

دور التجارة الالكترونية في تطوير المحاسبة

د. بتول محمد نوري

د. سلمى منصور سعد

الجامعة المستنصرية/ كلية الإدارة والاقتصاد

د. منال حسين لفته

الجامعة العراقية/ كلية الإدارة والاقتصاد

المقدمة

إن من أهم سمات عصر العولمة هو زيادة ارتباط الدول مع بعضها في معظم المجالات الاقتصادية والسياسية وحتى الثقافية، وبما أن العلاقات الاقتصادية بين الدول (والتي تعد من أهم هذه المجالات كونها تمثل المحرك الأساس للبلد) في نمو متزايد لأسباب عدة منها تحقيق معظم الدول نمو اقتصادي عالي وخصوصاً في الدول النامية، وازدياد نشاط الشركات الدولية متعددة الجنسيات وأسباب أخرى عديدة، فالتجارة الدولية للسلع والخدمات تعد مظهراً حقيقياً للارتباطات التي تنشأ بين النظم الاقتصادية لدول العالم المختلفة، مما تطلب الأمر استحداث تنظيمات وسياسات معينة للسيطرة على أعمال التجارة الخارجية والمدفوعات الدولية. ويجب أن تكون تلك السياسات مرنة وشاملة بالمستوى المطلوب لغرض التكيف مع التغيرات المستمرة في العلاقات الاقتصادية الدولية. ومن أبرز معالم تلك التغيرات هو التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات، حيث تعد التجارة الإلكترونية ثمرة حقيقية من ثمار هذا التقدم العلمي الكبير.

وشهدت التجارة في الفترة الأخيرة تحولاً سريعاً من الشكل التقليدي إل الشكل الإلكتروني، وقد ساعد على ذلك الانترنت الذي له دور رئيس لتنفيذ أعمال التجارة بشكلها المعاصر، ومن ثم نمو وازدهار التجارة الدولية، حيث اتجهت العديد من المنشآت لإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت لعدة أهداف، أهمها مباشر التجارة الالكترونية العادية (للمنتجات سواء كانت سلعية أو خدمية) التحاسب عنها إلكترونياً. ومن البديهي أن التجارة الالكترونية سيكون لها آثار متعددة على التجارة في الدول المتقدمة والدول النامية، ومن المتوقع تزايد الاعتماد على هذا النوع من التجارة في كثير من المجالات كما سيكون لها آثار إيجابية على دول العالم أجمع.

لقد عملت مهنة المحاسبة ومنذ نشأتها في بيئة تجارية ذات طابع يتسم بالبطء، إذ أن جميع السياسات المحاسبية تم إنشاءها وتطويرها للتعامل مع البيئة التجارية التقليدية التي تستوجب توفر خاصيتي الملاءمة والثقة في المعلومات المحاسبية كي تتال رضا أصحاب المصالح وبالتالي اعتمادها لبناء واتخاذ قراراتهم المستقبلية المتعددة الأغراض، إلا أن ظهور بيئة التجارة الالكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات والتي تتسم بعدة سمات جديدة، مثل التسارع الكبير في تطورها، وهيكلها غير الملموس، وغياب الأمان لأغلب العمليات التجارية التي تتم من خلالها، وكذلك غياب التوثيق المستندي لأغلبها سيكون له أثر دون أدنى شك على النظم المحاسبية، فعمليات الحوسبة أصبحت واسعة الانتشار من خلال هذا النوع من التجارة، الأمر الذي جعل من المعلومات المالية أكثر تعقيداً والتي تستوجب من المحاسبين التكيف ومجازاة الأمور الجديدة، كما يتطلب منهم زيادة معرفتهم في مجال الحاسوب

والإنترنت. فمهنة المحاسبة والتدقيق تواجه في الوقت الحاضر العديد من التحديات، كتكنولوجيا المعلومات، والخصخصة، والتجارة العالمية، وأخلاقيات المهنة، وإدارة المعرفة، فهل السياسات المحاسبية التي أنشأت في ظل البيئة التجارية التقليدية، تصلح لاستخدامها في ظل البيئة التجارية الالكترونية الحديثة أم تتطلب التغيير لمجاراة الأمور المستجدة، وانطلاقاً من كون مهنة المحاسبة والتدقيق تؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل بها، ستقوم الباحثات في هذه الدراسة ببيان ماهية التجارة الالكترونية وأهميتها وأهدافها وأدواتها مع توضيح الفرق بينها وبين التجارة التقليدية، ومن ثم إظهار أثرها على بيئة الأعمال الخاصة بها، وكيف أن البيئة الجديدة لأعمال أحدثت وستحدث تغييرات كبيرة على مهنتي المحاسبة والتدقيق.

منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة البحث

تتلخص مشكلة البحث في بيان الدور الذي تلعبه التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال والتي تتطلب استخدام الحاسوب في الأعمال التجارية والتي تساعد على انجاز الأعمال بسرعة ودقة أكثر من العمل اليدوي ومن ثم الدور الذي تلعبه التجارة الالكترونية في تطوير المحاسبة على الرغم من السلبيات الكثيرة المرافقة للتجارة الالكترونية.

ثانياً: أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من أهمية مهنة المحاسبة، ومن أهمية التجارة الالكترونية، إذ هناك ضرورة في مواكبة المحاسبة للتطورات التي أفرزتها التقنية الحديثة وعلى رأسها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال.

ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث إلى التعرف على التجارة الالكترونية، مع بيان الفرق بين كل من التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية في بيئة الأعمال، مع إبراز الدور المتوقع والمنشود من التجارة الالكترونية في تطوير المهنة المحاسبية.

رابعاً: فرضية البحث

يفترض البحث فرضيتان نحاول إثباتهما أو نفيهما وهما:

- تلعب التجارة الالكترونية دور أساسي في تطوير المهنة المحاسبية.
- ان استخدام الحاسوب في الوحدات الاقتصادية يقلل من الإجراءات الروتينية المعقدة الموجودة في ظل العمل اليدوي.

المبحث الأول ماهية التجارة الالكترونية

أولاً: تعريف التجارة الالكترونية

لقد ظهر مصطلح التجارة الالكترونية E-commerce بعد عام ١٩٩٤، إذ ظهر هذا المصطلح مع اختراع شبكة الانترنت Internet التي غزت العالم بشكل منقطع النظير، فشبكة الانترنت تعد من أهم اختراعات هذا العصر والتي بموجبها تم ربط دول العالم مع بعض بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقاً.

ولغرض التعرف على التجارة الالكترونية لابد من التعرف أولاً على شبكة الانترنت، إذ هناك بعض الخلط بين مفهوم شبكة الانترنت العالمية Internet والشبكة العنكبوتية العالمية (Kenneth & Traver, 2001) WWW (Word Wide Web).

- شبكة الانترنت العالمية Internet: هي عبارة عن شبكة اتصالات عالمية تربط بين ملايين شبكات الاتصال وملايين أجهزة الكمبيوتر بشتى أشكالها وأنواعها.
 - الشبكة العنكبوتية العالمية WWW: وهي إحدى الخدمات المشهورة التي توفرها شبكة الانترنت العالمية والتي تساعد على الدخول إلى مليارات المواقع الموجودة على الشبكة.
- ومما سبق يمكن القول ان مصطلح التجارة الالكترونية يعني استخدام الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بمختلف أشكالها بين الأعمال المختلفة، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد.

