



ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΜΣ «Λογιστική, Χρηματοοικονομική και Διοικητική των Επιχειρήσεων»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Λογιστικές Γνωστοποιήσεις στο Διαδίκτυο

Καραμέτου Παναγιώτα

Α.Μ :197



Επιβλέπων: Τάσιος Στέργιος

Οκτώβριος 2020



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΜΣ «Λογιστική, Χρηματοοικονομική και Διοικητική των Επιχειρήσεων»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Λογιστικές Γνωστοποιήσεις στο Διαδίκτυο

Καραμέτου Παναγιώτα

A.M : 197

Επιβλέπων: Τάσιος Στέργιος

Οκτώβριος 2020

Accounting Disclosures on the Internet

Εγκρίθηκε από τριμελή εξεταστική επιτροπή

Πρέβεζα, 16 Οκτωβρίου 2020

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Επιβλέπων καθηγητής

Στέργιος Τάσιος,

Επιστημονικός συνεργάτης

2. Μέλος επιτροπής

Ευάγγελος Θ. Χύτης,

Επίκουρος καθηγητής

3. Μέλος επιτροπής

Γκανάς Ιωάννης,

Καθηγητής

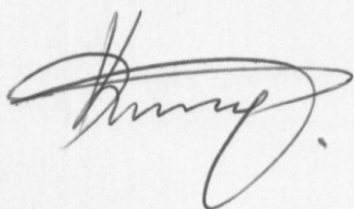
© Καραμέτου Παναγιώτα

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δήλωση μη λογοκλοπής

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις διατάξεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία είναι εξ ολοκλήρου αποτέλεσμα δικής μου ερευνητικής εργασίας, δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (κάθε είδους, μορφής και προέλευσης) για τη συγγραφή της περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία.

Καραμέτου Παναγιώτα,



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την ολοκλήρωση της παρούσας Μεταπτυχιακής εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω πρωτίστως τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Στέργιο Τάσιο, για την βοήθεια στην επιλογή του θέματος και την καθοδήγηση και υποστήριξη καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμότατα την οικογένειά μου για την αμέριστη συμπαράστασή τους και ως ένδειξη ευγνωμοσύνης να τους αφιερώσω την παρούσα εργασία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ταχεία και διαρκής ανάπτυξη των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ), παράλληλα με την ανάπτυξη νέων μορφών εμπορίου, όπως είναι το ηλεκτρονικό, έχουν οδηγήσει σε νέους τρόπους διενέργειας επιχειρηματικών συναλλαγών και διάδοσης των χρηματοοικονομικών πληροφοριών. Στα συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισαβόνας, τονίζεται ότι η χρηματοοικονομική πληροφόρηση μέσω του διαδικτύου, διευκολύνει την πρόσβαση των επενδυτών σε όλες τις αναγκαίες χρηματοοικονομικές πληροφορίες, ενώ παράλληλα παρέχει τη δυνατότητα ανάλυσης και σύγκρισης τους. Πλέον, οι επενδυτές επιθυμούν η λήψη των αποφάσεων τους, να γίνεται στη βάση μίας συνεχούς ροής τυποποιημένων χρηματοοικονομικών, και μη, πληροφοριών σχετικά με τις επιχειρήσεις που τους ενδιαφέρουν.

Στην παρούσα εργασία μελετάται η επίδραση της εταιρικής διακυβέρνησης μέσα από διάφορα χαρακτηριστικά (μέγεθος της εταιρείας με βάση τις πωλήσεις, περιθώριο κέρδους, διττός ρόλος προέδρου - διευθύνοντος συμβούλου, κεφαλαιακή μόχλευση, διασπορά ιδιοκτησίας και μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας) στον όγκο και το είδος των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο των Ελληνικών εταιρειών. Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε ένας δείκτης γνωστοποίησης αποτελούμενος από 61 στοιχεία. Στα μέσα της διεξαγωγής της μελέτης μας, έλαβε χώρα ένα εξαιρετικά ιδιαίτερο και δυσάρεστο γεγονός, η πανδημία του Covid-19. Κρίθηκε λοιπόν απαραίτητο και εξίσου ενδιαφέρον να δημιουργηθεί ένας επιπλέον δείκτης, μικρός αυτή τη φορά σε κλίμακα, μόλις 9 στοιχείων, που θα εξετάσει τη γνωστοποίηση που ακολουθούν οι εταιρείες σχετικά με τον ιό.

Το σημείο εκκίνησης για την συλλογή των δεδομένων ήταν το Χρηματιστήριο Αθηνών. Επικεντρωθήκαμε στις εταιρείες εκείνες που είναι εισηγμένες και διαπραγματεύονται στο Γενικό Δείκτη του Χ.Α (FTSE/X.A) και συγκεκριμένα σε αυτές που ανήκουν στο χώρο της μεγάλης (Large Cap) και μεσαίας (Mid Cap) κεφαλαιοποίησης. Το δείγμα αποτελείται από συνολικά 40 εταιρείες.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι, όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος των εταιρειών και η κερδοφορία τόσο ενισχύεται η εξωστρέφειά τους όσον αφορά τον όγκο των πληροφοριών που γνωστοποιούνε στο διαδίκτυο.

Λέξεις – κλειδιά: Χρηματοοικονομική πληροφόρηση, Διαδίκτυο, Εταιρική Διακυβέρνηση,
Δείκτης Γνωστοποίησης

ABSTRACT

The rapid and continuous development of IT, in parallel with the development of new forms of trade, such as electronics, has led to new ways of conducting business transactions and disseminating financial information. The conclusions of the Lisbon European Council stressed that financial information via the internet facilitates investors' access to all necessary financial information, while allowing it to be analyzed and compared. Investors now want their decisions to be made on the basis of a continuous flow of standardized financial, and non-standard, information about the companies of interest to them.

In this paper we will study the impact of corporate governance through various characteristics (company size based on sales, profit margin, CEO duality, capital leverage, ownership dispersion and audit company size) on the volume and type of accounting disclosures on the Internet of Greek companies. For this reason, we have created a disclosure indicator consisting of 61 items. In the middle of our study, an extremely special and unpleasant event took place, the pandemic of Covid-19. It was therefore considered necessary and equally interesting to create an additional indicator, this time small in scale, of just 9 elements, which will examine the companies' notification of the virus.

The starting point for the collection of our data was the Athens Stock Exchange. We focused on those companies that are listed and traded in the General Index of the C.A. (FTSE/C.A.) and specifically those that belong to the area of large (Large Cap) and mid (Mid Cap) capitalization. Our sample consists of 40 companies.

Our results showed the larger size of the company based on sales and the increase in profitability of the company likely to enhance the company's extroversion in terms of the volume of information it communicates online both in terms of financial, corporate governance, social responsibility and Covid-19 disclosure data, as well as in terms of an increased number of media that it chooses to disclose.

Keywords: Financial Information, Internet, Corporate Governance, Disclosure Index.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	i
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	ii
ABSTRACT	iv
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	viii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ	ix
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	x
Κεφάλαιο 1^ο Διαδίκτυο και πληροφορία	1
1.1. Το διαδίκτυο	1
1.2. Η έννοια της πληροφορίας.....	3
1.3. Η ασφάλεια της πληροφορίας.....	5
1.4. Οι επιχειρήσεις στο διαδίκτυο, Οφέλη - κίνδυνοι	8
1.5. Οι επιχειρήσεις στην περίοδο της πανδημίας Covid 19.	9
Κεφάλαιο 2^ο Λογιστικές Γνωστοποιήσεις	11
2.1. Η συνθήκη της Λισαβόνας	11
2.2. Η ελληνική πραγματικότητα.....	13
2.3. Ποιες πληροφορίες γνωστοποιούνται.....	14
2.3.1. Οικονομική θέση εταιρειών.....	15
2.3.2. Μη χρηματοοικονομικές πληροφορίες.....	16
2.4. Εταιρική διακυβέρνηση και λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο- Ανασκόπηση ερευνών.....	17
Κεφάλαιο 3^ο Μεθοδολογία έρευνας	28
3.1 Ερευνητικές Υποθέσεις.....	28

3.1.1	Μέθοδος Διοικητικού Συμβουλίου	28
3.1.2	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας.....	29
3.1.3	Ceo Duality	30
3.1.4	Διασπορά ιδιοκτησίας.....	31
3.1.5	Περιθώριο κέρδους	31
3.1.6	Μόχλευση.....	32
3.1.7	Πωλήσεις- Εταιρικό μέγεθος	33
3.2	Πληθυσμός και δείγμα της έρευνας.....	34
3.3	Παρουσίαση μεταβλητών	34
3.3.1	Εξαρτημένες μεταβλητές – Παρουσίαση Δείκτη Γνωστοποίησης.....	34
3.3.2	Ανεξάρτητες μεταβλητές.....	40
3.4	Περιγραφικά στατιστικά	40
	Κεφάλαιο 4^ο Αποτελέσματα της έρευνας	49
4.1	Μοντέλο έρευνας.....	49
4.2	Αξιολόγηση της εγκυρότητας του μοντέλου.....	50
4.3	Αποτελέσματα με τις εκτιμήσεις των μοντέλων παλινδρόμησης.....	51
	Κεφάλαιο 5^ο Συμπεράσματα	61
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	62
	Βιβλιογραφικές αναφορές.....	64
	I. Ελληνικές Αναφορές	64
	II. Ξενόγλωσσες Αναφορές.....	65
	III. Διαδικτυακοί Τόποι	68

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3.1 Περιγραφή Δείκτη Σκορ γνωστοποιήσεων	35
Πίνακας 3.2 Περιγραφή Δείκτη Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19.....	39
Πίνακας 3.3 Ανεξάρτητες μεταβλητές.....	40
Πίνακας 3.4 Συχνότητες Ανεξάρτητων μεταβλητών	41
Πίνακας 3.5 Συχνότητες Εξαρτημένων μεταβλητών.....	41
Πίνακας 3.6 Αναλυτικών Συχνοτήτων Σκορ γνωστοποιήσεων	44
Πίνακας 3.7 Αναλυτικών Συχνοτήτων Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19	47
Πίνακας 3.8 Συχνότητες Ψευδομεταβλητών	48
Πίνακας 4.1 Εξέταση Κανονικότητας Εξαρτημένων Μεταβλητών.....	50
Πίνακας 4.2 ANOVA.....	51
Πίνακας 4.3 Αποτελέσματα συσχετίσεων για Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων.....	53
Πίνακας 4.4 Αποτελέσματα παλινδρομήσεων για Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων	54
Πίνακας 4.5 Αποτελέσματα συσχετίσεων για Σκορ γνωστοποιήσεων	58
Πίνακας 4.6 Αποτελέσματα παλινδρομήσεων για Σκορ γνωστοποιήσεων	59

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 3.1 Συχνότητες Σκορ γνωστοποιήσεων	42
Διάγραμμα 3.2 Συχνότητες Ψευδομεταβλητών.....	48

ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

Δ.Λ.Π.	Διεθνών Λογιστικών Προτύπων
Δ.Π.Χ.Α	Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς
Δ.Π.Χ.Π	Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης
Δ.Σ	Διοικητικό Συμβούλιο
Ε.Δ.Λ.Π	Επιτροπής Διεθνών Λογιστικών Προτύπων
Ε.Ε.	Ευρωπαϊκής Ένωσης
ΕΟΔΥ	Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας
ΗΠΑ	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΤΠΕ	Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας
Χ.Α	Χρηματιστήριο Αθηνών
CAC40	(Conation Assister en Continu) French stock market index
CEO	Chief Executive Officer
CSR	Corporate Social Responsibility
EGX 100	Egyptian Exchange 100
EY	Ernst & Young
F.T.S.E	Financial Times Stock Exchange
IAS	International Accounting Standards
IOSCO	International Organization of Securities Commissions
IoT	Internet of Things
IP	Internet Protocol
IR	Internet Reporting
PWC	PRICEWATERHOUSECOOPERS
US -GAAP	United States - Generally Accepted Accounting Principles
VIF	Variation Inflation Factor

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από την δεκαετία του '90 όπου η χρήση του διαδικτύου έγινε περισσότερο διαδεδομένη, οι εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να το χειριστούν ως μέσο για τη γνωστοποίηση πληροφοριών. Το διαδίκτυο μπορεί να λειτουργήσει ως «σύμμαχος» της εταιρείας, αφού μέσω του εταιρικού της ιστοτόπου έχει την ευχέρεια να βρίσκεται όσο κοντά αυτή επιθυμεί με το ευρύ κοινό και με τα ενδιαφερόμενα μέρη και μάλιστα με τρόπο ιδιαίτερα ελκυστικό όπως μέσω αρχείων ήχου, βίντεο, διαδραστικών σελίδων κ.ά.

Οι εταιρείες οι οποίες εφαρμόζουν τις αρχές της εταιρικής διακυβέρνησης δε βασίζονται επί το πλείστον στους παραδοσιακούς τρόπους δημοσίευσης πληροφοριών, αλλά προχωρούν σε έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση όπως αυτό επιβάλλεται από το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται. Η εποχή στην οποία βρισκόμαστε καθιστά απαραίτητη τη διαφάνεια περισσότερο από ποτέ, αρκεί μόνο να λάβουμε υπόψη μας τα τόσα λογιστικά σκάνδαλα που έχουν εμφανισθεί κατά καιρούς. Τα κίνητρα για τη χρήση του διαδικτύου είναι πολλά, με πιο προφανή τη μείωση του χρόνου και φυσικά του κόστους γνωστοποίησης πληροφοριών, αλλά και την ευκολία πρόσβασης από τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Στόχος Εργασίας

Το επίπεδο γνωστοποίησης ποικίλλει μεταξύ των εταιρειών και αποτελεί ένα ενδιαφέρον πεδίο δράσης για τους ερευνητές στην προσπάθειά τους να εξηγήσουν εάν πίσω από το επίπεδο γνωστοποίησης υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που το επηρεάζουν. Στα πλαίσια αυτά θα κυμανθεί και η εν λόγω μελέτη με στόχο να διερευνήσει τι είδους στοιχεία γνωστοποιούνται στην Ελλάδα του 2020 (έτος αναφοράς της μελέτης μας) και κατά πόσα αυτά σχετίζονται με επιλεγμένα εταιρικά χαρακτηριστικά.

Διάρθρωση Εργασίας

Η εργασία αυτή, αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Αναλυτικότερα:

Στο πρώτο κεφάλαιο θα διερευνήσουμε τις ευρύτερες έννοιες του διαδικτύου, της πληροφορίας και της ασφάλειας της πληροφορίας. Επίσης θα αναφερθούμε τόσο στους κινδύνους που αντιμετωπίζουν όσο και στα οφέλη που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις με τη

γνωστοποίηση πληροφοριών στο διαδίκτυο, καθώς και τις ανάγκες που ανακύπτουν την τρέχουσα χρονική περίοδο λόγω της πανδημίας του Covid-19.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται τόσο στην έννοια της χρηματοοικονομικής πληροφόρησης μέσω του διαδικτύου όσο στο πώς αυτή η πληροφόρηση πραγματοποιείται στην Ελλάδα. Επίσης μέσω βιβλιογραφικής ανασκόπησης εξετάζονται οι παράγοντες που σχετίζονται με τον τρόπο διοίκησης-διακυβέρνησης (governance) μιας επιχείρησης και τη συχνότητα ή το τρόπο με τον οποίο αυτές προχωρούν σε λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στη μεθοδολογία της έρευνας, όπου θα διατυπώσουμε αφενός τις δικές μας ερευνητικές υποθέσεις, θα παρουσιάσουμε έναν δείκτη γνωστοποίησης αποτελούμενο από 70 στοιχεία και αφετέρου θα παρουσιάσουμε το δείγμα και τα περιγραφικά στατιστικά της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αρχικά θα παρουσιάσουμε το μοντέλο της έρευνας, τις μεταβλητές οι οποίες με βάση τη βιβλιογραφική ανασκόπηση θεωρούμε ότι επηρεάζουν το επίπεδο των γνωστοποιήσεων και τα αποτελέσματα της εμπειρικής ανάλυσης. Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο, θα αναφέρουμε κάποια γενικά συμπεράσματα σχετικά με τις λογιστικές γνωστοποιήσεις, καθώς και τα σημαντικότερα συμπεράσματα της έρευνάς μας σχετικά με τα εταιρικά χαρακτηριστικά και κατά πόσο αυτά σχετίζονται με το είδος αλλά και τον όγκο των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο. Θα ολοκληρώσουμε το εν λόγω κεφάλαιο με μερικές προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

ΚΕΝΗ ΣΕΛΙΔΑ

Κεφάλαιο 1^ο Διαδίκτυο και πληροφορία

1.1. Το διαδίκτυο

Η ταχεία ανάπτυξη των τεχνολογιών του διαδικτύου, έχει συντελέσει στην παροχή κάθε είδους πληροφορίας προς κάθε ενδιαφερόμενο. Η ευκολία της επικοινωνίας, χωρίς χωροχρονικούς περιορισμούς, μέσω του διαδικτύου, το έχει καταστήσει ως ένα ουσιαστικό εργαλείο για την παροχή πληροφοριών που χαρακτηρίζονται σε πραγματικό χρόνο, με ένα χαμηλό κόστος, καθώς και με τη δυνατότητα αλληλεπίδραση (Ashbaugh et al., 1999; Debreceny, et al., 2002). Επιπλέον, η πληροφορία που διαχέεται μέσω του διαδικτύου, είναι δυνατόν να περιλαμβάνει, εκτός από το κείμενο, εικόνα, ήχο αλλά και βίντεο εικόνων (Debreceny et al., 2002). Η δυνατότητα της ποικιλομορφίας στην πληροφορία, καθώς και η απεριόριστη πρόσβαση σε αυτήν ανά πάσα στιγμή έχουν καταστήσει το διαδίκτυο σε ένα σημαντικό μέσο για τις επιχειρήσεις προκειμένου να ενημερώσουν για τις επιδόσεις τους και τα επιχειρηματικά τους σχέδια, όλους τους πιθανούς παγκόσμιους επενδυτές, εκτός από τα παραδοσιακά ενδιαφερόμενα μέρη όπως είναι οι πιστωτές, οι μέτοχοι και οι οικονομικοί αναλυτές (Ashbaugh et al., 1999).

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1960, η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών αρχίζει να γίνεται πιο μαζική, για επιστημονικούς όσο και για στρατιωτικούς σκοπούς σε μια περίοδο όπου επικρατούσε ένα παγκόσμιο ψυχροπολεμικό κλίμα. Από τότε αναπτύχθηκε η ιδέα για ένα τρόπο επικοινωνίας των ηλεκτρονικών υπολογιστών μεταξύ τους, για ανταλλαγή δεδομένων, με αποτέλεσμα την πρώτη δημιουργία ενός δικτύου ηλεκτρονικών υπολογιστών. (Byung-Keun, 2005)

Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980, ένας σημαντικός αριθμός ανθρώπων, κυρίως επαγγελματίες, χρησιμοποιούσαν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, αλλά το διαδίκτυο δεν ήταν σε ευρεία χρήση όπως είναι τώρα δημόσιο μάτι. Οι περισσότεροι ιστότοποι δεν ήταν προσβάσιμοι στο ευρύ κοινό, ενώ και η πλοήγηση μεταξύ των ιστοτόπων δεν ήταν εύκολη. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 παρατηρήθηκε μια μαζική επέκταση του διαδικτύου (Λεάνδρος, 2005). Η ευκολία προσβασιμότητας, η πολλαπλή εφαρμογή του και ο αποκεντρωμένος χαρακτήρας του, συνέβαλαν στην ταχεία ανάπτυξη του. Οι επιχειρήσεις, αλλά και οι διάφοροι προσωπικοί υπολογιστές, με διαφορετικά λειτουργικά συστήματα, μπορούσαν πλέον να ενταχθούν στο παγκόσμιο δίκτυο. Το διαδίκτυο έγινε ένα παγκόσμιο

φαινόμενο, όπου χώρες και μεμονωμένα άτομα με πρωτοποριακά μυαλά ένωσαν τις δυνάμεις τους, με αποτέλεσμα την επέκταση των δυνατοτήτων του σε νέες, φανταστικές καινοτομίες (“Ιστορία Του Διαδικτύου,” 2020)

Το 1995, μεγάλες εταιρείες όπως η British Telecom, η France Telecom, η Deutsche Telekom, άρχισαν να παρέχουν υπηρεσίες διαδικτύου. Πάνω από 30.000 ιστοτόποι λειτουργούσαν με τον αριθμό τους να διπλασιάζεται κάθε δύο μήνες (Cerf, 1995). Μέχρι το 2001, υπήρχαν 513 εκατομμύρια χρήστες του Διαδικτύου, ενώ το 2002 οι χρήστες ευρυζωνικών συνδέσεων υπερέβησαν τον αριθμό των dial-up χρηστών στις Ηνωμένες Πολιτείες (Kleinrock, 2008). Αυτό είχε τεράστιες επιπτώσεις. Με μεγαλύτερη ευρυζωνικότητα, γιγαντιαία χωρητικότητα αποθήκευσης, ασύρματη πρόσβαση και προηγμένες οπτικές οθόνες και τη δυνατότητα peer-to-peer διευκόλυνε την τεχνολογία δικτύων κοινής χρήσης, διαμοιρασμού φωτογραφιών και βίντεο, αλλά και τη δημιουργία μέσω κοινωνικής δικτύωσης όπου οι χρήστες μπορούσαν να ανεβάσουν δεδομένα κάθε μορφής, προκειμένου να τα μοιραστούν.

Πλέον, το διαδίκτυο έχει ενσωματωθεί στην πλειοψηφία των καθημερινών λειτουργιών και δραστηριοτήτων της ζωής του σύγχρονου ανθρώπου, αλλά και των επιχειρήσεων. Έχει αλλάξει σε μεγάλο βαθμό, ο τρόπος εργασίας, οι καταναλωτικές συμπεριφορές, αλλά ακόμα και ο τρόπος διασκέδασης και μετακίνησης. Ο βαθμός ενσωμάτωσης του διαδικτύου στην καθημερινότητά μας, καταδεικνύεται από την ανάπτυξη του Internet of Things (IoT), το οποίο αποτελείται από δισεκατομμύρια αντικείμενα-συσσκευές, με μοναδική ταυτότητα, τα οποία έχουν τη δυνατότητα καταγραφής, μετάδοσης και λήψης δεδομένων μέσω του Διαδικτύου, χωρίς να είναι απαραίτητη κάποια είδους ανθρώπινη παρέμβαση (Porter, 2020). Η εξέλιξη αυτή είναι τόσο ταχεία, σε βαθμό ώστε η Cisco, η μεγαλύτερη εταιρεία εξοπλισμού δικτύων, να εκτιμά ότι περισσότερα από 50 δισεκατομμύρια αντικείμενα θα είναι διασυνδεδεμένα online παγκοσμίως έως το 2020 στο IoT (Newsroom, 2014).

Οι τεράστιες δυνατότητες του διαδικτύου δε θα μπορούσαν να αφήσουν ανεπηρέαστες τις επιχειρήσεις οι οποίες, ανεξαρτήτως μεγέθους, άρχισαν να το χρησιμοποιούν με σκοπό να είναι σε διαρκή επαφή με καταναλωτές, επενδυτές και μετόχους. Εύλογα τίθεται το ερώτημα τι είδους πληροφορίες είναι δυνατόν ή χρήσιμο να διαθέτουν οι επιχειρήσεις στο Διαδίκτυο.

1.2. Η έννοια της πληροφορίας

Πριν από την ευρεία καθιέρωση των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ), η πληροφορία ήταν δέσμια των μορφολογικών χαρακτηριστικών της και κυρίως της έντυπης μορφής της και για αυτό το λόγο οι άνθρωποι κατευθύνονταν προς την πληροφορία, και όχι το αντίστροφο. Σε όλη την πορεία της ανθρωπότητας, ο άνθρωπος προσέγγιζε την πληροφορία μέσα από τη μορφή εμπορικών προϊόντων και συναλλαγών, αλλά και γνώσεων. Για παράδειγμα, το περιεχόμενο της Βιβλιοθήκης της Αλεξάνδρειας συνετέλεσε στην ανάπτυξη όλων των Επιστημών, αλλά ακόμα και στην ανάπτυξη και την ακμή της ίδιας της πόλης για πολλούς αιώνες. Πλέον, η μορφή της πληροφορίας έχει αλλάξει από την έντυπη μορφή των προηγούμενων αιώνων, στην ψηφιακή, έχοντας ως αποτέλεσμα την εύκολη μετάδοση, αποθήκευση και επεξεργασία της. Η μετάλλαξη της μορφής της πληροφορίας, από έντυπη-αναλογική σε ψηφιακή, συνετέλεσε στην εύκολη πρόσβαση σε αυτήν, κυρίως μέσω του διαδικτύου, χωρίς να είναι απαραίτητη η μετακίνηση του ανθρώπου στα σημεία όπου αυτή βρίσκεται φυσικά αποθηκευμένη (Παρασκευάς, Ασημακόπουλος & Τριανταφύλλου, Β. , 2015).

