

”

**دور التجارة الالكترونية في تحقيق خصائص الجودة
للمعلومات المحاسبية**

دراسة ميدانية على عينة من المصارف العراقية

م.م. عبد الرحمن سعيد علي

م.م. مناف عبد المطلب أحمد

م. مائل كامل ثامر الكبيسي

جامعة الانبار – كلية الادارة والاقتصاد

“

المستخلص:

يهدف البحث الى اختبار مدى امكانية توفير الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية في المعلومات المحاسبية التي يتم الافصاح عنها في ظل تطبيق التجارة الالكترونية . اعتمد البحث على توزيع استمارة استبيان وزعت على عينة البحث المتكونة من ١٠٠ من العاملين في عدد من المصارف في محافظة الانبار ، وقد تضمنت استمارة الاستبيان عددا من الاسئلة تم وضعها لتحقيق اهداف البحث . وقد تم استخدام الاحصاء الوصفي والاستدلالي في تحليل نتائج الاستبيان والتوصل الى النتائج وذلك باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS . تم التوصل الى عدد من الاستنتاجات من اهمها ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق التجارة الالكترونية وتوفير الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية و ان تطبيق التجارة الالكترونية يوفر سهولة في اصال المعلومات الى المستخدمين وبالتالي يوفر عدالة في توزيع المعلومات المحاسبية و في وصول المستخدمين للمعلومات التي يحتاجونها . كما تم تحديد عدد من التوصيات من ابرزها فتح مجالات تطبيق التجارة الالكترونية على مستوى المصارف والمؤسسات التجارية الاخرى و تشجيع البنوك والمؤسسات الاخرى على تطبيق التجارة الالكترونية .

كلمات مفتاحية : التجارة الالكترونية ، جودة المعلومات المحاسبية

The role of electronic commerce in achieving Qualitative characteristics of accounting information : Field study on a sample of Iraqi banks

Abstract :

The study aims to test the extent to which the specific characteristics of accounting information can be provided in the accounting information that is disclosed in the application of electronic commerce. The study was based on the distribution of a questionnaire form distributed to a sample of 100 employees in a number of banks in Anbar province. The questionnaire included a number of questions that were developed to achieve the study objectives. The descriptive statistics were used to analyze the results of the questionnaire and to reach the results using the statistical program SPSS. A number of conclusions have been reached. The most important of these conclusions is that there is a statistically significant relationship between the application of electronic commerce and the provision of the specific characteristics of accounting information. The application of electronic commerce provides an easy way to convey information to users and thus provides fairness in the distribution of accounting information and in the access of users to the information they need. A number of recommendations have been identified, notably the opening up of e-commerce applications at the level of banks and other commercial institutions, and encouraging banks and other institutions to implement e-commerce.

Key words : Electronic Commerce , Accounting information quality

المبحث الأول منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث .

تدور مشكلة البحث في تحديد مدى توافر الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية في المعلومات التي توفرها نظم معلومات التجارة الالكترونية وذلك من اجل مساعدة متخذي القرارات في امكانية الاعتماد على المعلومات التي توفرها نظم المعلومات للتجارة الالكترونية ويمكن صياغة مشكلة البحث بالاسئلة التالية :

- ١- ما دور تطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الاساسية للمعلومات المحاسبية (الملاءمة والعرض الصادق) ؟
- ٢- ما دور تطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الفرعية للمعلومات المحاسبية؟
- ٣- ما دور تطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص التعزيزية للمعلومات المحاسبية ؟

ثانياً: أهداف البحث.

يهدف البحث الى تحقيق ما يلي:

- ١- التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية ومجالات تطبيقها
- ٢- توضيح انماط التجارة الالكترونية
- ٣- بيان العلاقة بين التجارة الالكترونية و نظم المعلومات المحاسبية
- ٤- توضيح دور التجارة الالكترونية في تعزيز جودة المعلومات المحاسبية

ثالثاً: فرضية البحث .

الفرضية الاولى :

- H_0 : لا يوجد دور لتطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الاساسية للمعلومات المحاسبية (الملاءمة والعرض الصادق)
- H_1 : يوجد دور لتطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الاساسية للمعلومات المحاسبية (الملاءمة والعرض الصادق)
- الفرضية الثانية :

- H_0 : لا يوجد دور لتطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الفرعية للمعلومات

المحاسبية

H_1 : يوجد دور لتطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الفرعية للمعلومات المحاسبية

الفرضية الثالثة :

H_0 : لا يوجد دور تطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص التعزيزية للمعلومات

المحاسبية

H_1 : يوجد دور تطبيق نظم معلومات التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص التعزيزية للمعلومات

المحاسبية

رابعاً: اسلوب البحث.

١- الجانب النظري : اعتمد البحث الاسلوب النظري الوصفي التحليلي في الجانب النظري وذلك بالاعتماد على مجموعة من المصادر العلمية من الكتب و البحوث والاطاريح والرسائل الجامعية وتعزيزها برأي الباحثين والتعليق على عدد من الفقرات .

٢- الجانب العملي : اعتمد البحث لاغراض اختبار الفرضيات استبانة محكمة تم توزيعها على موظفي مجموعة من المصارف تضمنت عددا من الاسئلة تخص مشكلة البحث وتم تحليل النتائج باستخدام الاحصاء الوصفي الاستدلالي باستخدام برنامج SPSS.

خامساً: أهمية البحث .

تبرز أهمية البحث في النقاط التالية :

١- ان تطبيقات التجارة الالكترونية تعد حديثة وفي خطواتها الاولى في العراق
٢- ان التغطية البحثية لموضوع التجارة الالكترونية في العراق ما زالت تحتاج مزيدا من الجهود الاكاديمية

٣- هناك خوف لدى متخذي القرارات بمختلف اطيافهم تجاه تطبيقات التجارة الالكترونية
٤- تحتاج المؤسسات المصرفية الى توضيح المتطلبات التقنية لتطبيقات التجارة الالكترونية

سادساً: متغيرات البحث .

- المتغير المستقل : تطبيق التجارة الالكترونية
- المتغير التابع : جودة المعلومات المحاسبية

المبحث الاول التجارة الالكترونية

١- مفهوم التجارة الالكترونية

لا يوجد تعريف محدد وشامل للتجارة الالكترونية حيث وضعت العديد من الكيانات الحكومية والقطاع الخاص على حد سواء العديد من التعاريف للتجارة الالكترونية، حيث عرفت على انها كافة المعاملات التجارية التي تتطلب العديد من أنشطتها الاعتماد على الأنترنت لغرض بيع أو شراء سلعة أم خدمة (United States General Accounting Office, 2002: 12) وأن مصطلح التجارة الالكترونية هو اختصار لخليط من التقنيات والبنى التحتية والعمليات والمنتجات، بمعنى آخر هو مصطلح يجمع بين صناعات وتقنيات وتطبيقات ومنتجات ومستخدمين بالإضافة الى تبادل المعلومات والسلع في سوق العمل وكل هذه النشاطات يمكن ان تختصر باستخدام الانترنت (Catherine, 2000: 12)، ويتعبّر اخر يمكن القول مصطلح التجارة الإلكترونية يشير إلى مجموعة واسعة من الأنشطة التجارية عبر الإنترنت للمنتجات والخدمات، ويتعلق أيضاً بأي شكل من أشكال المعاملات التجارية التي تتفاعل فيها الأطراف إلكترونياً بدلاً من التبادل المادي أو الاتصال الجسدي المباشر. (Anjali, 2014: P2)

