



ISSN1813-1719

مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

تعنى بالبحوث الإدارية والاقتصادية
والمحاسبية والمعلوماتية

دورية فصلية علمية محكمة

أثر التجارة الإلكترونية على جودة
المعلومات المحاسبية

صدام محمد محمود الحيالي
مدرس مساعد
قسم المحاسبة / جامعة تكريت

سظم صالح حسين
مدرس مساعد
قسم المحاسبة / جامعة تكريت

علي إبراهيم حسين الكسب
مدرس مساعد
قسم المحاسبة / جامعة تكريت

أثر التجارة الإلكترونية على جودة

المعلومات المحاسبية

سطم صالح حسين
صدام محمد محمود الحياي
علي إبراهيم حسين الكسب

الملخص

في ظل التطورات الكثيرة التي تحصل في عالم الاتصالات والمعلوماتية واتساع رقعتها العالمية في الكثير من الاقتصاديات وعلى مختلف المستويات وإحدى هذه الظواهر التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وتأثيراتها على مخرجات نظام المعلومات المحاسبي وبخاصة على جودة المعلومات المحاسبية وهنا تكمن أهمية البحث ، ويهدف البحث الى التعرف على الأبعاد المحاسبية للتجارة الإلكترونية ومدى تأثيراتها على جودة المعلومات المحاسبية ومن اجل تحقيق هدف الدراسة تم افتراض بأن التجارة الإلكترونية تسهم في رفع مستوى جودة المعلومات المحاسبية وذلك بدعم وتعزيز بعض خصائص المعلومات المحاسبية ومن أجل التوصل إلى هدف البحث وفرضيته فقد تم إجراء دراسة باستخدام المنهج الوصفي والتحليلي حيث تم الاعتماد على مجموعة من المراجع التي توفر آليات وقواعد هذا المنهج إذ تم التعرف على المفاهيم الخاصة بنظم المعلومات المحاسبية والمعلومات المحاسبية باعتبارها مخرجات هذا النظام وعلى جودة وخصائص هذه المعلومات ، وكذلك المفاهيم والمصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة الثورة التكنولوجية في عالم الاتصالات كالتجارة الإلكترونية إذ تم تعريف التجارة الإلكترونية ومراحل تطورها وأثارها على المحاسبة بصورة عامة وجودة المعلومات المحاسبية بصورة خاصة وتحليل هذه الآثار إذ توصل البحث إلى أن للتجارة الإلكترونية أثراً إيجابياً على المحاسبة وذلك بدعم الجانب الإلكتروني فيها وعلى جودة المعلومات المحاسبية وذلك بدعم خصائص المعلومات المحاسبية من خلال توفير المعلومات المحاسبية في الوقت المناسب وتحقيق عنصر المنفعة من حيث صحة المعلومات وسهولة الاستخدام .

The Effect of the Electronic Trade on Accounting Information High Quality Abstract

In the light of developments take place in the world of telecommunication due to the extension of its area in many economics facets at various levels. One of these phenomena in the electronic trade via internet and its effects on the outputs of the accounting information system especially on the quality of accounting information and here lies the significant of the current research. The objectives of this paper are to define of the accounting process of the electronic trade and its influence on the quality of the accounting information. In order to achieve the a fore-mention of objectives we hypothesize that the electronic trade contributes in promoting the quality the accounting information by supporting some of qualification of the accounting information in order to achieve the objectives of and validate its hypothesis a study has been conducted by using the descriptive and analytical approach by adopting a number of References which provide the

mechanisms and rules of this approach .the special concept of the accounting information system have been realized and regared as the outputs this system on the quality and qualifications of this information. The electronic trade has its stages of developments and influences on accounting in general and the quality of accounting information in particular and analysing these effects. The research has come to the conclusion that the electronic trade has a positive effect by backing the electronic aspect on the quality of the accounting information. The support of the accounting information quality depends on the availability of the accounting in the appropriate time and the achievement of benefits regarding the validity of the information and the easiness of utilization.

المقدمة

تعدّ المحاسبة الأكثر تأثراً بالتطورات التي تتم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهذا أدى الى حدوث تطورات وقفزات هائلة في المحاسبة التي لم تعد مقتصرة على تسجيل البيانات وتبويبها وتلخيصها وعرضها في حسابات ختامية عن نتيجة النشاط بل تطورت لتكون نظاماً للمعلومات يهدف الى تقديم المعلومات المتنوعة لمستخدميها من أطراف داخلية وخارجية وذلك لترشيد القرارات ومن ثم أصبحت تكنولوجيا اجتماعية تلامس كل المتغيرات الاقتصادية والإدارية والاجتماعية والتقنية في دنيا الأعمال وإيجاد المعالجات المحاسبية اللازمة لتلك المتغيرات وإظهار انعكاساتها المحاسبية بصورة واضحة .

أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من الدور الذي تلعبه جودة المعلومات المحاسبية في دنيا الأعمال وبخاصة مع وجود التطورات الهائلة في عالم الاتصالات وظهور التجارة الإلكترونية والآثار المتولدة منها على جودة المعلومات المحاسبية .

هدف البحث

يهدف البحث الى ما يلي :

١. دراسة جودة المعلومات المحاسبية ومقاييس تقييمها .
٢. دراسة التجارة الإلكترونية وآثارها على المحاسبة بصورة عامة وعلى جودة المعلومات المحاسبية بصورة خاصة وذلك في الشركات المتعاملة بالبيع والشراء عبر شبكة الإنترنت .

مشكلة البحث

إن التطورات الكبيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومنها التجارة عبر الإنترنت لها آثار إيجابية وسلبية على المحاسبة وعلى جودة المعلومات وتكمن مشكلة البحث في إمكان القدرة على قياس هذه الآثار وإظهارها وكيفية دعم الإيجابية منها ومعالجة السلبية فيها .

فرضية البحث

إن التجارة الإلكترونية لها تأثير كبير في رفع جودة المعلومات المحاسبية وذلك عبر دعم بعض خصائص هذه المعلومات .

منهج البحث

تم اعتماد المنهج الوصفي من خلال الدراسات والبحوث والكتب العربية والانترنت ذات العلاقة بموضوع البحث والتي توفر آليات وقواعد هذا النهج فضلا عن اعتماد المنهج التحليلي للوصول إلى الاستنتاجات والتوصيات وذلك بالاعتماد على الجانب النظري الذي قدمه المنهج الوصفي .

خطة البحث

تم تقسيم البحث الى ثلاث مباحث :

المبحث الأول: نظام المعلومات المحاسبية وجودة المعلومات المحاسبية وطرق قياسها .
المبحث الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية ومجالاتها وتأثيرها ومراحل تطورها .
المبحث الثالث: الآثار المترتبة على جودة المعلومات المحاسبية نتيجة تعامل الشركات في التجارة الإلكترونية .

المبحث الأول

نظام المعلومات المحاسبية وجودة المعلومات المحاسبية

وطرق قياسها

يعرف النظام على انه ((مجموعة من العناصر المترابطة والمتكاملة مع بعضها بسلسلة من العلاقات من اجل أداء وظيفة محددة أو تحقيق هدف معين)) (قاسم، ٢٠٠٤ : ١٤)

أما نظام المعلومات فهو يدور حول عمليات تجميع البيانات من مصادر متفرقة لتكون عناصر مدخلات يقوم بتشغيلها وتحليلها وتوثيقها وتخزينها ومن ثم يولد منها ما يتلاءم من معلومات مع احتياجات الإدارة لإغراض اتخاذ القرارات في صورة مخرجات هادفة (عطية ، ٢٠٠٠ : ٣١) ، وبناءً على هذا التعريف فان نظام المعلومات يتكون من ثلاث عناصر هي :

١. المدخلات .

