

تقييم جودة المحتوى الإعلامي للتقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً في سوق الخرطوم للأوراق المالية من وجهة نظر المستثمرين

فتح الإله محمد احمد محمد

استاذ المحاسبة المشارك - جامعة الملك خالد - المملكة العربية السعودية

محمد سعد عبيد محمد احمد

استاذ المحاسبة المساعد - جامعة الملك فيصل - المملكة العربية السعودية

الملخص: تناولت الدراسة النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية في سوق الخرطوم للأوراق المالية، حيث هدفت الدراسة إلى تقييم جودة المحتوى الإعلامي للمعلومات المحاسبية التي تحتويها التقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً في سوق الخرطوم للأوراق المالية من وجهة نظر المستثمرين من خلال بيان مدى توافر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية، ودرجة ثقة المستثمرين في هذه المعلومات المحاسبية المضمنة في التقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً. ولتحقيق أهداف الدراسة تم إعداد استمارة استبيان وزرعت على المستثمرين بسوق الخرطوم للأوراق المالية حيث بلغ حجم العينة (90) مستثمراً. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توافر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية بصورة عالية في التقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً، وأن المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية يثقون بصورة عالية في المحتوى الإعلامي للمعلومات المحاسبية المنشورة إلكترونياً.

الكلمات المفتاحية: التقارير والقوائم المالية، المحتوى الإعلامي، النشر الإلكتروني.

1. المقدمة:

تعتبر فئة المستثمرين من أهم فئات مستخدمي المعلومات المحاسبية وفق ما بينت قائمة المفاهيم رقم (1) الصادرة عن مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB, Objectives Financial Reporting by Business Enterprises) الأمر الذي يفرض ضرورة توفير ونشر هذه المعلومات في توقيت ملائم يمكنهم من ترشيد قراراتهم الاستثمارية، وإلا فإن هذه المعلومات قد تنخفض جودتها وتفقد قدرتها في الوفاء باحتياجات المستثمرين والتأثير على كفاءة قراراتهم الاستثمارية. في الوقت الراهن حدثت تطورات هائلة في مجال تطبيقات تقنيات المعلومات واستخداماتها في بيئة الأعمال الإلكترونية، حيث تعتبر شبكة المعلومات الدولية (Internet) واحدة من تقنيات المعلومات المتطورة التي أصبحت تستخدمها الشركات في تحقيق أهدافها والتي من بينها نشر وحفظ المعلومات المحاسبية من أجل تعزيز الثقة والشفافية في التقارير والقوائم المالية وإتاحتها لجمهور المستثمرين في توقيت ملائم وبصورة سريعة وفورية. فقد أشار رشيد (2011م) إلى أن استخدام الإنترنت للنشر الإلكتروني للمعلومات المحاسبية أصبح يمثل في الوقت الراهن مطلباً مهماً نظراً لأن استخدامها في عمل نظم المعلومات المحاسبية سوف يتركز بدرجة كبيرة في تبادل البيانات والمعلومات سواء داخل الشركة نفسها أو مع الشركات الأخرى، بالإضافة إلى أن النشر الإلكتروني يتيح الإفصاح الكافي وفي أوقات متعددة وبوسيلة اتصال بعدد لا نهائي من مستخدمي المعلومات المحاسبية وتخفيض تكاليف نشر المعلومات، وتسهيل عملية تخزين وحفظ واسترجاع المعلومات وتحليلها بواسطة متخذي القرارات.

نتيجة لذلك اتجهت العديد من الشركات إلى نشر بياناتها ومعلوماتها بشقيها المالي وغير المالي من خلال مواقع على شبكة الانترنت حتي يتمكن اصحاب المصالح المرتبطين بالشركة مثل المستثمرين والمساهمين والموردين والعملاء وغيرهم من الاطلاع على هذه المعلومات المنشورة الكترونياً ومن ثم ترشيد قراراتهم المبنية على هذه المعلومات. (عبد المنعم، 2005م). يعتبر التقرير المالي الالكتروني (IFR) Internet Financial Report أداة الافصاح المحاسبي الالكتروني التي تستخدمها الشركات عبر مواقعها الالكترونية في توصيل نتائج الاعمال إلى مستخدمي القوائم والتقارير المالية، الا ان النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية قد يصاحب بالعديد من المشاكل المتعلقة بمصداقية هذه التقارير وثقة المستخدمين فيها مثل التلاعب في القوائم كأن يحدث تضارب بين محتويات التقارير و القوائم المالية المنشورة الالكترونية و محتويات التقارير المعدة بصورة تقليدية والمعتمدة من قبل المراجع الخارجي للحسابات، اضافة إلى امكانية أن تقوم الشركة بعرض بيانات اضافة غير رسمية وغير معتمدة و عرض معلومات اختيارية تخرج عن نطاق المبادئ المحاسبية (GAAP)، فضلاً عن تضمين هذه التقارير والقوائم المالية معلومات تنبؤيه مستقبلية دون أن تكون قد خضعت للمراجعة والتدقيق من قبل المراجع الخارجي.

سوق الخرطوم للأوراق المالية يعتبر من اسواق الاوراق الناشئة (Emerging Financial Markets) ولا يجتذب سوى نسبة ضئيلة من الاستثمارات مقارنة بسوق المال في المنطقة العربية والاقليمية المحيطة بسبب المشاكل والعقبات والتحديات المختلفة ونتيجة لذلك سعى السوق إلى العمل على زيادة تدفق الاستثمارات من خلال عدة اساليب من اهمها تنشيط النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للشركات المدرجة بالسوق حتى يتمكن اصحاب المصالح بما فيهم المستثمرين من الاستفادة من مزايا النشر الإلكتروني للمعلومات المحاسبية في ترشيد قراراتهم الاستثمارية، بالإضافة إلى توسيع دائرة المستفيدين من معلومات التقارير والقوائم المالية بصورة تمكن من تنشيط سوق الخرطوم للأوراق المالية وزيادة كفاءته.

توصلت دراسة محمد على (2013م) إلى أن عملية النشر الإلكتروني للمعلومات المحاسبية داخل سوق الخرطوم للأوراق المالية تتم دون الاستناد إلى معايير واضحة او قواعد وضوابط واضحة تقيد عملية النشر والافصاح الالكتروني، مع تدني مستوى اهتمام الشركات المدرجة بالسوق بتحديث المعلومات المنشورة الكترونياً بصورة مستمرة. وبالتالي فإن محور التساؤل الذي لم تجب عليه هذه الدراسة وشكل نقطة الانطلاق هو إلى اي مدى تتمتع هذه المعلومات المحاسبية التي تقوم الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية بنشرها الكترونياً عبر مواقعها على شبكة الانترنت بالثقة والمصداقية من قبل المستثمرين.

مشكلة الدراسة:

يصاحب النشر الالكتروني للبيانات والمعلومات المحاسبية المضمنة في التقارير والقوائم المالية العديد من المشاكل مثل مصداقية محتوى هذه التقارير والقوائم وثقة المستخدمين بما ورد فيها في ظل غياب ضوابط الرقابة الملائمة وبالتالي التأثير في قرارات المستثمرين في أسواق رأس المال. استناداً على ما سبق فان هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على مدى توافر الثقة من قبل المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية في المعلومات المحاسبية المضمنة في القوائم والتقارير المالية المنشورة الكترونياً حيث تمثلت تساؤلات الدراسة فيما يلي:

1. ما مدى مساهمة النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية في تعزيز الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية؟
 2. ما مدى ثقة المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية في المعلومات المحاسبية المنشورة الكترونياً؟
- اهداف الدراسة:

- انطلاقاً من مشكلة الدراسة القائمة والمخاطر التي تحيط بعملية النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية وتأثير ذلك على قرارات المستثمرين في اسواق رأس المال فان الدراسة تهدف الى تحقيق الاهداف التالية:
1. التعرف على مفهوم النشر الالكتروني ومزاياه والمخاطر المحيطة به.
 2. بيان مدى مساهمة النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية في تعزيز الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية.
 3. التعرف على مدى ثقة المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية في المعلومات المحاسبية المضمنة في التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في محاولة تسليط الضوء على النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية وانعكاس ذلك على ثقة المستثمرين في سوق رأس المال و في المعلومات المحاسبية المضمنة في هذه التقارير والقوائم المالية ومدى اعتمادهم عليها في اتخاذ قرارات الاستثمارية، و الاقبال المتزايد من المستثمرين على الاعتماد على معلومات هذه التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً، والانفتاح الاقتصادي والتجارة الإلكترونية التي خلقت حاجة ماسة إلى توصيل المعلومات المحاسبية إلى الفئات المستفيدة في توقيت ملائم وبصورة سريعة وفورية.

