

نحو تفسير منطقي لتباين مستوي إفصاح
الشركات عبر الانترنت - دليل من الشركات
غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية

د/إبراهيم أحمد إبراهيم شرف
أستاذ المحاسبة والمراجعة المساعد
كلية التجارة - جامعة دمهور

ملخص البحث

استهدف البحث دراسة وتفسير تباين مستوي إفصاح الشركات عبر مواقعها علي الانترنت. ولتحقيق هدف البحث، تم إجراء دراسة تطبيقية علي بعض الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية، لسنة 2021. وقد خلص البحث إلي وجود تأثير معنوي لكل من عوامل حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشنت الملكية علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت.

الكلمات المفتاحية: مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت- حجم الشركة- السيولة - الربحية - تشنت الملكية.

Towards a logical explanation for the variation in the level of corporate disclosure over the Internet - Evidence from non-financial companies Listed in the Egyptian Stock Exchange

Abstract

The primary objective of this research is to study and explanation the variation in the level of corporate disclosure over the Internet. to achieve the aim of the research an empirical study was conducted on a sample of non-financial firms Listed in the Egyptian Stock Exchange in 2021. the empirical study shows that there is a significant effect of each of the factors of company size, Liquidity, profitability, and ownership dispersal on the level of disclosure of companies listed on the Egyptian Stock Exchange on the Internet.

Keywords: the level of corporate disclosure over the Internet (DIR), company size, Liquidity, profitability, ownership dispersal.

1- المقدمة

تُمثل التقارير السنوية مصدر المعلومات ووسيلة الإتصال الرئيسية ما بين الشركة وأصحاب المصالح، خاصةً المستثمرين الحاليين والمحتملين، والمقرضين بهدف إمدادهم بالمعلومات المفيدة، لتساعدهم في إتخاذ القرارات الاقتصادية الرشيدة (Abdelsalam & Street, 2007; Agyei- Mensah, 2011; Hosseinzadeh et al., 2014; Ahmed et al., 2018). وحتى تتصف هذه القرارات بالرشد يجب أن تكون المعلومات المفصح عنها ذات جودة من خلال استيفائها لخصائصها النوعية، بأن تكون ملائمة، ولها قيمة تنبؤية، وقيمة تأكيدية، وتقدم تمثيلاً صادقاً يعكس الظواهر الاقتصادية والأوضاع المالية داخل الشركة، وأن تمكن من تحقيق القابلية للمقارنة، وإمكانية التحقق، والقابلية للفهم، والوقتية (Hosseinzadeh et al., 2014; Ahmed et al., 2018).

وقد جعلت الطبيعة المتغيرة لبيئة الأعمال التقارير السنوية التقليدية الورقية غير كافية وغير ملائمة بمفردها لتلبية احتياجات المستخدمين، لما تواجهه من قيود في مسالة التوقيت والتواصل، والفائدة منها، خاصة مع تزايد التشتت الجغرافي للمستثمرين، والتي يلزمهم الوصول إلى المعلومات في الوقت المناسب، والذي يمثل عنصراً ضرورياً وذات صلة بإتخاذ القرارات (Abdelsalam & Street, 2007; Sia et al. 2018; Ahmed et al., 2017; Ahmed et al., 2018; Nagarajah & Alagathurai, 2021; Hassan et al., 2022).

كما دفعت الفضائح المالية وانهيار العديد من الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا مثل؛ Enron و WorldCom و Parmalat. وكذلك الضغوط الإقتصادية، والسوقية والتنظيمية المتزايدة، واستفزاز أصحاب المصالح، للضغط علي الشركات وإجبارها للاستجابة لتطوير وإجراء تغييرات في ممارسات وطرق الإفصاح ونشر وتوصيل المعلومات المتعلقة بأدائها المالي، والقضايا الاجتماعية، والبيئية، والحوكومية، وغيرها من المعلومات الأخرى، بوتيرة سريعة فورية ومتواصلة وفي أشكال متنوعة، وتكريس مزيد من الإهتمام بالإتصال النشط بين إدارة الشركة وأصحاب المصالح (Garg & Gakhar, 2010; Gakhar, 2012; Garg & Amit, 2018).

ويمتلك نظام معلومات المحاسبية المالية، القدرة علي الاستجابة والتوائم مع الطبيعة المتغيرة لبيئة الأعمال والممارسة المحاسبية، من حدوث طفرات وتطورات في التكنولوجيا الحديثة، وأهمها التحول الرقمي وثورة الإنترنت، والذي يمثل أحد أشكال التحدي الجديد لمهنة المحاسبة، وكواحدة من

أفضل وسائل الإفصاح وطرق الإتصال ونشر والتقرير عن المعلومات (Agyei-Mensah, 2011 ; Sushila & Amol, 2016 ; Hassan et al., 2022).

وقد شهدت السنوات الأخيرة اتجاه العديد من الشركات لإنشاء مواقع الكترونية علي شبكة الإنترنت والذي يمثل، أسرع وسيلة اتصال، والأوسع والأكثر انتشاراً في العالم، وهي تقنية لديها القدرة على عرض سمات مميزة وجذابة للمعلومات، وتُعد فرصة جديدة لاستكمال واستبدال وتعزيز وتحسين النهج التقليدي، بل وطريقة بديلة للتقارير الورقية في مجال الإتصال المحاسبي ما بين الشركات وأصحاب المصالح، مما أدى لحدوث ثورة في مجال إفصاح الشركات، حيث تحول عدد كبير من الشركات في الدول المختلفة، للإفصاح عن معلوماتها المالية وغير المالية عبر مواقعها الخاصة، وذلك لإمداد المستثمرين وأصحاب المصالح الآخرين بالمعلومات، في حينها، وبتكلفة أقل مقارنة بالطرق الورقية التقليدية. مما أدى إلي حدوث طفرة ونقلة نوعية في طريقة نشر وتوصيل وتوقيت تقارير الشركات، في شكل الكتروني ورقمي، وبذلك غير تكنولوجيا الإنترنت وجه التواصل المحاسبي، والتقرير عن المعلومات (Agyei-Mensah, 2011; Momany et al., 2014; Omran & Ramdhony, 2016; Sarifudeen, 2021; Nagarajah & Alagathurai, 2021; Hassan et al., 2022).

وقد تم وصف الإنترنت بمنصة التقارير المعاصرة، والتقرير عبر الإنترنت بأنه أداة تسويق وشكل من أشكال الإتصال الاعلامي من قبل الشركات لنشر معلوماتها، وتسمي؛ بالتقارير المالية الإلكترونية، أو تقارير الشركات علي الإنترنت، أو الإفصاح عبر الإنترنت (Mohamed & Basuony, 2015; Abouter & Hussein, 2017; Yassin, 2017; De Silva & Ajward, 2018; Hussain, 2018).

وفيما يتعلق بممارسات الشركات للتقرير عبر مواقعها الالكترونية، في الوقت الحالي، فعلي الرغم من أنها أصبحت ممارسة شائعة بين الشركات في الدول المختلفة، إلا أنها لا تزال في مرحلة التطوير، خاصة في الدول النامية، حيث لا توجد أي لوائح أو إرشادات قياسية لنشر التقارير على شبكة الإنترنت، والمحتويات مازالت غير منظمة كما أن هناك تبايناً في مستوي الإفصاح بين الشركات، ولدى الشركات كامل الحرية التقديرية في هذا الأمر، والذي يمكن أن يساء استخدامه، ويكون مضللاً، ويمكن أن يستخدم لإدارة الانطباعات، لذلك هناك حاجة إلى مزيد من البحث حول

مختلف القضايا المتعلقة بتباين مستوي الإفصاح، ونوع التقارير، ومدى وصحة المعلومات المفصح عنها، وتوحيد شكل الإفصاح، وقضايا المساءلة، ومدى قبول المعلومات من قبل المنظمين، والمراجعين، والمصادقية والنزاهة، والقضايا الأمنية والتنافسية المتعلقة بالمعلومات التي تم الإفصاح عنها (Henchiri et al., 2011; Agyei-Mensah, 2011; Sánchez et al, 2011; Gakhar, 2012; Mendes-Da-Silva et al., 2014; Bosetti, 2018).

وفي مصر، أتضح، من الملاحظة المباشرة لبعض الشركات المقيدة بالبورصة المصرية والتي لديها مواقع علي الإنترنت، وجود تباين في مستوي الإفصاح عبر الإنترنت، الأمر الذي يستدعي البحث لتفسير هذا التباين بين الشركات، بهدف الوصول إلي توصيات عملية إذا ما أخذت بها الشركات يحقق هذا الإفصاح لأصحاب المصالح ذاتي مواقع الشركات علي الإنترنت الاستفادة المرجوة.

وفيما يتعلق بالدراسات الأكاديمية التي تناولت الإفصاح عبر الإنترنت في مصر، فقد اتجه Ezat & El-Masry (2008) لاختبار تأثير الحوكمة علي توقيت نشر الشركات المصرية التقارير علي الإنترنت. كما اتجه Aly et al. (2010) لبحث العوامل التي تؤثر علي قرارات الشركات للانخراط في ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت. وقد هدف (Abouter & Hussein., 2017; Ahmed et al., 2017; Khalil & Maghraby, 2017) الإفصاح عبر الإنترنت في الشركات المصرية. بينما ذهب Hassan et al. (2014; Elhelaly & Mohamed, 2014; Hussein et al., 2022) لتحليل ممارسات الشركات المصرية للإفصاح عبر الإنترنت. في حين قام Hussein & Nounou (2021) باختبار تأثير إفصاح الشركات المصرية عن تقاريرها علي الإنترنت علي أدائها. ويسعي البحث الحالي لدراسة وتفسير تباين مستوي الإفصاح بين الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية علي موقعها عبر الإنترنت.

2- مشكلة البحث

تستخدم الكثير من الشركات في جميع الدول، الإنترنت على نطاق واسع في مجال نشر المعلومات. حيث أصبح الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت هي القاعدة، وليس الاستثناء. وعلى الرغم من كونها الوسيلة الأفضل، التي تحقق العديد من المزايا، والتي تتمثل في؛ زيادة كمية المعلومات التي يتم الإفصاح عنها، وإمكانية استخدام عروض تقديمية بالصوت والصورة غير متوفرة

في الوسائل التقليدية لنشر التقارير، وتقليل التكلفة، والحد من عدم تماثل المعلومات، وتوسيع قاعدة المستفيدين، وتحسين التوقيت، وتمكين المستثمرين من تقييم مخاطر الاستثمار في الشركة، وتحسين جودة الإتصال مع أصحاب المصالح، (Oyelere & Kuruppu, 2012; Singh, 2013). إلا أن هناك قدراً كبيراً من الاختلاف والتشتت والتباين في ممارسات الإفصاح بين الشركات، فبعض الشركات تفصح عن معلومات كافية على موقعها علي الإنترنت، بينما البعض الآخر لا يفصح إلا عن القليل من المعلومات، كما أن هناك العديد من الشركات التي لا تقوم بتحديث موقعها. كما لا يفضل بعض الشركات استخدام الإنترنت لتوفير المعلومات. وقد اتجهت العديد من الدراسات (Boubaker et al., 2012; AbuGhazaleh et al., 2012; Basuony & Mohamed, 2014; Sushila & Amol, 2016; Omran & Ramdhony, 2016; Qasim & Al Barghouthi, 2017; Adityawarman & Khudri, 2017; Aboutera & Hussein, 2017; Ahmed et al., 2017; Qasim & Al Barghouthi, 2017; Mokhtar, 2017; De Silva & Ajward, 2018; Abdi et al., 2018; Hussain, 2018; Sarifudeen, 2021; Khlifi, 2021) لوصف ومناقشة وتفسير التباين في مستوي الإفصاح عبر الإنترنت بين الشركات من خلال مجموعة من المحددات، أو العوامل المفسرة، والتي يمكن أن تختلف باختلاف الشركات، وتؤثر على مستوي التقارير التي يتم الإفصاح عنها عبر الإنترنت، استناداً إلى نظريات مختلفة. وبُناءً عليه يُمكن التعبير عن مشكلة البحث في كيفية الإجابة عن السؤال التالي نظرياً وعملياً في مصر؛ ما هي العوامل المفسرة للتباين الفعلي في مستوي إفصاح الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية عبر مواقعها علي الإنترنت؟.

3- هدف البحث

يستهدف البحث دراسة وتفسير تباين مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر مواقعها علي الإنترنت.

4- أهمية ودوافع البحث

تمثل الأهمية الأكاديمية للبحث من خلال تناوله لموضوع إفصاح الشركات عبر الإنترنت والعوامل المفسرة لتباينه بين الشركات، وذلك في ظل تزايد أعداد المستثمرين الذين يستخدمون الإنترنت للبحث عن فرص الاستثمار. مما يجعل موضوع الإفصاح عبر الإنترنت، مهم في مجال

البحث الأكاديمي. وهو ما يتضح من الإهتمام الكبير الذي لاقيه في الأدب المحاسبي في الدول المتقدمة، ذات أسواق المال شديدة التنافسية والبنية التكنولوجية المتطورة، في الوقت الذي لم يكن هناك استجابة مماثلة للبحوث المحاسبية في هذا المجال في الدول النامية ومنها مصر، مما يعني تضيق فجوة المعرفة والبحث المحاسبي. وأيضاً تحاول هذه الدراسة توسيع نطاق الدراسات السابقة، لتشمل مستوي الإفصاح لدي الشركات لأنواع مختلفة من المعلومات؛ المالية وغير المالية (بيئية، واجتماعية، وحوكومية، ومعلومات عن العلاقات مع المستثمرين والوسائل ذات الصلة) عبر مواقعها الإلكترونية، دون الاقتصار علي الإفصاح المالي فقط عبر الإنترنت، في محاولة لتضييق فجوة في البحوث المحاسبية في هذا المجال.

ويستمد البحث أهميته العملية من أنه يسعى لاستكشاف وتقديم دليل عملي حول العوامل المفسرة لتباين مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر مواقعها علي الإنترنت، وتقديم تقييم لمثل هذه الممارسات بين الشركات. والتي ثبت أنها مهمة في دول مختلفة، والتحقق منها في مصر، باعتبارها من الأسواق المالية الناشئة، التي تحتاج، لزيادة رأس المال، وجذب الاستثمار الأجنبي، وتعزيز ثقة أصحاب المصالح. والوصول إلى نطاق أوسع من المستثمرين، من خلال زيادة الشفافية. الأمر الذي يُمكن أن يكون له مردود إيجابي علي تشجيع إدارات الشركات المصرية، نحو تطوير مواقعها الإلكترونية، وتحسين ممارسات الإفصاح لديها. وكذلك تقديم إرشادات قد تكون مفيدة تساعد في توعية المنظمين وواضعي المعايير وصانعي السياسات على صياغة قواعد بشأن تحسين الممارسات المتعلقة بالإفصاح عبر الإنترنت. **ومن أهم دوافع البحث،** أن الإفصاح عبر الإنترنت هي قضية جديرة بالإهتمام، تظهر من خلال مردودها الإيجابي وتأثيرها علي إدراك أصحاب المصالح، الأمر الذي يُمكن أن يؤثر علي عملية تخصيص الموارد في المجتمع.

وأيضاً من دوافع البحث سعيه لاستخدام منهجية تساير البحوث الأجنبية ذات الصلة، بإجراء تحليلات إضافية أخرى بجانب التحليل الأساسي، منها؛ ما يتعلق بتأثير إختلاف طرق قياس المتغيرات، وأيضاً الاعتماد علي متغيرات جديدة. وذلك بغرض توفير المزيد من الوضوح علي العلاقات محل الدراسة، وبذلك يحاول هذا البحث تضييق الفجوة بين الدراسات الأكاديمية التي تمت في دول متقدمة، والتي تمت في مصر في هذا المجال.

5- حدود البحث

يقتصر هذا البحث علي دراسة وتفسير تباين مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت. كما يقتصر البحث علي العوامل الخاصة بالشركات مثل؛ (حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية، وعمر الشركة، وطبيعة نشاطها، ومستوي الرفح المالي، ونسبة القيمة السوقية إلي القيمة الدفترية لحقوق الدفترية). وأيضاً من العوامل المفسرة محل الدراسة ذات الصلة بمراقب الحسابات ومنشأته سمعة منشأته المهنية، وبذلك يخرج عن نطاق البحث أي عوامل أخري لتفسير تباين مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت بخلاف العوامل السابق ذكرها. كما يخرج عن نطاق البحث، أي خصائص أخري لمنشأة المحاسبة والمراجعة (مثل؛ أتعاب منشأة المحاسبة والمراجعة، وتغيير أو تدوير مراقب الحسابات ومنشأته، وتخصصه الصناعي). كما يخرج عن نطاق البحث دراسة واختبار العوامل المرتبطة ببيئة الممارسة المحاسبية، والعوامل المؤسسية، والاقتصادية، والسياسية، علي مستوي الاقتصاد الكلي، وكذلك الاتجاهات التنافسية. كما يخرج عن نطاق البحث الشركات غير المقيدة بالبورصة المصرية والمؤسسات المالية. كما تقتصر فترة الدراسة في هذا البحث علي سنة 2021 . وأخيراً فإن قابلية النتائج للتعميم مشروطة بحدود البحث وضوابط اختيار مجتمع وعينة وفترة الدراسة وأدوات القياس المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة.

6- خطة البحث

انطلاقاً من مشكلة البحث والهدف منه وفي ضوء حدوده يُستكمل البحث علي النحو التالي:

- 1-6 إفصاح الشركات عبر الانترنت(المفهوم والقياس والأهمية والمردود وتجارب بعض الدول).
- 2-6 العوامل المفسرة لتباين مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت.
- 3-6 تحليل العلاقة بين العوامل المفسرة لمستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت وهذا المستوي واشتقاق فروض البحث.
- 4-6 منهجية البحث(التحليل الأساسي والتحليلات الأخرى).
- 5-6 نتائج البحث والتوصيات ومجالات البحث المقترحة.

6-1 إفصاح الشركات عبر الإنترنت (المفهوم والقياس والأهمية والمردود وتجارب بعض الدول)

أصبح الإنترنت يمثل أحد أهم وأكثر وسائل توصيل ونشر المعلومات وأكثرها استخدامًا (Ariff, 2020; Windarti, 2020; et al., 2018). فقد دفع الاستخدام المكثف للإنترنت الشركات إلى إنشاء مواقع الكترونية للتقرير عن المعلومات، والتواصل مع أصحاب المصالح لتعزيز التفاعل، وتبادل الحوار، من خلال الجمع بين النص المكتوب والمحتوى المرئي وتسجيلات الصوت والفيديو والبت المباشر بطريقة مرنة (Bosetti, 2018; De Silva & Ajward, 2018).

كما أوضح (AbuGhazaleh et al., 2012; Mendes-Da-Silva & Onusic, 2014; Nagarajah & Alagathurai, 2021) أن الإنترنت وفر طرقاً جديدة بدلاً من الطرق التقليدية، تعمل كحلقة للتواصل بين المستثمرين وأصحاب المصالح، وتلبي حاجة مستخدمي المعلومات، من خلال استخدام المحتوى الوصفي، والعروض التقديمية الجذابة المتاحة للوصول إلى تقييم سليم للشركة، من خلال حسن التوقيت، وإمكانية الوصول، وزيادة الوعي، والشفافية.

وفيما يتعلق بالإفصاح عبر الإنترنت، فقد أوضح (Agyei-Mensah, 2011) أن الإنترنت أثر بشكل كبير على الإفصاحات المحاسبية، بل وأدى إلى تغيير طرق نشر التقارير. وقد أشار (Murdayanti & Khan, 2021) إلى أن بداية نشر التقارير المالية عبر الإنترنت كانت منذ عام 1996. كما أوضح (Garg & Amit, 2019) أنه يمثل نهجاً جديداً، للإفصاح عن المعلومات، من خلال منصة فعالة لتوصيل المعلومات، يتميز بكونه أسرع وسيلة اتصال، ومنخفضة التكلفة.

وقد عرف (bahl & Ial, 2012) الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت، بأنها النسخة الرقمية من المعلومات المالية وغير المالية، والتي يتم الإفصاح عنها باستخدام تقنية الحاسب الآلي كوسيط لنقل المعلومات. كما وصف (Oyelere & Kuruppu, 2012) تقارير الشركات عبر الإنترنت، بأنها شكل من أشكال الإتصال الاعلامي Informative من قبل الشركات لنشر معلوماتها. كما عرف (Kaur & Kaur, 2015; Dolinšek, & Lutar-Skerbinjek, 2017) التقارير عبر الإنترنت علي أنها ممارسة لنقل المعلومات المالية وغير المالية عبر الإنترنت، من خلال توفير قناة للتواصل مع المستثمرين لدعمهم في تقييم أداء الشركة، واتخاذ قرارات الاستثمار الرشيدة.

كما أشار (Pour & Imanzadeh, 2017) إلي أن الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت بمثابة أداة تساعد الشركات على الحوار مع أصحاب المصالح وتقليل عدم تماثل المعلومات. كما وصف (Bosetti, 2018) التقارير عبر الإنترنت بأنها أداة اتصال تفاعلية منخفضة التكلفة ولكنها قوية. وفي نفس الاتجاه يري (Murdayanti & Khan, 2021; Sarifudeen, 2021) أن التقرير عبر الإنترنت هو أداة إفصاح تمكن الشركات من نشر كل أو جزء من معلوماتها المالية وغير المالية على الإنترنت، والمقدمة في أشكال، ولغات متعددة باستخدام وسائط إلكترونية تفاعلية أكثر تقدماً من خلال الموقع الرسمي للشركة.

