

عوامل موثر بر افشای اطلاعات مالی از طریق اینترنت در وب سایت شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

علی مهدوی پور (عضو هیات علمی دانشگاه امام رضا (ع))
دکتر محمود موسوی شیری (عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور مشهد)
علیرضا کریمی ریایی (دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد مشهد)

چکیده

امروزه افشای اطلاعات مالی شرکت ها از طریق اینترنت، به عنوان یکی از مباحث و موضوعات با اهمیت در کشورهای مختلف جهان مطرح گردیده است. این موضوع با فناوری های جدید اطلاعات و ارتباطات مرتبط گردیده و در بعضی موارد، رویه های معمول حسابداری را تحت تاثیر قرار می دهد به طوریکه بیانیه های متعددی در زمینه افشای اینترنتی اطلاعات مالی در سراسر جهان منتشر گردیده است.

در این تحقیق، به بررسی میزان افشای اطلاعات شده از طریق اینترنت در وب سایت ۱۰۰ شرکت از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و ارتباط آن با برخی از ویژگی های شرکت شامل اندازه، اهرم شرکت، سودآوری و نوع صنعت، پرداخته شده است. نتایج نشان می دهد، بین افشای اطلاعات مالی از طریق اینترنت (متغیر وابسته) و اندازه شرکت، اهرم شرکت و نوع صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند (متغیرهای مستقل)، رابطه معناداری وجود دارد. اما ارتباط معناداری بین متغیر وابسته و متغیر مستقل سودآوری شرکت مشاهده نگردید.

کلمات کلیدی

گزارشگری مالی اینترنتی، شاخص افشای اینترنتی، اندازه شرکت، اهرم شرکت، سودآوری، نوع صنعت.

مقدمه

گسترش سریع اینترنت و شبکه جهانی وب، شرکت ها را ملزم نموده است تا اینترنت را به عنوان ابزاری برای ارتباطات تجاری بپذیرند. اینترنت به عنوان وسیله ای جدید، کارا و موثر، اطلاعات را در اختیار تمام ذینفعان قرار می دهد. فناوری اینترنت حجم زیادی از اطلاعات را با سرعت بالا در اختیار استفاده کنندگان قرار می دهد و اطلاعات را در ابعاد وسیعتر و روشی آسانتر توزیع می نماید. وب، برای تمام ذینفعان واحدهای اقتصادی، جایگزین بسیار سریعتر و آسانتری نسبت به دورنگار، تلفن و ارتباطات پستی است. در نتیجه، این امر سبب افزایش ارتباطات متقابل میان شرکت ها و جوامع شده است. امروزه وب سایت شرکت ها با خط مشی کلی آنها همسو شده است زیرا وب سایت ها، چهره قابل رویت شرکت ها میان گروه های هدف هستند.

ماحصل این محیط تجارتي الكترونيك، شفافيت است. فناوری های مبتنی بر اطلاعات، سبب توسعه می شوند. این ارتباطات در شرکت و کل جامعه شفافیت ایجاد می کنند. هر شرکت می تواند با سرمایه گذاری اندکی، انبوهی از اطلاعات را در یک لحظه در تمام بازار پخش کند. تا سرمایه گذاران به اطلاعاتی دسترسی داشته باشند که در گذشته فقط در اختیار تعداد محدودی بود.

ذینفعان می خواهند به اطلاعات مربوط، قابل اتکا، قابل مقایسه، به موقع، به خوبی سازماندهی شده و با جزئیات کامل در مورد عملکرد شرکت، دسترسی مستقیم و آنی داشته باشند. شرکت‌ها برای پاسخگویی به این تقاضا مجبورند اطلاعات بیشتری را در مورد برنامه‌ها، ریسک‌ها و فرصت‌های آتی خود افشا نمایند [۱۹]. شرکت‌ها می توانند با بکارگیری اینترنت، تصویر مطلوب تری از خود به سرمایه‌گذاران و سایر ذینفعان ارائه و از این طریق به کاهش هزینه سرمایه و افزایش ارزش بازار خود کمک نمایند [۱۲].

تحقیقات مختلف نشان می دهد شرکتها به صورت یکسان از این پدیده برای گزارشگری مالی استقبال نکرده اند به طوریکه شرکتها با ویژگیهای متفاوت، برخورد‌های متفاوتی در بهره مندی از گزارشگری مالی اینترنتی داشته اند. در این تحقیق، به ارتباط بین برخی از این ویژگیها با میزان افشای اطلاعات مالی از طریق اینترنت پرداخته می شود.

اهمیت موضوع پژوهش

سوء استفاده‌های فراوان در اکثر کشورها منجر شد تا تمرکزی بی سابقه و بین المللی بر عملیات حسابداری و نیاز به شفافیت بیشتر در گزارش های مالی پدید آید. عوامل متعددی به بحران در گزارش های مالی انجامید. مسلماً یکی از این عوامل، ناکافی و نامناسب بودن ارائه اطلاعات در شکل های کاغذی یا الکترونیکی مشابه کاغذ می باشد که فاقد ویژگی های لازم برای انتقال کارآمد اطلاعات مالی پیچیده به سرمایه گذاران، قانونگذاران و سایر ذینفعان است. بازارهای تجاری و استفاده کنندگان اطلاعات تجاری به تمهیدات و شرایطی احتیاج دارند تا شفافیت مراحل گزارشگری را افزایش دهند، زیرا امروزه گزارشگری تجاری با انبوهی از مشکلات مانند ناکارآیی، تجزیه و تحلیل نامناسب و انتشار نامناسب اطلاعات تجاری در بین استفاده کنندگان اطلاعات تجاری (مانند بخش های مختلف سازمان، سهامداران، و بانک‌ها) روبرو است. بنابراین دستیابی به سامانه گزارشگری تجاری مناسب برای حل مسایل و ناکارآیی ها، بسیار مهم است. امروزه پیشرفت فناوری اطلاعات، جوامع مالی را متحول نموده است. توسعه بسترهای مالی همواره دغدغه اساسی جوامع اقتصادی بوده و راهکارهای گوناگون در این مسیر به چالش کشیده شده‌اند. در قرن جاری، فناوری اطلاعات مسیر این توسعه را دچار تحول شگفت‌انگیزی نموده و با وارد شدن مقوله توسعه نرم افزاری، سرعت این تحول دوچندان گردیده است. در این مقوله، استفاده از اینترنت نقش بسزایی دارد. استفاده گسترده از اینترنت برای مقاصد گزارشگری مالی، مزایای مهمی را برای سرمایه گذاران فراهم می کند. از جمله می توان به افزایش دقت داده های مالی، تجزیه و تحلیل آسانتر آنها و بهنگام نمودن اطلاعات اشاره کرد.

در طی سال های اخیر، استفاده از اینترنت رشد فزاینده ای داشته، به طوریکه بسیاری از شرکت ها به منظور انتشار اطلاعات مالی خود اقدام به طراحی وبسایت نموده اند و علاوه بر انتشار اطلاعات مالی به شکل سنتی، با بکارگیری قابلیت رسانه ای اینترنت، بدنبال برقراری ارتباط با ذینفعان خود هستند.