فرضيات الدراسة:

ما زال النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية داخل سوق الخرطوم للأوراق المالية غير اجباري وتمارسه الشركات بدون وجود اي معايير او قواعد مهنية ثابتة وبالتالي اصبحت عملية النشر الالكتروني تختلف من شركة إلى اخرى نتيجة لغياب المعايير الملزمة لعملية النشر الالكتروني مما قد يؤثر على اتجاهات المستثمرين و كفاءة قراراتهم عند اعتمادهم على المعلومات المحاسبية المنشورة الكترونياً، وانطلاقاً من ذلك فإن الدراسة تقوم على اختبار الفرضيات الاتية:

الفرضية الاولى:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين توفر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية والنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية في سوق الخرطوم للأوراق المالية من وجهة نظر المستثمرين.

الفرضية الثانية:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الثقة في المحتوى الاعلامي للتقارير والقوائم المالية والنشر الالكتروني في سوق الخرطوم للأوراق المالية من وجهة نظر المستثمرين.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي لدراسة واستقراء الدارسات والكتابات السابقة في الفكر المحاسبي المتعلقة بموضوع الدراسة، والمنهج الوصفي التحليلي للوقوف على مدى ثقة المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية في المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية التي تقوم شركات المدرجة في السوق بنشرها الكترونياً من خلال اراء عينة من المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة الزمانية في العام 2015م، حيث تم توزيع استقصاء العينة وبالتالي فإن اجابات العينة تمثل حالة آنية لأرائهم خلال الفترة المذكورة. اما الحدود المكانية فتتمثل في سوق الخرطوم للأوراق المالية - السودان.

2. الاطار النظري:

النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية:

يمثل النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية تطوراً للإفصاح المحاسبي الذي يعتمد على الاستفادة من وسائل تقنيات الاتصالات الحديثة في توصيل نتائج اعمال الوحدة الاقتصادية إلى مختلف الجهات ذات المصلحة والمستفيدة من المعلومات المحاسبية التي تحتويها هذه التقارير والقوائم المالية. وتتطلب عملية النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية قيام الوحدة الاقتصادية بنشر مباشر وفوري عبر شبكة الانترنت لمعلومات مالية وغير مالية ترغب الوحدة الاقتصادية في عرضها على كافة المستفيدين وأصحاب المصالح.

عرف النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية بأنه قيام الوحدة الاقتصادية بإنشاء موقع لها على الشبكة الدولية للمعلومات (Internet) بهدف تحقيق نشر سريع وفوري لمعلومات مالية وغير مالية عديدة على قطاعات واسعة من المستخدمين المتصلين بالشبكة. (توفيق، 2002م).

يشير اخر أن النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية يعني قيام الشركة بإنشاء موقع او أكثر على شبكة المعلومات الدولية لنشر المعلومات التي ترى الشركة انها تغطي قطاعات واسعة من مستخدمي الشبكة، ويعد النشر الالكتروني عند قيام الشركة بنشر مجموعة كاملة من القوائم المالية السنوية او تقارير مالية دورية او ربط هذه القوائم بموقع رسمي او كل ما سبق. (Debreceeny, et.al 2005).

في حين أشار (Hollis, et.al, 1999) إلى انه في النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية تقوم الشركات باستخدام الانترنت لنشر تقاريرها المالية عن طريق نشر مجموعة شاملة من البيانات المالية وهوامش وتقارير المدققين، وتقرير مجلس الادارة السنوي في مكان اخر على الانترنت، اضافة إلى تقارير الى هيئة تبادل الاوراق المالية Securities and Exchange Commission (SEC) لتجميع البيانات المالية للشركات المساهمة ومن ثم تحليلها وفق نظام معين وطرحها على موقع (SEC) على الانترنت.

من خلال التعريفات السابقة يتضح ان الوحدة الاقتصادية التي تطبق النشر الالكتروني هي التي لها موقع على شبكة الانترنت يتضمن مجموعة كاملة من القوائم المالية السنوية والتي تشمل قائمة المركز المالي وقائمة الدخل وقائمة التدفقات النقدية والايضاحات المتممة للقوائم المالية، بالإضافة الى تقرير المراجع الخارجي للحسابات، والتقارير الفترية (Interim Reports) طبقاً للمعيار المحاسبي الدولي (34) (34) International Accounting Standard IAC، فضلاً عن وجود رابط (وصلات) Link بهذه القوائم المالية يمكن المستخدم من الاستعراض والحصول على بيانات ومعلومات التقارير المالية المنشورة إلكترونياً.

يتفاوت محتوى التقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً تفاوتاً واضحاً من حيث نوعية المعلومات واسلوب عرضها في الموقع الالكتروني، اضافة إلى وسائل وامكانيات عرض المعلومات المالية التي تتفاوت ما بين وسائل مقيدة للنشر من حيث عدم ربط البيانات المنشورة مع بيانات اخرى متعلقة بها، و اخرى وسائل وادوات متطورة تسمح بتحويل وربط النصوص والافصاح عن المعلومات المحاسبية. (العتيبي، 2005م).

مراحل تطور النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية:

مرت عملية نشر التقارير والقوائم المالية عبر الشبكة الدولية للمعلومات بثلاث مراحل رئيسية هي: (Lymer & Debreceeny, 2003)

المرحلة الاولى: في هذه المرحلة قامت الشركات بتوفير نسخة من المعلومات المالية مطابقة لما هو موجود في النسخ الورقية من خلال استخدام ملفات Portable Document File (PDF) ولكن يعاب على استخدامه الوقت الطويل لتحميله وعدم

وجود خاصية الروابط التفاعلية التي تسمح بالتنقل داخل الموقع وبين اجزاء التقرير، كما انه لا يسمح بنسخ التقارير والقوائم المالية واعادة تحميلها بصورة جداول الكترونية يسهل التعامل معها.

المرحلة الثانية: حيث استخدمت الشركات لغة ترميز النصوص التفاعلية (HTML) Hyper Text Markup Language لعرض المعلومات المالية على مواقعها الالكترونية. وعلى الرغم من تجاوز هذه اللغة بعض سلبيات ملف (PDF) الا انها يعاب عليها انخفاض كفاءة حفظ وطباعة التقارير وكذلك نقلها المعلومات كمستند كامل دون نقل الوحدات المنفردة بصورة منفصلة، فضلاً عن أن المعلومات لا تكون جاهزة للتحليل من قبل المستخدم الا بعد اعادة ادخال البيانات مرة اخرى.

المرحلة الثالثة: في هذه المرحلة تم تجاوز سلبيات المراحل السابقة و استخدمت الامكانيات المتطورة لتكنولوجيا الانترنت حيث ظهرت لغة الترميز الموسعة (XML) Extensible Markup Language في تبادل المعلومات حول شبكة الانترنت، بالإضافة إلى ظهور لغة تقرير الاعمال الموسعة (XBRL) Extensible Business Reporting Language وهي برنامج يضيف بطاقة تعريفية لكل جزئية من معلومات القوائم المالية الالكترونية باستخدام علامة او شفرة تعريفية، كما زودت لغة (XBRL) المستخدم بإمكانية اجراء تحليلات للمعلومات دون اعادة ادخال البيانات مرة اخرى.

مقومات النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية:

تتمثل اهم مقومات النشر الالكتروني للتقارير و القوائم المالية في توافر ما يلي: (توفيق، 2000م)

1. بيانات ومعلومات وصفية غير مالية.
2. بيانات ومعلومات مالية.
3. ادوات ربط سريعة Hyperlinks مع مواقع اخرى على الشبكة توفر للمتصل سرعة الحصول على بيانات ومعلومات اخرى مكتملة قد يحتاج اليها من هذه المواقع.
4. ادوات على الموقع تتيح للمستخدم اجراء عمليات معينة مع المنشأة صاحبة الموقع كخدمات التجارة الالكترونية والمحاسبة وخدمات البنك الفوري Online Bank وغيرها، وتنتهي بتقديم بيانات ومعلومات بهذا الخصوص للمستخدمين.