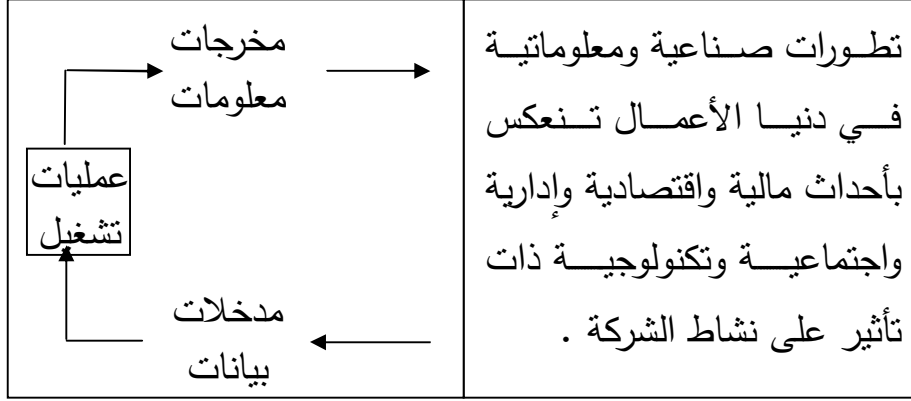
٢. العمليات التشغيلية .

٣. المخرجات .

٤. التغذية العكسية .

وبارتباط هذه العناصر مع بعضها بخط متسلسل يتم الوصول الى أهداف النظام .
أما نظام المعلومات المحاسبي فيعرف على أنه ((أحد مكونات التنظيم الإداري والذي يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتحليل وتوصيل المعلومات المالية الملائمة لاتخاذ القرارات الى الأطراف الخارجية (الجهات الحكومية، الدائنين، المستثمرين...) وأطراف داخلية (ادارة الشركة)) (موسكوف وسيمكن ، ١٩٨٩ : ٢٥) .

وبوصف المحاسبة على أنها نظام للمعلومات فهي تقوم بإجراءات عمل النظام الوارد آنفاً ، ومع تطور البيئة الداخلية والخارجية للعمليات التجارية أصبحت المحاسبة توصف بأنها تكنولوجيا اجتماعية تؤثر وتتأثر بالبيئة الخارجية وهي بذلك تكون ملامسة وملاصقة لها تأخذ منها الأحداث المالية والآثار الاقتصادية المتغيرة كمدخلات يتم معالجتها وترتيبها وتصنيفها لإنتاجها كمعلومات محاسبية ملائمة تستخدمها الأطراف الداخلية والخارجية ، والشكل رقم (١) يظهر المحاسبة وتفاعلها مع البيئة الخارجية المحيطة بها .



الشكل (١)

تفاعل المحاسبة مع البيئة الخارجية

المصدر : من إعداد الباحثون

ويظهر الشكل أعلاه أن المحاسبة تؤثر وتتأثر مع كل المتغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية ذات التأثير على عمل الشركة ضمن حلقة من التفاعل المتبادل بينهما وبالتالي تعتبر هذه المتغيرات مدخلات للمحاسبة يتم معالجتها أو وضع حل لها أو مواكبة تطورها والهدف هو تلبية احتياجات مستخدمي المعلومات المحاسبية بأعلى كفاءة وفاعلية ممكنة .

ومن هنا يتضح أن هدف المحاسبة هي خدمة الأطراف المستفيدة من مخرجاتها والتمثلة بالمعلومات المحاسبية بهدف اتخاذ القرارات الرشيدة وجودة هذه القرارات تعتمد على جودة المعلومات المحاسبية .

فالمعلومات المحاسبية هي ((كل المعلومات الكمية وغير الكمية التي تخص الأحداث الاقتصادية والتي يتم معالجتها والتقارير عنها بواسطة نظم المعلومات المحاسبية في القوائم المالية المقدمة للجهات الخارجية وفي خطط التشغيل والتقارير المستخدمة داخليا)) (يحيى والحبيطي ، ٢٠٠٣ : ٢٧) .

ولهذه المعلومات مجموعة من الخصائص لا بد من توافرها لكي تحصل الفائدة المرجوة لمستخدميها ويمكن تحديد هذه الخصائص بالتالي : (الكسب ، ٢٠٠٤ : ٥٥-٥٦)