بسیاری از شرکت ها، اینترنت را به عنوان وسیله مفیدی برای مطلع نمودن سرمایه گذاران فعلی و آتی خود از عملکرد مالی شرکت، پذیرفته اند. گزارشگری اینترنتی می تواند به عنوان ابزاری برای مدیریت روابط با سرمایه گذاران به کار رود [۳۵].

کمیسیون بورس اروپا، پیشنهاد تدوین چارچوبی برای گزارشگری اینترنتی داده و در اروپا به منظور گسترش رقابت در بازار سهام و تحریک سایر بازارها، قانون توسعه بازارهای مالی به تصویب رسیده که در آن شرکت ها، ملزم به افشای معاملات مربوط به تحصیل و فروش اوراق بهادار در پایگاه اطلاع رسانی شرکت شده اند [۱].

همچنین بر اساس اعلام بورس اوراق بهادار تورنتو (۱۹۹۹) شرکت‌ها بدون اطلاع قبلی به بورس، مجاز به انتشار اطلاعات موثر بر قیمت سهام، بر روی اینترنت نیستند [۳۵].

در ایران نیز طبق ماده ۱۸ در فصل سوم آیین نامه "افشای اطلاعات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس" تحت عنوان "شیوه افشای اطلاعات" مصوب سال‌های ۱۳۸۱ و ۱۳۸۲ شورای بورس، مقرر شده است به منظور اطمینان از دسترسی همزمان کاربران اطلاعات موضوع این آیین‌نامه، ناشر بورسی اطلاعات مربوطه را در مهلت مقرر از طریق انتشار در سایت اینترنتی شرکت در صورت دارا بودن وب سایت افشا نماید.

با توجه به اهمیت موضوع گزارشگری اینترنتی و کمبود تحقیقات در این زمینه در کشورمان و نیز با توجه به بررسی‌های اولیه، آمار دقیقی در دسترس نیست که در کشورمان چه شرکت‌هایی این مصوبه را اجرا نموده‌اند، با توجه به اینکه اطلاعات جامعی نیز از نحوه و میزان افشا و انتشار اطلاعات مالی آنها از طریق اینترنت و عوامل تاثیرگذار بر آن در اختیار علاقه‌مندان به بازار سرمایه نمی‌باشد. در این تحقیق، عوامل موثر بر افشا و انتشار گزارشهای مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از طریق اینترنت مورد بررسی قرار گرفته است.

پیشینه تحقیق

ایاکاوو، بن باسات و دکستر [۳۰]، به این نتیجه رسیدند هرچه اندازه شرکت‌ها بزرگتر می‌شود، میزان سود آنها افزایش می‌یابد که این امر موجب خواهد شد واحدهای تجاری بزرگتر بدلیل بهره‌مندی از منابع فراوان‌تر، از مزایای این رسانه نو ظهور بیشتر منتفع شوند. در تحقیق دیگری کسبو و همکاران [۳۸] بیان می‌کنند که شرکت‌های بزرگتر بدلیل پاسخگویی در مقابل تقاضای اطلاعاتی گسترده‌تر، نسبت به شرکت‌های کوچکتر از فناوری اطلاعات به منظور بهبود و توسعه گزارشگری مالی خود بیشتر استفاده می‌کنند. در سپتامبر سال ۱۹۹۹ هدلین [۲۰] وبسایت شرکت‌های سوئدی را بررسی نمود. نتایج نشان داد ۸۳ درصد شرکتها، صورتهای مالی خود را از طریق اینترنت منتشر نموده و شرکت‌های بزرگتر در استفاده و بکارگیری اینترنت بعنوان وسیله‌ای برای برقراری ارتباط با سرمایه‌گذاران، پیشرفته‌تر بوده و اطلاعات بیشتری را از این طریق افشاء می‌کنند.

پریچگر و همکارانش [۳۱] شواهدی دال بر ارتباط میان اندازه شرکت و کیفیت اطلاعات ارائه شده در وبسایت شرکت‌های اتریشی ارائه کردند. کراون و مارستون [۱۶] در تحقیقی روی شرکت‌های بورس اوراق بهادار لندن دریافتند شرکت‌های بزرگتر با احتمال بیشتری اطلاعات مالی خودشان را از طریق اینترنت منتشر می‌کنند.

احمد و کورتیس [۴] در بررسی کاملی روی ۲۸ تحقیق انجام شده در مورد انتشار اطلاعات مالی به وجود رابطه معنادار بین اندازه شرکت و سطح افشای اطلاعات مالی اذعان پی بردند. آرتور اندرسن [در سال ۲۰۰۱ دریافت که ۹۴ درصد شرکت‌های موجود در نمونه‌ای انتخاب شده از میان ۳۵۰ شرکت برتر، وبسایت داشتند و از میان آنها ۸۸ درصد از اینترنت برای ارائه اطلاعات مالی همانند گزارش‌های سالانه استفاده می‌کردند. با کوچک شدن اندازه شرکت استفاده از اینترنت هم کاهش پیدا می‌کرد. بانسن و اسکوبار [۱۲] در تحقیق خود به این نتیجه می‌رسند که با بزرگتر شدن شرکت‌ها، تعداد استفاده‌کنندگان خارجی اطلاعات شرکت افزایش یافته و هرچه تعداد این ذینفعان افزایش یابد فشار محیطی بر شرکت‌ها به منظور افشای بیشتر اطلاعات نیز افزایش می‌یابد. از طرفی لاران و گینر [۲۶] نیز کمتر بودن هزینه تهیه و انتشار اطلاعات از طریق اینترنت برای شرکت‌های بزرگتر را بعنوان محرکی برای افشای بیشتر اطلاعات از این طریق بیان نمودند.

علاوه بر این تحقیقات که بر افشای اینترنتی تاکید داشته اند، در تحقیقات فراوانی ارتباط میان اندازه شرکت و میزان افشای اطلاعات مالی مورد بررسی قرار گرفته و یافته‌ها حاکی از آن است که همبستگی مثبتی بین این دو وجود دارد. (آدامز و حسین [۳]، ایتکن و همکاران [۷]، چاو و وانگبورن [۱۴]، کراون و اتسمانی [۱۷]، لانگ و لاندلم [۲۷]، میکنون و دالیمونتس [۲۳]، کوک [۱۵]، کراون و مارستون [۱۶]، مارستون و لئو [۲۲]، اشباق و همکاران [۹]، برنان و هوریگن [۱۱]).

سینگ وی و دسای [۳۲] در تحقیقی بر روی ۵۰۰ شرکت برتر آمریکایی به وجود ارتباط مثبت میان نرخ بازدهی شرکت و کیفیت افشای اطلاعات مالی پی بردند. این نتایج بیانگر این است که سودآوری شرکت می‌تواند به عنوان شاخصی از مدیریت خوب واحد تجاری، در زمانی در نظر گرفته شود که مدیریت مایل است اطلاعات بیشتری در ارتباط با بازده‌های بالاتر افشا نماید. براین اساس، این طور ممکن است استدلال شود که شرکت‌های سودآور، منابع مالی بیشتری برای افشای اطلاعات مالی در اختیار دارند یا بر طبق دستورالعمل‌های وضع شده گذشته (ستتی) می‌توان گفت که این منابع مالی بیشتر و به تبع آن بازده فراوان تر شرکت، محرکی برای افشای بیشتر اطلاعات مالی نسبت به سایر شرکت‌های فعال در همان صنعت است.