Προκειμένου να γίνει αντιληπτή η έννοια της πληροφορίας, θα πρέπει να μελετηθεί το πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτή αναφέρεται. Οι McCreadie & Rice (1999), παρουσιάζουν τις διάφορες προσεγγίσεις της έννοιας της πληροφορίας. Συγκεκριμένα αναφέρουν:

- Η πληροφορία ως αναπαράσταση της γνώσης. Οι πληροφορίες είναι αποθηκευμένες γνώσεις, με παραδοσιακό μέσο αποθήκευσης τα βιβλία, ενώ πλέον όλο και πιο διαδεδομένα είναι τα ηλεκτρονικά μέσα αποθήκευσης της πληροφορίας.
- Η πληροφορία ως δεδομένο στο περιβάλλον. Οι πληροφορίες μπορούν να ληφθούν από ένα φάσμα περιβαλλοντικών ερεθισμάτων και φαινομένων, οι οποίες δεν προορίζονται προκειμένου να μεταφέρουν ένα μήνυμα, αλλά μπορεί να είναι ενημερωτικές όταν αυτές ερμηνευτούν κατάλληλα.
- Η πληροφορία ως τμήμα της διαδικασίας επικοινωνίας. Οι σημασίες εντοπίζονται στους ανθρώπους και όχι στις λέξεις ή στα δεδομένα. Ο χρόνος, αλλά και διάφοροι κοινωνικοί παράγοντες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επεξεργασία, αλλά και στην ερμηνεία της κάθε πληροφορίας.
- Η πληροφορία ως πόρος ή εμπόρευμα. Κάθε πληροφορία μεταδίδεται μέσω ενός μηνύματος που στέλνει ένας αποστολέας σε έναν ή περισσότερους παραλήπτες. Στη συνέχεια ο λήπτης του μηνύματος το ερμηνεύει σύμφωνα με τις οδηγίες του αποστολέα.

Μπορεί να υπάρχει προστιθέμενη αξία καθώς οι πληροφορίες μπορεί να αποτελούν ένα προϊόν συναλλαγής.

Αναφορικά με την τελευταία περίπτωση, ένα μήνυμα που σχεδιάστηκε για επικοινωνία χαρακτηρίζεται από δύο πληροφοριακά πλαίσια, αυτό του δημιουργού και αυτό του αναγνώστη του. Όπως αναφέρουν οι Vajda, Shannon & Weaver, (1950) & Weaver (1949), το βασικό πρόβλημα της επικοινωνίας είναι η ενδεχόμενη διαφορετική ερμηνεία του μηνύματος από το συντάκτη και τον αναγνώστη. Όπως αναφέρουν οι Meadow & Yuan (1997), οι πολλές ερμηνείες μιας πληροφορίας εξαρτώνται από τον παραλήπτη. Η ερμηνεία των πληροφοριών που περιλαμβάνονται σε ένα μήνυμα, από κάποιον αναγνώστη εξαρτάται από ένα ευρύ φάσμα παραγόντων, τα οποία επηρεάζουν την κατανόηση του μηνύματος. Σύμφωνα με τους ίδιους, κάποιοι από αυτούς είναι:

- Γεωγραφικοί που συνδέονται με το έθνος, τον πολιτισμό, τη γλώσσα, καθώς και την κοινότητα στην οποία ανήκει.
- Κοινωνικοί που σχετίζονται με τα ενδιαφέροντα.
- Εκπαιδευτικοί που σχετίζονται με το επίπεδο μόρφωσης.
- Επαγγελματικοί οι οποίοι σχετίζονται με το επαγγελματικό υπόβαθρο.

Όσον αφορά το πλαίσιο του συντάκτη, ο συντάκτης δημιουργεί το κείμενο με σκοπό να ενημερώσει τον παραλήπτη-αναγνώστη. Αυτό είναι το συνηθισμένο συγγραφικό πλαίσιο, στο οποίο ένα κείμενο είναι μια συλλογή πληροφοριών που έχουν δομηθεί με σκοπό να προκαλέσουν μια αλλαγή στην εικόνα του παραλήπτη σχετικά με ένα θέμα (Meadow & Yuan, 1997). Υπάρχει όμως και η περίπτωση στο μήνυμα να μην αποδίδεται απαραίτητα κάποιο νόημα, αλλά κάθε ερμηνεία του να προκύπτει από το πλαίσιο του αναγνώστη. Ως τέτοιο μπορεί να αναφερθεί το μήνυμα που περιέχει στοιχεία για την κερδοφορία μιας επιχείρησης, όπου οι πληροφορίες που περιέχονται σε αυτό ερμηνεύονται ανάλογα με το υπόβαθρο του κάθε αναγνώστη.

Κάθε δράση μιας επιχείρησης δημιουργεί μια σειρά από πληροφοριακά στοιχεία όπως είναι τα δελτία αποστολής, τα τιμολόγια, τα δελτία παράδοσης και παραλαβής και άλλα. Ουσιαστικά, για τις επιχειρήσεις, η πληροφορία αποτελεί ένα μέσο συγκέντρωσης, καταγραφής και μελέτης της λειτουργίας τους. Η σωστή διαχείριση του συνόλου των πληροφοριών είναι δυνατόν να συμβάλλει σημαντικά στην μεγέθυνση μιας επιχείρησης, με αποτέλεσμα να αποτελεί ένα σημαντικό περιουσιακό στοιχείο για την κάθε επιχείρηση. Τέλος η πορεία εξέλιξης μιας επιχείρησης εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, όχι μόνο από την

ποσότητα, αλλά και την ποιότητα των διαθέσιμων πληροφοριών, καθώς και από την κατάλληλη επεξεργασία τους με σκοπό τη διαμόρφωση της απαιτούμενης πληροφόρησης ώστε να ληφθούν οι κατάλληλες επιχειρηματικές αποφάσεις (Boddy et al., 2010).

Η γνώση βασίζεται στις πληροφορίες και αυτές με την σειρά τους στα δεδομένα. Τα τελευταία αποτελούν ακατέργαστα στοιχεία τα οποία συλλέγονται από μια ποικιλία πηγών, τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης, τα οποία αναφέρονται σε αντικείμενα, έννοιες, καθώς και σε γεγονότα. Η πληροφορία με τη σειρά της προκύπτει ως ένα αποτέλεσμα διαλογής, επεξεργασίας και σύνθεσης των δεδομένων (Παπαθανασίου, 2008). Με τη σειρά της, η γνώση αποτελεί μια συνολική εικόνα η οποία σχηματίζεται από ένα σύνολο πληροφοριών. Όταν το σύνολο των πληροφοριών είναι ακριβές, η σωστή προώθηση του στο κατάλληλο ιεραρχικό διοικητικό μιας επιχείρησης, παρέχει την καλύτερη δυνατή γνώση με αποτέλεσμα να μειώνεται το επίπεδο αβεβαιότητας, το οποίο εκ των πραγμάτων εμπεριέχεται σε κάθε επιχειρηματική απόφαση. (Rainer & Watson, 2012). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η γνώση είναι δυνατό να επηρεάσει σημαντικά την πορεία μιας επιχείρησης είτε είναι σωστή είτε είναι λανθασμένη (Βαλσαμίδης, 2016).

1.3. Η ασφάλεια της πληροφορίας

Ενώ στους προηγούμενους αιώνες, το κύριο ζητούμενο ήταν η ασφάλεια των οδών αλλά και η βελτίωση της ταχύτητας των μέσων μεταφοράς, προκειμένου να φτάσουν στον προορισμό τους άνθρωποι και εμπορεύματα, η ψηφιακή εποχή απαιτεί την ασφάλεια των ηλεκτρονικών «οδών» επικοινωνίας, τη διαρκή βελτίωση της ταχύτητας προσπέλασης στη ψηφιοποιημένη πληροφορία, καθώς και την επεξεργασία του τεράστιου αποθηκευμένου όγκου της (Ηλιόπουλος, 2017).

Η πληροφορία αποτελεί ένα σημαντικό περιουσιακό στοιχείο. Για να κατανοηθεί πλήρως η σημασία της ασφάλειας των πληροφοριών, πρέπει να εκτιμηθεί η σημασία δύο παραμέτρων, της αξίας των πληροφοριών και των συνεπειών της διακύβευσης. Η εποχή που οι κλέφτες περιορίζονταν στην κλοπή ηλεκτρονικών υπολογιστών έχει περάσει, αφού πλέον στην εποχή μας, οι κλέφτες επικεντρώνονται στην πρόσβαση σε κρίσιμα δεδομένα και πληροφορίες που περιέχονται σε ασφαλισμένο υλικό, συμπεριλαμβανομένων των κινητών

τηλεφώνων, προκαλώντας εγκλήματα στον κυβερνοχώρο. Οι κλέφτες του κυβερνοχώρου είναι τώρα οι χάκερς (Ηλιόπουλος, 2017).

Οι επιχειρήσεις διατηρούν ευαίσθητες πληροφορίες σχετικά με τους εργαζόμενους ή τους πελάτες τους, οικονομικά αποτελέσματα και άλλες πληροφορίες που είναι σημαντικές ώστε να κατέχουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, όπως το εμπορικά μυστικά και τα επιχειρηματικά τους σχέδια. Όσο περισσότερο αυτές οι πληροφορίες αποθηκεύονται και επεξεργάζεται ηλεκτρονικά, και μεταδίδονται σε δίκτυα εταιρειών μέσω του διαδικτύου, ο κίνδυνος πρόσβασης σε μη εξουσιοδοτημένα άτομα αυξάνεται. Οι επιχειρήσεις βρίσκονται πλέον αντιμέτωπες με την αυξανόμενη πρόκληση του καλύτερου τρόπου προστασίας των πληροφοριών αυτών, αφού στην περίπτωση εκείνη που ευαίσθητες πληροφορίες πέσουν σε λάθος χέρια είναι δυνατόν να οδηγήσει σε τεράστιο οικονομικό κόστος, λόγω ποινών ή αγωγών, καθώς και σε απώλεια φήμης των επιχειρήσεων. Όλες οι παραπάνω συνέπειες είναι πιθανό να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό την ομαλή λειτουργία μιας επιχείρησης, ενώ το χρονικό διάστημα ανάκαμψης τους από μια τέτοια ζημιά μπορεί να είναι μεγάλο (Ηλιόπουλος, 2017).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το διαδίκτυο αποτελείται από ένα σύνολο διασυνδεδεμένων υπολογιστικών κόμβων οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να ανταλλάσσουν μεταξύ τους πληροφορίες, καθώς και από τους συνδέσμους μέσω των οποίων διακινούνται οι πληροφορίες αυτές. Σκοπός ενός τέτοιου δικτύου είναι να παρέχει τη δυνατότητα στους χρήστες διαμοιρασμένης πρόσβασης σε δεδομένα, λογισμικό, συσκευές κ.ά. (Μαυρίδης, 2015).

Αρχικά το διαδίκτυο σχεδιάστηκε για το υπουργείο άμυνας των ΗΠΑ, την δεκαετία του 1960, με σκοπό τη δημιουργία ενός δικτύου μεταφοράς πακέτων δεδομένων το οποίο θα ήταν σε θέση να λειτουργήσει ακόμα και στην περίπτωση που κάποιοι κόμβοι ή συνδέσεις δεν ήταν σε θέση να λειτουργήσουν, παρέχοντας ένα πλήθος από εναλλακτικές διαδρομές. Στη συνέχεια το ARPANET συντέλεσε στην ηλεκτρονική διασύνδεση των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων, ενώ πλέον το διαδίκτυο αποτελεί ένα παγκόσμιο και χαμηλού κόστους ομοιογενές μέσο προκειμένου να διακινηθεί μια ποικιλία από πληροφορίες. Πολλές από αυτές τις πληροφορίες αφορούν ευαίσθητα δεδομένα, όπως είναι οι τραπεζικές συναλλαγές, οι πράξεις ηλεκτρονικού εμπορίου και εφαρμογές τηλεϊατρικής. Για όλες τις παραπάνω περιπτώσεις χρήσης του διαδικτύου, η ασφάλεια των πληροφοριών που διακινούνται αποτελεί μείζον ζήτημα. Κατά τη σχεδίαση του διαδικτύου, μέχρι και την έκδοση 4 του

πρωτοκόλλου IP (Internet Protocol version 4), η ασφάλεια δεν αποτελούσε ένα από τα χαρακτηριστικά που λήφθηκαν υπόψη κατά το σχεδιασμό του, καθώς βασικός στόχος ήταν η ανθεκτική λειτουργικότητά του και η ευκολία πρόσβασης σε αυτό (Μαυρίδης, 2015).

Μερικά από τα βασικά ζητήματα ασφάλειας στο διαδίκτυο, αφορούν την αντιμετώπιση ζητημάτων, όπως (Μαυρίδης, 2015):

- Η πλαστοπροσωπία (masquerading). Σε αυτήν την περίπτωση κάποιος μη εξουσιοδοτημένος χρήστης προσπαθεί, μέσω της αντιποίησης της ταυτότητας του να εξαπατήσει το σύστημα ελέγχου πρόσβασης, προκειμένου να χρησιμοποιήσει τους πόρους παριστάνοντας έναν νόμιμα εξουσιοδοτημένο χρήστη.
- Η παθητική παρακολούθηση (passive tapping). Σε αυτό το είδος επίθεσης, ο επιτιθέμενος αποκτά πρόσβαση στη διακίνηση των δεδομένων με σκοπό την καταγραφή τους ώστε να τα αναλύσει σε δεύτερο χρόνο.
- Η ενεργή παρακολούθηση (active tapping). Αντίθετα με την προηγούμενη περίπτωση, αφού αποκτήσει πρόσβαση στα δεδομένα είτε τα τροποποιεί, είτε εισάγει δικά του πλαστά δεδομένα.
- Η αποποίηση (repudiation). Σε αυτήν την περίπτωση μια νόμιμα εξουσιοδοτημένη οντότητα αποποιείται τη συμμετοχή της σε μια ενέργεια, όπως είναι για παράδειγμα η αποστολή ενός μηνύματος στο σύστημα.
- Η άρνηση εξυπηρέτησης (denial of service). Σε αυτό το είδος επίθεσης, ο επιτιθέμενος καταναλώνει ή δεσμεύει σε υπερβολικό βαθμό τους πόρους του συστήματος με σκοπό να παρεμποδίσει την ομαλή λειτουργία του.
- Η επανεκπομπή μηνυμάτων (replay). Ο επιτιθέμενος συνδυάζει την παθητική παρακολούθηση με την καταγραφή μηνυμάτων με σκοπό την μεταγενέστερη επανεκπομπή (playback) τους.
- Η ανάλυση επικοινωνίας (traffic analysis). Στην ουσία αποτελεί μια μορφή παθητικής παρακολούθησης κατά την οποία ο επιτιθέμενος αναλύει τη διακίνηση και την κυκλοφορία των δεδομένων με σκοπό να σχεδιάσει την επόμενη και ενδεχομένως πιο καταστροφική επίθεση του.
- Το κακόβουλο λογισμικό (viruses, Trojan horses, worms). Ενδεχομένως η πιο συνηθισμένη μορφή επίθεσης, κατά την οποία ο επιτιθέμενος εγκαθιστά λογισμικό μέσω του οποίου νόμιμα εξουσιοδοτημένα άτομα εξαπολύουν, εν αγνοία τους, επιθέσεις στο σύστημα.

1.4. Οι επιχειρήσεις στο διαδίκτυο, Οφέλη - Κίνδυνοι

Πλέον, οι περισσότερες επιχειρήσεις διαθέτουν εταιρικούς ιστότοπους, με σκοπό την επικοινωνία τους με προμηθευτές, πελάτες και επενδυτές. Εκτός από τα θέματα ασφάλειας, τα οποία αναφέρθηκαν παραπάνω, η εξέλιξη του διαδικτύου παρέχει τη δυνατότητα για νέες προκλήσεις, αναφορικά με την εταιρική πληροφόρηση, κυρίως μέσω της διευκόλυνσης μιας έγκαιρης, αλλά και οικονομικά αποδοτικής διάδοσης των πληροφοριών σε πολλά επίπεδα (Πομπόρτσας & Τσούφλας, 2002).

Οι εταιρικές γνωστοποιήσεις, αποκτούν πλέον ζωτική σημασία για μια σύγχρονη επιχείρηση, αφού η παροχή πληροφοριών προστιθέμενης αξίας είναι απαραίτητη προκειμένου να εκτιμηθεί η αξία της. Παράλληλα, οι εταιρικές και λογιστικές γνωστοποιήσεις, ευνοούν την ανάπτυξη μιας αμοιβαία επωφελούς σχέσης μεταξύ όλων των συνδεδεμένων μερών μιας επιχείρησης, κυρίως με τους μετόχους της (Cormier, Ledoux & Magnam, 2009). Επιπροσθέτως, η συνεχής πρόσβαση στις εταιρικές πληροφορίες, μέσω του διαδικτύου, διευκολύνει τη λήψη αποφάσεων από τους μετόχους μιας εταιρείας, καθώς και από δυνητικούς επενδυτές, αλλά και σε οποιονδήποτε επιθυμεί να ενημερωθεί για μια σειρά από θέματα, όπως η περιβαλλοντική πολιτική της εταιρείας, οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κ.ά.

Ακόμα, το διαδίκτυο παρέχει τη δυνατότητα για μια πολύ πιο γρήγορη, αλλά και πιο οικονομική ενημέρωση, σχετικά με τις εταιρικές πληροφορίες, σε σχέση με τα πιο παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, όπως είναι το ταχυδρομείο. Έτσι, δυνητικοί χρήστες των πληροφοριών, όπως είναι μέτοχοι, δυνητικοί επενδυτές, αλλά και άλλοι ενδιαφερόμενοι, έχουν άμεση πρόσβαση σε ένα μεγάλο όγκο δεδομένων (Pattten, 2002). Βέβαια αυτό προϋποθέτει, η κάθε εταιρεία να φροντίζει για τη συνεχή ενημέρωση των δεδομένων και ενσωμάτωση εξωγενών παραγόντων που δεν αφήνουν ανεπηρέαστη τη λειτουργία της στους σχετικούς ιστότοπους, αλλά και για αυτοματοποιημένη επικοινωνία, όπως είναι η αποστολή newsletter σε όσους χρήστες είναι εγγεγραμμένοι, κ.ά.

Παρά το γεγονός ότι δε φαίνεται η επέκταση του ηλεκτρονικού εμπορίου και του διαδικτύου να μεταβάλουν δραστικά τον ανταγωνισμό ανάμεσα στις επιχειρήσεις, φαίνεται να επηρεάζουν σημαντικά τις «πηγές ανταγωνιστικότητας» και για αυτό το λόγο απαιτείται οι επιχειρήσεις να αναθεωρήσουν τη στάση τους απέναντι στο διαδίκτυο και να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες που παρέχει, ιδιαίτερα στην ταχεία διάδοση των πληροφοριών προκειμένου να ενισχύσουν τη θέση τους, μέσω της πρόσβασης σε επενδυτές,

από όλο τον κόσμο, αλλά και του κύρους τους και της φήμης τους (Turban, Lee, King & Chung, 2000).

Ένα πολύ πρόσφατο και εξαιρετικό γεγονός που επίδρασε στη λειτουργία κάθε επιχείρησης και πληροφορίες αυτού θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμες να γνωστοποιηθούν (και να λειτουργήσουν ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα) είναι η εμφάνιση της πανδημίας Covid19. Στο σύνολό τους οι επιχειρήσεις άλλες σε μικρότερο και άλλες σε μεγαλύτερο βαθμό είδαν άμεσο αντίκτυπο στη δραστηριότητα τους, χωρίς ακόμη να είμαστε σε θέση να μελετήσουμε πλήρως αυτές τις επιδράσεις. Έτσι εκμεταλλευόμενοι τον εταιρικό τους ιστότοπο θα μπορούσαν να γνωστοποιήσουν πληροφορίες, ώστε τα ενδιαφερόμενα μέρη να είναι ενήμερα, οι ίδιες οι επιχειρήσεις να έχουν ίσως καλύτερη πρόσβαση σε νέες πηγές χρηματοδότησης για την συνέχιση της δραστηριότητας τους κ.α.

Παρά τις αυξημένες δυνατότητες διάχυσης της πληροφορίας, μέσα από τους εταιρικούς ιστότοπους, αναδεικνύονται μια σειρά από πολλά κρίσιμα και πολύπλοκα ζητήματα, όπως, το είδος των οικονομικών πληροφοριών που θα αναρτώνται στο διαδίκτυο, καθώς και η αντικειμενικότητά τους. Υπάρχει ακόμα προβληματισμός σχετικά με τη δημοσίευση των οικονομικών επιδόσεων μιας εταιρειών, αλλά ακόμα και με τη μορφή των σχετικών δεδομένων, με την έννοια αν είναι σκόπιμο να είναι σε μορφή που ευνοεί την ανάλυση τους από όλους τους χρήστες. Τέλος, τίθεται και το ζήτημα κατά πόσο οι εταιρικές ηλεκτρονικές πληροφορίες είναι κατάλληλα τοποθετημένες στον εταιρικό ιστότοπο, αλλά κυρίως, ποιοι θα είναι οι υπεύθυνοι για την απόφαση, την επαλήθευση, την έγκριση, καθώς και την ανάρτηση των ηλεκτρονικών πληροφοριών στους εταιρικούς ιστότοπους (Poon et al., 2003).

1.5. Οι επιχειρήσεις στην περίοδο της πανδημίας Covid 19.

Η πανδημία Covid 19 ήρθε για να αλλάξει όλα όσα ξέραμε μέχρι πρότινος. Στην πόλη Wuhan, επαρχία Hubei, στην Κίνα, εμφανίστηκε συρροή κρουσμάτων πνευμονίας. Στις 9 Ιανουαρίου 2020 οι υγειονομικές αρχές της Κίνας ανακοίνωσαν ότι πρόκειται για νέο στέλεχος κορωνοϊού (2019-nCoV) (<https://eody.gov.gr>).

Η νέα πανδημία του κορωνοϊού (COVID-19) εξαπλώθηκε σε όλο τον κόσμο με ταχύτατο ρυθμό. Ο ιός έχει επιπτώσεις όχι μόνο στην ανθρώπινη ζωή, αλλά και στις επιχειρήσεις. Η πανδημία διαφαίνεται ότι έχει αντίκτυπο σε όλες σχεδόν τις οικονομικές οντότητες, είτε άμεσα είτε έμμεσα. Ορισμένοι από τους τομείς που πλήττονται περισσότερο είναι αυτοί της

αεροπορίας, της φιλοξενίας και του λιανικού εμπορίου ύστερα ειδικά από τα lockdown που εφαρμόστηκαν.

Κάθε εταιρεία ερχόμενη αντιμέτωπη με την εν λόγω κατάσταση αντιλαμβάνεται λίγο παραπάνω τη σπουδαιότητα που προσφέρει η πρόσβαση και η επικοινωνία μέσω του διαδικτύου. Χωρίς πρόσβαση στο διαδίκτυο διακυβεύεται η επιβίωση για τις εταιρείες, καθώς η λήψη περιοριστικών μέτρων εμποδίζει την εύρυθμη λειτουργία τους. Τίποτα δεν είναι όπως πριν. Οι επιχειρήσεις με «σύμμαχο» τον εταιρικό τους ιστότοπο προσπαθούν να προσφέρουν όσα θα πρόσφεραν σαν όλοι να ήταν στην θέση εργασίας τους και όχι να δουλεύουν εξ' αποστάσεως, σαν να μην υπάρχει κανένα πρόβλημα στην τροφοδοτική αλυσίδα, σαν να μην υπάρχουν προβλήματα ρευστότητας (https://www.ey.com/el_gr/covid-19).

Αντιλαμβάνεται κανείς πόση σημασία αποκτούν πλέον οι λογιστικές και εταιρικές γνωστοποιήσεις στην ανάπτυξη αμοιβαίας επωφελούς σχέσης μεταξύ όλων των συνδεδεμένων μερών μιας επιχείρησης, στη εύρεση τρόπων χρηματοδότησης για την συνέχιση της δραστηριότητας κ.ά. Οι επιχειρήσεις πλέον επιβάλλεται να εντείνουν τις απαιτούμενες και τις εθελοντικές τους γνωστοποιήσεις, καθότι δεν μπορούμε να ελέγξουμε τις δυνάμεις της φύσης, αλλά μπορούμε να ελέγξουμε τον τρόπο με τον οποίο αντιδρούμε σε αυτές. Κρίνεται απαραίτητο να εκμεταλλευτούμε τα οφειλή που μας προσφέρει η εταιρική πληροφόρηση και να γνωστοποιούμε συγκεκριμένες και σαφείς πληροφορίες ώστε να μπορέσουμε να ανταπεξέλθουμε των επιπτώσεων (https://www.ey.com/el_gr/covid-19).

Κεφάλαιο 2^ο Λογιστικές Γνωστοποιήσεις

2.1. Η συνθήκη της Λισαβόνας

Η πρώτη προσπάθεια, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.), για μια ενιαία οργάνωση της χρηματοοικονομικής αγοράς, οριοθετείται το 2000, στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισαβόνας. Στο συγκεκριμένο Συμβούλιο, τονίστηκε η ουσιαστική σημασία της ενιαίας χρηματοοικονομικής αγοράς, αναφορικά με την υλοποίησή της, στο πλαίσιο της υλοποίησης των κεντρικών στόχων της Ε.Ε. και αναφορικά με την ανάπτυξη και την υψηλή απασχόληση.

