكن الحصول عليها من الأشكال المختلفة من التقارير.

### إجراءات الدراسة الميدانية

#### منهج الدراسة

يستند منهج الدراسة على استطلاع الآراء من خلال المسح الميداني وعن طريق البريد للحصول على البيانات من مصادرها الرئيسية بالاعتماد على استبانة تم تطويرها لهذا الغرض، وقد تم توزيع الاستبانة على الفئات التي تم تحديدها من مستخدمي المعلومات المحاسبية للشركات المساهمة السعودية، وتم تحليلها بغرض تحقيق أهداف الدراسة.

#### مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من عينة قصدية موزعة على أربع فئات مختلفة من المستخدمين وهم: (مستثمرين، والمراجعون، والمستشارون الماليون والاقتصاديون) وتم اختيار هذه الفئات الأربعة على اعتبار أن المستخدمين من هذه الفئات هم الأكثر اهتماماً بالإفصاح المحاسبي، ولم يسبق دراسة ومقارنة وجهات نظرهم من قبل الدراسات السابقة.

#### قياس ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات أداة الدراسة أي أن تكون كل فقرة من أسئلة الاستبانة متنسقة مع المجال الذي تنتمي إليه الفقرة، وذلك بغرض اعتماد نتائج الدراسة، حيث تم اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وقد

بلغت درجة اعتمادية إجمالي الفقرات في هذه الاستبانة حسب معامل ألفا كرونباخ (0.801) وهي نسبة جيدة لاعتماد نتائج مثل هذه الدراسة وفقاً لما ذكر في الدراسات السابقة. ويبين لنا الجدول التالي معدل ثبات محاور الاسئلة:

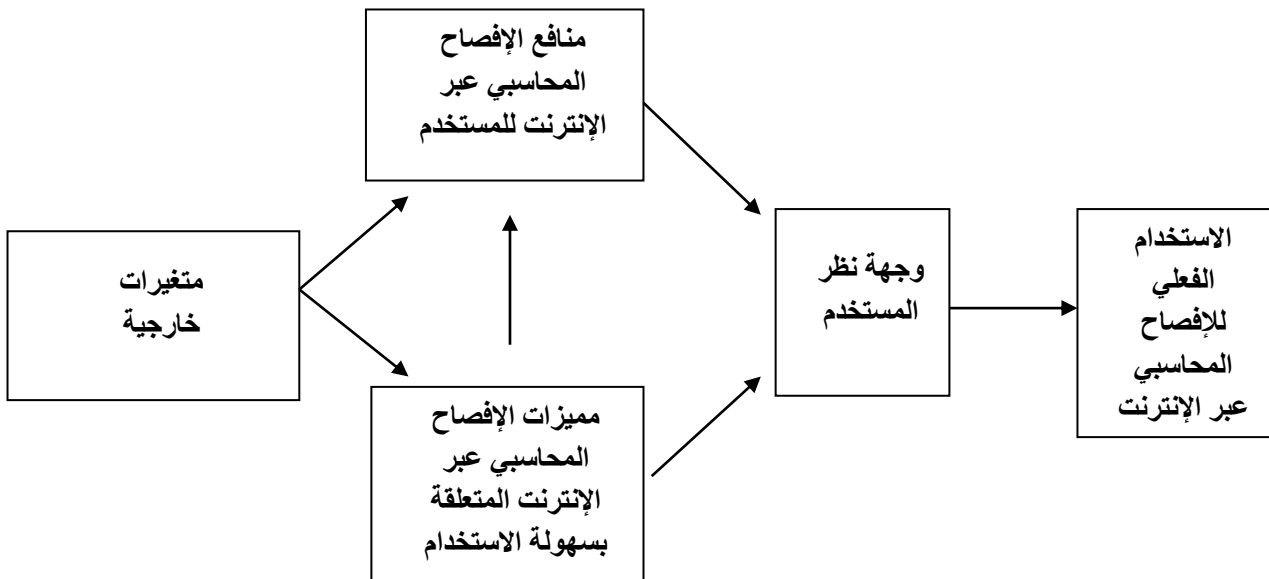
جدول رقم (1)