احمد و کورتیس [۴] در مقاله‌ای نتایج ۱۲ تحقیق انجام شده در مورد ارتباط بین سودآوری و میزان افشای اطلاعات مالی را بیان کرده‌اند. اما نتایج اشباق و همکاران [۱۴] بر خلاف نتایج مذکور نشان داد که ارتباط بین سودآوری و افشای اطلاعات مالی دارای اهمیت نیست. طارق اسماعیل [۳۳] در جولای سال ۲۰۰۲ طی تحقیقی، عوامل موثر بر افشای اطلاعات مالی از طریق اینترنت در ۱۲۸ شرکت از کشورهای حوزه خلیج فارس شامل ۲۴ شرکت از بورس اوراق بهادار دوحه، ۳۶ شرکت از بورس اوراق بهادار بحرین و ۶۸ شرکت هم از بورس اوراق بهادار عربستان را مورد بررسی قرار داد. نتایج این تحقیق نشان داد بین افشای اطلاعات مالی از طریق اینترنت و متغیرهای مستقل تحقیق از جمله سوددهی، اندازه شرکت و اهرم شرکت، رابطه معناداری وجود دارد.

میشل و همکاران [۲۵] و حسین و همکاران [۲۱] دریافتند که رابطه مثبت میان افشای اختیاری و مبلغ اهرم در ساختار سرمایه شرکت‌ها وجود دارد در حالیکه محققانی مانند مک کین و دالیمونت [۲۳]، برنان و هوریگان [۱۱]، ایتکن و همکاران [۷] وجود چنین ارتباطی را منتفی می‌دانند و حتی میک و همکاران [۲۴] معتقد به وجود رابطه اساسی منفی بین اهرم و میزان افشا در کشورهای آمریکا و انگلستان و اتحادیه اروپا هستند.

مانوئل لاران و بگونا گینر [۲۶] در سال ۲۰۰۲، گزارشگری مالی اینترنتی را در ۱۴۴ شرکت فهرست شده در بورس اوراق بهادار مادرید مورد بررسی قرار دادند. آنها به منظور سنجش میزان افشای اینترنتی شرکت‌های نمونه، شاخصی شامل ۱۰۷ مولفه افشای اینترنتی، طراحی نموده و بر اساس آن به بررسی وبسایت شرکت‌های مورد نظر پرداختند. نتایج نشان داد بین اندازه شرکت، اهرم مالی و بازده حقوق صاحبان سهام با میزان افشا شده از طریق اینترنت رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس تحقیقات لیمر، جانسون و بالدوین مورگان [۲۸] در سال ۱۹۹۷، شرکت‌های خدماتی در مقایسه با شرکت‌های تولیدی تمایل بیشتری به انتشار و انتقال اطلاعات دارند. مارستون و لئو [۲۲] در تحقیق خود هیچ ارتباط معناداری میان افشای اطلاعات مالی و نوع صنعت مشاهده نکردند. اما زمانی که شرکت‌های مورد بررسی، بر اساس اطلاعات منتشر شده از طریق اینترنت طبقه‌بندی شدند نتایج نشان داد که نوع صنعت با میزان افشای اطلاعات از طریق اینترنت ارتباط معناداری

دارد. اما بر اساس نتایج تحقیق کراون و مارستون [۱۶]، در مورد ۲۰۶ شرکت از بزرگترین شرکت‌های فهرست شده در نشریه فایننشال تایمز (۲۲ ژانویه ۱۹۹۸)، هیچ ارتباطی میان نوع صنعت و نوع و میزان افشای اینترنتی اطلاعات مالی مشاهده نگردید.

برنان و هورینگن [۱۱] در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که گزارشگری اینترنتی، رابطه معنادار مثبتی با نوع صنعت دارد. آنها می‌گویند این ارتباط ممکن است ناشی از این باشد که صنایع مختلف، دارای هزینه‌های افشای اطلاعات متفاوت منحصر به همان صنعت هستند.

فیلستیا هاستبرویک [۱۹] ارتباط میان گزارش‌های مالی سالانه دیجیتال (متغیر وابسته) و خصوصیات شرکت‌ها (متغیر وابسته) مورد بررسی قرار دادند. متغیرهای مستقل شامل سودآوری و نوع صنعت، و متغیرهای وابسته هم شامل حضور در اینترنت (داشتن وبسایت) و گزارشگری مالی سالانه به صورت دیجیتال می‌شدند. نتایج این تحقیق نشان داد که ارتباط معناداری بین نوع صنعت و گزارشهای مالی دیجیتال وجود دارد.

امیلیا گارسیا، مانوئل لارام و رافل لویز [۵] در تحقیقی با طراحی و تدوین معیاری با نام شاخص افشا، به ارزیابی گزارشگری مبتنی بر وب در ۸۱۶ شرکت کوچک و متوسط اتحادیه اروپا پرداختند. در این تحقیق، ارتباط میان دارا بودن وبسایت و چند متغیر مستقل مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد بین دارا بودن وبسایت با اندازه شرکت و نوع صنعت رابطه معناداری وجود دارد.

تهمینا خان [۳۴] در سال ۲۰۰۷ و در تحقیقی با عنوان گزارشگری مالی اینترنتی، ضمن ارائه توصیه‌های برخی مراجع حرفه‌ای جهانی از جمله هیات تدوین استانداردهای بین‌المللی حسابداری، کمیسیون عملیات بورس فرانسه و هیات تدوین استانداردهای حسابداری مالی در مورد بهبود انتشار گزارش‌های مالی از طریق اینترنت، به بررسی سه جنبه مختلف از افشای اینترنتی، شامل عوامل اساسی در گزارشگری اینترنتی، عوامل مسئولیت گزارشگری اجتماعی شرکت‌ها و عوامل حاکمیت شرکتی پرداخت. نتایج نشان داد شرکت‌های با فعالیت‌های متنوع در صنایع مختلف، بیشترین و هتلهای، کمترین درصد انتشار گزارش‌های مالی از طریق اینترنت را به خود اختصاص دادند.

روش تحقیق

تحقیقات علمی را می‌توان بر اساس هدف به سه گروه بنیادی، کاربردی و عملی تقسیم کرد. با توجه به این تقسیم‌بندی، پژوهش حاضر در گروه تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد. این تحقیق، پژوهشی تجربی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است که مبتنی بر اطلاعات واقعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در این پژوهش، اطلاعات مورد نیاز برای آزمون فرضیات تحقیق به روش میدانی و از طریق صورتهای مالی و یادداشت‌های همراه شرکت‌های بورسی و وبسایت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری، سپس داده‌ها بصورت بانک‌های اطلاعاتی در محیط اکسل ایجاد و پردازش و پس از آن با استفاده از نرم افزار آماری SPSS نگارش ۱۱/۵، اطلاعات و متغیرهای تحقیق را مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

فرضیات تحقیق

با توجه به تحقیقات گذشته، فرضیات تحقیق به صورت زیر بیان می‌گردند:

۱ - بین اندازه شرکت و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

۲ - بین بازده حقوق صاحبان سهام (سودآوری) و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

۳ - بین اهرم شرکت و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

۴ - بین نوع صنعت و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

تعریف عملیاتی و سنجش متغیرها:

