

我國企業使用網際網路報導財務資訊之研究

顏信輝* 鄭程鴻**

摘要：本研究藉由網路檢視與問卷調查，瞭解國內企業使用網際網路報導財務資訊之實況、考量因素與態度以及與企業特性之關係。本研究之研究對象為國內上市（櫃）企業，研究結果發現：

1. 網站檢視得知，目前我國企業於網站上報導財務資訊之狀況並不普遍，以損益表之報導比例最高（46%），且簡明式之多於完整式。整體而言，揭露之數量與品質均未臻理想。
2. 問卷因素分析發現，當前國內企業大都認同以網路報導財務資訊之優勢及效益，且產業別與使用網際網路之程度，對於成本效益、潛在效應與資訊可靠性之看法並無顯著之差異。
3. 迴歸分析指出，規模較大（以股本或總資產衡量）或獲利較佳（以每股盈餘衡量）之股票上市公司愈有可能自願性於自家網站上揭露財務資訊。
4. 目前國內企業於網站揭露資訊之實務做法與企業整體之看法存有差異，箇中原因可能為影響企業從事此報導之意願，值得後續進一步探討。

關鍵詞：企業報導，網際網路，財務報導

* 淡江大學會計學系副教授

** 淡江大學會計學系碩士

作者感謝兩位匿名審查者之寶貴修正建議，唯本文若有任何疏漏，責任仍在作者。

Financial Reporting on the Internet : A Study of Corporations in Taiwan

Sin-Hui Yen Chen-Hung Cheng

Abstract: This paper intends to examine the state of financial reporting on the Internet in Taiwan corporations by examining the corporation website and questionnaire to understand the corporations' attitude of this issue and relationship of corporation characteristics. Its empirical findings are stated as follows :

1. For the time being, the practice of financial reporting on the Internet has not yet been popular in Taiwan. The income statement has highest percent of financial reporting (46%) and the abbreviated reporting is more than the full accounts. Even Internet reporting was employed, the magnitude and quality of disclosure could hardly been advocated as satisfactory.
2. By and large, most firms appreciate advantage and benefit of financial reporting. Regardless of the industry and the extent of Internet application by companies surveyed, no significant difference of viewpoint was found in each aspect of cost-benefit concern, latent effect, and reliability of information.
3. Result of this study suggests that a TSE company of larger scale (measured by capital or total assets) or more profitable position might have a propensity towards voluntary financial disclosure on the Internet.
4. Currently, there is some difference existing between the practice and acknowledgement of Internet reporting. It merits further studies on whether causes of this difference would affect enterprises' willingness to report financial information on the Internet.

Key Words: Corporate reporting, Internet, Financial reporting

壹、導論

隨著科技發展之進步，網際網路已成為一項新興的溝通媒介，同時也對企業、政府機構及投資者傳遞與獲取資訊產生重大之變化。根據國際會計準則委員會之報告（International Accounting Standard Committee; IASC, 1999）指出，企業除了利用網際網路傳遞銷售與顧客服務相關資訊外，愈來愈多的企業也在網站上報導企業的財務資訊。有鑒於網路科技對企業會計資訊之傳遞與使用產生重大影響，甚至可能對會計師之查核工作與主管機構之監理程序造成衝擊，IASC 與美國財務會計準則委員會（Financial Accounting Standard Board; FASB）都分別調查企業使用網際網路報導財務資訊之現況，並發佈相關議題之研究報告，以瞭解企業當前之實務狀況並提供會計團體與主管機關制定相關規範之參考。

除了各研究機構對此電子化企業報導之現況進行調查外，美國證券管理委員會也於 2000 年 8 月通過一項公平性之法規，即美國上市公司公開財務資訊時，對外必須一視同仁、同時公佈，不可獨厚分析師；而分析師指出，公司為了避免可能之法律責任，此項新規定可能會促使更多上市公司上網公佈財務資訊（經濟日報，民 89 年 10 月 25 日）。同期間，國內財政部金融局為加強金融機構財務業務資訊公開之內容及時效性，並督促金融機構審慎經營，於 12 月間通函各公開發行金融機構，將重要財務業務資訊增列為編製財務報告之其他揭露事項，並定期自行於網站上揭露，且自民國 89 年底起實施。此現象顯示各國之相關證券監理機關均已體認到企業於網站揭露財務資訊，將有助於企業資訊更充分公開及便利性，同時也加強了市場機制與制約之功能。因此，可以預期，企業使用網際網路報導財務資訊除是未來無可避免之趨勢外，亦將愈趨蓬勃快速發展。

有感於此一主題之重要，在國外機構紛紛對此一主題進行研究之際，而國內迄今尚未有相關之實證研究出現，故實有必要對國內之發展現況進行系統性之調查。例如，我國上市公司以網際網路揭露財務資訊之現況如何（家數多寡與所揭露資訊之質與量）？具何種特性之企業較願意利用網際網路揭露財務資訊？企業對此溝通管道係持何種態度？他們考量之重要因素又有哪些？…等。本研究針對此一主題進行探索性研究，利用實地網站檢視與問卷調查方式蒐集資訊，採用統計方法分析資料，以獲得國內企業使用網際網路報導財務資訊現況之實證證據，研究結果也應有助財務資訊管制單位於制定相關政策時之參考。

本研究同時採實地網站檢視與問卷調查兩種方法，研究發現我國上市公司以網際網路揭露財務資訊之普及性並不高，所揭露財務資訊之內容與方式的質與量也不盡理想。在公司特性上，規模越大或獲利能力越佳者，越有可能在網站上報導財務資訊。不過根據問卷之回函顯示，整體而言台灣上市及上櫃公司對以網際網路揭露財務資訊之作法係持肯定

態度，此一肯定態度也不因產業別、或是否已設企業網站、抑或是否已於網站上揭露財務資訊而有顯著差異。

本研究之結構如下：除本節外，第二節回顧企業使用網際網路報導財務資訊之相關文獻；第三節為研究方法，敘述本研究之研究設計、操作性定義、統計方法與研究樣本；第四節為研究結果，除報導我國目前之發展現況外，並說明企業對此行為之態度以及與企業特性間之關係；第五節為結論、限制與建議。

貳、文獻探討

近年來，企業開始利用網際網路報導關於其本身之資訊，尤其在企業網站之資訊報導，更是焦點所在。許多學者與機構團體也紛紛注意到此一新的現象，並開始著手調查各國家之企業於網站上報導財務資訊之實況。茲說明如下：

一、各國之發展現況

Petravick 與 Gillett (1996) 調查美國 Fortune 前 150 大企業於網際網路上報導財務資訊之現況。結果發現，103 家企業設有網站，其中 81% 有報導財務資訊 (45% 提供完整年報之報導，36% 為有限度之報導)，根據上述之發現，作者並對如何能於網路成功之報導財務資訊提出建議。

