

گزارشگری واحدهای اقتصادی در اینترنت (گزارشگری الکترونیکی)

کهر پیمان امینی
کهر فریدون مرادی



یکی از وظایف اساسی سازمانها و واحدهای اقتصادی، گزارشگری برای سهامداران، ذینفعان و ... است. گزارشهای مالی نیز از مهمترین گزارشهاست که بر حسب مورد براساس اصول پذیرفته شده حسابداری، برای گزارشگری برون‌سازمانی، یا براساس نیازهای مدیریت، برای گزارشگری درون‌سازمانی، تهیه می‌شود. امروزه ارائه گزارشهای مالی از طریق اینترنت در بسیاری از شرکتها در سراسر دنیا رایج شده است. این نوشتار که شامل مطالعات توصیفی و پارامتریک است به بررسی متغیرها و عوامل موثر بر گزارشگری اینترنتی در شرکتها می‌پردازد.

گزارشگری لازمه پاسخگویی است و انسان از دیرباز برای توضیح آنچه انجام می پذیرفته به بالادستان خود گزارش می داده است. گزارش ابتدا شفاهی و به صورت علائم اشاره ای و سپس کتبی و به وسیله نمادهای نوشتاری بود و با پیدایش خط، وارد مرحله جدیدی شد. گزارشگری مکتوب تا این اواخر تغییر چندانی نکرده بود، اما با پیشرفت های اخیر در زمینه رایانه، فناوری اطلاعات و در نهایت شبکه اینترنت، گزارشگری مالی و غیر مالی نیز وارد مرحله نوینی شده است. فناوری اطلاعات تمام جنبه های زندگی امروز انسان را دربر گرفته است، از این رو سده بیست و یکم را سده اینترنت یا عصر اطلاعات نامیده اند. اینترنت شکل جریان اطلاعات از تهیه کنندگان به استفاده کنندگان و برعکس را تغییر داده و دسترسی به اطلاعات را آسان کرده است و استفاده کنندگان می توانند از طریق آن اطلاعات دلخواه خود را دریافت و برای تحلیل بیشتر، آنها را دستکاری کنند. اینترنت امکان ارائه اطلاعات به صورت صوت و تصویر را از طریق چند رسانه ای ها فراهم ساخته است. با استفاده از این ابزارها می توان جلسات هیئت مدیره و مجمع عمومی را به طور زنده در دسترس سهامداران، سرمایه گذاران و سایر ذینفعان قرار داد.

امروزه تهیه گزارش های مالی بهنگام، جایگزین گزارش های مالی میان دوره ای شده است، زیرا اطلاعات زیادی وجود دارد که باید به طور پیوسته در اختیار ذینفعان قرار گیرد.

شبکه جهانی اطلاع رسانی (Web)، امکانات ارائه اطلاعاتی را فراهم آورده که با اطلاعات گزارش های سنتی تفاوت دارد. ارتباط برتر داده ها، قابلیت دسترسی به داده ها را تقویت و دسترسی مرحله به مرحله اطلاعات را آسان کرده است. داده های چندین دوره و تحلیل آنها به صورت آماده و یکجا در اختیار ذینفعان قرار می گیرد و آنها حتی می توانند برای تحلیل بیشتر، داده ها را دستکاری کنند. افزون بر این، شبکه جهانی اطلاع رسانی سنجش عملکرد غیر مالی و استفاده از نمودارها را برای تفهیم بهتر امکانپذیر ساخته است.

انتشار اطلاعات مالی از طریق اینترنت عملاً تاکنون توسط تعداد زیادی از شرکتها انجام شده است (Lymer et al., 1999 & Deberceny, 2003). اینترنت به شرکتها راهکارهای جدیدی را برای تکمیل، جایگزینی و مدیریت راههای قدیمی روابط میان مالکان و مدیران پیشنهاد می دهد تا اطلاعات مالی را که مربوط به سرمایه گذاران است افشا کند و در اختیار آنها قرار دهد.

شرکتها برای آنکه اطلاعات مورد نیاز سهامداران و در حالت کلی مالکان را در اختیارشان قرار دهند ناچار به ارائه مجموعه ای از اطلاعات مالی و غیر مالی هستند تا آنها را در امر تصمیمگیری مربوط به تخصیص بهینه منابع یاری دهد.

مجموعه این اطلاعات شامل صورتهای مالی، یادداشتهای توضیحی و سایر اطلاعات مکمل مالی و غیر مالی است که استانداردهای حسابداری، الزامات و مقررات محلی، دولتی (در سطح کشور) و بین المللی (در سطح جهان) بر نحوه ارائه آن تاثیر می گذارند.