معامل الثبات	رقم الفقرة	محاور الأسئلة
.801	1	المحور الأول
.807	2	
.825	3	
.788	1	المحور الثاني
.782	2	
.785	3	
.783	4	
.785	5	
.783	6	
.788	7	
.792	8	
.790	9	
.787	1	
.787	2	
.793	3	
.786	4	
.782	5	
.782	6	
.782	7	
.813	1	المحور الرابع
.811	2	
.803	3	
.805	4	
.795	5	
.798	6	
.808	7	
.801	26	اجمالي الفقرات

نموذج الدراسة

يعتمد نموذج الدراسة الحالية على نموذج قبول التكنولوجيا الذي تم تطويره من قبل Davis و Venkatesh عام 1996م والذي سبق الإشارة إليه، حيث سيحل محل المنفعة المدركة منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت للمستخدم، وسهولة الاستخدام المدركة بمميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت المتعلقة بسهولة الاستخدام، والنوايا السلوكية بوجهة نظر المستخدم. وقد تم استخدام هذا النموذج على اعتبار أن الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت تكنولوجيا حديثة والهدف هو التعرف على وجهة نظر المستخدمين في هذه التكنولوجيا الحديثة، وقد سبق استخدامه في نظم المعلومات المحاسبية ودراسات سابقة، وتعتبر الدراسة الحالية من الدراسات القليلة التي استخدمت نموذج قبول التكنولوجيا وخاصة في السعودية كما يوضح لنا الشكل التالي نموذج الدراسة.

النموذج المقترح من قبل الباحث لتفسير قبول الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت (venkatesh and Davis،1996)



## تحليل البيانات ونتائج الدراسة الميدانية

أولاً. خصائص عينة الدراسة

### 1. حجم العينة

بلغ حجم العينة (168) استبانة موزعة، استرد منها (129) استبانة، منها (105) استبانة سليمة (24) استبانة غير مكتملة تم استبعادها. أي بما يعادل تم استرجاع 77% من الاستبانات. كما يوضح لنا الجدول التالي:

جدول رقم (2)

الإجمالي	جدة	الرياض	
129	87	42	عدد المجيبين
24	15	9	عدد الاستبانات الغير مكتملة
27	15	12	مقرضون
25	20	5	مراجعون
29	16	13	مستثمرين
24	21	3	المستشارون الماليون والاقتصاديون
105	72	33	الاستبانات المستخدمة في التحليل

### 2. مهارات استخدام الإنترنت

جدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب مهاراتهم في استخدام الإنترنت

النسبة %	العدد	مهارات استخدام الإنترنت لأفراد العينة
2.9	3	مبتدئ
52.4	55	جيد
44.8	47	محترف
100	105	اجمالي

يتضح من الجدول السابق أن 52.4% من أفراد العينة كانوا جيدين في استخدام الإنترنت، بينما 44.8% من أفراد العينة كانوا محترفين، في حين أن 2.9% من أفراد العينة كانوا مبتدئين في استخدام الإنترنت؛ وهذا يعني أن أفراد العينة كانوا مؤهلين للإجابة على الاسئلة.

ثانياً. التحليل الإحصائي لمحاوير الدراسة

1. النتائج المتعلقة باستخدام الإنترنت في الإفصاح المحاسبي

أ. تفضيلات المستخدمين في الحصول على المعلومات المحاسبية.

جدول رقم (4)

النسبة %	العدد	تفضيلات المستخدمين في الحصول على المعلومات المحاسبية
38.1	40	إفصاح باستخدام الإنترنت
8.6	9	إفصاح ورقي (تقليدي)
53.3	56	الاثنتين معاً
100	105	اجمالي

ب. مصدر المعلومات المحاسبية عبر الإنترنت.

جدول رقم (5)

النسبة %	العدد	مصدر المعلومات المحاسبية عبر الإنترنت
21.0	22	مواقع شركات المساهمة
67.6	71	موقع السوق المالية السعودية (تداول)
11.4	12	مواقع البورصات الأخرى
100.0	105	اجمالي

ج. الوسيلة التي تساعد المستخدم على اتخاذ القرارات الاستثمارية.