وعرّفت أيضاً بأنها: (ممارسة النشاط التجاري عن طريق موقع منشأة و أكثر على شبكة (الويب) يتضمن التصفح لأختيار منتج والتعرف على خصائصه واصدار أمر الشراء على تجميع البضاعة في عربة المشتريات الالكترونية واستئزال المخزون وترتيبات الشحن والمحاسبة بوسائل دفع النقود الالكترونية لتسوية المعاملة) (الحياي وآخرون، ٢٠٠٦: ١٣٨). وهذا التعريف قريب جدا من التعريف الذي قدمه (٢٠١٢: ٢٠١٢: Adel) حينما عرف التجارة الالكترونية على انها عمليات الشراء والبيع أو نقل وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات عبر شبكات الانترنت أو الأنترانيت، بل ويرى بأن التجارة الالكترونية هي جزء من مفهوم أوسع وهو الأعمال الالكترونية، وبذلك فهي لا تشتمل على البيع والشراء فقط بل وتشتمل على خدمة العملاء إضافة الى أجراء المعاملات الالكترونية داخل المنظمة.

ويرى (دانيال ، ٢٠١٠: ٢٠) بأن التجارة الالكترونية تشتمل على جميع المعاملات التجارية والتي تتجزأ إلكترونياً وذلك باستخدام شبكة الأنترنت حيث تجري هذه النشاطات والمعاملات ما بين المشروعات مع بعضها او ما بين المنظمات وعملاتها من المستهلكين والمنشأة والأجهزة الرسمية. ويرى الباحثون بأن التجارة الالكترونية: كافة التعاملات التجارية من عمليات بيع وشراء واعلانات وترويج والتي يدخل الانترنت كأحدى الوسائل الأساسية في تلك التعاملات والنشاطات التجارية .

٢-١. الفرق بين التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية

ظهر مصطلح التجارة الالكترونية مع مصطلحات عديدة مرادفة لها ومن هذه المصطلحات مثل الأعمال الالكترونية والتجارة عبر الانترنت وغيرها من المرادفات وهذا أدى الى عدم التفرقة بين بين هذه المصطلحات حتى ساد بين الأوساط العلمية بأنها مرادفات لمعنى واحد، ولكن ما يهمنا في هذا الموضوع هو إيضاح الفرق بين التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية، فالتجارة الالكترونية هي كافة عمليات البيع والشراء والتي تتم باستخدام الوسائط الالكترونية الرقمية (Digital Media) بينما الأعمال الالكترونية فانها تشتمل على نشاطات التجارة الالكترونية إضافة الى انها تشتمل على تطبيقات المكتب الرئيس الذي يتولى مهام رسم سياسات الشركة وتطبيقات الأعمال الإدارية الخاصة بالشركة والتي يتم أنجازها داخلياً ولا يتم الأطلاع عليها بصورها عامة ومن هذه النشاطات التي تشتمل عليها الأعمال الالكترونية مثل الأعمال الإدارية والتخزين إضافة الى أعمال الخدمات والحسابات. (عبود ومحمد، ٢٠١٤: ١٨)

وخلاصة القول أن الأعمال الالكترونية هي أكثر شمولاً من التجارة الالكترونية وذلك لانها تقوم على فكرة انجاز وأداء المهام بصورة الكترونية فهي تمتد لتشمل كافة الأنشطة المالية والإنتاجية وكذلك الخدمة إضافة الى علاقة المنظمة بالموردين والعملاء والوكلاء والموظفين ومستوى الأداء وتقييمه وسبل الرقابة عليه، أما التجارة الالكترونية فهي عبارة عن مجموعة من الأنشطة التجارية ينصب اهتمامه حول تعاقدات البيع والشراء، وتعد التجارة الالكترونية وجه رئيسي من أوجه الأعمال الالكترونية والتي تتمثل بالتسويق الالكتروني والمصارف الالكترونية والتوريد الالكتروني وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن علاقة التجارة الالكترونية بالأعمال الالكترونية هي علاقة الكل بالجزء. (حمد، ٢٠١٧: ١١٠)

٣-١. أنماط التجارة الالكترونية:

هناك العديد من أنواع التجارة الالكترونية ولكن في بحثنا هذا سنذكر الأنواع الأكثر انتشاراً والمتمثلة

بـ:

١- التعامل بين مؤسسات الأعمال والمستهلك: Business To Customer

يعتبر هذا النوع من اهم أنواع التجارة الالكترونية وأكثرها شيوعاً حيث تحاول مؤسسات من الوصول الى المستهلك . حيث يتواجد على شبكة الانترنت العديد من المواقع التجارية الالكترونية والتي تقوم بعرض المنتجات من سلع وخدمات، وتحاول هذه المؤسسات الوصول الى المستهلك لكي تتمكن من بيع اكبر قدر من منتجاتها أو تقديم خدماتها.

٢- التعامل بين مؤسسات الأعمال ومؤسسات الأعمال: Business To Business

يعتمد هذا النوع على التجارة وتبادل السلع والخدمات والمعلومات ما بين تاجر وتاجر اخر. (القشي، ٢٠٠٣:

٦٦)

٣- التعامل بين مؤسسات الأعمال والحكومة: Business To Government

يقوم هذا الجزء على أساس التعاملات ما بين مؤسسات الاعمال الى الحكومة أو بالعكس، ولا يتجسد ذلك في التعاملات الاجبارية مثل دفع الضرائب، ولكنها أوسع من ذلك بكثير بل قد يتمثل ببيع وشراء السلع والخدمات ما بين المؤسسات والحكومة.

٤- التعامل بين الحكومة والحكومة: Government To Government

والمقصود بالتجارة الالكترونية بين حكومة وحكومة هو التعاملات ما بين الأجهزة الحكومية، ومثال على ذلك أراضي تكون تابعة الى وزارة البلديات وتوَجَّرها الى وزارة الزراعة.(عبود ومحمد، ٢٠١٤:ص٧٧-٧٨)

٥- التعامل بين المستهلك والحكومة: Customer To Government

والمقصود به كافة التعاملات التي تتم ما بين المستهلك والحكومة، وعادة ما تحاول الحكومة من تطوير الخدمات التي تقدمها للمستهلك إضافة الى تقليل التكاليف ومثال على ذلك إعطاء رخص القيادة و رخص العمل المهني الخ.(دهمش، ٢٠١١: ٤٨)

٦- التجارة الالكترونية عبر جهاز الهاتف: Mobile Commerce

وبعد من أحدث أنواع التجارة الالكترونية، حيث أنه يتم من خلال استخدام أجهزة هاتف النقال وهي تكون مجهزة ومصممة بمجموعة من الأنظمة التي يمكنها من الاتصال بشبكات الانترنت والتي يتم من خلالها القدرة على الاطلاع على السلع والخدمات المعروضة ومن ثم إجراء عمليات البيع والشراء.(بجياوي ويوسف، ٢٠١٧: ١٨٥)

ويمكن تمثيل أنواع التجارة الالكترونية بالشكل التالي:

شكل (١)

صور التجارة الالكترونية

من الاعمال الى الاعمال Business-to-business تحقيق تكاملية عمليات التوريد للمنتجات وأداء الخدمات	من الاعمال الى المستهلك Business -to-Consumer وتشمل التسويق على الخط On-line shopping
من الحكومة الى الأعمال Government -to-Business المشتريات الحكومية الالكترونية	من الحكومة الى المستهلك Government-to-Consumer الخدمات والبرامج الحكومية على الخط

المصدر: الهوش ، ٢٠٠٦ : ٣٣٣

١- ٥. علاقة التجارة الالكترونية بنظم المعلومات المحاسبية

في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي شهد العالم ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات، بل وأصبحت تكنولوجيا المعلومات عاملاً لا غنى عنه وضرورة رئيسة في تحقيق النجاح للمنظمات وفي جميع القطاعات، وأصبحت إدارة تكنولوجيا المعلومات جزء من التخطيط والأدارة الاستراتيجية لما تلعبه تكنولوجيا المعلومات بشكل عام ونظام المعلومات المحاسبية بشكل خاص في تحقيق جودة تنافسية عالية. (Qatawneh, 2012: 12)

فهذا العصر الذي يشهد ازدهاراً كبيراً في نشاطات التجارة الالكترونية في ظل الأنترنت، فقد ظهر في مطلع الالفية الثانية مصطلح المحاسبة الالكترونية (E-Accounting) باعتباره احد المصطلحات الحديثة لتقنية المعلومات والذي شهد أنشأراً متسارعاً والذي لعب دوراً بارزاً في تغيير المهام المهنية للمحاسب، إذ لعبت تكنولوجيا المعلومات في مكننة الجزء المتكرر في العمل المحاسبي والذي نتج عنه السرعة في التنفيذ مرادفاً الى الدقة العالية في النتائج مصحوباً بمجهود محدوداً للغاية ولكي يتم كل هذا يتطلب برمجة النظام بصورة سليمة والتأكد من الكفاءة في عمليات التشغيل والاستخدام. (أمين، ٢٠١٢: ٨٩)

حيث إنّ جميع الهيئات والجمعيات المحاسبية ومؤسسات تدقيق الحسابات جميعها تولي التجارة الالكترونية اهتماماً كبيراً جداً لما تلعبه من دور مهم لما تسهم به في تحسين الخصائص النوعية للمعلومات، وذلك بتوفير خاصية الملاءمة والتوقيت المناسب حيث إنّ النظام المحاسبي وبما يزوده من معلومات هامة جداً لأصحاب المصالح بشكل عام ومستخدمي القرار بشكل خاص قد يصبح عديم الجدوى في حالة عدم توفيرها في الوقت المناسب وما لم تتوفر فيه خاصية الثقة في تلك المعلومات. وبما أنّ نظام التجارة الالكتروني المرتبط بشبكة الانترنت مربوط بشكل مباشر بنظام المحاسبة المؤتمنة ففي حالة حدوث خلل أو اختراق للنظام المحاسبي من خلال شبكة الانترنت فستصبح مخرجات النظام المحاسبي مشكوكاً بمصداقيتها وبالتالي ستفقد ثقة المستخدمين. (علام، ٢٠١٠: ٢٧-٢٨).

ولكي نستطيع من معالجة هذه المشكلة وتصبح معلومات النظام المحاسبي ذات موثوقية فإنه لا بد من توفير أمرين أساسيين وهما: (دهمش والقشي، ٢٠٠٤)

الأول : ايجاد الوسائل و الاليات لحماية النظم المحاسبية من الاختراقات عبر الانترنت .

الثاني: إيجاد الاليات التي تؤكد على سلامة آلية التجارة الالكترونية وشبكات الانترنت بصورة عامة ومواقع تصفح الشركة بصورة خاصة.

المبحث الثاني

خصائص جودة المعلومات المحاسبية

ان اهداف المحاسبة و عملية الابلاغ المالي Objectives of accounting & financial reporting تتمثل في توفير المعلومات المحاسبية المفيدة usefulness accounting information لمقابلة الاغراض المختلفة لمستخدمي القوائم المالية financial statement users الذين يتخذون قرارات مختلفة سواء كانت داخل الوحدة الاقتصادية ام خارجها . ولجل ان تكون المعلومات المحاسبية مفيدة في تلبية الاحتياجات الضرورية لمستخدمي القوائم المالية فلا بد من توافر مجموعة من الخصائص النوعية qualitative characteristics في المعلومات المحاسبية

١-١: مفهوم جودة المعلومات المحاسبية

تمثل جودة المعلومات المحاسبية مقياسا يمكن من خلاله الحكم على مدى تحقيق اهداف الابلاغ المالي في الوحدات الاقتصادية، وكذلك للمفاضلة بين الطرق المحاسبية المتعلقة بقياس المعلومات المحاسبية و الافصاح عنها في التقارير المالية مما يمكن من اختيار المعلومات ذات فائدة لمساعدة متخذي القرارات ، اي ان المعلومات الجيدة هي تلك المعلومات الاكثر افادة في مجال ترشيد القرارات (الشيرازي ، ١٩٩٠ : ١٤٤) .

ان جودة المعلومات المحاسبية عرفت بانها الدقة accuracy لكن عددا من البحوث تشير الى تعريف جودة المعلومات المحاسبية خارج نطاق الدقة فهي بصورة عامة ذات ابعاد متعددة و بشكل عام يمكن ان تعرف جودة المعلومات المحاسبية بانها "صلاحية المعلومات للاستخدام من قبل مستخدمي المعلومات " (Hang Jaing , 2003: 15) و يمكن القول انه ليس هناك تعريف متفق عليه فكل طرف من مستخدمي للمعلومات المحاسبية ينظر الى جودة المعلومات المحاسبية بحسب احتياجاته من المعلومات

١-٢: العوامل المؤثرة في جودة المعلومات المحاسبية

يمكن توضيح العوامل المؤثرة في جودة المعلومات المحاسبية في ما يلي (المجهلي ، ٢٠٠٩ : ٦٤-٧٢):

اولا : العوامل البيئية (البيئة المحاسبية) : فالمحاسبة و غيرها من النظم والانشطة الاجتماعية هي نتاج بيئتها ، ان اهم العوامل البيئية التي تؤثر على جودة المعلومات المحاسبية ما يلي :

١- العوامل الاقتصادية

٢- العوامل السياسية

٣- العوامل الاجتماعية

٤- العوامل القانونية

٥ - العوامل الثقافية

ثانيا : العوامل المتعلقة بالمعلومات : تتأثر جودة المعلومات المحاسبية بمدى توافر عدد من الخصائص و الصفات للحكم على مدى منفعتها في اتخاذ القرارات . ولقد صدرت قائمة المفاهيم SFAC NO.2 التي اصدرها عام ١٩٨٠ مجلس معايير المحاسبة المالية الامريكي FASB و التي تم تعديلها باصدار قائمة المفاهيم SFAC NO .8 عام ٢٠١٠ .