شرکتها در گذشته به ارائه اطلاعات از طریق انتشار گزارشها به صورت سنتی (گزارش مکتوب) مبادرت کرده اند که تاکنون ادامه داشته است. البته این نحوه ارائه اطلاعات مالی ممکن است تا سالهای متمادی ادامه پیدا کند اما آنچه روشن است این که استفاده از این نحوه گزارشگری در حال کمرنگ شدن بوده و گزارشگری اینترنتی که ارزش افزوده برای شرکت ایجاد می کند روز به روز در حال گسترش است.

اینترنت یا شبکه گسترده جهانی

اینترنت مجموعه ای بزرگ از شبکه های به هم پیوسته اطلاعاتی است که همزمان همه کاربران را در همه نقاط روی زمین (حتی در ایستگاههای فضایی) به هم متصل می سازد و جریان اطلاعات از شبکه های مختلف به یکدیگر را با سرعت شگفت آوری در کمترین زمان ممکن به انجام می رساند. اینترنت در تمام ابعاد زندگی انسان امروز رسوخ کرده و جوانب فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جوامع را متاثر ساخته است.

از طریق اینترنت می توان به پایگاه اطلاع رسانی شرکتها مختلف راه پیدا کرد و سپس به وسیله صفحه راهنما به امکانات متعدد ارائه اطلاعات در آنجا دسترسی یافت. برای مثال برخی از شرکتها در این صفحه این امکان را فراهم آورده اند که استفاده کنندگان بتوانند به صورتهای مالی سالانه، قیمت سهام شرکت در بازار معاملات بورس، بودجه ها و نمودارها و سایر اطلاعات دیگر دسترسی پیدا کنند. البته میزان افشای اطلاعات خود موضوعی است که بررسی خواهد شد. شرکتها معمولاً از پرونده های با صورتبندی اکروبات (PDF) یا ابرمتن (HTML) برای گزارشگری استفاده می کنند.

تاریخچه گزارشگری الکترونیکی

رایجتر است.

بررسیهای توصیفی

در بررسی که به وسیله پتر ویک و گیلت (Petra vick & Gillet) در سال ۱۹۹۶ انجام شد، این نتیجه به دست آمد که ۶۹ درصد از ۱۵۰ شرکت موفق، دارای پایگاه اطلاع رسانی و صفحه راهنما بودند.

در بررسی دیگری که در سال ۱۹۹۹ توسط پیر چگر (Pirchegger) انجام شد، رشد روزافزون در انتقال اطلاعات از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکتها تایید شد. در این بررسی نمونه ۱۲۵۰ تایی از شرکتها که ۵۰۰ شرکت موفق هم در میان آنها بودند انتخاب شده و مشخص گردید که ۷۹۲ درصد آنها در پایگاههای اطلاع رسانی خود اطلاعات قابل دسترسی داشتند. این موضوع، اشاره دارد به این که شرکتها اینترنت را به عنوان وسیله مهمی برای ارسال اطلاعات مالی انتخاب کرده اند.

در سال ۱۹۹۷ گری و دبرسنی (Gray & Deberceny) نتیجه گرفتند که ۶۸ درصد از شرکتها موفق (۳۴ از ۵۰ شرکت) پایگاه گزارش سالانه اینترنتی و ۹۸ درصد از آنها هم پایگاههای اطلاع رسانی دارند و ۳۶ درصد هم گزارش حسابرس مستقل را در پایگاه اطلاع رسانی خود افشای میکنند.

ایتردی و همکاران (Ettredye et al.) در سال ۲۰۰۱ به بررسی سطوح افشای شرکتهای امریکایی در ۱۷ نوع صنعت در امریکا پرداختند که با بررسی ۴۹۰ شرکت نتیجه گرفتند که ۸۲ درصد آنها در سال ۱۹۹۸ دارای پایگاههای اطلاع رسانی بوده اند. این بررسی همچنین نشان داد که شرکتها بزرگ تلاش بیشتری برای ارائه اطلاعات از طریق اینترنت دارند.

بررسیهایی در مورد شرکتهای اروپایی نیز انجام شد. مثلاً لایمر (Lymer) در سال ۱۹۹۷، ۵۰ شرکت را از بورس لندن انتخاب کرد و دریافت که ۹۲ درصد آنها دارای پایگاههای اطلاع رسانی هستند و ۵۲ درصد آنها گزارشهای مالی را در صفحه راهنمای خود ارائه می دهند. همچنین بررسی مشابهی در شرکتهای فنلاندی نشان داد که ۹۰/۲ درصد آنها دارای پایگاههای اطلاع رسانی اینترنتی برای اطلاع رسانی بوده اند.