معايير النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية:

هناك مجموعة من المعايير التي يجب أن تتقيد بها وتنفذها الوحدة الاقتصادية عند القيام بالنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية على الموقع الالكتروني على الانترنت والتي تشمل الاتي: (Lymer, 1999)

1. عدم تضارب محتويات التقارير المالية المنشورة على الانترنت مع محتويات التقارير المعدة بصورة تقليدية والمنشورة بالصحف.
2. تحديد الجزء من موقع الوحدة الاقتصادية على الانترنت الذي يتم عرض التقرير المالي فيه بحدود تفصله عن باقي اجزاء الموقع حتي يسهل للمستخدمين الوصول اليه، وانه يخضع للرقابة والمتابعة بواسطة مراجع الحسابات.
3. عند نشر القوائم والتقارير المالية بشكل اكثر تفصيلاً عن القوائم المالية المنشورة بالطرق التقليدية يجب على الوحدة الاقتصادية التأكيد على المطابقة بين البيانات المنشورة على الانترنت و المنشورة تقليدياً، مع توضيح وبيان المبادئ المحاسبية التي استخدمت في اعداد التقارير والقوائم المالية و بيان اي تغييرات في المبادئ المحاسبية المستخدمة.
4. امكانية المستخدمين من تحميل البيانات على الاقراص الصلبة على اجهزة الحاسب الآلي حتى يمكنهم اجراء تحليلاتهم المالية دون الحاجة إلى الرجوع إلى الموقع الالكتروني مرة اخرى، فضلاً عن الظروف التي قد تحول دون توفر شبكة الانترنت عند الحاجة .

5. نشر التقرير والقوائم المالية بلغته الاصلية على الموقع الإلكتروني وفي مكان محدد لكي يتمكن المستخدمين القيام بالمقارنة متى ما احتاجوا لذلك.
 6. في حالة قيام الوحدة الاقتصادية بالنشر الإلكتروني لتقاريرها وقوائمها المالية على الانترنت بلغات مختلفة عن لغة التقرير الاصيلي يجب على مراجع الخارجي للحسابات القيام بمراجعة تلك التقارير والقوائم المالية، وفي حالة عدم تكليف الوحدة الاقتصادية للمراجع الخارجي للحسابات بالمراجعة والتدقيق يجب عليها الإشارة إلى ذلك صراحة في التقرير المترجم.
 7. إبقاء مكان وصفحات التقارير والقوائم المالية في نفس الموقع على شبكة الانترنت و أن يكون ذلك لفترة محددة و معلنة على نفس المكان.
 8. أن يتم تحديد تاريخ نشر التقارير والقوائم المالية وتاريخ اخر تعديل عليها إذا وجد والعمل على تحديث أسعار الأسهم المعلنة من قبل منذ بدء تاريخ النشر للتقارير والقوائم المالية.
- دوافع الوحدات الاقتصادية للنشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية:**

- هناك عدة دوافع تحث الوحدات الاقتصادية للاهتمام بالنشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية على الموقع الإلكتروني، منها: (الجبر، 2002م)
1. تتميز البيانات المتعلقة بالتقارير التجارية عامة والتقارير المالية بصفة خاصة بأن فائدتها متوقفة على توقيت الحصول عليها وبالتالي فإن نشر هذه التقارير إلكترونياً على الانترنت يزيد من فائدتها وقيمتها لسرعة توصيلها للمستخدمين.
 2. تكلفة نشر وعرض التقارير والقوائم المالية إلكترونياً على الانترنت تعتبر قليلة مقارنة بالطريقة التقليدية التي تشمل تكلفة الطباعة الورقية و من ثم التوزيع والنشر على الصحف والوسائل الإعلامية الأخرى.
 3. وجود معلومات التقارير والقوائم المالية على الانترنت للسنوات المختلفة مفيد في إجراء التحليل للسلاسل الزمنية.
 4. تفيد شبكة الانترنت في توفير حوار معلوماتي دائم ومشترك بين الوحدة الاقتصادية و المستخدمين حول معلومات التقارير والقوائم المالية.
 5. يتيح النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية امكانية زيادة كمية ونوعية المعلومات المقدمة وتوفرها خلال فترة قصيرة .
 6. يتيح نشر التقارير والقوائم المالية إلكترونياً عبر شبكة الانترنت توفير هذه المعلومات لبعض المستخدمين غير المعروفين .

فجوة الثقة في المعلومات المحاسبية المنشورة إلكترونياً:

تحقق عملية النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية عبر الانترنت عدة مزايا و منافع سواء للوحدة الاقتصادية او المستثمرين، إلا أن هناك بعض المحددات والمخاطر التي قد تحد من الثقة في الاعتماد على المعلومات الواردة في هذه التقارير والقوائم المالية مما يخلق فجوة ثقة لدى المستثمرين من خلال الآتي: (المطيري، 2003م)

1. تعرض البيانات المالية المنشورة إلكترونياً عبر الانترنت والمراجعة من قبل المراجع الخارجي للحسابات إلى التلاعب والتغيير من قبل الوحدة الاقتصادية ذاتها.
2. التأثير على إدراك المستخدمين من خلال استخدام الروابط التفاعلية في خلط معلومات التقارير والقوائم المالية التي خضعت للمراجعة والتدقيق بمعلومات أخرى لم تخضع للمراجعة والتدقيق بهدف اضعاف الثقة والمصدقية عليها. (Hodge, 2001).

3. تعرض البيانات المالية المنشورة إلكترونياً عبر الانترنت المراجعة والمعتمدة وغير المراجعة للتلاعب والتغيير من قبل اطراف اخرى بسبب عدم تأمين الموقع الالكتروني .
4. أشار Fisher (2004) إلى قيام بعض الشركات النيوزيلندية بتوفير قوائم مالية مختصرة عبر مواقعها الالكترونية و ارفاق تقرير مراجع الحسابات بتلك القوائم المختصرة .
5. اوضح Ettredge, et al., (2000) في دراسة على عينة من الشركات الامريكية أن اغلب الشركات التي يتحفظ مراقب الحسابات في تقريره حول استمراريتها في اداء النشاط تكون اكثر رغبة في عدم ارفاق التقرير مع القوائم المالية إلكترونياً.
- اما محمود و مهدي (2010م) فقد قاما بتصنيف التحديات التي تؤثر في مصداقية التقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً إلى مجموعتين كالآتي :
- 1- مجموعة التحديات التي ترجع إلى الخصائص التكنولوجية التي تتميز بها صفحة الويب والتي اتاحت الفرصة إلى امكانية اساءة استخدام تلك الخصائص في التأثير على مصداقية القوائم المالية في ظل غياب ضوابط الرقابة الملائمة وتشمل الآتي: (المليجي، 2002م)
- أ- التلاعب في القوائم المالية من خلال قيام بعض الاطراف باختراق موقع الشركة سوء من داخلها او خارجها واجراء بعض التعديلات على معلومات القوائم المالية.
- ب- التلاعب في تقرير مراقب الحسابات المرفق مع القوائم المالية المنشورة إلكترونياً سواء من طرف الشركة او من طرف خارجي دون ترك أي أثر على كيفية حدوث هذا التغيير.
- ت- قيام بعض الشركات بإعداد تقرير مراقب حسابات وهي متضمناً توقيع مزيف لمراقب الحسابات .
- ث- امكانية اجراء مسح ضوئي (Scanning) لتقرير و توقيع مراقب الحسابات المرفق بالقوائم المالية لشركة ما و ارفاقه بالقوائم المالية لشركة اخرى لم يتم تدقيقها.
- ج- تضمين الموقع الالكتروني ملفات صوتية و فيديوها و غيرها يوحى للمستخدم بان تلك الملفات تدخل ضمن نطاق التقرير المالي و اعتقاده أن تلك الملفات يشملها تقرير مراقب الحسابات مما يؤدي إلى التضليل.
- ح- التحديث المستمر للمعلومات على الموقع الالكتروني قد يضعف الثقة تجاه تلك المعلومات خاصة بان ذلك قد يوحى إلى المستخدم أن تلك المعلومات الحديثة يشملها تقرير مراقب الحسابات في حين انها عكس ذلك.
- 2- مجموعة التحديات التي ترجع إلى اختلاف وتنوع ممارسات الافصاح الالكتروني ومدى وحجم الافصاح وتشمل الآتي: (محمد، 2001)
- أ- الخروج عن قواعد الافصاح العادل فقد تعتمد بعض الشركات حذف بعض القوائم المالية الاساسية او الايضاحات المتممة لها.
- ب- عرض معلومات اختيارية تخرج عن نطاق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها ولم تخضع للتدقيق من قبل مراقب الحسابات.
- ت- تضمين الموقع الالكتروني معلومات محاسبية تنبؤية مستقبلية غير خاضعة للتدقيق من قبل مراقب الحسابات.
- ث- نشر القوائم المالية بدون ارفاق تقرير مراقب الحسابات مما قد يثير الشك لدى المستخدم حول مصداقية تلك القوائم وأن الهدف اخفاء معلومات مهمة يتضمنها التقرير.

ج- قيام بعض الشركات بنشر تقرير مراقب الحسابات مرفقاً مع القوائم المالية إلكترونياً دون وجود توقيع لمراقب الحسابات عليه مما يؤثر على مصداقيته لدى المستخدمين.