وقد تم تعريفها على أنها "المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو شبكات مغلقة والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة" (بلقاسم وعلي، ٢٠٠٢).

كما تم تعريفها "بأنها تصف وتوضح تقد وتطور عمليات الشراء والبيع والتمويل وتبادل المنتجات والخدمات والإعلام عن طريق شبكات الكمبيوتر بما في ذلك الانترنت" (Turban & Viehland, 2004).

أما منظمة التجارة العالمية فعرفت على أنها أحد أنواع التجارة فهي "مجموعة متكاملة من عمليات التسويق والإنتاج والتوزيع والبيع للسلع والخدمات والأفكار باستخدام الوسائل الالكترونية عبر شبكة الانترنت" (أبو فارة، ٢٠٠٢).

وفضلاً عن التعريفات السابقة يوجد تعريفات من قبل جهات عديدة أخرى. لكن يمكن القول أنه لغرض التوصل إلى تعريف واضح للتجارة الالكترونية، لابد من النظر إلى الكلمتين اللتين يتكون منهما مصطلح التجارة الالكترونية فالكلمة الأولى (التجارة) تعبر عن نشاط اقتصادي الذي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات ما بين الأفراد والمنشآت والحكومات وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها، أما الكلمة الثانية (الالكترونية) فتعبر عن مجال أداء النشاط المحدد في الكلمة الأولى فتعبر عن مجال أداء النشاط المحدد في الكلمة الأولى، وعند مزج التعبيرين للكلمتين نجد أن التجارة الالكترونية ما هي إلا أداء لنشاط تجاري باستخدام الوسائط والأساليب الالكترونية ومن أهم تلك الوسائط الالكترونية والتي هي الأكثر انتشاراً في الوقت الحالي هي الانترنت.

فالتجارة الالكترونية بمفهومها الأوسع هي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمنفعة كل النشاطات التي تتعلق بالتجارة، وتشمل جميع العمليات الداخلية في الشركة والعمليات مع العملاء والموردين وكذلك عملية البيع والشراء عبر الوسائل التكنولوجية المناسبة (<http://en.wikipedia.org/wiki/E-business>).

فهي تعد وسيلة متميزة للوصول إلى الأسواق العالمية بسرعة مذهلة وبنفقات قليلة، كما أنها تساعد على توفير فرص وإمكانيات لعرض السلع والخدمات لم تكن موجودة من قبل. فالتقدم المذهل في مجال الحاسبات الآلية وبرامج المعلومات يساعد على ازدهار التجارة الالكترونية بصورة مستمرة. وبالجمله فإن الاهتمام بالتجارة الالكترونية يعد أمراً لازماً لتحقيق ضرورات التنمية الحقيقية ورفع مستوى معيشة الأفراد وبالتالي زيادة الدخل القومي للدول.

وبالتالي يمكن التوصل إلى التعريف التالي للتجارة الالكترونية (فهي نشاط اقتصادي يتم من خلالها تداول السلع والخدمات والمعلومات عبر سوق الكتروني يتواصل فيه أطراف النشاط باستخدام المعلوماتية والمرتبطة بشبكات الاتصالات عن طريق التبادل الالكتروني للبيانات وتخزين المعلومات وباستعمال النمط المستندي الالكتروني بدلاً من النمط الورقي).

ثانياً: أهمية التجارة الالكترونية

تنبع أهمية التجارة الالكترونية من أنها تعد إحدى نتائج اختراعات العصر التي ساعدت في تحقيق أرباح لم يكن من المتوقع تحقيقها سابقاً من خلال التجارة التقليدية، وذلك بسبب انخفاض تكلفة عملية تسويق المنتج، وتجاوز الحدود الدولية بالإضافة إلى تحقيق إيرادات أكبر من تلك التي تحققها

التجارة التقليدية. وأحد الأسباب أيضاً هو التحرر من القيود إذ أن التجارة الالكترونية لم تعد تحتاج إلى الترخيص في دول أجنبية لتتمكن من بيع منتجاتها (Turban,2004).

يمكن القول ان التجارة الالكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقاً بالطرق التقليدية والسبب يعود للأمور التالية:

١. انخفاض التكلفة: كانت عملية التسويق للمنتجات مكلفة جداً في السابق، حيث ان الإعلان عن

المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر الجرائد والوسائل المرئية، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الانترنت وبتكلفة ضئيلة جداً

٢. تجاوز حدود الدولة: في السابق كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط، أما إذا رغبت في

التعامل مع عملاء دوليين كان لابد من تكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد، أما في الوقت الحالي فتستطيع الشركة أن تضمن اطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر، وبالأخص بعد أن دخلت شبكة للانترنت جميع الدول.

٣. التحرر من القيود: في السابق كانت الشركة تحتاج غلى الحصول على ترخيص معين

والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن فلم يعد أي من تلك الإجراءات ضرورياً.

ثالثاً: أهداف التجارة الالكترونية

تهدف التجارة الالكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها (Kenneth,2000):

١. زيادة كفاءة وفاعلية وإنتاجية عمليات الإنتاج والتسويق والبيع في جميع مراحل التخطيط

والتنفيذ والتقييم والرقابة: وتتحقق كفاءة العمليات من خلال تمكين منظمة الأعمال من

القيام بعملياتها المختلفة بأفضل صورة ممكنة. وتتحقق فاعلية عمليات المنظمة من خلال

تمكين المنظمة من تحقيق أفضل مستوى لأهدافها، أما الإنتاجية فتتحقق خلال تعظيم

المخرجات (من سلع وخدمات) من خلال أقل قدر ممكن من المدخلات.

٢. العمل على تخفيض التكاليف: إن استخدام المنظمات لمنهج التجارة الالكترونية يؤدي غلى

تخفيض تكاليف العمليات التشغيلية المالية إلى درجة تساعد هذه المنظمات على تحقيق

ميزة تنافسية.