Gray 與 Debreceeny (1997) 檢視 1996 年美國 Fortune 前 50 大企業使用網路報導財務資訊之狀況，結果發現 98% 企業設有網站，68% 與 36% 的企業分別於網站發佈年報與會計師報告；同時作者也調查 1997 年 Fortune 前 100 大企業，發現 96% 企業設有網站，71% 與 34% 的企業分別有揭露年報與會計師報告之資訊。

Lymer (1997) 分析英國前 50 大上市公司，結果發現 92% 的企業設有網站，而其中 68% 的企業有報導財務資訊；Hussey 等人 (1999) 比較 1997 年 8 月和 1998 年 3 月英國 FTSE 100 企業於網站上財務資訊揭露之狀況，結果揭露之百分比從 54% 成長至 63%。

Lymer 與 Tallberg (1997) 調查芬蘭全體 72 家上市公司，結果發現 90% 公司設有網站，在設有網站之公司中，82% 企業有報導財務資訊 (其中 11% 提供完整年報報導，71% 部份報導)。Deller 等 (1998) 檢視德國 DAX 30 家企業，發現 87% 企業設有網站，在有設置網站公司中，報導投資人關係 (Investor Relations) 資訊之比例達 83%。Molero 等人 (1999) 報導西班牙證交所之上市公司於網站上報導財務資訊之現況，研究發現 45% 的公司設有網站，而其中於網站上報導財務資訊之公司達 56%。

二、企業電子化報導與企業特性間之關係

相關研究發現企業於網站自願揭露財務資訊之行為與公司規模有正面關係 (Marston 與 Leow, 1998; Ashbaugh, 1999; Ettredge, 1999a)。Marston 與 Leow (1998) 以 1996 年英國 FTSE 100 公司為研究對象，發現公司規模愈大 (以市值衡量) 愈有可能於網站上自願揭露其財務資訊。Ettredge 等 (1999a) 以 1996 年 S&P 之 112 家半導體及其相關設備公司與 119 家生技公司加上 259 家投資管理與研究學會 (Association for Investment Management and Research; AIMR) 之公司為對象，測視七個自變數與企業資訊揭露程度之關係，實證發現企業財務揭露之數量與公司規模、新的外部權益資金需求以及企業報導實務之品質呈正相關。

Ashbaugh 等 (1999) 以 AIMR 1994/95 與 1995/96 Annual Review of Corporate Reporting Practices 的 290 家公司為對象，調查時間為 1997 年 11 月至 1998 年 1 月，探討公司使用網際網路增進其財務報導之攸關性。作者將網際網路之財務報導 (Internet Financial Reporting, IFR) 定義為符合下列條件之一：(1) 在網站提供一套完整之財務報表，包括附註與會計師之報告；(2) 有連結點至年報資訊；(3) 連結點至美國證期會之“電子式資料蒐集、分析與使用”系統 (Electronic Data Gathering, Analysis and Retrieval; EDGAR)。研究結果發現，253 家 (87%) 公司設有網站，其中 70% 符合 IFR 之定義，而符合 IFR 定義的公司，大都具有規模較大 (以總資產衡量) 之特性 ($p < 0.01$)，同時該研究也指出，企業認為網站是傳遞資訊與顧客和股東的重要途徑，且 IFR 公司比非 IFR 公司更重視以網站作為目前股東和潛在股東之溝通管道。

Pichegger 等 (1999) 分析奧地利維也納證交所上市公司使用網際網路報導財務資訊之現況。作者將評估網站之準則分為內容 (content)、時效性 (timeliness)、科技 (technology) 與使用者支援 (user support) 四類，研究時間涵蓋兩個時間點，分別為 1997 年 12 月與 1998 年 12 月，分析個別公司在這二個時間點之網站品質 (以分數衡量)，並與德國 DAX30 公司之分數比較，同時測試資訊之成本效益。研究結果發現，1997 年至 1998 年維也納上市公司網站之品質有顯著之進步，並且指出企業網站品質與公司規模及股權分散程度相關，亦即隨著公司規模 (以年營收衡量) 和公司股權分散程度愈大，公司網站之分數愈高，但德國之企業則不支持。

三、企業電子化報導之相關議題

受到這股網路科技發展所帶來之衝擊，IASB 與 FASB 也都體認到科技對於未來財務報之影響及重要性，並分別於 1999 年與 2000 年發佈「網際網路之企業報導」(Business Reporting on the Internet) 與「企業報導資訊之電子化發佈」(Electronic Distribution of Business Reporting

Information) 研究報告。

IASC 於該報告中，首先檢視世界各國企業於網路報導資訊之現況，以 Dow Jones Global Index 22 個國家的前 30 大企業為研究對象（不含台灣），結果發現 86% 企業設有網站，410 家（62%）企業於網站上揭露某種形式的財務資訊。其次，提議 IASC 身為國際會計準則之制定者，應該認真考量企業網路報導資訊之演變，發展一套「行為規範」（Code of Conduct），以確保會計資訊具有攸關性、可靠性以及資訊使用者之可瞭解性，且在制定相關規範時，應考量下列事項，包括多元之報導型態、網站資訊之可用性、網站連結之完整性、資訊發佈之時效性以及網站內容之安全性。最後，該報告提及應如何改善電子化傳遞資訊之品質，主張 IASC 與相關之會計團體必須擔負評估與建立一套以網路基礎報導企業資訊架構的工作，並指出目前企業於網路揭露資訊使用之檔案格式，不甚一致，故相關之團體應發展一種網路報導資訊之新語言—「可延伸企業報告語言」（eXtensible Business Reporting Language, XBRL）以作為企業網路報導資訊之新語言¹。

FASB 報告之主要議題，涵蓋企業網路報導之現況與實務調查、網路資訊之特性與其他網路揭露資訊可能產生之法律問題等。該研究以 1998 年美國 Fortune 前百大企業為研究對象，調查結果發現，99% 的企業設有網站，在 99 家有網站之企業中，93% 的企業揭露某種財務資訊。此外，該報告也針對 15 家企業進行訪談，以瞭解公司對於企業資訊電子化報導之看法，根據訪談發現，企業對於電子化資訊報導之態度可以劃分為三種連續型態，補充型（Complement），此類型者係將網路傳遞視為書面型態之一種補助，而非取代者；替代型（Substitute），此類型者係嘗試以電子化報導取代某些書面型態之資料；創新型（Innovate），此類型者係積極致力使用網路科技提供資料與軟體工具之創新。儘管企業對電子化傳遞之態度可能有所不同，但企業繼續尋找改善網站財務資訊揭露之方法的精神卻是一樣的。最後，FASB 根據研究結果確立了六項議題，企業報導之民主化、報導模式之改變、資訊完整性、資訊時效性、內容變動性與潛在之風險。

由上述文獻回顧，可以發現企業資訊之報導模式已經發生改變，傳統書面式之報導模式可能不具時效性與便利性，取而代之的是，電子化之企業報導。企業使用網際網路報導財務資訊將成為一種趨勢，雖然此舉目前大多屬於企業自願性之揭露，但從各項比例與研究結果得知，企業仍會致力提昇網路報導之品質。而在網路報導資訊問題方面，許多研