جدول رقم (6)

النسبة %	العدد	الوسيلة التي تساعد المستخدم على اتخاذ القرارات الاستثمارية
16.2	17	المعلومات المحاسبية المنشورة في الصحف والنشرات المحلية
26.7	28	المعلومات المحاسبية المنشورة في مواقع الشركات على الإنترنت
23.8	25	التقارير الصادرة عن الشركات
17.1	18	وحدات تداول الأسهم ومراكز الاستثمار في البنوك
16.2	17	المعلومات التي يتم نشرها من خلال مواقع التداول على الإنترنت
100	105	اجمالي

نستنتج مما سبق أن معظم أفراد العينة يفضلوا استخدام الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت والافصاح التقليدي (الورقي معاً)، وأن المصير الأساسي لهم في الحصول على المعلومات على الإنترنت هو موقع السوق المالية السعودية (تداول) وأن هناك اختلاف حول الوسيلة الأساسية التي تساعد المستخدم على اتخاذ القرارات الاستثمارية.

## 2. النتائج المتعلقة بمحاور الدراسة الواردة في شكل يشابه مقياس لكرت

عندما تكون القيم غير متساوية من حيث درجة الموافقة ولمجموعة كبيرة من المفردات تتألف من عدة مجموعات، يتطلب ترجيح تلك القيم بما يتناسب مع درجة الموافقة لكلاً منها حتى يصبح عملية حساب وسطها الحسابي مقبولاً، وهو ما يعرف بالوسط الحسابي الموزون أو المرجح، وقد تم إعطاء الاجابات الأوزان من 1 إلى 5 حسب درجة الموافقة كما يلي:

جدول رقم (7)

الإجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الوزن	5	4	3	2	1

وبعد ذلك يتم حساب قيمة المتوسط المرجح لإجابات العينة على أن تكون درجة الموافقة من خلال خمس مستويات هي (مرتفعة جداً، مرتفعة، متوسطة، منخفضة، منخفضة جداً) عن طريق المعادلة الآتية: طول الفئة = (أعلى وزن اجابة - أدنى وزن اجابة) ÷ عدد المستويات

$$= (5 - 1) = 4 \div 0.8 = 5 \text{ وبذلك تكون المستويات كالتالي:}$$

جدول رقم (8)

قيمة المتوسط المرجح	(درجة الموافقة)
من 1 إلى 1.79	منخفضة جداً
من 1.80 إلى 2.59	منخفضة
من 2.60 إلى 3.39	متوسطة
من 3.40 إلى 4.19	مرتفعة
من 4.20 إلى 5	مرتفعة جداً

يوضح الجدول رقم (9) المتوسط المرجح لإجابات العينة حول منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت، وبعد استعراض الجدول السابق لنتائج المحور الثاني " منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت " نجد أنه حصل على متوسط بلغ (3.52) وانحراف معياري (0.674)، أي درجة موافقه (مرتفعة). ويوضح الجدول رقم (10) المتوسط المرجح لإجابات العينة حول مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت المتعلقة بسهولة الاستخدام، وبعد استعراض الجدول السابق لنتائج المحور الثالث "مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت المتعلقة بسهولة الاستخدام" نجد أنه حصل على متوسط بلغ (4.13) وانحراف معياري (0.675)، أي درجة موافقه



(مرتفعة). ويوضح الجدول رقم (11) المتوسط المرجح لإجابات العينة حول سلبيات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت، وبعد استعراض الجدول السابق لنتائج المحور الرابع "سلبيات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت" نجد أنه حصل على متوسط بلغ (3.38) وانحراف معياري (0.720)، أي درجة موافقة متوسطة.

أ. حساب المتوسط المرجح والانحراف المعياري لإجابات العينة حول منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت

جدول رقم (9)

م	الفقرة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1	مفهومة من قبل المستخدم	14.3	15	57.1	60	21	22	6.7	7	3.77	0.812	1	مرتفعة
2	تساعد للمستخدم على اتخاذ قرارات استثمارية	16.2	17	46.7	49	27.6	29	7.6	8	3.68	0.904	2	مرتفعة
3	تصل للمستخدم في الوقت المناسب	9.5	10	42.9	45	23.8	25	21	22	3.35	1.009	7	متوسطة
4	تساعد المستخدم على التنبؤ بالنتائج المتوقعة في المستقبل	12.4	13	38.1	40	30.5	32	16.2	17	3.41	0.997	6	مرتفعة
5	تصحح أو تعزز النتائج السابقة والحالية	11.4	12	51.4	54	30.5	32	3.8	4	3.65	0.843	4	مرتفعة
6	تساعد المستخدم على تقويم نتائج القرارات السابقة	14.3	15	48.6	51	28.6	30	5.7	6	3.66	0.897	3	مرتفعة
7	تعرض بشكل سليم وصادق	6.7	7	42.9	45	41	43	6.7	7	3.44	0.831	5	مرتفعة
8	يمكن التأكد من صحتها (قابلة للتحقق)	6.7	7	44.8	47	28.6	30	13.3	14	3.31	1.013	8	متوسطة
9	محايدة (موضوعية) من حيث إعداد وعرض المعلومات	6.7	7	46.7	49	35.2	37	3.8	4	3.41	0.958	6	مرتفعة
	الإجمالي	10.9	103	46.6	440	29.6	280	9.4	89	3.52	0.674		مرتفعة