ومن العوامل المتعلقة بالمعلومات المحاسبية في الوقت الحاضر استخدام الحاسوب في ادخال و تحليل و معالجة و عرض المعلومات و كذلك الانتشار الواسع و السريع للانترنت و هذا ما كان له اثر كبير في خفض كلفة المعلومات والحصول عليها و زيادة كمية المعلومات المالية و اتاحة المعلومات المحاسبية للمستخدمين في الوقت المناسب و توفير قاعدة بيانات اعمال للمستخدمين تمكنهم من مراقبة نتائج اعمال الوحدة الاقتصادية و اجراء المقارنة (الجبري ، ٢٠٠٢ : ٨٨)

٢-١ : الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية

لقد بذلت جهود كبيرة من اجل تحديد مجموعة الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية لعل اولها هو ما قامت به جمعية المحاسبة الامريكية American accounting association (AAA) عام ١٩٦٦ . اما المساهمة الابرز و الاوسع و الاكثر شمولا و التي حظيت باهتمام كثير من الكتاب و الباحثين هم ما قام به مجلس معايير المحاسبة المالية الامريكي FASB الذي اصدر قائمة المفاهيم SFAC NO 2 . عام ١٩٨٠ بعنوان "الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية Qualitative characteristic of accounting information" وقد قدم المجلس شكلا هيكليلاً لهذه الخصائص و هو كالتالي :

١-٢-١ : خصائص مستخدمي المعلومات المحاسبية :

ان مستوى جودة المعلومات المحاسبية لا يعتمد فقط على الخصائص الذاتية لهذه المعلومات و انما ايضا على خصائص تتعلق بمتخذي القرارات ففائدة المعلومات لمتخذي القرار تعتمد على عوامل عديدة منها طبيعة النموذج القراري المستخدم و طبيعة و مصادر المعلومات التي يحتاجها و مقدار و نوعية المعلومات السابقة المتوفرة لديه و مقدرة متخذ القرار على تحليل المعلومات و مستوى الفهم و الادراك لديه و هكذا (الشيرازي ، ١٩٩٠ : ١٩٥) .

٢-٢-١ : الخصائص النوعية الأساسية والتعزيزية fundamental & enhanced qualitative characteristics

بحسب التعديل الذي أحدثه FASB على الهيكل الهرمي للخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية فإنه بالإمكان توضيح الهيكل الهرمي المعدل للخصائص النوعية كالتالي :

اولا : الخصائص الأساسية fundamental characteristics

حدد الاطار المفاهيمي للمحاسبة المالية المعدل الذي اصدره مجلس معايير المحاسبة المالية FASB سنة ٢٠١٠ خاصيتين اساسيتين لجودة المعلومات المحاسبية و هما :

١- الملاءمة : relevance

المعلومات الملائمة هي التي تتمتع بخاصية القدرة على التنبؤ بالأحداث المستقبلية وانها على صلة بالقرار الذي سيتم اتخاذه من خلال تمكين المستخدمين من تقييم الاحداث الماضية والحالية والمستقبلية وتصحيح ما تم تقييمه طالما أن للمعلومات القدرة على التأثير في القرارات (الجعرات ، ٢٠٠٨ : ٥١) ولأن المعلومات المفيدة لقرار ما اذا كان بإمكانها ان تخفض درجة عدم التأكد ، أي ان يكون للمعلومات قيمة تنبؤية للتنبؤ بنتائج النشاطات المستقبلية وعليه لتحقيق خاصية الملائمة فينبغي للمعلومات المحاسبية. ان تكون ذات علاقة معا ومفيدة للقرار التي صممت لأجل تسهيله او النتيجة التي يفضل للمعلومة ان تولدها . ولأجل ان تكون المعلومات المحاسبية ملائمة فلا بد ان تتوفر فيها ثلاث خصائص فرعية هي : (FASB , SFAC , NO.8:

أ- القيمة التنبؤية predictive value : ان المعلومات المحاسبية ستكون مفيدة للقرار فيما اذا كانت تساعد على التنبؤ بما يمكن حدوثه في المستقبل ، ان القياس الذي يتمتع بالقدرة التنبؤية الاكبر بقدر تعلق الامر بحدث معين ينبغي اعتباره الطريقة الافضل لذلك الغرض ، بمعنى انه ينبغي تقييم المعلومات المحاسبية في القوائم المالية في ضوء الغرض او الهدف او الاستخدام ، لان التنبؤ خاصية ملازمة جدا لعملية اتخاذ القرار (بلخا وي ، ٢٠٠٩ : ٢٠)

القيمة التأكيدية : تمثل القيمة التوكيدية احد عناصر نظم المعلومات وهي ما يطلق عليها العوائد المخرجات (التي يعاد ضخها لتطوير وتصحيح مساراته ، ان المعلومات لها القدرة على عمل القرارات بواسطة تحسين قدرة متخذي القرار في التنبؤ وتأكيده ، او تصحيح توقعاتهم السابقة عن طريق المعرفة بالأحداث السابقة للتنبؤ المستقبلي للأحداث المشابهة ، فالمعلومات تكون ملائمة اذا كانت قادرة على تخفيض عدم التأكد

الاهمية النسبية (المادية) : هي خاصية حاکمة لكافة الخصائص النوعية ويعتمد تطبيقها على اعتبارات كمية او نوعية او على خليط منهما معا ، وتدور الاعتبارات الكمية حول التساؤل التالي : هل البند كبير لدرجة انه يؤثر على اتجاه القرار الذي يتوصل اليه مستخدمو التقارير المالية ؟ ويتم تحديد مقدار البند بصورة نسبية اي منسوبها الى المستوى الذي يعتبر عاديا او منسوبها الى بند اخر او مجموعة من البنود ذات الصلة.

٢- خاصية العرض الصادق :

ان التمثيل الصادق هو العنصر الاكثر اهمية ويتعلق بمسألة التماثل او التطابق بين قياس او وصف ما والحدث او الشيء الاقتصادي الذي يدعى القياس او Correspondence الوصف على انه يمثل ، ويشير الى التناظر بين المعلومات المحاسبية والاحداث التي تستهدف من ان هذه المعلومات المعروضة ان تمثل ، واذا كانت نتيجة القياس تمثل او تصور ما تنوي ان تمثل او تصوره حقيقة فالقياس في هذه الحالة يخلو من التحيز في القياس ويخلو من تحيز من يقوم بعملية تقديم خدمة القياس. (بلخاوي، ٢٠٠٩ : ٢٥٧) و تدرج تحت خاصية العرض الصادق ثلاث خصائص فرعية هي :

أ- الاكتمال : و يقصد بالاكتمال احتواء التقرير المالي كافة المعلومات الضرورية التي يكون اخفاؤها او اي نقص بها سببا في تضليل للمستخدمين في فهم تلك المعلومات (FASB, SFAC , NO.8 : 18)
ب- الحيادية : ان مفهوم الحيادية يعني انه لا يمكن انتقاء المعلومات المحاسبية بشكل يتضمن تفضيل احد الاطراف المستفيدة منها على الأخرى ، اذ ان المعلومات الحقيقية والصادقة ينبغي ان تمثل محل الاهتمام الاول لمعدي القوائم المالية (كيسو وويجانت ، ١٩٩٩ : ٧١)