¹ 可延伸企業報導語言（eXtensible Business Reporting Language；XBRL），可能會成為未來報導格式之趨勢，其主要應用於財務資訊、報表與資料分析等領域。XBRL 係參酌美國 GAAP 與其他各國之會計標準擬定，其財務報表內容符合國際共通之公開標準，且基於國際互通性之考量，XBRL 採用 XML 格式（一種標示語言）儲存財務資料，利於資料交換與轉換，並有助衍生出相關之資料加值服務。

究也都注意到其潛在之風險，如資訊之可靠性、安全性及可能產生之法律問題等，顯見相關機構與團體必須加快腳步儘速研擬相關法令規章及準則之制定。

參、研究方法

本節依序分別說明研究設計、操作性定義與研究對象。

一、研究設計

本研究之主要目的，係檢視國內企業使用網際網路報導財務資訊之實況。一方面，藉由實地網站檢視，以瞭解國內企業使用網際網路報導財務資訊之現況，並探討此一自願性之揭露行為與企業特性間之關係；另一方面，本研究亦透過寄發問卷之方式調查企業對此行為之態度。

由於網路世界變化快速，網站內容之時常變動，故本研究結果僅能提供一段期間之企業網站活動現況。同時為增進公司間之比較性，本研究調查期間為四個月（89.8.31-89.12.31），並採二階段進行。第一階段（89.8.31-89.10.31）係初步檢視企業網站是否有揭露財務資訊；第二階段（89.11.11-89.12.31）則依據財務資訊之數量品質特性清單，分析企業於網站上揭露之財務資訊²。

網站檢視之第一步，係確認個別公司之網址。本研究以台灣網路資源搜尋與雅虎奇摩之搜尋引擎³，尋找各公司之網址；若無法找到公司網址時，則以電話詢問該公司之網址。其次，初步瀏覽該公司網站是否有揭露財務資訊，並對有揭露者加以註記，此即第一階段之調查；而後於第二階段中，深入檢視第一階段中該企業網站有揭露財務資訊者之數量與品質特性以作進一步之分析。

在問卷資料部分，本研究參考 FASB 之研究報告所列舉企業使用網路報導資訊之動機，與相關文獻內容，發展本研究之量表，以衡量企業對於採網路報導財務資訊之態度。量表包括 21 項陳述句，請受試者分別

² 採兩階段調查之主要理由為考量網際網路快速變遷之特色。因為完整的分析一家企業網路上所揭露之財務資訊內容與作法，需花費一些時間，如果採一次完成之作法，以台灣上市公司數百家之家數而言，很可能在分析完最後一家後已是數月之久，此時較早分析之企業，它們於網路上所揭露財務資訊之質與量可能就與數月前所得之結論不同，所以在比較上會出問題（此為 FASB 進行類似研究所提出之看法）。因此，本研究採兩階段之作法，於第一階段瞭解公司是否有網站及是否於網站揭露財務資訊（並不分析）後，再縮小範圍針對第一階段有於網站揭露財務資訊者，進行分析，以盡量避免網路世界快速變遷之可能干擾。

³ 台灣網路資源搜尋之網址 <http://www.openfind.com.tw>；雅虎奇摩之網址 <http://www.kimo.com.tw>。

以 1 至 5 之間之數字表達是否同意該陳述句（數字越大代表愈同意該陳述句）。同時為了避免特定態度之誘導，本研究設計 12 題正向題與 9 題負向題，並採交叉組合排列。問卷初步設計完成後，經過資訊專長之教師與數位會計碩士班研究生進行預測，再參酌他們之意見進行修正後定稿。根據有效回函（詳後述）分析，顯示問卷之 Cronbach α 係數為 0.7322，故本問卷之信度已達可接受水準⁴。

二、操作性定義

[一]、財務資訊

本研究對於「財務資訊」之定義，係符合下列條件之其中一項：

1. 「公開發行公司年報應行記載事項準則」財務概況應記載之事項中的 7 個項目。
2. 「公開發行公司年報應行記載事項準則」特別記載事項中的內部控制聲明書。
3. 「公開發行公司應公告或證期會申報事項一覽表」定期辦理事項，包括（1）每月營業額（2）季報（3）繼續公開財務預測。

凡公司網站有報導上述三條件項目（合計 11 項）之其中一項，即符合本研究之財務資訊定義。

[二]、網際網路之財務報導

本研究參考 Ashbaugh 等人（1999）之網際網路財務報導定義方式，將本研究的「網際網路之財務報導」定義為符合下列條件之一：

1. 在公司本身網站中提供財務資訊。
2. 透過公司網站之連結點（超連結）至外部資訊提供者（如：證交所或證基會之資料庫），報導財務資訊。

[三]、財務資訊數量與品質特性

財務資訊之數量包括兩個構面，分別為（1）內容：係評估企業網站內容財務資訊之發佈程度；（2）聯絡資訊：係檢視公司網站提供何種聯絡方式。品質方面，參考 Pichegger 等人（1999）評估企業網站準則之構面要素，包括（1）時效性：係衡量財務資訊提供之即時程度及企業網站的回應速度；（2）科技：係檢驗企業是否有使用電腦科技之技術於企業網站上，以增加財務報導之便利性與互動性；（3）使用者支援：係評估企業網站之設計是否便利網站參訪者使用。（本研究共統計 23 項屬性，各構面之明細項目詳見附錄一）

⁴ 依 Nunnally (1978) 之看法，在探索性研究中信度值達 0.7 即為可接受；而 Wortzel (1979) 認為若係數大於 0.7 即屬高信度值，而係數低於 0.35 者應拒絕使用。

三、研究對象與資料蒐集

本研究之對象為國內企業，涵蓋上市與上櫃公司。在網站檢視中，由於網路世界快速變化對本研究調查時點之影響，故僅以國內上市公司為對象。研究樣本為民國 89 年 8 月 31 日在台灣證券交易所掛牌上市公司，排除變更交易者 11 家，共計 498 家公司。本研究在進行網站內容分析時，將上市公司依產業別區分為電子業、金融業與其他產業三組。理由是台灣電子業為股市資金最集中之產業，也是外資法人特別注目之焦點，因此電子業對利用網際網路揭露財務資訊可能有特別之考量；而金融業因具特殊之營業特性與影響力，我國財政部對其財務結構（如資產品質與壞帳註銷…等）有特別之重視與規範，例如金融局要求公開發行之金融業需於民國 89 年 12 月起，自行於企業網站揭露財務資訊，所以金融業之網路揭露行為可能與一般企業純粹自願性之行為有別。基於前述理由，本研究於企業網站檢視與問卷分析時，均區分為電子業、金融業與其他產業三組，以使研究發現能更為精緻。