ب. حساب المتوسط المرجح لإجابات العينة حول مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت المتعلقة بسهولة الاستخدام

م	الفقرة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الموافقة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
1	سهولة الحصول على المعلومات المحاسبية	42	40	48	45.7	7	6.7	7	6.7	1	1	3	0.893	4.17	مرتفعة
2	أكثر وضوحاً للمستخدم من الإفصاح الورقي وذلك من خلال تنوع أساليب العرض مثل استخدام الصور والرسوم البيانية	30	28.6	55	52.4	13	12.4	7	6.7	0	0	7	0.826	4.03	مرتفعة
3	أكثر سهولة من حيث التحليل والحفظ في برامج الحاسب الآلي	37	35.2	54	51.4	12	11.4	2	1.9	0	0	2	0.713	4.20	مرتفعة جداً
4	يمكن استرداد البيانات التاريخية بشكل سهل وسريع	44	41.9	46	43.8	10	9.5	3	2.9	2	1.9	1	0.874	4.21	مرتفعة جداً
5	سرعة وصول المعلومات المحاسبية للمستخدم.	32	30.5	55	52.4	12	11.4	5	4.8	1	1	6	0.835	4.07	مرتفعة
6	حصول المستخدم على المعلومات المحاسبية في أي وقت	35	33.3	53	50.5	13	12.4	3	2.9	1	1	5	0.835	4.12	مرتفعة
7	حصول المستخدم على المعلومات المحاسبية في أي مكان يتواجد به	36	34	54	51.4	11	10.5	2	1.9	2	1.9	4	0.825	4.14	مرتفعة
	الإجمالي	256	34.8	365	49.7	78	10.6	29	4.0	7	1.0		0.675	4.13	مرتفعة

جدول رقم (10)

م	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
---	--------	------------	-------	-------	----------	---------------	-------------------	----------------------	---------	------------------

ج. حساب المتوسط المرجح لإجابات العينة حول سلبيات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت

جدول رقم (11)

				النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
مرتفعة	1	1.025	3.67	1.9	2	14.3	15	20	21	42.9	45	21	22	اختلاف توقيت الإفصاح من قبل الشركات مثل تأخر عرض المعلومات المالية التي تخص الفترة	1
مرتفعة	3	1.025	3.40	1.9	2	21	22	25.7	27	38.1	40	13.3	14	تضليل المستخدم من خلال نشر معلومات لم يتم مراجعتها بجانب معلومات تم مراجعتها	2
متوسطة	4	1.127	3.26	5.7	6	21	22	30.5	32	27.6	29	15.2	16	من الممكن اختراق مواقع الشركات وإجراء تعديلات أو تغييرات في المعلومات المتاحة على الموقع	3
مرتفعة	3	1.025	3.40	5.7	6	14.3	15	22.9	24	48.6	51	8.6	9	عرض معلومات متقدمة ولم يتم تحديثها بشكل دوري.	4
متوسطة	5	0.995	3.24	3.8	4	21	22	30.5	32	37.1	39	7.6	8	نشر معلومات محاسبية بدون واحد من القوائم المالية الأساسية أو الملاحظات الكاملة لها (معلومات جزئية)	5
متوسطة	6	1.183	3.18	8.6	9	24.8	26	18.1	19	37.1	39	11.4	12	نشر معلومات محاسبية غير خاضعة للتدقيق والمراجعة من قبل المراجع	6
مرتفعة	2	1.029	3.52	4.8	5	11.4	12	24.8	26	44.8	47	14.3	15	اختلاف المحتوى المعلوماتي المنشور حسب رؤية كل شركة ودوافعها الأساسية من هذا النشر	7
متوسطة		0.720	3.38	4.6	34	18.3	134	24.6	181	39.5	290	13.1	96	الإجمالي	