٣. إنجاز العمليات في أقل وقت ممكن: إن اعتماد منهج التجارة الالكترونية يؤدي إلى تخفيض الوقت اللازم لإنجاز أي عملية تشغيلية أو تسويقية أو بيعية أو مالية، وبذلك فإن الاعتماد على منهج التجارة الالكترونية يؤدي إلى تحقيق التميز من خلال عنصر الزمن والتسليم السريع.
٤. تحقيق اتصال أفضل وأوسع وأسرع بالمشتريين (المستهلكين، الزبائن، المستخدمين): إن شبكة الانترنت توفر للمنظمة وسائل ومنافذ جديدة للاتصال بالمشتري بصورة واسعة جداً وبما أنها شبكة عالمية فيمكن للشركة أن تكسب زبائن من جميع أنحاء العالم مجتازة الحدود الجغرافية والسياسية، وتتمكن من بناء وزيادة حصتها السوقية في الالكترونية بصورة أفضل وأكبر مما هو في واقع التجارة التقليدية. من جانب آخر تستطيع منظمات الأعمال الاتصال بالزبائن والإجابة والرد على رسائلهم وطلباتهم واستفساراتهم بصورة سريعة باستخدام أسلوب البريد الالكتروني والرسائل الالكترونية الأخرى عبر الانترنت.
٥. تمكين منظمة الأعمال من تحقيق الدعم والإسناد المطلوب للمشتريين من خلال الانترنت: إذ إن منهج التجارة الالكترونية يلعب أدواراً مهمة لا يمكن أن تمارس الدقة والأسلوب نفسها باستخدام الوسائل التقليدية، فالتجارة الالكترونية توفر خدمات أفضل في مجالات السيطرة على المخزون. ومن جانب آخر فإن منهج التجارة الالكترونية يقدم خدمات إسناد أفضل فيما يخص تسهيل المعاملات والعقود البيعية والمالية وغيرها.
٦. زيادة مستوى جودة العمليات: فقد أصبحت منظمات الأعمال تتبنى الجودة منهجاً متكاملًا، وقد برز ما يعرف باسم إدارة الجودة الشاملة، وتسعى المنظمات من خلال تبني منهج التجارة الالكترونية إلى تعزيز وتكريس مفهوم إدارة الجودة الشاملة في جميع عمليات المنظمة. وهنا ينبغي مراعاة العلاقة الجدلية بين الجودة والكلفة والإنتاجية، إذ أن منظمة الأعمال تسعى إلى زيادة إنتاجيتها كهدف استراتيجي. وكثير من المنظمات تخطيء في تحقيق هذا الهدف من خلال تركيزها على عنصر المدخلات فقط فتسعى إلى تخفيض تكلفة المدخلات دون تحقيق زيادة حقيقية في مستوى المخرجات.

رابعاً: أدوات التجارة الالكترونية

بفضل الثورة العلمية الهائلة التي حدثت في السنوات الأخيرة ظهرت أدوات متعددة ومتطورة في مجال التجارة الالكترونية، والتي تساعد على تسهيل المعاملات التجارية سواء أكان ذلك على المستوى القومي أم الدولي. ويفضل هذه الأدوات أصبحت توجد معاملات متطورة، إذ تمكنت المشاريع من الاتصال مع بعضها بسهولة بالغة مقللة بذلك إلى حد كبير تكاليف النقل والتحويل وغيرها. كما أن هذه الأدوات المتطورة تساعد كثيراً في عمل الحكومات لا سيما في تقدير الضرائب والرسوم الجمركية وغيرها من الحقوق المستحقة للدولة. وبعض هذه الأدوات معروف من قبل واستخدام منذ زمن طويل مثل التلفون والتلفزيون والفاكس، وبعضها أكثر حداثة وتطوراً مثل أجهزة الحاسوب والشبائيك الالكترونية في البنوك والانترنت. ورغم تعدد الأدوات الرئيسة التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية فإنه يمكن القول بأن هناك ست أدوات رئيسة تعتمد عليها التجارة الالكترونية تتمثل في (عبد الواحد، ٢٠١٠) و (نورتون وسميث، ١٩٩٧):

١. التلفون.

٢. الفاكس.

٣. التلفزيون.

٤. نظم الدفع والتحويل الالكتروني.

٥. الانترنت.

ونوضح فيما يلي طبيعة الدور الذي تؤديه كل أداة في مجال التجارة الالكترونية وذلك على النحو التالي:

١. التلفون:

يعد التلفون من الأدوات المستخدمة منذ زمن طويل ويعد هو الأداة الأكثر استخداماً في مجال التجارة الالكترونية. ويسمح التلفون بعمل دعاية لكثير من السلع والخدمات لا سيما أنه يتمتع بميزة الاستعمال الميسور للكثير من الأفراد. ورغم الأهمية التي يحتلها التلفون في مجال التجارة الالكترونية إلا أنه لا يصلح للاستخدام أحياناً في إتمام المبادلات التي تستلزم تسليم مستندات معينة، مما يحتم الاعتماد على أدوات أخرى مثل الفاكس.

٢. الفاكس:

يعد الفاكس حلاً سريعاً لنقل المستندات، إذ تحل هذه الآلة محل خدمات البريد التقليدية في إمكانية توصيل المستندات بسرعة كبيرة مع الاحتفاظ بالمراسلات التجارية. ويمكن عن طريقه إتمام الكثير من المبادلات والإعلانات وتبادل أوامر الدفع وبعض الصور الخاصة بالمبادلات.

٣. التلفزيون:

يلعب التلفزيون دوراً جوهرياً في مجال التجارة الالكترونية، إذ هناك العديد من المشاهدين يتعرفون على مشترياتهم عبر التلفزيون، وعلى الرغم من أن التلفزيون أكثر انتشاراً من التلفون إلا أنه يعد وسيلة مشاهدة فقط، وأن إتمام الصفقات عن طريقه تحتاج لمراحل متعددة.

٤. نظم الدفع والتحويل الالكتروني:

إن نظم الدفع الالكتروني ودفع النقود عبر الشبائيك الالكترونية في البنوك وبطاقات الائتمان والبطاقات الذكية كلها تشكل جانباً من التجارة الالكترونية، وإن استخدام نظم الدفع الالكتروني في مجال التجارة الالكترونية يساعد على التقدم والازدهار بشكل كبير.

ولا تستخدم نظم الدفع الالكتروني في الإرساء والاستقبال فقط، ولكنها تستخدم حالياً كأدوات رئيسة سواء في التجارة الالكترونية أم التقليدية. والملاحظ في السنوات الأخيرة أن البطاقات الالكترونية أصبحت لها قدرات هائلة على تخزين المعلومات، وبصفة خاصة البطاقات المسماة بالبطاقات الذكية. وأصبحت هذه البطاقات منتشرة بصورة كبيرة في الدول المتقدمة مثل أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية. إذ يشيع الآن استخدام مثل هذه البطاقات في البيع والشراء وهي مزودة بحد أقصى لا يمكن الشراء بعده وذلك حتى تتوفر الثقة في مثل هذه الأدوات.

٥. الانترنت:

وهي عبارة عن شبكة عالمية من الشبكات الحاسوبية المختلفة المتصل بعضها ببعض بواسطة وصلات اتصالات بعيدة. وهذه الشبكة مكونة من منظمات ومؤسسات متنوعة تشمل الدوائر الحكومية والجامعات والشركات التجارية التي قررت السماح للآخرين بالاتصال بحواسيبها

ومشاركتهم المعلومات. ويعود إلى كل منظمة أو مؤسسة أمر تجديد أسس عرض هذه المعلومات، مقابل ذلك يمكن لهذه المؤسسات استعمال معلومات مؤسسات ومنظمات أخرى. ولا يوجد مالك حصري للإنترنت، ويمكن القول أن الجهة المالكة للإنترنت هي العديد من المنظمات الطوعية مثل جمعية الإنترنت أو الفريق الهندسي المساند للإنترنت.

لقد بدأت أهمية الإنترنت في التزايد منذ الستينات حيث بدأ كوسيلة أساسية في الاتصالات، ويرجع الفضل في اكتشافه للعالم Paul Paran عام ١٩٦٢، وفي عام ١٩٦٩ وجدت شبكة باسم (Advanced Research Project Agency Network (ARPANET التي تأسست بين أربع جامعات أمريكية بمساعدة وزارة الدفاع. ومن بعدها شاع استخدام الإنترنت في العالم على نطاق واسع، مما ترتب على ذلك نمو التجارة الإلكترونية وازدهارها.