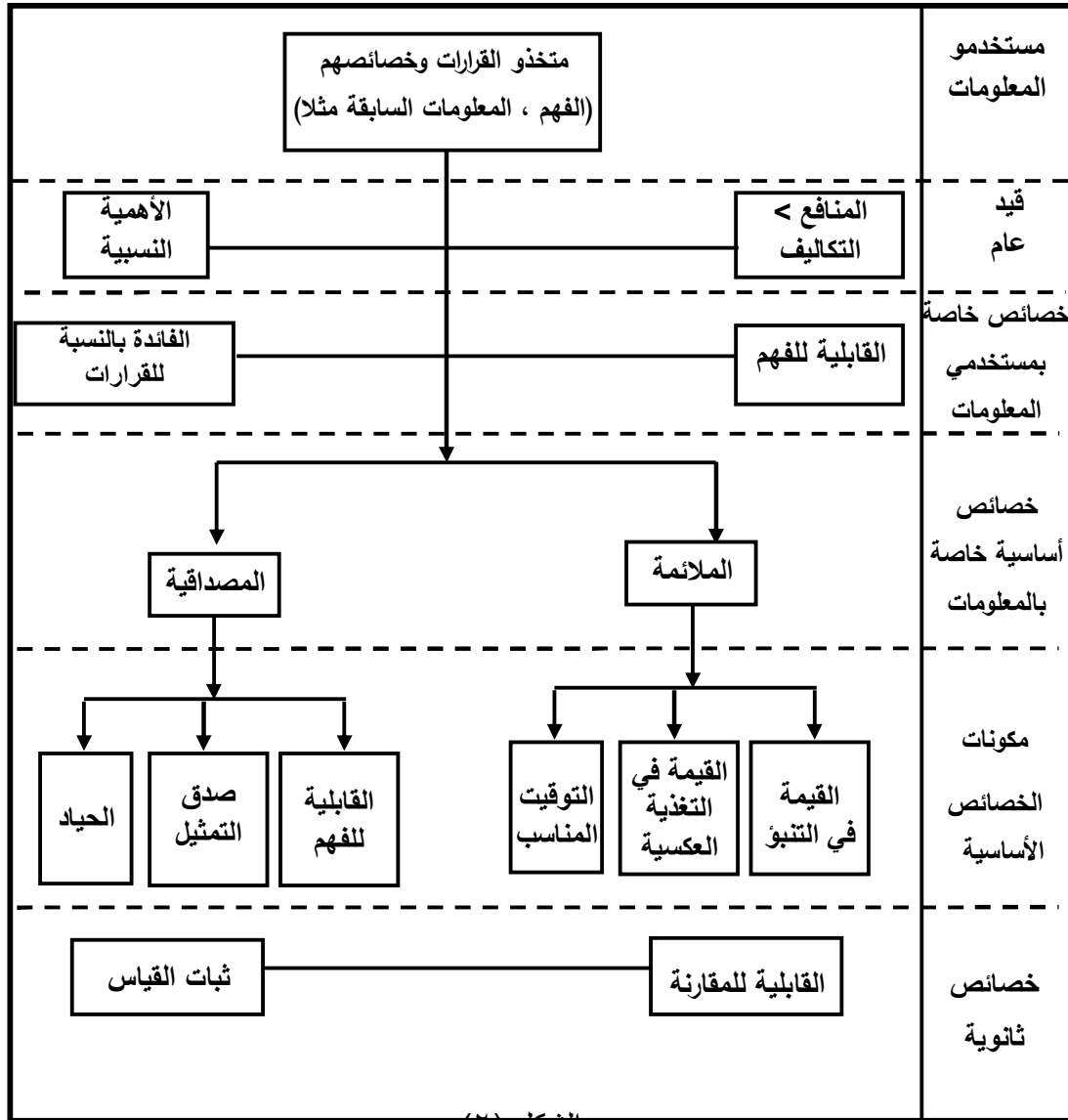
١. الخصائص الأساسية

أ. **الملائمة** : وتعني المعلومات التي لها ارتباط بقرار معين ولها تأثير أو انعكاس على هذا القرار وتتكون هذه الخاصية من ثلاث خصائص فرعية لتكون المعلومات ملائمة هي :

- **الوقتية** أو **التوقيت المناسب** : وتعني أن المعلومات لكي تكون ملائمة يجب أن تقدم لمستخدميها في الوقت المناسب .
 - **القيمة التنبؤية** : وتعني أنها تساعد مستخدميها في التنبؤ بالنتائج المتوقعة للأحداث المختلفة أو أنها تؤكد توقعات أو تساعد في تعديلها أو تصحيحها .
 - **القيمة في مجال التغذية العكسية** : المعلومات الملائمة يجب أن يكون لها قيمة في مجال التغذية العكسية بما يفيد مجالات متعددة في أعمال الشركة .
- ب. **المصادقية** : أي يمكن الثقة فيها والاعتماد عليها وتتكون من ثلاث خصائص فرعية أيضاً هي :
- **القابلية للتحقق** : المعلومات الصادقة يجب أن تكون قابلة للمراجعة والتحقق وإمكانية مراجعتها حتى يمكن الاعتماد عليها .
 - **صدق التمثيل** : المعلومات الصادقة يجب أن تمثل أو تصور المضمون الذي تهدف إليه تمثيلاً صادقاً .
 - **الحياد** : يجب أن تتسم المعلومات المحاسبية بالحياد وعدم التحيز حيال المصالح المتعارضة لمن يستخدمون تلك المعلومات .

٢. الخصائص الثانوية

- أ. **القابلية للمقارنة** : يجب أن تكون المعلومات في صورة قابلة للمقارنة حتى يتمكن مستخدميها الاستفادة منها ويتخذون قرارات سليمة في ضوء ما يقومون به من مقارنات بين المعلومات التي يحصلون عليها .
- ب. **ثبات القياس** : وتعني أن يتم قياس عناصر القوائم المالية والتقارير المنتجة ضمن المبادئ نفسها أو المعايير المحاسبية من فترة لأخرى ، والشكل رقم (٢) يوضح هذه الخصائص :



الشكل (٣)

الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية

المصدر: (زامل ، ٢٠٠٠ : ٦٥)

يلاحظ من الشكل أعلاه والذي يتضمن خصائص المعلومات المحاسبية أنه عند قراءته من الأعلى إلى الأسفل يتكون من مجموعة من التسلسلات متضمنة الآتي : (الراوي ، ١٩٩٩ : ١٠٨)

١. عند اتخاذ قرار ضروري يكون متخذ القرار عند مستوى الإدراك وبناء على معلومات سابقة .

٢. أن يكون العائد من المعلومات أكبر من تكلفتها ومراعاة أهمية هذه المعلومات بالنسبة للمستخدم .
٣. أن تكون المعلومات قابلة للفهم لدى متخذ القرار وأن تكون ذات فائدة في اتخاذ القرار وهذا يتطلب وجود الملائمة والمصادقية معاً في هذه المعلومات .
٤. قابلية المعلومات للمقارنة والثبات .

قياس جودة المعلومات المحاسبية

لا يوجد تعريف محدد لجودة المعلومات وذلك لاختلاف الجودة تبعاً لاختلاف وجهات النظر وأهداف متبني ومستخدمي المعلومات إلا أنه يمكن تحديد معايير عامة لقياس جودة المعلومات وعلى النحو الآتي : (الفضل ونور ، ٢٠٠٢ : ٣٠٥-٣٠٦)

١. الدقة بوصفها مقياساً لجودة المعلومات : يمكن التعبير عن جودة المعلومات لكل من الماضي والحاضر والمستقبل ولا شك كلما زادت دقة المعلومات زادت جودتها وزادت معها قيمتها في التعبير عن الحقائق التاريخية أو عن التوقعات المستقبلية .
٢. المنفعة بوصفها مقياساً لجودة المعلومات : وتتمثل المنفعة في عنصرين هما صحة المعلومات وسهولة استخدامها ويمكن إن تأخذ المنفعة أحد الصور التالية :
 - أ. المنفعة الشكلية : أي تطابق شكل المعلومات ومحتواها مع متطلبات متخذ القرار .
 - ب. المنفعة الزمنية : أي توفر المعلومات لدى متخذ القرار في ذات الوقت الذي يحتاج إليه .
 - ج. المنفعة المكانية : أي الحصول عليها بسهولة .
 - د. المنفعة التقييمية والتصحيحية : أي قدرة المعلومات على تقييم وتصحيح نتائج تنفيذ القرارات .
٣. الفاعلية بوصفها مقياساً لجودة المعلومات : تعتمد الفاعلية على مدى أو درجة تحقيق الشركة لأهدافها، وبالنسبة للمعلومات فإن الفاعلية هي مدى تحقيق المعلومات لأهداف الشركة أو متخذ القرار من خلال استخدام موارد محدودة .
٤. التنبؤ بوصفه مقياساً لجودة المعلومات : يقصد بالتنبؤ أنه الوسيلة التي يمكن بها استعمال معلومات الماضي والحاضر في توقع أحداث ونتائج المستقبل وأن هذه التوقعات تستخدم في التخطيط واتخاذ القرارات ومن ثم فإنه من المؤكد أن جودة المعلومات إنما تمثل في مقدرتها التنبؤية في تخفيض حالة عدم التأكد .
٥. الكفاءة بوصفها مقياساً لجودة المعلومات : يقصد بالكفاءة هي حسن استخدام الموارد أي تحقيق أهداف الشركة بأقل استخدام ممكن للموارد وتطبيق مبدأ اقتصادية المعلومات الذي يستهدف تعظيم جودة المعلومات بأقل التكاليف الممكنة والتي يجب أن لا تزيد عن قيمة المعلومات .