Στα συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισαβόνας, επισημαίνεται η ανάγκη ενίσχυσης της συγκρισιμότητας των οικονομικών καταστάσεων των εταιρειών, με σκοπό την ωφέλεια των ίδιων των εταιρειών, αλλά και των επενδυτών. Για αυτό επισημαίνεται η ανάγκη για κοινά «πρότυπα χρηματοοικονομικής πληροφόρησης», τα οποία πρέπει να είναι «διαφανή, πλήρως κατανοητά, καταλλήλως ελεγμένα και ουσιαστικά εφαρμοζόμενα» (<https://eur-lex.europa.eu/>):

Η ταχεία και διαρκής ανάπτυξη των Τ.Π.Ε., παράλληλα με την ανάπτυξη νέων μορφών εμπορίου, όπως είναι το ηλεκτρονικό, έχουν οδηγήσει σε νέους τρόπους διενέργειας επιχειρηματικών συναλλαγών και διάδοσης των χρηματοοικονομικών πληροφοριών. Επίσης, στα συμπεράσματα του Συμβουλίου, τονίζεται ότι η χρηματοοικονομική πληροφόρηση μέσω του διαδικτύου, διευκολύνει την πρόσβαση των επενδυτών σε όλες τις αναγκαίες χρηματοοικονομικές πληροφορίες, ενώ παράλληλα παρέχει τη δυνατότητα ανάλυσης και σύγκρισής τους. Πλέον, οι επενδυτές επιθυμούν η λήψη των αποφάσεων τους, να γίνεται στη βάση μίας συνεχούς ροής τυποποιημένων χρηματοοικονομικών, και μη, πληροφοριών σχετικά με τις επιχειρήσεις που τους ενδιαφέρουν.

Επιπλέον, η υποχρέωση των επιχειρήσεων για μια περιοδική γνωστοποίηση λογιστικών πληροφοριών στο διαδίκτυο, ενισχύει «τη διασφάλιση της διαφάνειας, την παροχή δικλίδων ασφαλείας για τους επενδυτές και στην ενίσχυση της γενικότερης σταθερότητας των αγορών». Το Συμβούλιο διαπίστωσε την ύπαρξη πολλών, διαφορετικών, κανόνων

σχετικά με τη χρηματοοικονομική πληροφόρηση, ανάλογα με την πολιτική και την παράδοση του κάθε Κράτους Μέλους της Ε.Ε, η οποία δεν ευνοούσε το ζητούμενο της ενιαίας χρηματοοικονομικής αγοράς.

Αυτό οδήγησε στη σύγκλιση, αλλά και τη δημιουργία, νέων λογιστικών προτύπων, ενώ παράλληλα ενισχύεται και η τάση μιας διεθνούς τυποποίησής τους, ενθαρρύνοντας παράλληλα τη στενότερη συνεργασία μεταξύ των εθνικών φορέων τυποποίησης. Σταδιακά οδηγηθήκαμε στην καθιέρωση και στη χρήση Διεθνών Λογιστικών Προτύπων (Δ.Λ.Π.).

Αυτή η προσπάθεια, βασίστηκε στην από κοινού δράση της «Επιτροπής Διεθνών Λογιστικών Προτύπων (ΕΔΛΠ-IASC)» και της «Διεθνούς Οργάνωσης Επιτροπών Κεφαλαιαγοράς (IOSCO)», με σκοπό τη δημιουργία «ενιαίων προτύπων χρηματοοικονομικής πληροφόρησης», τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε παγκόσμιο επίπεδο για την εισαγωγή στα χρηματιστήρια. Ως αποτέλεσμα, η IOSCO, ανακοίνωσε στις 17 Μαρτίου 2000 την ολοκλήρωση της εκ μέρους της αξιολόγησης των ΔΛΠ και συνέστησε στα μέλη της να επιτρέψουν σε πολυεθνικούς εκδότες να χρησιμοποιούν τα ΔΛΠ στην κατάρτιση των χρηματοοικονομικών τους καταστάσεων για διασυνοριακές προσφορές τίτλων και εισαγωγή στα χρηματιστήρια.

Βασικός λόγος για την τυποποίηση της χρηματοοικονομικής πληροφόρησης αποτέλεσε η ανάγκη για παροχή συναφών, έγκαιρων, αξιόπιστων, αλλά κυρίως, συγκρίσιμων στοιχείων, αναφορικά με τις επιδόσεις, αλλά και τη χρηματοοικονομική θέση μιας επιχείρησης. Απώτερος σκοπός είναι η διαφύλαξη των συμφερόντων, όχι μόνο των μετόχων και των επενδυτών μιας επιχείρησης, αλλά και των δανειστών της, καθώς και κάθε άλλου μέρους το οποίο το ενδιαφέρει η αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης. Επιπλέον, ενισχύεται ένα καθεστώς ισότιμων όρων ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων.

Σημαντικό εργαλείο σε μια ενιαία χρηματοοικονομική αγορά, αποτελούν οι χρηματοοικονομικές εκθέσεις, πάνω στις οποίες βασίζεται όλο το σύστημα πληροφόρησης της αγοράς. Συγκεκριμένα, αποτελούν το συνδετικό κρίκο μεταξύ επιχειρήσεων και επενδυτών, ενώ παράλληλα είναι αναγκαίες προκειμένου να είναι δυνατό το υψηλό επίπεδο συγκρισιμότητας, το οποίο είναι απαραίτητο σε μια ενιαία αγορά κινητών αξιών στην Ε.Ε.

Παρά την προσπάθεια για καθολική εφαρμογή των εγκεκριμένων λογιστικών πρότυπων σε ολόκληρη την Ε.Ε. , αλλά και τον υπόλοιπο κόσμο, η νομοθεσία της Ε.Ε. δεν περιλαμβάνει ρητές διατάξεις για αρκετά λογιστικά θέματα. Με αυτό τον τρόπο επιτρέπει στα Κράτη

Μέλη να παρεκκλίνουν. Οι αρμόδιες εθνικές αρχές, έχουν τη δυνατότητα να επιτρέπουν σε επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν διεθνώς αποδεκτά πλαίσια χρηματοοικονομικής πληροφόρησης, όπως είναι τα IAS ή US-GAAP, λογιστικές αρχές στις Ηνωμένες Πολιτείες, με τη βασική προϋπόθεση ότι συμμορφώνονται με τις λογιστικές οδηγίες. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, ορισμένες επιχειρήσεις να υποβάλλουν χρηματοοικονομικές εκθέσεις με διαφορετικά λογιστικά πρότυπα εντός του ιδίου Κράτους Μέλους, αλλά ακόμα και στο ίδιο χρηματιστήριο.

Η παράλληλη χρήση διαφορετικών πλαισίων λογιστικών γνωστοποιήσεων, εκτός από δαπανηρή, είναι δυνατόν να προκαλέσει και σύγχυση στους επενδυτές, ενώ παράλληλα δυσχεραίνεται η εγκαθίδρυση ενός ουσιαστικού μηχανισμού εποπτείας και επιβολής χρηματοοικονομικής πληροφόρησης για τις εισηγμένες εταιρείες. Πρακτικά, η παρούσα κατάσταση δεν ευνοεί την επίτευξη του αρχικού στόχου της Λισαβόνας, δηλαδή μιας ενιαίας χρηματοοικονομικής αγοράς της Ε.Ε (Shapre, 1998).

2.2. Η ελληνική πραγματικότητα

Από την 1η Ιανουαρίου 2005 οι ευρωπαϊκές εισηγμένες εταιρείες έχουν την υποχρέωση να καταρτίζουν ενοποιημένους λογαριασμούς με βάση τα Δ.Π.Χ.Π. Πλην όμως, τίθεται συχνά το ερώτημα κατά πόσο είναι δυνατή η ομοιόμορφη εφαρμογή των συγκεκριμένων προτύπων, τόσο εξαιτίας διαφορετικών νομικών συστημάτων των κρατών, αλλά και εξαιτίας των διαφορετικών πολιτισμικών και θεσμικών υπόβαθρων.

Αναφορικά με την Ελλάδα, το συγκεκριμένο υπόβαθρο περιλαμβάνει «ισχυρή φορολογική συμμόρφωση, τραπεζικό προσανατολισμό και συντηρητικούς λογιστικούς κανόνες, τα οποία έχουν αρνητική επίδραση στη συνάφεια των οικονομικών καταστάσεων». Συγκεκριμένα, πριν την υιοθέτηση των Δ.Π.Χ.Π, στην Ελλάδα, οι επιχειρήσεις προκειμένου να διασφαλίσουν τα απαιτούμενα κεφάλαια βασίζονταν στον τραπεζικό δανεισμό και όχι τους επενδυτές. Επίσης, η δημοσίευση των οικονομικών καταστάσεων είχε ως κύριο στόχο την προστασία των πιστωτών τους, ενώ υπήρχε και φορολογική επίδραση, αλλά και μια γενικότερη τάση για παρέμβαση του Κράτους στην ανάπτυξη των λογιστικών προτύπων. Αναφορικά με το περιεχόμενο τους, η παρουσίαση του Ενεργητικού

στον ισολογισμό βασιζόταν αποκλειστικά στο λεγόμενο «ιστορικό κόστος», ενώ τα έσοδα καταγράφονταν στο λογαριασμό αποτελεσμάτων μόνο αν είχαν πραγματοποιηθεί.

Η σημαντική αλλαγή, μετά την υιοθέτηση των Δ.Π.Χ.Π, χωρίς να παύουν να ισχύουν και τα παραπάνω, ήταν η παροχή στους επενδυτές της κατάλληλης χρηματοοικονομικής πληροφόρησης ώστε να είναι σε θέση να λάβουν τις κατάλληλες και τεκμηριωμένες αποφάσεις τους .

Πρακτικά, η υιοθέτηση των Δ.Π.Χ.Π, στον Ελληνικό χώρο, οδήγησε στην εισαγωγή μιας σειράς από έννοιες όπως «εύλογη αξία», «αξία χρήσης», «αναβαλλόμενες φορολογικές απαιτήσεις και υποχρεώσεις», «απομείωση», «υποβολή εκθέσεων» κ.ά. Εύλογα τίθεται το ερώτημα κατά πόσο οι Ελληνικές επιχειρήσεις προσαρμόστηκαν στην νέα πραγματικότητα και κατά πόσο είναι σε θέση να παρέχουν στους επενδυτές όλες εκείνες τις πληροφορίες που ζητούν και ιδιαίτερα κατά πόσο χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αυτό.

2.3. Ποιες πληροφορίες γνωστοποιούνται

Οι λογιστικές γνωστοποιήσεις αποτελούν μια σημαντική πηγή πληροφόρησης, αλλά και σημαντική πηγή αξιολόγησης των αποφάσεων του Διοικητικού Συμβουλίου μιας εταιρείας, και κατ' επέκταση της οικονομικής της απόδοσης. Για να έχουν όμως νόημα και αποτελεσματικότητα, οι λογιστικές γνωστοποιήσεις οφείλουν να ικανοποιούν τις απαιτήσεις των κύριων χρηστών χρηματοοικονομικής πληροφόρησης που είναι οι επενδυτές, οι πιστωτές, αλλά και οι διάφορες εποπτικές αρχές.

Η οικονομική κρίση που άρχισε το 2008, οδήγησε σε μια σειρά από αλλαγές σε ολόκληρο το χρηματοπιστωτικό σύστημα, καθώς και στο περιεχόμενο των γνωστοποιήσεων στις οικονομικές καταστάσεις. Αυτό οδήγησε, στην εισαγωγή νέων όρων και εννοιών στις οικονομικές καταστάσεις, όπως «θέματα κίνδυνων» και «εύλογη αξία», ενώ παράλληλα εντάθηκε η προσπάθεια σύγκλισης των «Διεθνών Προτύπων Χρηματοοικονομικής Αναφοράς (Δ.Π.Χ.Α)» με τα «Λογιστικά Πρότυπα των ΗΠΑ (US GAAP)», με αποτέλεσμα ένα νέο πλαίσιο χρηματοοικονομικής πληροφόρησης.

2.3.1. Οικονομική θέση εταιρειών

Μια σημαντική αλλαγή αφορά στο «Πλαίσιο αρχών για την ολοκληρωμένη πληροφόρηση» το οποίο προτάθηκε από το «Συμβούλιο Ολοκληρωμένης Πληροφόρησης (International Integrated Reporting Council)», το 2013. Το συγκεκριμένο πλαίσιο, πρακτικά προτείνει ένα «πλαίσιο αρχών», το οποίο θα βοηθά την κάθε επιχείρηση να δώσει τον οικονομικό απολογισμό μιας χρονικής περιόδου με ένα εξατομικευμένο τρόπο.

Έτσι λοιπόν προτείνεται το ετήσιο δελτίο μιας εταιρείας να περιέχει, εκτός από τις οικονομικές καταστάσεις, την «έκθεση του Δ.Σ», τη «δήλωση εταιρικής διακυβέρνησης», αλλά και άλλα στοιχεία, όχι γιατί είναι υποχρεωμένη από τη Νομοθεσία, αλλά γιατί είναι σε θέση να αποτελέσει ένα «κείμενο διαλόγου» της διοίκησης της εταιρείας με τους μέτοχους της. Έτσι, μια «Ολοκληρωμένη Αναφορά» περιλαμβάνει τα παρακάτω (Χαραλάμπους, 2017):

- «Εταιρικό μοντέλο».
- «Περιγραφή του οργανισμού και της αγοράς». Σε αυτό το σημείο περιγράφεται αναλυτικά ο οργανισμός της κάθε εταιρείας, ο τρόπος λειτουργίας, τα δυνατά και αδύνατα σημεία της, καθώς και η αγορά ή οι αγορές στις οποίες στοχεύει.
- «Ευκαιρίες και κίνδυνοι». Εδώ περιγράφονται οι ευκαιρίες τις οποίες θα πρέπει να εκμεταλλευτεί, καθώς και οι κίνδυνοι από τους οποίους θα πρέπει να προφυλαχθεί.
- «Στρατηγική και κατανομή πόρων». Σε αυτό το σημείο αποτυπώνονται οι στρατηγικές εκμετάλλευσης των ευκαιριών και αντιμετώπισης των κινδύνων, καθώς και ο τρόπος κατανομής και διαχείρισης των πόρων.
- Απόδοση
- Προοπτική για το μέλλον
- Εταιρική διακυβέρνηση.

Πρακτικά, ένα τέτοιο μοντέλο χρηματοοικονομικής πληροφόρησης, ξεφεύγει από τα στενά πλαίσια παράθεσης οικονομικών στοιχείων, και επεκτείνει την πληροφόρηση και σε μια σειρά από ποιοτικά στοιχεία. Προφανώς όλοι οι οικονομικοί δείκτες είναι απαραίτητοι, αλλά πλέον προτείνονται και μια σειρά από άλλους δείκτες, όπως οι «δείκτες απόδοσης» και οι «αναμενόμενες ροές», οι οποίοι θα είναι σχετικές με τη φύση και τις δραστηριότητες της εταιρείας, αλλά θα παρέχει και τη δυνατότητα στους χρήστες της χρηματοοικονομικής πληροφόρησης να γνωρίζουν την πρόοδο υλοποίησης της στρατηγικής μιας εταιρείας, τη δυνατότητα για τη δημιουργία νέων πηγών αποτελεσμάτων, τον τρόπο με το οποίο έχουν

αξιοποιηθεί τα περιουσιακά στοιχεία της, τις αλλαγές στο οικονομικό περιβάλλον και πως δύναται να την επηρεάσουν, καθώς και τα στοιχεία εκείνα που θα καθορίσουν τα επίπεδα μελλοντικής απόδοσης, όπως και τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που υπάρχουν στο περιβάλλον της.

2.3.2. Μη χρηματοοικονομικές πληροφορίες

Το Φεβρουάριο του 2013, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο κάλεσε την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να υποβάλει μια νομοθετική πρόταση σχετικά με τη δημοσιοποίηση «μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών» από τις μεγάλες οντότητες. Σκοπός ήταν να αναδειχθεί η πολυδιάστατη φύση της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Corporate Social Responsibility, CSR)», καθώς και η «ποικιλομορφία (diversity)» των πολιτικών που εφαρμόζουν οι μεγάλες επιχειρήσεις (Αχινιώτης, 2016).

Από το Δεκέμβριο του 2014, και σύμφωνα με την «Τροποποιημένη Λογιστική Οδηγία», ορισμένες μεγάλες επιχειρήσεις (large companies) είναι υποχρεωμένες να καταρτίζουν και μη χρηματοοικονομικές αναφορές οι οποίες θα πρέπει να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με «το Περιβάλλον, κοινωνικά και εργασιακά θέματα, τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, την καταπολέμηση της διαφθοράς και της δωροδοκίας».

Τα τελευταία χρόνια δίνεται ιδιαίτερη σημασία στο κατά πόσο η επιχειρηματική δράση μιας εταιρείας επηρεάζει, και σε ποιο βαθμό, το περιβάλλον. Το θέμα ξεκίνησε από τις αυξημένες δραστηριότητες των πετρελαϊκών εταιρειών, ενώ χρόνο με το χρόνο, αναπτύσσεται μια περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, ιδιαίτερα αναφορικά με τις πολυεθνικές εταιρείες, προκειμένου να διαχειρίζονται καλύτερα και φιλικότερα το περιβάλλον και τους φυσικούς πόρους

Στο πλαίσιο αυτό, οι περισσότερες από τις ανεπτυγμένες χώρες έχουν θεσπιστεί αυστηρή νομοθεσία αναφορικά με την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ και οι περιβαλλοντικές οργανώσεις έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην προστασία του περιβάλλοντος, ασκώντας πίεση στις επιχειρήσεις. Προοδευτικά, αυτό είχε ως αποτέλεσμα, και οι ίδιες οι εταιρείες να αναπτύξουν περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, περιλαμβάνοντας στις ετήσιες εκθέσεις τους, ενότητα δημοσιοποίησης των περιβαλλοντικών πληροφοριών.

Εκτός όμως από την πολιτική των μεγάλων εταιρειών σε θέματα σχετικά με το περιβάλλον, αν μια επιχείρηση δεν ασκεί πολιτικές σε σχέση με ένα ή περισσότερα από τα παραπάνω θέματα, οι «μη χρηματοοικονομικές αναφορές» θα πρέπει να παρέχουν μια σαφή και τεκμηριωμένη αιτιολόγηση.

2.4. Εταιρική διακυβέρνηση και λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο- Ανασκόπηση ερευνών

Στη συνέχεια εξετάζονται οι παράγοντες που σχετίζονται με τον τρόπο διοίκησης- διακυβέρνησης (governance) μιας επιχείρησης και τη συχνότητα ή τον τρόπο με τον οποίο αυτές προχωρούν σε λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο. Στις σχετικές μελέτες που αναφέρονται παρακάτω, εμφανίζεται μια πληθώρα από παράγοντες, όπως είναι τα δικαιώματα των μετόχων (shareholder rights), η δομή ιδιοκτησίας (ownership structure), η σύνθεση του συμβουλίου (board composition) τα χαρακτηριστικά της επιτροπής ελέγχου (audit committee characteristics), το μέγεθος και η κερδοφορία της επιχείρησης,

Μια από τις πρώτες σχετικές έρευνες ήταν αυτή των Ashbaugh et al. (1999), οι οποίοι προσπάθησαν να παράσχουν κάποια πρώτα στοιχεία σχετικά με τους λόγους που οδηγούν κάποιες επιχειρήσεις να αναρτούν οικονομικές πληροφορίες στους εταιρικούς ιστότοπους, ενώ άλλες αποφεύγουν να το κάνουν. Από το δείγμα των 120 επιχειρήσεων που μελέτησαν παρατήρησαν ότι το 70% αυτών αναρτούσε οικονομικά στοιχεία στον εταιρικό ιστότοπο τους, με τη σημαντική διαφορά ότι πολλές από αυτές παρείχαν πληροφορίες οι οποίες αφορούσαν οικονομικά στοιχεία μέχρι και δύο ετών παλαιότερα.

Επιπλέον, ένα ακόμα ζήτημα που ανέκυψε στην μελέτη τους ήταν η διαφορετική προσέγγιση αναφορικά με θέματα που αφορούσαν στην ευκολία πρόσβασης, στον όγκο καθώς και στη δυνατότητα επεξεργασίας της οικονομικής πληροφορίας η οποία ήταν διαθέσιμη στο διαδίκτυο. Ένα ζήτημα λοιπόν που αξίζει διερεύνησης δεν είναι απλά αν οι επιχειρήσεις προχωρούν σε λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, αλλά και κατά πόσο αυτή η πληροφορία μπορεί να είναι ωφέλιμη σε όποιον ενδιαφέρεται να τη μελετήσει (μέτοχο, υποψήφιο επενδυτή, αναλυτή κ.ά.). Οι Ashbaugh et al. (1999), επίσης συμπέραναν ότι οι μεγαλύτερες και οι πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις ήταν πιο συνεπείς αναφορικά με τη συχνότητα των λογιστικών κοινοποιήσεων στο διαδίκτυο, αλλά και αναφορικά με την

ποιότητα της σχετικής πληροφορίας, συγκριτικά με τις μικρότερες σε μέγεθος και τις λιγότερο κερδοφόρες επιχειρήσεις.

Ένας ακόμα παράγοντας, ο οποίος μελετήθηκε από τους Ettredge et al. (2002) ήταν τα κίνητρα που οδηγούν τις επιχειρήσεις να κοινοποιήσουν λογιστικά στοιχεία στο διαδίκτυο. Με αυτό το κριτήριο χαρακτηρίζουν τις γνωστοποιήσεις ως υποχρεωτικές, δηλαδή αυτές που προβλέπονται από κάποιους ελεγκτικούς μηχανισμούς, και σε προαιρετικές, δηλαδή αυτές που οφείλονται σε πρωτοβουλία της επιχείρησης. Η μελέτη τους κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι υποχρεωτικές γνωστοποιήσεις στον ιστότοπο μιας επιχείρησης, σχετίζονται με την ασυμμετρία μεγέθους επιχείρησης και πληροφοριών, ενώ οι εθελοντικές γνωστοποιήσεις συνδέονται με το μέγεθος της επιχείρησης, την ασυμμετρία των πληροφοριών, τη ζήτηση για εξωτερικά κεφάλαια από επενδυτές καθώς και τη φήμη που απορρέει από την κοινοποίηση (disclosure reputation).

Οι Kelton & Yang (2008) στη μελέτη τους εστίασαν στη διερεύνηση του κατά πόσο ο τρόπος με τον οποίο ασκείται η εταιρική διακυβέρνηση και οι διάφοροι μηχανισμοί της συνδέονται με τη συμπεριφορά της επιχείρησης αναφορικά με τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο. Οι ίδιοι επισημαίνουν ότι η «Θεωρία του Οργανισμού» (“Agent Theory”) των Jensen & Meckling, παρέχει το απαραίτητο θεωρητικό πλαίσιο σύνδεσης της συμπεριφοράς απέναντι στις λογιστικές γνωστοποιήσεις με την εταιρική διακυβέρνηση. Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη θεωρία τα κόστη του οργανισμού (agency costs) προκύπτουν από τις συγκρούσεις συμφερόντων μεταξύ μετόχων (shareholders) και διαχειριστών (managers). Ως εκ τούτου κάθε κίνηση που μειώνει τα παραπάνω κόστη, λειτουργεί προς οικονομικό όφελος τόσο των μετόχων όσο και των διαχειριστών. Αυτό, σύμφωνα με τους Kelton & Yang (2008), οδηγεί τους διαχειριστές να αναλαμβάνουν οικειοθελώς διάφορες σχετικές πρωτοβουλίες, όπως είναι και οι λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο.

Σύμφωνα με τους Kelton & Yang (2008), οι μηχανισμοί εταιρικής διακυβέρνησης επηρεάζουν τον εσωτερικό έλεγχο και γενικότερα την πολιτική αποκάλυψης και διάδοσης των οικονομικών και γενικά των εταιρικών πληροφοριών. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρουν οι ίδιοι, ο ρόλος των μηχανισμών διακυβέρνησης, αναφορικά με την πολιτική των γνωστοποιήσεων, μπορεί να δρα είτε συμπληρωματικά, είτε ως υποκατάστατο. Στην πρώτη περίπτωση, η υιοθέτηση μηχανισμών διακυβέρνησης που ενισχύουν τον εσωτερικό έλεγχο της επιχείρησης καθιστά λιγότερο πιθανό οι διαχειριστές να παρακρατούν πληροφορίες με

σκοπό το δικό τους όφελος, με αποτέλεσμα να ευνοείται η πληρότητα, καθώς και η ποιότητα, των στοιχείων που περιλαμβάνονται σε μια λογιστική κοινοποίηση στο διαδίκτυο. Από την άλλη, οι μηχανισμοί εταιρικής διακυβέρνησης λειτουργούν ως υποκατάστατο στην περίπτωση που ευνοούν την ασύμμετρη πληροφόρηση και τις ευκαιριακές συμπεριφορές σε μια επιχείρηση, με αποτέλεσμα τη μείωση της ανάγκης για περισσότερο έλεγχο.