وفيما يتعلق بتوصيف إفصاح الشركات عبر الإنترنت؛ فقد أشار (Samaha & Abdallah, 2011; Henchiri et al., 2012) إلي أنه من حيث **توقيتته** وإمكانية الوصول فهو فوري Online، وأما بشأن **صفة الإلزام** فهو إجباري في بعض الدول، مثل الولايات المتحدة وكندا؛ واختياري في العديد من الدول. وأما بشأن **طبيعته** فهو مالي وغير مالي كمي ونوعي تاريخي ومستقبلي. وبشأن **المحتوي** فلا يوجد اتفاق علي ما يجب أن يوصله الإفصاح على الإنترنت، فيمكن أن يتراوح المحتوى من التقارير الإلزامية إلى مجموعة كاملة من التقارير، تتراوح ما بين التقارير المالية السنوية ونصف، وربع السنوية، وتقارير السنوات السابقة، وتقارير مراقب الحسابات، وتقارير النشاط. وفي كثير من الأحيان أيضًا يتم الإفصاح عن أحدث أسعار الأسهم، ومعلومات عامة عن الشركة والمنتجات، ومعلومات حوكمية، والمسؤولية الاجتماعية، ومعلومات أخرى ذات صلة. ومن حيث **لغة الإفصاح** فتتعدد لغة المحتوى. وفيما يتعلق بأدواته وجوانبه الفنية فتتمثل في؛ أحداث، وجداول ورسوم، وعروض تقديمية، وفيديوهات وصور، وتقارير صحفية، ولينكات ومتصفحات، وإمكانية الطلب للتقارير والوثائق عبر الإنترنت. كما أن **المسئول عن الإفصاح** إدارة الشركة.

ويخلص الباحث مما سبق إلي أن الإفصاح عبر الإنترنت هو ممارسة وأداة إفصاح تمكن الشركات من نشر كل أو جزء من النسخة الرقمية لمعلوماتها المالية وغير المالية على الإنترنت، والمقدمة في أشكال متعددة باستخدام وسائط إلكترونية تفاعلية أكثر تقدماً من خلال الموقع الرسمي للشركة. ومن حيث توصيفه فهو يمكن الوصول اليه بصفة فورية. كما أنه إجباري في بعض الدول وإختياري في أخرى. وطبيعته تشمل علي معلومات مالية وغير مالية كمية ونوعية تاريخية ومستقبلية، ولا يوجد اتفاق علي محتواه، وتتعد لغة الإفصاح، وتتمثل أدواته في أشكال متعددة.

وبشأن قياس مستوي الإفصاح عبر الإنترنت فقد اتجهت الدراسات السابقة لاستخدام مؤشر للإفصاح للدلالة علي مستوي الإفصاح للعناصر المحددة سلفاً. وقد تنوعت الدراسات السابقة في استخدام مداخل القياس (Mokhtar (2017). فقد لجأت بعض الدراسات مثل؛ (Debreceeny et al., 2012; Xiao et al., 2004; AbuGhazaleh et al., 2012) للقياس من خلال المتغير الوهمي (1) في حالة الإفصاح عبر الإنترنت، و(0) في حالة عدم الإفصاح. وهو لا يؤيده الباحث. بينما ذهبت بعض الدراسات، مثل؛ (Henchir et al., 2011) لإعداد مؤشر إجمالي يحتوي على عناصر تتعلق بالمحتوى وجوانب العرض. بينما اتجهت غالبية الدراسات لإعداد مؤشر نسبي، حيث يتم قسمة عدد بنود الإفصاح الفعلي للشركات عبر موقعها الإلكتروني علي الإنترنت علي إجمالي عدد بنود مؤشر الإفصاح للشركات عبر الإنترنت وفقاً للممارسة القياسية. وقد اتفق الباحث مع المدخل الثالث في إعداد مؤشر لقياس مستوي الإفصاح عبر الإنترنت وذلك اتساقاً مع (De Silva & Ajward, 2018; Khan, 2015; Ahmed et al., 2017).

في ضوء تحليل أهم الإصدارات المحاسبية والفنية، والدراسات الأكاديمية الأجنبية والمصرية والعربية، والتي تحتوي علي بنود وعناصر الإفصاح عبر الإنترنت، فقد توصل الباحث إلي أن هناك اتفاقاً بين تلك المصادر علي العديد من البنود. وقد خلص الباحث لخصر عدد من عناصر الإفصاح عبر الإنترنت. واستناداً لهذه المصادر⁽¹⁾ وقواعد القيد والشطب بالبورصة المصرية من سنة 2020 - 2022، وتجارب بعض الشركات الدولية مثل شركة جنرال موتورز. وبعض الشركات العاملة في مصر لفروع شركات أجنبية (مثل الاسمنت الفرنسية). أمكن للباحث استخلاص قائمة تحتوي علي بنود الإفصاح عبر الإنترنت التي يتكون منها المؤشر، وتتطوي علي عدد من بنود المعلومات يمكن الإفصاح عنها. ويمكن تقسيم هذه المعلومات، كما يلي:

أ - معلومات غير مالية (كمية ونوعية):

1- نبذة عامة عن الخلفية التاريخية وإدارة الشركة والهيكل التنظيمي.

(1) (Debreceeny, et al., 2001; SEC,2008; Cormier et al., 2009; bahl & lal., 2012; Nel & Baard, 2019; Mendes-Da-Silva & Onusic, 2014; Singh, 2013; Omran & Ramdhony, 2016; Hashim et al.,2014; Garg & Gakhar, 2010; Boubaker et al.,2012; De Silva & Ajward, 2018; Samaha & Abdallah, 2012; Aly et al.,2010; Ahmed et al., 2017; Mokhtar, 2017; Yassin, 2017; Hassan et al., 2022; Hussein & Nounou, 2021; Desoky, 2009; . ; Abdi et al., 2018; Henchiri, 2011; Mohamed & Basuony, 2015; Roberts et al., 2012; qasim & al barghouthi, 2017; Aboutera & Hussein, 2017).

- 2- سياسات التشغيل واستراتيجية الشركة.
- 3- المنتجات والخدمات.
- 4- حصة الشركة من سوقي المنتجات الرئيسية.
- 5- هيكل الملكية.
- 6- الموارد البشرية وعدد العاملين.
- 7- المنافسون الرئيسيون.
- 8- سياسة البحث والتطوير.
- 9- تكوين مجلس الإدارة ولجنة المراجعة واسم مراقب الحسابات.

ب - المعلومات المالية:

- 1- قائمة المركز المالي للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 2- قائمة الدخل للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 3- قائمة التدفقات النقدية للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 4- قائمة التغيرات في حقوق الملكية للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 5- قائمة الدخل الشامل للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 6- الإيضاحات بشأن المعلومات المالية للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 7- القوائم المالية المختصرة للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 8- تقرير مراقب الحسابات عن العام الحالي
- 9- التقرير السنوي الكامل للعام الحالي مقارنة بالسابق.
- 10- التقارير ربع السنوية للعام الحالي مقارنة بالسابق .
- 11- التقارير النصف سنوية عن العام الحالي مقارنة بالسابق.
- 12- التقارير القطاعية للعام الحالي مقارنة بأخر سنتين.
- 13- ملخص النسب المالية ومؤشرات الأداء الرئيسية.
- 14- التنبؤات المالية (المبدئية).
- 15- سعر السهم الحالي.
- 16- أداء السهم بالنسبة لمؤشر البورصة للسنة الحالية والسابقة.
- 17- ربحية السهم.

- 18- توزيعات الأرباح المقترحة للعام الحالي مقارنة بتوزيعات العام السابق.
- 19- تقارير المحللين بشأن الشركة وتوصياتهم.
- 20- الإفصاح عن أي تعديلات جوهرية في التقرير السنوي الحالي والسابق.
- 21- مناقشات وتحليلات الإدارة⁽¹⁾.
- 22- المعلومات المستقبلية .
- 23- الإفصاح عن وجود تغير سعري في اتجاه واحد بنسبة أكبر من 50% خلال مدة زمنية لا تتجاوز ثلاثة أشهر أو بنسبة أكبر من 75% خلال مدة زمنية لا تتجاوز ستة أشهر بما لا يتناسب مع اتجاه مؤشرات السوق و/أو القطاع الذي تنتمي إليه الشركة المصدرة و/أو نتائج أعمال الشركة المصدرة ومدى وجود أخبار جوهرية تبرر ذلك التغير.

ج- المعلومات الحوكمية :

- 1- عدد الأسهم.
- 2- هيكل المساهمين.
- 3- تقرير رئيس مجلس الإدارة
- 4- قرارات اجتماع الجمعية العمومية للمساهمين للعام الحالي والسابق.
- 5- الإفصاح عن تنوع أعضاء مجلس الإدارة (تنفيذي / غير تنفيذي).
- 6- الإفصاح عن أكبر عشرة مساهمين في العام الحالي.
- 7- قائمة بأسماء المديرين التنفيذيين وأرقام هواتفهم.
- 8- معلومات عن أعضاء مجلس الإدارة (الملف الشخصي).
- 9- مكافآت أعضاء مجلس الإدارة، ومكافآت كبار المديرين التنفيذيين. وكافة المزايا المادية والعينية الأخرى أيًا كانت صورتها بتفصيلاتها.
- 10- ميثاق وقواعد السلوك الأخلاقي للشركة.
- 11- أعضاء لجنة المراجعة (الملف الشخصي) ومكافأاتهم.
- 12- الإفصاح عن إدارة المخاطر ERM التي تواجهها الشركة.

(1) - Management Discussion and Analysis (MD&A) يمثل تقرير وصفي يرفق بالقوائم المالية بهدف إمداد أصحاب المصالح بتعليقات تاريخية ومستقبلية عن أداء الشركة المالي وتدققها النقدية ونتاج أعمالها. ووفقا لمجلس معايير المحاسبة الدولية IASB تسمى بتعليقات الإدارة (Management Commentary) MC، ويطلق عليه في مصر تقرير مجلس الإدارة 'Management' Report (عبد الله، 2015).

13- الإفصاح عن كافة المعلومات التي تتعلق بوجود حالة من حالات تعارض المصالح لمجلس إدارة الشركة مع الشركة.

14- الإفصاح عن قيد أسهم الشركات الناتجة عن إعادة الهيكلة بالتقسيم أو الاندماج ويوضح هيكل المساهمين وعددهم وهيكل مجلس الإدارة.

د- معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات:

1- تنمية المجتمع.

2- السياسة البيئية للشركة.

3- تدريب وتطوير العاملين.

4- معلومات الصحة والسلامة المهنية.

5- سياسات جودة المنتج وسلامته.

6- شهادات الجودة.

7- التوظيف وخلق فرص العمل.

8- تمكين المرأة.

9- حقوق الانسان

هـ - المعلومات عن العلاقات مع المستثمرين والوسائل ذات الصلة:

1- جدول المحتويات/ خريطة الموقع.

2- النسخة الإنجليزية من الموقع

3- النسخة الإنجليزية من التقارير السنوية.

4- اسم مسؤول العلاقات مع المستثمرين.

5- البريد الإلكتروني ورقم الهاتف والعنوان البريدي ومنصة الشركة علي وسائل التواصل الاجتماعي.

6- ملفات صوتية و فيديو وصور توضيحية ورسوم بيانية.

7- الأسئلة المتداولة للمستثمر .

8- اتصل بنا

9- نقرة واحدة للوصول إلى قسم علاقات المستثمرين .

10- نقرة واحدة للوصول إلى المعلومات المالية .

- 11- نقرة واحدة للوصول إلى البيانات الصحفية
- 12- توقيع مراقب الحسابات وختم المراجعة.
- 13- خيار تنزيل المعلومات المالية بصيغة Excel
- 14- خيار تنزيل المعلومات المالية بصيغة PDF
- 15- خيار تنزيل المعلومات المالية بصيغة HTML
- 16- محرك البحث الداخلي.
- 17- الفيديو للاجتماعات السنوية العامة.
- 18- لينك مواقع البورصة على شبكة الإنترنت.

وفيما يتعلق بأهمية ومردود إفصاح الشركات عبر الإنترنت، فقد أشار (2000) FASB إلى أن دوافع الشركات لاستخدام الإنترنت لنشر المعلومات، تتمثل في تقليل تكلفة وقت نشر والتواصل مع مستخدمي المعلومات، وتعزيز ممارسات الإفصاح التقليدية وزيادة كمية وجودة المعلومات، التي يتم الإفصاح عنها، وتوسيع النطاق من خلال زيادة إمكانية الوصول إلى المستثمرين المحتملين، وتحسين توقيت الإفصاح، و تحسين جودة الاتصال من خلال إقامة حوار ثنائي الاتجاه مع أصحاب المصالح.

كما أوضح (2009) Al-Moghawi أن الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت يساهم في بناء وتحسين العلاقات مع أصحاب المصالح، مثل العملاء، الموردين، والعاملين، والمستثمرين، ويمنح المستخدمين فرصة للوصول إلى المعلومات على أسس تفاعلية، والوصول لفئة أوسع من أصحاب المصالح بتكلفة منخفضة نسبياً، وتقديم معلومات أكثر تفصيلاً وذات صلة، وزيادة القابلية لفهم المعلومات من خلال استخدام طرق عرض مختلفة، مثل؛ الفيديو والصوت والرسومات والصور، وتخفيض تكاليف نشر المعلومات، وربط عمليات وأنشطة الشركة بالتقارير الصحفية، وتحسين سمعتها، بالإضافة إلى تقليل الضغوط علي الشركات بشأن الشفافية، وأدائها، الاجتماعي، والبيئي، والحوكمي وغيرها من المواقف.

وفي نفس الاتجاه أشار (2012) Gakhar إلى أن الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت مفيد للغاية، لكل أصحاب المصالح، من المستثمرين، والعاملين، والعملاء، والإدارة، والمحللين الماليين، والمنظمين، والحكومة والمجتمع ككل. حيث يحقق العديد من الفوائد أهمها؛ الوصول السهل والسريع

إلى المعلومات المالية وغير المالية، كما يساعد في جعل الشركات أكثر شفافية ومسئولية وخضوعاً للمساءلة أمام المجتمع، ويعزز من التجارة الإلكترونية، كما يسمح لمستخدمي المعلومات بالتفاعل في شكل تعليقات واقتراحات مع الشركة. كما يؤكد (Sushila & Amol, 2016) علي أن الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت، يفيد المجتمع على المستويين الجزئي والكلي؛ فعلى المستوى الجزئي يحصل المستثمرون، والمحللون الماليون، على المعلومات في التوقيت المناسب، وبأقل مجهود، وعلى المستوى الكلي، يخلق بيئة إيجابية للاستثمار بما ينعكس في تطور الاقتصاد.

كما اتفق البعض (Agyei-Mensah, 2011; Henchiri et al., 2011; bahl & lal., 2012; Oyelere & Kuruppu, 2016; Adityawarman & Khudri, 2017) أن الإفصاح عبر الإنترنت، يساعد علي نشر المعلومات علي نطاق واسع ولقاعدة كبيرة من المستخدمين، وبتكلفة منخفضة، وتضمن محتوى صوتي ومرئي، وهو أمر غير موجود في الإفصاح التقليدي، وتعزيز ثقة المساهمين وتشجيع المستثمرين المحتملين، وتلبية احتياجات أصحاب المصالح، في التوقيت المناسب، وتوصيل المعلومات المالية غير المالية، بتكلفة منخفضة، وتخفيض تكلفة التمويل، وتحسين أداء الأسهم وزيادة قيمة الشركة، وجعل أسواق المال أكثر سيولة وكفاءة وأقل مخاطرة.

وفي نفس الاتجاه اتفق (Sánchez et al., 2011; Miniaoui & Oyelere, 2013) علي أن توفير المعلومات عبر الإنترنت، يجعل الشركات أكثر تفاعلاً مع المستثمرين، ويحد من عدم تماثل المعلومات، ويزيد من سيولة الأسهم، ويقلل من تكلفة التمويل. ويضيف Sarifudeen (2021) أن الإفصاح عبر الإنترنت يزيد من قدرة المستثمرين، علي تقييم الأداء، مما يقلل من مخاطر الاستثمار في الشركة.

كما أكد البعض (Abdelsalam & Street, 2007; AbuGhazaleh et al., 2012; Fuertes-Callen et al., 2014) علي أن قرار تواجد الشركات على الإنترنت يكون بدافع، خلق علاقة قوية وإيجابية وتحسين التواصل مع أصحاب المصالح، وإرسال إشارات ذات مصداقية لجذب المستثمرين، وتعزيز ثقتهم وتلبية احتياجاتهم من المعلومات المحدثة وفي الوقت المناسب، والرغبة في تعزيز صورة الشركة وسمعتها وتميزها عن الآخرين، وإمكانية توصيل أسعار الأسهم والإعلانات الأولية والمؤتمرات الصحفية وغيرها من المعلومات إلى قطاع عريض من المستثمرين الحاليين

والمحتملين وإمكانية تحسين أداء الأسهم، وإمكانية تسهيل أداء الأسواق المالية، وزيادة قيمة الشركة، ومحاكاة التطور التكنولوجي.

كما يري البعض (Umoren&Asogwa, 2013; Elhelaly, & Mohamed, 2014; Yassin, 2017) أن الإفصاح عبر الإنترنت، يخفض تكلفة نشر المعلومات مقارنة بالطرق التقليدية، ويسهل من التواصل مع المستثمرين المحتملين، ويتيح للمستخدمين ربط المعلومات المالية بسهولة بالمعلومات غير المالية، وإمكانية الإفصاح ربع السنوي، والشهري، وحتى اليومي في بعض الحالات، وزيادة كمية المعلومات والإفصاح عنها، وتقليل تكلفة المعاملات.

واتفاقاً مع ما سبق يري (Mokhtar 2017) أنه يوجد العديد من الدوافع والمزايا للإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت مثل انخفاض تكلفة نشر المعلومات، وتوفير المعلومات في الوقت المناسب، وتسهيل إمكانية الوصول إليها بسهولة، وتعزيز مدى وجودة المعلومات التي يتم الإفصاح عنها، ودعم ممارسات الإفصاح التقليدية وتحسين الوصول للمستثمرين المحتملين. بينما قد يؤدي الإفصاح التقارير عبر الإنترنت إلى زيادة تكلفة إعداد التقارير المالية، وارتفاع تكلفة توفير توكيد إضافي بشأن المعلومات المفصح عنها عبر الإنترنت، وتكلفة التقاضي الناتجة عن الاعتماد على المعلومات المالية غير الدقيقة لأغراض اتخاذ القرار.

وفي نفس الاتجاه أيضاً اتفق البعض (Gajewski & Li ., 2015; Nagarajah & Alagathurai, 2021) علي أن أهم المزايا التي تحققها الشركات التي تفصح عن معلوماتها عبر الإنترنت تتمثل في؛ جذب عدد كبير من المستخدمين المحتملين، وتخفيض تكلفة نشر المعلومات، وتحسين سمعة الشركة، والتواصل مع العملاء وزيادة شفافية المعلومات، وتعزيز جودة الاتصال مع المستخدمين. فيما تتمثل أهم المزايا التي يحققها الإفصاح عبر الإنترنت بالنسبة لمستخدمي المعلومات في؛ سهولة جمع المزيد من المعلومات، والحصول علي معلومات متنوعة، وفي التوقيت المناسب، من خلال نشر المعلومات عبر الإنترنت بمجرد اعدادها والاستفادة من تقديم المعلومات في أشكال متعددة الوسائط، بعدة تنسيقات مختلفة منها Word, PDF, Excel، بالإضافة إلي الحد من عدم تماثل المعلومات، كما يُمكن العرض الفعال للمعلومات عبر الإنترنت، المستخدمين من الوصول السهل للمعلومات، وإمكانية معالجتها وتحليلها وتفسيرها لاتخاذ القرارات، و تحسين جودة الإفصاح عن المعلومات، وإمكانية مقارنة بين أداء الشركات.

وفي اتجاه أخرى يري (Di Vaio et al. (2020 أن الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت يمثل أداة مهمة في تحقيق مستقبل الشركة في جميع الجوانب والأبعاد وعلى جميع المستويات التي تدفع نحو استدامة الشركة، كما أن وجود التقارير المالية عبر الإنترنت يمكن أن يكون دليلاً على إستراتيجية الشركة واهتمامها بقضايا الاستدامة. ولكن لا تزال هناك بعض المشاكل المتعلقة بالقابلية للمقارنة.

بينما يري البعض (Momany et al.2014; Qasim & Al Barghouthi, 2017) أنه علي الرغم من أن الإفصاح عبر الإنترنت يمثل أداة اتصال تحقق العديد من المزايا، إلا أن أحد عيوبه، هو ما أشار إليه FASB والمتعلق بمراجعة التقارير المالية عبر الإنترنت، وتوفير توكيد مهني للمواقع الإلكترونية وهو ما يعرف "web trust"، فضلا عن استخدام الإنترنت في نشر معلومات خاطئة ومضللة، يولد مزيدا من الفرص لنشر الشائعات. كما يري Momany et al. (2014) أن أهم التحديات تتمثل ؛ في القيود المتعلقة بعدم توافر المعايير المنظمة للإفصاح عبر الأنترنت، والقيود المتعلقة بعملية مراجعة تلك المعلومات المنشورة عبر المواقع الإلكترونية، وعدم توافر الإمكانيات التكنولوجية لجميع الشركات للإفصاح عن المعلومات عبر الأنترنت. ويؤكد Bananuka et al.(2019) أنه حتى الآن لا تزال الشركات تواجه بعقبات في نشر التقارير المالية عبر الإنترنت.