بعد هذا العرض لكل من خصائص المعلومات المحاسبية ومقاييس جودة المعلومات لا بد من التفرقة بين كل من جودة المعلومات المحاسبية وخصائصها فهناك من يعتبرهما جملتين مترادفتين لكن الملاحظ من العرض السابق أن جودة المعلومات المحاسبية تتمثل في مدى توافر هذه الخصائص في المعلومات لترتفع إلى مستوى الجودة وبالتالي الاعتماد عليها في ترشيد القرارات ، بينما الخصائص ما يجب أن تكون عليه هذه المعلومات فقد نتاح الخصائص لكن لا تتوفر الجودة إذا ما أخذنا بمفهوم الجودة على انه المطابقة مع رغبة المستخدم .

المبحث الثاني

تاريخ تطور التجارة الإلكترونية

١. أدركت العديد من الشركات العالمية (مثل شركة ألفيرا) في أواسط السبعينات من القرن العشرين انه لا بد لها من تسريع تبادل وتناقل المعلومات إن أرادت أن تظل قادرة على المنافسة في قطاع الأعمال لذا بدأت تظهر المفاهيم البدائية للتجارة الإلكترونية وذلك عبر فترات مختلفة هي : (www.hostiganime.com)
١. بدأت الأشكال الأولى للتجارة الإلكترونية في فرنسا إلا أن الفرنسيين لم يطوروها واقتصروا على الاستعمال الفرنسي الداخلي .
٢. في عام ١٩٧٩ شكل المعهد الوطني الأمريكي للمعايير (ANSI) لجنة أمريكية للمعايير التجارية (Asc) وكانت غايتها تطوير معيار يتفق عليه البائعون والمشترون وقد سمي هذا المعيار (نظام تبادل البيانات إلكترونياً في الولايات المتحدة الأمريكية)
٣. في عام ١٩٨٦ طوّرت مجموعة من الشركات التي تنتمي إلى قطاعات مختلفة معيار تناقل المعلومات بين الشركاء التجاريين ودعي هذا المعيار نظام تبادل بيانات الإدارة والتجارة والنقل إلكترونياً في الولايات المتحدة .
٤. في ١٩٩٧ اصدر الرئيس الأمريكي الإطار المتكامل لمشروع البنية التحتية للمعلومات الكونية راسماً فيه مستقبل التجارة الإلكترونية التي تقودها أمريكا .
٥. في آذار ١٩٩٨ تقدمت أمريكا إلى المنظمة العالمية للتجارة بطلب إدراج التجارة الإلكترونية على الأعمال للتفاوض على اتفاقية متعددة الأطراف حولها وقدمت مشروع لذلك الغرض .
٦. في أيار ١٩٩٨ صدر عن المنظمة العالمية للتجارة إعلان عن التجارة الإلكترونية الكونية وقرر المؤتمر الوزاري في دورته الثانية حث المجلس العام على وضع برنامج عمل متكامل لدراسة الجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية الكونية .
٧. في أيلول ١٩٩٨ وضع المجلس العام للمنظمة العالمية للتجارة برنامج عمل التجارة الإلكترونية لكل من مجلس التجارة في الخدمات ومجلس التجارة في السلع ومجلس لجنة التجارة والتنمية في المنظمة ومجلس الترييس .

٨. في ١٩٩٩ قدمت المجالس الأربعة تقريرها عن اتفاقية التجارة الإلكترونية إلى المجلس العام في المنظمة . وفي أيلول من نفس السنة انعقد المؤتمر الوزاري في دورته الثالثة في سياتل وكان الموضوع على جدول أعماله .

مفهوم التجارة الإلكترونية ومجالاتها وتأثيرها ومراحل تطورها

مع انتشار التقنيات الحديثة وبشكل كبير ودخول الإنترنت ليشمل جميع نواحي الحياة تقريباً ومنها التجارية إذ ظهر ما يعرف بالتجارة الإلكترونية التي لاقت رواجاً هائلاً وسريعاً بين جميع فئات الناس وفي مختلف المناطق فهي حل مناسب بالنسبة لرجال الأعمال والصناعيين والتجار و مندوبي الشركات فقد وقرت الكثير من وقتهم ومالهم وجهدهم واصبح بإمكانهم عرض منتجاتهم بتكلفة اقل والوصول إلى اكبر عدد من الزبائن المحتملين بوقت قصير وبتكلفة قليلة والتواصل معهم بشكل لحظي .

ومن ناحية أخرى فان الفائدة التي حصل عليها الزبائن من التجارة الإلكترونية لا تقل أهمية عن تلك التي حصل عليها المنتج فلم يعد الزبون مضطراً للانتقال من مكان إلى آخر بحثاً عما يريد وكذلك لم يعد تحت رحمة مزاج البائع أو المنتج إذا كان متفرداً بسلعة معينة في منطقة معينة وتخلص من تأثير مندوبي المبيعات ومهاراتهم بالإقناع الذي يأتي غالباً لمصلحتهم وبذلك يكون قد وفر مالا ووقتا وجهداً بالوصول إلى ما يريد من خلال جهاز الكمبيوتر وشبكة الإنترنت التي يستطيع من خلال محرك بحث واحد الوصول إلى افضل السلع و ارخص الأسعار ويستطيع شراء ما يريد من أي مكان بالعالم بواسطة النقود الإلكترونية . (www.syrian_ed.com)

وقبل الدخول إلى تعريف التجارة الإلكترونية يجب التنويه إلى أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتكون من مقطعين : (غنيم ، ٢٠٠٢ : ٣)

الأول : التجارة Commerce : هذا المقطع يعبر عن نشاط تجاري واقتصادي معروف لدينا يتم من خلاله تداول السلع والخدمات وفق قواعد ونظم متبعة ومتفق عليها .

الثاني : الإلكترونية Electronic : والمقصود بها القيام بأداء النشاط الاقتصادي (التجاري) باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت .

أما مفهوم التجارة الإلكترونية Electronic commerce : فهناك عدة تعريفات لها فقد عرفت^(١) على أنها ممارسة النشاط التجاري من خلال موقع منشأة أو أكثر على شبكة (الويب) ويتضمن ذلك التصفح لاختيار المنتج والتعرف على خصائصه وإصدار أمر الشراء وتجميع البضاعة في عربة المشتريات الإلكترونية والاستئصال من المخزون وترتيبات الشحن والإخطار والمحاسبة بوسائل دفع لنقود إلكترونية لتسوية المعاملة^(٢). (توفيق ، ٢٠٠٣ : ١٧)

أما (الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت) فعرفت^(٣)ها على أنها نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات

والمعلومات حيث أن التجارة الإلكترونية تتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة الزبائن، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية^(www.c4arab.com).

أما مكتب المحاسبة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية فعرف التجارة الإلكترونية على أنها "تتضمن المعاملات عبر الحدود من خلال شبكات الحاسبة ويعني بصورة عامة الشراء أو البيع عبر الإنترنت (محمود، ٢٠٠٣: ٢٤-٢٥).

ويرى آخرون أن تعريف التجارة الإلكترونية يعتمد على عدة جهات نظر :
(www.reef.com)

- فمن وجهة نظر عالم الاتصالات هي وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات الكمبيوترية أو عبر أي وسيلة تقنية.
- أما من وجهة نظر الأعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة .
- في حين أن وجهة النظر الخاصة بالخدمات ترى أن التجارة الإلكترونية هي أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلف الخدمات والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة .
- أما عالم الإنترنت فيعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الإنترنت .
- ويضيف إليها البعض وجهة نظر منظمة التجارة العالمية والتي حددتها على أنها ((مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات بوسائل إلكترونية)).
(www.hostiganime.com)

وهذا المفهوم أي (التجارة الإلكترونية) واسع جداً ولا يوجد اتفاق على تعريف محدد له ، ويمتد مفهومه بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة :

١. خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه هذه الخدمات ذات المحتوى التقني .
٢. التسليم أو التوريد التقني للخدمات .
٣. استعمال الإنترنت كواسطة أو وسيلة لخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المستلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) .