مما سبق يرى الباحثان انه لا بد من استنباط وسائل وحلول تساهم في سد فجوة الثقة الناتجة عن التقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً عبر الانترنت من خلال توفير وسائل تكنولوجيا واساليب تقنية تساهم في دعم اعمال الرقابة الالكترونية، والعمل على توفير معايير مهنية تحكم عملية النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية وتحد من تنوع وتباين ممارسات النشر الالكتروني وتدعم الثقة وتزيد من مصداقية المعلومات المحاسبية المنشورة إلكترونياً.

المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية:

هناك عدة مفاهيم للمحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية في أدبيات المحاسبة تفاوتت ما بين المفهوم العادي حيث يرى (Watts and Zimmerman, 1986) أن المحتوى الاعلامي Information Content يتعلق بما أن كان حدث معين مثل الاعلان عن الأرباح له تأثير على أسعار الاسهم وقت الإعلان.

اما عبد المنعم (1995م) يرى أن مفهوم المحتوى الإعلامي يتركز بصفة أساسية في الآثار المترتبة عن قيام منشأة الأعمال بالإفصاح او الاعلان عن معلومة او معلومات معينة والتي من شأنها احداث تغييرات في قرارات المستثمرين بشأن تقديراتهم السابقة بما يؤثر على الأسعار المحددة للأوراق المالية الخاصة بتلك المنشأة.

يتضح مما سبق أن هناك علاقة بين اسعار الاسهم و المعلومات المحاسبية التي تنشر في التقارير والقوائم المالية حيث تعتبر هذه المعلومات المحاسبية بمثابة مؤشرات قد تؤثر على اتجاهات المستثمرين ومن ثم تحسين نوعية قراراتهم. يري (Biddle et al, 1995) أنه قد يمدنا أحد المقاييس المحاسبية بمحتوى اعلامي اضافي (Incremental Information) يزيد و يختلف عن المحتوى الاعلامي عن كل المقاييس الاخرى الموجودة في نفس الوقت .

ومن جهة اخرى قد يكون لاحد المقاييس المحاسبية محتوى اعلامي نسبي Relative Information Content يساوي او أكبر او أقل من مقياس اخر.

يتضح مما سبق أن المحتوى الاعلامي النسبي يهتم فقط إذا ما كان المحتوى الإعلامي لمقياس ما أكبر او أقل من او يساوي المحتوى الاعلامي لمقياس اخر، في حين يهتم المحتوى الإعلامي الإضافي إذا ما كان المحتوى الإعلامي للمقياسين معاً يزيد و أكبر من المحتوى الاعلامي لأي مقياس بصورة منفصلة عن الاخر.

يتضح من العرض السابق أن المستثمرين في أسواق رأس المال يحتاجون إلى معلومات ذات فوائد متعددة تساعدهم في تخفيض ظروف عدم التأكد وترشيد قراراتهم الاستثمارية من خلال اعتمادهم على معلومات التقارير والقوائم المالية والتي تزيد فعاليتها من خلال جودة المحتوى الإعلامي لهذه المعلومات وملائمة مضمونها ومستوى الإفصاح فيها ومدى قدرتها على تلبية الاهتمامات الاساسية للمستثمرين والاحتياجات المشتركة بينهم. يتضح كذلك أن المحتوى الإعلامي للتقارير والقوائم المالية يتضمن عدة أبعاد تشمل الآتي:

- 1- توفر درجة عالية من المصداقية والملائمة والشفافية والشمول (الخصائص النوعية) للمعلومات المحاسبية التي تمثل المحتوى الإعلامي لوسيلة الاتصال بين الوحدة الاقتصادية والمستثمرين.
- 2- ترتبط جودة المحتوى الإعلامي للمعلومات المحاسبية في الحد من عدم التأكد لدى متخذ القرار من خلال توفير معلومات ذات فوائد متعددة ومفيدة للمستثمر.
- 3- يرتبط المحتوى الإعلامي للمعلومات المحاسبية بمفهوم الإفصاح المحاسبي بشقيه التقليدي و الالكتروني عبر الانترنت من خلال عرض وتوصيل المعلومات بشكل مفهوم وملائم وغير مضلل لمستخدم هذه المعلومات.

- 4- ترتبط درجة استفادة مستخدمي المعلومات المحاسبية المنشورة في التقارير والقوائم المالية باستخدام طريقة فعالة لتوصيل هذه المعلومات في الوقت المناسب والملائم.
- 5- المحتوى الإعلامي العادي لمتغير معين هو مدى قدرة هذا المتغير على تفسير التغير في أسعار او عوائد او حجم تداول الأسهم.
- 6- المحتوى الإعلامي الإضافي هو قدرة متغير معين على تقديم معلومات تختلف عن المعلومات التي يتضمنها متغير اخر او أكثر بحيث تساهم في تفسير أسعار او عوائد او حجم تداول الأسهم.
- 7- المحتوى الإعلامي النسبي يعنى مدى احتواء متغير ما على معلومات أكبر من تلك التي يتضمنها متغير اخر وتساهم في تفسير أسعار او عوائد او حجم تداول الاسهم.

خصائص جودة المعلومات المحاسبية:

يلعب الإعلام المحاسبي دوراً كبيراً وفعالاً في توجيه سلوك المستثمرين وذلك من خلال المصادقية والملائمة والشمول للمعلومات المحاسبية التي تمثل المحتوى الإعلامي لوسيلة الاتصال بين الوحدة الاقتصادية والبيئة الداخلية والخارجية التي تحيط بها، ويرتبط البعد الإعلامي بالإفصاح المحاسبي من خلال عرض وتوصيل المعلومات بطريقة تجعل التقارير والقوائم المالية غير مضللة ومفهومة للمستخدمين.

تمثل المعلومات المالية والمحاسبية المحتوى الإعلامي لرسائل الإعلام المحاسبي حيث تساهم في تحسين القرارات وتحقيق الكفاءة و الفاعلية للقرارات الاستثمارية وبالتالي لابد أن تتصف هذه المعلومات بعدة صفات تزيد من جودتها وبالتالي من فائدة محتواها الإعلامي للمستخدمين.

يقصد بجودة المعلومات المحاسبية تلك الخصائص التي يجب أن تتصف بها المعلومات المحاسبية المفيدة في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية وتستخدم هذه الخصائص النوعية كأساس لتقويم مستوى جودة المعلومات المحاسبية.(مطر، والسيوطي، 2008م).

حدد مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB) Financial Accounting Standards Board (FASB) الخصائص التي يلزم توفرها في المعلومات المحاسبية حتى تكون مفيدة في عملية اتخاذ القرار في الخصائص النوعية التالية: (FASB,2006)

1- **الملائمة Relevance**: المعلومات الملائمة هي التي تعمل على إحداث فرق في اتخاذ القرارات للمستخدمين بمساعدتهم في تقييم الآثار المحتملة للماضي والحاضر والمستقبل وغيرها من الأحداث بحيث يكون لها قيمة لها قيمة تنبؤيه Value Predictive و القدرة على تأكيد وتصحيح تقييماتهم السابقة (قيمة توكيدية) Confirmatory Value.

مما سبق يخلص الباحثان إلى أن القيمة التنبؤية لا تعني أن المعلومات نفسها هي التنبؤ او التوقع لكن يعني أن لها قيمة كمدخل في عملية التنبؤ وأن تعمل المعلومات الملائمة على تأكيد او تصحيح او تغيير التوقعات السابقة او الحالية للمستخدمين، بالتالي فإن المعلومات المحاسبية الملائمة هي التي تؤثر على سلوك متخذ القرار من خلال مساعدته في تقويم الاحداث الماضية والحالية و اعداد التنبؤات المستقبلية .

2- **التوقيت الملائم او التزامن Timeliness**: حيث يجب أن يتم اعداد المعلومات بحيث تصل إلى مستخدمها في الوقت المناسب قبل أن تفقد هذه المعلومات قدرتها على التأثير على عملية اتخاذ القرار، مع الاخذ في الاعتبار أن مجرد توفر المعلومات في الوقت المناسب لا يعني بالضرورة انها ملائمة لاتخاذ القرارات.

3- **الموثوقية (الاعتمادية) Reliability**: الموثوقية هي درجة كون المعلومات المحاسبية خالية من الخطأ والتحيز إلى حد منطقي ومعقول ويمثل عرضاً أميناً وصادقاً للمعلومات.