ت-الخلو من الاخطاء : ان من الممكن القول المعلومات المحاسبية تتسم بالمصادقية بقدر خلوها من الخطأ والتحيز وعرضها بصورة صادقة ، وتعتبر خاصية ضرورية لهؤلاء الافراد الذين لا يتوافر لديهم الوقت او الخبرة اللازمة لتقييم المحتوى الفعلي للمعلومات المحاسبية (كيسو وويجانت ، ١٩٩٩ : ٧٠) وبذلك فان المعلومات المحاسبية تمتلك خاصية الموثوقية اذا كانت خالية من الاخطاء الهامة والتحيز ويمكن الاعتماد عليها كمعلومات تعبر بصدق عما يقصد ان تعبر عنه او من المتوقع ان تعبر عنه بشكل مقبول

ث-ثانيا : الخصائص التعزيزية Enhanced characteristics

١-قابلية المقارنة : تعني المقارنة أن المعلومات المحاسبية للمؤسسة يتم إعدادها بطريقة تمكن من مقارنتها بمعلومات مؤسسات أخرى لنفس الفترة، كذلك ينبغي أن تكون متناسقة مع معلومات مماثلة لنفس الشركة لفترات سابقة حيث تزيد منفعة المعلومات الخاصة بالمؤسسة عند إمكانية مقارنتها مع المعلومات المماثلة في المؤسسة نفسها أو مع المؤسسات الأخرى. لهذا فإن أهم ما تتضمنه خاصية

القابلية للمقارنة هي إعلام المستخدمين عن السياسات المحاسبية المستخدمة في المؤسسة وتحديد الاختلافات بينها للعمليات المالية المتشابهة والاحداث الاخرى من فترة لاخرى، لهذا فإن الامتثال للمعايير المحاسبية الدولية بما في ذلك الإفصاح عن السياسات المحاسبية المستخدمة من قبل المؤسسة يساعد في تحقيق القابلية للمقارنة

٢- **قابلية التحقق** : يتحقق هذا المفهوم عندما تحدث درجة عالية من الاتفاق بين عدد من الاف ا رد القائمين بالقياس والذين يستخدمون نفس طريقة القياس ، فاذا وصلت اطراف خارجية باستخدام نفس طريقة القياس الى نتائج مختلفة فإن القوائم المالية تكون غير قابلة للتحقق منها ولا يمكن للمدققين ابداء ال ا ري فيها وتسمح هذه الخاصية للأف ا رد المؤهلين الذين يعملون بشكل مستقل بعضهم البعض بتطوير قياسات او نتائج متشابهة من خلال تحليل نفس الدليل او البيانات او السجلات فهي اذن تعني اجماع وخلو القياس من سمة التحيز (كيسو وويجانت ، ١٩٩٩ : ٧٠)

٣- **التوقيت المناسب** : يقصد بخاصية التوقيت المناسب توفير المعلومات في حينها فمن البديهي أنه إذا لم تتوفر المعلومات عند الحاجة إليها فلن يكون لها تأثير على الحدث أو القرار لذلك وجب توفيرها في الوقت المطلوب للوصول إلى قرار مألئم، أي توافر المعلومات لدى متخذ القرار قبل أن تفقد قدرتها في التأثير على القرارات، إن عدم توفر المعلومات عند الحاجة إليها يفقدها عنصر الملائمة

٤- **القابلية للفهم** : حتى تكون المعلومات مفيدة لمستخدميها يجب احتوائها على حلقة ربط بين المستخدمين والقرارات التي يتخذونها، وتتمثل هذه الحلقة في القابلية للفهم وهي إحدى خصائص المعلومات التي تسمح للمستخدمين ذوي القدر المعقول من المعرفة المحاسبية بإدراك مغزى تلك المعلومات، لذلك فمهما كان التقرير على درجة عالية من الجودة الا أنه في غياب عنصر القابلية للفهم يكون عديم النفع للمستخدمين الذين لا يفهمونه

المبحث الثالث

نتائج التحليل واختبار الفرضيات

(٢-٣) وصف متغيرات الدراسة.

سيتم التطرق في هذا الجزء إلى خصائص عينة الدراسة من حيث: المصرف، طبيعة العمل، الجنس، المؤهل العلمي، العمر، سنوات الخبرة. ويظهر الجدول (1) تلك الخصائص.

جدول (1)

وصف أفراد عينة الدراسة

المتغير	المستوى	التكرار	النسب المئوية
المصرف	الرشيد	23	23%
	الرافدين	19	19%
	العقاري	27	27%
	المتحد للاستثمار	21	21%
	الزراعي	10	10%
الجنس	ذكور	80	80%
	إناث	20	20%
المؤهل العلمي	دبلوم	33	33%
	بكالوريوس	39	39%
	ماجستير	23	23%
	دكتوراه	5	5%
الفئة العمرية بالسنوات	أقل من ٢٠ سنة	5	5%
	سنة ٢٠-٢٥	16	16%
	سنة ٢٦-٣٠	13	13%
	سنة ٣١-٣٥	29	29%
	سنة ٣٦-٤٠	22	22%
	41 سنة فأكثر	15	15%
الخبرة	أقل من 5 سنوات	10	9.9%
	من 6 - 10 سنوات	17	17%
	من 11 - 15 سنة	52	52%
	16 سنة فأكثر	22	22%

وللتعرف إلى أثر التجارة الالكترونية في تحسين جودة نظم المعلومات المحاسبية في بعض مصارف محافظة الانبار، استعان الباحثون بكل من المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ودرجة أهمية الفقرة ومستوى الموافقة.

جدول (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب مستوى الأهمية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن دور التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الأساسية للمعلومات المحاسبية في المصارف المستهدفة

الرقم	الفرقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة
1	أن تفعيل التجارة الالكترونية مع نظم المعلومات المحاسبية يؤدي الى أضعاف وتعزيز خاصية الملازمة بالمعلومات المحاسبية	3.82	0.82	1
2	ان تفعيل التجارة الالكترونية مع نظم المعلومات المحاسبية يؤدي الى عرض صادق للمعلومات المحاسبية	3.68	0.83	3
3	يؤدي ادخال التجارة الالكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الى توفير معلومات يمكن أن تؤثر في قرارات المستخدمين	3.71	1.69	2
4	ان تفعيل التجارة الالكترونية في النظام المحاسبي سيؤدي الى تقليل الأخطاء في عمليات ادخال البيانات بصورة عامة والمحاسبة بصورة خاصة	3.27	0.66	6
5	يؤدي تفعيل التجارة الالكترونية ونظم المعلومات المحاسبية معاً الى ادخال البيانات بسرعة ودقة	3.53	1.80	4
6	تساهم التجارة الالكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الى ادخال بيانات تساهم في سرعة اتخاذ القرارات عند المستخدمين	3.27	0.68	7
7	ان تفعيل نظم المعلومات المحاسبية في التجارة الالكترونية في تحسين ثقة المستخدمين بالمعلومات المحاسبية	3.40	0.53	5
النتيجة الكلية		3.53	0.71	متوسط