問卷調查方面，為求得整體代表性之意見，故以國內上市及上櫃公司為樣本。對象為民國 89 年 11 月 31 日在台灣證券交易所及櫃台買賣中心掛牌之上市櫃公司，排除變更交易與第二類股之公司，共計 788 家。本研究共寄發 788 份問卷，有效問卷 167 份，回函率為 21.19%，問卷填答者為公司之財務經理。回函之樣本，包括上市占 70%、上櫃 30%；公司平均成立年數 25.87 年，其中 82% 公司成立達 10 年以上，且大都為中小型之公司（股本未達 50 億者佔 70%），有設置網站之公司有 135 家（80.84%），其中於網站揭露財務資訊之家數有 45 家（33.33%）。唯必須注意的是，回函樣本中大部分為設有網站之公司，故可能造成統計或推論上之偏誤。另外，研究中有關企業特性之變數資料（如股本、總資產、外資持股比例…等），係源自台灣經濟新報資料庫與台灣證券交易所網站。

肆、研究結果

一、我國企業使用網際網路之程度

表 1 我國上市公司使用網際網路之百分比

項目別	電子 (n=131)	金融 (n=51)	其他 (n=316)	合計 (n=498)
公司有設置網站	93.13% (122)	94.12% (48)	62.97% (199)	74.10% (369)
公司網站有報導 財務資訊	43.51% (57)	58.82% (30)	20.89% (66)	30.72% (153)

調查時間：民國 89 年 8 月 31 日至 10 月 31 日

表 1 為我國上市公司設置企業網站之情況，由該表可知，國內上市公司有設置網站的比例達 74.10%，網站提供財務資訊的比例為 30.72%，佔有設置網站公司之 41.46%，顯見國內上市公司使用網際網路之比例尚稱普遍，但以網站報導財務資訊之比例則顯得偏低，故報導財務資訊可能並非公司設置網站之主要目的。以個別產業觀之，電子業（93.13%）與金融業（94.12%）網站設置的百分比相差不大且都優於其他產業（63.38%）；在財務資訊揭露方面，金融業（58.82%）則優於其他兩個產業（電子：43.51%，其他：22.37%）。綜合上述可以發現，金融業使用網際網路的程度最高，這或許與金融局之強制規定有關，而電子業次之，其他產業則最低。

二、財務資訊之數量特性

[一]、內容

表 2 顯示我國有於網站中揭露財務資訊之上市公司，所揭露之財務資訊的數量與品質。根據表 2 顯示，在各種揭露之財務資訊種類中（如簡明資產負債表…等），並沒有任何一項受到 50% 以上之國內上市公司所一致揭露，所以代表企業對於網站應揭露何種財務資訊之共識並不高。最常於網站中被揭露之財務資訊為簡明損益表（佔 47.06%），最低者為內部控制說明書（11.11%）。個別產業方面，四張基本財務報表項目之揭露以金融業之比例最高，電子業之家數最多，其他產業則在家數與比例上均為最低。基此，本研究得到下列之初步發現：

1. 國內上市公司於網站上揭露財務資訊之比例不高（只有 30%），且對應於網站中揭露何種財務資訊亦無一致之共識。
2. 在財務資訊內容發佈的程度上，以損益表及資產負債表的比例較高，且採簡明式者多於採完整報導者，亦即，企業對於網站揭露之財務資訊，著重在簡明式報表之報導，此簡明式之資訊，是否能滿足使用者之需求，有待進一步探討。
3. 金融業對查核報告及內控聲明書之揭露較其他兩個產業為多，這是否與使用者對於金融機構之資訊需求（較重視銀行之風險管理）有關，促使其有較高之比例，值得進一步研究。
4. 從上述採網路揭露財務資訊之之家數比例不高，且揭露之各財務資訊項目亦偏低之發現，顯示企業未完全利用網路報導資訊之低成本優勢。此外，對於具時效性之資訊（如：季報、月營收），揭露程度也不高，表示上市公司並未善用網際網路報導之即時性優勢。

[二]、聯絡資料

從表 2 可知，國內企業於網站提供聯絡資料之比例高達 90% 以上，顯見企業網站中大都有提供對外聯絡之方式，提供參訪者作進一步聯

繫。然而，此功能是否真能發揮，尤其是電子化溝通橋樑—電子信箱是否形同虛設，則需進一步驗證，本研究將於稍後之“時效性”之“回應速度測試”報導此結果。

表 2 我國上市公司於網站報導財務資訊數量特性之百分比

數量要素	電子 (n=57)	金融 (n=30)	其他 (n=66)	合計 (n=153)
內容				
簡明資產負債表	45.61% (26)	66.67% (20)	37.88% (25)	46.41% (71)
簡明損益表	43.86% (25)	66.67% (20)	40.91% (27)	47.06% (72)
資產負債表	26.32% (15)	43.33% (13)	24.24% (16)	28.76% (44)
損益表	28.07% (16)	40% (12)	24.24% (16)	28.76% (44)
現金流量表	22.81% (13)	26.67% (8)	19.70% (13)	22.22% (34)
股東權益變動表	21.05% (12)	30% (9)	15.15% (10)	20.26% (31)
附註說明	15.79% (9)	26.67% (8)	7.58% (5)	14.38% (22)
查核報告	21.05% (12)	30% (9)	7.58% (5)	17.00% (26)
內部控制聲明書	12.28% (7)	26.67% (8)	3.03% (2)	11.11% (17)
期中報告	45.61% (26)	33.33% (10)	28.79% (19)	35.95% (55)
月營收	50.88% (29)	20% (6)	31.82% (21)	36.60% (56)
聯絡資料				
住址	96.49% (55)	100% (30)	92.42% (61)	95.42% (146)
電話	96.49% (55)	100% (30)	93.94% (62)	96.08% (147)
傳真	96.49% (55)	100% (30)	80.30% (53)	90.20% (138)
電子信箱	94.74% (54)	100% (30)	93.94% (62)	95.42% (146)

調查時間：民國 89 年 11 月 11 日至 12 月 31 日

三、財務資訊之品質特性

本節依序由“時效性”、“科技”與“使用者支援”等層面，報導企業於網際網路所揭露財務資訊之品質。

[一]、時效性

表 3 報導時效性之相關指標統計，由該表可發現，目前國內企業於網站上甚少提醒使用者網站資訊之更新日期。整體而言，對於最近一期之季報或月營收之報導也不及 3 成，故並未能善用網路之時效性優勢，產業方面則以電子業表現較佳。

表 3 我國上市公司於網站報導財務資訊之時效性分析

品質要素	電子 (n=57)	金融 (n=30)	其他 (n=66)	合計 (n=153)
時效性				
更新日期	8.77% (5)	10% (3)	1.52% (1)	5.88% (9)
最近期季報之發佈	28.07% (16)	26.67% (8)	7.58% (5)	18.95% (29)
最近月營收之發佈	38.60% (22)	13.33% (4)	16.67% (11)	24.18% (37)