وبناءً على ما سبق يرى الباحثون أن التجارة الإلكترونية عبارة عن إجراء النشاط التجاري أو المالي أو الخدمي إلكترونيا أي عملية تبادل تجاري من سلع أو خدمات أو معلومات بواسطة شبكة الكومبيوتر والاتصالات (الإنترنت) من خلال عرض البضائع والخدمات ضمن مواقع على شبكة الإنترنت وتتم عملية الدفع بواسطة النقود الإلكترونية .

مراحل التجارة الإلكترونية

- يمكن حصر مراحل التجارة الإلكترونية (وليس مراحل تطبيق التجارة الإلكترونية) بأربعة مراحل يتم من خلالها إبرام المعاملات بين الأنشطة الاقتصادية سواء كانت أفراد أو مؤسسات وهذه المراحل هي : (www.hostigonime.com)
١. إحداث موقع ويب يسمح للزبون بالتعرف على السلع والخدمات حيث بالإمكان تصفح نشرة المؤسسة واختيار المنتجات ووضعها في سلة افتراضية .
 ٢. بعد اختيار المنتج يمكن للمستهلك أن يسجل وصل طلب إلكتروني يتم إملأه على الخط بتقديم جميع المعطيات الشخصية .
 ٣. في حال يتم الدفع ببطاقة ائتمان أو بالنقد الإلكتروني هناك تطبيق إعلامية تعالج هذه الطلبية وتؤمن عملية الدفع مع المحافظة على سرية المعطيات والتأكد من صلاحية البطاقة ومن تواجد النقود اللازمة لتحقيق عملية الشراء .
 ٤. بعد التأكد يتم إرسال رسالة إلكترونية إلى المستهلك وإلى التاجر لتأكيد صلاحية العملية وفي كل الحالات يجب على المؤسسة أن تحقق التوافق بين سرعة إنجاز العملية الإلكترونية وإنجازها ماديا وذلك بتوفير وسائل نقل مناسبة تؤمن إيصال السلع إلى الزبائن في احسن الظروف .

هيكل وأقسام تطبيقات التجارة الإلكترونية

الكثير من الناس يظن بأن التجارة الإلكترونية هي مجرد الحصول على موقع على الإنترنت ولكنها في الحقيقة أكبر من ذلك بكثير فهناك الكثير من تطبيقات التجارة الإلكترونية مثل البنوك الانترنيتية والمجمعات التجارية الموجودة على الإنترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل والقيام بمزادات وتعاون مجموعة من الأفراد في عمل بحث ما، ومن أجل هذه التطبيقات يستلزم الحصول على معلومات وأنظمة وبنية تحتية وتأدية هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة هي : (www.reeef.com) .

١. الناس .
٢. السياسة العامة .
٣. المعايير والبروتوكولات التقنية .
٤. شركات أخرى .

ويمكن تقسيم نشاطات التجارة الإلكترونية بشكلها الحالي إلى قسمين رئيسيين هما:

١. تطبيقات التجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية Business-to Business (B2B) : إن أقدم أنواع التجارة الإلكترونية هو التعامل بين التجار بعضهم مع بعض B 2 B (سواء كانوا أشخاصا أو شركات) وقد بدأ ذلك تاريخيا في عالم صناعة السيارات - منتجي السيارات - ومنتجي المواد الأولية والأجزاء الداخلة فيها والتجار والموزعين . ويعد حاليا شكل B2B هو أكثر أنواع التجارة الإلكترونية والأكثر قيمة وأهمية اقتصادية (عمار ، ٢٠٠٤ : ٢) .

٢. تطبيقات التجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية والأفراد (الزبائن) Business-to-Consumer (B2C) : ويتم بين الشركات والأفراد أو المستهلك المباشر ويسمى هذا النوع اختصاراً B2C (www.syrian_ed.com) .

سمات التجارة الإلكترونية

تتصف التجارة الإلكترونية والتي ظهرت كمفهوم جديد نسبياً في القاموس التجاري بعدة سمات : (www.shamela.net)

١. عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية إذ يتم التلاقي بينهما من خلال شبكة الاتصالات .
٢. إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه إذ يستطيع أحد أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في الوقت نفسه .
٣. توفر التفاعل الجماعي أو المتوازي بين فرد ومجموعة أي التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه .
٤. إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية على الشبكة .
٥. إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحسابات بالشركة من خلال ما يسمى التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق (EDI) Electronic Data Interchangement وهو ما يعد في الحقيقة طفرة هائلة تحقق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية دون تدخل بشري وبأقل تكلفة وأعلى كفاءة .
- ويضيف غنيم إلى ذلك :
٦. عدم وجود أي وثائق ورقية متبادلة عند إجراء وتنفيذ المعاملات حيث أن كافة عمليات التفاعل بين طرفي المعاملة يتم إلكترونياً (غنيم ، ٢٠٠٢ : ٧) .

مجالات التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية مفهوم متعدد الأبعاد والاتجاهات ويمكن تطبيقه في أكثر من مجال وكما يلي : (www.shamela.net)

١. تجارة التجزئة Retail commerce

مثل ذلك تجارة الكتب والمجلات ويتم فيها البحث عن أسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة السعر وتتم فيه عملية الدفع بطريقة إلكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر .

٢. البنوك والتمويل Finance

تقدم البنوك الخدمة الإلكترونية والتي من أبسطها الاستعلام من الحاسوب ومتابعة أسعار البورصات والبيع والشراء للأسهم .

٣. التوزيع Distribution

مثل ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج وأجهزة حاسب آلي ، توزيع الصور ، والأفلام والشرائط الموسيقية .

٤. التصميم الهندسية Engineering design

من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل ومن أشهر الأمثلة في هذا المجال قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل أعضائه في أربع مواقع جغرافية مختلفة .

٥. التعاملات التجارية Business support

من أمثلة ذلك نظام التبادل التجاري بين الشركات حيث يقوم بعرض الكتالوجات للمنتجات والقيام بعملية التبادل بمراحلها المختلفة ودعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات والتأمين ، وتقديم خدمات ما بعد البيع ، فضلاً عن تدخل التجارة الإلكترونية في مجالات أخرى مثل النشر والتجارة الدولية الخ .

فوائد التجارة الإلكترونية

تتمثل أهمية التجارة الإلكترونية في كلا طرفي المعاملة وذلك من خلال (عمار ، ٢٠٠٤ : ٥):

أولاً. فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات

١. تقليل المخزون من البضائع إذ يمكن تنظيم الإنتاج ليواجه الطلبات المحتملة أو أوامر الشراء ويمكن من خلالها أيضاً تطبيق نظام (JIT) just in time (في الوقت المحدد) في الشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية .
٢. ضغط حجم الأوراق والأعمال المكتبية باستخدام الحاسب في تخزين المعلومات ومراقبة الإنتاج وأعمال المخازن .
٣. الربط بين أجهزة وفروع المؤسسات والهيئات المختلفة بأقل تكلفة .
٤. إقامة نظام فعال للاتصال لإصدار القرارات ولمراقبة التنفيذ بين الشركات الأم وفروعها المختلفة أو بين أجهزة الحكومة بما يحقق الكفاءة في اتخاذ القرار .