اندازه شرکت

در این تحقیق از جمع دارایی‌های شرکت در پایان سال مالی بعنوان معیار اندازه شرکت استفاده شده است. وبه منظور قرار گرفتن اندازه شرکت‌ها در یک دامنه و جلوگیری از مشکلات ناشی از عدم تقارن در توزیع متغیرها، از لگاریتم طبیعی داراییها استفاده شد:

$$Size = \ln (Total Assets)$$

سودآوری

در این تحقیق نسبت سودآوری براساس رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$ROE = \frac{EBT}{\frac{E_{(t-1)} + E_{(t)}}{2}}$$

EBT = سود خالص قبل از کسر مالیات

E(t-1) = حقوق صاحبان سهام در سال t-1

E(t) = حقوق صاحبان سهام در سال t

اهرم شرکت

برای سنجش اهرم شرکت از نسبت بدهی که از تقسیم ارزش دفتری جمع بدهی‌ها بر جمع دارایی‌ها بدست می‌آید استفاده می‌کنیم:

$$\text{نسبت بدهی} = \frac{\text{کل بدهی‌ها}}{\text{کل دارایی‌ها}}$$

نوع صنعت

شرکتهایی فعال در یک گروه عملیاتی خاص، صنعت خاصی را تشکیل می‌دهند.

شاخص افشای اینترنتی^۱

برای تعیین میزان افشای اطلاعات اینترنتی، مولفه‌های افشای مورد استفاده در تحقیقات جمع آوری و به عنوان معیار افشا استفاده شده است (نگاره شماره ۱). ضمن مراجعه به وب سایت شرکت‌های نمونه، اگر شرکت مورد نظر، مؤلفه (متغیر) مورد بررسی را در وب سایت خود افشا کرده باشد، مقدار یک و در غیر این صورت، مقدار صفر به آن اختصاص داده شد. در پایان با محاسبه نسبت حاصل جمع موارد افشا شده به کل موارد افشا، شاخص افشای اینترنتی شرکت مورد نظر بدست می‌آید. البته باید توجه داشت که در صورت افشای همه مؤلفه‌ها، حداکثر میزان افشای اینترنتی شرکت برابر عدد یک خواهد شد. توضیحات بالا را می‌توان به شکل ریاضی به صورت زیر نشان داد:

$$ICDI = \frac{\sum A}{\sum B}$$

ICDI: شاخص افشای اینترنتی برای شرکت مورد نظر

$\sum A$: جمع مولفه‌های افشا شده

$\sum B$: جمع کل مولفه‌ها

نگاره شماره ۱- مولفه‌های افشای اطلاعات مالی

نام مولفه‌ها	درصد افشا
ترازنامه مقایسه‌ای در فرمتهای غیرقابل پردازش	۴۲
صورتحساب سود و زیان و سود و زیان انباشته مقایسه‌ای در فرمتهای غیرقابل پردازش	۴۶
صورت گردش وجوه نقد مقایسه‌ای در فرمتهای غیرقابل پردازش	۳۶
ترازنامه مقایسه‌ای در فرمتهای با قابلیت پردازش اطلاعات	۳
صورت سود و زیان و سود و زیان انباشته در فرمتهای با قابلیت پردازش اطلاعات	۳
صورت گردش وجوه نقد مقایسه‌ای در فرمتهای با قابلیت پردازش اطلاعات	۱
صورت‌های مالی میان دوره‌ای در فرمتهای غیرقابل پردازش	۱۴
صورت‌های مالی میان دوره‌ای در فرمتهای قابل پردازش	۳
یادداشت‌های همراه یا لینک آن	۲۳
گزارش حسابرسی یا لینک آن	۲۷
نسبتهای مالی	۱۰
گزارشات تحلیلی و آماری / مقایسه‌ای	۱۷
گزارش عملکرد هیئت مدیره به مجمع	۲۲
اطلاعات مربوط به پیش بینی سود هر سهم	۳۵
اطلاعات بازار سهام شامل قیمت و حجم سهام مبادله شده	۳۰
اطلاعات مربوط به پرتفوی سرمایه گذارها	۲۶
اطلاعات و تصمیمات مجامع	۲۰
اطلاعات مالیاتی	۲۱
فرم ۱- اولین پیش بینی درآمد هر سهم	۱۳
فرم ۲- پیش بینی درآمد هر سهم در مقاطع سه ماهه و تعدیل بودجه	۱۹
فرم ۳- صورت سود و زیان و سود (زیان) انباشته	۵
فرم ۶- اطلاعات و صورت‌های مالی میاندوره‌ای	۹
صورت‌های مالی تعدیل شده بر اساس سطح عمومی قیمت‌ها	۱۰
خط مشی منابع انسانی	۱۲

اطلاعات مالی

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که با توجه به ویژگی‌های زیر انتخاب شده اند:

۱ - قبل از سال ۱۳۸۶ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.

۲ - اطلاعات مالی شرکت در دوره مطالعه در دسترس باشد.

جامعه آماری این تحقیق با توجه به موارد پیشگفته شامل ۳۹۹ شرکت گردید. برای انتخاب نمونه، ابتدا صنایع را مشخص کردیم. تعداد کل صنایع بر اساس تقسیم بندی‌های موجود سازمان بورس اوراق بهادار تهران ۳۸ صنعت بوده که با توجه به کم بودن تعداد شرکتها در برخی از صنایع، صنایع با تعداد ۴ شرکت، در صورت همخوانی با سایر صنایع، در آن صنایع ادغام شده در غیر اینصورت، از جامعه آماری حذف گردیدند. بر این اساس صنایع کشاورزی و دامپروری، دباغی و پرداخت چرم، محصولات کاغذی، محصولات چوبی، انتشار و چاپ و تکثیر، وسایل اندازه گیری پزشکی و اپتیکی، سایر وسایل حمل و نقل، مبلمان و مصنوعات دیگر، پیمانکاری صنعتی، رایانه و فعالیت‌های وابسته به آن، خدمات فنی و مهندسی، حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات و فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای کنار گذاشته شدند. تعداد صنایع باقی مانده با توجه به حذف و ادغام‌های انجام شده، ۱۶ صنعت گردید. سپس با استفاده از فرمول حجم نمونه و به روش تصادفی طبقه بندی شده، نمونه ای شامل ۱۰۰ شرکت متناسب با تعداد شرکت‌های هر صنعت، انتخاب شد. دوره زمانی تحقیق سال ۱۳۸۶ بوده است.