بررسیهای زیادی در این زمینه در سراسر جهان انجام گرفته است که نشان دهنده استقبال از گزارشگری اینترنتی توسط شرکتها در کشورهای مختلف است. اما تفاوتی در محتوای

با توجه به اینکه استاندارد جامعی در ارتباط با گزارشگری اینترنتی هنوز تدوین و تهیه نگردیده است و گزارشگری بیشتر داوطلبانه است، لذا ممکن است چنین به نظر برسد که این موضوع بیشتر مبحثی نظری است تا عملی و کاربردی. اما با توجه به بررسیهای متعددی که در کشورهای مختلف در این زمینه صورت گرفته است، پیشرفت و توسعه شرکتها در زمینه گزارشگری اینترنتی در خور ملاحظه است.

اولین پیشنهاد برای تدوین چارچوبی برای گزارشگری اینترنتی به وسیله کمیسیون اروپا ارائه شد. اما تاکنون چارچوب خاصی در این مورد تعیین نشده است. قانون افشای واحدهای دولتی آلمان^۳ پیشنهاد کرد که شرکتها می توانند جلسات مجمع عمومی سالانه، اطلاعات در مورد مزایا و پاداشهای مدیریت، هیئت نظارت و فعالیتهای فرعی اعضای هیئت مدیره و غیره را در پایگاه اطلاع رسانی خود ارائه دهند.

در اروپا همچنین قانون توسعه بازارهای مالی به تصویب رسید که هدف آن گسترش رقابت بازار سهام و تحریک سایر بازارها بود و شرکتهای ملزم به افشای معاملات مربوط به تحصیل و فروش اوراق بهادار در پایگاه اطلاع رسانی شرکت و در صورت نداشتن چنین پایگاهی، حداقل در یک مجله اداری می کرد.

بررسیهایی که تاکنون در این زمینه انجام گرفته شامل دو بخش است:

بخش اول شامل بررسیهای توصیفی

است که به بررسی جایگاه کنونی گزارشگری اینترنتی می پردازد. این بررسیها می تواند با تمرکز روی یک کشور یا برای مقایسه کشورهای مختلف باشد و بخش دوم شامل بررسیهای پارامتریک است که یک مرحله جلوتر است و تلاش می کند تا عواملی را معرفی کند که تفاوت در نحوه افشای اطلاعات مالی در پایگاههای اطلاع رسانی شرکتها را موجب شده است. همچنین بررسیها نشان می دهند که استفاده از اینترنت در گزارشگری شرکتهای امریکایی

اینترنت به

شرکتها

راهکارهای جدیدی

را

برای تکمیل جایگزینی و

اداره

راههای قدیمی

روابط میان

مالکان

و

مدیران

پیشنهاد می دهد

اطلاعات افشا شده در پایگاههای اطلاع رسانی شرکتها، هم در سطح محلی و هم در سطح بین المللی وجود دارد. اما آنچه مهم جلوه می کند، این است که اعضای حرفه حسابداری و حسابرسی به موضوع گزارشگری از طریق اینترنت علاقه مندند. برای نمونه به بررسی انجام شده به وسیله انجمن **حسابداران خبره کانادا (CICA)** در سال ۱۹۹۹ اشاره می کنیم که با مطالعه حدود ۳۷۰ شرکت از میان شرکتهای تضامنی موجود در بازار بورس نیویورک، تورنتو و نزدک به این نتیجه رسید که ۶۹ درصد از آنها دارای پایگاههای اطلاع رسانی اینترنتی برای افشای اطلاعات و گزارشهای مالی بودند و رویه ها و استانداردهای مورد عمل و همچنین اطلاعات حسابرسی شده و حسابرسی نشده را نیز افشا می کردند.

بررسیهای انجام شده نشان دهنده سه نوع گرایش است:

- **مالک گرایی** که سوگیری افشای مطالب به سمت مالکان و صاحبان سهام است،
- **تعدد گرایی** که علاوه بر سرمایه گذاران کنونی به سرمایه گذاران بالقوه هم توجه دارد،
- **گرایشی** که هم به سرمایه گذاران و هم به اعتبار دهندگان (وام دهندگان) توجه دارد.

آنچه بررسیها نشان می دهد این است که بیشتر شرکتها تمایل به مالک گرایی دارند؛ یعنی اطلاعات را بیشتر برای سرمایه گذاران کنونی خود (سهامداران) منتشر می کنند تا برای اعتبار دهندگان و یا سرمایه گذاران بالقوه.