ثانياً. الفوائد التي يجنيها الزبائن من التجارة الإلكترونية

١. توفير الوقت والجهد : تفتح الأسواق الإلكترونية (E-market) بشكل دائم (طيلة اليوم ودون أي عطلة) ولا يحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين .
٢. حرية الاختيار : توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت فضلاً عن ذلك فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات .
٣. خفض الأسعار : يوجد على الإنترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أقل مقارنة بالمناجزة التقليدية .
٤. الإجابة السريعة لاستفسارات الزبائن .

التجارة الإلكترونية بين المباح والمحرم

إن مقصود الشريعة الإسلامية في هذا الشأن هو تحقيق المصالح التي تقوم على جلب المنافع ودرء المفسد وفي ضوء هذا التصور فإن الإسلام لا يمنع من الاستفادة من الإنترنت في التجارة طالما يتم التعاقد في إطار القواعد الشرعية العامة خاصة المتعلقة منها

بالمعاملات المالية وتجنب القواعد السلبية في المعاملات المالية وتتمثل هذه القواعد في

الآتي : (www.hostigohime.com)

أولاً: قواعد شرعية يجب التمسك بها

١. تحقيق المنفعة لطرفي المعاملة : وعلى ذلك فما لا منفعة فيه حساً أو شرعاً لا يجوز أن يكون محل للمعاملات مثل السلع والخدمات المحرمة شرعاً ومثيلاتها في التجارة العادية وغيرها .

٢. التراضي : بمعنى توفر القصد والإرادة والاختيار الكامل على قدم المساواة للقيام بالمعاملة من عدمه ويمكن القول أنه في التجارة الإلكترونية يتحقق هذا التراضي حيث لا يوجد لأي طرف من المتعاملين أي سلطة لإجبار الآخر على إجراء المعاملة .

٣. المعلوماتية (الشفافية) : بمعنى ضرورة توافر المعلومات الصادقة عن محل المعاملات لكلا الطرفين لكي يتخذ قراره بالقيام بالمعاملة ، كما أن التجارة الإلكترونية توفر المعلومات الكاملة عن السلعة والتمن غير أن الصدق في هذه المعلومات من المحتمل أن يكون غير تام من جانب التجار أو العملاء كما أن عرض السلع في الشاشة أقل في المعلوماتية من وجودها في شكل مادي ملموس ، لكن يخفض ذلك أنه في حالة اكتشاف أية مخالفة في مواصفات السلعة عما تم بثه على الإنترنت يقوم المستخدم ببث ذلك على الإنترنت ويحذر بقية المستخدمين من التعامل فيها .

٤. العدالة بين طرفي المعاملة : ممثلة في توازن المنفعة والعائد من المعاملة لكل من البائع والمشتري وهو أمر يتحقق في التجارة الإلكترونية التي يتم اتخاذ القرار فيها بحرية تامة لكلا الطرفين وبما يحقق مصلحتهم بشكل يكافئ بين المنفعة والعائد .

ثانياً. قواعد سلبية يجب الامتناع عنها

١. منع الغرر : يعني به الجهالة التي ترتبط بالعقد بحيث يكون مجهول العاقبة ، والتجارة الإلكترونية لا تنطوي على غرر فإذا كان محل المعاملة خدمات تسلم إلكترونياً فإن العملية تتم في نفس المجلس بدفع الثمن بموجب بطاقة الائتمان ويتم الحصول على الخدمة على شاشة الكمبيوتر .

٢. منع الظلم الذي يقع على أحد المتعاقدين : بعدم الحصول على حقه مع الوفاء بالالتزامات أو حصوله على أقل مما تعاقد عليه صفة أو كمية ويندر في التجارة الإلكترونية أن يحدث ذلك .

٣. منع الضرر : ويعني النهي والامتناع عن كل معاملة يحصل منها الضرر على أحد المتعاملين (ضرر خاص) مثل المعاملات الربوية أو (ضرر عام) مثل المعاملات التي تنطوي على أضرار بالعقيدة أو قيم المجتمع ، وكما سبق القول فإن هذا متاح على الإنترنت .

وفي ضوء ما سبق يمكن القول أنه إذا كانت توجد مخالفات في التجارة الإلكترونية لبعض القواعد الشرعية فهي مخالفة في الممارسات ويمكن أن تحدث في التجارة العادية

ويمكن العمل على تلافيها بالرجوع إلى قواعد الشريعة ، فهذه المخالفات ليست من طبيعة الإنترنت ولكن من الممارس .

المبحث الثالث

الآثار المترتبة على جودة المعلومات المحاسبية نتيجة تعامل الشركات في التجارة الإلكترونية

قبل التطرق إلى الآثار المترتبة على جودة المعلومات المحاسبية نتيجة التعامل التجاري عبر الإنترنت لابد من التعرف أولاً على علاقة التجارة الإلكترونية بالمحاسبة وهذا يتمثل في ناحيتين هما :

أولاً. المحاسبة عن التجارة الإلكترونية

في ظل أنظمة التجارة الإلكترونية يمكن أن تتم المحاسبة آلياً عن عمليات هذه التجارة من خلال الأنظمة الآلية المحاسبية الحالية أو بواسطة الإنترنت ، فإذا كانت الأنظمة الآلية المحاسبية الحالية بالشركة تمثل برامج تطبيقات محاسبية تم تطويرها محلياً فقد يتوفر لمتصفح شبكة الإنترنت هذه التطبيقات أولاً بأول مما يولد له الدراية والمعرفة غير القاصرة عن حسابات الشركة المتعامل معها من خلال البرنامج ويتم تطوير دليل الحسابات الإلكتروني بناءً على الخبرة والمعرفة المكتسبة من تصفح ودراسة البرامج المحاسبية المعروضة على شبكة الإنترنت ليشمل هذا التطوير حسابات الإيرادات والمصروفات (بالأستاذ العام) المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ، فضلاً عن أنه يمكن مباشرة إجراء قيود اليومية المتعلقة بالمحاسبة عن كل عمليات هذه التجارة، كما ويمكن تطوير نظام قوائم الدخل الحالية بالبرنامج لتعرض نتائج (نشاط) التجارة الإلكترونية بصورة منفردة (ومن ثم إدراجها ضمن قوائم دخل الأعمال الرئيسية بالشركة)، وتتيح بعض الأنظمة المحاسبية الآلية التي طورته بعض شركات برمجيات المحاسبة العالمية إمكانية التكامل مع مواقع محددة على شبكة الإنترنت بحيث توفر إمكانية التجميع والتقرير عن النفقات إلكترونياً بما فيها نفقات التجارة الإلكترونية ، وتجدر الإشارة إلى أن هذا البديل قائم على اعتبارات أهمها توافر التطبيق المحاسبي الأصلي في الشركة ، ويتحمل المستخدم للبرامج المحاسبية تكلفة شهرية محددة مقابل الحصول على هذه الخدمة عبر الشبكة .
(www.hostiganime.com)