دور التجارة الالكترونية في تعزيز الخصائص الأساسية للمعلومات المحاسبية

يتبين من الجدول رقم (٢) وعلى مستوى الفقرات قد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة (1) التي تشير بأن " تفعيل التجارة الالكترونية مع نظم المعلومات المحاسبية يؤدي الى أضعاف وتعزيز خاصية الملاءمة بالمعلومات المحاسبية " (3.82) وكان الانحراف المعياري لها (0.82) ويعني ذلك أن المعلومات التي توفرها نظم المعلومات المحاسبية للتجارة الالكترونية تساعد مستخدمي المعلومات المحاسبية في اتخاذ القرارات الاقتصادية لما لهذه المعلومات من تأثير في اتخاذ تلك القرارات . وجاء في المرتبة الثانية السؤال الثالث والمتضمن (يؤدي ادخال التجارة الالكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الى توفير معلومات يمكن أن تؤثر في قرارات المستخدمين) وهذا تعزيز لأجابة الفقرة الأولى حيث يؤكد على وجود تأثير للتجارة الالكترونية في تعزيز نظم المعلومات المحاسبية حيث بلغ بمتوسط حسابي (3.68) وبانحراف معياري (0.83)، أما في المرتبة الثالثة فقد جاء السؤال الثاني والمتضمن (ان تفعيل التجارة الالكترونية مع نظم المعلومات المحاسبية يؤدي الى عرض صادق للمعلومات المحاسبية) وهذا يدل على وجود دور للتجارة الالكترونية في تعزيز خاصية العرض الصادق للمعلومات المحاسبية حيث بلغ بمتوسط حسابي (3.71) وبانحراف معياري (1.69) . اما في المرتبة الرابعة فقد جاء السؤال السادس والذي يتضمن (يؤدي تفعيل التجارة الالكترونية ونظم المعلومات المحاسبية معاً الى ادخال البيانات بسرعة ودقة) بمتوسط حسابي (3.27) وبانحراف معياري (0.66) وهذا يدل على أن استخدام التجارة الالكترونية تساعد في سرعة ادخال البيانات وبدقة عالية مما يضيف سهولة و دقة في معالجة المعلومات لاجراض اتخاذ القرارات . أما السؤال السابع فقد أحتل المرتبة الخامسة والمتضمن (ان تفعيل نظم المعلومات المحاسبية في التجارة الالكترونية في تحسين ثقة المستخدمين بالمعلومات المحاسبية) بوسط حسابي (3.40) وبانحراف معياري (0.53) وهذا يؤكد العلاقة الطردية ما بين التجارة الالكترونية وجودة المعلومات المحاسبية والتي تساعد المنظمة في حال تفعيلها في زيادة ثقة المستخدمين بالمعلومات المحاسبية، أما السؤال الرابع فقد جاءت بالمرتبة السادسة والتي تتضمن (ان تفعيل التجارة الالكترونية في النظام المحاسبي سيؤدي الى تقليل الأخطاء في عمليات ادخال البيانات بصورة عامة والمحاسبة بصورة خاصة) حيث بلغ الانحراف المعياري لتلك الفقرة (3.27) وبوسط حسابي (0.66) وبدرجة محايد وبعد اجراء الاختبار الاستدلالي (T) المحسوبة كان اتجاه العينة نحو المحاييد ولكن بعد اجراء اختبار (T.Test) تبين بأن الفرضية اقرب الى الموافق وذلك بسبب اعتقاد عينة البحث أن استخدام التجارة الالكترونية والسرعة في ادخال البيانات قد يؤدي الى حدوث عدد من الأخطاء في عمليات الادخال والمعالجة للبيانات، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (٦) والتي تشير أن " التجارة الالكترونية تلعب دورا مهما بنظم المعلومات المحاسبية في ادخال بيانات تساهم في سرعة اتخاذ القرارات عند المستخدمين " حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.27) وبانحراف معياري (0.68) ويعزى هذا الى الاعتقاد بوجود عدد من الأخطاء الواقعة بسبب السرعة في عمليات ادخال البيانات.

أما بخصوص الفرضية الرئيسة والمتضمنة (دور التجارة الإلكترونية في تعزيز الخصائص الأساسية للمعلومات المحاسبية في المصارف) وعلى ضوء الفقرات اعلاه فقد بلغت وسطاً حسابياً عاماً بلغ (3.53) وبانحراف معياري (0.71) وبعد استخدام أخبار (T-test) تبين أنها بمستوى موافق وعلى أساس هذه النتائج ترفض الفرضية الصفرية وتؤكد بأن هنالك دور للتجارة الإلكترونية في تدعيم الخصائص الأساسية لنظم المعلومات المحاسبية.

جدول رقم (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب مستوى الأهمية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن أثر استخدام التجارة الإلكترونية على الخصائص الفرعية للمعلومات المحاسبية في المصارف المستهدفة

المجال	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة
أثر استخدام التجارة الإلكترونية على الخصائص الفرعية للمعلومات المحاسبية	1	تساعد التجارة الإلكترونية بتفعيلها مع نظم المعلومات في زيادة القيمة التنبؤية للمعلومات المحاسبية	3.34	0.65	1
	2	تساعد التجارة الإلكترونية في تعزيز خاصية القيمة التوكيدية للمعلومات المحاسبية	2.85	0.72	5
	3	تساعد التجارة الإلكترونية في إبراز خاصية الأهمية النسبية للمعلومات المحاسبية	2.89	0.73	4
	4	يمكن لمستخدمي المعلومات المحاسبية معرفة مدى صواب أو خطأ قراراتهم السابقة	2.58	0.69	7
	5	تساعد على توفير معلومات محاسبية تتصف بالاكتمال	2.90	0.43	3
	6	تساعد التجارة الإلكترونية بتفعيلها مع نظم المعلومات في توفير معلومات محاسبية للمستخدمين بشكل حيادي	2.73	0.75	6
	7	إن تفعيل التجارة الإلكترونية مع نظم المعلومات المحاسبية ستوفر معلومات محاسبية خالية من الأخطاء	3.95	0.78	2
	النتيجة الكلية		2.89	0.68	محايد

يتبين من الجدول رقم (3) على مستوى الفقرات فقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة (1) والتي تشير إلى أن (التجارة الإلكترونية تساعد بتفعيلها مع نظم المعلومات في زيادة القيمة التنبؤية للمعلومات المحاسبية)