ثالثاً. مقارنة وجهات نظر فئات عينة الدراسة

مقارنة وجهات النظر بين فئات مستخدمي المعلومات حول منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت

جدول رقم (12)

م	الفقرة	مقرضون		مراجعون		مستثمرون		مستشارون	
		الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط
1	مفهومة من قبل المستخدم	متوسط	3.30	مرتفعة	4.00	مرتفعة	3.93	مرتفعة	3.88
2	تساعد للمستخدم على اتخاذ قرارات استثمارية	مرتفعة	3.59	مرتفعة	3.76	مرتفعة	3.62	مرتفعة	3.75
3	تصل للمستخدم في الوقت المناسب	متوسط	2.93	مرتفعة	3.64	متوسط	3.28	مرتفعة	3.63
4	تساعد المستخدم على التنبؤ بالنتائج المتوقعة في المستقبل	مرتفعة	3.44	مرتفعة	3.52	متوسط	3.28	مرتفعة	3.42
5	تصحح أو تعزز النتائج السابقة والحالية	مرتفعة	3.74	مرتفعة	3.80	مرتفعة	3.52	مرتفعة	3.54
6	تساعد المستخدم على تفويم نتائج	مرتفعة	3.78	مرتفعة	3.84	مرتفعة	3.45	مرتفعة	3.58
7	تعرض بشكل سليم وصادق	مرتفعة	3.52	مرتفعة	3.68	متوسط	3.10	مرتفعة	3.50
8	يمكن التأكد من صحتها (قابلة للتحقق)	متوسط	3.33	مرتفعة	3.52	متوسط	3.21	متوسطة	3.21
9	محايدة (موضوعية) من حيث إعداد وعرض المعلومة	مرتفعة	3.48	مرتفعة	3.68	مرتفعة	3.41	متوسطة	3.04
	الإجمالي	مرتفعة	3.46	مرتفعة	3.72	مرتفعة	3.42	مرتفعة	3.50

مقارنة وجهات النظر بين فئات مستخدمي المعلومات حول مميزات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت المتعلقة

بسهولة الاستخدام جدول رقم (13)

م	الفقرة	مقرضون		مراجعون		مستثمرون		مستشارون	
		الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط
1	سهولة الحصول على المعلومات المحاسبية	مرتفعة	4.00	مرتفعة جداً	4.36	مرتفعة	4.07	مرتفعة جداً	4.29
2	أكثر وضوحاً للمستخدم من الإفصاح الورقي وذلك من خلال تنوع أساليب العرض مثل استخدام الصور والرسوم البيانية	مرتفعة	4.00	مرتفعة	4.00	مرتفعة	4.07	مرتفعة	4.04
3	أكثر سهولة من حيث التحليل والحفظ في برامج الحاسب الآلي	مرتفعة	4.04	مرتفعة جداً	4.20	مرتفعة جداً	4.31	مرتفعة جداً	4.25
4	يمكن استرداد البيانات التاريخية بشكل سهل وسريع	مرتفعة جداً	4.26	مرتفعة	4.08	مرتفعة	4.10	مرتفعة	4.42
5	سرعة وصول المعلومات المحاسبية للمستخدم	مرتفعة	4.07	مرتفعة	4.04	مرتفعة	3.93	مرتفعة جداً	4.25
6	حصول المستخدم على المعلومات المحاسبية في أي وقت	مرتفعة	4.19	مرتفعة	4.12	مرتفعة	3.97	مرتفعة جداً	4.25
7	حصول المستخدم على المعلومات المحاسبية في أي مكان يتواجد به	مرتفعة	4.19	مرتفعة جداً	4.32	مرتفعة جداً	3.83	مرتفعة جداً	4.29
	الإجمالي	مرتفعة	4.11	مرتفعة	4.16	مرتفعة	4.04	مرتفعة جداً	4.26