ويخلص الباحث مما سبق إلي أن الإفصاح عبر الإنترنت يحقق مردود وفوائد من وجه نظر المدخل الشمولي، لكافة الأطراف؛ بالنسبة للشركات تتمثل في تقليل تكلفة نشر المعلومات، وتوسيع نطاق النشر في الوقت المناسب، وتقليل عدم التماثل، وتحسين التواصل مع أصحاب المصالح، وزيادة الشفافية، وجذب مستثمرين جدد، وتحسين السمعة، وتقليل ضغوط المجتمع، وتخفيض تكلفة التمويل، وتحسين أداء الأسهم وزيادة قيمة الشركة، كما يثبت اتجاهها نحو تحقيق المستقبل المستدام. وبالنسبة لأصحاب المصالح يمنحهم فرصة للوصول إلي المعلومات بسهولة، وفي التوقيت المناسب، وعلى أسس تفاعلية، وزيادة القابلية لفهم المعلومات. وبالنسبة للمستثمرين سهولة الوصول السريع إلى المعلومات المتنوعة في التوقيت المناسب، في أشكال متعددة الوسائط، وإمكانية، تحليل وتفسير المعلومات، ومقارنة أداء الشركات. وبالنسبة للمجتمع يساعد في جعل الشركات أكثر شفافية وخضوعاً للمساءلة، وخلق بيئة إيجابية للاستثمار، وجعل أسواق المال أكثر سيولة وكفاءة

وأقل مخاطرة. ولكن هناك عقبات تتمثل في القيود المتعلقة بعملية مراجعة التقارير المالية عبر الإنترنت، وتوفير توكيد للمواقع الالكترونية، وعدم توافر الإمكانيات التكنولوجية لجميع الشركات. وفيما يتعلق بتجارب بعض الدول في مجال إفصاح الشركات عن التقارير عبر الإنترنت، فقد قام المنظمون في كثير من الدول مؤخرًا بإصدار توصيات تهدف إلى تعزيز الإفصاح في الوقت المناسب عن المعلومات ذات الصلة إلى أصحاب المصالح (Abdelsalam & Street 2007). وقد أوضح (Nel & Baard 2019) أنه في بعض الدول، يوجد تنظيم لاستخدام الشركات لمواقع الإنترنت المختلفة للإفصاح عن المعلومات كمصدر بديل وتكميلي لعرض المعلومات. وغير منظم في كثير من الدول. ففي الولايات المتحدة الأمريكية، أوضح (Abdelsalam & Street 2007) أن (SEC) تتطلب من جميع الشركات المقيدة بالبورصات الأمريكية كنيويورك وناسداك الإفصاح عن عناصر معينة من المعلومات عبر الإنترنت. مثل التقارير السنوية والدورية، وتقارير الحوكمة. وبشأن الاتحاد الأوروبي، أشار (Abdelsalam & Street 2007) إلي أنه تم إصدار توجيهاً بشأن الشفافية في نشر المعلومات في الوقت المناسب، وأن تفصح الشركات عن التقارير المالية السنوية، والنصف سنوية، والربع سنوية علي الإنترنت، وخصوصاً الشركات الأمريكية المدرجة في البورصات الأوروبية. وفي المملكة المتحدة، يتم تشجيع الشركات على استخدام الإنترنت للإفصاح عن المعلومات الإلزامية بالإضافة إلى عناصر مهمة أخرى من المعلومات، مثل بعض التقارير القانونية. وفي فرنسا أوضح (Gajewski & Li 2015) أنه منذ 2007، يجب على جميع الشركات المدرجة في بورصة باريس الإفصاح عن المعلومات على موقعها الإلكتروني والاحتفاظ بها لمدة خمس سنوات على الأقل، من أجل تعزيز الشفافية. وفي البرازيل، أوضح (Mendes-Da-Silva et al 2014) أن لجنة الأوراق المالية بالبورصة دعت الشركات لزيادة استخدام الإنترنت خاصة في العلاقات مع المستثمرين، وأن تتم أي اجتماعات للمساهمين عبر الإنترنت، ولكن لا توجد قواعد تحكم استخدام الإنترنت لأنشطة علاقات المستثمرين. بل تتم اختياريًا.

وبشأن الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت في مصر، أوضح (Desoky, 2009; Samaha & Abdallah, 2012; Ahmed et al., 2018; Hussein & Nounou, 2021; Hassan et al., 2022) أنه قبل عام 2012، كانت بعض الشركات المصرية تقوم بالإفصاح عبر الإنترنت إختياريًا، لتعزيز قيمة أسهمها؛ ولتلبية احتياجات أصحاب المصالح من المعلومات وتعزيز ثقة

المستثمرين. وقد أصدرت الهيئة العامة للرقابة المالية القرار رقم 15 لسنة 2012 بالزام جميع الشركات المدرجة في البورصة، بإنشاء موقعًا إلكترونيًا علي الإنترنت لنشر التقرير السنوي، والدوري، والملاحظات التفسيرية، وتقارير مراقبي الحسابات وغيرها من المعلومات التي تحددتها البورصة وذلك اعتبارًا من مارس 2013؛ ويمكن أن يمثل ذلك نقطة تحول مهمة نحو اعتماد الإنترنت كقناة ووسيلة اتصال للشركات المدرجة بالبورصة المصرية. ويوضح الباحث أن من بين 150 شركة شملتها عينة الدراسة 103 شركة بنسبة 68 لديها مواقع الكترونية يمكن الوصول إليها. ويعني هذا أن عدد الشركات المدرجة في البورصة المصرية المنخرطة في ممارسات تقارير عبر الإنترنت لا تزال منخفضة و في مراحلها الأولى. كما أن المعلومات المتاحة على الإنترنت، في الغالب لا يتم تحديثها باستمرار، ووجود تباين كبير في ممارسات الإفصاح بين الشركات المصرية المقيدة بالبورصة عبر الإنترنت.

6-2 العوامل المفسرة لتباين مستوى إفصاح الشركات عبر الإنترنت

يقصد بهذه العوامل مجموعة المحددات أو المتغيرات أو السمات الخاصة بالشركة المفصحة، وذات الصلة بمراقب الحسابات ومنشأته. ويتفق البعض (Abouter & Hussein, 2017; De Silva & Ajward, 2018; Abdi et al., 2018; Nel & Baard, 2019; Hussein & Nounou, 2021; Hassan et al., 2022) أنه على الرغم من مزايا الإفصاح عبر الإنترنت، كونه يعد من أفضل وسائل الاتصال في نشر وتوصيل المعلومات لأصحاب المصالح، إلا أن هناك قدرًا كبيرًا من التباين في سلوك الشركات تجاه الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت، حيث يوجد اختلاف في مدى وطبيعة ومستوي الإفصاح المالي وغير المالي على الإنترنت.

وقد ذهبت بعض الدراسات (Khalil & Maghraby, 2017 ; Mokhtar, 2017; De Silva & Ajward , 2018; Abdi et al., 2018; Nel & Baard, 2019 ;Khlifi, 2021; Nagarajah & Alagathurai, 2021; Hussein & Nounou, 2021) استنادًا إلى نظريات مختلفة، والمتمثلة في؛ نظرية الوكالة agency theory والتي تفترض أن الشركة عبارة عن مجموعة من العلاقات التعاقدية بين الأطراف ذات المصالح المتعارضة، لذلك فمن المحتمل أن يزيد مستوى الإفصاح لديها، بما في ذلك الإفصاح عبر الإنترنت كوسيلة جديدة للتواصل بين الإدارة وأصحاب المصالح، ولتقليل عدم تماثل المعلومات، حتي تتخفض التكاليف

الناتجة عن التعارض في المصالح بين الأطراف المختلفة. ونظرية الإشارات Signalling Theory والتي تفترض أن إدارات الشركات التي لديها أخبار سارة تحاول أن تميز نفسها عن غيرها من الشركات التي لديها أخبار غير جيدة، وذلك من خلال الإفصاح عن مزيد من المعلومات إلى أصحاب المصالح، وذلك عبر قنوات الإتصال المختلفة، بما في ذلك الإفصاح عبر الإنترنت. ونظرية التكاليف السياسية Political costs theory والتي تفترض أن الشركات تكون محل اهتمام سياسي، ومن المحتمل أن توفر مزيداً من الإفصاح ومنها الإفصاح عبر الإنترنت، لتقليل الضغوط المجتمعية، والسياسية المختلفة. ونظرية انتشار الابتكار diffusion of innovation theory والتي تفترض أن الشركة ستتأثر بالعوامل المحيطة بها بما في ذلك التطور في التكنولوجيا، والذي يؤثر علي ثقافة الشركة نحو استخدام التكنولوجيا والاتجاه للإفصاح عن التقارير عبر الأترنت. والنظرية الشرعية Legitimacy Theory والتي تفترض أن الإفصاح يعمل كأداة لتوضيح أن الشركات تعمل بما يتفق مع قيم المجتمع لتقديم صورة للحفاظ علي شرعيتها. ونظرية أصحاب المصالح Stakeholder Theory حيث تفترض أن أصحاب المصالح الحاليين والمحتملين يقارنون دائماً بين الشركات في نفس الصناعة لتحديد أفضل شركة، وفقاً للإفصاحات، لذلك يمكن للشركات التواصل من أجل تلبية الاحتياجات المختلفة لأصحاب المصالح، واكتساب ميزة تنافسية باستخدام الإنترنت كوسيلة سهلة وقناة واسعة الانتشار لنشر المعلومات.

وقد اختبرت الدراسات العديد من العوامل أو المحددات أو الخصائص الشركات والتي يمكن أن تفسر التباين في مستوى إفصاح الشركات عبر الأترنت ؛ فقد اهتم (Oyelere et al. (2003 بمحددات مثل؛ حجم الشركة، والسيولة، والقطاع الصناعي، وتشتت الملكية. وقد ذهب Xiao et al. (2004) لاختبار كل من عوامل؛ حجم الشركة، الرفع المالي، ونوع مراقب الحسابات، ونوع الصناعة. واختبر Desoky(2009) تأثير عوامل، تشمل حجم الشركة، والإدراج الأجنبي، والربحية، والقطاع الصناعي، والسيولة. كما اتجه Aly et al.(2010) لاختبار خصائص مثل؛ حجم الشركة، ونوع مراقب الحسابات، وربحية الشركة. كما اختبر Roberts et al.(2012) مجموعة من المتغيرات مثل؛ حجم الشركة، والربحية، والملكية العامة، والملكية المؤسسية، وعدد المساهمين، والنمو، وعمر الشركة، ونوع الصناعة، ونوع مراقب الحسابات. وقد درس Dolinšek, (2017) عوامل مثل حجم الشركة، الربحية، والشكل القانوني للشركة، وتركيز الملكية، وعمر الشركة، والصناعة. كما اهتم (Samaha & Abdallah, 2012;

Momany et al. 2014; Aboutera & Hussein, 2017; Abdi et al., 2018;) بمتغيرات؛ حجم الشركة، والسيولة، وربحية الشركة، وتشئت الملكية، والربحية، والرفع المالي، وعمر الشركة، ونوع مراقبي الحسابات، ونوع الصناعة). كما اختبر (Ahmed et al,2017; Basuony et al., 2020; Aboutera et al, 2020) عوامل مثل، الربحية، والسيولة، والرفع المالي، ونوع الصناعة. وقد تناول (Khelifi (2021) متغيرات لشرح مستوى التباين مثل؛ حجم الشركة، وتركز الملكية، وأداء الشركة، والسيولة، وحالة الإدراج، ونوع الصناعة، والربحية، وجودة المراجعة. فيما إهتم (Sarifudeen (2021) بعوامل مثل؛ حجم الشركة، وربحية الشركة، والرفع المالي، وحجم مراقب الحسابات، والأداء المالي، في تفسير مستوى التباين في إفصاح الشركات عبر الانترنت. ويخلص الباحث مما سبق إلي أن هناك تبايناً في مستوى إفصاح الشركات عن التقارير عبر الانترنت، وذهبت الدراسات لتفسير هذا التباين استناداً إلى نظريات مختلفة، وفي ضوء العديد من العوامل أو المحددات والتي يمكن أن تفسر هذا التباين.

3-6 تحليل العلاقة بين العوامل المفسرة لمستوى إفصاح الشركات عبر الانترنت وهذا المستوي واشتقاق الفرض الأول (وفرعياته):

في إطار إختلاف وتباين مستوى إفصاح الشركات عبر الانترنت. توجد مجموعة من العوامل التي قد تكون مفسرة لذلك التباين. لذلك سيتم تحليل العلاقة بين العوامل المفسرة ومستوى إفصاح الشركات عبر الانترنت. وسوف يتناول الباحث بعض من هذه العوامل⁽¹⁾، مثل؛ (حجم الشركة، والسيولة، وربحية الشركة، وتشئت الملكية)، وذلك كما يلي:

1-3-6 تحليل العلاقة بين حجم الشركة ومستوى إفصاح الشركات عبر الانترنت واشتقاق الفرض الفرعي الأول البحث(H1a):

أشار Roberts et al.(2012) إلي أن حجم الشركة يعد مؤشراً لعدة أبعاد مثل؛ حجم مواردها، وعدد العاملين، وخبرتها الفنية، وتقدمها التكنولوجي. وتواجه الشركات الكبيرة، بتكاليف وكالة، وتكاليف سياسية أكبر من غيرها، وتتبنى الشركات الكبيرة أفضل الممارسات لإعداد التقارير. ويمثل حجم الشركة مؤشراً هاماً لممارسات الإفصاح عبر الانترنت.

(1) استند الباحث إلي اهتمامات وتركيز الدراسات السابقة عند اختيار هذه العوامل للتركيز عليها.

وأوضح البعض (Oyelere, 2003; Almilialia, 2009; Singh., 2013; Hassan, 2014; Khalil & Maghraby, 2017) أن متغير حجم الشركة يعد من أكثر المتغيرات تناولاً في الأدب المحاسبي لدراسة وتفسير سلوك الشركات تجاه الإفصاح، وأن معظم الدراسات توصلت إلي أن حجم الشركة يمثل محدد وعامل مهم ومفسر لسياسة الإفصاح. كما أوضح (Almilialia, 2009; Ahmed et al., 2017) أن النظريات التي تفسر ممارسات الإفصاح الاختياري توضح أنه قد يكون هناك ارتباط إيجابي بين مستوى الإفصاح وحجم الشركة، وأن حجم الشركة يرتبط بمدى الإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت.

وقد اتفق البعض أيضاً (Agboola & Salawu, 2012; Mendes-Da-Silva et al., 2014; Fuertes-Callen et al., 2014; Basuony & Mohamed, 2014; Abdi et al., 2018) على أنه وفقاً لنظرية الوكالة فإن الشركات الكبيرة تكون أكثر استعداداً لتقديم كم كبير من المعلومات التي تهم أصحاب المصالح، لتقليل تكاليف الوكالة الناتجة عن عدم تماثل المعلومات بين الأطراف المختلفة. وأيضاً وفقاً لنظرية التكاليف السياسية، فإن الشركات الكبيرة تقع تحت ضغط كبير من المجتمع. ويرتبط بها الكثير من أصحاب المصالح، كما أن الشركات الكبيرة تكمل الإفصاح المالي التقليدي الورقي، بتقارير عبر الإنترنت، وأن حجم الشركة هو أقوى متغير يوضح ويفسر اتجاه الشركات للإفصاح عبر الإنترنت.

وفي نفس الاتجاه يري كل من (Sharma, 2013; Pozniak, 2013; Dyczkowska, 2014) أن الشركات كبيرة الحجم تسعى إلى تقديم إفصاحات تتميز بالشفافية، وفي الوقت المناسب، لتقليل تكاليف الوكالة، وعدم تماثل المعلومات، للحفاظ على ميزتها التنافسية، وأن حجم الشركة يؤثر بشكل إيجابي على مستوى الإفصاح عبر الإنترنت. ويؤيد ما سبق (bahl & lal., 2016; Omran & Ramdhony, 2012) في أن الشركات كبيرة الحجم تتجه للإفصاح عبر الإنترنت بهدف تمييز نفسها في السوق عن الشركات الأخرى واستخدام الإنترنت كوسيلة تنافسية لخدمة المستثمرين، ويؤثر حجم الشركة بشكل إيجابي على مستوى الإفصاح عبر الإنترنت.

ويري (Aly et al., 2010) أن الشركات الكبيرة من المفترض أن تستخدم التكنولوجيا لتحسين وسائل الإفصاح عن التقارير المالية لتلبية الطلب المتزايد على المعلومات أكثر من الشركات الصغيرة. فهي أكثر احتمالاً لتقديم التقارير على مواقع الإنترنت. وذلك لأنها عادة ما يكون لديها المزيد من المنتجات وشبكات التوزيع أكثر تعقيداً، كما يرتبط بالشركات الأكبر حجماً الكثير من

المحللين الماليين والذي يواجهها بطلب للحصول للحصول على المعلومات في الوقت المناسب. كما يري (Mendes Da-Silva et al., 2009; Mendes-Da-Silva & Onusic, 2014) أن الشركات الكبيرة تتمتع برؤية أكبر في الأسواق وفي المجتمع بشكل عام، ويرتبط بها مزيد من المحللين الماليين، لذلك تتجه لتصح عن قدر أكبر من المعلومات عبر الإنترنت.

كما يؤكد (Samaha & Abdallah, 2012; Singh., 2013) علي أن حجم الشركة يؤثر إيجاباً علي محتوى الإفصاح عبر الإنترنت للشركات. وقد وجد Mokhtar (2017) أن حجم الشركة ومستوي الإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت مرتبطان بشكل إيجابي. وقد أوضح (Debreceeny et al.2002; Sarifudeen, 2021) أن الشركات الكبيرة لديها التزام أكبر في تقديم التقارير بشكل أكبر كشكل من أشكال المسؤولية أمام مساهميها، كما يؤثر حجم الشركة على الإفصاح عبر الإنترنت.

وعلي العكس مما سبق توصل (Agyei-Mensah,2011; Hossain, et al ,2012) لعدم وجود ارتباط بين حجم الشركة وممارسات الإفصاح. كما توصل (Aly et al., 2010; Basuony & Mohamed, 2014; Abdi et al., 2018; Khlifi .2021) إلي أن العلاقة بين حجم الشركة وممارسات الإفصاح عبر الإنترنت غير حاسمة.

ويخلص الباحث مما سبق إلي أن حجم الشركة يعد من أهم العوامل تناوياً لتفسير سياسات الإفصاح، وأن الشركات كبيرة الحجم تتجه لتبني أفضل الممارسات لإعداد التقارير. كم أنها تسعى لتقديم كم كبير من المعلومات لتقليل تكاليف الوكالة، وعدم تماثل المعلومات، من خلال إكمال الإفصاح التقليدي بتقارير عبر الإنترنت، لكسب ثقة أصحاب المصالح و تمييز نفسها عن غيرها من الشركات الأخرى، كما أن غالبية الدراسات تري أن حجم الشركة يؤثر بشكل إيجابي على مستوى الإفصاح عبر الإنترنت إلا أنه لا يوجد إتفاق تام علي ذلك.

ويري الباحث أن حجم طاقة وموارد وخبرات الشركات الكبيرة، المادية والبشرية والتكنولوجية، وإرتباطها بفئات متنوعة من أصحاب المصالح، وحاجاتها لتميز نفسها عن الآخرين، وكسب ثقة الأطراف المختلفة، يدفعها لاستخدام كل الوسائل بما فيها وسيلة الإنترنت، التي تمكنها من الإفصاح في الوقت المناسب والوصول لكافة الأطراف بصورة سهلة وبأقل تكلفة.

وبناءً على ما سبق يتوقع الباحث أن يؤثر حجم الشركة المقيدة بالبورصة المصرية علي مستوى إفصاحها عبر موقعها علي الإنترنت. ولذا يمكن اشتقاق الفرض الفرعي الأول (H1a) علي النحو التالي:

H1a: يؤثر حجم الشركة معنوياً علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الإنترنت.

6-3-2 تحليل العلاقة بين سيولة الشركة ومستوي إفصاح الشركات عبر الإنترنت واشتقاق الفرض الفرعي الثاني للبحث (H1b):

اتفق كل من (Oyelere et al., 2003; Ezat & El-Masry, 2008; Khlifi, 2021) علي وجود ارتباط إيجابي بين سيولة الشركة ومستوي الإفصاح عبر الإنترنت. فالشركات ذات السيولة العالية تتجه لظهور ذلك لأصحاب المصالح للتخفيف من أي مخاوف قد تدركها الأطراف المعنية بشأن حالة الشركة. ويرى (Aly et al. (2010) أنه وفقاً لنظرية الإشارات، ستفصح الشركات عن المزيد من المعلومات إذا كانت معدل السيولة لديها مرتفع لتميز نفسها عن الشركات ذات السيولة الأقل. كما أن الشركات ذات السيولة المنخفضة قد توفر مزيداً من المعلومات لتلبية المتطلبات من المعلومات للمساهمين والدائنين. كما أشار (Oyelere & Kuruppu (2012) إلي أن قرار الشركة بالمشاركة في ممارسات الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت قد يشير في حد ذاته إلى وجود مستوى كافٍ من السيولة لدي الشركة.

بينما توصل (Omran & Ramdhony (2016) إلي وجود علاقة سلبية بين معدل سيولة الشركة ومستوى الإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت، وأرجع هذا إلي أن الشركات التي يكون لديها مستوى مرتفع من السيولة لا يتعين عليها الإفصاح عن مزيد من المعلومات لأصحاب المصالح بشأن مستوى السيولة لديها، وبالتالي ستقلل من الإفصاح في حين أن الشركات ذات السيولة المنخفضة عليها أن تقدم مزيداً من الإفصاح لتلبية احتياجات أصحاب المصالح وخصوصاً الدائنين لطمأنتهم.

ويوضح (Ahmed et al., 2017) أن الشركات التي تمتلك مستوي مرتفع من السيولة يكون لديها حافزاً لتمييز نفسها عن الشركات الأقل قدرة علي توفير السيولة، عن طريق الإفصاح الاختياري عن معلوماتها عبر الانترنت.

ويخلص الباحث مما سبق إلي أن نتائج الدراسات التي تناولت العلاقة بين السيولة ومدى الإفصاح. جاءت مختلفة، فوجد الكثير وجود علاقة إيجابية بين سيولة الشركة والافصاح عبر الإنترنت. بينما وجد البعض وجود علاقة سلبية فالشركات منخفضة السيولة تفصح عن معلومات أكثر.