بمتوسط حسابي (3.34) وكان الانحراف المعياري لها (0.65) وهذا يدل وبحسب نظر الباحثون بأن المعلومات المحاسبية المرتبطة بالتجارة الالكترونية تساعد المستخدمين على التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل، أما السؤال السابع فقد جاء بالمرتبة الثانية والمتضمنة (ان تفعيل التجارة الالكترونية مع نظم المعلومات المحاسبية ستوفر معلومات محاسبية خالية من الاخطاء) وبمتوسط حسابي (3.95) وبانحراف معياري (0.78) ومستوى موافقة محايد وبعد اختبار (T-Test) تبين أنها اقرب الى الموافق وهذا ناتج بسبب اعتقاد عينة الدراسة الى قلة الخبرة في مجال التجارة الالكترونية والذي يؤدي الى حدوث أخطاء في عمليات ادخال البيانات وهذا ينعكس على معالجة البيانات وبالتالي نتائج معلومات محاسبية خاطئة، اما في المرتبة الثالثة فقد جاء السؤال الخامس والمتضمن (تساعد على توفير معلومات محاسبية تتصف بالأكتمال) بمتوسط حسابي (2.90) وبانحراف معياري (0.43) وبمستوى موافق محايد وبعد اختبار (T-test) فكانت محايد اقرب الى الموافق وربما يرجع ذلك الى اعتقاد عينة البحث ان ادخال البيانات الكترونيا ومعالجتها قد تتضمن نقص او اخفاء معلومات يحتاجها المستخدمون وذلك نتيجة السرعة ، أما السؤال الثالث والمتضمن (تساعد التجارة الالكترونية في ابراز خاصية الأهمية النسبية للمعلومات المحاسبية) فقد جاء بالمرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي (2.89) وانحراف معياري (0.73) وبمستوى موافق محايد وبعد اختبار (T-test) فكانت محايد اقرب الى الموافق ويفسر ذلك بأن الأهمية النسبية للمعلومات المحاسبية لا تعتمد على التجارة الالكترونية بشكل خاص وانما على نوعية وطبيعة المعلومة المحاسبية بحد ذاتها، أما السؤال الثاني والمتضمن (تساعد التجارة الالكترونية في تعزيز خاصية القيمة التوكيدية للمعلومات المحاسبية) فقد جاء بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي قد بلغ (٢.٨٥) وبانحراف معياري (٠.٧٢) وبمستوى موافق محايد وبعد اختبار (T-test) فكانت محايد اقرب الى الموافق ويعزى سبب ذلك الى ان المعلومات المحاسبية المتعلقة بالتجارة الالكترونية لا توفر قيمة توكيدية بتأكيد او تصحيح القرارات السابقة، اما في المرتبة السادسة فقد جاءت الفقرة رقم ستة والمتضمنة (تساعد التجارة الالكترونية بتفعيلها مع نظم المعلومات في توفير معلومات محاسبية للمستخدمين بشكل حيادي) حيث كانت النتيجة بمستوى محايد وبعد اختبار (T-test) فكانت محايد اقرب الى لا أوافق وربما يعود سبب ذلك الى حداثة استخدام التجارة الالكترونية حيث يستنتج الاعتقاد لدى عينة البحث بأن المعلومات المحاسبية لا يتم توفيرها بشكل حيادي لاسباب عدة منها قلة الخبرة لدى العاملين باستخدام وسائل الاتصالات الحديثة فهم يعتقدون بأن فئة معينة من المستخدمين لها القدرة في الوصول الى المعلومات التي يريدونها دون غيرهم، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (4) والتي تشير إلى (يمكن لمستخدمي المعلومات المحاسبية معرفة مدى صواب أو خطأ قراراتهم السابقة) وبمستوى غير موافق ويعمل سبب ذلك لاعتقاد الى أن المعلومات المحاسبية المتعلقة بالتجارة الالكترونية لا توفر قيم توكيدية تتعلق بتصحيح وتأكيد القرارات السابقة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (2.58) وبانحراف معياري (0.69).

وبناءً على نتائج الفقرات أعلاه فإن الفرضية الصفرية المتعلقة بـ أثر استخدام التجارة الإلكترونية على الخصائص الفرعية للمعلومات المحاسبية في المصارف المستهدفة قد حقق وسطاً حسابياً عاماً بلغ (2.89) وبانحراف معياري عام (0.68) حيث كان مستوى الموافقة محايداً وعند استخدام (t-test) تم قبول الفرضية الصفرية التي تؤكد على عدم وجود دور للتجارة الإلكترونية في تعزيز الخصائص الفرعية للمعلومات المحاسبية ويعزى سبب ذلك إلى أن مستوى توفر الخصائص الفرعية للمعلومات المحاسبية لا يعتمد بشكل أساسي على طريقة معالجة البيانات المحاسبية وإنما يعتمد بدرجة كبيرة على الخبرة السابقة للمستخدمين ومستوى فهم المعلومات المحاسبية وطبيعة العمليات.

جدول (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية و الترتيب مستوى الأهمية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن أثر استخدام التجارة الإلكترونية على الخصائص التعزيزية للمعلومات المحاسبية

المجال	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة
أثر استخدام التجارة الإلكترونية على الخصائص التعزيزية	1	ان تفعيل التجارة الإلكترونية سيؤدي إلى مقارنة أفضل لأداء المصرف من سنة إلى أخرى	3.23	0.69	1
	2	تساعد التجارة الإلكترونية على إمكانية المقارنة بين المصارف	3.19	0.74	4
	3	تمكن التجارة الإلكترونية من إمكانية التحقق من المعلومات المحاسبية التي ينتجها نظام المعلومات المحاسبي	3.06	0.74	5
	4	أن مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية تتميز بالقابلية على الفهم من قبل المستخدمين	3.32	0.54	2
	5	تساعد التجارة الإلكترونية على إيصال مخرجات نظم المعلومات المحاسبية بالتوقيت المناسب للمستخدمين	3.58	0.78	1
الكلية			3.28	0.70	محايد

يتبين من الجدول رقم (٤) على مستوى الفقرات فقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة (٥) التي تشير إلى إن التجارة الإلكترونية تساعد على إيصال مخرجات نظم المعلومات المحاسبية بالتوقيت المناسب للمستخدمين بمتوسط حسابي (3.58) حيث كان الانحراف المعياري لها (0.78) وبمستوى موافق وهذا يدل على دور التجارة الإلكترونية في اتدعيم السرعة في انجاز العمليات ومعالجة البيانات وبالتالي انعكس هذا على سرعة

إيصال المعلومات الى المستخدمين والمصرف كلا على حدٍ سواء. أما في المرتبة الثانية فقد جاء السؤال الرابع والذي نصه (أن مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الالكترونية تتميز بالقابلية على الفهم من قبل المستخدمين) حيث بلغ متوسطه الحسابي (3.32) وبأنحراف معياري (0.54) وكان مستوى الموافقة هو محايد وعند اختبار (T.test) تبين أن الإجابة بتجاه الموافقة ويفسر ذلك بسبب الى أن عينة البحث يعتقدون أن قابلية المعلومات المحاسبية على الفهم تعتمد على مستوى التعليم إضافة الى الخبرة السابقة وبنفس الوقت أن طبيعة عملهم في ظل التجارة الالكترونية ستساعدهم في تعزيز قابلية الفهم وبصورة اكبر لدى المستخدمين. وجاء في المرتبة الثالثة السؤال الأول والمتضمن (ان تفعيل التجارة الالكترونية سيؤدي الى مقارنة أفضل لأداء المصرف من سنة الى أخرى) وبمتوسط حسابي (3.23) وبأنحراف معياري (0.69) وكان مستوى الإجابة محايد وعند اختبار (T-Test) فكانت الإجابات باتجاه الأيجاب ويعلل سبب ذلك الى أن إجراء عملية المقارنة لأداء الشركة من سنة الى أخرى لا تعتمد على أساليب معالجة البيانات أكانت الكترونية أم تقليدية، وفي نفس الوقت فأن تفعيل التجارة الالكترونية ستعرض معلومات بصورة اسرع وبسهولة أكبر وبالتالي ستسمح بإجراء مقارنة أفضل للمصرف من سنة لأخرى، اما السؤال الثاني والمتضمن (أن مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الالكترونية تتميز بالقابلية على الفهم من قبل المستخدمين) فقد جاء في المرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي (3.19) وبأنحراف معياري (0.74) وبمستوى موافقة محايد وعند إجراء اختبار (T-test) تبين اتجاه المحاييد بتجاه الأيجاب (موافق) ويعود ذلك أن أمكانية المقارنة بين الشركات في ظل التجارة الالكترونية ستكون أكثر صعوبة بسبب اختلاف المعالجات المحاسبية للعمليات ولكن في حال معالجة توحيد المعالجات للعمليات فأن المقارنة ستكون بشكل أفضل. وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (3) والتي تشير إلى (إن التجارة الالكترونية تعزز من أمكانية التحقق من المعلومات المحاسبية التي ينتجها نظام المعلومات المحاسبية) حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (3.06) وبانحراف معياري (0.74) وبمستوى موافقة محايد وعند إجراء اختبار (T-test) تبين أن اتجاه المحاييد بتجاه الموافق ويعزى سبب ذلك الى أن المستخدمين يعتقدون أن المعلومات التي ينتجها النظام المحاسبي في ظل التجارة الالكترونية لا يمكن التحقق من صحتها وفي نفس الوقت فأن المعالجة الالكترونية للبيانات المحاسبية تعطي درجة من الثقة لدى المستخدمين بأن المعلومات المحاسبية الصحيحة..