Οι Kelton & Yang (2008), θεώρησαν ως μεταβλητές εταιρικής διακυβέρνησης, τα δικαιώματα των μετόχων, τη δομή ιδιοκτησίας, τη σύνθεση του διοικητικού συμβουλίου της επιχείρησης, καθώς και τα χαρακτηριστικά της επιτροπής ελέγχου. Αναφορικά με τα δικαιώματα των μετόχων, υπάρχουν επιχειρήσεις στις οποίες η διαχειριστική ισχύς είναι μικρή και οι μέτοχοι έχουν το δικαίωμα για γρήγορη και εύκολη αντικατάσταση των διευθυντών, ενώ σε άλλες ισχύει ακριβώς το αντίθετο, αφού υπάρχουν ισχυροί περιορισμοί στην ικανότητα και το δικαίωμα των μετόχων να αντικαθιστούν τους διευθυντές εύκολα. Σε μια τέτοια περίπτωση το κόστος είναι πολύ μεγάλο.

Ο άλλος παράγοντας, του οποίου η επίδραση μελετήθηκε, από τους Kelton & Yang (2008), ήταν αυτός της διάρθρωσης της εταιρικής ιδιοκτησίας. Σύμφωνα με τους ίδιους η διαχειριστική ιδιοκτησία από τα στελέχη/ διευθυντές (managerial ownership), ευνοεί την ευθυγράμμιση των συμφερόντων των μετόχων και των διαχειριστών, και κατ' επέκταση μειώνει τις απαιτήσεις για εσωτερικό έλεγχο και παρακολούθηση, άρα και τον όγκο των λογιστικών κοινοποιήσεων. Παράλληλα, μελέτησαν και την επίδραση στις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο και στην περίπτωση που κάποιοι μέτοχοι κατείχαν πάνω από το 5% των μετοχών μιας επιχείρησης.

Οι επόμενοι δύο παράγοντες που μελέτησαν οι Kelton & Yang (2008), αφορούσαν τη σύνθεση του διοικητικού συμβουλίου και συγκεκριμένα την ύπαρξη σε αυτό ανεξάρτητων διευθυντικών στελεχών καθώς και τη συνύπαρξη του ρόλου του Διευθύνοντος Συμβούλου και του Προέδρου στο ίδιο πρόσωπο (CEO duality). Αυτές οι δύο παράμετροι φαίνεται να επηρεάζουν την πολιτική αναφορικά με τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, αφού η ύπαρξη στο Διοικητικό Συμβούλιο ανεξάρτητων διευθυντικών στελεχών φαίνεται να ενισχύει την παρακολούθηση του διοικητικού ομορτισμού και να μειώνει την πιθανότητα παρακράτησης οικονομικών και άλλων πληροφοριών, ενώ η συγκέντρωση διοικητικής ισχύος σε ένα μόνο άτομο είναι πιθανό να βλάψει μια επιχείρηση, αφού μειώνει την ικανότητα του συμβουλίου να εκτελεί τον εποπτικό και διαχειριστικό ρόλο του, ενώ παράλληλα η δυαδικότητα των CEO συνδέεται με μειωμένα επίπεδα εθελοντικών εταιρικών

γνωστοποιήσεων στις ετήσιες εκθέσεις των εταιρειών, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση του Χονγκ Κονγκ (Kelton & Yang, 2008). Ο τελευταίος παράγοντας που μελέτησαν οι Kelton & Yang (2008) αφορούσε στα χαρακτηριστικά της επιτροπής ελέγχου και συγκεκριμένα στην χρηματοοικονομική εμπειρογνωμοσύνη των μελών της, καθώς και τη συχνότητα συνεδριάσεων της.

Το τελικό δείγμα της μελέτης των Kelton & Yang (2008), αποτελούνταν από 284 εταιρίες του NASDAQ και τα σχετικά στοιχεία το οικονομικό έτος 2003. Ως εξαρτημένη μεταβλητή, στο μοντέλο πολλαπλής παλινδρόμησης, θεώρησαν τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, όπου και εστίασαν στην μορφή αλλά και στο περιεχόμενο τους και ως ανεξάρτητες τους παράγοντες που αναφέρθηκαν παραπάνω. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης των δεδομένων έδειξαν ότι μια θετική σχέση ανάμεσα στον αριθμό των λογιστικών κοινοποιήσεων στο διαδίκτυο και τα ασθενή δικαιώματα των μετόχων. Αυτό καταδεικνύει ότι σε μια τέτοια περίπτωση οι managers δεν διστάζουν να κοινοποιήσουν οικονομικά στοιχεία στο διαδίκτυο, ενδεχομένως γιατί νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια, αναφορικά με τη θέση τους, είτε είναι θετικά, είτε είναι αρνητικά τα σχετικά στοιχεία. Επίσης δεν βρέθηκε κάποια στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο και της διάρθρωσης της εταιρικής ιδιοκτησίας.

Αναφορικά με τους κατόχους μεγάλων πακέτων μετοχών, τα αποτελέσματα της ανάλυσης έδειξαν ότι υπάρχει αρνητική σχέση της επίδρασης των κατόχων μεγάλων πακέτων μετοχών στις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο αναφορικά με το περιεχόμενο όσο και με τη μορφή, υποδηλώνοντας ότι η παρουσία τους λειτουργεί ως υποκατάστατο των λογιστικών κοινοποιήσεων, αφού η ανάγκη για διαφάνεια και πληροφόρηση μειώνεται όσο υπάρχουν κάτοχοι μεγάλων πακέτων μετοχών (Kelton & Yang, 2008).

Αναφορικά με τους παράγοντες που συνδέονται με τη σύνθεση του διοικητικού συμβουλίου, η παρουσία σε αυτό ανεξάρτητων διευθυντικών στελεχών, ευνοεί τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, ενώ δε βρέθηκε κάποια στατιστικά σημαντική σχέση με τη συνύπαρξη του ρόλου του Διευθύνοντος Συμβούλου και του Προέδρου στο ίδιο πρόσωπο (CEO duality). Τέλος, σχετικά με τα χαρακτηριστικά της επιτροπής ελέγχου, το επίπεδο εμπειρίας των μελών της, όσο και ο αριθμός των συνεδριάσεων της επηρεάζουν θετικά τη μορφή και το περιεχόμενο των λογιστικών κοινοποιήσεων στο διαδίκτυο.

Η μελέτη των Puspitaningrum & Atmini (2012), σε δείγμα 95 εταιριών που ήταν εγγεγραμμένες στο Χρηματιστήριο της Ινδονησίας, το 2010, ακολούθησε την ίδια

μεθοδολογία με αυτή των Kelton & Yang (2008). Συγκεκριμένα, οι επεξηγηματικές μεταβλητές που χρησιμοποίησαν στο μοντέλο πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης, αφορούσαν τη διάρθρωση της εταιρικής ιδιοκτησίας, την ύπαρξη μεγάλων μετόχων με μεγάλα πακέτα στη διάθεση τους, την ύπαρξη ανεξάρτητων μελών στην επιτροπή ελέγχου, τη συχνότητα των συνεδριάσεων της και γενικά την αποτελεσματικότητά τους. Τα ευρήματα των Puspitaningrum & Atmini (2012), συμφωνούν μερικώς με αυτά των Kelton & Yang (2008), αφού από τους ανωτέρω μηχανισμούς επιχειρηματικής διακυβέρνησης μόνο η συχνότητα των συνεδριάσεων της επιτροπής ελέγχου φάνηκε να επηρεάζει θετικά την εθελοντική κοινοποίηση λογιστικών στοιχείων στο διαδίκτυο.

Στο ίδιο περίπου πνεύμα ήταν και η μελέτη των Botti et al. (2014), οι οποίοι εργάστηκαν με βάση τη μη παραμετρική μεθοδολογία DEA (Data Envelopment Analysis), σε ένα δείγμα 32 Γαλλικών εισηγμένων εταιρειών που ανήκαν στο δείκτη CAC40 από τον Δεκέμβριο του 2007. Η ανάλυση των δεδομένων έδειξε ότι μόνο το 28% του δείγματος είχαν ικανοποιητικά αποτελέσματα αναφορικά με τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο. Επιπλέον παρατήρησαν ότι τα διοικητικά συμβούλια των συγκεκριμένων επιχειρήσεων ήταν σε θέση να παρακολουθήσουν αποτελεσματικά τα κορυφαία στελέχη τους, βελτιώνοντας κατά αυτό τον τρόπο το επίπεδο και την ποιότητα των λογιστικών κοινοποιήσεων στο διαδίκτυο. Συγκεκριμένα, παρατήρησαν φιλικές και εύκολα προσβάσιμες από το χρήστη ιστοσελίδες, οι οποίες περιείχαν μια σειρά από πληροφορίες που απαιτούνται από διάφορους ενδιαφερόμενους, προκειμένου να είναι σε θέση να αξιολογήσουν την απόδοση της επιχείρησης και να λάβουν τις κατάλληλες αποφάσεις.

Η μελέτη των Elsayeda, El-Masryb & Elbeltagic (2010), επικεντρώθηκε στους εταιρικούς ιστότοπους των μεγαλύτερων 100, σε κεφαλαιοποίηση, Αιγυπτιακών εταιρειών που ήταν εισηγμένες εταιρείες στο Αιγυπτιακό χρηματιστήριο στο τέλος του 2006. Όπως αναφέρουν οι ίδιοι, από αυτές τις μεγαλύτερες σε κεφαλαιοποίηση Αιγυπτιακές εταιρείες, μόνο οι 78 είχαν εταιρικό ιστότοπο, ενώ μόνο οι μισές από αυτές διέθεταν οικονομικά στοιχεία σε αυτούς. Οι Elsayeda et al. (2010), μελέτησαν τρεις συνιστώσες των λογιστικών κοινοποιήσεων στο διαδίκτυο: το περιεχόμενο, το σύνολο και την παρουσίαση. Σημαντική σχέση βρέθηκε μεταξύ και των τριών συνιστωσών και το μέγεθος της επιχείρησης, την μορφή της ιδιοκτησίας, τον τύπο της επιχείρησης, η κερδοφορία, το είδος του ελέγχου, τη θεσμική ιδιοκτησία καθώς και το μέγεθος του διοικητικού συμβουλίου. Ακόμα, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι μεγάλες μη οικονομικές εταιρείες που ελέγχονταν από τις τέσσερις μεγάλες ελεγκτικές εταιρείες της χώρας, με μεγάλη διασπορά κυριότητά τους και

τη μικρή παρουσία ιδρυμάτων στην ιδιοκτησία τους, σχετίζονται θετικά με δύο από τις συνιστώσες, το περιεχόμενο και το σύνολο. Ακόμα, εταιρείες με μεγάλη κερδοφορία και υψηλή διάχυση στην κυριότητά τους σχετίζονται θετικά με τις συνιστώσες της παρουσίας και του συνόλου, ενώ τέλος, οι εταιρείες με μεγάλο αριθμό μελών στο διοικητικό τους συμβούλιο συνδέονται θετικά μόνο τη συνιστώσα της παρουσίας.

Στη μελέτη του ο Gandía (2008), παρατήρησε τους ιστότοπους των επιχειρήσεων που ήταν εισηγμένες στο Ισπανικό χρηματιστήριο, αναφορικά με τα οικονομικά στοιχεία που υπήρχαν σε αυτούς. Σε αυτή του την προσπάθεια δημιούργησε τρεις δείκτες γνωστοποίησης. Ο πρώτος αφορούσε την εταιρική διακυβέρνηση στην ετήσια έκθεση, ο δεύτερος δείκτης τις διαθέσιμες πληροφορίες στον κάθε ιστότοπο σύμφωνα με τις οδηγίες της Ισπανικής Εθνικής Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς και τελευταίος ο δείκτης γνωστοποίησης της εταιρικής διακυβέρνησης με βάση το διαδίκτυο όπου μετρήθηκε ο δείκτης πληροφορίας που γνωστοποιούνται από κάθε εταιρεία μέσω της εταιρικής ιστοσελίδας της.

Οι επεξηγηματικές μεταβλητές ομαδοποιήθηκαν σε τρεις κατηγορίες. Η πρώτη από αυτές περιείχε τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης όπως είναι το μέγεθος, η κερδοφορία της, καθώς και τα χρόνια τα οποία βρίσκεται στο χρηματιστήριο, η δεύτερη αφορούσε το είδος της εταιρικής διακυβέρνησης, όπως είναι το μέγεθος του διοικητικού συμβουλίου, η δυαδικότητα του Διευθύνοντος Συμβούλου και του Προέδρου και η τελευταία αναφέρεται στην προβολή της εταιρείας στα μέσα και τη δυνατότητα ανάλυσης των δεδομένων της. Τα ευρήματα του Gandía (2008), έδειξαν ότι κανένας από τους δείκτες που δημιούργησε δεν συσχετιζόταν σημαντικά με την εταιρική διακυβέρνηση, το οποίο ήταν μερικώς σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της μελέτης των Kelton & Yang (2008).

Ο Wan Farhah (2016) μελέτησε τη σχέση του τύπου της εταιρικής διακυβέρνησης και των χαρακτηριστικών των επιχειρήσεων και των διαστημάτων των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο. Το δείγμα της μελέτης του ήταν οι 100 εταιρείες με τη μεγαλύτερη κεφαλαιοποίηση στο Χρηματιστήριο της Μαλαισίας, με βάση τα στοιχεία του 2012. Ο λόγος της συγκεκριμένης επιλογής ήταν ότι οι συγκεκριμένες εταιρείες είχαν εταιρικό ιστότοπο. Τα δεδομένα της έρευνας αντλήθηκαν από τους συγκεκριμένους ιστότοπους καθώς και από τον ιστότοπο του χρηματιστηρίου της Μαλαισίας. Παρά τον αρχικό σχεδιασμό, τελικά κατάφερε να συγκεντρώσει στοιχεία για τις 95 από αυτές τις εταιρείες.

Ως μεταβλητές χρησιμοποίησε το ποσοστό των ανεξάρτητων μελών του Διοικητικού Συμβουλίου (ΔΣ), την εμπειρία τους με βάση την ηλικία τους, καθώς και μέσο χρόνο σε

ρόλο μη εκτελεστικού μέλους του ΔΣ σε σχέση με το συνολικό χρόνο εμπειρίας τους ως διευθυντικά στελέχη. Όπως και σε ανάλογες έρευνες, έλαβε υπόψη του το CEO duality, το μέγεθος της εταιρείας, τα κέρδη και το δείκτη μόχλευσης (leverage).

Σχετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή, δηλαδή τη συχνότητα των λογιστικών κοινοποιήσεων, έλαβε υπόψη του, την ημερομηνία και το έτος της αναθεώρησης του ιστότοπου, την ενημέρωση σχετικά με τη ημερήσια τιμή της μετοχής, την πιο πρόσφατη οικονομική αναφορά, καθώς και των τετράμηνων. Επιπλέον, μελέτησε το πλάνο των μελλοντικών λογιστικών κοινοποιήσεων στο διαδίκτυο, την παροχή της δυνατότητας εγγραφής σε λίστα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή newsletter, σχετικά με τη δημοσίευση νέων στοιχείων στην ιστοσελίδα, καθώς και τη δυνατότητα απάντησης σε ερωτήματα των επενδυτών.

Καμία από τις 95 εταιρείες του δείγματος δεν πληρούσε στο ακέραιο τα παραπάνω κριτήρια, με τη υψηλότερη επίδοση να αφορά τη δημοσίευση στον εταιρικό ιστότοπο της πιο πρόσφατης ετήσιας αναφοράς. Από τις παλινοδρομήσεις που εκτέλεσε, συμπέρανε ότι υπήρξε στατιστικά σημαντική αρνητική συσχέτιση μεταξύ της ανεξαρτησίας των μελών του ΔΣ και της συχνότητας των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο. Αντιθέτως, εντοπίστηκε θετική συσχέτιση με την ηλικία των μελών του ΔΣ. Το συμπέρασμα του ήταν ότι μεγαλύτερη ηλικία συνεπάγεται και μεγαλύτερη εμπειρία και οδηγεί σε μια αυξημένη συχνότητα των λογιστικών γνωστοποιήσεων στον ιστότοπο των εταιρειών. Δε βρέθηκε κάποια στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στο CEO duality και στη συχνότητα των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο, αλλά ούτε και με το μέγεθος τους, αφού φαίνεται ότι τόσο οι μεγάλες, όσο και οι μικρές εταιρείες αντιμετωπίζουν δυσκολίες αναφορικά με τη συνεπή χρονικά κοινοποίηση των λογιστικών στοιχείων.

Αντιθέτως, βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στη κερδοφορία των εταιρειών και τη συχνότητα των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο, το οποίο δείχνει ότι στην περίπτωση εκείνη που τα οικονομικά αποτελέσματα είναι θετικά οι εταιρείες σπεύδουν να τα γνωστοποιήσουν στο επενδυτικό κοινό. Τέλος, βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση με το δείκτη μόχλευσης, ο οποίος εκφράζει το χρέος μιας εταιρείας, το οποίο είναι αναμενόμενο, σύμφωνα με τον Wan Farhah (2016), αφού τόσο οι επενδυτές, όσο και οι πιστωτές, απαιτούν συχνή και τακτική ενημέρωση αναφορικά με τα οικονομικά αποτελέσματα της εταιρείας και κατ' επέκταση την ικανότητάς της να είναι συνεπής στις υποχρεώσεις της.

Οι Samaha et al. (2012), διεξήγαγαν μια ανάλογη έρευνα, σε μια αναπτυσσόμενη αγορά, και συγκεκριμένα αυτή της Αιγύπτου. Στη μελέτη τους έλαβαν δεδομένα από τις ετήσιες οικονομικές εκθέσεις και ιστοτόπους των 100 μεγαλύτερων Αιγυπτιακών εταιρειών στο Αιγυπτιακό χρηματιστήριο, με βάση το δείκτη EGX 100, κατά το οικονομικό έτος 2009. Τα δεδομένα των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο, μετρήθηκαν χρησιμοποιώντας μια τεχνική ανάλυσης περιεχομένου, ενώ τα δεδομένα σχετικά με τις επεξηγηματικές μεταβλητές εντοπίστηκαν είτε στις ετήσιες εκθέσεις είτε στις ιστοσελίδες των εταιρειών.

Αρχικά, εξετάστηκαν οι επίσημες ιστοσελίδες των εταιρειών, ώστε να διαπιστωθεί το επίπεδο υποβολής οικονομικών εκθέσεων, μέσω διαδικτύου, καθώς και των ανεξάρτητων εκθέσεων για το 2009. Ως εξαρτημένες μεταβλητές, χρησιμοποιήθηκαν οι γνωστοποιήσεις οι οποίες αφορούσαν οικονομικά στοιχεία, αλλά και στοιχεία σχετικά με τη εταιρική διακυβέρνηση, την οικονομική διαφάνεια, τις εκθέσεις των επιτροπών ελέγχου, την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη καθώς και των συμμορφώσεων τους με τη σχετική νομοθεσία, αλλά και τη σύνθεση του ΔΣ και γενικότερα της εταιρικής δομής.

Ως ανεξάρτητες, ή επεξηγηματικές μεταβλητές, χρησιμοποιήθηκαν ο λόγος των μη εκτελεστικών μελών του προς το σύνολο των μελών του ΔΣ, ο αριθμός των μελών του, το CEO duality, το ποσοστό των μετόχων που κατέχονται από τον CEO και τους εκτελεστικούς διευθυντές, το ποσοστό των μετόχων που κατέχουν μερίδια μετοχών τουλάχιστον 5%, το συνολικό αριθμό των μετόχων, καθώς και την ύπαρξη ή όχι επιτροπής ελέγχου. Επιπλέον, χρησιμοποιήθηκαν μια σειρά από μεταβλητές ελέγχου, που αφορούσαν το δείκτη μόχλευσης, το μέγεθος της εταιρείας, την κερδοφορία τους και τον κλάδο στον οποίο ανήκαν.

Η ανάλυση των συσχετίσεων έδειξε ότι οι εταιρείες με μεγαλύτερο αριθμό μετόχων, μεγαλύτερο αριθμό ανεξάρτητων μελών στο ΔΣ και εταιρείες μεγάλου μεγέθους είναι πιθανότερο να προχωρούν στην παροχή υψηλότερων επιπέδων προαιρετικής γνωστοποίησης σχετικά με στοιχεία που αφορούν την εταιρική διακυβέρνηση. Επίσης, οι εταιρείες στις οποίες υπάρχουν μέτοχοι με μεγάλα πακέτα μετοχών και το διπλό ρόλο του CEO, πιθανότερο να παρέχουν μικρότερη, εθελοντική, πληροφόρηση σχετικά με την εταιρική διακυβέρνηση. Τέλος, ο μεγάλος αριθμός μετόχων και το υψηλό ποσοστό ανεξάρτητων διευθυντικών στελεχών στο ΔΣ είναι συσχετίζονται θετικά με το επίπεδο της γνωστοποίησης της εταιρικής διακυβέρνησης.

Σχετικά με τα αποτελέσματα της ανάλυσης παλινδρόμησης, οι εταιρείες με υψηλότερο ποσοστό ανεξάρτητων διευθυντών στο ΔΣ, έχουν την τάση να γνωστοποιούν περισσότερες πληροφορίες στις ετήσιες εκθέσεις τους που υπάρχουν στο διαδίκτυο. Διαπιστώθηκε επίσης, ότι οι συντελεστές, αναφορικά με το μέγεθος του ΔΣ, είχαν μικτό πρόσημο, και δεν ήταν στατιστικά σημαντικές σε καμία περίπτωση.

Η δυαδικότητα του CEO έχει στατιστικά σημαντική επίδραση για τις περισσότερες από τις ανεξάρτητες μεταβλητές που σχετίζονται με τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, ενώ η ιδιοκτησία από τα διευθυντικά στελέχη σχετίζεται αρνητικά μόνο με τις γνωστοποιήσεις που σχετίζονται με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Ακόμα, διαπιστώθηκε ότι η ιδιοκτησιακή δομή συνδέεται με όλες τις κατηγορίες των λογιστικών γνωστοποιήσεων. Όσον αφορά τον αριθμό των μετόχων δεν διαπιστώθηκε σημαντική σχέση, το οποίο δείχνει ότι η δομή ιδιοκτησίας δεν επηρεάζει τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο. Τα ευρήματά τους, σχετικά με την ύπαρξη επιτροπής ελέγχου, υποδεικνύουν ότι δεν είναι στατιστικά σημαντική γενικά για τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, αλλά ούτε και για τις τρεις από τις τέσσερις κατηγορίες της, με μια σημαντική θετική σχέση να εντοπίζεται με μεταξύ της ύπαρξης της επιτροπής ελέγχου και τις γνωστοποιήσεις που αφορούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Σε σχέση με τις μεταβλητές ελέγχου, διαπιστώθηκε ότι ο δείκτης leverage δεν είναι στατιστικά σημαντικός σε καμία από τις γνωστοποιήσεις εταιρικής διακυβέρνησης. Επίσης, βρέθηκε μια θετική συσχέτιση μεταξύ του μεγέθους της επιχείρησης και των περισσότερων κατηγοριών λογιστικών γνωστοποιήσεων, το οποίο δείχνει ότι αναμένεται οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις να φροντίζουν για την εθελοντική γνωστοποίηση, σε σχέση με τις μικρότερες, το οποίο και φαίνεται λογικό λόγω των οικονομικών διευκολύνσεων και της ωφέλειας από ισχυρότερα συστήματα πληροφοριών. Η κερδοφορία και ο κλάδος δραστηριότητας σχετίστηκε θετικά μόνο στην κατηγορία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Οι Hossain et al. (2012), μελέτησαν επίσης μια αναπτυσσόμενη αγορά, αυτή του Κατάρ. Στη μελέτη τους συμπεριέλαβαν και τις 42 εταιρείες οι οποίες ήταν εγγεγραμμένες στο χρηματιστήριο του Κατάρ για το 2009. Αρχικά διερευνήθηκε ποιες από αυτές είχαν εταιρικό ιστότοπο προκειμένου να αντληθούν τα σχετικά στοιχεία. Στην περίπτωση απουσίας, τα δεδομένα αναζητήθηκαν σε μηχανές αναζήτησης, από τον Ιανουάριο έως και τον Αύγουστο του 2009 σε διάφορα χρονικά διαστήματα. Από τις 43 εταιρείες, οι 41 είχαν ιστοσελίδες, ενώ 13 δεν συμμετείχαν στο Internet Reporting (IR).

Ως επεξηγηματικές μεταβλητές χρησιμοποιήθηκαν ο συνολικός χρόνος της εταιρείας από την ίδρυση της, το μέγεθος της, η κερδοφορία της, ο αριθμός των θυγατρικών, ο λόγος των fixed assets προς τα συνολικά assets και η ρευστότητα. Τα έτη συνολικής λειτουργίας της εταιρείας είχαν θετική, αλλά όχι στατιστικά σημαντική, σχέση με τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο. Η μεταβλητή του μεγέθους ανά στοιχείο ενεργητικού ήταν στατιστικά σημαντική και θετική, το οποίο υποδηλώνει ότι το μέγεθος έχει άμεση επίδραση με το επίπεδο της δημοσιοποίησης χρηματοοικονομικών πληροφοριών σε επιχειρήσεις στο Κατάρ. Η μεταβλητή κερδοφορίας δεν είναι σημαντική, το οποίο συνεπάγεται ότι οι πιο κερδοφόρες εταιρείες δεν είναι περισσότερο πιθανό να προσχωρήσουν σε λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο.