調查時間：民國 89 年 11 月 11 日至 12 月 31 日

本研究另參考 Pichegger (1999) 之作法，進行網站回應測試，該測試係透過寄發電子郵件至各公司網站的方式進行⁵，目的在測試企業網站的回應速度與整合能力。整體而言，根據有提供聯絡方式之 333 家企業分析，測試結果（見表 4）發現企業無回覆率偏高（第一次：55%；第二次：83%），尤其是如果該問題需要內部再行處理者，幾乎使用者詢問之問題都石沉大海，顯示多數企業並未重視電子信箱之溝通聯繫功能，也反映出這些企業電子信箱之服務窗口形同虛設，但以有揭露財務資訊者之表現優於無揭露財務資訊者。在有回覆者方面，能在一天內回覆之比例也偏低（18%與 11%），表示企業回應效率與網站報導之整合能力不佳，但在回覆內容上，則值得肯定，因為大多數（80%與 83%）的企業都明確回答電子郵件所陳述之問題，代表若重視此一溝通管道之公司的確能對使用者提供滿意之服務。所以企業若欲提昇其顧客滿意度，應多利用此網路之聯絡管道。

⁵ 本研究共進行兩次測試。第一次測試，係寄發一封標準式之詢問函件，收件者通常在收信後可立即回覆此問題，其主要目的在測試企業網站之回應速度。第二次測試，係寄發一封特別之詢問函件，而收件者通常需詢問相關部門同事後才可回覆此問題，故其主要目的除測試回應速度外，也在瞭解企業網站報導之整合能力。

表 4 時效性之回應測試彙整表

項目別	網站揭露財務資訊 (n=145)	網站無揭露財務資 訊 (n=188)	合計 (n=333)
第一次無回覆者	73	110	183 (54.95%)
第二次無回覆者	113	165	278 (83.48%)
第一次在一天內回覆	35	25	60 (18.02%)
第二次在一天內回覆	23	13	36 (10.84%)
二次都無回覆者	44	90	134 (40.24%)
二次都回覆者	25	16	41 (12.31%)
二次均在一天內回覆者	10	2	12

[二]、科技

表 5 顯示企業利用網際網路揭露財務資訊所採用之科技能力。由表 5 科技構面之各指標結果來看，企業並沒有使用多媒體與內部連結（指財務報表之內文超連結）功能來增強財務資訊之報導，所以無法作到交互索引、補充說明等有助使用者整合資訊之功能。至於外部連結比例達 47.06%，乃由於金融業所致。此外，國內企業也鮮少於網站上標示「無法表示意見」（disclaimer）之警語字句，以提醒網站參訪者「本網站對於所連結之資訊內容不負任何責任」，故顯示出企業尚未意識到網路報導資訊可能衍生的相關法律問題與責任。

至於財務資訊所使用之檔案格式，則是另一值得重視之問題。目前國內企業於網站揭露財務資訊使用之格式大部份為 HTML(79%)與 PDF(13%)。雖然此兩種格式是目前使用最多的型態，但也有 doc 與 xls 之格式使用，故會造成使用者在搜尋、下載與處理資料上之不便，此發現顯示前述 XBRL 推廣之必要性。

表 5 我國上市公司於網站報導財務資訊之科技與使用者支援分析

品質要素	電子 (n=57)				金融 (n=30)				其他 (n=66)				合計 (n=153)			
科技																
多媒體功能	0 (0)				0 (0)				0 (0)				0 (0)			
財務報表之內文 超連結	0 (0)				0 (0)				0 (0)				0 (0)			
連結至相關財經 網站	22.81% (13)				86.67% (26)				4.55% (3)				47.06% (42)			
檔案格式 ^a	H	P	D	E	H	P	D	E	H	P	D	E	H	P	D	E
	77	23	0	0	69	17	11	3	41	1	3	3	79	13	5	3
使用者支援																
語言 ^b	中	英	中英	三種	中	英	中英	三種	中	英	中英	三種	中	英	中英	三種
	7	23	63	7	47	0	53	0	39	5	53	3	29	10	57	4
協助瀏覽	有		無		有		無		有		無		有		無	
	53%		47%		33%		67%		11%		89%		31%		69%	
下載功能	14.04% (8)				16.67% (5)				3.03% (2)				9.80% (15)			

^a: 檔案格式中, H指html之格式, P指pdf之格式, D指doc之格式, E指xls之格式。

^b: 語言項目中, 「中」指有中文型態, 「英」指有英文型態, 「中英」指有中文與英文型態, 「三種」指有三種以上之語文型態。次列數字為該型態之百分比。

[三]、使用者支援

從表 5 使用者支援構面之數據可知, 接近 90% 的公司有中文型態的網站, 而同時提供中英文型態之網站也達 50%, 故國內外使用者在閱讀資訊上, 應不會產生語言上之障礙。在協助瀏覽方面 (如: 網站地圖、搜尋引擎等), 整體比例不高僅有 30.72%, 顯示目前國內企業網站之設計仍不夠人性化, 無法讓參訪者便利尋找其所需之資訊內容。至於, 企業主動提供資訊下載之比例不及 10%, 顯示國內企業可能是抱持著網站上之財務資訊為公司私有智慧財產之觀念, 或是並不主動提供服務給資訊使用者下載需求。但從鼓勵上市公司財務資訊公開之角度出發, 財務資訊應屬公共財之性質, 故企業在網站所報導之財務資訊應該允許並協助投資者或有興趣者下載分析使用。

四、企業使用網際網路報導財務資訊之行為與企業特性間之關係

前述發現是根據對企業網站資訊進行檢視之分析結果, 本研究根據

企業進一步採 Logistic 迴歸分析，探討企業自願於網站財務揭露之行為與企業特性間之可能關係。根據文獻之整理（如 Ashbaugh 等, 1999、Ettredge, 1999a、Marston 與 Leow, 1998），本研究選擇之自變數與各變數之預期符號分別為公司規模（分別以股本或總資產衡量）（+）、每股盈餘（+）、股價（+）與外資持股比例（+），應變數則為企業是否於網站揭露財務資訊（1=有揭露，0=無揭露），研究對象為有設置網站之 321 家國內上市公司。

相關樣本之敘述統計量與 Logistic 迴歸分析之結果，分別列示於表 6 及表 7。從表 6 之敘述統計量發現，有於網站揭露財務資訊者比無揭露者有較大的公司規模（不論以股本或總資產衡量）、較高之股價、較佳獲利狀況以及較高的外資持股等特性（多已達統計上之顯著水準）。