ويمكن القول أن الإنترنت يلعب دوراً هاماً في مجالات متعددة للتجارة الإلكترونية، فهو يشكل أداة فعالة متعددة الاستخدامات لإتمام العمليات التجارية، إذ أنه يسمح باتمام الكثير من العمليات عبر الشبكة سواء كانت بين المنتجين أم المستهلكين وكذلك بين الدول بعضها البعض الآخر. كما أن استعمال الإنترنت في مجالات معينة يعد رخص من غيره من الوسائل. وفي النهاية تجدر الإشارة إلى أن كل أدوات التجارة الإلكترونية مستمرة في التطور والنمو والازدهار. بعد التطرق إلى المقصود بالتجارة الإلكترونية والأدوات التي تعتمد عليها نرى هناك فوائد يمكن الحصول عليها عند استخدام أساليب التجارة الإلكترونية في مجال التجارة الدولية. إذ أن استخدام أدوات التجارة الإلكترونية يساعد على تحقيق آثار اقتصادية مرغوبة وبالتالي نمو وازدهار التجارة الدولية للسلع والخدمات في صورة الكترونية.

خامساً: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

هناك بعض جوانب الضعف التي تعاني منها التجارة التقليدية والتي استجبت التحول إلى التجارة الإلكترونية ويمكن طرحها على شكل مجموعة من النقاط ومن أهمها (الصيرفي، ٢٠٠٥):

١. طول الفترة التي تستغرقها هذه العملية البسيطة.
٢. الجهد الكبير المستغرق في إتمام هذه العملية.
٣. كثرة العنصر البشري المشترك في العمليات قد يؤدي إلى تعدد الأخطاء.
٤. كثرة العنصر البشري المشترك في العمليات قد يؤدي إلى زيادة المشاكل المتعلقة بإدارة العنصر البشري.

٥. صعوبة تبادل المعلومات بسبب كثرة العمليات والأطراف 'المشاركة في دائها.

٦. تعدد العناصر البشرية يؤدي إلى ارتفاع التكلفة.

وفضلاً عن ما سبق يمكن القول أن السلع والخدمات تكون ملموسة وحقيقية حسب التجارة التقليدية بينما تكون منتجات تخيلية حسب التجارة الالكترونية، وإنه حسب التجارة التقليدية يتم تبادل نقود حقيقية بينما حسب التجارة الالكترونية فيتم تبادل نقود رقمية، وحسب التجارة التقليدية لا بد أن يكون هناك تفاعل بين البائع والمشتري بينما حسب التجارة الالكترونية فإن البائع لا يلتقي مع المشتري، كما أن عملية التبادل تأخذ فترة طويلة حسب التجارة التقليدية بينما حسب التجارة الالكترونية فإن عملية التبادل قد تستغرق دقائق، وإنه حسب التجارة التقليدية لا بد من وجود سوق فعلي بينما حسب التجارة الالكترونية فإن السوق وهمي وغير حقيقي. ويرى الباحثان أن أهم جوانب الضعف التي تعاني منها التجارة التقليدية هو عدم قدرتها في المستقبل القريب على التنافس مع التجارة الالكترونية.

سادساً: الفرق بين التجارة الالكترونية E-commerce والأعمال الالكترونية E-business

لا يميز البعض بين التجارة الالكترونية E-commerce والأعمال الالكترونية E-business وأيهما يندرج تحت الآخر، ولكن في الحقيقة أن الأعمال الالكترونية هي أوسع نطاقاً وأشمل من التجارة الالكترونية، فالأعمال الإلكترونية تقوم على فكرة أتمتة الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع والزبون، إذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها، كما تمتد إلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه، وضمن مفهوم الأعمال الالكترونية، يوجد المصنع الالكتروني المؤقت، والبنك الالكتروني، وشركة التأمين الالكترونية، والخدمات الحكومية المؤقتة والتي تتطور مفاهيمها في الوقت الحاضر نحو مفهوم أكثر شمولاً هو الحكومة الالكترونية. في حين أن التجارة الالكترونية هي نشاط تجاري وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية (منتدى المحاسبين العرب، ٢٠٠٧).

المبحث الثاني

أثر التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة

أولاً: التغيرات التي أحدثتها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال

هناك عدد من التغيرات التي أحدثتها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال ويمكن تلخيصها بما يلي (القشي، ٢٠٠٣) و (دهمش والقشي، ٢٠٠٤):

١. هيكلية المنشأة Organization Structure

لقد أحدثت التجارة الالكترونية تغييراً جذرياً في هيكلية المنشأة، إذ جعلتها ذات طابع تكنولوجي بالكامل. ففي السابق كانت عمليات المنشأة تتم بشكل تقليدي ولم يكن عامل الوقت ملحاً كما هو الآن، إذ أصبحت عملية الشراء تتم خلال لحظات، ولغرض مواكبة السرعة الكبيرة التي أحدثتها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال أصبح من الضروري أن تحوي هيكلية المنشأة الآليات الكفيلة التي تمكنها من ملاحقة العملية والتأكد منها وتنفيذها، ولكن الذي يزيد الأمور صعوبة، تعقيدات العمليات التي تتم من خلال شبكة الانترنت، وخصوصاً في ظل الاختراقات المحكمة التي يمكن أن يقوم بها قراصنة الانترنت. ولكي يواكب كل من المحاسب والمدقق هذه العمليات السريعة، بات من الضروري لكل منهما أن يتعلما هذه التكنولوجيا بشكل ممتاز وإلا أصبحا عديمي الجدوى.

٢. مواقع الأعمال Location of the Business

تعد هذه النقطة من أهم وأخطر التغيرات التي حدثت في ظل التجارة الالكترونية، فسابقاً وبالنظام التقليدي كانت الأعمال تتداول في أماكن وأسواق محددة، وفي حالة حدوث أي خطأ أو ورود أية مشكلة كان من السهل الإحاطة بها وتداركها، أما الآن وبواسطة التكنولوجيا العالية يستطيع أي شخص من أي مكان اتمام الجزء الأكبر من الصفقة بضغطة سريعة على لوحة مفاتيح جهاز الكمبيوتر، وفي كثير من الأحيان تكون عملية تعقب العملية والشخص أشبه بالمستحيلة، وخصوصاً ان لم تكتشف المشكلة أو التلاعب في لحظة انتهاء العملية، ومن الأمور التي تعاني منها الشركات المتعاملة بالتجارة الالكترونية الاختراقات التي لا يتم اكتشافها إلا بعد فوات الأوان.

٣. قنوات التوزيع Distribution Channels

في السابق كانت قنوات التوزيع لمنتجات الشركات محددة ومعروفة بشكل واضح، وبالتالي كانت الشركة بسهولة تحدد مصدر العملية وتتعامل معها بناءً على ذلك. ولكن في ظل التجارة الالكترونية وتعدد أنواعها أصبحت قنوات التوزيع عديدة ومتشابهة ومعقدة وفي حالة حدوث أي خطأ قد ينقضي وقت كبير قبل إمكانية تحديد قناة التوزيع التي حصل فيها الخطأ.