Αναφορικά με την ύπαρξη ή μη θυγατρικών εταιρειών, είναι στατιστικά σημαντική παρέχοντας αποδεικτικά στοιχεία ότι αν μια εταιρεία έχει θυγατρική στο εσωτερικό ή στο ή στο εξωτερικό του Κατάρ, είναι πιθανότερο να προχωρεί σε λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, σε σχέση με μια εταιρεία χωρίς θυγατρικές ή με μικρότερο αριθμό θυγατρικών. Οι ίδιοι αναφέρουν ότι το συγκεκριμένο συμπέρασμα είναι ενδιαφέρον αποτέλεσμα και μπορεί να αντανακλά το στάδιο ανάπτυξης του Κατάρ. Το ίδιο ισχύει και για το λόγο των παγίων προς το σύνολο του ενεργητικού (fixed assets/total assets). Από την άλλη, η ρευστότητα φαίνεται να μην έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στις λογιστικές κοινοποιήσεις, το οποίο δείχνει ότι εταιρείες με χαμηλότερο επίπεδο ρευστότητας είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν σε διαδικασίες λογιστικών κοινοποιήσεων στο διαδίκτυο.

Οι Bekiaris, Psimada, & Tasios, (2014), μελέτησαν 25 εταιρείες στο Ελληνικό χρηματιστήριο και 11 στο Κυπριακό. Για τη μέτρηση της ποιότητας των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο, ανέπτυξαν ένα δείκτη αποτελούμενο από 51 στοιχεία, τα οποία κατηγοριοποιήθηκαν σε τέσσερις κατηγορίες, περιεχόμενο, επικαιροποίηση, τεχνολογία και υποστήριξη χρηστών. Ως επεξηγηματικές μεταβλητές θεωρήθηκαν η κερδοφορία, ο δείκτης μόχλευσης (leverage), το μέγεθος της επιτροπής ελέγχου, το μέγεθος της εταιρείας, η διασπορά της ιδιοκτησίας, τα έτη λειτουργίας της εταιρείας, και ο λόγος της αξίας της αγοράς προς τη λογιστική αξία (market value to book value).

Η παλινδρόμηση έδειξε ότι τα επίπεδα κερδοφορίας έχουν στατιστικά σημαντική αρνητική σχέση με την έκταση των γνωστοποιήσεων. Αντιθέτως, ο δείκτης leverage βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντικός, αλλά με θετικό πρόσημο, το οποίο έδειξε ότι οι εταιρείες με μεγαλύτερες υποχρεώσεις, τείνουν να χρησιμοποιούν περισσότερο και σε ποιο ποιοτικό

επίπεδο τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο. Το μέγεθος της επιτροπής ελέγχου δεν χαρακτηρίζεται ως στατιστικά σημαντικό, όπως και το μέγεθος της εταιρείας.

Αντιθέτως, η διασπορά της ιδιοκτησίας βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντική και μάλιστα με αρνητικό πρόσημο, το οποίο υποδηλώνει ότι παρά το μεγάλο αριθμό των μετόχων, οι εταιρείες δεν φροντίζουν για τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο. Αντιθέτως, δεν συμβαίνει το ίδιο με τα έτη λειτουργίας των εταιριών, ενώ ο λόγος market value προς book value βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντικός με την επίδοση των εταιριών αναφορικά με τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο.

Ανακεφαλαιώνοντας, η βαθμολογία του συγκεκριμένου δείκτη βρέθηκε να συνδέεται σημαντικά και θετικά με τη μόχλευση (leverage) και έτη λειτουργίας, ενώ βρέθηκε αρνητική συσχέτιση της βαθμολογίας του δείκτη με τη κερδοφορία και τη διασπορά της ιδιοκτησίας. Επιπλέον, βρέθηκε μια ελαφρώς στατιστικά σημαντικά συσχέτιση της βαθμολογίας του δείκτη με το λόγο της αγοραία προς τη λογιστική αξία. Τέλος, το μέγεθος της επιχείρησης και το μέγεθος του ελεγκτικού γραφείου δεν βρέθηκε να είναι σημαντικοί παράγοντες για τις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο Διαδίκτυο Ελληνικών και Κυπριακών εταιρειών.

Κεφάλαιο 3^ο Μεθοδολογία έρευνας

3.1 Ερευνητικές Υποθέσεις

Με βάση τη βιβλιογραφική ανασκόπηση προηγούμενων ερευνών επιλέξαμε τα ακόλουθα χαρακτηριστικά της εταιρικής διακυβέρνησης προκειμένου να διατυπώσουμε τις ερευνητικές μας υποθέσεις.

3.1.1 Μέθοδος Διοικητικού Συμβουλίου

Στην καρδιά κάθε συστήματος διακυβέρνησης υπάρχει ένα διοικητικό συμβούλιο (ή διοικητικά συμβούλια) εταιρικών διευθυντών, επιφορτισμένα με τη διεύθυνση και εποπτεία εταιρικών υποθέσεων (Marek Hessel, 2006). Το μέγεθος του Διοικητικού Συμβουλίου είναι ο αριθμός των εκτελεστικών και μη εκτελεστικών διευθυντών στο Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας. Ένα Διοικητικό Συμβούλιο κρίνεται σκόπιμο να απαρτίζεται τόσο από εκτελεστικά, από μη εκτελεστικά και από ανεξάρτητα μέλη, ώστε να οδηγούμαστε κάθε φορά στην αποτελεσματικότερη διαχείριση. Ο αριθμός των μελών του ΔΣ ορίζεται στο καταστατικό της κάθε εταιρείας. Έτσι υπάρχουν εταιρείες με μεγαλύτερα ή αντίστοιχα μικρότερα ΔΣ.

Στην παρούσα έρευνα, το μέγεθος του Διοικητικού Συμβουλίου ποσοτικοποιήθηκε από τον αριθμό των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου στο τέλος του 2019, όπως αυτό αναφέρεται στην ετήσια οικονομική έκθεση.

Όσον αφορά στο μέγεθος ενός ΔΣ και στην εθελοντική γνωστοποίηση που ακολουθείται, μια αναδρομή σε προηγούμενες έρευνες δεν μας δίνει ξεκάθαρα αποτέλεσμα εάν αυτό σχετίζεται θετικά ή αρνητικά ή και καθόλου. Στην μελέτη των Elsayeda, El-Masryb & Elbeltagic (2010), οι εταιρείες με μεγάλο αριθμό μελών στο Διοικητικό τους Συμβούλιο συνδέονται θετικά. Στην έρευνα των Samaha et al. (2012), σε μια αναπτυσσόμενη αγορά, και συγκεκριμένα αυτή της Αιγύπτου αναφορικά με το μέγεθος του ΔΣ, είχαμε μικτό πρόσημο, και δεν ήταν στατιστικά σημαντικές σε καμία περίπτωση.

Κατά συνέπεια, προτείνουμε την ακόλουθη υπόθεση:

H1. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται με το μέγεθος του Διοικητικού Συμβουλίου.

3.1.2 Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας

Το μέγεθος της ελεγκτικής εταιρείας αναφέρεται στην εταιρεία που ελέγχει τις οικονομικές εκθέσεις των εταιρειών. Οι ελεγκτικές εταιρείες ταξινομούνται σε δύο ομάδες. Μεγάλες ελεγκτικές, γνωστές και ως Big4 όπου με αυτόν τον όρο εννοούμε την Pricewaterhouse Cooper, Ernst and Young, KPMG και την Deloitte και τις μικρές ελεγκτικές εταιρείες όπως η Grant Thornton κ.ά. Σύμφωνα με την θεωρία σηματοδότησης, η επιλογή μιας εταιρείας Big4 είναι σήμα στην αγορά για την αποτελεσματικότητα της διαδικασίας ελέγχου και την αξιοπιστία των πληροφοριών που αποκαλύπτονται. Οι εταιρείες ελέγχου Big4 θα επηρεάσουν τις εταιρείες με τις οποίες συνεργάζονται να αποκαλύψουν πρόσθετες πληροφορίες επειδή έχουν μεγαλύτερες δεξιότητες και εμπειρία να το κάνουν (Wallace, et al., 1994) και θέλουν επίσης να διατηρήσουν τη δική τους φήμη στην αγορά (Ahmed και Nicholls, 1994; Haniffa and Cooke, 2002).

Το μέγεθος της ελεγκτικής εταιρείας είναι μια κατηγορική μεταβλητή, που λαμβάνει την τιμή 1 αν η προς εξέταση εταιρεία είναι μέλος των μεγαλύτερων τεσσάρων ελεγκτικών εταιρειών και την τιμή 0 εάν ο εξωτερικός έλεγχος της εταιρείας ασκείται από κάποια από τις μικρότερες ελεγκτικές εταιρείες. Προηγούμενες μελέτες δείχνουν αντιφατικά αποτελέσματα για αυτή τη μεταβλητή.

Οι Kelton και Yang (2008) κατέληξαν ότι το Big4 των εταιρειών συνδέονται σημαντικά με το επίπεδο γνωστοποίησης. Οι Elsayeda, El-Masryb & Elbeltagic (2010) επίσης εν μέρει οδηγήθηκαν στο ίδιο συμπέρασμα, καθώς από την ανάλυσή τους διαπίστωσαν ότι σχετίζονται θετικά με δύο από τις συνιστώσες των λογιστικών γνωστοποιήσεων, το περιεχόμενο και σύνολο. Αντίθετα το αποτέλεσμα της έρευνας των Bekiaris, Psimada, Tasios (2014) στην μελέτη των οποίων μετείχαν εταιρείες του Ελληνικού και Κυπριακού Χρηματιστηρίου φαίνεται ότι το μέγεθος της ελεγκτικής εταιρείας δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα.

Λαμβάνοντας υπόψη μας τα προηγούμενα, μπορούμε να διατυπώσουμε την ακόλουθη υπόθεση:

H2. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται με το μέγεθος της ελεγκτικής εταιρείας.

3.1.3 Ceo Duality

Με τον όρο Ceo Duality αναφερόμαστε στην διττή ιδιότητα ενός προσώπου και συγκεκριμένα, όταν ο Διευθύνων Σύμβουλος μιας εταιρείας κατέχει ταυτόχρονα και τον ρόλο του Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου .

Η συγκέντρωση μεγάλου μέρους εξουσίας στο ίδιο πρόσωπο έχει μελετηθεί αρκετά και έχουν διατυπωθεί διαφορετικές απόψεις. Ειδικότερα, υποστηρίζεται η άποψη ότι όταν ο Διευθύνων Σύμβουλος είναι επίσης ο Πρόεδρος, η αποτελεσματικότητα του στην εκτέλεση των λειτουργιών αυξάνεται ως αποτέλεσμα της ικανότητας του CEO να ελέγχει τις συνεδριάσεις, τα θέματα ημερήσιας διάταξης και να επιδρά στη επιλογή των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου (Haniffa and Cooke, 2002). Στον αντίποδα της προηγούμενης άποψης, οι Kelton και Yang,(2008) πιστεύουν ότι συγκεντρώνοντας την εξουσία του Προέδρου και του Διευθύνοντος Συμβούλου σε ένα άτομο μπορεί να δημιουργήσει ένα κυρίαρχο πρόσωπο το οποίο θα μπορούσε να αποδυναμώσει την ανεξαρτησία του διοικητικού συμβουλίου και να επηρεάσει τον ρόλο διακυβέρνησης του Διοικητικού Συμβουλίου. Έτσι στην μελέτη τους συμπέραναν ότι η δυαδικότητα συνδέεται με μειωμένα επίπεδα εθελοντικών γνωστοποιήσεων.

Στην έρευνα Wan Farhah (2016) δεν βρέθηκε κάποια στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στο CEO duality και στο επίπεδο γνωστοποιήσεων. Αντίθετα σύμφωνα με τους Samaha et al. (2012), η δυαδικότητα του CEO έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στις λογιστικές γνωστοποιήσεις στο διαδίκτυο, και συγκεκριμένα παρέχουν μικρότερη εθελοντική πληροφόρηση.

Κατά συνέπεια προτείνουμε την ακόλουθη υπόθεση:

H3. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται με τη δυαδικότητα Προέδρου – Διευθύνοντος Συμβούλου.

3.1.4 Διασπορά ιδιοκτησίας

Οι Haniffa και Cooke (2002) υποστηρίζουν ότι η δομή της ιδιοκτησίας καθορίζει το επίπεδο παρακολούθησης και επομένως το επίπεδο γνωστοποίησης. Έτσι σε μια εταιρεία με αυξημένο αριθμό μετόχων, τα διοικητικά στελέχη μπορεί να παρέχουν πρόσθετες πληροφορίες, προκειμένου να σηματοδοτήσουν ότι ενεργούν προς το συμφέρον του κοινού. Με τον όρο διασπορά ιδιοκτησίας αναφερόμαστε σε εκείνους τους μετόχους που κατέχουν ποσοστό ιδιοκτησίας μεγαλύτερο του 5% από σημαντικές άμεσες ή έμμεσες συμμετοχές κατά την έννοια των άρθρων 9 έως 11 του Ν. 3556/2007.

Όσον αφορά τη γνωστοποίηση, όπως διατυπώνεται από τη θεωρία αντιπροσώπευσης (Leftwich et al., 1981; Raffournier, 1995), μια ενεργή πολιτική γνωστοποίησης εκ μέρους της εταιρείας μπορεί να συμβάλει στη μείωση του κόστους εποπτείας για τους μικρούς μετόχους και με αυτόν τον τρόπο θα ευνοήσει το ενδιαφέρον τους για την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Τα ευρήματα των Samaha και Dahawy (2010) και (2011) υποδηλώνουν αρνητική επίδραση της διασποράς ιδιοκτησίας στις εθελοντικές εταιρικές γνωστοποιήσεις. Με την επίδραση της διασποράς ιδιοκτησίας ασχολήθηκαν και οι Bekiaris, Psimada, & Tasios, (2014) όπου η διασπορά της ιδιοκτησίας βρέθηκε να είναι στατιστικά σημαντική και μάλιστα με αρνητικό πρόσημο. Την επίδραση της διασποράς ιδιοκτησίας εξέτασαν και οι Kelton και Yang, (2008) αποκαλύπτοντας αρνητική σχέση των κατόχων μεγάλων πακέτων μετοχών προς τις λογιστικές γνωστοποιήσεις.

Με βάση τα παραπάνω διατυπώνεται η υπόθεση :

H4. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται με το ποσοστό των μετοχών που κατέχουν οι μέτοχοι.

3.1.5 Περιθώριο κέρδους

Το περιθώριο κέρδους είναι ένας από τους σημαντικότερους χρηματοοικονομικούς δείκτες μιας επιχείρησης και δείχνει το ποσοστό των πωλήσεων που έχουν μετατραπεί σε κέρδος και κατ' επέκταση την κερδοφορία μιας εταιρείας. Ορίζεται ως το πηλίκο των καθαρών κερδών προς τις πωλήσεις. Καθότι κινητήριος δύναμη πολλοί ερευνητές εστίασαν στην παραπάνω μεταβλητή και διατυπώθηκαν διάφορες απόψεις.

Οι Ahmed, Billings, Morton και Stanford -Haris (2002) δήλωσαν ότι η κερδοφορία και η έκταση της εθελοντικής αποκάλυψη μπορεί να έχει δύο όψεις. Η πρώτη είναι ότι, οι πιο κερδοφόρες εταιρείες γνωστοποιούν περισσότερες πληροφορίες καθώς η διοίκηση δεν διστάζει να δείξει την απόδοση τους προκειμένου να διατηρήσει τη θέση της. Η δεύτερη όψη είναι ότι οι λιγότερο κερδοφόρες εταιρείες αποκαλύπτουν περισσότερες πληροφορίες για να εξηγήσουν τους λόγους της χαμηλής τους απόδοσης και να διατηρήσουν την ακεραιότητά τους.

Από την ανασκόπηση σε προηγούμενες έρευνες προέκυψαν διάφορα αποτελέσματα. Η μελέτη των Elsayeda, El-Masryb & Elbeltagic, (2010) αναφέρει σημαντική σχέση των λογιστικών γνωστοποιήσεων με την κερδοφορία. Πολλές μελέτες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει σχέση μεταξύ της κερδοφορίας με διαδικτυακές γνωστοποιήσεις (Marston & Polei, 2004; Oyelere et al., 2003; Xiao et al., 2004; Momany & AlYShorman, 2006)

Ο Wan Farhah (2016) από την άλλη πλευρά εντόπισε στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στη κερδοφορία των εταιρειών και τη συχνότητα των λογιστικών γνωστοποιήσεων στο διαδίκτυο, στο ίδιο συμπέρασμα που είχαν καταλήξει και οι Ashbaugh et al. (1999),

Επίσης όσον αφορά τα ελληνικά δεδομένα έρευνα από τους Bekiaris, Psimada, & Tasios, (2014) έδειξε την ύπαρξη μιας στατιστικά σημαντικής αρνητικής σχέσης.

Με δεδομένα τα παραπάνω, μπορούμε να υποθέσουμε:

H5. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται με την κερδοφορία των επιχειρήσεων.

3.1.6 Μόχλευση

Η μόχλευση υπολογίζεται ως ο λόγος του συνόλου των υποχρεώσεων προς σύνολο των ιδίων κεφαλαίων. Εκφράζει το χρέος μια εταιρείας. Μέσω της δημοσίευσης της μόχλευσης είναι εφικτό το χτίσιμο μιας σχέσης εμπιστοσύνης με τα ενδιαφερόμενα μέρη, αφού οι μέτοχοι, οι πελάτες, οι πιστωτές, απαιτούν τακτική ενημέρωση αναφορικά με τα οικονομικά αποτελέσματα και την ανταπόκριση της εταιρείας στις υποχρεώσεις της

Αναφορά στον δείκτη της μόχλευσης έγινε από τους Bekiaris, Psimada, & Tasios, (2014) οι οποίοι διαπίστωσαν την ύπαρξη σημαντικής θετικής σχέσης με το επίπεδο γνωστοποιήσεων. Στο ίδιο συμπέρασμα οδηγήθηκαν και άλλοι ερευνητές όπως ο Wan

Farhah (2016). Από την άλλη πλευρά ερευνητές όπως οι Samaha et al. (2012), διαπίστωσαν ότι δεν υπάρχει συσχέτιση του δείκτη της μόχλευσης με τις γνωστοποιήσεις των επιχειρήσεων της.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι τα αποτελέσματα για τη μόχλευση δεν είναι ξεκάθαρα, διατυπώνουμε την ακόλουθη υπόψη.

H6. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται θετικά με την μόχλευση των επιχειρήσεων.

3.1.7 Πωλήσεις- Εταιρικό μέγεθος

Οι πωλήσεις αντανακλούν το μέγεθος μιας εταιρείας και για τον λόγο αυτό έχει γίνει πολλές φορές αντικείμενο μελέτης σε σχέση με τις χρηματοοικονομικές γνωστοποιήσεις. Στην δική μας έρευνα ως μεταβλητή μεγέθους της εταιρείας θα χρησιμοποιηθεί ο λογάριθμος των πωλήσεων. Οι Bonson and Escobar (2002) συμφώνησαν ότι οι μεγαλύτερες σε μέγεθος εταιρείες είναι περισσότερο ικανές να έχουν πρόσβαση σε χρηματοοικονομικές αγορές εάν προβαίνουν σε διαδικτυακή γνωστοποίηση πληροφοριών.

Η βιβλιογραφία μας παρέχει πλήθος συμπερασμάτων αναφορικά με την εν λόγω μεταβλητή έτσι:

Οι Ashbaugh et al. (1999), συμπεράναν ότι οι μεγαλύτερες εταιρείες προβαίνουν και σε μεγαλύτερο αριθμό γνωστοποιήσεων σε σχέση με τις μικρότερες. Στο ίδιο μήκος κύματος και η μελέτη των Elsayeda, El-Masryb & Elbeltagic (2010) που αφορούσε εισηγμένες εταιρείες στο Αιγυπτιακό χρηματιστήριο. Επίσης, οι Hossain et al. (2012) εξετάζοντας την αναπτυσσόμενη αγορά του Κατάρ ανακάλυψαν στατιστικά σημαντική σχέση και μάλιστα θετική. Από την άλλη πλευρά υπάρχουν και έρευνες που κατέληξαν σε διαφορετικό συμπέρασμα. Μια εξ' αυτών του Wan Farhah (2016) όπου δεν βρέθηκε κάποια στατιστικά σημαντική σχέση με το μέγεθος της εταιρείας.

Αυτά τα επιχειρήματα οδήγησαν στην ακόλουθη υπόθεση:

H7. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται θετικά με το μέγεθος κάθε εταιρείας

3.2 Πληθυσμός και δείγμα της έρευνας

Το σημείο εκκίνησης για τη συλλογή των δεδομένων ήταν το Χρηματιστήριο Αθηνών. Επικεντρωθήκαμε στις εταιρείες εκείνες που είναι εισηγμένες και διαπραγματεύονται στο Γενικό Δείκτη του Χ.Α (FTSE/Χ.Α) και συγκεκριμένα σε αυτές που ανήκουν στο χώρο της μεγάλης (Large Cap) και μεσαίας (Mid Cap) κεφαλαιοποίησης. Από το σύνολο των παραπάνω εταιρειών εξαιρέθηκαν οι τράπεζες (κωδικός 3010 σύμφωνα με την κλαδική κατάταξη εταιρειών του Χ.Α) επειδή υπόκεινται σε συγκεκριμένες απαιτήσεις γνωστοποίησης.

Το τελικό δείγμα αποτελείται από 40 εταιρείες χωρίς διάκριση κλάδου (αναφορά των εταιρειών γίνεται στο παράρτημα). Η επιλογή των εν λόγω εταιρειών έγινε με γνώμονα ότι οι εισηγμένες εταιρείες υποχρεούνται από το Ν.3556/2007, να αποκαλύψουν σχετικές πληροφορίες μέσω των ιστοτόπων τους καθώς και ότι όλες που ανήκουν στη μεγάλη και μεσαία κεφαλαιοποίηση είναι πιθανότερο να ακολουθούν μια πολιτική γνωστοποίησης πλήθους σχετικών με την έρευνα μας πληροφοριών.

Τα στοιχεία που απαιτήθηκαν για την διεξαγωγή της έρευνας συγκεντρώθηκαν από την περιήγηση στον ιστότοπο της κάθε εταιρείας και από τις οικονομικές εκθέσεις που αφορούν το έτος 2019 όπως αυτές δημοσιεύονται στην ιστοσελίδα του Χρηματιστηρίου Αθηνών.

3.3 Παρουσίαση μεταβλητών

3.3.1 Εξαρτημένες μεταβλητές – Παρουσίαση Δείκτη Γνωστοποίησης

Σκορ γνωστοποιήσεων (ΣΓ)

Αφού προσδιορίσαμε το δείγμα των εταιρειών που θα μετέχουν στην έρευνα, κρίθηκε απαραίτητη η δημιουργία ενός δείκτη γνωστοποίησης (Σκορ γνωστοποιήσεων) που θα αποτελέσει και το ερευνητικό μας εργαλείο προκειμένου να αποκαλύψουμε το επίπεδο γνωστοποίησης των χρηματοοικονομικών πληροφοριών. Λαμβάνοντας υπόψη μας τις προηγούμενες σχετικές έρευνες που αναφέρονται στην βιβλιογραφική ανασκόπηση και εστιάζοντας κυρίως στις ακόλουθες Botti et al(2014), Kelton & Yang (2008), Elsayeda, El-Masryb & Elbeltagic (2010) καλύπτοντας όπου απαιτούνταν η μια την άλλη και με οδηγό κατά κύριο λόγο τον δείκτη γνωστοποίησης του Botti et all (2014) καθότι πληρέστερος,

(αφού περιέχει στοιχεία (items) από τις έρευνες των: Deller et al(1999),Pirchegger and Wagenhofer (1999),Debreceeny et al (2002), Marston and Polei (2004),Ettredge et al (2002), F-Xiao et al (2004)), καταλήξαμε στον ακόλουθο δείκτη.