م	الفقرة	مقرضون		مراجعون		مستثمرون		مستشارون	
		الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط	الدرجة	المتوسط
1	اختلاف توقيت الإفصاح من قبل الشركات مثل تأخر عرض المعلومات المالية التي تخص الفترة	مرتفعة	3.85	مرتفعة	3.68	مرتفعة	3.45	مرتفعة	3.71
2	تضليل المستخدم من خلال نشر معلومات لم يتم مراجعتها بجانب معلومات تم مراجعتها	مرتفعة	3.67	مرتفعة	3.76	مرتفعة	3.00	متوسطة	3.21
3	من الممكن اختراق مواقع الشركات وإجراء تعديلات أو تغييرات في المعلومات المتاحة على الموقع	مرتفعة	3.81	مرتفعة	3.72	مرتفعة	2.69	متوسطة	2.83
4	عرض معلومات متقدمة ولم يتم تحديثها بشكل دوري	مرتفعة	3.81	مرتفعة	3.56	مرتفعة	3.03	متوسطة	3.21
5	نشر معلومات محاسبية بدون واحدة من القوائم المالية الأساسية أو الملاحظات المكملة لها (معلومات جزئية)	مرتفعة	3.52	مرتفعة	3.52	مرتفعة	2.86	متوسطة	3.08
6	نشر معلومات محاسبية غير خاضعة للتحقيق والمراجعة من قبل المراجع	متوسطة	3.30	متوسطة	3.52	مرتفعة	2.72	متوسطة	3.25
7	اختلاف المحتوى المعلوماتي المنشور حسب رؤية كل شركة ودوافعها الأساسية من هذا النشر	مرتفعة	3.78	مرتفعة	3.64	مرتفعة	3.34	متوسطة	3.33
	الإجمالي	مرتفعة	3.68	مرتفعة	3.63	مرتفعة	3.01	متوسطة	3.23

مقارنة وجهات النظر بين فئات مستخدمي المعلومات حول سلبيات الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت

جدول رقم (14)

مقارنة وجهات النظر بين فئات مستخدمي المعلومات في مصادر الحصول على المعلومات المحاسبية

فئات المستخدمين	مقرضون	مراجعون	مستثمرون	مستشارون
-----------------	--------	---------	----------	----------

جدول رقم (15)

النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	تفضيلات المستخدمين في الحصول على المعلومات المحاسبية
41.7	10	51.7	15	16	4	40.7	11	إفصاح باستخدام الإنترنت
0	0	10.3	3	20	5	3.7	1	إفصاح ورقي (تقليدي)
58.3	14	37.9	11	64	16	55.6	15	الاثنين معاً
100	24	100	29	100	25	100	27	اجمالي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	مصدر المعلومات المحاسبية عبر الإنترنت
33.3	8	10.3	3	20	5	22.2	6	مواقع شركات المساهمة
62.5	15	65.5	19	72	18	70.4	19	موقع السوق المالية السعودية (تداول)
4.2	1	24.1	7	8	2	7.4	2	مواقع البورصات الأخرى
100	24	100	29	100	25	100	27	اجمالي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	الوسيلة التي تساعد المستخدم على اتخاذ القرارات الاستثمارية
8.3	2	20.7	6	20	5	14.8	4	المعلومات المحاسبية المنشورة في الصحف والنشرات المحلية
41.7	10	27.6	8	12	3	25.9	7	المعلومات المحاسبية المنشورة في مواقع الشركات على الإنترنت
20.8	5	13.8	4	32	8	29.6	8	التقارير الصادرة عن الشركات
20.8	5	10.3	3	24	6	14.8	4	وحدات تداول الأسهم ومراكز الاستثمار في البنوك
8.3	2	27.6	8	12	3	14.8	4	المعلومات التي يتم نشرها من خلال مواقع التداول على الإنترنت
100	24	100	29	100	25	100	27	اجمالي

نستنتج من الجداول رقم (12، 13، 14، 15) اجتماع فئات عينة الدراسة حول منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت ومميزاته المتعلقة بسهولة الاستخدام. كما اتفقوا على تفضيل الحصول على المعلومات عن طريق الإنترنت والاسلوب التقليدي معاً ماعدا المستثمرين فقد فضلوا الحصول على المعلومات عن طريق الإنترنت فقط، وأن المصدر الأساسي في الحصول على المعلومات عن طريق الإنترنت هو موقع السوق المالية السعودية (تداول). أما السليبات المتعلقة بالإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت فقد كان هناك اختلاف في وجهات نظرهم حولها، واختلافهم بشكل أكبر حول الوسيلة التي تساعد على اتخاذ القرارات الاستثمارية.