أما الفرضية الرئيسة والمتمثلة بأثر استخدام التجارة الالكترونية على الخصائص التعزيزية للمعلومات المحاسبية قد حققت وسطاً حسابياً عاماً بلغ (3.28) وبانحراف معياري عام (0.70) وبمستوى أجابة محايد وعند اختبار (T-test) فكانت الإجابة اقرب الى الايجاب وبذلك تنفي الفرضية الصفريية والتي مفادها أنه لا دور للتجارة الالكترونية في توفير الخصائص التعزيزية للمعلومات المحاسبية ويعود ذلك الى اعتقاد

المستخدمين ان المعلومات التي توفرها النظم المحاسبية للتجارة الالكترونية تحتوي على درجة معينة من تلك الخصائص التعزيزية .

الاستنتاجات :

- ١- ان تطبيق التجارة الالكترونية يعتبر ممكنا في حالة توفر البيئة التقنية المناسبة .
- ٢- ان المعلومات التي توفرها النظم المحاسبية للتجارة الالكترونية تعتبر ذات جودة بالنسبة لمتخذي القرارات .
- ٣- توفر نظم التجارة الالكترونية معلومات ملائمة لمتخذي القرارات ويمكن لتلك المعلومات التأثير على تلك القرارات .
- ٤- ان تطبيق التجارة الالكترونية يوفر سهولة اوصول المعلومات الى المستخدمين وبالتالي يوفر عدالة في توزيع المعلومات المحاسبية و في وصول المستخدمين للمعلومات التي يحتاجونها .
- ٥- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق التجارة الالكترونية ودرجة الجودة في المعلومات المحاسبية التي توفرها نظم التجارة الالكترونية

التوصيات :

- ١- تعزيز البيئة التقنية وتوفير الظروف المناسبة لتطبيق التجارة الالكترونية لانها تمثل الوجه الاحدث لعمليات التبادل على مستوى العالم
- ٢- فتح مجالات تطبيق التجارة الالكترونية على مستوى المصارف والمؤسسات التجارية الاخرى
- ٣- تنقيف مستخدمي القوائم المالية على التعامل مع نظم التجارة الالكترونية والاستفادة من المعلومات المحاسبية التي توفرها لغرض اتخاذ القرارات .

المصادر:

المصادر العربية:

- ١- أمين، ساكار ظاهر عمر (الأطار المفاهيمي للمحاسبة في ظل بيئة التجارة الالكترونية) مجلة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (٢) العدد (١)، ٢٠١٢.
- ٢- الجبوري ، أسماء سلمان ، " مدى كفاءة التقارير المالية الحالية في الإبلاغ عن أداء الوحدات الاقتصادية " ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٢ .
- ٣- الحياي، صدام محمد محمود و حسين، سطم صالح و الكسب، علي أبراهيم حسين (أثر التجارة الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية) مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية/ المجلد-٢/ العدد ٣- / ٢٠٠٦:ص١٣٨-١٤٢.
- ٤- دانيال، بنيامين يوحنا(السياحة الالكترونية)، رقم الإيداع (٢٣٨٨) المديرية العامة للمكتبات العامة ، ٢٠١٠.
- ٥- دهمش، سمية (التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر) جامعة منتوري- قسنطينية، رسالة ماجستير، ٢٠١١.
- ٦- دهمش، نعيم والقشي، نعيم (مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية) مجلة أريد للبحوث العلمية، المجلد الثامن، العدد الثاني، جامعة أريد الأهلية.
- ٧- شيرازي ، عباس مهدي ، " نظرية المحاسبة " ، الطبعة الأولى ، ذات السلاسل للطباعة والنشر ، الكويت ، ١٩٩٠ .
- ٨- عبود، سالم محمد و محمد، فائزة عبدالكريم (التجارة الالكترونية وتطبيقاتها في منظمات الأعمال مع الإشارة الى قطاع الاعمال) دار الكتب والوثائق ببغداد ، الطبعة الأولى، ٢٠١٤.
- ٩- علام، رشيد (عوائق تطبيق التجارة الالكترونية في الوطن العربي: دراسة حالة الجزائر) رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي-المملكة المتحدة-بريطانيا، ٢٠١٠.
- ١٠- القشي، ظاهر شاهر (مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الالكترونية) ، أطروحة دكتوراه، جامعة عمال، ٢٠٠٣.
- ١١- المجهلي ، ناصر محمد ، " خصائص المعلومات المحاسبية و أثرها في اتخاذ القرارات " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة باتنة ، الجزائر ، ٢٠٠٩ .

١٢- الهوش، أبو بكر محمود (الحكومة الالكترونية الواقع والأفاق) الطبعة الأولى ، مجموعة النيل العربية ، ٢٠٠٦.

١٣- يحياوي، نعيمة و يوسف، مريم (التجارة الالكترونية وأثارها على أقتصاديات الأعمال العربية) المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية- عدد ٦ ، ٢٠١٧.

المصادر الاجنبية :

- 14- Adel M Qatawneh (The Effect of Electronic Commerce on the Accounting Information System of Jordanian Banks)2012.
- 15- AICPA ، APB ، Opinion No.4 ، " Basic concepts and accounting principles underlying financial statements of business enterprises " ، new York ، 1970 .
- 16- Anjali Gupta (E-commerce: Role Of E-commerce In today's business)International journal of Computing and corporate research ،2014.
- 17- Catherine L. Mann (Electronic Commerce In Developing Countries) Issues for Domestic Policy And WTO Negotiations ،2000،p12.
- 18- FASB ، SFAC NO.8 ، "Conceptual Framework for Financial Reporting " ، 2010 .
- 19- FASB، SFAC، NO.2 ، " Qualitative characteristic of accounting information " ، 1980 .
- 20- Jiang ، Hong ، "Critical success factors for accounting information systems data quality " ، PHD thesis ، University of Southern Queensland ، 2003 .

- 21- Kieso, Donald , et al., " **Intermediate Accounting**" 13th edition , John Wiley and sons Inc, U.S.A, 2010.
- 22- Obaidat , Ahmed N. , " Accounting information Qualitative characteristic gap : evidence from Jordan " , international management review , vol. 3 , No. 2 , 2007 .