٤. تعدد أشكال وسائط البيع Forms & Means of Sales

المقصود هنا أن وسائط البيع كانت في السابق عبارة عن أشخاص مؤهلين لذلك، ولكن الآن في ظل التجارة الالكترونية أصبحت وسائط البيع عبارة عن برامج محوسبة وأشكال متعددة، منها الصوتية والمرئية وأنظمة كثيرة تقوم بعمليات البيع المبنية على برمجيات تم إعدادها مسبقاً، والمشكلة تكمن بأن جميع هذه البرامجيات لا تملك الحس والذكاء البشري وقد يستطيع الغير التلاعب بها.

٥. العلاقة مع الشركاء والزبائن Relationship With Partners & Customers

بموجب الأسلوب التقليدي كانت العلاقة بين الشركاء والزبائن علاقة مباشرة، ولكن الآن أصبحت العلاقة ذات طابع تكنولوجي رقمي، وفي أغلب الأحيان العلاقة الشخصية معدومة، وبالتالي أصبح التعامل يحمل طابع وهمي رغم أنه حقيقة واقعة ومن الممكن التلاعب بها بشكل لا يمكن تصوره.

٦. الاعتراف بالإيراد Revenue Recognition

قد تعد هذه من أكثر المشاكل خطورة، ففنظرية المحاسبة لم تأخذ بالحسبان آلية الاعتراف بالإيرادات في ظل هذه الظروف التكنولوجية العالية. ففي السابق كان الاعتراف بالإيراد يتم وفقاً لشروط محددة، وكانت نقطة البيع مرتكزاً لا يمكن تجاوزه إلا في بعض الحالات المحددة، ولكن الآن وفي ظل غياب الأمان وإمكانية اختراق الشركة من قبل الغير جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها.

ولكن في حالة ضمان توفير الأمان للعمليات الإلكترونية من قبل الشركة وإذا استطاع المحاسب المختص تأكيد فاعلية الأمان، يمكن بعدها التحقق من الإيراد.

٧. آلية التسديد Payment Processes

في ظل التجارة الالكترونية ظهرت آلية تسديد جديدة لم تكن موجودة سابقاً، وهي التسديد عبر شبكة الإنترنت. قد يظن البعض أن هذه الآلية لا تختلف كثيراً عن آلية التسديد عبر شبكة الانترنت. قد يظن البعض أن هذه الآلية لا تختلف كثيراً عن آلية التسديد عبر شبكات البنوك الالكترونية، ولكنها تختلف اختلافاً جذرياً، فالبنوك تستخدم شبكات خاصة بها عبر نظم الاتصالات وهي شبكات محمية وغير متاحة للجمهور، ولكن التسديد عبر شبكة الانترنت محفوف بمخاطر كبيرة وعديدة وخصوصاً عندما يتمكن قراصنة الانترنت من استخدام حسابات الآخرين بتسديد مشترياتهم، وفي هذه الحالة يصبح من المستحيل إلغاء العملية، ويكون الخاسر الأول والأخير كلاً من الشركة البائعة والشخص الذي تم اختراق حسابه من غير علمه.

٨. احتساب ودفع الضرائب Tax Accounting & Payment

ضريبة المبيعات أصبحت مشكلة تؤرق الشركات وخصوصاً في ظل غياب الأمان على العمليات الالكترونية، فقد أصبح من الصعب على الشركة إثبات التلاعب بدخلها وخصوصاً أن أغلب الشركات لا تقر ولا تفصح عن وجود تلاعب خوفاً من فقدان زبائنها وبالتالي قد تتحمل تكاليف إضافية، وعلى رأسها الضرائب المفروضة على مبيعات قد تكون غير موجودة أصلاً.

مما سبق يمكن ملاحظة التغيرات الجوهرية التي أحدثتها التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال والتي كانت غير موجودة في ظل الأنظمة التقليدية السابقة، إذ أن هذه التغيرات تستوجب حدوث العديد من التغيرات في الأنظمة المحاسبية والتدقيقية لغرض مواجهة الواقع الجديد.

ثانياً: علاقة التجارة الالكترونية بعلم المحاسبة

إن جميع الهيئات والجمعيات المحاسبية والتدقيقية المهتمة بعلم المحاسبة تولي التجارة الالكترونية اهتماماً كبيراً جداً، من منطلق أن عملية البيع التي تتم من خلال موقع الشركة مرتبطة بشكل وثيق ومباشر بنظام المحاسبة المؤتمت، وقد أصبح حتمياً على المحاسب والمدقق الإلمام بهذا العلم الجديد. وق ذكر Albert Marcella في مقالته المعنونه بالتجارة الالكترونية في مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات، "لقد أحدثت التجارة

الالكترونية تغيرات كبيرة في علم التجارة العالمي وفي آلية العمليات التجارية مما جعل من الضروري أن يلم كل من المحاسب والمدقق بتلك التغيرات وأثرها على المهنة وعلى الأعمال التي يقومون عليها وعلى ظروف البيئة القانونية المتعلقة بالمهنة (Marcella, 1998).

ومن الجديد بالذكر أن التجارة الالكترونية وشبكة الانترنت تستطيع أن تساهم بالخصائص النوعية للمعلومات، وذلك بتوفير خاصية الملاءمة بشكل كبير، وخصوصاً بتوفير الخاصية الفرعية المتمثلة بالتوقيت المناسب. إذ أن النظام المحاسبي، وبما يزوده من معلوماته هامة جداً لأصحاب المصالح بشكل عام، ومتخذي القرار بشكل خاص، يصبح عديم الجدوى في حالة عدم توفر الثقة في تلك المعلومات، وبما أن نظام التجارة الالكترونية والمرتبطة بشبكة الانترنت مربوط بشكل مباشر بنظام المحاسبة المؤتمت فإنه في حالة حدوث خلل أو اختراق للنظام المحاسبي من خلال شبكة الانترنت، تصبح مخرجات النظام المحاسبي مشكوكاً بمصداقيتها، وبالتالي فقدان ثقة المستخدمين (دهمش والقشي، ٢٠٠٤).

ومما سبق يمكن القول، بأنه لعرض أن تكون معلومات النظام المحاسبي ذات موثوقية عالية، لابد من التوصل إلى آلية معينة لحماية النظام المحاسبي من الاختراقات عبر الانترنت مع إيجاد آلية معينة تؤكد على سلامة التجارة الالكترونية ومواقع تصفح الشركة في شبكة الانترنت، أي لابد من وجود إجراءات رقابية محاسبية ذات طابع تكنولوجي حديث ومرن يتماشى مع متغيرات التكنولوجيا العالمية، إذ لابد لعلم المحاسبة والتدقيق من مواكبتها التطورات والتغيرات بشكل مستمر.

ويقترح كل من دهمش والقشي الاقتراحات التالية التي تساعد النظام المحاسبي المؤتمت للوصول الى الدرجة الأقرب في تحقيق الخصائص النوعية للمعلومات وهي (دهمش والقشي، ٢٠٠٤).

١. الأمان **Security**: وهو عبارة عن اقتراح إجراءات تكنولوجية معينة تمنع الآخرين من اختراق

النظام المحاسبي المؤتمت عبر موقع الشركة الالكترونية على شبكة الانترنت.