- 4- **التمثيل الصادق Faithful Representation**: حتى تكون المعلومات مفيدة في الاستثمار والالتزام يجب أن تعكس بصدق الظواهر الاقتصادية التي تمثلها وان تكون قابلة للتحقق ومحايده وكاملة. ويتطلب التمثيل الصادق للمعلومات المحاسبية توفر الخصائص الفرعية الآتية:
- أ- **قابلية الصحة والتحقق Verifiability**: تعنى وجود درجة عالية من الاجماع بين المحاسبين المستقلين عند استخدامهم نفس طرق القياس والوصول إلى نفس النتائج والاستنتاجات. وخاصة التحقق من المعلومات تجنب ذلك النوع من التحيز المتعلق بشخصية القائم بعملية القياس ولكنها لا تضمن أن الطريقة المستخدمة في القياس هي الطريقة الصحيحة للتعبير عن الظاهرة الاقتصادية تعبيراً صادقاً ولكن عن طريق تكرار تطبيق طريقة معينة من طرق القياس بواسطة اشخاص اخرين وبصورة مستقلة يمكن توفير دليل على عدم وجود تحيز شخصي من قبل القائم بعملية القياس.
- ب- **الحياد Neutrality**: يقصد بالحياد عدم اختيار معلومات بشكل ينتج عنه تفضيل جهة او طرف معين من الأطراف المعنية والمهتمة بالمعلومات المحاسبية على حساب جهات او أطراف اخرى او بهدف التأثير على سلوك مستخدم هذه المعلومات في اتجاه معين.
- ت- **الاكتمال Completeness**: يعني تضمين التقارير المالية كل المعلومات اللازمة للتمثيل الصادق للظواهر الاقتصادية.
- 5- **قابلية المقارنة Comparability**: تعنى أن المعلومات الخاصة باي منشأة اقتصادية تكون أكثر فائدة إذا كان بالإمكان مقارنتها مع المعلومات متشابهة خاصة بمنشآت اخرى مماثلة ومقارنة اداء المنشأة نفسها فيما بين الفترات الزمنية المختلفة .
- 6- **الاتساق Consistency**: يقصد بالاتساق استخدام نفس السياسات المحاسبية والاجراءات المستخدمة في اعداد المعلومات المحاسبية من فترة لأخرى وذلك من اجل تجنب اي استنتاجات خاطئة قد تنتج عن عدم الثبات في تطبيق المبادئ والسياسات والقواعد المحاسبية . في بعض الاحيان قد تفرض متغيرات البيئة على الوحدة الاقتصادية تغيير بعض الاساليب والقواعد المحاسبية التي تستخدمها مما يؤدي إلى توفير معلومات افضل لأغراض اتخاذ القرارات في مثل هذه الحالات أقر مجلس معايير المحاسبة المالية الامريكية (FASB) ضرورة الافصاح عن اي تغيير وبيان أثره على الدخل في الفترة المحاسبية التي تم فيها .
- 7- **الأهمية النسبية Materiality**: يجب عدم اغفال اي معلومات في التقارير المالية يمكن أن تؤثر على قرارات تخصيص الموارد، وتعتبر المعلومات ذات أهمية نسبية إذا كان الافصاح عنها من عدمه له تأثير على قرارات مستخدمي تلك المعلومات.
- 8- **القابلية للفهم Understandability**: حيث يمكن للمستخدمين الذين لديهم معرفة معقولة بالأعمال والأنشطة الاقتصادية واعداد التقارير المالية فهم معني المعلومات المحاسبية. وتساعد عملية تصنيف المعلومات وتمييزها وعرضها بوضوح وايجاز في تعزيز القابلية للفهم، لكن لا ينبغي استبعاد بعض المعلومات فقط لأنها قد تكون معقدة للغاية او صعبة الفهم لبعض المستخدمين.
- مما سبق يرى الباحثان أن جودة المعلومات المحاسبية لا يمكن اسنادها فقط إلى الخصائص الذاتية لهذه المعلومات ولكن تتأثر كذلك بمستخدمي هذه المعلومات (متخذي القرارات) حيث يتوقف نفع المعلومات المحاسبية على من يتخذ القرار ونوع القرار وطريقة اتخاذ القرار واسلوب متخذ القرار في تحليل هذه المعلومات بصورة جيدة والاستفادة منها ويتطلب ذلك أن تكون المعلومات المحاسبية مفهومه لمتخذ القرار حتى يتمكن من الاستفادة منها.

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (Per van (2005) الى بيان موقف شركات المساهمة المدرجة في البورصات الكرواتية من الافصاح المحاسبي الالكتروني عبر الانترنت وذلك عن طريق اختبار عينة من 38 شركة. وظهرت الدراسة أن عشرين شركة تستخدم التقارير المالية على الانترنت وأن معظم الشركات تستخدم تنسيق (PDF) للتقارير المنشورة، كذلك أن معظم الشركات التي تستخدم التقارير المالية عبر الانترنت هي في مجملها أكبر أو أكثر ربحية واسهمها أكثر نشاطاً من أسهم الشركات التي لا تستخدم التقارير المالية عبر الانترنت، بالإضافة إلى أن الاستثمار في اعداد التقارير المالية على شبكة الانترنت هو قرار مفيد للشركات المساهمة التي ترغب في تعزيز شفافية عملياتها.

اما دراسة سالم (2006م) فقد هدفت إلى تنظيم السياسات المحاسبية للتقارير المالية المنشورة على الانترنت وتحقيق خصائص جودة المعلومات للتقارير المالية المنشورة على شبكة الانترنت لتعظيم منفعة المعلومات المحاسبية، فضلاً عن محاولة وضع اطار مقترح لمعيار محاسبي خاص بنشر التقارير المالية على شبكة الانترنت. فقد توصلت الدراسة إلى أنه من الضروري نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت وذلك لتحقيق خصائص جودة المعلومات المحاسبية لأنه سيجعل مستخدمي المعلومات المحاسبية على مختلف فئاتهم يحصلون على معلومات مالية في الوقت المناسب وفي اي مكان في مختلف دول العالم، بالإضافة إلى عدم وجود تنظيم للسياسات المحاسبية لنشر التقارير المالية على الانترنت، كما قام الباحث بوضع إطار مقترح لمقومات معيار محاسبي لنشر القوائم المالية الالكترونية على الانترنت.

سعت دراسة الخولي (2008م) إلى بيان مدى أهمية الافصاح الالكتروني عن التقارير والقوائم المالية بالأخص قائمة التدفقات النقدية في تقييم الشركات وتطويرها في البورصة المصرية وذلك من خلال تصميم نموذج للمقارنة بين الفترة التي تفصح فيها الشركات عن قائمة التدفقات النقدية بالطريقة التقليدية والفترة التي تفصح فيها الشركات عن نفس القائمة عبر الانترنت وأثار ذلك على تنشيط بورصة الأوراق المالية في مصر. وتوصلت الدراسة إلى أن الافصاح الالكتروني عن التدفقات النقدية يؤدي دوراً مهماً وحيوي في تلبية المتطلبات المختلفة لمستخدمي المعلومات المحاسبية في سوق الأوراق المالية وذلك من خلال مساهمته في ترشيد قرارات المستثمرين والتغلب على بعض المشاكل التي تواجه الاستثمار في سوق الاوراق المالية.

سعى (Mahdi (2010) في دراسته إلى التحقق حول سلامة التقارير المالية المنشورة عبر الانترنت للشركات المدرجة في بورصة طهران. حيث تم اعداد قائمة تحتوي على 34 سمه من السمات بالاعتماد على المواقع الالكترونية لهذه الشركات. وقد اظهرت نتائج الدراسة أن هذه الشركات ضعيفة في تقديم البيانات المالية على المواقع الالكترونية مقارنة بأبحاث مماثلة في بلدان اخرى، كذلك فان ارشيف البيانات المالية للعديد من الشركات المدرجة في بورصة طهران غير مكتملة على المواقع الالكترونية لهذه الشركات.

تناولت دراسة رشيد (2011) الدور الذي يلعبه مراقب الحسابات في اضاء الثقة بالبيانات المحاسبية المنشورة على الانترنت في بيئة التجارة الالكترونية وذلك من خلال تحديد دور لغة الاعمال الموسعة (XBRL) في تطوير النشر الالكتروني للبيانات المحاسبية، والتعرف على مهام مراقب الحسابات في اضاء الثقة بالبيانات المحاسبية المنشورة على الانترنت، فضلاً عن أهم خدمات اضاء الثقة المستحدثة في مجال مهنة مراقبة الحسابات. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن تقنيات المعلومات و تطوراتها اظهرت الحاجة إلى تطوير خدمات مراقبي الحسابات، بالإضافة إلى أهمية استحداث خدمات تأكيديه مهنية جديدة مثل التدقيق المستمر وخدمات التأكيد على الثقة في المواقع والنظام، وأن هناك تحد يواجه مهنة مراقبة المحاسبة يتمثل في تأثير نشر القوائم المالية عبر الانترنت على المحاسبة والتدقيق ومدى الثقة في البيانات المالية التي تتضمنها هذه القوائم والوسائل التي تكفل ضمان هذه الثقة.