شیوه جمع آوری داده ها (فرآیند استخراج اطلاعات):

روش‌های جمع آوری اطلاعات بطور کلی روش‌های کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی است. در این پژوهش، در بخش ادبیات موضوعی و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه‌ای و در بخش اصلی پژوهش، به منظور جمع آوری داده‌ها، از روش میدانی استفاده شده است. همچنین اطلاعات مورد نیاز برای آزمون فرضیات تحقیق از طریق مراجعه به صورتهای مالی و یادداشتهای همراه شرکت‌های بورسی، وب سایت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی بازار سرمایه ایران جمع آوری شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای آزمون فرضیات ۱ و ۲ و ۳ تحقیق از آزمون معناداری ضریب همبستگی خطی پیرسون برای انجام بررسی دقیق و به منظور روشن ساختن ارتباط بین متغیرها، استفاده می‌شود. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق و به منظور رد یا پذیرش فرضیه‌ها، احتمال خطای نوع اول α را ۰/۰۵ در نظر گرفته و هریک از فرضیه‌ها در سطح این خطا، آزمون می‌شوند. پس از اجرای آزمون رگرسیون خطی فرضیات زیربنایی رگرسیون اعم از همگن بودن واریانس‌ها، نرمال بودن مانده‌ها و استقلال مانده‌ها را مورد بررسی قرار می‌گردد. برای بررسی همگنی واریانس‌ها، نمودار مانده‌های رگرسیون (e_i) در مقابل مقادیر برآورد شده (y_i) را رسم نموده که بدون روند بودن شکل حاصل، می‌تواند حاکی از تایید فرض همگنی واریانس‌ها است. برای بررسی فرض نرمال بودن مانده‌ها، از نمودار احتمال نرمال مقادیر مانده‌های نمونه (Q-Q plot) یا آزمون نیکوئی برآزش کولموگروف اسمیرنوف استفاده شده و برای بررسی فرض استقلال مانده‌ها، از آماره دورین واتسن استفاده می‌گردد.

چنانچه هر سه فرض فوق برقرار باشد می توان به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل رگرسیون خطی استناد کرد. همچنین از آزمون معناداری ضریب همبستگی برای آزمون معناداری ضریب همبستگی دو متغیر مستقل و وابسته استفاده می شود. برای بررسی فرضیه چهارم تحقیق (نوع صنعت) چون بیش از دو صنعت مورد مطالعه قرار گرفته است، به منظور بررسی تاثیر متغیر مستقل (نوع صنعت) روی متغیر وابسته (میزان افشای اینترنتی) از تجزیه و تحلیل واریانس یک طرفه استفاده می کنیم. با توجه به این که در این تحقیق شرکت ها بر اساس نوع صنعت به ۱۶ گروه تقسیم گردیده اند، بیان آماری فرضیه چهارم به صورت زیر می باشد:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_{16}$$

H_1 حداقل دو مورد از میانگین ها با هم تفاوت معنادار دارند :

اگر (P-value) بدست آمده از آماره F، کمتر از α (۰/۰۵) باشد فرضیه H_0 رد می گردد. شرط صحت نتیجه گیری این است که فرضیه های زیربنایی تجزیه و تحلیل واریانس برقرار باشد. برای بررسی فرض نرمال بودن مانده ها از نمودار پراکنش مقادیر خطاهای نمونه یا آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده می شود. فرض استقلال مانده ها با استفاده از آزمون گشت ها (Runs Test) بررسی گردیده و برای بررسی همگن بودن واریانس، از آزمون لون (Levens) استفاده می شود.

برای تجزیه و تحلیل و بررسی عمیق تر داده های حاصل از تجزیه و تحلیل واریانس، از آزمون مقایسه های چندگانه چند دامنه ای دانکن استفاده می شود. این روش در حقیقت مکمل تجزیه و تحلیل واریانس است و برای کندوکاو و بررسی بیشتر داده ها بعد از انجام تجزیه و تحلیل اولیه که وجود آثار تیماری در داده ها محرز شود، بسیار مهم و با ارزش خواهد بود.

در نهایت روی هر کدام از فرضیه های اول تا چهارم، تاثیر متغیر مستقل، روی هر یک از متغیرهای مستقل برآزش می شود، در صورتی که ممکن است تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل، بر متغیر وابسته با وجود متغیرهای دیگر، تفاوت داشته باشد که به منظور تکمیل تحقیق از مدل رگرسیون خطی چندگانه استفاده می شود.

در تجزیه و تحلیل چندگانه، متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته اثر می گذارند و در صورت بی معنی بودن، از مدل خارج می شوند و تنها متغیرهای مستقلی در مدل باقی می ماندند که با متغیر وابسته ارتباط معناداری دارند. در نهایت می توان بین متغیرهای مستقل مدل رگرسیونی را برآزش نمود که مدل کلی آن به این صورت می باشد:

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

در این مدل b_0 عرض از مبدا خط رگرسیون و b_1 تا b_n ضرایب متغیرهای مستقل و x_1 تا x_n متغیرهای مستقل مدل رگرسیونی می باشد.

نتایج تحقیق

بررسی وب سایت ها نشان می دهد که در مردادماه سال ۱۳۸۴ تنها ۱۵۱ شرکت یعنی فقط ۳۶ درصد از شرکت های بورس اوراق بهادار تهران، دارای وب سایت بوده اند در حالی که در مردادماه ۱۳۸۷ این تعداد به ۳۷۴ شرکت (۸۵ درصد) افزایش یافته است که بیانگر نرخ رشد ۲۳۶ درصدی طی این سه سال و میانگین رشد سالیانه ۷۹ درصدی می باشد.

نتایج آزمون فرضیه اول:

بین اندازه شرکت و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

این فرضیه درصدد بررسی معنادار بودن اثر اندازه شرکت بر انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت می‌باشد. برای بررسی ارتباط بین میزان انتشار اینترنتی (درصد انتشار) و اندازه شرکت (لگاریتم جمع دارایی‌ها) از آزمون معناداری ضریب همبستگی خطی پیرسون استفاده می‌شود. این آزمون در سطح خطای ۵ درصد بیانگر این است که رابطه‌ای مستقیم و معنادار با دقت ۵۹/۴ درصد بین میزان انتشار اینترنتی و اندازه شرکت‌ها وجود دارد ($p < ۰/۰۰۱$). یعنی با افزایش اندازه شرکت، میزان انتشار اینترنتی آنها با دقت ۵۹/۴٪ افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر ضریب همبستگی بین درصد افشا و لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌ها برابر ۰/۵۹۴ می‌باشد و مقدار احتمال مربوط به بررسی معنی‌داری آن ($H_0 : \rho = 0$) برابر ۰/۰۰۱ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ وجود ارتباط مستقیم و معنی‌داری بین دو متغیر، مورد تایید قرار می‌گیرد.

نتایج آزمون فرضیه دوم:

بین بازده حقوق صاحبان سهام (سودآوری) و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج آماری نشان می‌دهد ضریب همبستگی خطی پیرسون بین درصد انتشار و بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) برابر ۰/۱۰۹ می‌باشد و مقدار احتمال مربوط به بررسی معنی‌داری آن ($H_0 : \rho = 0$) برابر ۰/۲۸۲ است که از ۰/۰۵ بزرگتر است بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ وجود ارتباط مستقیم و معنی‌دار بین دو متغیر مورد تایید قرار نمی‌گیرد.

نتایج آزمون فرضیه سوم:

بین اهرم شرکت و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج آماری نشان می‌دهد ضریب همبستگی خطی پیرسون بین درصد انتشار و نسبت بدهی برابر ۰/۲۷۹- می‌باشد. آزمون معناداری ضریب همبستگی خطی پیرسون در سطح خطای ۵ درصد نشان می‌دهد که رابطه بین درصد انتشار اینترنتی و نسبت بدهی معنادار است ($p=۰/۰۰۵$). بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد با افزایش میزان نسبت بدهی، میزان انتشار اینترنتی اطلاعات به طور معناداری با دقت ۲۷/۹- درصد کاهش می‌یابد.