٢. التوكيدية **Assurance**: وهي عبارة عن الآليات والإجراءات الواجب إتباعها لتأمين الحصول

على نوعية معلومات جيدة، وقد عرفها معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPA على

موقعه عبر الانترنت وبشكل يتماشى مع مهنة التدقيق على النحو التالي:

"الخدمات التوكيدية هي عبارة عن خدمات مهنية تحسن من نوعية المعلومات أو مدخلاتها وتكون مرغوبة من قبل متخذي القرار " Assurance (<https://aicpa.org/assurance> Services,)

٣. **الموثوقية Reliability:** وهي عبارة عن الإجراءات الواجب إتباعها لجعل المعلومات موثوق بها من قبل أصحاب المصالح بشكل عام ومتخذي القرار بشكل خاص. لقد اهتمت كثير من الهيئات المحاسبية العالمية وكذلك بعض الجامعات العريقة بموضوع التجارة الإلكترونية، وجعلت آلية السيطرة على العمليات المحاسبية التي تتم بواسطتها من لب اختصاص علم المحاسبة والتدقيق، وعلى رأس تلك الهيئات، معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPA والذي أقر خمسة مبادئ تدقيق لمواقع التجارة الإلكترونية للشركات في مشروعه المشترك مع معهد المحاسبين القانونيين الكندي CICA. وكذلك اهتم معهد التدقيق الداخلي الأمريكي IIA بنفس الموضوع ودرجة أنه أنشأ مجلة دورية باسم مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات، وأخذ يؤهل منتسبيه من محاسبين ومدققين بآليات تدقيق النظم المحاسبية المؤتمتة والتي تتعامل بالتجارة الإلكترونية ((دهمش والقشي، ٢٠٠٤).

ثالثاً: أثر التجارة الإلكترونية على كل من المحاسبة والتدقيق

لقد بين Albert Marcella الآثار التي تركتها التجارة الإلكترونية على كل من مهنة المحاسبة والتدقيق، إذ أن هذه التكنولوجيا الحديثة أحدثت وتحدث تغييرات على كل من العناصر التالية، Marcella, (1998).

١. ممارسة المحاسب والمدقق.
٢. تقنيات المحاسب والمدقق.
٣. مهارات المحاسب والمدقق.
٤. معلومات المحاسب والمدقق.
٥. المعلومات الضرورية التي يجب أن يحيط بها كل من المحاسب والمدقق.
٦. التزامات المحاسب والمدقق.
٧. نوعية الخدمات المقدمة من قبل المحاسب والمدقق.

لقد تأثر نظام المعلومات المحاسبية كثيراً بممارسة أنظمة التجارة الالكترونية، على اعتبار أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين كل من نظم التجارة وأنظمة إنتاج المعلومات. ويمكن تصنيف أهم هذه التأثيرات على النحو التالي (توفيق، ٢٠٠٣):

- تمتع الأنظمة الآلية بخاصية المحاسبة الالكترونية.
- انخفاض مدة التأخير (المدة بين التاريخ المطبوع على القوائم المالية وتاريخ نشرها على الشبكة) المرتبطة بخاصية "التوقيت الملائم" فيما يتعلق بالإفصاح الالكتروني على الشبكة.
- ارتفاع تكلفة إنشاء المواقع وصيانتها وتحديثها وتزويدها بكل أدوات تنفيذ المتجر الالكتروني.
- التحول شبه الكامل من النماذج المستندية الورقية التقليدية إلى النماذج الالكترونية e-forms وتعبئتها وتداولها وإنزالها في أماكن كثيرة أنياً عبر الشبكة الالكترونية، كذلك دخول الشبكة كمقوم رئيسي في تصميم الدورات المستندية والمحاسبية لنظام المعلومات المحاسبية المعاصر.
- التوسع في إدخال تكنولوجيا نظم الخبرة الناتجة عن نظم الذكاء الالكتروني ضمن نظام المعلومات المحاسبية.
- تعقد إجراءات وضوابط التدقيق والتحاسب الضريبي، والحاجة الملحة لمعايير محاسبية وتدقيقية متطورة تأخذ في الحسبان البعد الالكتروني الناجم عن إدخال التطور المستمر والسريع لشبكات الاتصال الالكترونية في التحاسب.
- ويمكن القول أن نظام الرقابة الداخلي تأثر وبشكل جوهري بوجود التجارة الالكترونية لأن الإجراءات الرقابية التقليدية أصبحت عديمة الجدوى، واستلزم الأمر وجود إجراءات رقابية تكنولوجية تواكب التغيرات التكنولوجية المصاحبة للتجارة الالكترونية. إذ أن التوكيد على نظام الرقابة الداخلي في ظل التجارة الإلكترونية أصبح من أصعب التحديات التي تواجه كلاً من المحاسب والمدقق.

رابعاً: التجارة الالكترونية وعلاقتها بمعايير المحاسبة ومعايير التدقيق

في أواخر عام ١٩٩٧ تنبّهت هيأت المحاسبة والتدقيق المختصة لأهمية التجارة الالكترونية وتوقعت أن تولد الأعمال الالكترونية أرباحاً مادية ضخمة وأصبحت المحاسبة من المهن الرائدة في تطوير معايير التجارة الالكترونية، وذلك لتمكين منتسبيها من توفير التوكيدية بالتعامل بالتجارة الإلكترونية لبيئة الأعمال المتعاملة بها (Yogen, 1998).

وقد أنشأ كل من معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي وبالتعاون مع معهد القانونيين الكندي لجنة خاصة أوكلت إليها مهمة دراسة حاجة السوق لخدمات توكيد التعاملات بالتجارة الالكترونية، وذلك كي تتمكن كل من مهنة المحاسبة ومهنة التدقيق من الاستجابة السريعة لتلك الحاجات. وقد تمكنت اللجنة فعلاً من دراسة السوق، وتوصلت إلى أن المستهلكين قلقين من التعامل الالكتروني، ووجدت أن الأسئلة الرئيسة التي تتبادر إلى أذهانهم دوماً هي:

١. هل الشركة التي أتعامل معها عبر شبكة الانترنت، هي فعلاً الشركة المعنية أم لا؟.
 ٢. هل في حالة أنني زودت الشركة برقم بطاقة اعتماد أو رقم حسابي، تعد عملية أمانة؟.
 ٣. هل المعلومات الشخصية الخاصة بي لا يتم تداولها من قبل الغير في شبكة الانترنت؟.
 ٤. هل سألتقى طلبي نفسه الذي أطلبه عبر شبكة الانترنت؟
 ٥. هل سيتم الإيفاء بالتسليم وبالموعد المحدد؟
 ٦. من الذي سيكفل حصولي على قيمة البضاعة المذكورة بموقع الشركة؟
- وانطلاقاً من الأسئلة السابقة استطاعت تلك اللجنة إنشاء مشروع ما يسمى موثوقية الشبكة (WebTrust) (القشي، ٢٠٠٣).