表 6 國內有設置網站之 321 家上市公司相關變數之敘述統計量

項目別 ^a	個數	股本	總資產	股價	每股盈餘	外資持股比
電子產業						
有揭財務資訊者	48	9,742,034.9	28,659,226	86.0079	3.3150	7.2747
無揭露財務資訊者	40	4,254,401.9	11,260,324	43.0837	0.7262	3.0255
P 值		0.002**	0.015*	0.000**	0.000**	0.002**
金融產業						
有揭財務資訊者	28	19,688,433	348,333,892	21.0389	1.3014	2.5943
無揭露財務資訊者	18	11,706,815	224,144,536	13.9711	0.1528	1.8717
P 值		0.101	0.003**	0.009**	0.022*	0.855
其他產業						
有揭財務資訊者	63	10,878,971	33,976,626	23.3644	1.1329	3.4789
無揭露財務資訊者	124	4,042,593	9,977,241	15.9266	0.2173	1.1201
p 值		0.000**	0.000**	0.004**	0.008**	0.001**
全體						
有揭財務資訊者	139	12,260,928	95,464,167	44.5283	1.9204	4.5902
無揭露財務資訊者	182	4,851,590	3,155,920	21.7337	0.3227	1.6132
p 值		0.006**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**

*、**：分別表示t檢定0.05、0.01之顯著水準。

^a：表中股本與總資產之單位為千元；股價與每股盈餘之單位為元；外資持股比之單位為%。

表 7 之 Logistic 迴歸分析則顯示規模與獲利能力是解釋企業是否採網際網路揭露財務資訊之重要變數：規模較大（不論以股本衡量之模式一或以總資產衡量之模式二）或獲利較佳之企業愈有可能會自願於網站中揭露財務資訊。然此“自願揭露”是導因企業因規模較大，因此受到各界較多關注（如證券監理機關、投資者、廠商客戶等）所致、或是為了避免資訊不對稱之指控、或希望能免於資訊獨厚某些特定團體（如分析師）之疑慮…等，仍有賴進一步探討。

而獲利能力變數達顯著水準之發現，則符合訊號發射假說之精神。管理者揭露訊息之動機可能為其價值所驅動，亦即擁有好消息之公司可

能主動對外揭露資訊，故獲利愈佳的公司（即有好消息之公司）愈有可能會自願揭露其財務資訊。至於股價變數在模式一、二分別達顯著與邊際顯著水準，顯示股價越高之企業越有可能於企業網站中揭露財務資訊，此或許與投資人關心與壓力，或是高股價公司為避免可能之資訊不公開指控有關。而外資持股比之變數未達顯著水準，代表外資法人對我國企業是否於網站揭露財務資訊並無顯著影響力，不過本研究是以民國88年底外資持股情形為衡量基準，由於外資不斷買進與賣出，故此特定時日之“存量”觀點與特定期間之“流量”訊息有別，因此在解釋上可能需小心。

表 7 我國上市公司網站財務揭露之 Logistic 迴歸分析 (n=321)

模式一 ^a	截距項	股本	股價	每股盈餘	外資持股比
預期符號		+	+	+	+
估計係數	-14.1487	0.8530	0.0158	0.1833	0.0426
p 值	0.0001**	0.0001**	0.0230*	0.0276*	0.2533
分類準確度	71.6%				
模型適合度檢定 $\chi^2=58.9504$ (p<0.0001), 自由度=4					
模式二 ^b	截距項	總資產	股價	每股盈餘	外資持股比
預期符號		+	+	+	+
估計係數	-9.3237	0.5036	0.0119	0.1697	0.0690
p 值	0.0001**	0.0001**	0.0696	0.0373*	0.0693
分類準確度	70.6%				
模型適合度檢定 $\chi^2=56.1568$ (p<0.0001), 自由度=4					

*、**：分別表示0.05、0.01之顯著水準。

^a：模式一 $P(IFR)_{CS} = \beta_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 SP + \beta_3 EPS + \beta_4 PER + \varepsilon$ ，SIZE表示股本，模式中為股本帳面價值取對數之值；SP表示股價；EPS表示每股盈餘；PER表示外資持股比。

^b：模式二 $P(IFR)_{TA} = \beta_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 SP + \beta_3 EPS + \beta_4 PER + \varepsilon$ ，SIZE表示總資產，模式中為總資產帳面價值取對數之值；SP表示股價；EPS表示每股盈餘；PER表示外資持股比。

五、企業對於以網際網路報導財務資訊之態度

前述各分析係根據網站檢視所蒐集之資料分析，本節則報導問卷調查之結果。樣本為167份之有效問卷，統計方法則為因素分析與變異數分析。表8列示本研究21項問題之因素分析結果，經採主成份分析之直交轉軸之最大變異法，萃取出6個特徵值大於1之因素，並刪除解釋力低之問項（負荷量低於0.45者），顯示目前國內企業對於採網路揭露財務資訊之態度，可區分成溝通管道、成本效益、潛在效應、資訊公開、法律責任與資訊可靠性等六項，且此六項之解釋力大致平均，並無特別集中於某一因素之現象。

表 8 問卷因素分析彙整表 (n=167)

因素名稱	解釋變異程度	問項	負荷量	平均數 ^a	標準差	問項說明
溝通管道	12.062%	9	0.850	4.132	0.664	若於公司的網站揭露財務資訊，可對 目前投資者(股東) 增加一個溝通管道或投資機會。
		10	0.761	4.084	0.605	若於公司的網站揭露財務資訊，可對 潛在投資者 增加一個溝通管道或投資機會。
		5	0.566	3.623	0.926	若於公司的網站揭露財務資訊，可較書面揭露方式增加財務資訊之揭露種類與數量。
		21	0.547	4.204	0.681	整體而言，本公司認為企業 未來 使用網際網路報導財務資訊，將是一不可避免之趨勢。
成本效益	11.732%	18	0.704	3.773	0.841	假如未來法規允許 企業在報導資訊時，可在網路與書面任選其一，公司會考慮採用網路揭露取代書面方式。
		1	0.702	3.886	1.038	若於公司的網站揭露財務資訊，可較目前之書面揭露方式減少公司發佈資訊的成本。
		20	0.608	3.533	0.870	整體而言，本公司認為企業 目前 使用網際網路報導財務資訊是 效益大於成本 之作法。
		3	0.543	4.144	0.794	若於公司的網站揭露財務資訊，可較目前之書面揭露方式增加公司發佈資訊的時效性。
潛在效應	9.971%	17*	0.762	2.563	0.941	若於公司的網站揭露財務資訊，容易使商業機密洩漏，降低公司之競爭優勢。
		11*	0.754	2.575	1.044	同時以網路及書面方式揭露財務資訊，造成資訊重疊的情況，故以網路揭露資訊為疊床架屋之多餘作法。
		7	-0.50 2	3.910	0.701	若於公司網站揭露財務資訊，因為可以增加資訊揭露之形式，故可吸引資訊使用者之注意並便利其閱讀。
資訊公開	7.805%	19	0.679	3.778	0.839	假如未來法規禁止 企業使用網路報導財務資訊，此規定將會對小額投資人在獲取資訊上產生不利之影響。
		13	0.642	3.581	0.984	若於公司的網站揭露財務資訊，可降低資訊獨厚某特定人士(如：分析師或機構投資者)之不公平情形。
		6*	0.474	2.820	0.984	若於公司網站揭露財務資訊，因資訊更充分公開，故公司並 不願意 於網站揭露較書面為多之資訊。
		12*	0.468	3.773	0.848	於公司網站揭露財務資訊，若出現較書面為多之額外資訊獲有不一致之情況，會潛在增加公司之法律責任。
法律責任	7.420%	14*	0.725	3.114	1.159	為提高使用者對網路揭露財務資訊之信任，以及降低公司對資訊之法律責任，公司有必要付出額外成本委託第三者驗證公司網站所揭露財務資訊之可靠度。
		4*	0.658	2.988	1.059	若透過公司網站超連結至其他單位取得財務資訊，則公司對該超連結之資訊可能須承擔連帶法律責任。
資訊可靠性	6.954%	8*	0.816	2.755	0.966	資訊使用者可能會認為以網路方式所揭露之財務資訊的可靠性較書面方式 為差 。
		15*	0.611	3.162	1.083	網路驗證雖可能提高使用者對網路揭露資訊之信任，或降低公司對資訊之法律責任，但為成本大於效益之 不經濟 做法。