Πίνακας 3.1 Περιγραφή Δείκτη - Σκορ γνωστοποιήσεων (ΣΓ)
1 -Στοιχεία περιεχομένου (41 στοιχεία)
A - Οικονομικές πληροφορίες (21 στοιχεία)
Τριμηνιαία έκθεση των τελευταίων ετών
Τριμηνιαία έκθεση του τρέχοντος έτους
Εξαμηνιαία έκθεση των τελευταίων ετών
Εξαμηνιαία έκθεση του τρέχοντος έτους
Ετήσια έκθεση των τελευταίων ετών
Ετήσια έκθεση του τρέχοντος έτους
Έκθεση ελεγκτή των τελευταίων ετών
Έκθεση ελεγκτή του τρέχοντος έτους
Ισολογισμός των προηγούμενων ετών
Ισολογισμός του τρέχοντος έτους
Οικονομικές καταστάσεις θυγατρικών
Κατάσταση ταμειακών ροών των τελευταίων ετών
Κατάσταση ταμειακών ροών του τρέχοντος έτους
Ιστορικές τιμές μετοχών
Τρέχουσα τιμή μετοχής
Απόδοση τιμής μετοχής σε σχέση με το δείκτη χρηματιστηρίου

Πωλήσεις βασικών προϊόντων
Μερίδιο αγοράς βασικών προϊόντων
Κέρδη ή πρόβλεψη πωλήσεων
Σύνοψη οικονομικών δεδομένων προηγούμενων ετών
Δελτία τύπου ή νέα
B - Πληροφορίες εταιρικής διακυβέρνησης (14 στοιχεία)
Δομή ομίλου , γράφημα
Οργανόγραμμα
Σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου
Βιογραφικό σημείωμα των μελών της διοίκησης ή του Διοικητικού Συμβουλίου
Αποζημίωση του Διοικητικού Συμβουλίου
Πληροφορίες σχετικά με την επιτροπή ελέγχου
Πληροφορίες σχετικά με την επιτροπή υποψηφιοτήτων και αμοιβών
Ψήφισμα της συνεδρίασης των μετόχων προηγούμενου έτους
Ψήφισμα του τρέχοντος έτους της συνεδρίασης των μετόχων
Αναφορά στην πολιτική ίσων ευκαιριών
Αναφορά στην πολιτική αποδοχών
Καταστατικό της εταιρείας
email διευθυντικών στελεχών
Αριθμός τηλεφώνου διευθυντικών στελεχών
Γ - Πληροφορίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (6 στοιχεία)
Έκθεση εταιρικής ευθύνης
Έκθεση περιβαλλοντικής προστασίας

Ανακύκλωση και ενεργειακή πολιτική
Φιλανθρωπική δωρεά ή χορηγία
Έκθεση κοινωνικής / ασφάλειας ή υγείας
Κώδικας ηθικής (δεοντολογίας)
2– Αντικείμενα παρουσίασης (20 στοιχεία)
Εσωτερικές μηχανές αναζήτησης
Οικονομικά δεδομένα σε επεξεργάσιμη μορφή (όπως το Excel)
Ετήσια έκθεση σε μορφή PDF
Ετήσια έκθεση σε μορφή HTML
Εικόνες γραφικών
Αρχεία ήχου
Αρχείο βίντεο
Υπερσύνδεσμος με άλλους ιστοτόπους
Ένα κλικ για να λάβετε πληροφορίες σχετικά με τις επενδυτικές σχέσεις
Ένα κλικ για να μεταβείτε στην ιστοσελίδα δελτίων τύπου (ή ειδήσεων)
Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης (facebook, instagram κ.ά.)
Άμεση επικοινωνία με την εταιρεία - Υπερσύνδεσμος email
Χάρτης τοποθεσίας
Δήλωση απορρήτου
Βοήθεια- πληροφορίες
Ανακοινώσεις
Αγγλική έκδοση του ιστότοπου
Συχνές ερωτήσεις

Οικονομικό ημερολόγιο
Χρήση Cookies

Στον δείκτη γνωστοποίηση που δημιουργήθηκε εμπεριέχονται 61 στοιχεία γνωστοποιήσεων ομαδοποιημένα στις εξής κατηγορίες.

➤ Στοιχεία περιεχομένου (41 στοιχεία), που αυτά διαιρούνται σε 3 υποκατηγορίες:

α. οικονομικές πληροφορίες (21 στοιχεία)

β. πληροφορίες εταιρικής διακυβέρνησης (14 στοιχεία) και τέλος

γ. πληροφορίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (6 στοιχεία)

➤ Αντικείμενα παρουσίασης (20 στοιχεία).

Τα στοιχεία του περιεχομένου, καταγράφουν τις ουσιαστικές πληροφορίες που γνωστοποιούνται από την κάθε εταιρεία που μετέχει στο δείγμα μας, ενώ η διάσταση της παρουσίασης συνεπάγεται πως αυτές οι πληροφορίες παρουσιάζονται στον ιστότοπο με όρους πλοήγησης, συνδέσμων και υποστήριξης χρηστών.

Αν ένα από τα παραπάνω στοιχεία παρουσιάζεται στον ιστότοπο της προς εξέταση εταιρείας βαθμολογείται με 1, διαφορετικά με 0. Έτσι προκύπτει ένα σκορ για κάθε μια εταιρεία.

Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19 (ΣΓC19)

Στο ήδη βεβαρυμένο περιβάλλον από την πρόσφατη χρηματοοικονομική κρίση, ήρθε ένα εξαιρετικό εξωτερικό αρνητικό σοκ, η εμφάνιση της πανδημίας Covid-19, θέτοντας σε συναγερμό την παγκόσμια κοινότητα.

Λόγω της ιδιάζουσας κατάστασης σε παγκόσμιο επίπεδο και κατ' επέκταση και στη χώρα μας δημιουργήθηκε ένας επιπλέον δείκτης γνωστοποίησης που αποτελείται από 9 στοιχεία με πληροφορίες οι οποίες αφορούν την πανδημία του Covid 19. Με τη βοήθεια του δείκτη αυτού έγινε μια προσπάθεια σε πολύ πρώιμο στάδιο ώστε να αποκαλυφθεί κατά πόσο οι

εταιρείες του δείγματος συμπεριλαμβάνουν στον ιστότοπό τους σχετικές αναφορές. Ο δείκτης αποτελείται από τα κάτωθι στοιχεία.

Πίνακας 3.2 Περιγραφή Δείκτη Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19 (ΣΓΡ19)
Στοιχεία γνωστοποίησης Covid-19
Επίδραση στο καθεστώς εργασίας (εξ' αποστάσεως εργασία)
Συνεδριάσεις ΔΣ ή γενικές συνελεύσεις εξ' αποστάσεως ή με τηλεδιάσκεψη
Αναφορά στα απαιτούμενα μέτρα προστασίας για τους εργαζομένους
Οδηγίες προς τους πελάτες- συνεργάτες
Ύπαρξη συνδέσμου με τον ΕΟΔΥ (λήψη πληροφοριακού υλικού)
Στήριξη του Εθνικού Συστήματος Υγείας
Ανακοινώσεις μεταβολής εσόδων- επιπτώσεις στην δραστηριότητα της εταιρείας
Αναφορά σε επιχειρησιακά σχέδια συνέχισης της δραστηριότητας
Ανάπτυξη τρόπων λειτουργίας και προσφοράς υπηρεσιών από απόσταση.

Και σε αυτή την περίπτωση του δείκτη, όταν μια πληροφορία γνωστοποιείται, βαθμολογείται με 1, ενώ σε διαφορετική περίπτωση με 0. Το σκορ ισούται με το άθροισμα των επιμέρους στοιχείων του δείκτη.

Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων (ΣΣΓ)

Για την πληρέστερη εικόνα, τη βοήθεια λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων και την καλύτερη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων μερών (είτε αυτά είναι μέτοχοι, πελάτες, επενδυτές κ.τ.λ.) κρίθηκε αναγκαίο να δημιουργηθεί ένας συνολικός δείκτης γνωστοποίησης για τις παραπάνω εταιρείες που ουσιαστικά πρόκειται για το συνονθύλευμα των παραπάνω δεικτών.

Έτσι πλέον ο «νέος» και πιο ολοκληρωμένος δείκτης αποτελείται από 70 στοιχεία και το σκορ που προκύπτει για αυτόν τον δείκτη είναι το άθροισμα των 2 προηγούμενων.

3.3.2 Ανεξάρτητες μεταβλητές

Τις ανεξάρτητες μεταβλητές μας τις παρουσιάσαμε αναλυτικά στο προηγούμενο κεφάλαιο όπου διατυπώσαμε τις ερευνητικές μας υποθέσεις. Συνοπτικά απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3.3 Ανεξάρτητες μεταβλητές	
log_π	Λογάριθμος των πωλήσεων
Περιθώριο κέρδους	Η αναλογία (καθαρό κέρδος / πωλήσεις) *100
Μόχλευση	Σύνολο υποχρεώσεων/ ίδια κεφάλαια.
Μέγεθος ΔΣ	Ο συνολικός αριθμός των μελών του ΔΣ
Διασπορά ιδιοκτησίας	Το συνολικό ποσοστό των μετοχών που κατέχουν οι μέτοχοι με ποσοστό μεγαλύτερο του 5%
Διττότητα προέδρου – διευθύνοντος συμβούλου- CEO Duality	Ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 αν υπάρχει ταύτιση ρόλων του προέδρου και διευθύνοντος συμβούλου και 0 διαφορετικά
Μέγεθος ελεγκτικής εταιρίας (big_4)	Αν η ελεγκτική εταιρία είναι μια εκ των BIG4 ((EY, KPMG ,PWC , Deloitte) 1 , διαφορετικά 0

3.4 Περιγραφικά στατιστικά

Από τον Πίνακα 3.4 των συχνοτήτων των ανεξάρτητων μεταβλητών βλέπουμε ότι το περιθώριο κέρδους των υπό μελέτη εταιρειών ήταν αρνητικό κατά μέσο όρο στο έτος της έρευνας και η μόχλευση των κερδών από τις εταιρείες κυμάνθηκε σε χαμηλά επίπεδα. Επίσης παρατηρούμε ότι ο μέσος όρος των ατόμων που απαρτίζουν το ΔΣ των υπό μελέτη εταιρειών είναι δέκα και το ποσοστό των μετόχων που κατέχουν μετοχικό κεφάλαιο μεγαλύτερο του 5% είναι περίπου 59%.

Πίνακας 3.4 Συχνότητες Ανεξάρτητων Μεταβλητών

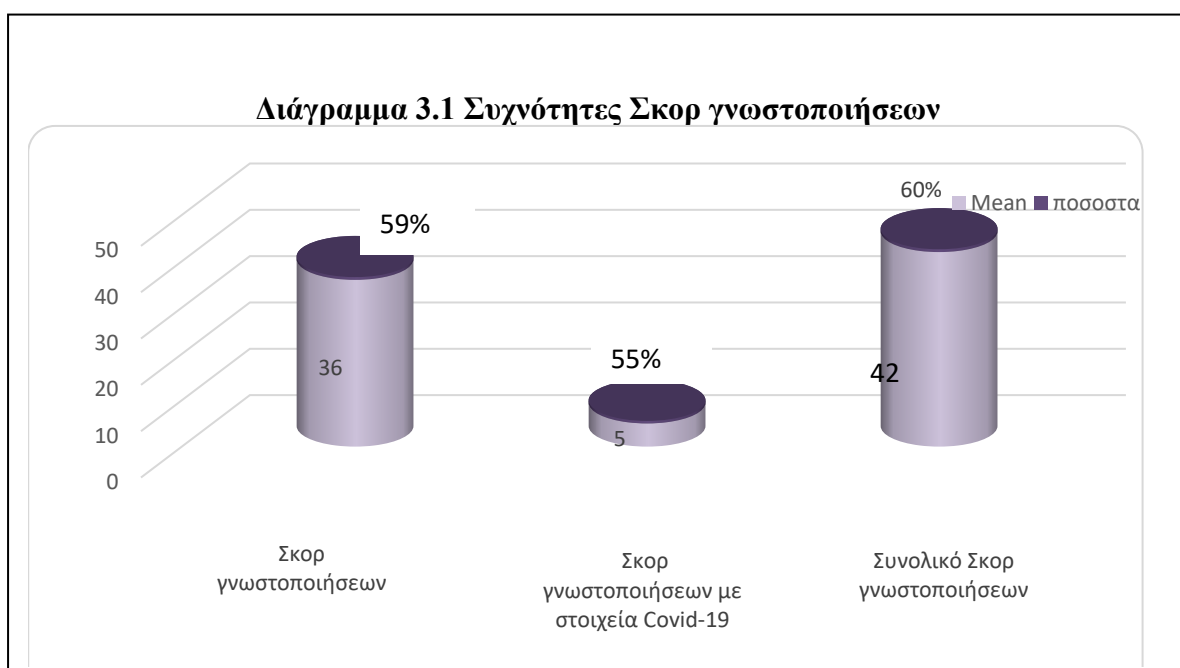
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
log_π	40	4.06	9.97	8.4728	1.13178
Περιθώριο κέρδους	40	-96.121	0.998	-3.55006	16.9487
Μόγλευση	40	-9.559	18.610	1.96846	3.508069
Μέγεθος ΔΣ	40	5	15	9.63	2.529
Διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%)	40	0.110	0.834	0.58689	0.19579

Από τον Πίνακα 3.5 & το Διάγραμμα 3.1 των εξαρτημένων μεταβλητών βλέπουμε ότι το Σκορ γνωστοποιήσεων έχει μέση τιμή 36 που αντιστοιχεί στο 59% της μέγιστης τιμής του , η οποία επιτυγχάνεται όταν οι υπό έρευνα εταιρείες απαντήσουν θετικά στα 61 στοιχεία που αποτελούν τον δείκτη. Παρόμοια το Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19 εμφανίζει μέση τιμή 5 το οποίο αντιστοιχεί στο 55% της μέγιστης τιμής του και το Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων εμφανίζει μέση τιμή 42 το οποίο αντιστοιχεί στο 73% περίπου της μέγιστης τιμής του.

Πίνακας 3.5 Συχνότητες εξαρτημένων μεταβλητών

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Σκορ γνωστοποιήσεων (0-61)	40	21	45	36	5.463
Σκορ γνωστοποιήσεων*100%	40	0.344	0.737	0.590	0.008955
Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19 (0-9)	40	0	8	5	1.984556

Πίνακας 3.5 Συχνότητες εξαρτημένων μεταβλητών					
Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19 *100%	40	0	0.88	0.55	0.220
Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων (0-70)	40	21	51	42	6.625079
Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων % *100%	40	0.3	0.7287	0.6	0.094



Πιο αναλυτικά όσον αφορά το δείκτη Σκορ γνωστοποιήσεων παρατηρούμε από τον Πίνακα 3.6 ότι μικρά ποσοστά γνωστοποίησης λαμβάνουν στοιχεία σχετιζόμενα με την παρουσίαση των πληροφοριών και συγκεκριμένα:

Μόνο σε ποσοστό 2,5% εμφανίζονται ετήσιες εκθέσεις σε μορφή html, σε ποσοστό 7,5% οικονομικά δεδομένα με δυνατότητα επεξεργασίας. Εξαιρετικά μικρό ποσοστό της τάξεως του 2,5% λαμβάνει και η βοήθεια- πληροφορίες που παρέχονται στο ιστότοπο προς τον χρήστη.

Στην αντίπερα όχθη όσον αφορά τα στοιχεία της παρουσίασης, αυτά που γνωστοποιούνται σε ικανοποιητικό βαθμό και κάνουν ευκολότερη και ίσως περισσότερο ενδιαφέρουσα την πλοήγηση στον ιστότοπο είναι η δυνατότητα αγγλικής έκδοσης της ιστοσελίδας (97,5%), η άμεση επικοινωνία με την εταιρεία (95%), η ύπαρξη υπερσυνδέσεων με άλλους ιστότους

(87,5%) καθώς και η δυνατότητα να λαμβάνεις σχετικά γρήγορα – με ένα κλικ- πληροφορίες για τις επενδυτικές σχέσεις (87,5%).

Επίσης από τον Πίνακα 3.7 γίνεται φανερό ότι ορισμένα στοιχεία ενσωματώνονται και γνωστοποιούνται στους ιστοτόπους των εταιρειών, έτσι:

Το 82,5% αυτών κάνουν αναφορά στα απαιτούμενα μετρά προστασίας προς τους εργαζομένους τους και το 70% εφάρμοσε την εξ' αποστάσεως εργασία. Επίσης ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 62,5% αναφέρεται σε πρόβλεψη μεταβολής των εσόδων τους ως επίπτωση της ιδιαίτερης κατάστασης που έκανε την εμφάνιση της.

Παρά την ιδιαίτερα δύσκολη συγκυρία, οι εταιρείες σε ποσοστό 52,5% στάθηκαν δίπλα στο Εθνικό Σύστημα Υγείας προσφέροντας την στήριξη τους με κάθε τρόπο (προσφορά υγειονομικού υλικού, δωρεά χρωμάτων κ.ά.) ενώ ελάχιστες είναι αυτές που στον ιστοτόπό τους συμπεριέλαβαν υπερσύνδεσμο με τον ΕΟΔΥ (5%).

Πίνακας 3.6 Αναλυτικών Συχνοτήτων Σκορ γνωστοποιήσεων	
1 -Στοιχεία Περιεχομένου (41 στοιχεία) items of content (41 items)	Ποσοστό
A - οικονομικές πληροφορίες (21 στοιχεία)-A – financial information (21 items)	
Τριμηνιαία έκθεση των τελευταίων ετών- quarterly report of past years	0.35
Τριμηνιαία έκθεση του τρέχοντος έτους- quarterly report of current year	0.35
Εξαμηνιαία έκθεση των τελευταίων ετών - half-year report of past years	1
Εξαμηνιαία έκθεση του τρέχοντος έτους- half-year report of current year	1
Ετήσια έκθεση των τελευταίων ετών -annual report of past years	1
Ετήσια έκθεση του τρέχοντος έτους- annual report of current year	0.975
Έκθεση ελεγκτή των τελευταίων ετών-auditor report of past years	0.075
Έκθεση ελεγκτή του τρέχοντος έτους -auditor report of current year	0.1
Ισολογισμός των προηγούμενων ετών- balance sheet of past years	0.5
Ισολογισμός του τρέχοντος έτους -balance sheet of current year	0.35
Οικονομικές καταστάσεις θυγατρικών -financial statements of subsidiaries	0.7
Κατάσταση ταμειακών ροών των τελευταίων ετών-cash flow statement of past years	0.5
Κατάσταση ταμειακών ροών του τρέχοντος έτους-cash flow statement of current year	0.325
Ιστορικές τιμές μετοχών -historical share prices	0.725
Τρέχουσα τιμή μετοχής -current share price	0.75
Απόδοση τιμής μετοχής σε σχέση με το δείκτη χρηματιστηρίου-stock price performance in relation to stock market index	0.3
Πωλήσεις βασικών προϊόντων-sales of key products	0.175
Μερίδιο αγοράς βασικών προϊόντων -market share of key products	0.05
Κέρδη ή πρόβλεψη πωλήσεων -earnings or sales forecast	0.25
Σύνοψη οικονομικών δεδομένων προηγούμενων ετών- summary of financial data of previous years	0.35
Δελτία τύπου ή νέα- press releases or news	1

Πίνακας 3.6 Αναλυτικών Συχνοτήτων Σκορ γνωστοποιήσεων	
B - Πληροφορίες Εταιρικής Διακυβέρνησης (14 στοιχεία)- corporate governance information (14 items)	Ποσοστό
Δομή ομίλου , γράφημα -group of companies	0.5
Οργανόγραμμα- organizational structure/chart	0.575
Σύνθεση του διοικητικού συμβουλίου-composition of the board of directors	0.925
Βιογραφικό σημείωμα των μελών της διοίκησης ή του διοικητικού συμβουλίου -CV of the members of the management or the board of directors	0.85
Αποζημίωση του διοικητικού συμβουλίου-compensation of the board directors	0.375
Πληροφορίες σχετικά με την επιτροπή ελέγχου-information on the audit committee	0.8
Πληροφορίες σχετικά με την επιτροπή υποψηφιοτήτων και αμοιβών- information on the nominations and remuneration committee	0.6
Ψήφισμα της συνεδρίασης των μετόχων προηγούμενου έτους-past year resolution of the shareholders' meeting	0.925
Ψήφισμα του τρέχοντος έτους της συνεδρίασης των μετόχων-current year resolution of the shareholders' meeting	0.925
Αναφορά στην πολιτική ίσων ευκαιριών -Reference to equal opportunities policy	0.15
Αναφορά στην πολιτική αποδοχών-Reference to remuneration policy	0.7
Καταστατικό της εταιρείας-company's statutes	0.575
e-mail διευθυντικών στελεχών-e-mail of executives	0.275
Αριθμός τηλεφώνου διευθυντικών στελεχών -manager phone number	0.25
Γ - Πληροφορίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (6 στοιχεία)-corporate social responsibility information (6 items)	
Έκθεση Εταιρικής ευθύνης-corporate responsibility report	0.7
Έκθεση περιβαλλοντικής προστασίας-environmental protection report	0.775
Ανακύκλωση και ενεργειακή πολιτική-recycling and energy policy)	0.725
Φιλανθρωπική δωρεά ή χορηγία-charitable donation or sponsoring	0.675
Έκθεση κοινωνικής / ασφάλειας ή υγείας-social/safety or health report	0.675
Κώδικας ηθικής (δεοντολογία) -code of ethics	0.55

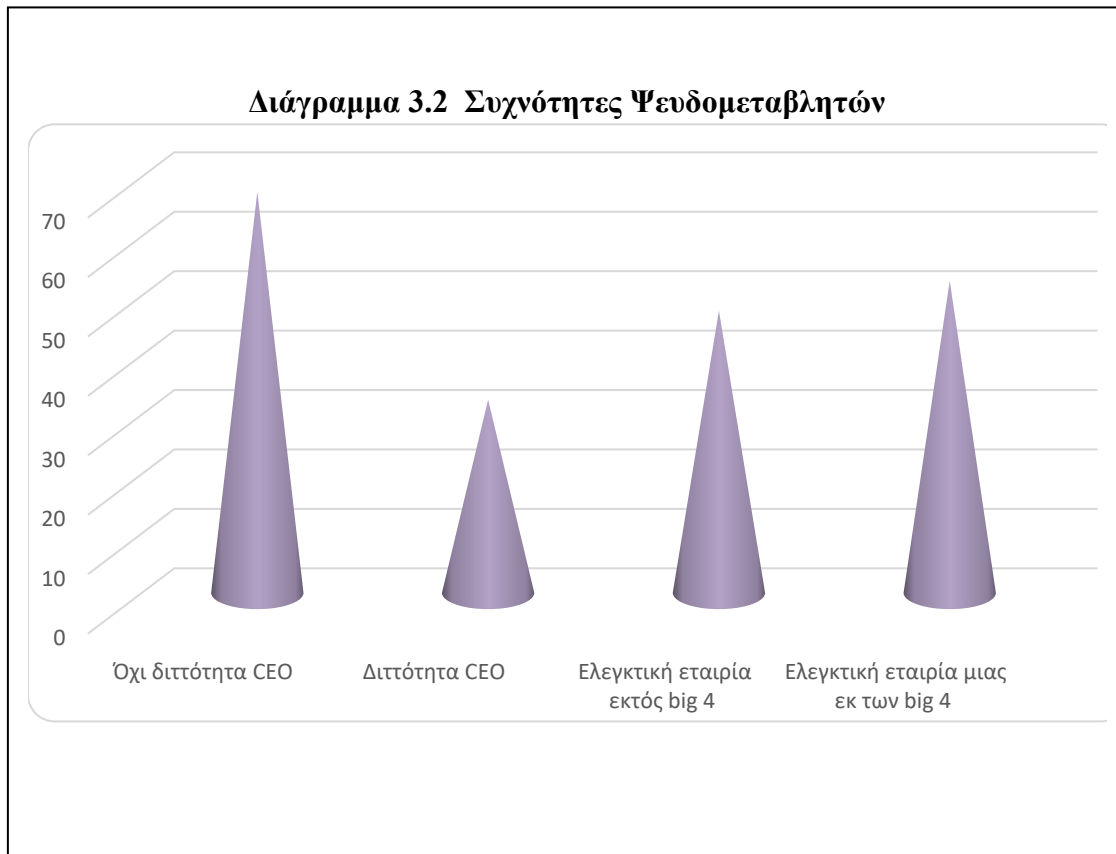
Πίνακας 3.6 Αναλυτικών Συχνοτήτων Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19	
2– Αντικείμενα Παρουσίασης (20 στοιχεία)– items of presentation(20 items)	Ποσοστό
Εσωτερικές μηχανές αναζήτησης- internal search engine	0.85
Οικονομικά δεδομένα σε επεξεργάσιμη μορφή (όπως το Excel)-financial data in processable format (such as excel)	0.075
Ετήσια έκθεση σε μορφή PDF-annual report in PDF format	1
Ετήσια έκθεση σε μορφή HTML-annual report in HTML format	0.025
Εικόνες γραφικών-graphics images	0.75
Αρχεία ήχου-sound files	0.075
Αρχείο βίντεο-video file	0.575
Υπερσύνδεσμος με άλλους ιστοτόπους	0.875
Ένα κλικ για να λάβετε πληροφορίες σχετικά με τις επενδυτικές σχέσεις-one click to get to investor relations information	0.875
Ένα κλικ για να μεταβείτε στην ιστοσελίδα δελτίων τύπου (ή ειδήσεων)-one click to get to press releases (or news) web page	0.375
Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης (facebook, instagram κ.ά.) -use of social media (facebook, instagram etc.)	0.5
Άμεση επικοινωνία με την εταιρεία - Υπερσύνδεσμος e-mail -direct contact with the company -hyperlink e-mail	0.95
Χάρτης τοποθεσίας- Map	0.5
Δήλωση απορρήτου-Privacy policy	0.65
Βοήθεια- πληροφορίες- “help” information	0.025
Ανακοινώσεις-announcements	0.775
Αγγλική έκδοση του ιστότοπου- English version of the web site	0.975
Συχνές ερωτήσεις (FAQ)- frequently asked questions (FAQ)	0.325
Οικονομικό ημερολόγιο- financial calendar	0.875
Χρήση Cookies-Use of Cookies	0.775

Πίνακας 3.7 Αναλυτικών Συχνοτήτων Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19

COVID-19 (9 στοιχεία)	Ποσοστό
Επίδραση στο καθεστώς εργασίας (εξ' αποστάσεως εργασία) -Impact on employment status (distance work)	0.7
Συνεδριάσεις ΔΣ ή γενικές συνελεύσεις εξ' αποστάσεως ή με τηλεδιάσκεψη.- Board meetings or general meetings at a distance.	0.525
Αναφορά στα απαιτούμενα μέτρα προστασίας για τους εργαζομένους-Reference to the required protection measures for employees	0.825
Οδηγίες προς τους πελάτες- συνεργάτες -Instructions to customers-partners	0.35
Ύπαρξη συνδέσμου με τον ΕΟΔΥ (λήψη πληροφοριακού υλικού) -Existence of a link with EODY (download of information material)	0.05
Στήριξη του Εθνικού Συστήματος Υγείας- Support to the National Health System	0.525
Ανακοινώσεις μεταβολής εσόδων- επιπτώσεις στην δραστηριότητα της εταιρείας - Revenue change announcements - impact on the company's activity	0.625
Αναφορά σε επιχειρησιακά σχέδια συνέχισης της δραστηριότητας -Reference to business plans for the continuation of activity	0.475
Ανάπτυξη τρόπων λειτουργίας και προσφοράς υπηρεσιών από απόσταση. -Development of operating modes and remote services	0.325

Πίνακας 3.8 Συχνότητες Ψευδομεταβλητών		
Διπλότητα CEO	0	67.5%
	1	32.5%
Μέγεθος ελεγκτικής εταιρίας	0	47.5%
	1	52.5%

Στον Πίνακα 3.8 & Διάγραμμα 3.2 παρουσιάζονται οι συχνότητες των ψευδομεταβλητών μας όπου βλέπουμε ότι στο 32.5% των υπό έρευνα εταιρειών υπάρχει ταύτιση ρόλων του Προέδρου και του Διευθύνοντα Συμβούλου και ότι στο 52.5% ελέγχονται από εταιρείες που ανήκουν στις Big4.