خامساً: التحديات التقنية التي تواجه مهنة المحاسبة والتدقيق

أن مهنة المحاسبة والتدقيق تواجه تحديات جديدة أمام التطور التقني للمعلومات والنمو المتسارع في سوق التجارة الالكترونية، ومن الممكن تقسيم هذه التحديات التقنية المعاصرة إلى الأقسام التالية (المطيري، ٢٠٠٥) و (القشي، ٢٠٠٣):

١. معرفة ومهارات تقنية المعلومات.
٢. النشر الالكتروني للقوائم المالية.
٣. القضايا المحاسبية في شركات التجارة الالكترونية.
٤. الخدمات التوكيدية الجديدة.
٥. التدقيق المستمر (الالكترونية).
٦. أثر التجارة الالكترونية على معايير التدقيق.
٧. قضايا تقنية أخرى.

وفيما يلي توضيح مختصر لكل نقطة على حدة.

١. معرفة ومهارات تقنية المعلومات

في عام ٢٠٠٠ استعرض المؤلفان ألبرت وساكن دراسة لتطوير التعليم المحاسبي في الولايات المتحدة الأمريكية، واستنتجا منها أن المناهج المحاسبية غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات، وأن برامج المحاسبة على الرغم من أنها تشمل العديد من الأمور المحاسبية إلا أنها بحاجة إلى سعة الأفق في التعليم المحاسبي وإدراك تأثيرات التقنية والعولمة. وجاءت توصياتهما حول إعادة هندسة برامج المحاسبة في الجامعات على ضوء المتغيرات البيئية المحيطة. إذ يعد موضوع إيجاد مؤهل سلبي عالمي معترف به ضمن أولويات منظمة التجارة العالمية والاتحاد الدولي للمحاسبين ومنظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

هذا ما يحدث في الدول المتقدمة، ولكن في بلادنا العربية بالرغم من التطور المستمر في تقنية المعلومات فلا يزال التعليم المحاسبي في جامعاتنا يفتقر إلى التحديث المطلوب في منهجياته وفق احتياجات قطاع الأعمال الالكتروني، ولا تزال أقسام المحاسبة عاجزة عن تطوير منهجياتها لحد الآن. لذلك لابد من إيجاد خطة وطنية للتعليم المحاسبي لتواكب عصر تقنية المعلومات بحيث يعكس التعليم المحاسبي جميع القضايا التقنية المعاصرة والمرتبطة بقطاع الأعمال، وذلك يحتاج إلى الدعم المالي وبدون تقديم الدعم الكافي فل يتوقع من أقسام المحاسبة بما فيها من أعضاء هيئة التدريس المبادرة بتدريس واستخدام التقنية في تعليمها للطلاب.

٢. النشر الالكتروني للقوائم المالية

إن مهنة المحاسبة والتدقيق تواجه تحديات جديدة فيما يتعلق بنشر القوائم المالية على الانترنت مما يؤدي إلى أضعاف الثقة في البيانات المالية، ومن هذه التحديات:

- لجوء بعض الشركات إلى نشر قوائم مالية غير مدققة في مواقعها على الانترنت أو الربط بين بياناتها المالية المدققة وغير المدققة على الانترنت مما يؤدي إلى تضليل المستخدمين.

- تعرض البيانات المالية المنشورة على الانترنت والمدققة أو غير المدققة للتلاعب أو التغيير من قبل أطراف أخرى بسبب عدم تأمين الموقع الالكتروني.

- تعرض البيانات المالية المنشورة على الانترنت والمدققة للتلاعب والتغيير من قبل صاحب المنشأة.

ان الانتشار الالكتروني المتزايد للقوائم المالية على الانترنت كان له أثراً واضحاً على تفعيل وتنشيط هيئات المحاسبة المهنية الدولية لمواجهة التحديات من خلال قيامها بتعديل وتكييف القوانين والمعايير المهنية لتلائم التغيرات والتطورات في تقنية المعلومات بشكل مستمر.

٣. القضايا المحاسبية في شركات التجارة الالكترونية

ان ممارسات وأنشطة شركات التجارة الالكترونية تثير مشاكل محاسبية جديدة مثل كيفية معالجة التكاليف المتعلقة بإنشاء وتحسين موقع الانترنت، وكيفية المحاسبة عن التكاليف الجارية والمستثمرة لصيانة الموقع وما يرتبط به، وإدارة التدفقات النقدية وتوقيت الاعتراف بإيرادات المبيعات التي تحسب على أساس صافي المبيعات أو إجمالي المبيعات. وبذلك يجب على الهيئات المسؤولة عن صناعة معايير المحاسبة المالية أن تضع من ضمن أهدافها مراجعة وإعداد المعايير المحاسبية القائمة نتيجة للتطور التقني المستمر، إضافة إلى أن هذا الاستخدام المتزايد للنشر الالكتروني للقوائم المالية يخلق الحاجة الماسة إلى إعداد إرشادات ومعايير محاسبية للعرض والإفصاح عن التقارير المالية على الانترنت.

٤. الخدمات التوكيدية

الخدمات التوكيدية هي خدمات مهنية مستقلة تهدف إلى تحسين وضمان جودة المعلومات ومحتواها لأغراض اتخاذ القرارات.

ان ظهور الخدمات التوكيدية كان بمثابة إضافة خدمات جديدة للمحاسبين القانونيين، حيث لم يقتصر دور المحاسب القانوني على تدقيق القوائم المالية وإبداء الرأي أو تقديم استشارات بل أصبح يقدم خدمات جديدة تتمثل في توكيده لضمان المعلومات وجودتها، وكذلك أصبح مسؤولاً عن تقديم هذه الخدمة لفئة جديدة بخلاف المساهمين.

وتشير الدراسات إلى زيادة الطلب على الخدمات التوكيدية بحيث لم يعد مستخدمي القوائم المالية بحاجة إلى الانتظار حتى نهاية العام للاطلاع على تقرير المدقق عن القوائم المالية، ولذلك قامت شركات المحاسبة والتدقيق الكبرى بإعادة هيكلة منهجياتها في التدقيق.

٥. التدقيق المستمر (الالكترونياً)

التدقيق المستمر منهج يمكن المحاسبين القانونيين من تقديم تأكيدات مكتوبة وليس رأياً حول موضوع التدقيق الذي يقع تحت مسؤولية إدارة الشركة (العميل)، وتقدم التوكيدات من خلال أشكال مختلفة من تقارير التدقيق للمساهمين والإدارة والعملاء المحتملين وذلك بشكل فوري أو بعد فترة قصيرة من وقوع الأحداث ذات العلاقة بموضوع التدقيق.

٦. أثر التجارة الالكترونية على معايير التدقيق

ان بيئة التجارة الالكترونية تتطلب معايير وإرشادات للتدقيق تواكب التطورات التكنولوجية واحتياجات العملاء.

٧. قضايا تقنية أخرى

ان قضايا ومفاهيم تقنية المعلومات ذات العلاقة بمهنة المحاسبة والتدقيق سريعة التغيير بسبب التقدم المستمر في تكنولوجيا المعلومات، وان أهم الموضوعات والقضايا هي قضايا (الأمن ورقابة المعلومات، إدارة وتشغيل المعلومات في النشاط الالكتروني، عملية التكامل بين البرامج الالكترونية، خدمات الويب، استرداد البيانات المفقودة، التقنيات اللاسلكية، الحماية، الاتصال عن بعد، إدارة طلبات العملاء الالكترونية، سرية وخصوصية المعلومات). بعد التطرق إلى أهمية التجارة الالكترونية وتأثيرها على المحاسبة يمكن القول أنه يتم قبول فرضيتي البحث، فالتجارة الالكترونية تلعب دور أساسي في تطوير المهنة المحاسبية، كما ان استخدام الحاسوب في الوحدات الاقتصادية يمكن أن يقلل من الإجراءات الروتينية المعقدة الموجودة في ظل العمل اليدوي.