*：表示負向陳述句 ^a：回答之意見範圍1-5

由問卷各問項分數（範圍為 1 至 5，越大代表越同意該問項之陳述）可知，整體而言國內企業係肯定以網路報導財務資訊之效益與優勢，即較同意此為一種溝通管道、較同意此報導方式之效益大於成本、對可能之負面影響（如洩密、疊床架屋、法律責任…等）較無一致之共識，且回函者亦不認為採網路報導之資訊可靠性會較差。

為瞭解前述態度是否與行業別及企業使用網際網路之程度有關，本研究進一步利用 2x3 二因子變異數分析進行分析，自變數為“網站設置否”（有、無）及行業別（電子業、金融業與其他產業），應變數係各別構面之因素分數，結果彙示於表 9。

表 9 顯示企業網站之設置與行業別對此六項態度之影響，統計分析結果僅有網站設置與否對“溝通管道”因素（ $p=0.017$ ，有設置 > 無設置），以及行業別差異對“法律責任”因素（ $p=0.015$ ，其他產業 > 電子產業）有顯著之差異。故整體而言，我國企業不論是否已實際設置網站，對於以網際網路報導財務資訊之態度相當一致，唯本研究回函樣本中，有設置網站者佔 80%，故可能影響上述推論之結果。

表 9 網站與行業別在各因素構面態度之變異數量分析（ $n=167$ ）

變異來源	單變量 F 值 (p 值)					
	溝通管道	成本效應	潛在效應	資訊公開	法律責任	資訊可靠性
網站	5.855* (0.017)	0.098 (0.755)	3.244 (0.074)	0.039 (0.844)	0.069 (0.793)	0.361 (0.549)
行業別	0.013 (0.987)	0.135 (0.874)	1.716 (0.183)	0.780 (0.460)	4.310* (0.015)	0.997 (0.971)
交互作用	0.045 (0.832)	0.132 (0.717)	0.526 (0.469)	1.015 (0.315)	0.309 (0.579)	0.081 (0.776)

*、**：分別表示 0.05、0.01 之顯著水準。

本研究為求針對瞭解已設置網站之企業，對採網路揭露財務資訊之態度，是否與該企業實際已揭露財務資訊否而有顯著不同，因此刪除回函問卷中 32 家未設置網站之樣本，而以 135 家企業回函進行 2x3 二因子變異數分析，自變數為“財務資訊揭露與否”（有、無）及行業別（電子業、金融業與其他產業），應變數係各別構面之因素分數，表 10 報導相關結果。

從表 10 發現揭露與否以及行業別之二因子交互作用在資訊公開（ $p=0.006$ ）與法律責任（ $p=0.029$ ）二因素中存有顯著之差異。故再分別進行相關之單純主效果檢定。相關發現說明如下：在資訊公開因素中，於電子產業之樣本中，有財務資訊揭露者對於資訊公開之認同度高於無揭露之同業（ $p=0.017$ ）；行業別方面，僅在無財務資訊揭露之其他產業

與電子產業存有差異 ($p=0.044$)，且其他產業對此態度之同意程度高於電子業。法律責任因素中，於金融產業之樣本中，無財務資訊揭露者對於法律責任之關切度高於有揭露之同業 ($p=0.013$)；行業別方面，僅在無財務資訊揭露之金融產業與電子產業存有差異 ($p=0.024$)，且金融產業對此態度之重視程度高於電子業。至於對其他因素（如溝通管道、成本效益、潛在效應與資訊可靠性）之態度，並不受該企業是否已實際採網路揭露財務資訊之影響，也不因行業別而有重大差異，基本上此發現與前全體樣本之發現類似，即國內企業對此作法之態度堪稱一致。

表 10 財務資訊揭露與行業別在各因素構面之變異數分析 ($n=135$)

變異來源	單變量 F 值 (p 值)					
	溝通管道	成本效應	潛在效應	資訊公開	法律責任	資訊可靠性
財務資訊揭露	1.548 (0.216)	3.421 (0.067)	2.523 (0.115)	0.004 (0.950)	1.943 (0.166)	0.015 (0.903)
行業別	0.033 (0.968)	0.571 (0.566)	0.896 (0.411)	0.978 (0.379)	3.739 (0.026)	1.119 (0.330)
交互作用	0.352 (0.704)	0.413 (0.662)	0.050 (0.951)	5.275** (0.006)	3.623* (0.029)	1.868 (0.159)

*、**：分別表示0.05、0.01之顯著水準。

此外，由前節之網站檢視過程中發現，各行業在網站上報導財務資訊之數量與品質迥異。其中，金融業在財務資訊數量上，表現最佳；電子業在期中資訊之內容與時效性上，表現最好；其他產業則無特別之突出表現。但由問卷變異數分析結果得知，不同行業別與對網路之使用程度（有無設置網站或有無揭露財務資訊）對六項因素看法，並未達顯著性差異⁶，顯示各行業雖然在網站財務資訊之報導有差異，但其對於以網際網路報導財務資訊之態度是相當一致的。造成態度認知與行為表現上差異之可能原因，值得後續研究進一步探討。

伍、結論、限制與後續研究建議

無庸置疑，網路科技改變了企業與資訊需求者間資訊的流通方式，網際網路之出現，提供企業另一種完整之溝通模式，從其傳遞資訊之成本、時效性與便利性之優勢來看，科技功能之確立將有助企業更接近社會大眾（或股東），此對會計專業界之重大影響之一，即為於網際網路上揭露財務資訊之可行性與相關規範議題。而本文利用網站檢視與問卷

⁶ 本研究另有對財務資訊揭露之企業進行行業別單因子變異數分析，結果發現行業別因子在六個因素構面皆未達0.05之顯著水準。

調查方式，檢視我國企業使用網際網路報導財務資訊之現況及相關態度，並探討此一自願性報導與企業特性間之關係。結果發現，目前我國上市公司在網站上報導財務資訊之數量與品質，均未臻理想，顯示現況之發展處於萌芽階段，除普及率並不高外，企業也未善加利用網路科技之優勢，來豐富資訊之報導。