بررسیهای پارامتریک

بررسیهایی که تاکنون انجام گرفته تنها به این موضوع پرداخته که آیا شرکتها از اینترنت برای گزارشگری استفاده می کنند یا نه و یا اینکه تفاوتی در موارد افشا وجود دارد یا نه، و به مسائل دیگر از

قبیل تجزیه و تحلیلهای آماری کاری نداشتند و به کم و کیف ارائه اطلاعات از طریق اینترنت توجه نمی کردند. در یک رشته از بررسیها به بررسی مجموعه ای از متغیرهای مستقل معین مثلاً اندازه شرکت برای تعیین سطح مشخصی از افشا در پایگاه اطلاع رسانی شرکتها توجه شد.

در فاصله سالهای ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۶ **اشبوک (Ashbaugh)** با بررسی ۲۹۰ شرکت و با در نظر گرفتن ۴ متغیر مستقل، مانند اندازه شرکت، سوداوری، درصد سهام در دست سهامداران (سهام در جریان) به کل سهام شرکت و ارزیابی انجمن پژوهشهای مدیریت و سرمایه گذاری از عملیات گزارشگری شرکت در گذشته، نتیجه گرفتند که تنها اندازه شرکت است که توانایی پیشبینی گزارشگری اینترنتی برای شرکتها را دارد؛ آنها همچنین واریانس هر صنعت را مشخص کردند. در بررسی دیگری توسط **مارستون و کراون (Marston & Craven)** در سال ۱۹۹۹ که بر روی شرکتهای انگلیسی انجام گرفت تنها فرضیه ای تایید شد که عامل اندازه شرکت را با میزان افشای اطلاعات در پایگاه اطلاع رسانی شرکتها دخیل می دانست. در سال ۱۹۹۹ **پیرچگر و واگنهوفر (Pirchegger & Wagenhofer)** انجام شد، دو نمونه از شرکتهای آلمانی و استرالیایی را انتخاب کردند. فرضیه های آنها این بود که اندازه شرکت بر میزان افشا در پایگاه اطلاع رسانی تاثیر دارد و همچنین با افزایش پراکندگی سهام در جریان شرکتها (افزایش تعداد سهامداران) حوزه افشای اطلاعات در پایگاه اطلاع رسانی افزایش می یابد. هر دو فرضیه توسط نمونه های استرالیایی حمایت شد اما در مورد نمونه آلمانی تنها فرضیه مربوط به اندازه شرکت تایید گردید.

در بررسی دیگری که توسط **دبرسنی (Deberceny)** انجام شد نمونه ای ۶۶۰ تایی از ۲۲ کشور در سراسر جهان انتخاب و در نهایت مشخص شد که متغیرهایی از قبیل اندازه شرکت و قرارداد داشتن در



لیست بازار سهام در میزان ارائه اطلاعات اینترنتی تاثیر می گذارند.

زمینه نظری برای بررسی موضوع

از مهمترین زمینه های نظری برای موضوع گزارشگری، تئوری نمایندگی است. این تئوری بیان می کند که مالکیت و مدیریت در برخی منافع با هم همسو هستند. به عبارتی، چون پاداش مدیران وابسته به سود و بازده شرکت است لذا مدیریت سعی در دستکاری سود شرکت دارد تا آن را به بهترین نحو نشان دهد. از طرفی بازده بالا باعث رضایت سهامداران می شود لذا این همسویی ممکن است باعث گزارشگری سودهای واهی شود و استفاده کنندگان را گمراه سازد، بنابراین مدیران شرکتها باید برای افشای دقیق و منصفانه اطلاعات تلاش کنند. زیرا در غیر این صورت با نشان دادن بازده بالا برای منافع خود هزینه های نمایندگی بیشتری را بر شرکت تحمیل خواهند کرد. الزام و اجبار شرکتها به افشاگری صریح باعث تقلیل هزینه های نمایندگی خواهد شد. در این میان اینترنت می تواند به عنوان یکی از ابزارهای مدرن در ارسال و افشای سریع و بهنگام اطلاعات به کار رود.

موریس (Morris, 1987) بیان می کند که شرکت های بزرگ و خوب برای تمایز خود از سایر شرکتها به عاملی نیاز دارند که ممکن است این عامل همان افشای داوطلبانه اطلاعات از طریق اینترنت باشد، زیرا سودمندی ارائه صریح و داوطلبانه اطلاعات برای سهامداران به وسیله میزان و کیفیت اطلاعات ارائه شده سنجیده می شود.