Κεφάλαιο 4^ο Αποτελέσματα της έρευνας

4.1 Μοντέλο έρευνας

Εφαρμόστηκε πολλαπλή παλινδρόμηση για να δοκιμαστούν οι παραπάνω υποθέσεις της μελέτης. Τα εκτιμώμενα μοντέλα πολλαπλής παλινδρόμησης που χρησιμοποιούνται στη μελέτη παρουσιάζονται παρακάτω. Σε αυτό το σημείο είναι σωστό να παραθέσουμε την εξίσωση του απλού γραμμικού μοντέλου πολλαπλής παλινδρόμησης, η οποία είναι η εξής:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + \beta_4 * X_4 + \beta_5 * X_5 + \beta_6 * X_6 + \beta_7 * X_7 + \varepsilon$$

Στην μελέτη μας το Y_i είναι ο αντίστοιχος δείκτης μας - εξαρτημένη μεταβλητή (Σκορ γνωστοποιήσεων και Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων) και X_1 έως X_7 είναι οι ανεξάρτητες μεταβλητές μας, όπου X_1 : ο \log_{π} (λογάριθμος των πωλήσεων), X_2 : το περιθώριο κέρδους, X_3 : η μόχλευση, X_4 : το μέγεθος του $\Delta\Sigma$, X_5 : Μέγεθος της ελεγκτικής εταιρείας, X_6 : η διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%) και X_7 : η διττότητα του Διευθύνοντος Συμβούλου (CEO).

Εναλλακτικά ο παραπάνω τύπος για κάθε δείκτη (εξαρτημένη μεταβλητή) θα μπορούσε να γραφεί ως :

$$Y_i = \sum_{j=1}^7 \beta_j X_j + \beta_0 + \varepsilon$$

Όπου β_j είναι οι συντελεστές παλινδρόμησης που σχετίζονται με τις ανεξάρτητες μεταβλητές X_j με $j = 1, \dots, 7$,

β_0 είναι ο σταθερός όρος και

ε τα αντίστοιχα σφάλματα.

4.2 Αξιολόγηση της εγκυρότητας του μοντέλου.

Η πολυγραμμικότητα εκτιμήθηκε μέσω του πίνακα συσχέτισης και μέσω του παράγοντα VIF (Variation Inflation Factor) για κάθε εξαρτημένη μεταβλητή μας. Το VIF είναι μέτρο διάγνωσης συγγραμμικότητας. Αν και δεν υπάρχει αυστηρός κανόνας, μια τιμή μικρότερη από 10 θεωρείται επαρκής για να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει πολυγραμμικότητα. Η τιμή της Tolerance για μια τιμή φανερώνει το ποσοστό της διακύμανσης της μεταβλητής που εξηγείται από τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Πιο συγκεκριμένα ισχύει ότι το ποσοστό αυτό είναι ίσο με $(1 - \text{Tolerance})\%$. Τιμές της Tolerance μικρότερες του 0.5 αποτελούν ένδειξη του προβλήματος. Η μέση τιμή VIF είναι μικρότερη από 2 με εξαίρεση την τιμή του λογαρίθμου των πωλήσεων η οποία είναι 2.171 με Tolerance ίσο με $0.461 < 0.5$ επομένως μπορούμε να θεωρήσουμε ότι δεν υπάρχει πρόβλημα πολυγραμμικότητας. Δοκιμάστηκε η κανονικότητα των υπολειμμάτων μέσω του Shapiro Wilk (Πίνακας 4.1) και οι προβλεπόμενες εξαρτώμενες μεταβλητές, οι βαθμολογίες βρέθηκαν κανονικά κατανομημένες με $p > 0,05$ ($p_{\Sigma} = 0.061$, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 4.1, γεγονός που διαπιστώθηκε επίσης με διαγραμματικό έλεγχο που διενεργήθηκε, τόσο από ιστογράμματα όσο και από διαγράμματα διασποράς κάθε εξαρτημένης μεταβλητής όπου δεν υπήρξε πρόβλημα ετεροσκεδαστικότητας. Αντιθέτως για τον δείκτη Σκορ γνωστοποιήσεων με στοιχεία Covid-19 υπήρξε πρόβλημα ετεροσκεδαστικότητας.

Πίνακας 4.1 Εξέταση Κανονικότητας Εξαρτημένων Μεταβλητών						
Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων						
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Standardized Residual	0.136	40	0.061	0.974	40	0.478
Σκορ γνωστοποιήσεων						
Standardized Residual	0.114	40	,200*	0.982	40	0.769

Επίσης το R^2 είναι 38.7% για τον δείκτη, και 52.5% για το Συνολικό Σκορ που σημαίνει ότι από το μοντέλο μας εξηγείται το 38.7% και 52.5% της μεταβλητότητας της αντίστοιχης εξαρτημένης μεταβλητής. Τέλος στον Πίνακα ANOVA (Πίνακας 4.2) η τιμή του ελέγχου Sig. για την στατιστική F είναι $p < 0.05$ και το υπόδειγμα μας είναι στατιστικά σημαντικό.

Πίνακας 4.2 ANOVA					
Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	0.181	3	0.060	13.271	,000 ^f
Residual	0.164	36	0.005		
Total	0.346	39			
Σκορ γνωστοποιήσεων					
Regression	0.122	1	0.122	24.016	,000 ^h
Residual	0.193	38	0.005		
Total	0.315	39			

4.3 Αποτελέσματα με τις εκτιμήσεις των μοντέλων παλινδρόμησης

4.3.1 Με εξαρτημένη μεταβλητή το Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων

Παρακάτω παρουσιάζεται ο Πίνακας 4.3 συσχετίσεων και ο Πίνακας 4.4 παλινδρόμησης με τα αποτελέσματα των αναλύσεων που λαμβάνει υπόψη το Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων ως εξαρτημένη μεταβλητή. Για την επιλογή του μοντέλου μας επιλέξαμε την μέθοδο αποκλεισμού μεταβλητών (Backward Elimination Procedure)

Το τελικό μοντέλο πολλαπλής παλινδρόμησης για το Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων (ΣΣΓ) σύμφωνα με τον πίνακα παλινδρόμησης είναι το ακόλουθο:

$$\text{ΣΣΓ} = 0.247 + 0.027 * \log_{\pi} + 0.002 * \text{Περιθώριο κέρδους} + 0,010 * \text{Μέγεθος του } \Delta\Sigma + \varepsilon$$

Από τον πίνακα συσχετίσεων βλέπουμε ότι ο λογάριθμος των πωλήσεων ($r = 0.655$, υψηλή συσχέτιση), το περιθώριο κέρδους ($r = 0.572$, υψηλή συσχέτιση), το μέγεθος του $\Delta\Sigma$ ($r = -0.492$, χαμηλή συσχέτιση) και το μέγεθος της ελεγκτικής εταιρείας ($r = 0.428$, χαμηλή συσχέτιση) σχετίζονται με το Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% ενώ η μόχλευση, η διττότητα του CEO και η διασποράς ιδιοκτησίας δεν σχετίζονται.

Από τον πίνακα παλινδρόμησης συμπεραίνουμε ότι τόσο η συσχέτιση του λογαρίθμου των πωλήσεων είναι θετική ($\beta=0.027$, $p=0.063$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10% όσο και το περιθώριο κέρδους ($\beta=0.002$, $p=0.049$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% γεγονός που υποδηλώνει ότι το μεγαλύτερο μέγεθος της εταιρείας με βάση της πωλήσεις και η αύξηση της κερδοφορία της εταιρείας πιθανόν να ενισχύουν την εξωστρέφεια της εταιρείας όσον αφορά τον όγκο των πληροφοριών που κοινοποιεί στο διαδίκτυο τόσο σε επίπεδο οικονομικών στοιχείων, εταιρικής διακυβέρνησης, κοινωνικής ευθύνης και στοιχείων αποκάλυψης Covid-19, όσο και σε επίπεδο αυξημένου πλήθους των μέσων που επιλέγει να τα κοινοποιήσει. Το ίδιο ισχύει και το μέγεθος του $\Delta\Sigma$ ($\beta=0.010$, $p=0.044$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% .

Για της υπόλοιπες τέσσερις ανεξάρτητες μεταβλητές της δεν φαίνεται να υπάρχει συσχέτιση καθώς οι τιμές των p είναι μεγαλύτερες του 0.1. Επομένως, από τις ερευνητικές υποθέσεις που διατυπώσαμε στο Κεφάλαιο 3 επαληθεύονται οι :

- H1. *Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται θετικά με το μέγεθος του Διοικητικού Συμβουλίου.*
- H5. *Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται θετικά με την κερδοφορία των επιχειρήσεων*
- H7. *Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται θετικά με το μέγεθος κάθε εταιρείας.*

Πίνακας 4.3 Αποτελέσματα συσχετίσεων για Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων

		Συνολικό Σκορ	log_π	Περιθώριο κέρδους	Μόχλευση	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	CEO Duality	Διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%)	Μέγεθος ΔΣ
Συνολικό Σκορ	Pearson	1							
	Sig.								
Log_π	Pearson	,655**	1						
	Sig.	0.000							
Περιθώριο κέρδους	Pearson	,572**	,641**	1					
	Sig.	0.000	0.000						
Μόχλευση	Pearson	0.060	0.205	0.088	1				
	Sig.	0.713	0.204	0.591					
Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	Pearson	,428**	,395*	0.230	-0.024	1			
	Sig.	0.006	0.012	0.153	0.882				
CEO Duality	Pearson	-0.106	0.077	0.147	-0.232	-0.195	1		
	Sig.	0.513	0.636	0.365	0.149	0.228			
Διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%)	Pearson	-0.198	-0.251	-0.111	0.031	-0.102	-0.025	1	-0.190
	Sig.	0.220	0.118	0.493	0.851	0.533	0.880		0.239
Μέγεθος ΔΣ	Pearson	,492**	,478**	0.197	0.047	,459**	-0.174	-0.190	1
	Sig.	0.001	0.002	0.224	0.773	0.003	0.284	0.239	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).		-1 έως -0.5: θεωρούμε ότι είναι υψηλός αρνητικός συντελεστής συσχέτισης -0,5 έως -0.2: θεωρούμε ότι είναι χαμηλός αρνητικός συντελεστής συσχέτισης -0,2 έως 0.2: θεωρούμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι μηδενικός 0,2 έως 0.5: θεωρούμε ότι είναι χαμηλός θετικός συντελεστής συσχέτισης 0,5 έως 1: θεωρούμε ότι είναι υψηλός θετικός συντελεστής συσχέτισης							

Πίνακας 4.4 Αποτελέσματα παλινδρομήσεων για Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B Lower Bound	Upper Bound	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.280	0.131		2.141	0.040	0.014	0.546		
	log_π	0.028	0.015	0.336	1.805	0.081	-0.004	0.060	0.398	2.516
	Περιθώριο κέρδους	0.002	0.001	0.319	2.043	0.049	0.000	0.004	0.565	1.771
	Μόχλευση	-0.002	0.003	-0.077	-0.601	0.552	-0.009	0.005	0.850	1.176
	Μέγεθος ΔΣ	0.007	0.005	0.196	1.337	0.191	-0.004	0.018	0.644	1.554
	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	0.018	0.026	0.099	0.705	0.486	-0.035	0.071	0.704	1.420
	Διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%)	-0.015	0.059	-0.032	-0.262	0.795	-0.135	0.105	0.920	1.087
	CEO Duality	-0.029	0.026	-0.145	-1.114	0.274	-0.081	0.024	0.817	1.224
			R²	0,558	Προς/νο R²	0.462	F statistics	5.781	Sig.	0.000
2	(Constant)	0.264	0.113		2.330	0.026	0.033	0.494		
	log_π	0.029	0.015	0.346	1.917	0.064	-0.002	0.059	0.413	2.424
	Περιθώριο κέρδους	0.002	0.001	0.317	2.060	0.047	0.000	0.003	0.567	1.764
	Μόχλευση	-0.002	0.003	-0.079	-0.634	0.530	-0.009	0.005	0.856	1.168
	Μέγεθος ΔΣ	0.007	0.005	0.199	1.380	0.177	-0.004	0.018	0.647	1.545

Πίνακας 4.4 Αποτελέσματα παλινδρομήσεων για Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων

	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	0.018	0.026	0.097	0.706	0.485	-0.034	0.070	0.705	1.418
	CEO Duality	-0.029	0.025	-0.145	-1.130	0.267	-0.080	0.023	0.817	1.224
		R²	0,557	Προσ/νο R²	0.477	F statistics	6.928	Sig.	0.000	
3	(Constant)	0.275	0.111		2.482	0.018	0.050	0.500		
	log_π	0.026	0.014	0.316	1.830	0.076	-0.003	0.055	0.443	2.260
	Περιθώριο κέρδους	0.002	0.001	0.321	2.106	0.043	0.000	0.004	0.568	1.762
	Μέγεθος ΔΣ	0.008	0.005	0.206	1.449	0.156	-0.003	0.018	0.651	1.535
	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	0.021	0.025	0.111	0.826	0.414	-0.030	0.072	0.724	1.382
	CEO Duality	-0.024	0.024	-0.120	-0.994	0.327	-0.073	0.025	0.897	1.115
		R²	0,552	Προσ/νο R²	0.486	F statistics	8.381	Sig.	0.000	
4	(Constant)	0.257	0.108		2.375	0.023	0.037	0.476		
	log_π	0.028	0.014	0.341	2.020	0.051	0.000	0.057	0.457	2.188
	Περιθώριο κέρδους	0.002	0.001	0.326	2.152	0.038	0.000	0.004	0.569	1.758
	Μέγεθος ΔΣ	0.009	0.005	0.241	1.781	0.084	-0.001	0.019	0.714	1.401
	CEO Duality	-0.028	0.024	-0.139	-1.172	0.249	-0.075	0.020	0.929	1.077
		R²	0,543	Προσ/νο R²	0.491	F statistics	10.399	Sig.	0.000	

Πίνακας 4.4 Αποτελέσματα παλινδρομήσεων για Συνολικό Σκορ γνωστοποιήσεων

5	(Constant)	0.247	0.108		2.279	0.029	0.027	0.466		
	log_π	0.027*	0.014	0.324	1.915	0.063	-0.002	0.056	0.461	2.171
	Περιθώριο κέρδους	0.002**	0.001	0.310	2.042	0.049	0.000	0.003	0.574	1.743
	Μέγεθος ΔΣ	0.010**	0.005	0.276	2.086	0.044	0.000	0.020	0.752	1.331
			R²	0,525	Προσ/νο R²	0.486	F statistics	13.271	Sig. F	0.000
<p>Τα *, ** και *** δείχνουν ότι ένας συντελεστής είναι στατιστικά σημαντικός στο επίπεδο 10 % ($p < 0.1$), 5% ($p < 0.05$) και 1%, ($p < 0.01$) αντίστοιχα.</p>										

4.3.2 Με εξαρτημένη μεταβλητή το Σκορ γνωστοποιήσεων

Παρακάτω απεικονίζεται ο Πίνακας 4.5 συσχετίσεων και ο Πίνακας 4.6 παλινδρόμησης με τα αποτελέσματα των αναλύσεων που λαμβάνει υπόψη το Σκορ γνωστοποιήσεων, ως εξαρτημένη μεταβλητή. Για την επιλογή του μοντέλου μας επιλέξαμε την μέθοδο αποκλεισμού μεταβλητών (Backward Elimination Procedure)

Το τελικό μοντέλο πολλαπλής παλινδρόμησης για το Σκορ γνωστοποιήσεων (ΣΓ) σύμφωνα με τον πίνακα παλινδρόμησης είναι το ακόλουθο:

$$\Sigma\Gamma = 0.161 + 0.049 * \log_{\pi} + \varepsilon$$

Ομοίως με τον προηγούμενο δείκτη από τον πίνακα συσχετίσεων βλέπουμε ότι ο λογάριθμος των πωλήσεων ($r = 0.622$, υψηλή συσχέτιση), το περιθώριο κέρδους ($r = 0.509$, υψηλή συσχέτιση) και το μέγεθος του $\Delta\Sigma$ ($r = 0.462$, υψηλή συσχέτιση), σχετίζονται με το ΣΓ σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% και το μέγεθος της ελεγκτικής εταιρείας ($r = 0.368$, χαμηλή συσχέτιση) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% ενώ η μόχλευση, η διττότητα του CEO και η διασποράς ιδιοκτησίας δε σχετίζονται. Από τον πίνακα παλινδρόμησης συμπεραίνουμε ότι υπάρχει μόνο συσχέτιση του λογαρίθμου των πωλήσεων με το ΣΓ, η οποία είναι θετική ($\beta = 0.027$, $p = 0.063$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10% γεγονός που υποδηλώνει ότι το μεγαλύτερο μέγεθος της εταιρείας με βάση τις πωλήσεις, όπως συνέβη και με τον προηγούμενο δείκτη ΣΣ, πιθανόν να ενισχύουν την εξωστρέφεια της εταιρείας όσον αφορά τον όγκο των πληροφοριών που κοινοποιεί στο διαδίκτυο τόσο σε επίπεδο οικονομικών στοιχείων, εταιρικής διακυβέρνησης και κοινωνικής ευθύνης όσο και σε επίπεδο αυξημένου πλήθους των μέσων που επιλέγει να τα κοινοποιήσει. Η ομοιότητα που εμφανίζεται στην εξάρτηση των δεικτών ΣΣ και ΣΓ από το λογάριθμο των πωλήσεων πιθανόν να οφείλεται στο γεγονός ότι ο ΣΓ αποτελεί το 87% του ΣΣ. Για τις υπόλοιπες έξι ανεξάρτητες μεταβλητές δε φαίνεται να υπάρχει συσχέτιση καθώς οι τιμές των p είναι μεγαλύτερες του 0.1. Επομένως γίνεται αντιληπτό ότι από τις ερευνητικές υποθέσεις που διατυπώσαμε στο Κεφάλαιο 3 επαληθεύεται η :

➤ Η7. Το επίπεδο των γνωστοποιήσεων σχετίζεται θετικά με το μέγεθος κάθε εταιρείας.

Πίνακας 4.5 Αποτελέσματα συσχετίσεων για Σκορ γνωστοποιήσεων

		Σκορ γνωστοποιήσεων	log_π	Περιθώριο κέρδους	Μόχλευση	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	CEO Duality	Διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%)	Μέγεθος ΔΣ
Σκορ γνωστοποιήσεων	Pearson	1							
	Sig.								
log_π	Pearson	,622**	1						
	Sig.	0.000		0.000					
Περιθώριο κέρδους	Pearson	,509**	,641**	1					
	Sig.	0.001	0.000						
Μόχλευση	Pearson	0.076	0.205	0.088	1				
	Sig.	0.642	0.204	0.591					
Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	Pearson	,368*	,395*	0.230	-0.024	1			
	Sig.	0.019	0.012	0.153	0.882				
CEO Duality	Pearson	-0.136	0.077	0.147	-0.232	-0.195	1		
	Sig.	0.401	0.636	0.365	0.149	0.228		0.880	0.284
Διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%)	Pearson	-0.170	-0.251	-0.111	0.031	-0.102	-0.025	1	-0.190
	Sig.	0.295	0.118	0.493	0.851	0.533	0.880		0.239
Μέγεθος ΔΣ	Pearson	,462**	,478**	0.197	0.047	,459**	-0.174	-0.190	1
	Sig.	0.003	0.002	0.224	0.773	0.003	0.284	0.239	
**.		Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*.		Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							
		-1 έως -0.5: θεωρούμε ότι είναι υψηλός αρνητικός συντελεστής συσχέτισης							
		-0,5 έως -0.2: θεωρούμε ότι είναι χαμηλός αρνητικός συντελεστής συσχέτισης							
		-0,2 έως 0.2: θεωρούμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι μηδενικός							
		0,2 έως 0.5: θεωρούμε ότι είναι χαμηλός θετικός συντελεστής συσχέτισης							
		0,5 έως 1: θεωρούμε ότι είναι υψηλός θετικός συντελεστής συσχέτισης							

Πίνακας 4.6 Αποτελέσματα Παλινδρομήσεων για Σκορ γνωστοποιήσεων

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B Lower Bound	Upper Bound	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.273	0.135		2.030	0.051	-0.001	0.548		
	log_π	0.031	0.016	0.391	1.945	0.061	-0.001	0.064	0.398	2.516
	Περιθώριο κέρδους	0.001	0.001	0.247	1.468	0.152	-0.001	0.003	0.565	1.771
	Μόχλευση	-0.002	0.004	-0.076	-0.553	0.584	-0.009	0.005	0.850	1.176
	Μέγεθος ΔΣ	0.006	0.006	0.181	1.147	0.260	-0.005	0.018	0.644	1.554
	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	0.006	0.027	0.036	0.237	0.814	-0.048	0.061	0.704	1.420
	Διασπορά ιδιοκτησίας (Υπαρξη μετόχων με ποσοστό άνω του 5%)	-0.004	0.061	-0.008	-0.062	0.951	-0.127	0.120	0.920	1.087
	CEO Duality	-0.035	0.027	-0.182	-1.302	0.202	-0.089	0.020	0.817	1.224
			R²	0,487	Προσ/vo R²	0,374	F statistics	4,332	Sig.	0,002
2	(Constant)	0.269	0.116		2.315	0.027	0.033	0.506		
	log_π	0.031	0.015	0.393	2.024	0.051	0.000	0.063	0.413	2.424
	Περιθώριο κέρδους	0.001	0.001	0.247	1.490	0.146	0.000	0.003	0.567	1.764
	Μόχλευση	-0.002	0.003	-0.077	-0.569	0.573	-0.009	0.005	0.856	1.168
	Μέγεθος ΔΣ	0.006	0.006	0.182	1.173	0.249	-0.005	0.018	0.647	1.545
	Μέγεθος ελεγκτικής εταιρείας	0.006	0.026	0.035	0.239	0.813	-0.047	0.060	0.705	1.418
	CEO Duality	-0.035	0.026	-0.182	-1.322	0.195	-0.088	0.019	0.817	1.224
			R²	0,487	Προσ/vo R²	0,393	F statistics	5,211	Sig.	0,001
3	(Constant)	0.263	0.112		2.352	0.025	0.036	0.491		
	log_π	0.032	0.015	0.403	2.153	0.038	0.002	0.062	0.432	2.315

Πίνακας 4.6 Αποτελέσματα Παλινδρομήσεων για Σκορ γνωστοποιήσεων

	Περιθώριο κέρδους	0.001	0.001	0.248	1.520	0.138	0.000	0.003	0.567	1.762
	Μόγλευση	-0.002	0.003	-0.082	-0.624	0.537	-0.009	0.005	0.879	1.137
	Μέγεθος ΔΣ	0.007	0.005	0.192	1.308	0.200	-0.004	0.017	0.701	1.426
	CEO Duality	-0.036	0.025	-0.190	-1.430	0.162	-0.087	0.015	0.860	1.163
		R²		0,486	Προσ/vo R²	0.410	F statistics	6.420	Sig.	0.000
4	(Constant)	0.272	0.110		2.471	0.018	0.049	0.496		
	log_π	0.030	0.014	0.376	2.083	0.045	0.001	0.059	0.457	2.188
	Περιθώριο κέρδους	0.001	0.001	0.253	1.564	0.127	0.000	0.003	0.569	1.758
	Μέγεθος ΔΣ	0.007	0.005	0.204	1.416	0.166	-0.003	0.018	0.714	1.401
	CEO Duality	-0.032	0.024	-0.167	-1.321	0.195	-0.080	0.017	0.929	1.077
		R²		0,488	Προσ/vo R²	0.420	F statistics	8.068	Sig.	0.000
5	(Constant)	0.261	0.111		2.351	0.024	0.036	0.486		
	log_π	0.028	0.014	0.355	1.955	0.058	-0.001	0.057	0.461	2.171
	Περιθώριο κέρδους	0.001	0.001	0.233	1.433	0.160	-0.001	0.003	0.574	1.743
	Μέγεθος ΔΣ	0.009	0.005	0.247	1.739	0.090	-0.001	0.019	0.752	1.331
		R²		0,454	Προσ/vo R²	0.408	F statistics	9.970	Sig.	0.000
6	(Constant)	0.156	0.085		1.843	0.073	-0.016	0.328		
	log_π	0.041	0.011	0.520	3.658	0.001	0.018	0.064	0.772	1.295
	Μέγεθος ΔΣ	0.008	0.005	0.214	1.506	0.141	-0.003	0.018	0.772	1.295
		R²		0,423	Προσ/vo R²	0.391	F statistics	13.542	Sig.	0.000
7	(Constant)	0.161	0.086		1.866	0.070	-0.014	0.335		
	log_π	0.049***	0.010	0.622	4.901	0.000	0.029	0.070	1.000	1.000
		R²		0,387	Προσ/vo R²	0.371	F statistics	24.016	Sig.	0.000

Τα *, ** και *** δείχνουν ότι ένας συντελεστής είναι στατιστικά σημαντικός στο επίπεδο 10 % ($p < 0.1$), 5% ($p < 0.05$) και 1%, ($p < 0.01$) αντίστοιχα.