在企業對此作法之態度上，整體來說，目前國內企業大都認同使用網際網路報導財務資訊之優勢及效益，且深入剖析發現，不論企業使用網際網路之程度為何（網站設置與否、財務資訊報導與否），對於以網路報導之成本效益、潛在效應與資訊可靠性之看法，皆無顯著之差異；但經由實證結果發現，規模較大（以股本或總資產衡量）或獲利較佳之企業，愈有可能會自願於網站上揭露其財務資訊。再者，觀察現行企業於網站報導財務資訊之實務狀況與其整體之態度，則有明顯之差異，而這箇中之原因，有賴未來研究繼續探討。

現行國內企業於網站上揭露財務資訊之狀況並不理想，亟待提昇，且其資訊揭露之檔案格式也不甚一致，有待相關團體發展一套標準之報導語言（如：XBRL）；然而上述之行為目前雖屬企業自願性之揭露，唯站在證券主管機關之角度，應積極鼓勵國內企業上網將企業資訊廣泛公開並大眾化，使資訊更加透明公開，如此方有助外界人士便利接取資訊，甚至產生監督之壓力，以提昇我國證券市場之效率與公平性；同時主管機關也應著手研擬相關企業電子化資訊報導之指導方針，討論此一議題可能產生之問題，以防患未然，並作為規範企業電子化報導之規範。

本研究有下列限制：首先，網路檢視受限於人力、物力與時間之影響，無法在同一時間觀察各家公司之網站內容，故在調查期間各公司網站內容之變動，非本研究所能控制；其次，研究中採用問卷調查之方式，以瞭解企業對於以網際網路報導財務資訊之態度，故無法避免使用此法之固有限制（如受試者誠實回答之意願、受試者對問卷意義之誤解等）。最後，本研究係為探索性之研究，雖深掘出許多現象，唯並無法提供真正原因之解答，此有賴進一步研究之探討。

後續研究者可進一步探討下列問題。首先，本研究係針對資訊供給者進行研究調查，後續研究者可探討資訊使用者對此種報導方式之接受度與看法，並從資訊供需之相互角度作更深入之研究。其次，企業於網站報導資訊仍有許多潛在之問題，本文雖未深入涉及，但後續研究者可由執行者之角度（如證券主管機關及會計團體）出發，探討管理網際網路揭露資訊之可能議題。第三，研究發現目前企業對於使用網際網路報導財務資訊之看法傾向支持，與做法並未積極落實間存有不一致之差異，故後續研究者可探討箇中之原因。最後，針對目前仍未於網站報導財務資訊之企業作深入探討，應有助更細膩的瞭解何以企業對此作法尚未能接受之理由。

參考文獻

- 財政部台財融（六）第八九七七一二八〇號函，民國 89 年 12 月 11 日。
- Ashbaugh, H., K. Johnstone, and T. Warfield. 1999. Corporate reporting on the internet. *Accounting Horizen* 13(3) : 241-257.
- Deller, D., M. Stubenrath, and C. Weber. 1999. A survey of the use of the internet for investor relations in the USA, UK and Germany. *European Accounting Review* 8(2) : 351-364.
- Ettredge, M., V. J. Richardson, and S. Scholz. 1999a. Determinants of Voluntary Dissemination of Financial Data at Corporate Web Sites. Working paper, University of Kansas.
- Financial Accounting Standard Board. 2000. Business Reporting Research Project : Electronic Distribution of Business Reporting Information. Available online <http://www.rutgers.edu/Accounting/raw/fasb>.
- Hussey, R., Guilliford, J., and Lymer, A. 1999. UK Corporate Financial Communications on the Internet. Deloitte Touche Tohmatsu, UK.
- Lymer, A. 1997. The Use of the Internet in Company Reporting : A Survey and Commentary on the Use of the WWW in Corporate Reporting in the UK. Paper presented at the British Accounting Association Annual Conference, Belgium.
- Lymer, A., and A. Tallberg. 1997. Corporate Reporting and the Internet—a Survey and Commentary on the Use of the WWW in Corporate Reporting in the UK and Finland. Paper presented at the 20th Annual Congress of the European Accounting Association, Graz, Austria.
- Lymer, A., R. Debreceeny, G. L. Gray, and A. Rahman. 1999. Business Reporting on the Internet. IASC Research Study.
- Marston, C., and C.Y. Leow. 1998. Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies. Paper presented at the 21st European Accounting Association Annual Congress, Antwerp, Belgium. Available online <http://www.summa.org.uk/summa/corp/papers/papers.html>.
- Petravick, S., and J.W. Gillett. 1996. Financial reporting on the world wide web. *Management Accounting (USA)*78(5) : 26-29.
- Pirchegger, B., H. Schader, and A. Wagenhofer. 1999. Financial information on the internet - a survey of the homepages of Austrian companies. *European Accounting Review* 8(2) : 383-395.

附錄一

屬性	號次	項目	定義說明
數量特性	1	簡明資產負債表與損益表	指簡明式 (Partial Accounts) 的報表，非個別數字者。
	2	資產負債表與損益表	指完整式 (Full Accounts) 的報表。
	3	現金流量表	指簡明式 (指僅報導各項活動之現金流量者) 或完整式之報表。
	4	股東權益變動表	指簡明式 (Partial Accounts) 或完整式之報表。
	5	附註說明	指財務報表 (1.2.3.4) 的附註說明
	6	查核報告	指財務報表業經會計師查核後，表示意見之查核報告。
	7	內部控制聲明書	指公司的內部控制聲明書。
	8	期中報表	指公司民國八十八年或八十九年的季報。
	9	月營收	指公司民國八十八年或八十九年的月營收。
	10	住址	指公司的所在地之地址。
	11	電話	指公司的聯絡通訊電話。
	12	傳真	指公司的傳真電話。
	13	電子信箱	指公司網站所提供的電子信箱，包括一般網站管理、人力資源、投資人關係者等。
品質特性	14	更新日期	指公司網站中有標示「更新日期」的詞句。
	15	最近季報之發佈	指民國八十九年第三季季報之發佈。
	16	最近月營收之發佈	指民國八十九年十月份營收之發佈。
	17	多媒體功能	指企業有使用多媒體的聲光影音功能，來報導財務資訊。
	18	財務報表之內文超連結	指上述財務報表 (1.2.3.4) 內文超連結至附註說明 (5) 的內部超連結。
	19	連結至相關財經網站	指可透過公司網站的連結點 (外部超連結) 至相關的財金網站，如：各大券商、證交所、奇摩股市等。
	20	檔案格式	指網站揭露財務資訊使用之檔案格式。
	21	語言型態	指公司網站可以選擇瀏覽方式的語言型態。
	22	協助瀏覽	指公司網站有網站地圖或內部搜尋引擎者，可便利瀏覽者搜尋或瀏覽。
	23	下載功能	指公司網站中之財務資訊有「明示」說明此財務資訊可供下載。