یک نمونه پژوهش کاربردی در شرکتهای آلمانی

این بررسی که توسط مارستون و همکاران (Marston et al.) انجام شده است نمونه هایی از شرکتهای حاضر در بازار سهام فرانکفورت را در دو نقطه زمانی انتخاب و ۵ متغیر مستقل از هم را در ارتباط با افشای اطلاعات از طریق

پایگاه اطلاع رسانی شرکتهای مورد بررسی قرار داد. این متغیرها عبارت بودند از:

۱- اندازه شرکت: عموماً فرض بر این است که شرکتهای بزرگ اطلاعات بیشتری را نسبت به شرکتهای کوچکتر افشا می کنند تا به سرمایه گذاران حاضر و بالقوه این اجازه را بدهند تا بهترین تصمیمها را بگیرند.

پیشزمینه نظری برای فرضیه اول اینست که:

"مقدار و نحوه ارائه اطلاعات مالی مربوط به سرمایه گذار از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکتهای اینترنت قطعاً با اندازه شرکت رابطه دارد."

۲- سودآوری شرکت: تئوری علامت^۶ بیان می کند که شرکتهای پرسود، محرکی برای تمایز خود از سایر شرکتهای دارند و می کوشند با کمترین هزینه، سرمایه خود را افزایش دهند، لذا افشای صریح اطلاعات در اینترنت ممکن است بهترین راه برای جلب سرمایه گذاران بالقوه باشد.

پیشزمینه نظری فرضیه دوم عبارت است از:

"مقدار و نحوه ارائه اطلاعات مالی مربوط به سرمایه گذار از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکتهای اینترنت قطعاً با میزان سودآوری شرکت رابطه دارد."

۳- میزان سهام در جریان (درصد سهام در دست سهامداران نسبت به کل سهام شرکت): سرمایه گذارانی که درصد کمتری از سهام شرکت را در اختیار دارند دسترسی محدود به اطلاعات واحد اقتصادی دارند لذا این سرمایه گذاران از طریق اینترنت بهتر می توانند به اطلاعات مورد نیاز دسترسی پیدا کنند. بنابراین هر چه سهام پراکنده تر باشد یا به عبارتی تعداد سهامداران بیشتر باشد، افشای اطلاعات از طریق اینترنت بیشتر خواهد بود.

پیشزمینه نظری فرضیه سوم بیان می کند که:

"مقدار و نحوه ارائه اطلاعات مالی مربوط به سرمایه گذار از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکتهای اینترنت قطعاً با میزان پراکندگی سهام شرکت رابطه دارد."

۴- ریسک پتا: اگر شرکتی میزان افشای اطلاعات خود را افزایش دهد می توان فرض کرد که نبود اطمینان سرمایه گذار کاهش می یابد و این امر منجر به ارزیابی بهتر از ریسک غیرسیستماتیک شرکت در بازار می شود. لذا در شرکتهایی که ریسک غیرسیستماتیک بالایی دارند کمترین محرک در افشای اطلاعات از طریق اینترنت نیز وجود دارد.

از طریق اینترنت
می توان
به
پایگاه اطلاع رسانی
شرکتهای مختلف
راه پیدا کرد
و
سپس به وسیله
صفحه راهنما
به
امکانات متعدد
ارائه اطلاعات
در
آنجا
دسترسی یافت

پیشزمینه نظری فرضیه چهارم عبارت است از:

مقدار و نحوه ارائه اطلاعات مالی مربوط به سرمایه گذار از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکتها در اینترنت قطعاً با میزان ریسک غیر سیستماتیک یا بتای شرکت رابطه دارد.

۵- حضور یا حضور نداشتن در بازار بورس خارجی: شرکتهایی که در لیست بازار بورس خارجی قرار دارند الزامات و مقررات بیشتری نسبت به بازارهای محلی بر آنها حاکم است، لذا افشاگری آنها نیز بیشتر است.

بنابراین پیشزمینه نظری فرضیه پنجم بدین صورت است:

مقدار و نحوه ارائه اطلاعات مالی مربوط به سرمایه گذار از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکتها در اینترنت با حضور در لیست بازار بورس خارجی رابطه دارد.

روش پژوهش

این پژوهش شامل دو مرحله بود. در مرحله نخست یک نمونه ۲۵ تایی از شرکتهای حاضر در بازار بورس فرانکفورت آلمان در ژوئن سال ۲۰۰۰ انتخاب و بررسی شد که آیا این شرکتها در آن سال، دارای پایگاه اطلاع رسانی و صفحه راهنمای دسترسی به اطلاعات بوده اند یا نه و نتایج آن ثبت گردید. سپس در سال ۲۰۰۳ همین نمونه به عنوان نمونه گواه انتخاب شد و یک نمونه ۵۰ تایی دیگر به عنوان نمونه ای که تاثیر متغیرهای اخلاک را می سنجد نیز انتخاب شد.