اما دراسة (Aqel 2014) والتي هدفت الدراسة لاستكشاف ممارسات اعداد التقارير المالية على الانترنت من قبل الشركات المدرجة على بورصة اسطنبول Istanbul Stock Exchange، حيث تمت دراسة العلاقة بين الخصائص الرئيسية للشركة ومستوى التقارير المالية على الانترنت على عينة اشتملت على 263 شركة مدرجة في بورصة اسطنبول. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية بين الابلاغ المالي عبر الانترنت والمتغيرات المستقلة المتمثلة في الحجم والنفوذ والربحية والسيولة.

سعت دراسة (Lipunga 2014) إلى تقييم مستوى التقارير المالية الالكترونية بالتركيز على البلدان النامية- ملاوي، وذلك لقياس مستوى التقارير المالية المنشورة الكترونياً عبر الانترنت بين الشركات المدرجة في ملاوي. وتوصلت الدراسة إلى ان 92% من العينة لديها مواقع الكترونية للشركات و61.5% منها يرتبطون بالتقارير المالية الالكترونية، بالإضافة إلى أن الشركات عموماً تستخدم اسلوب (PDF Format) الذي يفتقر إلى المرونة في تقديم المعلومات المالية التي تفيد المستخدمين في اتخاذ القرار.

3. الدراسة الميدانية:

حدود الدراسة: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في سوق الخرطوم للأوراق المالية - السودان، والحدود الزمانية في العام 2015م.

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من المستثمرين المتعاملين داخل سوق الخرطوم للأوراق المالية. عينة الدراسة: استخدم الباحث اسلوب العينة العشوائية في اختيار عينة الدراسة حيث وزع عدد (100) استمارة استبيان على الفئات المستهدفة حيث يعتبر سوق الخرطوم للأوراق المالية من الأسواق الناشئة والصغيرة نسبياً، تم استرجاع عدد (90) استمارة بنسبة استجابة بلغت (90%)، فيما بلغ عدد الاستمارات غير المرتجعة عدد (10) استمارات بنسبة (10%).

صدق وثبات اداة الدراسة:

الصدق الظاهري: قام الباحثان بعرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين الاكاديميين ومن ثم قام الباحثان بالاسترشاد بتوجيهاتهم واجراء التعديلات المطلوبة.

الثبات الإحصائي: قام الباحثان باختبار مدى امكانية الاعتماد على البيانات التي تم الحصول عليها ومدى اتساق وثبات المقياس المستخدم في جمع البيانات باستخدام Cronbach-Alpha والذي يبين مدى وجود ارتباط بين القياسات المعبرة عن اجابات افراد العينة حيث بلغت قيمة معامل الثبات للمحور الاول 0.852 والمحور الثاني 0.873، وهي قيم ثبات مرتفعة يستدل من خلالها على امكانية الاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي.

معاور الاستبيان: اشتمل الاستبيان على محورين رئيسيين حيث بلغت عدد الفقرات (18) فقرة وزعت على المحورين كالآتي:

جدول (1) محاور الاستبيان

المحور	المجال	عدد الفقرات
الاول	مستوى توفر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية المنشورة الكترونياً	1-8
الثاني	مستوى ثقة المستثمرين في المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية المنشورة الكترونياً	9-18

اسلوب تحليل ومعالجة البيانات:

لتحقيق اهداف الدراسة استخدم الباحثان برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) حيث استخدم اسلوبي الانحراف المعياري والوسط الحسابي و اسلوب t-test لاختبار دلالة الفروق المعنوية.

اختبار فرضيات الدراسة:

في سبيل اختبار فرضيات الدراسة اتبع الباحثان الخطوات التالية:

- 1- استخدام الانحراف المعياري للتعرف على مدى التجانس بين آراء افراد عينة الدراسة والوسط الحسابي لقياس درجة الموافقة على عبارات كل محور من محاور الدراسة.
- 2- استخدام اختبار t-test للعينة الواحدة لاختبار دلالة الفروق المعنوية.
- 3- وضع معيار للحكم على درجة آراء عينة الدراسة حول مدى توافر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية، وثقة المستثمرين في المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية المنشورة الكترونياً في سوق الخرطوم للأوراق المالية من خلال اجاباتهم على كل عبارة من عبارات الفرضيات وذلك من خلال تحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود العليا والحدود الدنيا) المستخدمة في الاستبيان، حيث تم حساب قيمة المدى (1-5=4) ثم قسمة قيمة المدى على عدد خلايا مقياس ليكرت الخماسي (0.8 = 5/4) وبعد ذلك تضاف هذه القيمة الى الحد الأدنى للمقياس وهو الواحد الصحيح وبالتالي يمكن تفسير قيمة المتوسط العام المرجح للعبارات على النحو التالي:

جدول (2) المتوسط العام المرجح لعبارات الاستبيان

الدرجة	المتوسط الحسابي
لا اتفق تماماً (درجة منخفضة جداً)	1.8-1
لا اتفق (درجة منخفضة)	2.6-1.9
محايد (درجة متوسطة)	3.4-2.7
اتفق (درجة مرتفعة)	4.2-3.5
اتفق تماماً (درجة مرتفعة جداً)	5-4.3

عرض ومناقشة نتائج الفرضية الاولى:

تنص الفرضية الاولى على الآتي: توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية والنشر للتقارير والقوائم المالية في سوق الخرطوم للأوراق المالية من وجهة نظر المستثمرين .

جدول (3) الانحرافات المعيارية والمتوسطات الحسابية لعبارات الفرضية الاولى

م	العبارة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	درجة الموافقة
1	تتوفر في الوقت المناسب وبدون تأخير ينتج عن عملية النقل والتوصيل.	0.503	4.46	مرتفعة جداً
2	تؤمن توصيل البيانات والمعلومات المحاسبية الى كافة الجهات وبنفس الشكل والمحتوي وبنفس الوقت.	0.760	4.44	مرتفعة جداً
3	واضحة العرض وسهلة الفهم .	0.774	4.18	مرتفعة
4	تسهل اجراء المقارنات عن سنوات سابقة للوحدة الاقتصادية او الوحدات الاقتصادية الأخرى لنفس الفترة الزمنية.	0.664	4.26	مرتفعة
5	تعكس بصدق الظواهر الاقتصادية التي تمثلها.	0.606	4.2	مرتفعة
6	تتضمن كل المعلومات اللازمة للأحداث التي تمثلها.	0.735	4.1	مرتفعة
7	لا تتضمن معلومات تفضيلية لحساب اطراف معينة.	0.700	4.14	مرتفعة
8	تستخدم نفس السياسات والطرق المحاسبية من سنة لأخرى.	0.658	4.34	مرتفعة جداً

يتضح من الجدول (3) أعلاه أن الانحراف المعياري لعبارات الفرضية تراوح ما بين 0.503 كأدنى قيمة و 0.774 كأعلى قيمة مما يدل على تجانس اجابات افراد عينة الدراسة، في حين تراوح الوسط الحسابي ما بين 4.46 كأعلى قيمة و 4.1 كأدنى قيمة مما يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة يميلون بشكل مرتفع الى مرتفع جدا نحو الموافقة على عبارات الفرضية، حيث اوضحوا الاتي:

1. تتوفر خاصية الملائمة والتوقيت المناسب في نشر المعلومات المحاسبية بدرجة موافقة مرتفعة جداً.
2. تتمتع بخاصية القابلية للمقارنة بدرجة موافقة مرتفعة.
3. تتمتع بخاصية الموثوقية وبدرجة موافقة مرتفعة جداً.
4. تتمتع بخاصية القابلية للفهم وبدرجة موافقة مرتفعة.
5. تتوافر خاصية التمثيل الصادق وبدرجة موافقة مرتفعة.
6. تتمتع بخاصية الاكتمال وبدرجة موافقة مرتفعة.
7. تتصف بخاصية الحياد بدرجة موافقة مرتفعة.
8. تتمتع بالاتساق وبدرجة موافقة مرتفعة.