ويري الباحث أن نتائج الدراسات وإن جاءت مختلفة إلا أنه أوضحت أن مستوي السيولة لدي الشركة، يؤثر علي مستوي إفصاحاتها عبر الانترنت سواء سلباً أو إيجاباً. حيث يطمأن مستوي سيولة الشركة أصحاب المصالح بشأن قدرتها علي الاستمرار ومدى الوفاء بالتزاماتها، بل ومدى قدرتها علي توفير وإجراء توزيعات. لذلك تعتبر أحد المحددات الأساسية والعوامل المفسرة لتباين مستوي إفصاح الشركات عن التقارير عبر الإنترنت.

وبناء علي ما سبق يتوقع الباحث أن تؤثر سيولة الشركة المقيدة بالبورصة المصرية علي مستوي إفصاحها عبر موقعها علي الانترنت. ولذا يمكن اشتقاق الفرض الفرعي الثاني للبحث (H1b) علي النحو التالي:

H1b: تؤثر سيولة الشركة معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.

6-3-3 تحليل العلاقة بين ربحية الشركة ومستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت واشتقاق الفرض الفرعي الثالث للبحث (H1c):

تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين الربحية وممارسات الإفصاح؛ فيري كل من (Oyelere et al., 2003; Marston & Polei, 2004; Fuertes-Callen et al., 2014) أن عدم إفصاح الشركات عن المعلومات إشارة سلبية، فالشركات ذات الربحية الجيدة تقدم المزيد من المعلومات لدعم استمرارها، وتميل الشركات الأقل ربحية إلى اختيار ممارسات الإفصاح الأقل شفافية، بهدف تقييد وصول المستخدمين إلي المعلومات.

ويوضح (Aly et al., 2010; Roberts et al., 2012) أن الشركات الأكثر ربحية تميل إلى الإفصاح عن المزيد المعلومات، لأن إدارة تلك الشركات تسعى أن تظهر إنجازاتها، لتعكس السمعة، وتخفيض تكلفة رأس المال. كما أن الشركات الأقل ربحية يمكنها الإفصاح عن مزيد من المعلومات لشرح أسباب الانخفاض الأداء وبالتالي الحفاظ على سلامتها. كما يؤيد Basuony & Mohamed (2015) أن ربحية الشركة تمثل مؤشرًا للإدارة الجيدة للشركة، وتميل الشركات ذات الربحية المرتفعة إلى الإفصاح عن المعلومات، كما أن الشركات الربحية لديها الموارد والدوافع لنشر المعلومات المالية بشكل اختياري، لأصحاب المصالح للإظهار بأنهم أكثر ربحية من نظرائهم في نفس الصناعة.

في حين يري (Debreceeny et al., 2001; Oyeler et al., 2003) أن الشركات المربحة ليست هي فقط التي تفصح عن المزيد من المعلومات، لأن الشركات الأقل ربحية قد تكون مهتمة أيضًا بإيضاح الوضع المالي السيئ في محاولة لتجنب تخفيض قيمتها وفقدان السمعة.

كما تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين الربحية والإفصاح عبر الانترنت؛ فقد انتهى (2003) Oyelere et al. إلى أن الشركات الأكثر ربحية تتخبط في ممارسات الإفصاح عبر الانترنت. كما سعي (2009) Desoky لاستكشاف المحددات التي يمكن أن تؤثر على مستوى إفصاح الشركات على الانترنت، وقد خلص إلي أن الربحية واحدة من العوامل المفسرة الهامة التي ترتبط بمستوى تقارير الشركات عبر الانترنت. كما وجد (2010) Aly et al أن الربحية مهمة في تفسير ممارسات الإفصاح عبر الانترنت. كما اتفق (2011; Uwuigbe, Agyei-Mensah, 2011; Bekiaris et al., 2014) علي أن ربحية الشركة ترتبط إيجاباً، وتؤثر على ممارسات الإفصاح عبر الانترنت.

ويوضح (2012) bahl & lal أن الشركات المربحة تزيد من الإفصاح عن المعلومات للمستخدمين باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة بهدف الوصول إلي أكبر قدر منهم، وتخفيض من تكلفة نشر المعلومات. وأوضح أن الربحية تؤثر بشكل إيجابي على مدى الإفصاح عبر الانترنت. وفي نفس الاتجاه يوضح (2012) Boubaker et al. أن الربحية مرتبطة بشكل كبير وإيجابي بوجود موقع للشركة علي الانترنت، ومن المرجح أن تكون الشركات التي تفصح عن معلومات على

الإنترنت أكثر ربحية من الشركات الأقل ربحية، كما أن استخدام الإنترنت كوسيلة لنشر المعلومات مدفوع بالقدرة التنافسية بين الشركات.

كما يؤيد (Agyei-Mensah, 2011; Ahmed et al., 2017; Sarifudeen, 2021) أنه كلما زادت ربحية الشركة، كلما زادت احتمالية قيامها بالإفصاح عن المعلومات، واستخدام الإنترنت كوسيلة لنشر الأخبار السارة، لتحسين سمعتها، وبالتالي فإن ربحية الشركة لها تأثير على اتجاه الشركة للإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت.

ومن ناحية أخرى يري (Oyelere et al., 2003; Agyei-Mensah, 2011; Agboola, 2013) أن الشركات غير المربحة سوف تميل إلى الإفصاح عن المزيد من المعلومات دفاعاً عن الأداء الضعيف، كما ترغب الشركات المربحة في تمييز نفسها من خلال الإفصاح عن المعلومات لتمكينهم من الحصول على رأس المال بتكلفة أقل، ولتجنب التقليل من قيمة الشركة، لذلك فالربحية عامل مرتبط بممارسات التقرير المالية عبر الإنترنت.

كما يري (Singh., 2013; Mendes-Da-Silva et al., 2014) أنه وفقاً لنظرية الوكالة فإن مديرو الشركات الأكثر ربحية لديهم حافز للإفصاح بشكل أكبر، لضمان استقرار وظائفهم، كما أن تحقيق مستوى عالٍ من الربحية، يكون حافزاً لنشر المعلومات. لذلك فهناك ارتباطاً بين ربحية الشركة والإفصاح على الإنترنت. بينما وجد (Dyczkowska (2014 تأثيراً سلبياً للربحية على ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت.

وعلى العكس مما سبق؛ توصل كل من (Marston & Polei, 2004 ; Xiao et al., 2021; Abdi et al., 2018; Ariani & Putri, 2021) إلى أن الربحية ليس محدداً ولا تؤثر على ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت. كما أوضح (Omran & Ramdhony (2016 عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الربحية ومستوى الإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت. وهو ما يتعارض مع نظرية المؤشرات. كما يؤيد (Khlifi (2021 أنه على الرغم من أن الشركات ذات الأداء المرتفع، تعمل على إرسال إشارات إلى السوق حول أدائها مقارنة بمنافسيها، إلا أنه لا يمكن لربحية الشركة أن تفسر خيار استخدام الإنترنت كوسيلة لنشر التقارير المالية للشركات.

ويخلص الباحث مما سبق إلي أن الشركات الأكثر ربحية تفصح عن المزيد المعلومات، وتتخبط في ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت. بهدف الوصول إلي أكبر قدر من أصحاب المصالح، وتخفيض تكلفة نشر المعلومات. ولتحسين سمعتها، وتخفيض تكلفة رأس المال، وأن الربحية تعد أحد العوامل المفسرة وترتبط بشكل إيجابي بالإفصاح عبر الإنترنت. في حين توصلت عدد من الدراسات إلي أن الربحية غير مرتبطة ولا تؤثر علي ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت. ولا تفسر استخدام الإنترنت كوسيلة لنشر تقارير الشركات.

ويري الباحث أن الشركات المربحة لديها من الموارد التي تمكنها من استخدام التكنولوجيا، لتسهيل أعمالها، وتسهل من الوصول للمستثمرين، وتخفيض تكلفة نشر المعلومات، وإبراز أداؤها مقارنة بالمنافسين. وبالتالي يزداد لديها مستوي الإفصاح عبر الإنترنت.

وبناء علي ما سبق يتوقع الباحث أن تؤثر ربحية الشركة علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية. ولذا يمكن اشتقاق الفرض الفرعي الثالث للبحث (H1c) علي النحو التالي:

H1c: تؤثر ربحية الشركة معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الإنترنت.

6-3-4 تحليل العلاقة بين تشتت الملكية ومستوي إفصاح الشركات عبر الإنترنت واشتقاق الفرض الفرعي الرابع للبحث(H1d):

أوضح (Haniffa & Cooke, 2002; Sarifudeen, 2021) أن هيكل الملكية يعتبر متغير مهم في تفسير سياسات الإفصاح لدي الشركات، فالشركات ذات الملكية المشتتة، يكون لدي المساهمون قدرة محدودة للوصول إلي المعلومات، لذلك، تستجيب الشركات لطلب المستثمرين علي مزيد من المعلومات، في الوقت المناسب، من خلال استخدام الإنترنت للإفصاح. كما أكد (Abdelsalam & Street, 2007) علي أنه قد يكون تشتت الملكية من المتغيرات المهمة في تفسير التباين في مستوى الإفصاح عبر الإنترنت بين الشركات.

وقد أوضح (Marston & Polei (2004) أن الشركات ذات الملكية الأكثر تشتتاً تفصح عن المزيد من المعلومات لصغار المستثمرين من خلال الإنترنت لتزويدهم بالمعلومات اللازمة،

والشركات ذات الملكية المركزة تنصح عن معلومات أقل. ويرى Nurunnabi & Hossain (2012) أن هيكل الملكية له تأثير كبير على مستوى الإفصاح عبر الإنترنت.

وقد اتفق (Oyelere et al., 2003; Bekiaris et al., 2014; Dolinšek et al., 2014) على وجود علاقة إيجابية بين تشتت الملكية ومستوي الإفصاح لدى الشركات. كما اتفق (Oyelere et al., 2003; Sharma, 2013) على وجود ارتباط سلبي بين تركيز الملكية ومستوي الإفصاح.

ويوضح Roberts et al. (2012) أن وجود قاعدة كبيرة من المساهمين يشكل مزيداً من الضغوط على الشركات لتحسين ممارسات الإفصاح. لذلك يمكن للشركة استخدام وسائل جديدة للإفصاح من خلال الإنترنت. كما أكد (Agboola and Salawu (2012) على أن الشركات ذات الملكية المشتتة تميل إلى الاعتماد على الإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت أكثر من الشركات مركزة الملكية.

وفي نفس الاتجاه يوضح (Boubaker et al. (2012) أن تركيز الملكية في يد مجموعة من كبار المساهمين لا يدعم الإفصاح عن المعلومات على نطاق أوسع من خلال شبكة الإنترنت، حيث لديهم إمكانية الوصول إلى المعلومات. وحتى في حالة استخدام الإنترنت في الشركات ذات الملكية المركزة يكون بغرض ترويج لمنتجات الشركة وليس لأغراض الإفصاح عن المعلومات. في حين أن الشركات ذات هيكل الملكية المشتتة، يكون لديها الطلب على المعلومات أعلى من جانب أصحاب المصالح مقارنة بغيرها من الشركات. ويساعد نشر التقارير عبر الإنترنت على تقليل تكاليف الوكالة، وعدم تماثل المعلومات بين الأطراف المختلفة. كما يزداد مدى الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت مع زيادة تشتت الملكية.

واتفاقاً مع ما سبق يرى (Singh, 2013; Aboutera & Hussein 2017) أنه في الشركات ذات هيكل الملكية المشتتة غالباً ما يفتر المساهمون إلى إمكانية الوصول إلى المعلومات اللازمة لمراقبة تصرفات المديرين، وبالتالي، فإن هيكل الملكية المشتت يؤدي إلى زيادة عدم تماثل المعلومات بين الأطراف. ويمكن أن يسهل إفصاح الشركات عبر الإنترنت من تدفق المعلومات في الوقت المناسب ويقلل من تكاليف الوكالة، وأكد أن هناك علاقة إيجابية بين هيكل الملكية المشتت، ومستوي الإفصاح عبر الإنترنت.

بينما وجد (Dolinšek & Lutar-Skerbinjek (2017 أنه قد تتجه الشركات لاستخدام الإفصاح عبر الإنترنت أكبر عندما يكون هناك تركيز أعلى في الملكية.

وعلى العكس مما سبق، أشار كل من (Garg & Gakhar, 2010; Kolsi, 2012; Abdi et al., 2018) إلى أن هيكل ملكية الشركة ليس له أي تأثير على مدى وممارسات الإفصاح المالي عبر الإنترنت، ولا يوجد أي ارتباط بين تركيز الملكية ومستوى الإفصاح عبر الإنترنت ولا يؤثر علي سياسة الإفصاح.

ويخلص الباحث مما سبق إلي أن هيكل الملكية يعتبر عاملاً ومحددًا مرتبطاً بسياسة الإفصاح لدي الشركات، ومفسر لمستوي التباين في الإفصاح عبر الإنترنت. وأن الشركات ذات الملكية الأكثر تشتتاً تفصح عن المعلومات بشكل أكبر من خلال استخدام وسائل الإفصاح عبر الإنترنت. وأن معظم الدراسات أكدت علي وجود علاقة إيجابية بين هيكل الملكية المشتت، ومستوي الإفصاح عبر الإنترنت. في حين لم يجد البعض وجود تلك العلاقة.

ويري الباحث أن هناك حاجة للشركات التي يمتلكها عدد كبير من المساهمين، للتواصل معهم وغيرهم من أصحاب المصالح. وفي ظل الاستفادة من التطور التكنولوجي والإنترنت في بيئة الأعمال، ومع تزايد تشتت ملكية الأسهم وكبر عدد المساهمين والمتواجدين في أماكن جغرافية مختلفة. يزداد مستوى إفصاح الشركات عبر الإنترنت.

وبناء علي ما سبق يتوقع الباحث أن يؤثر تشتت الملكية علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية. ولذا يمكن اشتقاق الفرض الفرعي الرابع للبحث (H1d) علي النحو التالي:

H1d: يؤثر تشتت الملكية معنوياً علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الإنترنت.

6-3-5 تحليل العلاقة الكلية بين العوامل المفسرة لمستوي إفصاح الشركات عبر الإنترنت وهذا المستوي وإشتقاق الفرض الأول الرئيسي للبحث(H1):

أشارت عدد من الدراسات، إلي أن كل من؛ حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية، تؤثر علي مستوي إفصاح الشركات عبر الإنترنت؛ حيث يري (Garg & Gakhar (2010 أن حجم الشركة يؤثر بشكل إيجابي على مدى الإفصاح عن المعلومات على المواقع الإلكترونية. وكذلك يري (Mokhtar (2017 وجود ارتباط إيجابي بين كل من حجم الشركة، وتشتت الملكية، والإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت. كما أشار (Dolinšek, & Lutar-Skerbinjek (2017) إلي أن كل من حجم الشركة، والربحية، وتشتت الملكية، ترتبط بمستوي الإفصاح عبر الإنترنت. وأيضاً يري (Omran & Ramdhony, 2016; Khlifi, 2021) أن حجم الشركة، والسيولة، له تأثير على مستوى الإفصاح عبر الإنترنت.

وقد اتفقت دراسات (Dyczkowska, 2014; Mendes-Da-Silva et al., 2014; Fuertes-Callen et al., 2014; Basuony & Mohamed, 2014; Omran & Ramdhony, 2016; Abdi et al., 2018) علي أن الشركات كبيرة الحجم تسعى لتقديم كم كبير من المعلومات، وإفصاحات تتميز بالشفافية، في الوقت المناسب، لتقليل عدم تماثل المعلومات، وكسب ثقة أصحاب المصالح و تمييز نفسها عن غيرها من الشركات، من خلال إكمال الإفصاح التقليدي بأفضل الممارسات لنشر التقارير عبر الإنترنت، وأن حجم الشركة يؤثر بشكل إيجابي على مستوي الإفصاح عبر الإنترنت.

وأيضاً اتفقت عدد من الدراسات (Oyelere et al.,2003; Ezat & El-Masry, 2008; Oyelere & Kuruppu, 2012; Ahmed et al., 2017; Khlifi, 2021) ، علي وجود علاقة إيجابية بين سيولة الشركة والإفصاح عبر الإنترنت.

وكذلك توصلت دراسات (Oyelere et al.,2003; Desoky,2009; Agyei-Mensah (2011; Uwuigbe, 2012; bahl & Ial.,2012; Bekiaris et al. ,2014; Ahmed et al., 2017; Sarifudeen, 2021) ، إلي أن الشركات المريحة تتجه للإفصاح عن تقاريرها عبر الإنترنت. بهدف الوصول إلي أكبر قدر من أصحاب المصالح، وتخفيض تكلفة نشر المعلومات.

ولتحسين سمعتها، وتخفيض تكلفة رأس المال، كما توصلت الدراسات وأن الربحية تعد أحد العوامل المفسرة لممارسات الإفصاح عبر الانترنت.

كما انققت عدد من الدراسات (Oyelere et al., 2003; Nurunnabi & Hossain, 2012; Bekiaris et al., 2014; Dolinsek et al., 2014) على أن تشتت هيكل الملكية يعتبر عامل مفسر للتباين في الإفصاح عبر الانترنت بين الشركات. فالشركات ذات الملكية الأكثر تشتتاً تقص عن المعلومات أكثر من الشركات ذات الملكية المركزة من خلال استخدام وسائل الإفصاح عبر الانترنت. وأن معظم الدراسات أكدت على وجود علاقة إيجابية بين هيكل الملكية المشتت، ومستوي الإفصاح عبر الانترنت.

ومنهجياً، اتبعت معظم الدراسات السابقة المدخل التطبيقي عند تناولها للمحددات أو العوامل المفسرة لتباين مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت. وفيما يتعلق بالبيئات التي أجريت فيها الدراسات، فقد تمت بعضها في بيئات دول متقدمة، مثل، أمريكا، وأوروبا (المملكة المتحدة، وألمانيا، وإسبانيا) (Debreceeny et al., 2002; Khlifi, 2021; Abdi et al., 2018; Marston & Polei, 2004; Dominguez, 2012) وبعضها في دول نامية مثل الصين والهند والبرازيل وماليزيا- (Xiao et al., 2004; Singh, 2013; Garg & Gakhar, 2010 ; Mendes-Da-Silva & Onusic, 2014; Kamalluarifin, 2016) وبعضها في دول الخليج العربي مثل السعودية، والإمارات (Mohamed & Basuony, 2015; alshowaiman, 2019; Oyelere & Kuruppu, 2012). وكذلك في دول مثل مصر وتونس والاردن وجنوب افريقيا (Desoky,2009; Ezat & El-Masry, 2008; Hassan et al., 2022; Kolsi,2012; AbuGhazaleh et al,2012; Nel & Baard, 2019) حول العوامل المفسرة لتباين مستوي الإفصاح عبر الانترنت. وقد يرجع للاختلاف في المتغيرات البيئية، والثقافية، والنظام القانوني، والسياسية.

ويخلص الباحث مما سبق، أن كثير من الدراسات أوضحت وجود علاقة إيجابية بين كل من (حجم الشركة، والسيولة، ربحية الشركة، وتشتت الملكية)، ومستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت. في حين لم تتفق معها في ذلك بعض الدراسات، وإن كانت قليلة.

ويري الباحث أن تلك العوامل قد تمثل عوامل مفسرة لتباين مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، وتمثل أحد محدداتها.

وبناء علي ما سبق يتوقع الباحث أن يؤثر كل من (حجم الشركة، والسيولة، وربحية الشركة، وتشتت الملكية) معاً للشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت. ولذا يمكن اشتقاق الفرض الأول للبحث (H1) علي النحو التالي:

H1: يؤثر كل من حجم الشركة، وسيولتها، وربحيتها، وتشتت ملكيتها معاً معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.

6-4 منهجية البحث (التحليل الأساسي والتحليلات الأخرى):

تستهدف هذه الجزئية من البحث عرض منهجية البحث تمهيداً لاختبار فروضه. وفي سبيل تحقيق هذا الهدف سيعرض الباحث لكل من؛ أهداف الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، وتوصيف وقياس متغيرات الدراسة ونموذج البحث، وأدوات وإجراءات الدراسة، والنماذج الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، وأخيراً نتائج اختبار فروض البحث، وذلك علي النحو التالي:

6-4-1 أهداف الدراسة

تستهدف الدراسة التطبيقية، اختبار، فروض البحث لتفسير تباين مستوي إفصاح الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت، وذلك قياساً علي (Desoky, 2009; Agyei- Mensah, 2011; Boubaker et al., 2012; Aboutera & Hussein, 2017; Abdi et al., 2018; Khlifi, 2021; Sarifudeen, 2021)

6-4-2 مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة غير المالية المقيدة ببورصة الأوراق المالية المصرية، في سنة 2021، وذلك قياساً علي دراسة (Khan, 2015; Ahmed et al., 2017; Aboutera & Hussein, 2017; Khlifi, 2021; Sarifudeen, 2021).