اندازه گیری متغیرهای مستقل

یافته ها در مرحله اول نشان داد که همه شرکتهای مورد بررسی در هر دو تاریخ دارای پایگاه اطلاع رسانی بودند. در مورد اطلاعاتی که افشا می شد باید گفت همان اطلاعاتی که در گزارشهای سالانه آورده می شد از قبیل ترانزنامه، سود و زیان و گردش وجوه نقد و... در این پایگاههای اطلاع رسانی هم افشا می شد. تنها ۴ شرکت در سال ۲۰۰۰ قراردادهای خود را برای عموم افشا نمودند که این تعداد هم در سال ۲۰۰۳ کمتر شد. حتی با توجه به توصیه های مکرر افشای واحدهای دولتی آلمان در افشای صریح برخی از اطلاعات، حدود ۱۴ درصد شرکتها به این مهم توجه کردند ولی انتظار می رود که در آینده این توصیه ها کارساز باشد. در برخی از موارد از طریق پایگاه اطلاع رسانی

شرکتها می توان به پایگاه اطلاع رسانی حساب رسان مستقل مربوط متصل شد و اطلاعات را مستقیماً از آنجا دریافت کرد.

بهنگام بودن افشای اطلاعات در این دو دوره زمانی در خور ملاحظه بود و گزارشهای ماهانه و حتی هفتگی هم در برخی از پایگاههای اطلاع رسانی قابل دسترسی بود. شرکتهای کوچکتر به نسبت کمتر در زمینه ارائه اطلاعات مالی پیشرفت کرده بودند. با وجود پیشرفتهای روزافزون در این زمینه هنوز امکانات کلی اینترنت به عنوان یک وسیله ارتباطی به کار گرفته نشده است.

تجزیه و تحلیلهای رگرسیون چند متغیره نشان داد که متغیر وابسته در تمام حوزه ها متأثر از متغیر مستقل «حضور در بازار بورس خارجی» بوده و عامل میزان پراکندگی سهام فقط در نمونه سال ۲۰۰۰ موثر بوده است. ولی متغیر اندازه شرکت در همه نمونه ها و در هر دو تاریخ تاثیر گذار بوده است و همچنین وجود در بازار بورس خارجی در نمونه ۲۰۰۳ پیشبینی کننده خوبی بود.

آیین رفتار حرفه ای

حرکت از ارتباط در خور فهم و سنتی به سوی روش گزارشگری الکترونیکی موجب ابهاماتی برای استفاده کنندگان از اطلاعات شده است. کمیته استانداردهای بین المللی حسابداری به شدت از تدوین آیین رفتار حرفه ای برای گزارشگری تجاری الکترونیکی حمایت می کند. در حال حاضر رهنمودهای رسمی در این زمینه وجود ندارد. تنها در بورس تورنتو و بورس پاریس مقرراتی وضع شده است. در اینجا این سؤال مطرح می شود که چه کسانی مسئول اجرای آیین رفتار حرفه ای هستند. در پاسخ باید گفت شرکتها، حساب رسان و استفاده کنندگان هر کدام به نوبه خود در این موضوع مسئولیت دارند لذا باید مسئولیت هر گروه در ازای اطلاعات افشا شده در پایگاه اطلاع رسانی شرکتها مشخص شود.

محدودیت های استفاده از اینترنت

یکی از مشکلات اساسی گزارشگری مالی در محیط اینترنت ناهماهنگی بین مشتری مداری و همگون سازی در افشای اطلاعات است، به نحوی که تا به حال استاندارد یا چارچوب خاصی برای این امر تعیین نشده است. با توجه به اینکه مسائل مالی بیشترین حساسیت را در برابر

تقلب دارد لذا در مورد اینترنت که شبکه‌ای جهانی است و هر کس به راحتی می‌تواند وارد آن شود باید تدابیری برای برخورد با این معضل اندیشید. این برداشت که اینترنت محیط ناامنی برای تجارت الکترونیکی است یکی از موانع اصلی در پذیرش گسترده تجارت الکترونیکی است. اما نیاز به چنین دادوستد نوینی کماکان احساس می‌شود زیرا شبکه اینترنت فرصتهای منحصر به فردی را برای تجارت الکترونیک فراهم می‌آورد.