در بررسی فرضیات زیربنایی رگرسیون خطی در هر یک از فرضیات ۱ تا ۳، نمودار پراکنش باقیمانده‌های استاندارد شده در مقابل پیش‌بینی‌های استاندارد شده روندی مشاهده نشده و تقارن مشاهدات حول خط قرارگرفت بنابراین همگنی واریانس باقیمانده‌ها را می‌توانیم مورد تایید قرار دهیم. مقدار احتمال مربوط به آزمون کولموگروف اسمیرنوف به ترتیب برابر ۰/۰۶۵، ۰/۰۵۶ و ۰/۰۶۶ بوده که از ۰/۰۵ بزرگتر است بنابراین با اطمینان ۹۵٪ نرمال بودن باقیمانده‌ها مورد تایید قرار می‌گیرد. مقدار آماره دوربین واتسن برابر ۱/۹۲۶، ۱/۹۱ و ۲/۰۲ گردید که با توجه به نزدیکی آنها به عدد ۲ می‌توانیم استقلال باقیمانده‌ها را بپذیریم.

نتایج آزمون فرضیه چهارم:

بین نوع صنعت و انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد.

تجزیه و تحلیل واریانس یکطرفه در سطح خطای ۵ درصد نشان می‌دهد که بطور متوسط میزان انتشار اینترنتی اطلاعات شرکت‌ها در سطوح مختلف انواع صنایع، تفاوت معناداری دارد ($p = ۰/۰۰۱$). به عبارت دیگر، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، نوع صنعت، تاثیر معناداری روی افشای اطلاعات از طریق اینترنت دارد.

نتایج مربوط به آزمون چند دامنه‌ای دانکن در سطح خطای ۵ درصد بیانگر این است که صنایع به لحاظ انتشار اینترنتی اطلاعات، تفاوت معناداری باهم دارند. به طوریکه، بیشترین میزان افشای اطلاعات مالی از طریق اینترنت به ترتیب، به صنایع ۱- بانک‌ها، موسسات اعتباری و سایر نهادهای پولی، سرمایه‌گذارها و سایر واسطه‌گیرهای مالی ۲- استخراج ذغال سنگ، کانه‌های فلزی و سایر معادن و ۳- انبوه‌سازی املاک و مستغلات، و کمترین آن نیز به صنایع ۱- کاشی و سرامیک ۲- قند و شکر و ۳- محصولات شیمیایی مربوط می‌شود.

در بررسی فرضیات زیربنایی فرضیه ۴، نمودار پراکنش باقیمانده‌های استاندارد شده در مقابل پیش‌بینی‌های استاندارد شده روندی مشاهده نشده و تقارن مشاهدات حول خط قرارگرفت بنابراین همگنی واریانس باقیمانده‌ها را می‌توانیم موردتایید قرار دهیم. مقدار احتمال مربوط به آزمون کولموگروف اسمیرنوف به ترتیب برابر ۰/۰۷۱ بوده که از ۰/۰۵ بزرگتر است بنابراین با اطمینان ۹۵٪ نرمال بودن باقیمانده‌ها مورد تایید قرار می‌گیرد. مقدار احتمال آزمون گشت (Runs) برابر ۰/۱۲۵ بوده که از ۰/۰۵ بزرگتر است بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توانیم استقلال باقیمانده‌ها را مورد تایید قرار دهیم. مقدار احتمال آزمون لون ۰/۱۴ گردید که با توجه به بزرگتر بودن نسبت به ۰/۰۵ می‌توان فرض همگن بودن واریانسها رد نمی‌گردد.

تجزیه و تحلیل مدل رگرسیونی

بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل (نسبت بدهی، لگاریتم طبیعی جمع داراییها، بازده حقوق صاحبان سهام و نوع صنعت) و متغیر وابسته (میزان افشای اینترنتی)، با توجه به مدل اصلی زیر بیان می‌شود:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 TYPE1 + \dots + \beta_{18} TYPE15 + \varepsilon_0$$

مدل رگرسیون ذکر شده، درصد انتشار اینترنتی (Y) شرکت‌های نمونه را به صورت تابعی از اندازه لگاریتم طبیعی جمع داراییها (x₁)، بازده حقوق صاحبان سهام (x₂)، نسبت بدهی (x₃) و نوع صنعت (TYPE1 تا TYPE15) نشان می‌دهد. چگونگی تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل تاثیر گذار بر میزان انتشار اینترنتی با صفر فرض کردن ضریب شیب متغیر مربوطه (β₁=۰ و β₂=۰ و β₃=۰ و β₄-β₁₈=۰) مورد آزمون قرار گرفته که وجود شیب‌های معنادار برای هر یک از متغیرهای نوزده گانه می‌تواند نشانه‌ای از تاثیر آنها بر گزارشگری مالی اینترنتی باشد.

برای تعیین مدل مناسب از روش پسرو (Backward) استفاده کردیم. ضریب تعیین مدل اولیه برابر ۰/۵۰۵ گردید و به معنی این است که حدود ۵۱ درصد از تغییرات متغیر پاسخ (درصد افشای اینترنتی) بوسیله متغیرهای مستقل (لگاریتم طبیعی جمع داراییها، بازده حقوق صاحبان سهام، نسبت بدهی و نوع صنعت) قابل توصیف است. مقدار احتمال مربوط به آماره فیشر برای بررسی فرضیه صفر آماری مبنی بر عدم کفایت مدل (H₀: β₁ = β₂ = β₃ = ... = β₁₈ = 0) کمتر از ۰/۰۰۱ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ فرضیه صفر رد می‌شود. به عبارت دیگر کفایت مدل مورد تایید قرار می‌گیرد. مدل برازش شده نیز عبارتست از:

$$Y = -0.485 + 0.062x_1 + 0.048x_2 - 0.166x_3 + 0.127TYPE1 + \dots + 0.083TYPE15 + \varepsilon_0$$

مدل با توجه به وجود تعداد زیاد متغیرهای مستقل غیر معنی دار در مدل، بعد از انجام ۱۶ مرحله حذف متغیرهای غیر معنی دار، در نهایت مدل نهایی برازش شده به صورت زیر مشخص شد:

$$Y = -0.532 + 0.073 x_1 - 0.238 x_3$$

این مدل دارای ضریب تعیینی برابر ۰/۴۴۳ بوده و بدین معنی است که حدود ۴۴٪ از تغییرات متغیر پاسخ (میزان انتشار اینترنتی) بوسیله متغیرهای مستقل (لگاریتم طبیعی جمع داراییها و نسبت بدهی) قابل توصیف است. مقدار احتمال مربوط به آماره فشر برای بررسی فرض صفر آماری مبنی بر عدم کفایت مدل ($H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$) کمتر از یک هزارم می باشد که از ۰/۰۵ کوچکتر است بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد فرض صفر رد می شود و یا به عبارتی، کفایت مدل مورد تایید قرار می گیرد. در مدل نهایی مقدار احتمال مربوط به فرض صفر آماری ($H_0: \beta_1 = 0$) مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار بین متغیر مستقل (لگاریتم طبیعی جمع داراییها) و متغیر پاسخ (میزان انتشار اینترنتی) کمتر از یک هزارم می باشد که از ۰/۰۵ کوچکتر است بنابراین با اطمینان ۹۵٪ این فرض رد می شود در نتیجه ارتباط معنی داری بین دو متغیر مشاهده می شود. همچنین مقدار احتمال مربوط به فرض صفر آماری ($H_0: \beta_2 = 0$) مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار بین متغیر مستقل (نسبت بدهی) و متغیر پاسخ (میزان انتشار اینترنتی) کمتر از یک هزارم می باشد که از ۰/۰۵ کوچکتر است بنابراین با اطمینان ۹۵٪ این فرض رد می شود در نتیجه ارتباط معنی داری بین دو متغیر مشاهده می شود.