ثانياً. المحاسبة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية

في عصر الإنترنت وازدهار نشاطات التجارة الإلكترونية ظهر مصطلح المحاسبة الإلكترونية كأحد المفاهيم والمصطلحات المعاصرة لتكنولوجيا المعلومات وقد انتشر هذا المفهوم نتيجة الدور الفاعل للحاسب الإلكتروني . إذ أدى التقدم التكنولوجي في مجال الحاسبات إلى مكنة الجزء المتكرر في المحاسبة مما نتج عنه سرعة التنفيذ مقروناً بالدقة وبمجهود محدود للغاية (طالما تمت برمجة النظام وتم التأكد من كفاءة تشغيله خصوصاً في

بيئة الإنترنت) إذ أصبح المحاسب أكثر اهتماماً بأبعاد آثار الأرقام المحاسبية ومعناها الحقيقي وآثارها على عمليات اتخاذ القرار خصوصاً من وجهة نظر مختلف مستخدمي المعلومات المحاسبية ، فضلاً عن توفر العديد من البيانات والمعلومات وقواعد البيانات من خلال الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) .

وبصورة أدق وأكثر شمولاً فإن مصطلح المحاسبة الإلكترونية يعني تنفيذ المهام المحاسبية والبحث المحاسبي والمجالات التعليمية للمحاسبة من خلال الحاسب الآلي ومختلف مقومات الإنترنت وبصفة خاصة من خلال الأدوات الرقمية المعاصرة التالية :
(www.biz_kingdom.com)

١. الأدوات الرقمية القائمة على الوسائط المتعددة Digital Tool Kits في مجالات التسجيل والتحليل المحاسبي .
٢. الموارد أو المصادر Resources المتعددة للإنترنت وذلك كمصدر خصب ومتجدد للبيانات والمعلومات المحاسبية (المحلية والدولية) .
٣. روابط الاتصال Web Hyper Links في الإنترنت بقواعد بيانات المنظمات والهيئات والشركات .
٤. البرمجيات المحاسبية القائمة على الاتصال بالشبكة الدولية للمعلومات Internet based
٥. أدوات التحليل المحاسبي القائمة على الجداول الإلكترونية spread sheet الرقمية .
٦. كل إمكانيات وموارد شبكة الويب كإنزال Download وتبادل الملفات المالية بنمط PDF .

وتظهر خاصية المحاسبة الإلكترونية للأنظمة المحاسبية الآلية في التجارة الإلكترونية من خلال مدى قدرة النظام المحاسبي الآلي المطبق بالشركة ذات موقع أو أكثر للتجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت على تنفيذ ما يلي داخل النظام أثناء الاتصال بالشبكة : (توفيق، ٢٠٠٣ : ١٧)

١. فتح موقع أو مواقع التجارة الإلكترونية للمنشأة وحصر عمليات التجارة الإلكترونية التي تمت .
٢. إثبات وتحديث مختلف مقومات وقواعد بيانات النظام المحاسبي on line الآلي بمختلف عمليات التجارة الإلكترونية .

ومما ذكر نلاحظ أن المحاسبة الإلكترونية تعد أحد متطلبات عمل التجارة الإلكترونية والعلاقة التي تربط بينهما هي علاقة تكامل إذ تعتبر المحاسبة الإلكترونية ضرورية في العمل المحاسبي في حالة دخول الشركة في ممارسة النشاط التجاري عبر شبكة الإنترنت .

ويمكن إجمال أثر التجارة الإلكترونية على العمل المحاسبي في الآتي :

١. إجبار الشركات على مكثنة العمليات المحاسبية لديها واستخدام الحاسب الآلي في التسجيل والتبويب وعرض البيانات المحاسبية .
٢. إجبار المحاسب على التعلم والتعرف ولو بشيء بسيط عن عمل الحاسب الآلي وبالتالي امتلاك المعرفة في العمل المحاسبي على هذا الحاسب .
٣. التغيير في الدليل المحاسبي وذلك بإضافة أرقام وحسابات جديدة تعبر عن إيرادات ونفقات عمليات التجارة الإلكترونية في الشركة .
٤. ويمتد أثر التجارة الإلكترونية إلى القوائم المالية ومنها قائمة الدخل وذلك بإضافة تفصيل جديد ضمن القائمة يتم من خلالها التعرف على الإيرادات المتأتية عن عمليات التجارة الإلكترونية وما يقابلها من نفقات خاصة بهذه العملية والمتعلقة بإنشاء المواقع الإلكترونية على الإنترنت للترويج عن بضائعها وأي نفقات أخرى متعلقة بها .
٥. توسع عمل المحاسب (المحاسب الإداري) وذلك بعرض التقارير الخاصة في ترشيد القرارات الإدارية المتعلقة بإعداد الموازنات التخطيطية للنشاط التجاري في الإنترنت، وعن توفير المعلومات المحاسبية عن جدوى هذا النشاط التجاري في الاستمرار أو التوقف .
٦. ازدياد صعوبة عمل مراقب الحسابات وذلك لانفتاح العمل المحاسبي في الشركة إلى مختلف دول العالم وصعوبة تتبع العمليات التجارية بين الأطراف المختلفة لعدم وجود أي وثائق ورقية متبادلة عن إجراء تنفيذ المعاملات فضلاً عن إمكانية تسليم السلع غير المادية عبر الشبكة وبالتالي صعوبة اكتشاف عمليات البيع والشراء هذه (وذلك يعود للسمة السادسة من سمات التجارة الإلكترونية المذكورة سابقاً) .
٧. أما بالنسبة للمحاسب الضريبي فالمهمة أصعب ففي التجارة الإلكترونية تزداد سهولة التهرب من دفع الضرائب وتنقل عمل الشركات من بلد إلى آخر ذو ضرائب منخفضة وكما هو مذكور في الفقرة السادسة فإن التحول من المعاملات الورقية إلى الرقمية عبر الإنترنت أصبح تتبع عمل الشركة مع هذا التحول صعب جداً .
٨. يمكن اعتبار عملية الإفصاح المحاسبي الإلكتروني هي إحدى آثار تطبيق التجارة الإلكترونية على الرغم من أنها أقرب إلى أن تكون إحدى آثار المحاسبة الإلكترونية قبل أن تكون بسبب التجارة الإلكترونية ، ويتمثل الإفصاح هذا في إعداد التقرير المالي الإلكتروني كأحد الآثار على مخرجات النظام المحاسبي .
٩. تفعيل جودة المعلومات المحاسبية وسيتم تناولها بالتفصيل في الفقرة التالية .