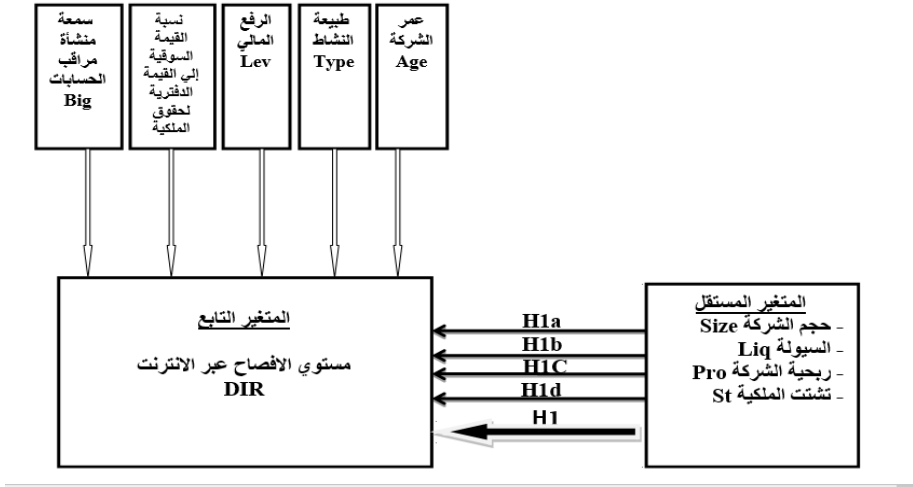
وتم اختيار عينة من هذه الشركات⁽¹⁾. ويوضح الجدول (1) توصيف لعينة الدراسة.

جدول 1: توصيف عينة الدراسة

عدد الشركات	بيان
157	الإجمالي
7	المستبعد
150	العينة النهائية

6-4-3 نموذج البحث

يوضح الشكل (1) عرضاً لنموذج البحث.



نموذج البحث: من إعداد الباحث

(1) تم اختيار عينة تحكمية من هذه الشركات، وتم مراعاة عدة اعتبارات في اختيارها، أهمها؛ أن تكون قوائمها المالية والإيضاحات المتممة لها متوفرة خلال سنة الدراسة، وأن تتوافر أسعار أسهمها في تواريخ محددة، وأن تقوم بنشر قوائمها المالية بالعملة المصرية. وقد تم استبعاد مشاهدات الشركات التي لم تتوفر قوائمها المالية، أو أسعار أسهمها خلال سنة الدراسة، وكذا الشركات التي تعد قوائمها المالية بعممة أجنبية. وقد بلغ عدد شركات العينة محل الدراسة عدد (150) شركة، بأجمالي حجم (150) مشاهدة (ملحق رقم (1)).

6-4-4 توصيف وقياس متغيرات الدراسة

يوضح الجدول التالي متغيرات الدراسة ورموزها في نموذج الانحدار وطريقة قياس كل منها واتجاهها المتوقع.

العلاقة المتوقعة	التوصيف وطريقة القياس	نوعه	الرمز	المتغير
	<p>ويعني قيام الشركات بممارسات النشر والإفصاح عن كل أو جزء من معلوماتها المالية وغير المالية على الإنترنت، والمقدمة في أشكال متعددة باستخدام وسائط إلكترونية تفاعلية، من خلال الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة علي الإنترنت. (bahl & Ial,2012; Dolinšek, & Lutar- Murdayanti & Khan,2021; Skerbinjek, 2017; Sarifudeen, 2021). وتم قياسه، من خلال بناء مؤشر لإفصاح الشركات عبر الإنترنت، عن طريق إعداد قائمة تحتوي علي بنود الإفصاح للشركات عبر الإنترنت التي يتكون منها المؤشر، وتتطوي علي عدد من (73) بنوداً من البنود يمكن الإفصاح عنها، بحيث يأخذ العنصر الذي يتم الإفصاح عنه رقم (1)، والذي لم يفصح عنه رقم (0)، وتم قياس مستوي الإفصاح وفقاً للمؤشر بالاتساق مع دراسة (bahl & Ial.,2012) (Boubaker et al., 2012) من خلال قسمة عدد بنود الإفصاح الفعلي للشركات عبر موقعها الإلكتروني عبر الإنترنت علي إجمالي عدد بنود مؤشر الإفصاح، وذلك للمؤشر ككل بفئاته الخمسة لعناصر (73) بند إفصاح بصورة مجتمعة، وبصورة منفردة كل علي حده، وذلك لأغراض قياس التحليلات الأخرى، قياساً علي دراسات، قياساً علي (Umoren & Asogwa, 2013; Khan, 2015; Omran & Ramdhony, 2016; Adityawarman & Khudri, 2017; Yassin, 2017)</p>	تابع	DIR	1- مستوي الإفصاح عبر الإنترنت
+ أو	<p>ويقصد بها المحددات أو الخصائص أو العوامل، والتي يعتقد أن لها تأثيراً وتفسيراً منطقياً لاتجاه الشركات للإفصاح عبر الإنترنت (Abouter & Hussein, 2017; Yassin, 2017). وتم قياسها بدلالة كل من معلومات (حجم الشركة</p>	مستقل		2-العوامل المفسرة لإفصاح الشركات عبر الإنترنت

العلاقة المتوقعة	التوصيف وطريقة القياس	نوعه	الرمز	المتغير
-	SIZE، السيولة Liq، ربحية الشركة Pro، تشتت الملكية St، قياساً علي (Boubaker et al., 2012; De Silva & ; Ajward, 2018; Abouter & Hussein, 2017) وذلك كما يلي:			
+ أو -	أحد الخصائص التشغيلية المميزة للشركة، ويشير لإجمالي حجم أصولها، وطاقاتها، وعملياتها، ومواردها، وعدد العاملين، والخبرات الفنية، وهيكلها التنظيمي، ومستوى التكنولوجيا (Roberts et al., 2012; Sarifudeen, 2021) وتم قياسه باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي أصول الشركة، قياساً (De Silva & Ajward, 2018; Khlifi, 2021; علي Hussein & Nounou, 2021)	مستقل	Size	2-أ حجم الشركة
+ أو -	تشير لمدي توافر أموال نقدية، تمكن من سداد الالتزامات الجارية، ومقابلة الاحتياجات من النقدية. وتم قياسها بنسبة الأصول المتداولة الي الإلتزامات المتداولة، قياساً علي (Garg & Gakhar, 2010; Samaha & Abdallah, 2012; Sushila & Amol, 2016; De Silva & Ajward, 2018)	مستقل	Liq	2/ب- السيولة
+ أو -	وتعني نتيجة أعمال الشركة من أرباح أو خسائر خلال العام، وتم قياسه كمعبر يأخذ القيمة (1) إذا حققت الشركة صافي ربح موجباً، والقيمة (صفر) إذا كان سالباً (Agyei- Mensah, 2011; Uwuigbe, 2012; Yassin, 017).	مستقل	Pro	2/ج - ربحية الشركة
+ أو -	وتعني ملكية عدد كبير من المساهمين لأسهم الشركة، ويتم قياسه بنسبة ما يمتلكه المساهمين من أسهم الشركة، قياساً علي (Garg & Gakhar, 2010; Samaha & Abdallah, 2012; Roberts et al., 2012; Khlifi, 2021).	مستقل	St	2/د - تشتت الملكية
+ أو -	يتعلق بمدي حداثة أو قدم الشركة، ويشير لخبرتها، ويقاس بعدد السنوات منذ تأسيس الشركة وحتى فترة الدراسة قياساً علي (Umoren & Asogwa, 2013; Abouter &	رقابي	Age	3 - عمر الشركة

العلاقة المتوقعة	التوصيف وطريقة القياس	نوعه	الرمز	المتغير
	(Hussein, 2017; Roberts .et al., 2012 2019)			
+ أو -	يقصد به مجال النشاط أو نوع الصناعة الذي تعمل فيه الشركات، ويخضع لقواعد تنظيمية تنظم عمله، وتمويله، وتشغيله، وتم قياسه كمتغير وهمي يأخذ القيمة (1) للشركات المنتمية لقطاع يتميز بارتفاع مستوي التكنولوجيا والبحوث والتطوير بقدر كبير، مقارنة القطاعات الأخرى (وهو القطاع الخدمي، ويمثله شركات الاتصالات، والإلكترونيات، وشركات الأدوية، والإعلام، والسياحة، والمراكز الطبية)، والقيمة (صفر) للقطاعات الأخرى، قياساً علي (Henchiri et al., 2011; Roberts et al., 2012; Khalil & Maghraby, 2017; .Khlifi, 2021)	رقابي	Type	4 - طبيعة النشاط
+ أو -	يوضح مدى اعتماد الشركة علي أموال الغير في تمويل عملياتها، ويشير لمدي استقرارها وقدرتها علي الوفاء بالتزاماتها، وتم قياسه بنسبة إجمالي الالتزامات إلي إجمالي الأصول، قياساً علي (Yassin, 2017; Hussein & Nounou, 2021).	رقابي	Lev	5 - مستوى الرفع المالي
+ أو -	وتعني نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية للأسهم وكلما زادت هذه النسبة، تعبر عن ارتفاع قيمة الشركة، وهو ما يشير لقيمة الأصول غير الملموسة التي لم يتم تسجيلها، ويعكس دور الإفصاح من خلال نشر التقارير عبر نطاق أوسع من خلال الانترنت للمتكمين من التقييم السليم للشركة، (Cormier et al., 2009; Yassin, 2017; Hussain, 2018)	رقابي	MTB	6-نسبة القيمة السوقية إلي القيمة الدفترية لحقوق الملكية
+ أو -	ويعني مدى اعتماد الشركة علي واحدة من منشآت المراجعة ذات السمعة الكبيرة Big4 . وتم قياسه كمتغير يأخذ القيمة (1) إذا كانت الشركة يتم مراجعتها من قبل مراقب حسابات ينتمي لمكتب مراجعة شريك مع إحدى مكاتب المراجعة الكبرى. ويأخذ القيمة (صفر) إذا كانت غير ذلك، قياساً علي (Kolsi, 2012 ; boutera & Hussein, 2017; De Silva & Ajward ,2018; Khlifi, 2021)	رقابي	Big 4	7- سمعة منشأة مراقب الحسابات

6-4-5 أدوات وإجراءات الدراسة والنماذج الإحصائية المستخدمة في اختبار فرض البحث وفرعياته

تتعلق هذه الجزئية من البحث بأدوات وإجراءات الدراسة التطبيقية التي اتبعها الباحث، وكذلك نماذج الانحدار المستخدمة في اختبار فروض البحث، علي النحو التالي:

6-4-5-1 أدوات وإجراءات الدراسة

تم إجراء الدراسة التطبيقية استناداً علي منهجية دراسات (Omran & Ramdhony, 2016; Aboutera & Hussein, 2017; Ahmed et al., 2017; Khlifi, 2021; Sarifudeen, 2021) من خلال استخدام البيانات الفعلية الواردة بالقوائم المالية، والإيضاحات المتممة للشركات الممثلة لعينة الدراسة، وذلك عن سنة 2021⁽¹⁾. وقام الباحث بإجراء تحليل للبيانات الفعلية الواردة بالقوائم المالية، والإيضاحات المتممة لشركات عينة الدراسة. لقياس واستخراج، وحساب قيم متغيرات الدراسة علي اختلاف أنواعها كما تم بيانه بجدول القياس السابق.

وقام الباحث بقياس متغير مستوى الإفصاح للشركات عبر الانترنت، من خلال خطوتين: وتتمثل الخطوة الأولى في إجراء تحليل محتوى Content Analysis للموقع الإلكتروني لكل شركة من شركات عينة الدراسة (إن وجد) وذلك للبيانات الفعلية لكل مشاهدة من مشاهدات العينة والمفصّل عنها علي موقع الإلكتروني للشركات علي الانترنت، قياساً علي دراسات (Aboutera & Hussein, 2017; Ahmed et al., 2017; Khlifi, 2021; Sarifudeen, 2021). أما الخطوة الثانية فقد قام الباحث بعمل مؤشر للإفصاح للشركات عبر الانترنت لعينة الدراسة، هو بمثابة أداة لقياس مدي توافر إفصاح للشركات عبر الانترنت، وذلك للدلالة علي مستوى الإفصاح للعناصر المحددة سلفاً. وتم بناء مؤشر الإفصاح للشركات عبر الانترنت وفقاً لعدد من الخطوات: أولها تحديد قائمة من العناصر من الدراسات السابقة مثل (Hashim et al., 2014; Mohamed & Basuony, 2015; Yassin, 2017; Hussein, 2017; qasim & al barghouthi, 2017; Abdi et al., 2018; Nel & Baard, 2019; Hussein & Nounou, 2021)

(1) تم الحصول علي القوائم المالية لشركات العينة من خلال موقع مباشر لنشر المعلومات www.mubasher.info/countires/eg

وقد حدد الباحث قائمة تحتوي علي بنود أو عناصر الإفصاح عبر الإنترنت التي يتكون منها المؤشر، وتتطوي علي عدد من (73) بنوداً من البنود يمكن الإفصاح عنها، تتعلق بمعلومات غير مالية عامة (كمية ونوعية)، ومعلومات مالية، ومعلومات حوكمية، ومعلومات المسؤولية الاجتماعية، ومعلومات عن العلاقات مع المستثمرين ووسائل العرض ذات الصلة. ويأخذ العنصر الذي يتم الإفصاح عنه رقم (1)، والذي لم يفصح عنه رقم (0)، وتم قياس مستوي الإفصاح وفقاً للمؤشر بالاتساق مع دراسة (De Silva & Ajward, 2018; Khan, 2015; Ahmed et al., 2017)، من خلال حساب معادلة تم فيها قسمة عدد بنود الإفصاح الفعلي للشركات عبر موقعها الإلكتروني عبر الإنترنت علي إجمالي عدد بنود مؤشر الإفصاح للشركات عبر الإنترنت، وذلك للمؤشر ككل بغضاه الخمسة لعناصر الثلاثة وسبعون بند إفصاح بصورة مجتمعة، وبصورة منفردة كل علي حده، وذلك لأغراض قياس التحليلات الأخرى، قياساً علي دراسات Garg & Gakhar (2010). وأخيراً استخدام النسب والنماذج الملائمة لحساب بعض متغيرات الدراسة.

6-4-5-2 الإحصاءات الوصفية

يوضح جدول (2) الإحصاءات الوصفية الخاصة بمتغيرات الدراسة

جدول (2)

المتغير	Min	Max	Mean	Std.Dev
DIR	.00	.99	.4673	.37252
Size	6.42	11.06	8.8508	.85002
Liq	.00	10.11	3.5261	3.83126
Pro	.00	1.00	.1837	.38854
St	.00	100.00	65.5112	21.24744
Age	1.00	75.00	32.9467	15.06709
Type	.00	1.00	.2333	.42437
Lev	.00	4.71	.5050	.53349
Big 4	.00	1.00	.4667	.50056
MTB	.00	3.94	1.2418	.97680

يلاحظ علي الجدول السابق، رقم (2) أن قيمة متغير مستوي الإفصاح عبر الانترنت (DIR) تتراوح من (0.00) إلي (0.99) وكان الانحراف المعياري (.37252). كما أن قيمة (Size) تتراوح من (6.42) إلي (11.06) وكان الانحراف المعياري له (.85002). وأيضاً كانت قيمة (Liq) تتراوح من (0.00) إلي (10.11) وكان الانحراف المعياري له (.383126). كما كانت قيمة (Pro) تتراوح من (0.00) إلي (0.68) وكان الانحراف المعياري له (.38854). في حين قيمة (St) تتراوح من (0.00) إلي (100.00) وهوما يتماشى مع الانحراف المعياري الكبير له (21.24744). وكانت قيمة (Age) تتراوح من (3.00) إلي (75.00) وكان الانحراف المعياري له (15.06709). كما كانت قيمة (Type) تتراوح من (0) إلي (1.00) وكان الانحراف المعياري له (.42437). وكانت قيمة (Lev) تتراوح من (0) إلي (4.71) وكان الانحراف المعياري له (.53349). كما كانت قيمة (Big 4) تتراوح من (0) إلي (1.00) وكان الانحراف المعياري له (.50056). وكانت قيمة (MTB) تتراوح من (3.00) إلي (3.94) وكان الانحراف المعياري له (.97680).

6-4-5-3 مصفوفة الارتباط بين متغيرات البحث

يعرض جدول (3) معاملات الارتباط بين متغيرات البحث

جدول (3) معاملات الارتباط بين متغيرات البحث

		Correlations									
		DIR	Size	Liq	Pro	St	age	type	Lev	Big	MTB
DIR	Pearson Correlation	1	.276*	.165	.168	.170	.053	.019	.063	-.008-	.091
	Sig. (2-tailed)		.001	.046	.041	.039	.524	.815	.449	.919	.271
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148
Size	Pearson Correlation	.276**	1	.319**	.214**	.314**	.125	.008	.109	.218**	.038
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.009	.000	.127	.923	.184	.007	.641
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Liq	Pearson Correlation	.165*	.319**	1	.240**	.985**	.023	.120	-.054-	.383**	.220**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000		.003	.000	.782	.145	.512	.000	.007
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Pro	Pearson Correlation	.168*	.214**	.240**	1	.241**	-.052-	.166*	.006	.154	.051
	Sig. (2-tailed)	.041	.009	.003		.003	.525	.043	.941	.059	.535
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
St	Pearson Correlation	.170*	.314**	.985**	.241**	1	.031	.128	-.067-	.397**	.206*
	Sig. (2-tailed)	.039	.000	.000	.003		.706	.117	.412	.000	.012
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
age	Pearson Correlation	.053	.125	.023	-.052-	.031	1	-.107-	.220**	.078	.006
	Sig. (2-tailed)	.524	.127	.782	.525	.706		.192	.007	.342	.938
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
type	Pearson Correlation	.019	.008	.120	.166*	.128	-.107-	1	-.128-	-.105-	.048
	Sig. (2-tailed)	.815	.923	.145	.043	.117	.192		.120	.200	.556
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Lev	Pearson Correlation	.063	.109	-.054-	.006	-.067-	.220**	-.128-	1	.133	-.198-
	Sig. (2-tailed)	.449	.184	.512	.941	.412	.007	.120		.105	.015
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Big	Pearson Correlation	-.008-	.218**	.383**	.154	.397**	.078	-.105-	.133	1	-.016-
	Sig. (2-tailed)	.919	.007	.000	.059	.000	.342	.200	.105		.846
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150
MTB	Pearson Correlation	.091	.038	.220**	.051	.206*	.006	.048	-.198-	-.016-	1
	Sig. (2-tailed)	.271	.641	.007	.535	.012	.938	.556	.015	.846	
	N	148	150	150	150	150	150	150	150	150	150

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

يتضح من الجدول السابق وجود ارتباط إيجابي ومعنوي بين كل من متغيرات (حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشنت الملكية) ومتغير مستوى إفصاح الشركات عبر الانترنت، حيث بلغت معاملات الارتباط (0.267)، (0.165)، (0.168)، (0.170). بمستوي معنوية (0.001)، (0.046)، (0.041)، (0.039) وذلك لكل منهم علي التوالي. كما يتضح من الجدول السابق وجود ارتباط إيجابي وغير معنوي بين كل من (عمر الشركة، وطبيعة نشاط الشركة، ومستوي الرفع المالي، ونسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية) كل علي حده ومتغير مستوى إفصاح الشركات عبر الانترنت. وأخيراً وجود ارتباط سلبي غير معنوي للمتغير الخاص سمعة منشأة مراقب حسابات الشركة ومستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت.

6-4-5-4 نماذج الإحصائية المستخدمة في اختبار فروض البحث

تم الاعتماد علي نماذج الانحدار لاختبار فروض البحث، وفيما يلي توضيح لهذه النماذج.

6-4-5-4-1 نموذج اختبار الفرض الفرعي الأول للبحث (H1a)

لاختبار أثر حجم الشركة علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت، تم الاعتماد علي نموذج الانحدار التالي:

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + e_{it} \quad (1)$$

حيث :

DIR_{it} : تشير لمستوي الإفصاح عبر الانترنت للشركة i في السنة t . $Size_{it}$: تشير لحجم الشركة i في السنة t . β_0 : الجزء الثابت في معادلة الانحدار. β_1 : معاملات الانحدار التي تحدد اتجاه العلاقة، وتقاس ما يفسره حجم الشركة من التغيرات في مستوى إفصاح الشركة عبر الانترنت. e_{it} : الخطأ العشوائي.

6-4-5-4-2 نموذج اختبار الفرض الفرعي الثاني للبحث (H1b)

لاختبار أثر السيولة علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت، تم الاعتماد علي نموذج الانحدار التالي:

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Liq_{it} + e_{it} \quad (2)$$

حيث DIR_{it} : تشير لمستوي الإفصاح عبر الانترنت للشركة i في السنة t . Liq_{it} : تشير لسيولة الشركة i في السنة t . β_0 : الجزء الثابت في معادلة الانحدار. β_1 : معاملات الانحدار التي تحدد اتجاه العلاقة، وتقيس ما تفسره سيولة الشركة من التغيرات في مستوى إفصاح الشركة عبر الانترنت. e_{it} : الخطأ العشوائي.

3-4-5-4-6 نموذج اختبار الفرض الفرعي الثالث للبحث (H1c)

لاختبار أثر الربحية علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت، تم الاعتماد علي نموذج الانحدار التالي:

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Pro_{it} + e_{it} \quad (3)$$

حيث:

DIR_{it} : تشير لمستوي الإفصاح عبر الانترنت للشركة i في السنة t . Pro_{it} : تشير لربحية الشركة i في السنة t . β_0 : الجزء الثابت في معادلة الانحدار. β_1 : معاملات الانحدار التي تحدد اتجاه العلاقة، وتقيس ما تفسره ربحية الشركة من التغيرات في مستوى إفصاح الشركة عبر الانترنت. e_{it} : الخطأ العشوائي.

4-4-5-4-6 نموذج اختبار الفرض الفرعي الرابع للبحث (H1d)

لاختبار أثر تشتت الملكية علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت، تم الاعتماد علي نموذج الانحدار التالي:

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 St_{it} + e_{it} \quad (4)$$

حيث :

DIR_{it} : تشير لمستوي الإفصاح عبر الانترنت للشركة i في السنة t . St_{it} : تشير لتشتت ملكية الشركة i في السنة t . β_0 : الجزء الثابت في معادلة الانحدار. β_1 : معاملات الانحدار التي تحدد

اتجاه العلاقة، وقياس ما يفسره تشتت ملكية الشركة من التغيرات في مستوي إفصاح الشركة عبر الانترنت. e_{it} : الخطأ العشوائي.