Κεφάλαιο 5^ο Συμπεράσματα

Οι τεράστιες δυνατότητες του διαδικτύου δε θα μπορούσαν να αφήσουν ανεπηρέαστες τις επιχειρήσεις οι οποίες, ανεξαρτήτως μεγέθους, άρχισαν να το χρησιμοποιούν με σκοπό να είναι σε διαρκή επαφή με καταναλωτές, επενδυτές και μετόχους, έχοντας ως κίνητρο κυρίως την μείωση του χρόνου και φυσικά του κόστους γνωστοποίησης πληροφοριών.

Ιδιαίτερα οι εταιρείες που εφαρμόζουν τις πρακτικές εταιρικής διακυβέρνησης δεν βασίζονται επί το πλείστον στους παραδοσιακούς τρόπους δημοσίευσης πληροφοριών, αλλά προχωρούν σε έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση όπως αυτό επιβάλλεται από το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται. Λαμβάνοντας υπόψη την αύξηση εμφάνισης λογιστικών σκανδάλων τις τελευταίες δεκαετίες και επομένως την επιτακτική ανάγκη ύπαρξης διαφάνειας λογιστικών γνωστοποιήσεων τίθεται το ερώτημα τις είδους πληροφορίες είναι δυνατόν ή χρήσιμο να διαθέτουν οι επιχειρήσεις στο διαδίκτυο.

Στην παρούσα εργασία μελετήθηκε η επίδραση των πρακτικών εταιρικής διακυβέρνησης που εφαρμόζουν οι Ελληνικές εταιρείες στον όγκο και το είδος των λογιστικών γνωστοποιήσεων τους στο διαδίκτυο. Για τον σκοπό αυτό δημιουργήθηκε ένας δείκτης γνωστοποίησης αποτελούμενος από 70 στοιχεία, τα 9 από τα οποία αναφέρονται στη γνωστοποίηση που ακολουθούν οι εταιρείες σχετικά με τον Covid-19.

Τα αποτελέσματα μας έδειξαν ότι το μεγαλύτερο μέγεθος της εταιρείας με βάση της πωλήσεις και η αύξηση της κερδοφορία της εταιρείας πιθανόν να ενισχύουν την εξωστρέφειά της όσον αφορά τον όγκο των πληροφοριών που κοινοποιεί στο διαδίκτυο τόσο σε επίπεδο οικονομικών στοιχείων, εταιρικής διακυβέρνησης, κοινωνικής ευθύνης και στοιχείων αποκάλυψης Covid-19, όσο και σε επίπεδο αυξημένου πλήθους των μέσων που επιλέγει να τα κοινοποιήσει.

Καταλήγοντας, σχετικά με μελλοντικές προεκτάσεις και περαιτέρω έρευνα, θα ήταν καλό να επεκταθεί η έρευνα στα έτη μετά την αντιμετώπιση της πανδημίας του Covid-19, ώστε να μελετηθεί σε μεγαλύτερη έκταση τόσο ο αντίστοιχος δείκτης γνωστοποίησης, καθώς το χρονικό διάστημα από την εμφάνιση της πανδημίας του Covid-19 και του πέρατος της παρούσας έρευνας ήταν λόγω συγκυρίας σχετικά μικρό, όσο και η συνολική επίδραση της πανδημίας αυτής στους υπόλοιπους δείκτες γνωστοποίησης λόγω των μέτρων που εφαρμόστηκαν στις εταιρείες εξαιτίας της πανδημίας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΔΕΙΓΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	
ΟΝΟΜΑ	ΣΥΜΒΟΛΟ
AUTOHELLAS A.E (ΚΟ)	ΟΤΟΕΛ
CENERGY HOLDINGS S.	GENER
INTERCONTINENTAL INT. ΑΕΕΑΠ (ΚΟ)	ΙΝΤΕΡΚΟ
PROFILE A.E.B.E ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	ΠΡΟΦ
QUEST ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε	ΚΟΥΕΣ
ΑΒΑΞ Α.Ε (ΚΟ)	ΑΒΑΞ
ΕΛΤΟΝ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠ. Α.Ε.Β.Ε	ΕΛΤΟΝ
ΙΑΣΩ ΑΕ (ΚΟ)	ΙΑΣΩ
ΙΚΤΙΝΟΣ ΕΛΛΑΣ Α.Ε (ΚΟ)	ΙΚΤΙΝ
ΙΝΤΡΑΚΟΜ Α.Ε ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (ΚΟ)	ΙΝΤΚΑ
ΙΝΤΡΑΚΟΜ ΚΑΤ. Α.Ε ΤΕΧΝ.ΕΡΓ.& ΜΕΤ	ΙΝΚΑΤ
ΙΝΤΡΑΛΟΤ Α.Ε(ΚΟ)	ΙΝΛΟΤ
ΚΡΙ-ΚΡΙ ΒΙΟΜ/ΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΚΟ)	ΚΡΙ
Ο Κέκροψ Ξένοί. Τουριστ. Οικι	ΚΕΚΡ
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΜΕΝΟΣ ΘΕΣ/ΚΗΣ (ΚΟ)	ΟΛΘ
ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Ε (ΚΟ)	ΠΛΑΙΣ
ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ ΕΤ. ΣΥΜ. Α.Ε.Ε	ΠΛΑΘ
ΤΕΧΝΙΚΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ Α.Ε	ΟΛΥΜΠ
MARFIN INVEST. GROUP SA (ΚΟ)	ΜΙΓ

COCA-COLA HBC AG	ΕΕΕ
FOURLIS A.E. (ΚΟ)	ΦΡΑΚ
JUMBO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡ. ΕΤ. (ΚΟ)	ΜΠΕΛΑ
LAMDA DEVELOPMENT A.E.	ΛΑΜΔΑ
TITAN CEMENT INTERNATIONAL S.A	TITC
VIOHALCO SA/NY	BIO
ΑΔΜΗΕ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. (ΚΟ)	ΑΔΜΗΕ
ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ (ΚΟ)	ΑΡΑΙΓ
ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ Α.Ε	ΓΕΚΤΕΡΝΑ
ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (ΚΟ)	ΣΑΡ
ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧ/ΣΗ ΗΛΕΚΤ/ΣΜΟΥ Α.Ε	ΔΕΗ
ΕΛ/ΚΑ ΧΡΗΜ/ΡΙΑ- ΧΑ Α.Ε ΣΥΜ/ΧΩΝ	ΕΧΑΕ
ΕΛΛΑΚΤΩΡ Α.Ε	ΕΛΛΑΚΤΩΡ
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ Α.Ε. (ΚΟ)	ΕΛΠΕ
ΕΤΑΙΡΙΑ ΥΔΡΕΥΣΕΩΣ Α.Ε. (ΚΟ)	ΕΥΔΑΠ
ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. (ΚΟ)	ΜΟΗ
ΜΥΤΙΑΗΝΑΙΟΣ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ (ΚΟ)	ΜΥΤΙΑ
ΟΠΑΠ Α.Ε. (ΚΟ)	ΟΠΑΠ
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΜΕΝΟΣ ΠΕΙΡ. (ΚΟ)	ΟΛΠ
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΗΛΕΠ/ΝΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ	ΟΤΕ
ΤΕΡΝΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ Α.Β.Ε.Τ.Ε.	TENERG

Βιβλιογραφικές αναφορές

I. Ελληνικές Αναφορές

Αχινώτης, Χ. (2016, April 13). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: νέες υποχρεώσεις γνωστοποίησης μη χρηματοοικονομικής πληροφόρησης. *Accountancy Greece*, 21. <https://www.accountancygreece.gr>

Boddy, D., Boonstra, A. & Kennedy, G. (2010), *Διαχείριση Πληροφοριακών Συστημάτων: Στρατηγική και Οργάνωση*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

Βαλσαμίδης, Σ. (2016). Μηχανογράφηση Επιχειρήσεων. Στο *Ηλεκτρονική Επιχειρησιακή Δράση* (1^η εκδ.,, pp. 1–8). Αθήνα: Εκδόσεις Δίσιγμα. ISBN13 978-960-9495-94-3

Ηλιόπουλος, Ν. (2017, March 14). *Διαχείριση Ασφάλειας Πληροφοριών: Η Σύγχρονη Επιχειρησιακή Αναγκαιότητα*. IT SECURITY PRO: Περιοδικό Για Το Business IT Και Την Ασφάλεια Πληροφοριών! <https://www.itsecuritypro.gr/diachirisi-asfalias-pliroforion-syghroni-epichirisiaki-anagkeotita-2/>

Λεάνδρος, Ν. (2005). *Το διαδίκτυο: ανάπτυξη και αλλαγή*. Αθήνα: Καστανιώτης ISBN:9789600339222

Μαυρίδης, Ι. (2015). Βασικές έννοιες και ζητήματα ασφάλειας [ηλ. βιβλ.]. Στο *Ασφάλεια πληροφοριών στο διαδίκτυο* (pp. 1–9). Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. <http://hdl.handle.net/11419/1025>

Παπαθανασίου, Ε. (2008). *Πληροφοριακά Συστήματα, Θεωρία και Εφαρμογές*. Αθήνα: Εκδόσεις Γκιούρδας.

Παρασκευάς, Μ., Ασημακόπουλος, Γ., & Τριανταφύλλου, Β. (2015). *Κοινωνία της Πληροφορίας, Υποδομές, Υπηρεσίες και Επιπτώσεις*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. ISBN: 978-960-603-025-3

Πομπόρτσης, Α., & Τσούφλας, Α. (2002). *Εισαγωγή Στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο*. Θεσσαλονίκη: Τζιόλας. ISBN: 960-8050-82-0

Χαραλάμπους, Γ. (2017, August 22). Ολοκληρωμένη Προσέγγιση Χρηματοοικονομικών Αναφορών. *Accountancy Greece*, 26. <https://www.accountancygreece.gr>

II. Ξενόγλωσσες Αναφορές

Ahmed, A. S., Billings, B. K., Morton, R. M., & Stanford-Harris, M. (2002). The Role of Accounting Conservatism in Mitigating Bondholder-Shareholder Conflicts over Dividend Policy and in Reducing Debt Costs. *The Accounting Review*, 77(4), 867–890. <https://doi.org/10.2308/accr.2002.77.4.86>

Ahmed, K., & Nicholls, D. (1994). The impact of nonfinancial company characteristics on mandatory disclosure compliance in developing countries The case of Bangladesh. *The International Journal of Accounting*, 29, 62–77. [https://doi.org/10.1016/S1052-0457\(07\)00211-1](https://doi.org/10.1016/S1052-0457(07)00211-1)

Ashbaugh, H., Johnstone, K. M., & Warfield, T. D. (1999). Corporate Reporting on the Internet. *Accounting Horizons*, 13(3), 241–257. <https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.3.241>

Bekiaris, M., Psimada, C., & Tasios, S. (2014). Internet financial reporting quality and corporate characteristics: the case of construction companies listed in Greek and Cypriot stock exchange. *European Research Studies Journal*, 17(2), 1–21.

Bonson, E., & Escobar, T. (2002). A Survey on Voluntary Disclosure on the Internet. Empirical Evidence from 300 European Union Companies. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 2, 27–51. https://doi.org/10.4192/1577-8517-v2_2

Botti, L., Boubaker, S., Hamrouni, A., & Solonandrasana, B. (2014). Corporate governance efficiency and internet financial reporting quality. *Review of Accounting and Finance*, 13(1), 43–64. <https://doi.org/10.1108/raf-11-2012-0117>

Brennan, N. (2006). Boards of Directors and Firm Performance: is there an expectations gap? *Corporate Governance: An International Review*, 14(6), 577–593. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2006.00534.x>

Byung-Keun, K. (2005). *Internationalizing the Internet: The Co-evolution of Influence and Technology*. Edward Elgar Publishing Ltd. [ISBN 978-1845426750](#)

Cerf, V., & Kahn, R. (1974). A Protocol for Packet Network Intercommunication,. *IEEE Transactions on Communications*, 22(5), 637–648.
<https://doi.org/10.1109/TCOM.1974.1092259> .

Cormier, D., Ledoux, M.-J., & Magnan, M. (2009). The use of Web sites as a disclosure platform for corporate performance. *International Journal of Accounting Information Systems*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2008.04.002>

Debreceny, R., Gray, G. L., & Rahman, A. (2002). The determinants of Internet financial reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21(4–5), 371–394.
[https://doi.org/10.1016/s0278-4254\(02\)00067-4](https://doi.org/10.1016/s0278-4254(02)00067-4)

Elsayed, A., El-Masryb, A., & Elbeltagic, I. (2010). Corporate Governance, Firm Characteristics And Internet Financial Reporting: Evidence From Egyptian Listed Companies. *Corporate Ownership and Control*, 7(4), 397–426.
<https://doi.org/10.22495/cocv7i4c4p1>

Ettredge, M., Richardson, V. J., & Scholz, S. (2002). Dissemination of information for investors at corporate Web sites. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21(4–5), 357–369. [https://doi.org/10.1016/s0278-4254\(02\)00066-2](https://doi.org/10.1016/s0278-4254(02)00066-2)

Gandía, J. L. (2008). Determinants of internet-based corporate governance disclosure by Spanish listed companies. *Online Information Review*, 32(6), 791–817.
<https://doi.org/10.1108/14684520810923944>

Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2002). Culture, Corporate Governance and Disclosure in Malaysian Corporations. *Abacus*, 38(3), 317–349. <https://doi.org/10.1111/1467-6281.00112>

Hossain, M., Momin, M. A., & Leo, S. (2012). Internet financial reporting and disclosure by listed companies: Further evidence from an emerging country. *Corporate Ownership and Control*, 9(4–3), 351–366. <https://doi.org/10.22495/cocv9i4c3art6>

Kamalluarifin, W. F. S. W. (2016). The Influence of Corporate Governance and Firm Characteristics on the Timeliness of Corporate Internet Reporting By Top 95 Companies in

Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 156–165. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00020-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00020-4)

Kelton, A. S., & Yang, Y. (2008). The impact of corporate governance on Internet financial reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 27(1), 62–87. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2007.11.001>

Kleinrock, L. (2008). History of the Internet and its flexible future. *IEEE Wireless Communications*, 15(1), 8–18. <https://doi.org/10.1109/mwc.2008.4454699>

Marston, C., & Polei, A. (2004). Corporate reporting on the Internet by German companies. *International Journal of Accounting Information Systems*, 5(3), 285–311. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2004.02.009>

McCreadie, M., & Rice, R. E. (1999). Trends in analyzing access to information. Part I: cross-disciplinary conceptualizations of access. *Information Processing & Management*, 35(1), 45–76. [https://doi.org/10.1016/s0306-4573\(98\)00037-5](https://doi.org/10.1016/s0306-4573(98)00037-5)

Meadow, C. T., & Yuan, W. (1997). Measuring the impact of information: Defining the concepts. *Information Processing & Management*, 33(6), 697–714. [https://doi.org/10.1016/s0306-4573\(97\)00042-3](https://doi.org/10.1016/s0306-4573(97)00042-3)

Momany, M., & Al-Shorman, S. A. (2006). Web-based voluntary financial reporting of Jordanian companies. *International Review of Business Research Papers*, 2, 127–139. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1067504>

Oyelere, P., Laswad, F., & Fisher, R. (2003). Determinants of Internet Financial Reporting by New Zealand Companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 14(1), 26–63. <https://doi.org/10.1111/1467-646x.00089>

Poon, C. S., Yu, A. T. W., Wong, S. W., & Cheung, E. (2004). Management of construction waste in public housing projects in Hong Kong. *Construction Management and Economics*, 22(7), 675–689. <https://doi.org/10.1080/0144619042000213292>

Puspitaningrum, D., & Atmini, S. (2012). Corporate Governance Mechanism and the Level of Internet Financial Reporting: Evidence from Indonesian Companies. *Procedia Economics and Finance*, 2, 157–166. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00075-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00075-5)

Rainer, K. R., & Watson, H. J. (2012). *Management Information Systems, Moving Business Forward* (1st ed.). Wiley. ISBN13 9789605126407

Samaha, K., Dahawy, K., Hussainey, K., & Stapleton, P. (2012). The extent of corporate governance disclosure and its determinants in a developing market: The case of Egypt. *Advances in Accounting*, 28(1), 168–178. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2011.12.001>

Shapre, M. (1998). Looking for harmony: building a global framework. *Australian Accountant*, 68(2), 16–18

Turban, E., Lee, J. K., King, D., & Chung, H. M. (2000). *Electronic Commerce*. Prentice Hall ISBN: 0-13-185461-5.

Vajda, S., Shannon, C. E., & Weaver, W. (1950). The Mathematical Theory of Communication. *The Mathematical Gazette*, 34(310), 312. <https://doi.org/10.2307/3611062>

Wallace, R. S. O., Naser, K., & Mora, A. (1994). The Relationship Between the Comprehensiveness of Corporate Annual Reports and Firm Characteristics in Spain. *Accounting and Business Research*, 25(97), 41–53. <https://doi.org/10.1080/00014788.1994.9729927>

Xiao, J. Z., Yang, H., & Chow, C. W. (2004). The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 23(3), 191–225. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2004.04.002>

III. Διαδικτυακοί Τόποι

Ελληνικά Χρηματιστήρια - Χρηματιστήριο Αθηνών Α.Ε. Συμμετοχών. (2019, January). *Ημερήσιο Δελτίο Συναλλακτικής Δραστηριότητας* (140 Αύξων Αριθμός Συνεδρίασης 21). [https://www.athexgroup.gr/documents/10180/5311481/%ce%97%ce%94%ce%a4-2019-021+\(30+%ce%99%ce%b1%ce%bd\)/0230b042-9066-46ca-9434-bdda38595eec?version=1.0](https://www.athexgroup.gr/documents/10180/5311481/%ce%97%ce%94%ce%a4-2019-021+(30+%ce%99%ce%b1%ce%bd)/0230b042-9066-46ca-9434-bdda38595eec?version=1.0)

EUR-Lex. (2020). Πρόσβαση Στο Δίκαιο Της Ευρωπαϊκής Ένωσης. <https://eur-lex.europa.eu/>

Porter, J. (2020, March 3). *The History of IoT (Internet of Things) and How It's Changed*. Techprevue. <https://www.techprevue.com/history-iot-changed-today>

Responding to COVID-19. (2020). EY Greece. https://www.ey.com/el_gr/covid-19

Patoucheas, A. (2020, September 22). *Νέος Κορωνάιος Covid-19 – Οδηγίες*. Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας. <https://eody.gov.gr/neos-koronaivos-covid-19/>

Πανδημία & Γνωστοποιήσεις των Οικονομικών Καταστάσεων των Επιχειρήσεων. (2020).

(C) 1996-2020 Naftemporiki - P. Athanassiades & Co SA.

<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1593301/pandimia-kai-gnostopoiiseis-ton-oikonomikon-katastaseon-ton-epixeiriseon>

Newsroom. (2014). Στο στόχαστρο των χάκερ το «διαδίκτυο των πραγμάτων». *ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Α.Ε. Εθν. Μακαρίου & Φαληρέως 2*. <https://www.kathimerini.gr/life/technology/551814/sto-stochastro-ton-chaker-to-diadiktyo-ton-pragmaton/>

Ιστορία του διαδικτύου. (2020, Φεβρουάριος 22). Στο *Βικιπαίδεια*. https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1_%CF%84%CE%BF%CF%85_%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CE%BF%CF%85

Αρχική Σελίδα. (2020). Autohellas. <https://www.autohellas.gr/>

Ο αντίκτυπος του COVID-19 στις διαδικασίες χρηματοοικονομικής πληροφόρησης και ελέγχου. (2020, March 23). Fortunegreece.Com. <https://www.fortunegreece.com/article/o-antiktupos-tou-covid-19-stis-diadikasies-chrimatoikononikis-pliroforisis-ke-elegchou/>

G-Energy. (2020). G-Energy. <https://genergy.com.sg/>

Αρχική Σελίδα. (2020). Αρχική. Intercontinental International. <http://www.ici-reic.com/>

Profile Software: Banking, Portfolio & Wealth Management Software. (2020). Profile Software. <https://www.profilesw.com/el/>

Ο Όμιλος Quest με μια ματιά | Quest Holdings. (2020). Quest Holdings. <https://www.quest.gr/>

Avax. (2020). Avax. <https://avax.gr/>

ELTON. (2020). ELTON Beyond Chemistry Bistribution. <https://www.elton.gr/main.aspx#&panel1-1>

ΙΑΣΩ Μαιευτήριο - Μαιευτική Γυναικολογική Κλινική. (2020). ΙΑΣΩ Μαιευτήριο - Μαιευτική Γυναικολογική Κλινική. <https://www.iaso.gr/>

Ελληνική Βιομηχανία Μαρμάρου. (2020). ΜΑΡΜΑΡΑ ΙΚΤΙΝΟΣ | <https://iktinos.gr/el/marmara-iktinos-ellas-ae/>

Αρχική. (2020, August 26). Intrakat. <https://www.intrakat.gr/>

Intracom. (2020). Intracom. <https://www.intracom.com/el/>

Intralot. (2020). Intralot. <https://www.intralot.com/>

Krikri Κρι Κρι. (2020). Krikri. <https://www.krikri.gr/>

Kekrops. (2020). Kekrops. <http://www.kekrops.gr/>

Ο Όμιλος Quest με μια ματιά | Quest Holdings. (2020). Quest Holdings. <https://www.quest.gr/>

Plaisio. (2020). ΠΛΑΙΣΙΟ. <https://www.plaisio.gr/>

Πανδημία & Γνωστοποιήσεις των Οικονομικών Καταστάσεων των Επιχειρήσεων. (2020).

(C) 1996-2020 Naftemporiki - P. Athanassiades & Co SA.

<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1593301/pandimia-kai-gnostopoiiseis-ton-oikonomikon-katastaseon-ton-epixeiriseon>

Όμιλος Τεχνική Ολυμπιακή. (2020). Techol. <https://www.techol.gr/>

MARFIN INVESTMENT GROUP. (2020). MARFIN.

<https://www.marfininvestmentgroup.com/gr/>

ΟΜΙΑΟΣ FOURLIS. (2020). Fourlis. <https://www.fourlis.gr/>

Jumbo. (2020). <https://Corporate.e-Jumbo.Gr/>. <https://corporate.e-jumbo.gr/>

Lamda Development - Αρχική. (2020). Lamdadev. <https://www.lamdadev.com/el/>

ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ. (2020, September 3). TITAN. <https://www.titan-cement.com/el/>

Viohalco. (2020). Viohalco. <https://www.viohalco.com/el/>

ΑΔΜΗΕ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ - Αποδοτικότητα, Αμεροληψία, Αειφορία,. (2020, July 2). Admie

Holding. <http://admieholding.gr/>

el aegean. (2020). AEGEAN GROUP. <https://el.aegeanair.com/>

Gek Terna - Home. (2020). Gek Terna. <http://www.gekterna.com/el/>

Αρχική Σελίδα. (2020b). Sarantis. <https://greece.sarantis.gr/el/>

ΔΕΗ Α.Ε. (2020). Dei. <https://www.dei.gr/el>

athexgroup.gr. (2020). Athexgroup. <https://www.athexgroup.gr/el/web/guest>

Αρχική. (2020a, July 23). Ellaktor. <https://ellaktor.com/>

hellenicpetroleum. (2020). Hellenicpetroleum. <https://www.helpe.gr/error.htm>

ΕΥΔΑΠ-HOME. (2020). ΕΥΔΑΠ. <https://www.eydap.gr/>

Σύγχρονος Ενεργειακός Όμιλος. (2020, July 30). Motor Oil. <https://www.moh.gr/>

Mytilneos Corporate Website. (2020). Mytilneos. <https://www.mytilneos.gr/>

Opap.gr. (2020). Opap.Gr. <https://www.opap.gr/>

Αρχική σελίδα. (2020c). Olp. <http://www.olp.gr/el/>

Cosmote. (2020). Cosmote. https://www.cosmote.gr/cs/otegroup/gr/corp_homepage.html

GEK TERNA Group. (2020). TERNA ENERGY. <https://www.terna-energy.com/>

A growth-focused CPG business and strategic partner to The Coca-Cola Company. (2020).

Cch Group Website. <https://www.coca-colahellenic.com/>

https://www.ey.com/el_gr/covid-19