شبکه اینترنت افزون بر قابلیت بالا، در هزینه‌های گزارشگری نیز صرفه جویی می‌کند. این شبکه با حذف بیشتر موانع، راه را برای ورود شرکتهای جدید هموارتر و راههای نوینی را برای تبلیغات و بازاریابی عرضه می‌کند.

شبکه اینترنت تجارت بین الملل را برای شرکتهای کوچک امکانپذیر و برای شرکتهای بزرگ بسیار آسان می‌کند. اما با وجود احساس نیاز شدید به چنین شبکه‌ای هیچکدام از مزایای نهفته‌اش، آن را به مکانی ایمنتر برای دادوستد تبدیل نخواهد کرد. اینترنت یک شبکه عمومی ناامن مکانی شناخته شده برای خلاقان اطلاعاتی، ویروس نویسان و نقض کنندگان حریم امنیتی است. هر شرکتی که نسنجیده و بدون تصمیمگیری دقیق وارد اینترنت شود خود را در معرض خطرهای پنهان

**اولین پیشنهاد
برای
تدوین چارچوبی
برای
گزارشگری اینترنتی
به وسیله
کمیسیون اروپا
ارائه شد
اما
تاکنون
چارچوب خاصی
در این مورد
تعیین نشده است**

فراوان قرار داده است.

بررسیهای مختلفی که در زمینه فزونی منافع بر مخارج انجام گرفته نشان می‌دهد که فزونی منافع استفاده از اینترنت در شرکتهای بزرگ خیلی بیشتر از شرکتهای کوچک است. به علاوه، این نحوه گزارشگری چالشهای زیادی را برای حسابرسی صورتهای مالی فراهم می‌آورد.

مزایا و معایب گزارشگری اینترنتی یا الکترونیکی

مزایای عمده گزارشگری اینترنتی عبارتند از:

• ویژگی مربوط بودن اطلاعات را افزایش می‌دهد.
• هزینه انتشار اطلاعات را کاهش می‌دهد. اگر تصمیمگیرندگان از طریق پایگاههای اطلاع رسانی اطلاعات مالی را دریافت کنند، شرکتهای در هزینه‌های چاپ و توزیع گزارشهای سالانه و میاندوره‌ای صرفه جویی خواهند کرد.

• وسیله‌ای است که شرکتهای می‌توانند با مشتریان اطلاعات خاص، ارتباط برقرار کنند. گزارشگری سنتی به گروهی که اطلاعات را درخواست می‌کنند یا ارائه اطلاعات به آنها ضروری است، محدود می‌شود. اما هنگامی که اطلاعات مالی در پایگاه اطلاع رسانی قرار می‌گیرد به کالای عمومی تبدیل می‌شود، چون شبکه اینترنت دسترسی نامحدود به اطلاعات جهانی دارد لذا شرکتهای از این طریق مشتریان اطلاعات تجاری را گسترش می‌دهند.

• از طریق افشای اطلاعات تکمیلی، افشای بیشتری را امکانپذیر ساخته است.

• امکان ذخیره سازی داده‌ها زیاد است.

• انتقال داده‌ها در سراسر دنیا امکانپذیر است.

• بهنگام رسانی سریع اطلاعات ممکن است.

• امکان ارائه اطلاعات قابل دستکاری توسط استفاده کنندگان وجود دارد.

معایب عمده گزارشگری اینترنتی عبارتند از:

• احتمال از بین رفتن داده‌ها به وسیله ویروسها و رخنه‌گران وجود دارد.

• فقدان مقررات و نظارت بر میزان قابلیت اتکای اطلاعات در اینترنت و در نتیجه ناممکن بودن مقایسه گزارشها با هم.

• تعیین اعتبار گزارشهای غیرقانونی مشکل است.

• دسترسی نداشتن عموم به ابزار و فناوری لازم برای تهیه و استفاده از گزارشگری الکترونیکی مانند رایانه، اتصال به اینترنت و برنامه نویسان مجرب.