6-4-5-4-5 نموذج اختبار الفرض الرئيسي الأول للبحث (H1)

لاختبار مدى تأثير كل من حجم الشركة، السيولة، والربحية، وتشتت الملكية معاً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت، تم الاعتماد علي نموذج الانحدار التالي:

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (5)$$

كافة المتغيرات تم تعريفها سابقاً

6-4-6 أدوات التحليل الاحصائي

لاختبار فروض البحث، استخدام الباحث تحليل الانحدار، وتحديداً استخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط Linear Regression لاختبار فروض البحث من الفرض الفرعي الأول وحتى الفرض الفرعي الرابع، والانحدار الخطي المتعدد multiple Linear Regression لاختبار الفرض الرئيسي الأول، والفروض لأغراض التحليلات الأخرى، لتقدير معاملات نماذج الانحدار الخاصة بكل فرض والتي سبق ذكرها من قبل، وكذلك تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية النموذج باستخدام F-Test. وتم اجراء تحليل الانحدار باستخدام برنامج SPSS الإصدار رقم (22).

وقد تم اختبار الفروض عند مستوي معنوية 5%، ويتم رفض فرض العدم وبالتالي قبول الفرض البديل، إذا كانت القيمة الاحتمالية (P-Value) للنموذج، والمتغيرات المستقلة، أقل من 5%. بينما يتم قبول فرض العدم وبالتالي رفض الفرض البديل، إذا كانت القيمة الاحتمالية (P-Value) للنموذج أكبر من أو تساوي 5% (حسن وأحمد، 2000).

6-4-7 نتائج اختبار الفروض

تتناول هذه الجزئية من البحث اختبار فروض البحث كما يلي:

6-4-7-1 نتيجة اختبار الفرض الفرعي الأول للبحث (H1a)

لاختبار مدي تأثير حجم الشركة علي مستوي إفصاحها عبر الانترنت، تم صياغة الفرض الفرعي الأول للبحث إحصائياً كفرض عدم H_0 كما يلي:

H_0 : لا يؤثر حجم الشركة معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام نموذج الانحدار رقم (1)

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + e_{it}$$

وتوضح الجداول رقم (4)، (5)، (6)، نتائج تحليل الانحدار للنموذج رقم (1)، الخاص باختبار العلاقة محل الفرض الفرعي الأول (H1a):

Regression**جدول 4: Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.276 ^a	.076	.070	.35929

a. Predictors: (Constant), Size

جدول 5: ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.553	1	1.553	12.028	.001 ^b
Residual	18.847	146	.129		
Total	20.400	147			

a. Dependent Variable: DIR

b. Predictors: (Constant), Size

جدول 6: Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.029	.130		.223	.824
Size	.054	.016	.276	3.468	.001

a. Dependent Variable: DIR

يتضح من الجدول رقم (4) أن قيمة معامل التحديد ($Adj R^2$) والتي توضح المقدرة التفسيرية للنموذج قد بلغت (0.070)، حيث تفسر التغيرات في المتغير المستقل التغيرات في المتغير التابع، كما يتضح من الجدول رقم (5) معنوية النموذج حيث القيمة الاحتمالية (Sig) له بلغت (0.001) عند مستوي المعنوية المقبول 5%، وهو ما يشير إلي أن النموذج صالح لاختبار العلاقة محل الدراسة. وأيضاً وفقاً للجدول رقم (6) يتضح أن المتغير المستقل (حجم الشركة) كان معنوياً حيث بلغت القيمة الاحتمالية (Sig) له (0.001)، ومعامل انحداره موجباً (0.054)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل (H1a)، القائل بوجود تأثير معنوي لحجم الشركة علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات (Singh., 2013; Pozniak, 2013; Dyczkowska, 2014; Mendes-Da-Silva et al., 2014; Fuertes-Callen et al.,

2014; Basuony & Mohamed, 2014; Omran & Ramdhony, 2016; Abdi et al., 2018)، بينما تختلف مع ما توصلت إليه دراسات (Agyei-Mensah, 2011; Hossain, et al., 2012; Abdi et al., 2018; Khlifi. 2021).

ويري الباحث أن هذه النتيجة ترجع إلي أن الشركات المصرية كبيرة الحجم، يتوافر لديها الطاقة والموارد والخبرات، الذي تمكنها من استخدام التطور التكنولوجي، و الوسائل الحديثة بما فيها وسيلة الانترنت، التي تمكنها من الإفصاح في الوقت المناسب، وبصورة سهلة ومرنة وبأقل تكلفة للتواصل مع فئات عديدة ومتنوعة من أصحاب المصالح.

6-4-7-2 نتيجة اختبار الفرض الفرعي الثاني للبحث (H1b)

لاختبار مدى تأثير السيولة علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت، تم صياغة الفرض الفرعي الثاني للبحث إحصائياً كفرض عدم H0 كما يلي:
H0: لا تؤثر السيولة معنوياً علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام نموذج الانحدار رقم (2)

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Liq_t + e_{it}$$

وتوضح الجداول رقم (7)، (8)، (9)، نتائج تحليل الانحدار للنموذج رقم (2)، الخاص باختبار العلاقة محل الفرض (H1b):

Regression

جدول 7: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.165 ^a	.027	.020	.36870

a. Predictors: (Constant), Liq

جدول 8: ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.552	1	.552	4.062	.046 ^b
Residual	19.847	146	.136		
Total	20.400	147			

a. Dependent Variable: DIR

b. Predictors: (Constant), Liq

جدول 9: Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.410	.041		9.886	.000
Liq	.016	.008	.165	2.016	.046

a. Dependent Variable: DIR

يتضح من الجدول رقم (7) أن قيمة معامل التحديد ($Adj R^2$) والتي توضح المقدرة التفسيرية للنموذج قد بلغت (0.020)، حيث تفسر التغيرات في المتغير المستقل التغيرات في المتغير التابع، كما يتضح من الجدول رقم (8) معنوية النموذج حيث القيمة الاحتمالية (Sig) له بلغت (0.046) عند مستوى المعنوية المقبول 5%، وهو ما يشير إلى أن النموذج صالح لاختبار العلاقة محل الدراسة. وأيضاً وفقاً للجدول رقم (9) يتضح أن المتغير المستقل (السيولة) كان معنوياً حيث بلغت القيمة الاحتمالية (Sig) له (0.046)، ومعامل انحداره موجباً (0.016)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل (H1b)، القائل بوجود تأثير معنوي للسيولة علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات (Ezat & El-Masry, 2008; Oyelere & Kuruppu, 2012; Ahmed et al., 2017; Khlifi, 2021). ويرى الباحث أن هذه النتيجة ترجع إلى أن مستوى السيولة لدي الشركات المصرية، يدفعها للإفصاح، لطمأنة أصحاب المصالح بشأن قدرتها علي الاستمرار ومدي الوفاء بالتزاماتها، بل ومدي قدرتها علي توفير

وإجراء توزيعات نقدية لمساهميها. لذلك تعتبر أحد المحددات الأساسية والعوامل المفسرة لتباين مستوي إفصاح الشركات عن التقارير عبر الإنترنت.

6-4-7-3 نتيجة اختبار الفرض الفرعي الثالث للبحث (H1c)

لاختبار مدى تأثير الربحية علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الإنترنت، تم صياغة الفرض الفرعي الثالث للبحث إحصائياً كفرض عدم H0 كما يلي:

H0: لا تؤثر الربحية معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام نموذج الانحدار رقم (3)

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Pro_{it} + e_{it}$$

وتوضح الجداول رقم (10)، (11)، (12)، نتائج تحليل الانحدار للنموذج رقم (3)، الخاص باختبار العلاقة محل الفرض (H1c):

Regression

جدول 10: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.168 ^a	.028	.022	.36849

a. Predictors: (Constant), Pro

جدول 11: ANOVAa

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.575	1	.575	4.234	.041 ^b
1 Residual	19.825	146	.136		
Total	20.400	147			

a. Dependent Variable: DIR

b. Predictors: (Constant), Pro

جدول 12: Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.452	.031		14.455	.000
Pro	7.515	.000	.168	2.058	.041

a. Dependent Variable: DIR

يتضح من الجدول رقم (10) أن قيمة معامل التحديد ($Adj R^2$) والتي توضح المقدرة التفسيرية للنموذج قد بلغت (0.022)، حيث تفسر التغيرات في المتغير المستقل التغيرات في المتغير التابع، كما يتضح من الجدول رقم (11) معنوية النموذج حيث القيمة الاحتمالية (Sig) له بلغت (0.041) عند مستوي المعنوية المقبول 5%، وهو ما يشير إلي أن النموذج صالح لاختبار العلاقة محل الدراسة. وأيضاً وفقاً للجدول رقم (12) يتضح أن المتغير المستقل (ربحية الشركة) كان معنوياً حيث بلغت القيمة الاحتمالية (Sig) له (0.041)، ومعامل انحداره موجباً (7.515)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل (H1c)، القائل بوجود تأثير معنوي للربحية علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات (Agyei-Mensah, 2011; Uwuigbe, 2012; bahl & lal., 2012; Bekiaris et al., 2014; Ahmed et al., 2017; Sarifudeen, 2021)، بينما تختلف مع ما توصلت إليه دراسة (Abdi et al., 2018; Ariani & Putri, 2021).

ويري الباحث أن هذه النتيجة إلي أن الشركات المصرية المربحة تتجه لاستخدام التكنولوجيا، لتسهيل أعمالها، وسرعة وسهولة الوصول لأصحاب المصالح، وتخفيض تكلفة نشر المعلومات، وإبراز وتميز أدائها. وبالتالي فإن الشركات المربحة يزداد لديها مستوي الإفصاح عبر الانترنت.

4-7-4-6-4 نتيجة اختبار الفرض الفرعي الرابع للبحث (H1d)

لاختبار مدي تأثير تشتت الملكية علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت، تم صياغة الفرض الفرعي الرابع للبحث إحصائياً كفرض عدم H0 كما يلي:

H0: لا تؤثر تشتت الملكية معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام نموذج الانحدار رقم (4)

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 St_{it} + e_{it}$$

وتوضح الجداول رقم (13)، (14)، (15)، نتائج تحليل الانحدار للنموذج رقم (4)، الخاص باختبار العلاقة محل الفرض (H1d):

Regression

جدول 13: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.170 ^a	.029	.022	.36835

a. Predictors: (Constant), St

جدول 14: ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.589	1	.589	4.344	.039 ^b
1 Residual	19.810	146	.136		
Total	20.400	147			

a. Dependent Variable: DIR

b. Predictors: (Constant), St

جدول 15: Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.409	.041		9.927	.000
St	.017	.008	.170	2.084	.039

a. Dependent Variable: DIR

يتضح من الجدول رقم (13) أن قيمة معامل التحديد ($Adj R^2$) والتي توضح المقدرة التفسيرية للنموذج قد بلغت (0.022)، حيث تفسر التغيرات في المتغير المستقل التغيرات في المتغير التابع،

كما يتضح من الجدول رقم(14) معنوية النموذج حيث القيمة الاحتمالية (Sig) له بلغت (0.039) عند مستوى المعنوية المقبول 5%، وهو ما يشير إلي أن النموذج صالح لاختبار العلاقة محل الدراسة. وأيضاً وفقاً للجدول رقم(15) يتضح أن المتغير المستقل(تشتت الملكية) كان معنوياً حيث بلغت القيمة الاحتمالية (Sig) له (0.039)، ومعامل انحداره موجباً (0.017)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل (H1d)، القائل بوجود تأثير معنوي لتشتت الملكية علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات (Nurunnabi & Hossain, 2012; Bekiaris et al.,2014; Dolinsek et al., 2014) بينما تختلف مع ما توصلت إليه دراسات (Garg & Gakhar,2010; Kolsi ,2012; Abdi et al.,2018).

ويري الباحث أن هذه النتيجة ترجع إلي أن الشركات المصرية والتي يمتلكها عدد كبير من المساهمين والمتواجدين في أماكن جغرافية مختلفة، يكون لديها حاجة للتواصل مع أصحاب المصالح. وفي ظل الاستفادة من التطور التكنولوجي واستخدام الانترنت في بيئة الأعمال، يزداد مستوى إفصاح الشركات عبر الانترنت.

6-4-7-5 نتيجة اختبار الفرض الرئيسي الأول للبحث (H1)

لاختبار مدي تأثير كل من حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية معاً علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت، تم صياغة الفرض الأول(H1) للبحث إحصائياً كفرض عدم H0 كما يلي:

H0: لا يؤثر حجم الشركة وسيولتها وربحيتها وتشتت ملكيتها معاً معنوياً علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام نموذج الانحدار رقم (5)

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (5)$$

وتوضح الجداول رقم (16)، (17)، (18)، نتائج تحليل الانحدار للنموذج رقم (5)، الخاص باختبار العلاقة محل الفرض (H1):

Regression

جدول 16: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.307 ^a	.094	.069	.35949

a. Predictors: (Constant), St, Pro, SIZE, liq

جدول 17: ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.919	4	.480	3.713	.007 ^b
	Residual	18.480	143	.129		
	Total	20.400	147			

a. Dependent Variable: DIR

b. Predictors: (Constant), St, Pro, Size, Liq

جدول 18: Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.064	.132		.487	.627
	Size	.046	.017	.233	2.744	.007
	Liq	-.018	.045	-.186	-.401	.689
	Pro	4.528	.000	.101	1.220	.225
	St	.025	.045	.255	.551	.583

a. Dependent Variable: DIR

يتضح عدم وجود المشكلة الإحصائية المعروفة بالارتباط الخطي المتعدد عند إجراء تحليل الانحدار، كما يتضح من الجدول رقم (16) أن قيمة معامل التحديد ($Adj R^2$) والتي توضح المقدرة التفسيرية للنموذج قد بلغت (0.069)، حيث تفسر التغيرات في المتغير المستقل التغيرات في المتغير التابع، كما يتضح من الجدول رقم (17) معنوية النموذج حيث القيمة الاحتمالية (Sig) له بلغت (0.007) عند مستوى المعنوية المقبول 5%، وهو ما يشير إلي أن النموذج صالح لاختبار العلاقة محل الدراسة. وأيضاً وفقاً للجدول رقم (18) يتضح أن المتغير المستقل (حجم الشركة) كان معنوياً حيث بلغت القيمة الاحتمالية (Sig) له (0.007)، ومعامل انحداره موجباً (0.046)، أما متغير السيولة كان غير معنوي حيث بلغت القيمة الاحتمالية (Sig) له (0.689)، ومعامل انحداره سالباً (-0.018). أما كل من متغيري الربحية، وتشنت الملكية فقد كانا غير معنويين حيث بلغت القيمة الاحتمالية لهما (Sig) لهما (0.225)، (0.583) ومعامل انحدارهما موجباً (4.528)، (0.025). علي التوالي. وبالتالي يتم رفض فرض العدم، وقبول الفرض البديل (H1) جزئياً القائل بوجود تأثير معنوي حجم الشركة، وسيولتها، وربحيتها، وتشنت ملكيتها مع علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات (2010) Garg & Gakhar في فيما يتعلق بوجود تأثير لحجم الشركة علي مستوى إفصاح الشركات عبر الإنترنت. بينما تختلف مع ما توصلت إليه دراسة (2010) Aly et al.

ويري الباحث بصفة إجمالية واتفاق مع دراسة كل من (Ahmed et al., 2017; Murdayanti & Khan, 2021) أن هذه النتيجة قد ترجع إلي عدم وجود إرشادات رسمية لهذه الممارسات في مصر، حيث تتمتع الشركات بسلطة تقديرية فيما يتعلق بما يجب وما لا يجب الإفصاح عنه عبر مواقع الإنترنت الخاصة بهم، كما أن البنية التحتية الرقمية في مصر غير مكتملة، وعدم وجود اتساق في الممارسات التكنولوجية بين الشركات فيما يتعلق بسلسلة توريد التقارير المالية، رغم أن من ضمن متطلبات البورصة دفع الشركات تجاه التحول الرقمي، بالإضافة لعدم توافر جميع المعلومات، لأن الإفصاح غير مقنن، كما أن مهنة المحاسبة والمراجعة غير منظمة، كما لا تزال الشركات تواجه بعقبات جودة التقارير المالية عبر الإنترنت لعدم وجود خدمات توكيد الكترونية، نتيجة عدم وجود طلب رسمي عليها. كما يتفق الباحث أيضاً مع ما توصل إليه (Samaha & Abdallah, 2012; AbuGhazaleh et al, 2012) في أن العوامل التي تفسر

اتجاه الشركات للإفصاح عبر الإنترنت في مصر كدولة نامية، تختلف عن تلك التي في دولة متقدمة، وقد يرجع ذلك لعدم وجود التقنيات الحديثة، ولسمات وعوامل محددة لبيئتها، وأن هناك حاجة لبناء دوافع، تشمل متغيرات على مستوى الدولة مثل، (الثقافة، والاتجاه لاستخدام الإنترنت، والنظام القانوني، والظروف الاجتماعية، والسياسية) لتبني الشركات الإفصاح عبر الإنترنت بشكل أفضل.

6-4-8 التحليلات الأخرى

قام الباحث بإعادة اختبار العلاقة محل الدراسة الخاصة، بالتحليل الأساسي في ظل الاعتماد علي متغيرات جديدة يتم معالجتها، كمتغيرات رقابية، وكذلك تغيير طرق قياس بعض المتغيرات، وذلك بغرض إضفاء مزيد من الوضوح علي العلاقات الرئيسية بالتحليل الأساسي وذلك قياساً علي (Richards & van, 2015)، وذلك كما يلي:

6-4-8-1 حالة إدخال المتغيرات الرقابية

للتحقق من أثر المتغيرات الرقابية علي المتغير التابع في سياق العلاقة الرئيسية محل الدراسة، يتم إعادة اختبار العلاقة محل الدراسة الخاصة بفروض البحث، بالتحليل الأساسي، بعد إدخال متغيرات رقابية Control Variable خاصة بكل من (عمر الشركة⁽¹⁾، طبيعة النشاط⁽²⁾)، والرفع

(1) فيما يتعلق بعمر الشركة؛ فقد وجدت العديد من الدراسات (AbuGhazaleh et al., 2012; Hossain et al., 2012; Roberts et al., 2012; Mendes-Da-Silva & Onusic, 2014; Kamalluarifin, 2016) أن متغير عمر الشركة مرتبط بممارسات الإفصاح لدي الشركات، فالشركات الأقدم تكون أكثر مقاومة للتغيير بما في ذلك الاعتماد علي تقنيات الإفصاح الجديدة، كما أن الشركات الحديثة الأقل عمراً قد تتجه إلي الإفصاح عن المزيد من المعلومات مقارنة بالشركات الأقدم، لتقليل عدم التأكد بشأن عملياتها وزيادة ثقة المستثمرين مما يدفعها لاستخدام وسائل إفصاح متطورة مثل نشر التقارير المالية عبر الإنترنت. في حين يرى (Singh, 2013) أنه من المرجح أن تكون الشركات الأقدم أكثر تحفيظاً للإفصاح عن المعلومات، لقلّة الإضرار بمركزها التنافسي. كما الإفصاح عبر الإنترنت هو آلية للإفصاح الاختياري. لذلك فإن متغير عمر الشركة يعتبر من العوامل التفسيرية لإفصاح الشركات عبر الإنترنت.

(2) فيما يتعلق بطبيعة نشاط الشركة؛ فقد أوضح كل من (Desoky, 2009; Aly et al.2010; Boubaker et al., 2012; Roberts et al.,2012; Ahmed et al., 2017) الخدمات أكثر تطوراً ولديها الخبرة التي تمكنهم من العمل بسهولة علي توصيل المعلومات وتحسين تنسيق عرضها وأكثر احتمالاً من الشركات الأخرى للانخراط في ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت بسبب خبرتها في مجال الإنترنت، وأنه توجد علاقة إيجابية بين نوع الصناعة وممارسات الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت. كما وجد (Debrecey et al. (2002 أن شركات الأدوية، غالباً ما تستخدم أعلى مستوى من التكنولوجيا، وتتجه للإفصاح عبر الإنترنت. كما أشار (Oyelere et al,2003; Boubaker et al., 2012; Umoren &Asogwa, 2013; Mohamed & Basuony, 2015) إلى أنه وفقاً لنظرية الإشارة، تميل الشركات في نفس الصناعة إلى اعتماد=

المالي (1)، ونسبة القيمة السوقية إلي القيمة الدفترية لحقوق الملكية (2)، سمعة منشأة مراقب حسابات الشركة (3) حيث أظهرت عدد من الدراسات السابقة أن هذه المتغيرات تؤثر علي ممارسات إفصاح الشركات عبر الإنترنت. وذلك حتي يتم إجراء مقارنة بين نتائج التحليليين الأساسي والإضافي وتحديد مدي الاختلاف بينهم. وذلك بغرض توفير المزيد من الوضوح علي العلاقات، والتحقق من قدرة التأثير علي قوة أو اتجاه العلاقة محل الدراسة - بعد إدخال المتغيرات الرقابية وذلك قياساً علي (Richards & van, 2015).

وقد تساءل الباحث عما إذا كان هناك تأثير لحجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية، علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت يختلف، بعد إدخال متغيرات رقابية، مثل؛ (عمر الشركة، طبيعة النشاط، والرفع المالي، ونسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية،

= نفس المستوى من الإفصاح. بما في ذلك الإفصاح عبر الإنترنت، وهو ما يفسر الاختلاف بين الصناعات في مستويات الإفصاح.