## النتائج والتوصيات

### أولاً. النتائج

تتلخص نتائج الدراسة في:

1. أظهرت نتائج الدراسة أن معظم مستخدمي المعلومات يفضلون الحصول على المعلومات المحاسبية عن طريق الإنترنت والإفصاح الورقي معاً بواقع 53.3% من عينة الدراسة كما يرى بعض مستخدمي المعلومات أفضلية الحصول على المعلومات عن طريق الإنترنت فقط بواقع 38% من أفراد العينة.
2. وأظهرت النتائج أن المصدر الأساسي للحصول على المعلومات على الإنترنت لمستخدمي المعلومات في المملكة هو موقع السوق المالية السعودية (تداول) بواقع 67.6% من أفراد العينة.



3. لا يوجد هناك وسيلة واحدة تساعد المستخدم على اتخاذ القرارات الاستثمارية، حيث أظهرت نتائج الدراسة اختلاف كبير في وجهات النظر بين مستخدمي المعلومات حول الوسيلة التي تساعد على اتخاذ القرارات الاستثمارية.
4. أظهرت نتائج الدراسة أهم المنافع العائدة لمستخدم المعلومات من استخدام الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت وهي أن المعلومات المنشورة قابلة للفهم من قبل المستخدم، وتساعد على اتخاذ القرارات الاستثمارية، كما أن المعلومات المحاسبية المنشورة عبر الإنترنت تتمتع بخاصية القيمة التقييمية والتنبؤية، وأن المعلومات المنشورة محايدة وتعرض بشكل سليم وصادق.
5. أظهرت نتائج الدراسة أهم ما يميز الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت فيما يتعلق بسهولة الاستخدام وهي إمكانية استرداد البيانات التاريخية بشكل سهل وسريع، وسهولة تحليل البيانات وحفظها في برامج الحاسب، وسهولة وسرعة الحصول على المعلومات في أي وقت وأي مكان يتواجد به المستخدم، وتنوع أساليب عرض المعلومات.
6. أظهرت نتائج الدراسة أن اختلاف توقيت الإفصاح والمحتوى المعلوماتي المنشور، ونشر معلومات لم يتم مراجعتها بجانب معلومات تم مراجعتها، وعرض معلومات متقدمة ولم يتم تحديثها بشكل دوري من أهم سلبيات الإفصاح عبر الإنترنت من وجهة نظر المستخدم.

#### ثانياً. التوصيات

- استناداً على نتائج الدراسة، لخص الباحث بعض التوصيات الهامة:
1. زيادة الاهتمام بالأبحاث والدراسات المتعلقة بأراء مستخدمي المعلومات المحاسبية حول ما يتعلق باحتياجاتهم من المعلومات.
  2. دراسة العوامل الخارجية المؤثرة على منافع الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت وسهولة استخدامه.
  3. العمل على حل المشاكل والعوائق المتعلقة بنشر المعلومات المحاسبية على الإنترنت.
  4. زيادة الاهتمام بمواقع الشركات من خلال توفير معلومات محدثة بشكل دوري وتوفير معلومات كاملة.
  5. زيادة اهتمام الشركات فيما يتعلق بأمن المعلومات واستخدام الوسائل التي تحد من مخاطر التلاعب والتحرير في المعلومات المنشورة.
  6. الاهتمام بوسائل عرض المعلومات المحاسبية واستخدام وسائل عرض تفاعلية أكثر كفاءة.

#### قائمة المراجع

##### أولاً. المراجع العربية

- توفيق، محمد شريف (2002م)، "مدى الحاجة لتنظيم التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بالتطبيق على القطاع المصرفي، وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن عمليات التجارة الإلكترونية"، مؤتمر