یافته‌ها و پیشنهادها

اینترنت با سرعت فزاینده‌ای بر تمام علوم و دانشها سایه افکننده است به نحوی که آینده گزارشگری مالی از آن پایگاههایی با عوامل هوشمند اینترنتی است به نحوی که در هر لحظه سهامداران با پایگاه اطلاع رسانی شرکتهای در ارتباط بوده و

پاسخگویی و افشای عمومی تلاش کنند تا خود را با جهان هماهنگ سازند و گزارشگری الکترونیکی را به سطح مطلوبی برسانند. محدودیت زمانی در انتخاب نمونه‌ها و محدودیت در بررسی متغیرها و پارامترها این احتمال را به وجود می‌آورد که عوامل دیگری غیر از آنچه در بررسیهای گذشته مورد بررسی قرار گرفته‌اند، ممکن است در میزان و محتوای اطلاعات افشا شده از طریق اینترنت دخیل باشند که ما به آنها توجهی نداشته‌ایم. لذا بررسیهای بیشتر و انتخاب پارامترهای دیگر می‌تواند این محدودیتها را مرتفع و سایر عوامل ناشناخته را آشکار سازد. ♦

اطلاعات لازم و یا علائم هشدار دهنده را دریافت می‌کنند، تا تصمیمهای لازم را بگیرند. مثلاً در صورت تغییرات قیمت سهام، سهامداران اطلاع یافته و برحسب نیاز سهام را می‌فروشند و یا اینکه با سهام دیگری جایگزین می‌کنند. تاکنون در کشور ما در این رابطه بررسی انجام نشده است. اما ارائه اطلاعات مالی از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکتها انجام می‌شود که درباره کم و کیف آن نیز تا به حال از سوی هیچ نهادی اظهار نظر نشده است. برخی از شرکتها اطلاعات مربوط به صورتهای مالی چندسال گذشته خود را ارائه می‌کنند ولی برای سال جاری اطلاعاتی ارائه نمی‌کنند. شرکتهای ایرانی باید در راستای اصل

پانوشتها:

European Accounting Review, Issue: Volume 8, Number2, July 1, 1999

♦ Petravick, S., and Gillet, J., **Financial Reporting on the World Wide Web**, Management Accounting, July, 1996, pp. 26-29

♦ Ettredge, M., et al., **The Presentation of Financial Information at Corporate Websites**, International Journal Accounting System 2, 2002, pp. 149-168

♦ Colbert, J.L., et al., **Constructing an Accounting Website**, Serial Review, Volume28, Number 3, 2002

♦ Andrew Lymer, **The Use of the Internet for Corporate Reporting- A Discussion of the Issues and Survey of Current Usage in the UK**, The University of Birmingham, UK, 1997

♦ Ashbaugh, H., Johnstone, K.M., and Warfield, T.D., **Corporate Reporting on the Internet**, Accounting Horizons (September), 1999, pp. 241-257

♦ Pirchegger, B. and Wagenhofer, A., **Financial Information on the Internet: A Survey of the Homepages of Austrian Companies**, The European Accounting Review, Vol.8, No.2, 1999 pp. 383-395

♦ Gray, G. and Debreceny, R., **Corporate Reporting on the Internet: Opportunities and Challenges?**, Working Paper, California State University, 1997

♦ حساس یگانه، یحیی، یحیی پور، علی اکبر، گزارشگری تجاری الکترونیک، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۳ و ۳۴

♦ حاجبها، زهره، نقش عاملهای هوشمند و اینترنت در سیستمهای حسابداری و حسابرسی امروز، مجله الکترونیک، شماره ۹، شهریور و مهر ۱۳۸۲

♦ منصوریان، مهران، روند فناوری اطلاعات، آیا ارسال اطلاعات از طریق اینترنت مطمئن است؟، خبرنامه انفورماتیک، شماره ۸۱

1- Multimedia

2- European Commission, Article 13

3- German Corporate Governance Code, 2002

4- Monistic

5- Pluralistic

6- Signaling Theory

منابع

♦ Marston, C., Polie, **Corporate Reporting on the Internet By the German Companies**, International Journal of Accounting Information Systems, Volume5, Issue3, October 2004, pp. 285-311

♦ Pirchegger, B., and Wagenhofer, A., **Financial Information on the Internet: A Survey of the Homepage of Austrian Companies**, European Accounting Review, Issue: Volume8, Number2, July 1, 1999

♦ Goowthorpe, C., and Amat, O., **External Reporting of Accounting and Financial Information via the Internet in Spain** European Accounting Review, Issue: Volume8, Number2, July 1, 1999

♦ Deller, D., et al., **A Survey on the Use of the Internet for Investor in the USA, the UK, and Germany**, European Accounting Review, Issue: Volume 8, Number2, July 1, 1999 pp. 351-364

♦ Debreceny, R., and Gray, G.L., **Financial Reporting in the Internet and the External Audit**, European Accounting Review, Issue: Volume 8, Number2, July 1, 1999

♦ Craven, B.M., and Marston, C.L., **Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies**, European Accounting Review, Issue: Volume8, Number 2, July 1, 1999

♦ Lymer, A., **Internet and Future Reporting in Europe**,