(1) فيما يتعلق بمستوي الرفع المالي للشركة، يري كل من (Boubaker et al., 2012; Aly et al., 2010; Sharma, 2013) أن إفصاح الشركات عن تقاريرها عبر الإنترنت يمثل وسيلة لتسهيل المراقبة من قبل الدائنين. وقد وجد (Mendes-Da-Silva & Onusic (2014) أن هناك ارتباطاً بين مستوي الرفع المالي للشركة ومستوي إفصاح الشركات، حيث يعد مستوي الرفع المالي للشركة محدد من محددات الإفصاح الاختياري. في حين يوضح (Sarifudeen (2021 أن الشركات ذات المستويات المرتفعة من الرفع المالي لديها مخاطر عالية، وقد لا تكون قادرة على تلبية التزاماتها. وهذا من شأنه أن يهدد موقف الشركة، وبالتالي ستحاول تلك الشركات تجنب الإفصاح من خلال الإنترنت لتجنب إظهار صورتها السيئة.

(2) بشأن نسبة القيمة السوقية إلي القيمة الدفترية لحقوق الملكية، فقد أشار كل من (Larrán- Jorge & Giner, 2018; Hussain, 2017; Yassin, 2009; Cormier et al., 2002) إلي أنه كلما زادت هذه النسبة، كلما كانت مؤشراً علي ارتفاع نمو وقيمة الشركة، وهو ما يعكس بشكل أكبر من قيمة الأصول غير الملموسة لذلك يظهر دور الشفافية والإفصاح للتمكين من التقييم السليم للشركة، من خلال نشر التقارير المالية من خلال نطاق أوسع من المعلومات عبر الإنترنت.

(3) فيما يتعلق بسمعة منشأة مراقب حسابات الشركة؛ فقد أوضح كل من (Ahmed et al., 2017; Abdi et al., 2021; Ariani & Putri, 2021; Sarifudeen, 2021) أن الإفصاح عن معلومات علي مواقعها الإلكترونية أكثر من الشركات الأخرى، وأن نوع مراقب الحسابات يرتبط بمدى الإفصاح عن التقارير المالية عبر الإنترنت. كما يمكن أن توفر سمعة منشأة المراجعة بعض الحماية ضد عدم التأكد المرتبط بالإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت. كما أكد (Roberts et al. (2012 أن هناك ارتباطاً إيجابياً بين حجم مكتب مراقب الحسابات وممارسات إعداد التقارير عبر الإنترنت.

سمعة منشأة مراقب حسابات الشركة). ولإجابة علي هذا التساؤل، قام الباحث بإعادة اختبار الفرض الرئيسي الأول للبحث بالاعتماد علي المدخل الرقابي لمعالجة المتغيرات. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام نموذج الانحدار رقم (6):

$$DIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + \beta_5 Age_{it} + \beta_6 Type_{it} + \beta_7 Lev_{it} + \beta_8 MtB_{it} + \beta_9 Big_{it} + e_{it} \quad (6)$$

ويوضح الجدول رقم (19) نتائج تحليل الانحدار للنموذج رقم (6):

جدول 19: نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار العلاقة في حالة المتغيرات الرقابية

النموذج	في ظل التحليل الأساسي (تجاهل المتغيرات الرقابية)		في ظل التحليل الإضافي (متغيرات رقابية)	
	B	Sig	B	Sig
Variables				
Constant	.064	.627	.025	.865
Size	.046	.007	.046	.009
Liq	-.018	.689	-.030	.520
Pro	4.528	.225	5.073	.183
St	.025	.583	.041	.375
Age	-	-	.000	.847
Type	-	-	-.020	.781
Lev	-	-	.056	.352
Big 4	-	-	-.107	.114
MTB	-	-	.030	.322
F إحصائية	3.713		2.070	
Sig (F)	.007		.036	
R2	.094		.119	
Adj R2	.069		.061	

يتضح من جدول الانحدار السابق رقم(19) إنخفاض القوة التفسيرية للنموذج (Adj R2) من (0.069) إلي (0.061). في ظل الأخذ في الاعتبار متغيرات كل من (طبيعة النشاط، عمر الشركة، والرفع المالي، سمعة منشأة مراقب حسابات الشركة، ونسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية)، كمتغيرات رقابية. كما يتضح من تحليل معاملات الانحدار وجود تأثير إيجابي غير معنوي لكل من (عمر الشركة، والرفع المالي، ونسبة القيمة السوقية إلي القيمة الدفترية لحقوق الملكية)، وتأثير سلبي غير معنوي لمتغيري (طبيعة النشاط، سمعة منشأة مراقب حسابات الشركة)، كمتغيرات رقابية علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت. كما يتضح أن حجم الشركة كمتغير مستقل، ظل معنوياً حتي بعد إدخال المتغيرات الرقابية(التحليل الإضافي). ومتغيرات (السيولة، والربحية، وتشتت الملكية) ظلت غير معنوية حتي بعد إدخال المتغيرات الرقابية(التحليل الإضافي). وبذلك أمكن للباحث الإجابة علي التساؤل عن ما إذا كان تأثير كل من حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية علي مستوى إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت يختلف أم لا، بعد إدخال متغيرات رقابية.

6-4-8-2 حالة تغيير طريقة القياس(القياس الفرعي لمستوي الإفصاح عبر الانترنت)

يقوم الباحث في هذه الجزئية بتغيير طريقة قياس المتغير التابع بطريقة جزئية (فرعية)، حيث يتم اختبار العلاقة محل الدراسة في حالة القياس الفرعي لكل من بنود (المعلومات غير المالية، والمعلومات المالية). وبنود كل من (المعلومات غير المالية، والمعلومات المالية، والمعلومات الحوكمية، ومعلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات، والمعلومات عن العلاقات مع المستثمرين ووسائل العرض ذات الصلة) كل علي حده. وذلك بغرض توفير المزيد من الوضوح علي العلاقات الرئيسية بالتحليل الأساسي وذلك قياساً علي (Garg & Gakhar, 2010) كما يلي:

6-4-8-1 اختبار العلاقة محل الدراسة في حالة القياس الفرعي لكل من بنود(المعلومات غير المالية، والمعلومات المالية) فقط

لاختبار مدي تأثير كل من حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية معا علي مستوى الإفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت، تم صياغة الفرض إحصائياً كفرض عدم H0 كما يلي:

H0: لا يؤثر حجم الشركة وسيولتها وربحياتها وتشتت ملكيتها معنوياً علي مستوى الإفصاح المالي للشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.

H0: لا يؤثر حجم الشركة وسيولتها وربحياتها وتشتت ملكيتها معاً معنوياً علي مستوى الإفصاح غير المالي للشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام نموذجي الانحدار رقمي (7)، و(8)

$$DIRfin_{it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (7)$$

$$DIRNonfin_{it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (8)$$

ويوضح الجدول رقم (20)، نتائج تحليل الانحدار للنموذج رقم (7)، و(8)

جدول 20: نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار العلاقة في حالة القياس الفرعي (المعلومات المالية وغير المالية)

النموذج	في ظل التحليل الأساسي (القياس المجمع للمؤشر)		في ظل التحليل الإضافي القياس الفرعي (معلومات مالية)		في ظل التحليل الإضافي القياس الفرعي (معلومات غير المالية)	
	β	Sig	B	Sig	B	Sig
Variables						
Constant	.064	.627	.716	.831	.057	.657
Size	.046	.007	1.314	.002	.047	.005
Liq	-.018	.689	-.834	.469	-.013-	.765
Pro	4.528	.225	9.452	.319	4.131	.257
St	.025	.583	.982	.394	.019	.659
F إحصائية	3.713		4.076		3.776	
Sig (F)	.007		.004		.006	
R2	.094		.101		.094	
Adj R2	.069		.076		.069	

يتضح من جدول الانحدار السابق رقم (20) زيادة القوة التفسيرية للنموذج (Adj R2) من (0.069) في حالة القياس الكلي للمؤشر إلي (0.076)، (0.069) في ظل حالة القياس الفرعي لمستوي الإفصاح المالي وغير المالي الشركات عبر الانترنت، علي التوالي. كما يتضح من تحليل معاملات الانحدار وجود تأثير إيجابي معنوي لمتغير حجم الشركة علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، في حالة كل من القياس الكلي والقياس الفرعي (معلومات مالية وغير مالية). وبقاء التأثير السلبي غير المعنوي لمتغير السيولة علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، في حالة كل من القياس الكلي والقياس الفرعي (معلومات مالية وغير مالية). وكذلك بقاء التأثير الإيجابي غير المعنوي لمتغيري الربحية وتشتت الملكية علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، في حالة كل من القياس الكلي ولقياس الفرعي (معلومات مالية وغير مالية). وهو ما يؤكد صحة النتائج التي تم التوصل إليها في حالة التحليل الأساسي.

6-4-2-2 اختبار العلاقة محل الدراسة في حالة القياس الفرعي لمؤشر مستوي الإفصاح عبر الانترنت كل فئة علي حده

لاختبار مدي تأثير كل من حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية معا علي مستوي الإفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الانترنت لكل من (المعلومات المالية، المعلومات غير المالية العامة، المعلومات الحوكمية، معلومات المسؤولية الاجتماعية للشركات، المعلومات عن العلاقات مع المستثمرين ووسائل العرض ذات الصلة) كل علي حدي. ولاختبار ذلك تم استخدام نماذج الانحدار من رقم (8) وحتى (12):

$$DIR_{fin\ it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (9)$$

$$DIR_{Nonfin\ it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (10)$$

$$DIR_{gov\ it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (11)$$

$$DIR_{Sor\ it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (12)$$

$$DIR_{w\ it} = \beta_0 + \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Liq_{it} + \beta_3 Pro_{it} + \beta_4 St_{it} + e_{it} \quad (13)$$

ويوضح الجدول رقم (21)، نتائج تحليل الانحدار للنماذج من رقم (9) وحتى (13)

جدول 21: نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار العلاقة في حالة القياس الفرعي

للمعلومات كل علي حده

النموذج	في ظل التحليل الأساسي		في ظل المعلومات غير المالية العامة		في ظل المعلومات المالية		في ظل المعلومات الحوكمية		في ظل معلومات المسؤولية الاجتماعية		في ظل معلومات العلاقات والعرض	
	β	Sig	β	Sig	B	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
Variables	β	Sig	β	Sig	B	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
Constant	.064	.627	-.009	.947	.716	.831	.079	.569	.052	.694	1.366	.572
Size	.046	.007	.057	.001	1.314	.002	.043	.016	.045	.008	.822	.008
Liq	-.018	.689	-.035	.436	-.834	.469	-.006	.908	-.058	.203	.256	.756
Pro	4.528	.225	3.253	.382	9.452	.319	4.522	.250	4.467	.235	7.373	.279
St	.025	.583	.041	.364	.982	.394	.012	.801	.064	.164	-.135	.870
F إحصائية	3.713		4.651		4.076		2.971		3.755		3.433	
Sig (F)	.007		.001		.004		.021		.006		.010	
R2	.094		.114		.101		.076		.094		.087	
Adj R2	.069		.089		.076		.050		.069		.061	

يتضح من جدول الانحدار السابق رقم (21) زيادة القوة التفسيرية للنموذج (Adj R2) من (0.069) في ظل التحليل الأساسي المتعلقة بحالة القياس الكلي للمؤشر إلي (0.089)، (0.076)، (0.069) في ظل حالة القياس الفرعي لمستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت عن المعلومات غير المالية العامة، والمالي، ومعلومات المسؤولية الاجتماعية علي التوالي. بينما انخفاضها إلي (0.050)، (0.061)، في ظل حالة القياس الفرعي لمستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، ومعلومات العلاقات مع المستثمرين، علي التوالي. كما يتضح من تحليل معاملات الانحدار وجود تأثير إيجابي معنوي لمتغير حجم الشركة علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، في حالة كل من القياس الكلي والقياس الفرعي لكل فئات إفصاح الشركات عن المعلومات عبر الانترنت. وبقاء التأثير السلبي غير المعنوي لمتغير السيولة علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، في حالة كل من القياس الكلي والقياس الفرعي لكل فئات إفصاح فيما عدا فئة المعلومات المتعلقة بالعرض والعلاقات مع المستثمرين حيث أصبح التأثير

إيجابي غير معنوي. وكذلك بقاء التأثير الإيجابي غير المعنوي لمتغير الربحية علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، في حالة كل من القياس الكلي والقياس الفرعي لكل فئات إفصاح الشركات عن المعلومات عبر الانترنت. وأخيراً بقاء التأثير الإيجابي غير المعنوي لمتغير تشتت الملكية علي مستوي إفصاح الشركات عبر الانترنت، في حالة كل من القياس الكلي والقياس الفرعي لكل فئات إفصاح الشركات عن المعلومات عبر الانترنت، فيما عدا فئة المعلومات المتعلقة بالعرض والعلاقات مع المستثمرين حيث أصبح التأثير سلبياً غير معنوي. وهو ما يؤكد صحة أغلب النتائج التي تم التوصل إليها في حالة التحليل الأساسي.

6-4-9 خلاصة نتائج اختبار فرض البحث

الاتي خلاصة اختبار فروض البحث:

الفرض	صيغة الفرض	نتيجة اختبار الفرض في حالة التحليل الأساسي	نتيجة اختبار الفرض في حالة التحليل الإضافي (متغيرات رقابية)	نتيجة اختبار الفرض في حالة التحليلات الأخرى (القياس الفرعي)
الفرض الرئيسي الأول H1	يؤثر كل من حجم الشركة، وسيلتها، وربحيتها، وتشتت ملكيتها معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.	تم قبوله جزئياً	تم قبوله جزئياً	تم قبوله جزئياً
الفرض الفرعي الأول H1a	يؤثر حجم الشركة معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.	تم قبوله		
الفرض الفرعي الثاني H1b	تؤثر السيولة معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.	تم قبوله		
الفرض الفرعي الثالث H1c	تؤثر ربحية الشركة معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.	تم قبوله		
الفرض الفرعي الرابع H1d	يؤثر تشتت الملكية معنوياً علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية عبر الانترنت.	تم قبوله		

6-5 نتائج البحث والتوصيات ومجالات البحث المقترحة

يتناول هذا الجزء من البحث عرضاً لنتائج البحث، والتوصيات، ومجالات البحث المقترحة، وذلك علي النحو التالي:

6-5-1 نتائج البحث

تناول البحث دراسة وتفسير تباين مستوي إفصاح الشركات عبر مواقعها علي الإنترنت. وذلك في الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية. وخلص البحث إلي قبول الفرض (H1a) القائل بوجود تأثير معنوي لحجم الشركة علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً. وأن هذه النتيجة ترجع إلي أن الشركات المصرية كبيرة الحجم، يتوافر لديها من الطاقة والموارد والخبرات، التي تمكنها من الوصول إلي فئات عديدة ومتنوعة من أصحاب المصالح، ويدفعها لاستخدام كل الوسائل التكنولوجية الحديثة بما فيها الإنترنت، التي تمكنها من الإفصاح في الوقت المناسب، وبسهولة وبأقل تكلفة. وخلص البحث أيضاً إلي قبول الفرض (H1b)، القائل بوجود تأثير معنوي للسيولة علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً. وأن هذه النتيجة ترجع إلي أن مستوي السيولة لدي الشركات المصرية، يدفع الشركات للإفصاح، لطمأنة أصحاب المصالح بشأن قدرتها علي الاستمرار ومدى الوفاء بالتزاماتها، بل ومدى قدرتها علي توفير وإجراء توزيعات. لذلك تعتبر أحد العوامل المفسرة لتباين مستوي إفصاح الشركات عن التقارير عبر الإنترنت. وأيضاً خصص البحث إلي قبول الفرض (H1c)، القائل بوجود تأثير معنوي للربحية علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً. وأن هذه النتيجة ترجع إلي أن الشركات المصرية المربحة تتجه لاستخدام التكنولوجيا، لتسهيل أعمالها، وسرعة وسهولة الوصول لأصحاب المصالح، وتخفيض تكلفة نشر المعلومات، وإبراز تميز أدائها. وخلص البحث أيضاً إلي قبول الفرض (H1d)، القائل بوجود تأثير معنوي لتشتت الملكية علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت. كما أن التأثير كان إيجابياً. وأن هذه النتيجة ترجع إلي أن

الشركات المصرية والتي يمتلكها عدد من المساهمين والمتواجدين في أماكن جغرافية مختلفة، يكون لديها حاجة للتواصل مع أصحاب المصالح. وفي ظل الاستفادة من التطور التكنولوجي واستخدام الإنترنت في بيئة الأعمال، يزداد مستوي إفصاح الشركات عبر الإنترنت. كما خلص البحث إلي قبول الفرض (H1) جزئياً القائل بوجود تأثير معنوي لكل من حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وتشتت الملكية معا علي مستوي إفصاح الشركات المقيدة بالبورصة المصرية علي الإنترنت. وبشأن الوضع في مصر لا يزال عدد الشركات المدرجة في البورصة المصرية المنخرطة في ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت منخفضاً. بسبب عدم وجود إرشادات رسمية تحدد ما يجب علي الشركات الإفصاح عنه عبر مواقع الإنترنت الخاصة بها، كما أن البنية التحتية الرقمية في مصر غير مكتملة، وعدم وجود اتساق في الممارسات التكنولوجية بين الشركات، كما لا تزال الشركات تواجه بعقبات جودة التقارير المالية عبر الإنترنت لعدم وجود خدمات توكيد الكترونية، نتيجة عدم وجود طلب رسمي عليها، وأن هناك حاجة لبناء دوافع علي مستوى الدولة نحو اتجاه الشركات للإفصاح عبر الإنترنت بشكل أفضل.

6-5-2 توصيات البحث

استناداً إلي نتائج البحث، وفي ضوء حدوده، يوصي الباحث بما يلي:

- يجب أن تترك الشركات أهمية استخدام الإنترنت كأداة للتواصل مع أصحاب المصالح، وتزويدهم بأكبر قدر من المعلومات في التوقيت المناسب، ولتحسين مستوي الشفافية. ويجب أن تسعى نحو الاهتمام بتطوير وتحديث مواقعها علي الإنترنت بشكل مستمر وفعال، والمشاركة على نطاق واسع في مثل هذه الممارسات، والتي من شأنها تزيد التواصل المباشر للشركة مع أصحاب المصالح.
- ضرورة قيام الهيئات التنظيمية وواضعي المعايير بتوفير إرشادات، وتحديد أفضل الممارسات للإفصاح عن المعلومات عبر الإنترنت، والتي بدورها تصبح أكثر اتساقاً. وعلي الهيئة العامة

للمراقبة المالية إلزام جميع الشركات المقيدة بالبورصة المصرية بإنشاء مواقع الكترونية لنشر المعلومات، ومتابعة مدي تحديثها.

- ضرورة قيام الهيئة العامة للمراقبة المالية، في مصر بإجراء ندوات وورش عمل لتوعية الشركات المدرجة حول كيفية تسخير إمكانات الإنترنت لأغراض نشر التقارير، وتحسين مستوي الإفصاح عبر الإنترنت.
- يوصي الباحث أقسام المحاسبة بالجامعات المصرية بالاهتمام تدريسياً وبحثياً بالإفصاح عبر الإنترنت في سياق الإهتمام بالإفصاح الفوري.

6-5-3 مجالات البحث المقترحة

وفقاً لما خلص إليه الباحث في الدراسة النظرية والتطبيقية من نتائج، ووفقاً لحدود البحث، يقترح الباحث عدداً من مجالات البحث المستقبلية، علي النحو التالي:

- دراسة مقارنة بين ممارسات الإفصاح عبر الإنترنت في مصر والدول العربية.
- أثر ممارسات الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت على القيمة السوقية للشركة.
- أثر الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت علي تكلفة التمويل بالاقتراض.
- أثر درجة الالتزام الحوكمي علي اتجاه الشركات للإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت.
- أثر الإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت علي الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية.
- أثر المتغيرات على مستوى الدولة (البيئية، والثقافية، والقانونية، والسياسية) علي اتجاه الشركات للإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت.
- أثر الرقمنة علي إلزام الشركات بالإفصاح عن التقارير عبر الإنترنت.
- أثر الإفصاح عبر الإنترنت علي أتعاب مراقب الحسابات عن المراجعة المستمرة .
- أثر الإفصاح عبر الإنترنت علي جودة عملية المراجعة المستمرة.
- أثر اعتماد الشركات علي أدوات تحليلات البيانات علي جودة الإفصاح عبر الإنترنت.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- حسن، امتثال محمد وأحمد، محمد علي محمد، 2000، مبادئ الاستدلال الإحصائي، قسم الإحصاء والرياضة والتأمين، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية.
- عبد الله، ياسر محمد أحمد، 2015، أثر تطوير المحتوى المعلوماتي لإفصاح الشركات المقيدة في البورصة المصرية عن المخاطر على قراري الاستثمار في الأسهم ومنح الائتمان - دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

- Abdelsalam, O. H., & Street, D. L. (2007). Corporate governance and the timeliness of corporate internet reporting by UK listed companies. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 16 (2), 111-130.
- Abdi, H., Kacem, H., & Omri, M. A. B. (2018). Determinants of web-based disclosure in the Middle East. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 16(3), 464-489.
- Aboutera, L., & Hussein, A. (2017). Determinants of internet financial reporting by Egyptian Companies, *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(10), 1321-1330.
- AbuGhazaleh, N. M., Qasim, A., & Haddad, A. E. (2012). Perceptions and attitudes toward corporate website presence and its use in investor relations in the Jordanian context. *Advances in Accounting*, 28 (1), 1-10.
- Adityawarman, A., & Khudri, T. Y. (2017, August). The impact of internet financial reporting practices on the company's market value: A study of listed manufacturing companies in Indonesia. In 6th International Accounting Conference (IAC 2017) (pp. 48-53). Atlantis Press.