در نهایت با توجه به نتایج مدل نهایی می توان گفت از بین متغیرهای مستقل مورد بررسی تنها دو متغیر لگاریتم طبیعی جمع داراییها (اندازه شرکت) و نسبت بدهی بر انتشار اینترنتی تاثیر گذار می باشند که در این بین، لگاریتم طبیعی جمع داراییها (اندازه شرکت) بر انتشار اینترنتی دارای تاثیر مستقیم (مثبت) و نسبت بدهی بر انتشار اینترنتی دارای تاثیر معکوس (منفی) می باشد.

خلاصه و نتیجه گیری

سیستم اقتصادی بطور فزاینده ای در حال دیجیتال شدن است. به دلیل هزینه پایین و قدرت بالای فناوری اطلاعات و ارتباطات، امروزه شرکتها از آن در انجام بسیاری از امور بهره می گیرند. امروزه گزارشگری دیجیتال از طریق اینترنت به عنوان روش جدید دسترسی تصمیم گیرندگان (استفاده کنندگان) خارجی به اطلاعات مربوط حسابداری مطرح گردیده است و استفاده بیشتر از اینترنت در حسابداری در حال رشد است [۱۲]. از مزایای گزارشگری اینترنتی می توان به افزایش ویژگی مربوط بودن اطلاعات، کاهش هزینه انتشار اطلاعات، عمومی شدن اطلاعات، امکان افزایش حجم اطلاعات، به هنگام بودن اطلاعات و نیز امکان ارائه اطلاعات قابل ویرایش توسط استفاده کنندگان اشاره کرد. این تحقیق به بررسی رابطه بین برخی از متغیرهای شرکتها با میزان انتشار اینترنتی پرداخت. نتایج فرضیه اول نشان می دهد در شرکتهای عضو بورس اوراق بهادار ایران، بین اندازه شرکت با میزان انتشار اینترنتی رابطه مثبت وجود دارد. نتیجه حاصل از آزمون این فرضیه با نتایج تحقیقات انجام گرفته توسط سینگ وی و دسای [۳۲] و بازی [۱۳] در ایالات متحده، فرث [۱۸] در انگلستان، کوک [۱۵] در ژاپن، والاس و همکاران [۳۷] در ایتالیا، آدامز و حسین [۳]، ایتکن و همکاران [۷]، کراون و اسمانی [۱۷]، لانگ و لاندلم [۲۷]، مک کین و دالیمونتس [۲۳]، کراون و مارستون [۱۶]، مارستون و لئو [۲۲]، اشباق و همکاران [۹]، برنان و هوریگن [۱۱]، پریچگر و همکارش [۳۱]، و... تطابق دارد. نتایج فرضیه دوم حاکی از عدم وجود ارتباط بین بازده حقوق صاحبان سهام و میزان انتشار اینترنتی است. نتیجه حاصل از آزمون این فرضیه با نتایج تحقیقات انجام گرفته قبلی توسط اشباق و همکاران [۹]، والاس و همکاران [۳۷]، لاران و گینر [۲۶]، ثقفی و ملکیان [۲] تطابق دارد، در صورتی که با تحقیقات تجربی انجام گرفته توسط سینگ وی و دسای [۳۲] منطبق نمی باشد. در فرضیه سوم، رابطه بین اهرم مالی شرکت با میزان انتشار اینترنتی مورد آزمون قرار گرفت که نتیجه آن رابطه منفی بین این دو متغیر بود. نتایج

تحقیقات قبلی انجام گرفته در این زمینه بسیار متفاوت است. میچل و همکاران [۲۵]، حسین و همکاران [۲۱]، والاس و همکاران [۳۷]، ثقفی و ملکیان [۲] دریافتند که رابطه مثبت میان افشای اختیاری و مبلغ اهرم در ساختار سرمایه شرکت‌ها وجود دارد در حالی که محققانی از جمله مک کینن و دالیمونت [۲۳]، برنان و هوریگان [۱۱]، آیتکن و همکاران [۷] وجود چنین ارتباطی را منتفی می‌دانند و حتی میک و همکاران [۲۴] معتقد به وجود رابطه منفی بین اهرم شرکت و میزان انتشار در کشورهای ایالات متحده و انگلستان و اتحادیه اروپا می‌باشند. نتیجه حاصل از آزمون فرضیه سوم در تحقیق حاضر، با نتایج تحقیق میک و همکاران [۲۴] که در کشورهای ایالات متحده، انگلستان و اتحادیه اروپا انجام گرفته، تطابق دارد.

در فرضیه چهارم، که رابطه نوع صنعت و میزان انتشار اینترنتی را مورد بررسی قرار می‌داد مورد تایید قرار نگرفت. نتیجه حاصل از آزمون این فرضیه با نتایج تحقیقات انجام گرفته توسط واگنهوفر [۳۶]، بازلی و همکاران [۱۳]، آمرنیک و مایکو [۶]، لیمر، جانسون و بالدوین مورگان [۲۸]، برنان و هوریگان [۱۱]، لیمر و تالبرگ [۲۹] مطابقت دارد. اما با وجود این، برخی از محققان هم از جمله میشل و همکاران [۲۵]، مارستون و لئو [۲۲] و کراون و مارستون [۱۶]، هیچ ارتباط معناداری میان انتشار اطلاعات مالی و نوع صنعت مشاهده نکردند.

محدودیت‌های تحقیق

۱ - اگرچه در این تحقیق سعی شده است تا به بهترین شکل ممکن تمام اطلاعات موجود در وبسایت هر شرکت پوشش داده شده و بطور کامل ارزیابی شود اما ممکن است ناخواسته برخی اطلاعات از دید محقق پنهان گردیده و از قلم افتاده باشد.

۲ - محدودیت زمانی در انتخاب نمونه‌ها و محدودیت در بررسی متغیرها و عوامل این احتمال را به وجود می‌آورد که عوامل دیگری غیر از آنچه در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته‌اند، در میزان و محتوای اطلاعات منتشر شده از طریق اینترنت، موثر باشند.

۳ - چنانچه حقوق صاحبان سهام شرکتی عددی نسبتاً کوچک یا منفی باشد، تاثیر مخرج کسر بر نسبت، قابل ملاحظه خواهد بود، به نحوی که قابلیت مقایسه آن را از بین خواهد برد. لذا در این پژوهش، نمونه‌هایی انتخاب شدند که دارای ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام مثبت بوده و ارزش دفتری در سال $t-1$ منفی نباشد. لذا اثرات احتمالی عدم انتخاب اطلاعات مربوط به نمونه‌های مذکور بر نتایج تحقیق، باید مد نظر قرار گیرد.