جدول (4) نتائج اختبار (T) لعبارات الفرضية الاولى

م	العبارة	قيمة (T)	Sig
1	تتوفر في الوقت المناسب وبدون تأخير ينتج عن عملية النقل والتوصيل.	20.5	0.000
2	تؤمن توصيل البيانات والمعلومات المحاسبية الى كافة الجهات وبنفس الشكل والمحتوي وبنفس الوقت.	13.4	0.000
3	واضحة العرض وسهلة الفهم .	10.8	0.000
4	تسهل اجراء المقارنات عن سنوات سابقة للوحدة الاقتصادية او الوحدات الاقتصادية الأخرى لنفس الفترة الزمنية.	13.4	0.000
5	تعكس بصدق الظواهر الاقتصادية التي تمثلها.	14.0	0.000
6	تتضمن كل المعلومات اللازمة للأحداث التي تمثلها.	10.6	0.000
7	لا تتضمن معلومات تفضيلية لحساب اطراف معينة.	11.5	0.000
8	تستخدم نفس السياسات والطرق المحاسبية من سنة لأخرى.	14.4	0.000

يتضح من الجدول (4) ان مستوى المعنوية لكل عبارات الفرضية (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية بين آراء عينة الدراسة والمتوسط الافتراضي، وعليه يرفض فرض العدم الذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية والنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية في سوق الخرطوم للأوراق المالية، وقبول الفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة معنوية بين الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية والنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية في سوق الخرطوم للأوراق المالية مما يشير إلى توافر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية في التقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً بسوق الخرطوم للأوراق المالية.

عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على الآتي: توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الثقة في المحتوى الإعلامي للمعلومات المحاسبية والنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية في سوق الخرطوم للأوراق المالية من وجهة نظر المستثمرين.

جدول (5) الانحرافات المعيارية والمتوسطات الحسابية لعبارات الفرضية الثانية

م	العبارة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	درجة الموافقة
1	لا تتضمن معلومات اختيارية تخرج عن نطاق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها.	1.163	3.44	متوسطة
2	لا تتضمن معلومات محاسبية تنبؤية مستقبلية غير خاضعة للتدقيق من قبل المراجع الخارجي للحسابات.	0.987	3.38	متوسطة
3	يرفق بها تقرير المراجع الخارجي للحسابات مع وجود توقيعه على التقرير.	0.861	3.44	متوسطة
4	النسخ الكترونياً مطابقة تماماً للنسخ الورقية التي قام المراجع الخارجي للحسابات باعتمادها.	0.756	3.86	مرتفعة
5	توجد وسائل التكنولوجيا المناسبة التي تنبه المستخدم في حالة انتقاله خارج حدود التقارير والقوائم المالية المعتمدة من قبل المراجع الخارجي للحسابات.	0.751	3.74	مرتفعة
6	يوجد توضيح عن المعلومات التي خضعت للمراجعة والتي لم تخضع للمراجعة من قبل المراجع الخارجي.	0.718	3.88	مرتفعة
7	هناك تطابق بين الملفات الصوتية والفيديوهات المتاحة على الموقع الإلكتروني والتي تحتوي على معلومات محاسبية مع القوائم المالية الورقية المعتمدة من قبل المراجع الخارجي للحسابات.	0.728	4.0	مرتفعة
8	يتم الابقاء على مكان وصفحات التقارير والقوائم المالية في نفس الموقع علي الصفحة الالكترونية.	0.735	4.1	مرتفعة
9	تقدم بشكل يمكن المستخدمين من تحميله على الاقراص الصلبة لأجهزة الحواسيب.	0.797	4.24	مرتفعة
10	الإشارة بوضوح الى اي تحديثات سواء للمواقع الالكترونية او التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً.	0.788	4.46	مرتفعة جداً

يتضح من الجدول (5) أعلاه أن الانحراف المعياري لعبارات الفرضية تراوح ما بين 0.728 كأدنى قيمة و 1.163 كأعلى قيمة مما يدل على تجانس اجابات افراد عينة الدراسة، في حين تراوح الوسط الحسابي ما بين 3.44 كأدنى قيمة و 4.46 كأدنى قيمة مما يشير إلى أن افراد عينة الدراسة يميلون بصورة متوسطة إلى مرتفعة على الموافقة على عبارات الفرضية. حيث يرون ان التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً تتميز بالاتي:

- قد تتضمن معلومات اختيارية تخرج عن نطاق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها بدرجة موافقة متوسطة.
- قد تتضمن معلومات محاسبية تنبؤية غير خاضعة للتدقيق من قبل المراجع الخارجي بدرجة موافقة متوسطة
- لقد لا يرفق بها تقرير المراجع الخارجي للحسابات المعتمد بدرجة موافقة متوسطة.
- النسخ الكترونياً مطابقة تماماً للنسخ الورقية التي قام المراجع الخارجي للحسابات بمراجعتها وبدرجة موافقة مرتفعة.
- يوجد توضيح عن المعلومات التي خضعت للمراجعة والتي لم تخضع للمراجعة من قبل المراجع الخارجي وبدرجة موافقة مرتفعة.
- هناك تطابق بين الملفات الصوتية والفيديوهات التي تحتوي على معلومات محاسبية مع القوائم المالية الورقية المعتمدة من قبل المراجع الخارجي للحسابات بدرجة موافقة مرتفعة.
- يتم الابقاء على مكان وصفحات التقارير والقوائم المالية في نفس الموقع علي الصفحة الالكترونية بدرجة موافقة مرتفعة.
- تقدم بشكل يمكن المستخدمين من تحميله على الاقراص الصلبة لأجهزة الحواسيب بدرجة موافقة مرتفعة.

- تتم الإشارة بوضوح الى اي تحديثات سواء للمواقع الالكترونية او التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً بدرجة موافقة مرتفعة جداً.

جدول (6) نتائج اختبار (T) لعبارات الفرضية الثانية

م	العبارة	قيمة T	Sig
1	لا تتضمن معلومات اختيارية تخرج عن نطاق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها.	2.7	0.01
2	لا تتضمن معلومات محاسبية تنبؤيه مستقبلية غير خاضعة للتدقيق من قبل المراجع الخارجي للحسابات.	2.7	0.009
3	يرفق بها تقرير المراجع الخارجي للحسابات مع وجود توقيعه على التقرير.	3.6	0.001
4	النسخ الكترونياً مطابقة تماماً للنسخ الورقية التي قام المراجع الخارجي للحسابات باعتمادها.	8.0	0.000
5	توجد وسائل التكنولوجيا المناسبة التي تنبه المستخدم في حالة انتقاله خارج حدود التقارير والقوائم المالية المعتمدة من قبل المراجع الخارجي للحسابات.	6.9	0.000
6	يوجد توضيح عن المعلومات التي خضعت للمراجعة والتي لم تخضع للمراجعة من قبل المراجع الخارجي.	8.7	0.000
7	هناك تطابق بين الملفات الصوتية والفيديوهات المتاحة على الموقع الإلكتروني والتي تحتوي على معلومات محاسبية مع القوائم المالية الورقية المعتمدة من قبل المراجع الخارجي للحسابات.	9.7	0.000
8	يتم الإبقاء على مكان وصفحات التقارير والقوائم المالية في نفس الموقع علي الصفحة الالكترونية.	10.6	0.000
9	تقدم بشكل يمكن المستخدمين من تحميله على الاقراص الصلبة لأجهزة الحواسيب.	11.0	0.000
10	الإشارة بوضوح الى اي تحديثات سواء للمواقع الالكترونية او التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً.	13.1	0.000

يتضح من الجدول (6) أن مستوى المعنوية لعبارات الفرضية تراوح ما بين (0.000) و (0.01) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة معنوية بين آراء عينة الدراسة والمتوسط الافتراضي، وعليه يرفض فرض العدم الذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين الثقة في المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية والنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية في سوق الخرطوم للأوراق المالية، وقبول الفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة معنوية بين الثقة في المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية والنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية من وجهة نظر المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية. مما يشير إلى أن المستثمرين في سوق الخرطوم للأوراق المالية يثقون بصورة عالية في المحتوى الاعلامي للتقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً.

4. النتائج:

- بعد استعراض الاطار النظري وعرض ومناقشة تحليل نتائج التحليل الاحصائي يتوصل الباحثان إلى النتائج التالية:
1. تتوافر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية في التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً في سوق الخرطوم للأوراق المالية بصورة عالية من وجهة نظر المستثمرين حيث تراوح الوسط الحسابي ما بين 4.1 كأدنى قيمة و 4.46 كأعلى قيمة.
 2. تتضمن التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً في سوق الخرطوم للأوراق المالية بصورة نسبية معلومات اختيارية تخرج عن نطاق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها من وجهة نظر المستثمرين حيث بلغ الوسط الحسابي 3.44.
 3. تتضمن التقارير والقوائم المالية المنشورة الكترونياً بصورة نسبية معلومات محاسبية تنبؤيه غير خاضعة للتدقيق من قبل المراجع الخارجي للحسابات وفقاً لوجهة نظر المستثمرين حيث بلغ الوسط الحسابي 3.38.