- التجارة الإلكترونية : الافاق والتحديات (مصر: كلية التجارة جامعة الاسكندرية، المجلد الأول، ص 239 – 314).
- الجعفري، وسن عبد الصمد (2006م)، " دور مراقب الحسابات ومسؤوليته في تلبية احتياجات مستخدمي القوائم المالية"، (بغداد: المعهد العربي لمحاسبين القانونيين - جامعة بغداد، ص ص 1 – 20).
- حنان، رضوان حلوة (2003م)، النموذج المحاسبي المعاصر من المبادئ إلى المعايير. (عمان: دار وائل، الطبعة الأولى).
- حنان، رضوان حلوة أسامة الحارس، فوز الدين أبو جاموس (2003م)، أسس المحاسبة المالية. (عمان: دار ومكتبة الحامد، الطبعة الأولى).
- الخيال، توفيق عبد المحسن (2009م)، " العوامل المؤثرة في نشر التقارير المالية للشركات المساهمة السعودية عبر الإنترنت دراسة ميدانية " مجلة الاقتصاد والادارة، (جدة: جامعة الملك عبد العزيز، المجلد رقم 23، العدد 2، ص ص 193-254).
- رشيد، ناظم حسن (2011م)، "دور مراقب الحسابات في إضفاء الثقة بالبيانات المحاسبية المنشورة على الإنترنت في بيئة التجارة الإلكترونية" مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، (العراق: جامعة تكريت، المجلد رقم 7، العدد 23، ص ص 173-197).
- السليم، فيصل زماط حسن (2006م)، "مقومات الإفصاح الإلكتروني وأهميته في قرارات الاستثمار" مجلة الإدارة والاقتصاد، (بغداد: الجامعة المستنصرية، الإصدار 61، ص ص 85-114).
- الطويل، ليلي (2011م)، " تطوير نموذج قبول التكنولوجيا واختباره على استخدام نظم المعلومات المحاسبية: دراسة تجريبية على عينة من المستخدمين في شركات النسيج في سورية" مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، (اللاذقية: جامعة تشرين، المجلد رقم 33، العدد 1، ص ص 53 – 72).
- المطيري، غزاي سبيل (2012م)، " العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية على الإنترنت في القوائم المالية الصادرة عن الشركات المساهمة العامة الكويتية"، رسالة جامعية، (الأردن: قسم المحاسبة- كلية الأعمال- جامعة الشرق الأوسط).
- الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين، (1428هـ)، معايير المحاسبة المالية، الرياض.

#### ثانياً المراجع الأجنبية

- Al-Htaybat، K. et al.، (2011) "Users' Perceptions on Internet Financial Reporting Practices in Emerging Markets: Evidence from Jordan"، International Journal of Business and Management، (Vol. 6، No. 9، pp. 170-182، September).

- Almilia, L.S. and Budisusetyo, S. ,(2008) “Corporate Internet Reporting of Banking Industry and LQ45 Firms: An Indonesia Example”, Proceeding The 1st Parahyangan International Accounting & Business Conference 2008 Bandung, February 13 – 15 2008, (pp. 1-26).
- Al-Motrafi, K. A. ,(2008) “Internet financial reporting in Saudi Arabia: users' perceptions and disclosures”, PhD thesis, Aston University .
- Craven, B.M. and Marston, C.L. ,(1999) “Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies”, The European Accounting Review, (Vol. 8, No. 2, pp. 321-333).
- Davis, F. D. (1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3 (PP. 319–340).
- Davis, F. D.; Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. Management Science. (Vol. 35, No. 8, 1989, 982–1003).
- Ghani, E. et al, (2009) “Digital Reporting Formats: Users’ Perceptions, Preferences and Performances”, The International Journal of Digital Accounting Research, (Vol. 9, pp. 45-98).
- Ismail, N.A. and Khan, M.N.A. ,(2012) “Users’ Perceptions of Various Aspects of Malaysian Internet Financial Reporting”, Journal of Organizational Management Studies, (IBIMA, Vol. 2012 (2012), Article ID 852558, 14 pages).
- Jain, S.K. and Kumar, P. ,(2013) “Corporate Financial Reporting on Internet – A Study of Users Perception”, Pacific Business Review International, (Vol. 5, No. 12, pp. 45-55, June).
- Marston, C. ,(2003) “financial reporting on the internet by leading Japanese companies”, International Journal, (Vol. 8, No. 1, pp. 23-34).
- Susanto, T, D and Goodwin, R. (2010) “Factors Influencing Citizen Adoption of SMS-Based e-Government Services” Electronic Journal of e-Government ,(Vol. 8, Issue. 1, pp. 55 – 71).

- Venkatesh, Viswanath, and Davis, Fred D.(1996) “A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test”, Decision Sciences, (Vol. 27 No. 3, pp. 451-481).

### ثالثاً المصادر الإلكترونية

- موقع السوق المالية السعودية "تداول" [www.tadawul.com.sa](http://www.tadawul.com.sa).
- هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، النشرة الإلكترونية. (الإصدار جمادي الأولى 1435 هـ ، مارس 2014 م / 18 ) [www.cst.gov.sa](http://www.cst.gov.sa).