۴ - تحقیق در دوره زمانی ۱۳۸۶ و در بورس تهران صورت گرفته است لذا نتایج تحقیق به دوره‌های دیگر و در مکانهای دیگر با احتیاط صورت گیرد.

منابع و مآخذ

۱. امینی، پیمان و مرادی، فریدون. (۱۳۸۶). گزارشگری واحدهای اقتصادی در اینترنت، فصلنامه حسابرس، سال نهم، شماره ۳۹، زمستان.
۲. ثقفی، علی و ملکیان، اسفندیار. (۱۳۷۷). جامعیت گزارشهای سالانه و ویژگی‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۲.

3. Adams, M., and M. Hossain, (1998): "Managerial discretion and Voluntary disclosure: Empirical evidence from the New Zealand life insurance industry", **Journal of Accounting and Public Policy**, fall, Vol.17
4. Ahmed, K. and J. K. Courtis,. (1999) "Association Between Corporate Characteristics and Disclosure Levels in Annual Reports: A Meta analysis. **British Accounting Review**, Vol.132
5. Amelia Garcia-Borbolla and M.Larran and R.Lopez. (2005). University of Cadiz. Spain. "Empirical Evidence Concerning Smes Corporate Websites: Explaining Factors, Strategies and Reporting". **The International Journal of Digital Accounting Research**. Vol.5, N.10, 5005, pp.171-202, ISSN: 1577-8517
6. Amernic, J. and M.Maiocco.(1981). "Improvements in disclosure by Canadian public companies", **Cost and Management**, November-December:16-20
7. Aitken, M.,C.Hooper and J.Pickering. (1997). "Determinants of Voluntary Disclosure of Segment Information: A Re-examination of the Rose of Diversification Strategy" **Accounting and Finance**, Vol.37
8. Arthur, A. (2001). "It's raining news: A study of more frequent reporting by large companies". Available: <http://www.arthurandersen.com/uk>
9. Ashbaugh H., M.Karla Johnstone; Terry D.Warfield, Sep (1999), "Corporate reporting on the Internet" **Accounting Horizons** 13(3):241-257
10. Bazley, M., P.brown, and H. Y. Izan. (1985): "An analysis of lease disclosures by Australian companies", **Abacus**, March, Vol.21
11. Bernan, N. and Hourigan. (2000): "Corporate Reporting on the Internet". **Accounting Horizons**. Vol 5.
12. Bonson,E. & T.Escobar. (2002). "A Survey on Voluntary Disclosure on the Internet. Empirical Evidence from 300 European Union Companies". **The International Journal of Accounting Research**. Vol.2, No.1, pp.27-57.
13. Buzby S.L., "Company Size, Listed Versus Unlisted Stocks and the Extent of Financial Disclosure," **Journal of Accounting Research**, 13, Spring, (1975), pp. 16 – 37.
14. Chow, C. W. and A.Wong-Boren. (1987) "Voluntary financial disclosure by Mexican corporations" **The Accounting Review**, July.
15. Cook, T.E, (1992): "The Impact of Size, Stock Market Listing And Industry Type On Disclosure In Annual Reports of Japanese Listed Corporation". **Accounting and Business Research**, Vol.22
16. Craven, B M. and C.L .Marston. (1999). "Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies". **European Accounting Review**.
17. Craven, B. M, and B .Otsmani. (1999): "Social and environmental reporting on the Internet by leading UK companies". Presented at the 22nd Annual Congress of the European Accounting Association, France.
18. Firth Micheal. (1979). "The Impact of Size, Sector Market Listing And Auditors on Voluntary Disclosure In Corporate Annual Reports", **Accounting and Business Research**. Vol.10
19. Haasbroek, Filistea (2002), "Dissemination of annual report information on the internet by South Africa companies", University of Johannesburg.
20. Hedlin, P. (1999). "The Internet as a vehicle for investor relations: the swedish case". **The European Accounting Review**, 8(2), pp 373-381.

21. Hossain, M.M., H.B. Perera, and A.R. Rahman. (1995). "Voluntary Disclosure in the Annual Reports of New Zealand Firms". **Journal of International Financial Management and Accounting**. Vol.6
22. Marston, C. and C.Y. Leow. (1998). "Financial reporting on the Internet by leading UK companies", presented at the 21st European Accounting Association Conference, Belgium, April.
23. McKinnon, J.L., and L. Dalimunthe. (1993). "Voluntary disclosure of segment information by Australian diversified companies". **Accounting and Finance**, Vol.33
24. Meek, G., C. Roberts, and S. Gray. (1995). "Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosure by U.S., U.K. and Continental European Multinational Corporations". **Journal of International Business Studies**. Third Quarter.
25. Mitchell, J., C. Chia, and A. Loh. (1995). "Voluntary Disclosure of Segment Information: Further Australian Evidence". **Accounting and Finance**, Vol.35
26. Larran, Manuel and Giner, Begona (2002). "The Use of Internet. For Corporate Reporting by Spanish companies." **The International Journal of Digital Accounting Research**. Vol.2, No.1, pp, 53-82.
27. Lang, M., and R. Lundholm. (1993). "Cross-Sectional determinants of analyst rating of corporate disclosure". **Journal of Accounting Research**. Vol 31.
28. Lymer, A.; R. Johnson and A. Baldwin-Morgan. (1997). "The Internet and small businesses: A study of impacts". presented at the 5th European conference on Information Systems.
29. Lymer, A. and A. Tallberg. (1997). "Corporate reporting and the Internet – survey and commentary on the use of the WWW in corporate reporting in the UK and Finland". **European Accounting Association**, Austria.
30. Iacovou, C. L., I. Benbasat and A.S. Dexter. (1995). "Electronic data interchange and small organizations: adoption and impact of technology". **MIS Quarterly**, Vol.19
31. Pirchegger, B. and A. Wagenhofer. (1999). "Financial Information on the Internet: A Survey of the homepages of Austrian Companies". **European Accounting Review**.
32. Singhvi, S. and H.B. Desai, (1971). "An Empirical Analysis of the Quality of Corporate Financial Disclosure". **Accounting Review**, 46, January.
33. Tariq H. Ismail, (2002). "An Empirical Investigation of Factors Influencing Voluntary Disclosure of Financial Information on the Internet in the GCC Countries". Faculty of Commerce, Cairo University, Egypt, July.
34. Tehmina Khan, (2007). "Internet Financial Reporting: Disclosure about companies on Websites". **Journal of Business Systems**. Governance and Ethics, Vol 2, No 2.
35. Van Kerckhoven, Tony. (2002). "The influence of cultural differences on Corporate Internet Reporting in three Western European countries: a preliminary study". University of Antwerp, Faculty of Applied Economics, p.3
36. Wagenhofer, A. (1990). "Voluntary Disclosure with a Strategic Opponent". **Journal of Accounting and Economics**. Vol.12
37. Wallace, O., R.S. Kamal Naser and M. Araceli. (1994). "The Relationship Between The Comprehensiveness of Corporate Annual Reports And Firm Characteristics In Spain". **Accounting and Business Research**, Vol.25, No.97.

38. Xiao, Z.Z, J.R Dyson and P.L Powell.(1996).“The impact of information technology on corporate financial reporting: A contingency perspective”. **British Accounting Review**, Vol.28