المبحث الثالث

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

لقد تم التوصل إلى عدة من أهمها:

١. تؤثر التجارة الإلكترونية على مهنتي المحاسبة والتدقيق.
٢. تفقد التجارة الإلكترونية إلى التوثيق المستندي، إذ يتم العمل في بيئة غير ملموسة.
٣. عدم وجود آلية محددة للاعتراف بالإيرادات المتولدة عبر التجارة الإلكترونية، إذ فشلت النظرية المحاسبية الحالية بالتعامل مع مشكلة الاعتراف بإيرادات التجارة الإلكترونية.
٤. يقع دور النهوض بالمهنة ورفع مستواها على الجامعات والمعاهد المتخصصة بتدريس المحاسبة، من أجل تلبية ما هو مطلوب منها لمواجهة التحديات والتغيرات والمستجدات الأخرى.
٥. إن السبب الأساس في عدم تطبيق التجارة الإلكترونية في بعض القطاعات إلى بعض المعوقات المتمثلة في ندرة الخبرات الخاصة بأنظمة التجارة الإلكترونية والمشكلات الخاصة بتأمين المواقع على شبكة الانترنت وعدم وجود البنية التكنولوجية المناسبة.
٦. عدم رقي مهنة المحاسبة بعد إلى المستوى المطلوب كي تتفاعل مع البيئة المحيطة بأعمال التجارة الإلكترونية.

ثانياً: التوصيات

يمكن تقديم التوصيات التالية:

١. ضرورة توفر أطر قانونية كافية لتوفير الثقة والحماية لكل المتعاملين في التجارة الإلكترونية.
٢. لا بد من تضافر كل الجهود لتنمية التجارة الإلكترونية وإزدهارها على مستوى المنظمات الحكومية وغير الحكومية، وعلى المستوى المحلي والدولي، مع العمل على إزالة كل المعوقات التي تؤدي إلى وجود أسواق دولية مغلقة أمام التجارة الإلكترونية، من خلال تفعيل دورها بوسائل الإعلام المرئية والمسموعة وقيام المؤتمرات وورش العمل في سبيل الاستفادة من مزايا التجارة الإلكترونية على أكمل وجه.

٣. على المنشآت الاهتمام بمواكبة العولمة في مجال الأنظمة المعلوماتية الحديثة وفي عالم التجارة الالكترونية، مع إعادة النظر بالأنظمة المحاسبية وتحديث مفاهيمها بشكل يتماشى مع بيئة التجارة الالكترونية.
٤. لا بد أن يرتبط التعليم المحاسبي في كليات الإدارة والاقتصاد والمعاهد المتخصصة بشكل وثيق مع برامج تطبيق التكنولوجيا ونظم المعلومات الحديثة، من خلال تدريب طلبة المحاسبة على تكنولوجيا المعلومات التجارة الالكترونية لغرض لمواكبة عصر تقنية المعلومات والوصول إلى تأهيل محاسبي متقدم ومتطور يتماشى مع متطلبات عصر المعلومات والانترنت. وهذا الأمر يتطلب تأهيل مدرسي المحاسبة ليكونوا قادرين على القيام بهذه المهمة.
٥. اعتماد جهة تدقيق خارجية مؤهلة تكنولوجيا لتدقيق سياسات وإجراءات الأنظمة المحاسبية للشركات التي تعمل وفق التجارة الالكترونية.
٦. ضرورة إعادة النظر بمعايير المحاسبة الدولية وصياغتها بشكل يتلاءم مع التغيرات التي أحدثتها التجارة الالكترونية، مع العمل على تأهيل المحاسبين والمدققين وتثقيفهم بتكنولوجيا المعلومات بشكل عام وبتعاملات التجارة الالكترونية بشكل خاص من خلال التدريب المستمر.
٧. يجب أن يكون هناك نظام ربط بين نظام المعلومات المحاسبي الخاص بالشركة مع موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت، بحيث يتضمن نظام الربط كل من السياسات والإجراءات المحاسبية الكفيلة بتوفير كل من الأمان، والموثوقية، والتوكيدية لمخرجات نظام المعلومات المحاسبي.
٨. اعتماد التوثيق الالكتروني لسرعة تبادل المراسلات والوثائق بين الجهات الحكومية وسهولة تخزينها واسترجاعها باستخدام الأرشفة الالكترونية.

قائمة المصادر

أولاً: المصادر العربية

الكتب:

١. الصيرفي، محمد، "التجارة الالكترونية"، ط ١، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع ٢٠٠٥.
٢. نورتن، بوب وسميث، كاث، "التجارة على الانترنت"، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، الدار العربية للعلوم، ١٩٩٧.
٣. أبو فارة، يوسف، "إستراتيجية التجارة الالكترونية"، جامعة الخليل ٢٠٠٢.
٤. عبد الواحد، عطية، "التجارة الالكترونية ومدى استفادة العالم الإسلامي منها"، جامعة بيروت العربية، ٢٠٠٧.
٥. المطيري، عبيد سعد، "أثر التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة"، ٢٠٠٦.

الدوريات:

١. دهمش، نعيم والقشي، ظاهر، "مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية"، مجلة اريد للبحوث العلمية، المجلد الثامن، العدد الثاني، جامعة أريد الأهلية، ٢٠٠٤.

المؤتمرات:

١. زايري، بلقاسم ودلويشي، علي، "طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة"، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة ٦-٨ أيار - مايو ٢٠٠٦.

شبكة المعلومات الدولية:

١. منتدى المحاسبين العرب، "التجارة الالكترونية"، ٢٠٠٧، منشور على الموقع التالي:
<http://www.acc4arab.com/acc/showthread.php?t=1070>
٢. توفيق، محمد شريف، "أثر التجارة الالكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية: دراسة أختبارية بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع لنقود الكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري (الالكتروني)"، ٢٠٠٣، منشور على الموقع التالي:
<http://infotecchaccountant.com/forums/showthread.php?t=15874&page=2>

ثانياً: المصادر الأجنبية:

1. Appalraju, Yogen, "Accountants Chip in to Build Trust in E- commerce", Computing Canada, Nov.23, 1998, Vol. 24, Issue 44, Page28, <https://ebscohost.com>.
2. Assurance Services, "The Opportunity That Exists for the Profession", (AICPA Web Site), <https://aicpa.Org/assurance>.
3. Laudon Kenneth C, & Carol Guericio Traver, "E-commerce",by Eyewire, 2001.
4. Marcella, Albert, "Electronic Commerce", part 1, IT Audit, Vol. 1, September 1, 1998. Instiute of internal auditors – <https://theiia.org>.
5. Turban, E., King, D., Lee, J.& Viehland, D., ,, Electronic Commerce Amanagerial Perspective“, New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, 2004.
6. [http:// en.wikipedia.org/wiki/ E-business](http://en.wikipedia.org/wiki/E-business).