4. في بعض الاحيان لا يرفق بالتقارير والقوائم المالية المنشورة إلكترونياً التقرير الموقع والمعتمد للمراجع الخارجي وفقاً لوجهة نظر المستثمرين بسوق الخرطوم للأوراق المالية حيث بلغ الوسط الحسابي 3.44.
5. تهتم الشركات المدرجة بسوق الخرطوم للأوراق المالية بصورة عالية بتوضيح اي تحديثات تتم على الموقع الإلكتروني او التقارير والقوائم المالية حيث بلغ الوسط الحسابي 4.46.
6. يثق المستثمرين في سوق الخرطوم بصورة عالية في المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية المنشورة إلكترونياً.
7. النشر الإلكتروني للمعلومات المحاسبية في سوق الخرطوم للأوراق المالية يقوم بدور مؤثر وحيوي في تلبية احتياجات المستثمرين داخل السوق.

5. التوصيات:

استناداً على نتائج الدراسة فإن الباحثان يوصيان بالآتي:

1. أن تهتم الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية بإرفاق التقرير المعتمد والموقع للمراجع الخارجي عند نشرها لتقاريرها وقوائمها المالية إلكترونياً.
2. أن تعمل الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية على الالتزام التام بالمبادئ المحاسبية المتعارف عليها عند نشر التقارير والقوائم المالية إلكترونياً.
3. ضرورة التزام الشركات المدرجة بسوق الخرطوم للأوراق المالية بعدم نشر وعرض معلومات محاسبية تنبؤيه لم تخضع للتدقيق من قبل المراجع الخارجي للحسابات.
4. أن تعمل الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية على تعزيز الشفافية والافصاح من خلال زيادة الاستثمار في الافصاح الإلكتروني .

قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: المراجع العربية:

1. الجبر، نبيه عبدالرحمن، (2002م)، نشر التقارير المالية للشركات السعودية على الانترنت، مجلة الدراسات المالية والتجارية، جامعة القاهرة، فرع بنى سويف، المجلد الثاني، العدد الثالث، ص 179-180.
2. الخولي، محمود عبدالعليم محمد، (2005)، قياس أثر الافصاح الإلكتروني عن التدفقات النقدية على تنشيط بورصة الاوراق المالية في مصر، رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة بنها، كلية التجارة، ص 2-14.
3. العتيبي، عبدالله شعيل، (2005)، نحو اطار مقترح لأعداد معيار محاسبي سعودي لتنظيم نشر التقارير المالية عبر الانترنت، المجلة العلمية لكلية التجارة، جامعة اسيوط، السنة 22، العدد 38.
4. المطيري، عبید سعد، (2003م)، التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة و المراجعة، المجلة العلمية لكلية التجارة، جامعة الازهر بنين، العدد 28، ص 205.
5. المليجي، هشام حسن عواد، (2002م)، تقييم جودة التقارير المالية الإلكترونية، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، جامعة حلوان، كلية التجارة وادارة الاعمال، العدد الثالث والرابع، ص 89.
6. توفيق، محمد شريف، (2002م)، مدى الحاجة لتنظيم التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الاعمال بالتطبيق على القطاع المصري، مؤتمر التجارة الإلكترونية - الأفق والتحديات، جامعة الاسكندرية، ص 255-256.
7. رشيد، ناظم حسن، (2011م)، دور مراقب الحسابات في إضفاء الثقة بالبيانات المحاسبية المنشورة على الانترنت في بيئة التجارة الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، جامعة تكريت، المجلد 7، العدد 23، ص 173-197.
8. سالم، حسن السيد (2006م)، تنظيم السياسات المحاسبية للتقارير المالية الإلكترونية على شبكة الانترنت لتعظيم منفعة المعلومات المحاسبية، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة، جامعة قناة السويس، مصر، بور سعيد.

9. علي، صالح حامد محمد، (2013م)، مدى فاعلية الافصاح الإلكتروني بسوق الخرطوم للأوراق المالية، المجلة العلمية لكلية التجارة والدراسات الاقتصادية والاجتماعية، جامعة النيلين، السودان، العدد الرابع.
 10. عبدالمنعم، هيثم احمد حسين، (2005م)، اقتصاد المعرفة وأثره على الممارسات المحاسبية وتدقيق الحسابات، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الخامس " اقتصاديات المعرفة والتنمية الاقتصادية "، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الزيتونة، ص 9.
 11. عبدالمنعم، ابراهيم الدسوقي محمد، (1995م)، المحتوى الاعلامي للمعلومات المحاسبية وأثره على قياس قيمة المنشأة، رسالة دكتوراه في المحاسبة، جامعة القاهرة، مصر، ص 327.
 12. محمود، بكر ابراهيم، ومهدي، نضال عزيز، (2010م)، دور ومسؤولية مراقبي الحسابات في العراق تجاه الافصاح الالكتروني للقوائم المالية، مجلة دراسات محاسبية ومالية، جامعة بغداد، المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية، المجلد 5، العدد 11، ص ص 7-10.
 13. محمد، فهيم ابو العزام، (2001م)، مصداقية المعلومات المحاسبية المالية على الانترنت وحدود مسئولية المراجع، مجلة البحوث المحاسبية، الجمعية السعودية للمحاسبة، المجلد الخامس، العدد الاول، ص 15.
 14. مطر، محمد والسيوطي، موسى، (2008م)، التأصيل النظري للممارسات المهنية للمحاسبة في مجالات القياس والعرض والافصاح، ط2، دار وائل للنشر، عمان، ص 330.
- ثانياً: المراجع الاجنبية:

1. **Aqel, S., (2014)**, The Determinants of Financial Reporting on the Internet: The case of Companies Listed in the Istanbul Stock Exchange, Research Journal of Finance and Accounting, Vol.5, No.8, pp. 139- 149.
2. **Biddle, G., Seow, G., and Siegel, A., (1995)**, Relative versus Incremental Information Content, Contemporary Accounting Research, Vol. 12, No. 1, fall, pp. 3- 5.
3. **Debreceeny, Roger S., et .Al,(2005)**, Financial Reporting in XBRL on the SEC's EDGAR system: A critique & Evaluation, Journal of Information System.
4. **Ettredge, M., etal, (2000)**, "Going Concern Auditor Reports at Corporate Web Sites" Research in Accounting Regulation, Vol. 14, p219.
5. **FASB, 2006**, Objective of Financial Reporting and Qualitative Characteristics of Decision – useful Financial Reporting Information PP 23-32.
6. **Fisher, r., P Oyelere, and F Laswad., (2004)**, "Corporate Reporting on the Internet: Audit Issues and Content Analysis of Practices", Managerial Auditing Journal, Vol. 19, No 4. P428
7. **Hodge F, D.,(2001)**, "Hyper linking Unaudited Information to Audited Financial Statement: Effects on Investor Judgments", The accounting Review, Vol. 76, No. 4,p 675.
8. **Hollis Ashbaugh, Karla M John stone, Terry D Warfield, (1999)**, Corporate reporting on the Internet, Accounting Horizons, Sarasota, vol. 13, p 241- 257.
9. **Lipunga, A.M.,(2014)**, Internet Financial Reporting in Malawi, International Journal of Business and Management, Canadian Center of Science and Education, Vol.9, No 6, pp 161- 172.
10. **Lymer A., Debreceeny R., (2003)**,the Auditor and Corporate Reporting on the Internet: Challenges and Institutional Responses, International Journal of Auditing 7(2). pp 103 - 120.
11. **Lymer Andrew et al. (1999)**, Business Reporting on Internet, A Report Prepared for the International Accounting Standard Committee, pp. 62-66.

12. **Mahdi, S., (2010)**, A study of the Integrity of Internet Financial Reporting: Empirical Evidence of Emerging Economy, Global Journal of Management and Business Research, Vol. 10, Issue 1, pp. 148- 158.
13. **Per van, I.,(2005)**, Financial Reporting on Internet and the Practices of Croatian Joint Stock Companies, Financial Theory Practice, pp. 159- 174.
14. **Watts, R.L., and Zimmerman, J.L,(1986)**, Positive Accounting Theory, Prentice Hall, Inc., Englewood Clitts, New Jersey, p 39.

Abstract:

The study dealt with the electronic dissemination of information accounting in capital markets in developing countries, where the study aimed to assess the quality of the content of accounting information contained in the reports and the financial statements published electronically in Khartoum Securities Market from the point of view of investors through the statement of the availability of qualitative characteristics of accounting information, the degree of confidence of investors in the accounting information contained in the reports and the financial statements published electronically. To achieve those purposes a questionnaire has been prepared to collect data from investors in Khartoum Securities Market. The study sample consists of (90) investors. The main findings of the study are that: high availability of qualitative characteristics of accounting information in the reports and financial statement published electronically, and investors in Khartoum Securities Market have high confidence in content of accounting information disseminated electronically.

Key Words: Reports and Financial Statement, Information Content, Electronic publishing