- Agboola, A. A., & Salawu, M. K. (2012). The determinants of internet financial reporting: Empirical evidence from Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, 3(11), 95-105.
- Agyei-Mensah, B. K. (2011). Corporate financial reporting: firm characteristics and the use of the internet as a medium of communication by listed firms in Ghana. *Available at SSRN 1887369*.
- Ahmed, A. H., Burton, B. M., & Dunne, T. M. (2017). The determinants of corporate internet reporting in Egypt: an exploratory analysis. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 7(1), 35-60.
- Ahmed, A. H., Mardini, G. H., Burton, B. M., & Dunne, T. M. (2018). Is internet reporting useful? Evidence from Egypt. *Journal of Applied Accounting Research*, 19(4), 574-591.
- Almilia, L. S. (2009). Determining factors of internet financial reporting in Indonesia. *Accounting & Taxation*, 1(1), 87-99.
- Al-Moghawli, M. H. (2009). A survey of internet financial reporting in Qatar. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 25(1), 1-20.
- alshowaiman, n. (2019). on the effect of the online reporting of accounting information on investment decision-making process in saudi arabia. *international journal of information, business and management*, 11(2), 132-145.
- Aly, D., Simon, J., & Hussainey, K. (2010). Determinants of corporate internet reporting: evidence from Egypt. *Managerial auditing journal*, 25(2), 182-202.
- Ariani, K. R., & Putri, G. A. (2020, April). The determinants of internet financial reporting for investor decision making: evidence from Indonesia companies. In *International conference on smart*

- computing and cyber security: strategic foresight, security challenges and innovation* (pp. 239–245). Springer, Singapore.
- Ariff, A. M., Bin-Ghanem, H. O., & Hashim, H. A. (2018). Corporate ownership, internet penetration and Internet Financial reporting: evidence from the Gulf Cooperation Council countries. *Asian Journal of Business and Accounting*, 11 (1), 185–227.
- bahl, p., & lal, j. (2012). study of relationship between corporate web disclosure and selected company characteristics. *journal of commerce & accounting research*, 1 (1).
- Bananuka, J., Night, S., Ngoma, M., & Najjemba, G. M. (2019). Internet financial reporting adoption: Exploring the influence of board role performance and isomorphic forces. *Journal of economics, finance and administrative science*, 24 (48), 266–287.
- Basuony, M. A., & Mohamed, E. K. (2014). Determinants of internet financial disclosure in GCC countries. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6 (1), 70–89.
- Basuony, M. A., Mohamed, E. K., Elragal, A., & Hussainey, K. (2020). Big data analytics of corporate internet disclosures. *Accounting Research Journal*, 35 (1), 4–20.
- Bekiaris, M. G., Psimada, C., & Sergios, T. (2014). Internet financial reporting quality and corporate characteristics: the case of construction companies listed in Greek and Cypriot stock exchange, 17 (2), 41–57.
- Bosetti, L. (2018). Web-based integrated CSR reporting: An empirical analysis. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), 18–38.
- Boubaker, S., Lakhel, F., & Nekhili, M. (2012). The determinants of web-based corporate reporting in France. *Managerial Auditing Journal*, 27 (2), 126–155.

- Cormier, D., Ledoux, M. J., & Magnan, M. (2009). The use of Web sites as a disclosure platform for corporate performance. *International Journal of Accounting Information Systems*, 10(1), 1-24.
- De Silva, C., & Ajward, R. (2018). The Impact of Firm Characteristics on Corporate Internet Reporting: Evidence from Sri Lankan Listed Companies. *CA Journal of Applied Research*, 2(1), 6-24.
- Debreceny, R., Gray, G. L., & Mock, T. J. (2001). Financial reporting websites: what users want in terms of form and content., 1(1), 1-23.
- Debreceny, R., Gray, G. L., & Rahman, A. (2002). The determinants of Internet financial reporting. *Journal of Accounting and Public policy*, 21(4-5), 371-394.
- Desoky, A. M. (2009). Company characteristics as determinants of internet financial reporting in emerging markets: the case of Egypt. In *Accounting in Emerging Economies* (Vol. 9, pp. 31-71). Emerald Group Publishing Limited.
- Di Vaio, A., Syriopoulos, T., Alvino, F., & Palladino, R. (2020). "Integrated thinking and reporting" towards sustainable business models: a concise bibliometric analysis. *Meditari Accountancy Research*, 29(4), 691-714.
- Dolinšek, T., & Lutar-Skerbinjek, A. (2017). Voluntary disclosure of financial information on the internet by large companies in Slovenia. *Kybernetes*, 47(3), 458-473.
- Dolinšek, T., Tominc, P., & Skerbinjek, A. L. (2014). The determinants of internet financial reporting in Slovenia. *Online Information Review*, 38(7), 842-860.
- Dyczkowska, J. (2014). Assessment of Quality of Internet Financial Disclosures Using a Scoring System. A Case of Polish Stock Issuers. *Accounting and Management Information Systems*, 13(1), 50-81.

- Elhelaly, M., & Mohamed, E. K. (2014). A Survey of Internet Financial Reporting in Egypt. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 4(1), 70.
- Ezat, A., & El-Masry, A. (2008). The impact of corporate governance on the timeliness of corporate internet reporting by Egyptian listed companies. *Managerial finance*, 34(12), 848-867.
- Financial Accounting Standards Board (FASB). (2000). Business reporting research project: Electronic distribution of business reporting information. Steering Committee Report Series. Financial Accounting Standards Board.
- Fuertes-Callen, Y., Cuellar-Fernandez, B., & Pelayo-Velazquez, M. (2014). Determinants of online corporate reporting in three Latin American markets: The role of web presence development. *Online Information Review*, 38(6), 806-83.
- Gajewski, J. F., & Li, L. (2015). Can internet-based disclosure reduce information asymmetry?. *Advances in Accounting*, 31(1), 115-124.
- Gakhar, D. V. (2012). Perception of stakeholders on web-based corporate reporting practices. *Journal of Advances in Management Research*, 9(1), 64-76.
- Garg, M. C., & Gakhar, D. V. (2010). Web-based corporate reporting practices in India. *The IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, 9(3), 7-19.
- Garg, M. C., Amit, Kumar. (2018). Corporate Internet Reporting Practices in India. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 5(11), 446-486.
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2002). Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. *Abacus*, 38(3), 317-349.

- hashim, m. h., nawawi, a., & salin, a. s. a. p. (2014). determinants of strategic information disclosure--malaysian evidence. *international journal of business & society*, 15(3).
- Hassan, A., Elmaghrabi, M., Burton, B., & Dunne, T. (2022). Corporate internet reporting in Egypt: a pre-and peri-uprising analysis. *International Journal of Organizational Analysis*, www.emerald.com.
- Hassan, N. S. (2014). Investigating the impact of firm characteristics on the risk disclosure quality. *International Journal of Business and Social Science*, 5(11).
- Henchiri, J. E. (2011). Voluntary web-based disclosures by Moroccan and Tunisian companies. *EuroMed Journal of Business*. 6(2), 155-173.
- Hossain, M., Momin, M. A., & Leo, S. (2012). Internet financial reporting and disclosure by listed companies: Further evidence from an emerging country. *Corporate ownership & control*, 9(4), 351-366.
- Hosseinzadeh, G., Kangarlouei, S. J., & Motavassel, M. (2014). Firms characteristic and firms disclosure quality in firms listed in Tehran Stock Exchange. *International Journal of Marketing & Business Communication*, 3(1).
- Hussain, A. (2018). The determinants of internet financial reporting in pakistan. *City University Research Journal*, 8(2).
- Hussein, A., & Nounou, G. (2021). The impact of internet financial reporting on Egyptian company's performance. *Journal of Financial Reporting and Accounting*. www.emerald.com.
- Kamalluarifin, W. F. S. W. (2016). The influence of corporate governance and firm characteristics on the timeliness of corporate internet reporting by top 95 companies in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 156-165.

- Kaur, M., & Kaur, M. (2015). An analysis of web home page disclosure practices of top public and private Indian banks. *International Journal of Banking, Risk and Insurance*, 3 (2), 30.
- Khalil, A., & Maghraby, M. (2017). The determinants of internet risk disclosure: empirical study of Egyptian listed companies. *Managerial Auditing Journal*, 32(8), 746-767.
- Khan, M. N. A. A. (2015). Internet financial reporting in Malaysia: Preparers' and users' perceptions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 778-785.
- Khlifi, F. (2021). Re-examination of the internet financial reporting determinants. *EuroMed Journal of Business*. www.emerald.com.
- Kolsi, M. C. (2012). The determinants of corporate voluntary disclosure: evidence from the Tunisian capital market. *The IUP Journal of Accounting Research and Audit Practices*, 11 (4), 49-68.
- Larrán- Jorge, M., & Giner, B. (2002). The use of the Internet for corporate reporting by Spanish companies, 2(1), 53-82.
- Marston, C., & Polei, A. (2004). Corporate reporting on the Internet by German companies. *International journal of Accounting Information systems*, 5(3), 285-311.
- Mendes-Da-Silva, W., & Onusic, L. M. (2014). Corporate e-disclosure determinants: Evidence from the Brazilian market. *International Journal of Disclosure and Governance*, 11(1), 54-73.
- Mendes-da-Silva, W., Ferraz-Andrade, J. M., Famá, R., & Maluf Filho, J. A. (2009). Disclosure via website corporativo: um exame de informações financeiras e de governança no mercado brasileiro. *Revista de Administração de Empresas*, 49, 190-205.

- Miniaoui, H., & Oyelere, P. (2013). Determinants of internet financial reporting practices: Evidence from the UAE. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 16(04), 1350026.
- Mohamed, E. K., & Basuony, M. (2015, January). Voluntary internet disclosures by listed companies in the Arabian gulf. In *XIV International Business and Economy Conference Bangkok, Thailand*.
- Mokhtar, E. S. (2017). Internet financial reporting determinants: a meta-analytic review. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 15(1), 116-154.
- Momany, M. T., Al-Malkawi, H. A. N., & Mahdy, E. A. (2014). Internet financial reporting in an emerging economy: evidence from Jordan. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 4(2), 158-174.
- Murdayanti, Y., & Khan, M. N. A. A. (2021). The development of internet financial reporting publications: A concise of bibliometric analysis. *Heliyon*, 7(12), e08551.
- Nagarajah, B., & Alagathurai, A. (2021). Corporate Internet Reporting and Firm Performance: Evidence from Banks, Diversified Financial, and Insurance firms in Sri Lanka. www.google.com.
- Nel, G., & Baard, R. (2019). Minimum corporate website disclosure levels and information asymmetry: Evidence from Johannesburg Stock Exchange small-cap companies. *South African Journal of Accounting Research*, 33(3), 187-204.
- Nurunnabi, M., & Hossain, M. A. (2012). The voluntary disclosure of internet financial reporting (IFR) in an emerging economy: a case of digital Bangladesh. *Journal of Asia Business Studies*, 6(1), 17-42.

- Omran, M. A., & Ramdhony, D. (2016). Determinants of internet financial reporting in African markets: the case of Mauritius. *The Journal of Developing Areas*, 50(4), 1-18.
- Oyelere, P. B., & Kuruppu, N. T. (2016). Corporate characteristics of listed companies engaging in web-based financial reporting in emerging economies. *Corporate Ownership & Control*, 13(4), 66-80.
- Oyelere, P., & Kuruppu, N. (2012). Voluntary internet financial reporting practices of listed companies in the United Arab Emirates. *Journal of Applied Accounting Research*, 13(3), 298-315.
- Oyelere, P., Laswad, F., & Fisher, R. (2003). Determinants of internet financial reporting by New Zealand companies. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 14(1), 26-63.
- Pour, O. A., & Imanzadeh, P. (2017). The relationship between level of voluntary disclosure in internet and information asymmetry in companies listed on the Tehran stock exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 299-303.
- Pozniak, L. (2013). Internet financial communication: evidence from unregulated markets of Brussels and Paris. *The International Journal of Business and Finance Research*, 7(5), 107-122.
- qasim, a., & al barghouthi, s. (2017). corporate internet financial reporting practices of companies operating in emerging economies: an empirical investigation on listed companies in the united arab emirates. *international journal of business & society*, 18(3), 641-649.
- Richards, G., & van Staden, C. (2015). The readability impact of international financial reporting standards. *Pacific Accounting Review*, 27(3), 282-303.
- Roberts, C., AbuGhazaleh, N., & Qasim, A. (2012). The determinants of web-based investor relations activities by companies operating in

- emerging economies: the case of Jordan. *Journal of Applied Business Reseach*, 28(2), 209–226.
- Samaha, K., & Abdallah, S. (2012). Further evidence on web-based corporate disclosures in developed versus developing countries: A comparative analysis of nature and determinants in Egypt and the United Kingdom. *International Journal of Disclosure and Governance*, 9(2), 148–180.
- Sánchez, I. M. G., Dominguez, L. R., & Alvarez, I. G. (2011). Corporate governance and strategic information on the internet: A study of Spanish listed companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(4), 471–501.
- Sarifudeen, A. L. (2021). Determinants Of Corporate Internet Financial Reporting: Evidence From Sri Lanka. *Information Technology In Industry*, 9(2), 1321–1330.
- Securities and Exchange Commission(SEC). (2008). Commission guidance on the use of company websites. www.google.com.
- Sharma, N. (2013). Web-based disclosures and their determinants: evidence from listed commercial banks in Nepal. *Accounting and Finance Research*, 2(3), 1–13.
- Sia, C. J., Brahmana, R., & Memarista, G. (2018). Corporate internet reporting and firm performance: Evidence from Malaysia. *Contemporary Economics*, 12(2), 153–165.
- Singh, M. (2013). Impact of company characteristics on web-based business reporting in India. *IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, 12(1), 21.
- Sushila, S., & Amol, D. (2016). A study of corporate web-based reporting in hotel industry. *Asian Economic and Financial Review*, 6(11), 661–680.

- Umoren, A. O., & Asogwa, I. E. (2013). Internet financial reporting and company characteristics: a case of quoted companies in Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(12), 72-80.
- Uwuigbe, U. (2012). Web-Based Corporate Environmental Reporting in Nigeria: A Study of Listed Companies. *Internal Auditing & Risk Management*, 7(3).
- Windarti, A. (2020). Is accessibility of internet financial reporting evolving towards more compliance of disclosure?. *JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government*, 12(2), 242-258.
- Xiao, J. Z., Yang, H., & Chow, C. W. (2004). The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies. *Journal of accounting and public policy*, 23(3), 191-225.
- Yassin, M. M. (2017). The determinants of internet financial reporting in Jordan: financial versus corporate governance. *International Journal of Business Information Systems*, 25(4), 526-556.

ملحق 1: بيان بأسماء شركات العينة

اسم الشركة	مسلسل	اسم الشركة	مسلسل
العز الدخيلة للصلب- الاسكندرية	2	ابوقير للاسمدة	1
سماد مصر (ايجيفرت)	4	أجواء للصناعات الغذائية- مصر	3
العامه لصناعة الورق راكتا	6	اسيك للتعدين-اسكوم	5
غاز مصر	8	اكرو مصر للشدات والسقالات المعدنية	7
مينا فارم للدوية والصناعات الكيماوية	10	الدولية للمحاصيل الزراعية	9
مصر للاسواق الحرة	12	السويدي اليكتريك (للكابلات سابقا)	11
اسمنت سيناء	14	الشركة الشرقية ايسترن كومباني	13
الاسكندرية للدوية والصناعات الكيماوية	16	الصعيد العامة للمقاولات والاستثمار العقاري	15
السادس من اكتوبر للتنمية والاستثمار (سوديك)	18	الشركة العربية للاسمنت	17
العربية للأدوية والصناعات الكيماوية	20	القاهرة للاسكان والتعمير	19
القاهرة للأدوية والصناعات الكيماوية	22	المصرية للاتصالات	21
المصرية للدواجن (اجييكو)	24	شركة جي بي أوتو	23
المصرية لمدينة الانتاج الاعلامي	26	شركة حديد عز	25
جلاكسو سميكتلاين	28	مجموعة بورتو القابضة (المطورون العرب القابضة)	27
مستشفى النزهه الدولي ش م م	30	مجموعة طلعت مصطفى القابضة	29
البويات والصناعات الكيماوية (بكين)	32	اسيوط الاسلامية الوطنية للتجارة والتنمية	31
روبكس العالمية لتصنيع الاكياس	34	الاسماعيلية الجديدة للتطوير و التنمية والعمرانية	33
مطاحن ومخابز جنوب القاهرة والجيزة	36	الاسماعيلية - مصر للدواجن	35
مطاحن شرق الدلتا	38	الجيزة العامة للمقاولات والاستثمار العقاري	37

اسم الشركة	مسلسل	اسم الشركة	مسلسل
مطاحن شمال القاهرة	40	الخدمات الملاحية والبتروولية(ماراديف)	39
اكتوبر فارما	42	الدلتا للسكر	41
الاسكندرية للغزل والنسيج	44	الشمس للاسكان والتعمير	43
الاسماعيلية الوطنية للصناعات الغذائية	46	العامه لمنتجات الخزف والصيني	45
الالومنيوم العربية	48	الشركة المتحدة للاسكان والتعمير	47
الاهرام للطباعة والتغليف	50	جهينة للصناعات الغذائية	49
التعمير والاستشارات الهندسية	52	جى إم سى للاستثمارات الصناعية والتجارية	51
الدولية للصناعات الطبية	54	سيدي كيرير للبتروكيمياويات	53
السويس للاسمنت	56	الصناعات الغذائية العربية دومي	55
السويس للاكياس	58	الشركة الشرقية الوطنية للأمن الغذائي	57
الشرق الأوسط لصناعة الزجاج	60	ايديتا للصناعات الغذائية	59
الشركة العربية لاستصلاح الاراضي	62	بالم هيلز للتعمير	61
الشركة العربية للصناعات الهندسية	64	مدينة نصر للاسكان والتعمير	63
الشركة الوطنية لمنتجات الذرة	66	القاهرة للدواجن	65
الصناعات الهندسية المعمارية للانشاء والتعمير	68	مصر الجديدة للاسكان والتعمير	67
العامه للصوامع والتخزين	70	مصر للاسمنت (قنا)	69
العبوات الطبية	72	اطلس للاستثمار والصناعات الغذائية	71
العربية المتحدة للشحن والتفريغ	74	الاسكندرية للزيوت المعدنية	73
العربية بوليفار للغزل والنسيج	76	الزيوت المستخلصة ومنتجاتها	75
العربية للمحاسب	78	العربية لحليج الاقطان	77
الغربية الاسلامية للتنمية العمرانية	80	المصريين للاستثمار والتنمية العمرانية	79
الاسكندرية للخدمات الطبية المركز	82	القناة للتوكيلات الملاحية	81

اسم الشركة	مسلسل	اسم الشركة	مسلسل
الطبي			
الاسكندرية لتداول الحاويات	84	القاهرة للزيوت والصابون	83
العربية لمنتجات الالبان	86	الكابلات الكهربائية المصرية	85
بيراميزا للفنادق والقرى السياحية	88	المصرية للصناعات الدوائية	87
جولدن كوست للاستثمار السياحي	90	المصرية لتطوير صناعة البناء	89
دايس للملابس الجاهزة	92	المصرية لخدمات النقل والتجارة	91
زهراء المعادي للاستثمار والتعمير	94	المصرية للمنتجات السياحية	93
عبر المحيطات للسياحة	96	المصريين للاسكان والتنمية والتعمير	95
عبور لاند للصناعات الغذائية	98	المنصورة للدواجن	97
ليسيكو مصر	100	النساجون الشرقيون	99
امار مصر	102	النصر لتصنيع الحاصلات الزراعية	101
العربية للصناعات الهندسية	104	النيل للدوية والصناعات الكيماوية	103
الشركة المصرية لتطوير صناعة البناء	106	جنوب الوادي للاسمنت	105
النصر للملابس والمنسوجات	108	جولدن كوست السخنة للاستثمار السياحي	107
القاهرة للخدمات التعليمية	110	دلتا للانشاء والتعمير	109
دلتا للطباعة والتغليف	112	رامكو لانشاء القرى السياحية	111
مطاحن ومخابز الاسكندرية	114	راية لخدمات مراكز الاتصالات	113
الشروق الحديثة للطباعة والتغليف	116	رود مصر للاستثمار السياحي	115
ابن سينا فارما	118	سبأ الدولية للدوية	117
الصخور العربية للصناعات البلاستيكية	120	شمال الصعيد للتنمية والانتاج الزراعي	119
سبيد ميديكال	122	عامر جروب	121
بورسعيد للتنمية الزراعية و المقاولات	124	قناة السويس لتوطين التكنولوجيا	123

اسم الشركة	مسلسل	اسم الشركة	مسلسل
مستشفى كليوباترا	126	مرسي علم للتنمية السياحية	125
بايونيرز بروبرترز للتنمية العمرانية	128	مصر لصناعة الكيماويات	127
القاهرة للإستثمار والتنمية العقارية	130	ممفيس للادوية	129
العبور للإستثمار العقاري	132	مينا للإستثمار السياحي	131
مطاحن مصر العليا	134	وادي كومبو لاستصلاح الاراضي	133
مطاحن مصر الوسطي	136	يونيفرسال لصناعة مواد التعبئة والتغليف	135
مطاحن وسط وغرب الدلتا	138	مصر للامونيوم	137
يوتيوبيا للإستثمار العقاري والسياحي	140	الحديد والصلب المصرية	139
فرتيكا للتجارة والصناعة	142	اسمنت بورتلاند طرة	141
المجموعة المتكاملة للاعمال الهندسية	144	الاسكندرة لاسمنت بورتلاند - لافارج تيتان	143
البدر للبلاستيك	146	النصر للاعمال المعدنية	145
فيركيم مصر للاسدة والكيماويات	148	الوطنية للاسكان للنقابات المهنية	147
مصر انتركونتيننتال لصناعة الجرانيت	150	كفر الزيات للمبيدات	149