التجارة الإلكترونية وجودة المعلومات المحاسبية

لتوضيح أثر تبني واعتماد التجارة الإلكترونية في الشركات على جودة المعلومات المحاسبية لابد من الإشارة إلى أن للتجارة الإلكترونية أثر مباشر على درجة جودة خصائص المعلومات المحاسبية ، أي على معايير قياس جودة المعلومات المحاسبية وهذا التأثير يظهر جلياً في النقاط التالية :

١. أثر التجارة الإلكترونية على دقة المعلومات المحاسبية : بوصف الدقة كمقياس لجودة المعلومات المحاسبية فإن التجارة الإلكترونية لها أثر إيجابي وآخر سلبي على دقة هذه المعلومات ، فهي تعمل على زيادة دقة المعلومات المحاسبية المنتجة في النظام المحاسبي من خلال استخدام الحاسب الآلي والبرامجيات الخاصة التي تعالج الإجراءات المحاسبية ، وفي المقابل قد تؤثر سلباً وذلك إذا ما تعرض الحاسب الآلي لدخول فيروس عبر هذه الإجراءات والذي سينعكس أثره على البيانات المحاسبية ، ويمكن تجنب هذه الحالة من خلال وضع معالج الفيروسات الذي يتم من خلاله معالجة ورصد الفيروسات الدخيلة .
٢. أثر التجارة الإلكترونية على منفعة المعلومات المحاسبية : تتمثل المنفعة كما مر سابقاً في عنصرين الأول صحة المعلومات ، إذ للتجارة الإلكترونية أثر إيجابي على صحة المعلومات ، فإجراء المعاملات عبر الإنترنت يتم بحذر تام ذلك أن تسليم الخدمة أو السلعة من قبل البائع إلى المشتري لا تتم إلا بعد الاستلام الكامل للمبلغ

عبر بطاقة الائتمان الإلكترونية وإن التسجيل لهذه العمليات ينحصر في التي حدثت فهدا ، أما العنصر الثاني فيتمثل في سهولة استخدام المعلومات المحاسبية المتأتمية من هذا النشاط إذ يمكن الاطلاع على أية معلومة محاسبية بمجرد حدوث الصفقة وبصورة مباشرة ، وهذا التأثير على منفعة المعلومات المحاسبية هو تأثير إيجابي ذلك أن تبويب وعرض المعلومات المحاسبية عن الصفقات التجارية يخدم مستخدم المعلومات (متخذ القرار) ، هذا فضلاً عن أن وقتية تقديم المعلومة في حالة طلبها وسهولة استخراجها واستخدامها سوف يزيد من فاعلية الملكية المعرفية لدى متخذ القرار مما ينعكس أثره الإيجابي على القرار المتخذ .

٣. أثر التجارة الإلكترونية على فاعلية المعلومات المحاسبية : إن المعلومات المحاسبية الناتجة عن هذا النشاط (التجارة الإلكترونية) لها فاعلية كبيرة تتمثل في تحقيق أهداف متخذ القرار والناتجة من الحصول على المعلومات بالشكل والزمان والمحتوى المطلوب نتيجة استخدام الحاسب ، ومن ناحية أخرى فإن العمليات التجارية هي أنية أو تتم في فترة زمنية قصيرة نسبياً مقارنة بالتجارة التقليدية الأمر الذي يؤدي إلى تأكيد الفاعلية في تقديم المعلومات ، أي أن الاثر متداخل ما بين المحاسبة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية .

٤. أثر التجارة الإلكترونية على القيمة التنبؤية للمعلومات المحاسبية : إن القيمة التنبؤية للمعلومات المحاسبية تتعلق في قدرة الشركة على وضع خطط مستقبلية ذات دقة عالية نسبياً ، وإن جودة المعلومات في هذا الجانب تتمثل في قدرة المعلومات هذه من تخفيض حالة عدم التأكد وعدم الدقة في الخطط الموضوعية ، لذا فإن التجارة الإلكترونية تؤكد على هذه الخاصية وترفع من جودة المعلومات المحاسبية فيها وذلك لتوافر العمليات التجارية ضمن نسق محدد من السرعة والمتضمنة لكافة العمليات الجارية ومن ثم التدخل المتواصل لرسم صيغة معبرة عن الخطط المستقبلية للمنشأة وتدعيم القرار المتخذ ضمن هذه الموازنة والخطط .

٥. أثر التجارة الإلكترونية على كفاءة المعلومات المحاسبية : ترتبط كفاءة المعلومات المحاسبية في القيمة الاقتصادية للمعلومات (الكلفة مقابل المنفعة) ، إذ أن جودة المعلومات في هذا السياق تؤكد على الاستخدام الأمثل للمتوفر من هذه الموارد من قبل متخذ القرار وبالتالي تحقيق أهداف الشركة ، ويتحقق هذا الاقتصاد في استخدام الموارد في التجارة الإلكترونية بانحصار العمل المحاسبي في إدخال ومعالجة وإنتاج المعلومات ألياً مما ينتج عنه الدقة ومحدودية المدة دون الحاجة إلى أية مستلزمات ورقية وكتابية لتوفير هذه المعلومات .

نخلص مما تقدم أن للتجارة الإلكترونية تأثير إيجابي يعمل على رفع جودة المعلومات المحاسبية وبالتالي توفير معلومات محاسبية ذات خدمة أكبر لمستخدميها ،

وعلى الرغم من ذلك فإن ممارسة التجارة الإلكترونية من قبل الشركات له آثار سلبية طفيفة على جودة المعلومات المحاسبية منها عدم توفر أدلة الإثبات مادياً فضلاً عن إمكانية التلاعب في حيادية هذه المعلومات إلا أنه يمكن معالجة هذه الآثار عبر توفير نظام معالجة محاسبية محدد بمعياري دولي خاص بعمل هذا النشاط يمكن من خلاله توفير أدلة الإثبات والحياد في هذه المعلومات .

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

١. إن درجة جودة المعلومات المحاسبية له تأثير كبير على دقة القرارات المتخذة من قبل مستخدمي هذه المعلومات وكذلك في رفع مستوى فاعلية الملكية المعرفية لهذا المستخدم وخفض حالة عدم التأكد .
٢. المحاسبة بوصفها تكنولوجيا اجتماعية ذات علاقة متبادلة مع البيئة الخارجية للأعمال فإن أي تغيير يحدث في النشاطات الاقتصادية والإدارية والاجتماعية والتقنية ينعكس أثره على نشاط الأعمال ويقابله أثر على العمل المحاسبي واستجابة سريعة لمواكبة هذا الحدث ومعالجة المشاكل الخاصة في هذا التغيير .
٣. إن التجارة الإلكترونية باعتبارها إحدى المتغيرات الحديثة في دنيا الأعمال فرضت تأثيرها على العمل المحاسبي وذلك من خلال :
 - أ. توجيه الشركات إلى مكننة العمل المحاسبي وتدريب المحاسبين للعمل على الحاسب لمواجهة هذا التغيير .
 - ب. تأثيرها على مخرجات النظام المحاسبي (المعلومات المحاسبية) وذلك برفع مستوى جودة هذه المعلومات من خلال توفيرها بالشكل والزمان المحدد والكفاءة والفاعلية الكبيرة التي تخدم مستخدمي المعلومات .
 - ج. اختصار فترة إعداد وعرض القوائم المالية على شبكة الإنترنت ومن ثم دعم خاصية الملائمة بتوفير المعلومات في الوقت المناسب فضلاً عن سهولة إدخال البيانات لصغر حجم هذه المدخلات وتغييرها بشكل كامل في الأنظمة الفورية .
 - د. الأثر السلبي على عمل مراقب الحسابات وعلى المحاسب الضريبي في احتساب مبلغ الضريبة الواجبة على الشركة والحاجة إلى معيار ثابت ومراجعة متطورة تأخذ بالحسبان البعد الإلكتروني الناجم عن التطور المستمر والسريع لشبكات الاتصال الإلكتروني في الحاسب .
 - هـ. ضرورة الإفصاح الإلكتروني عن التقارير المالية الخاصة بالشركة وعن فترة زمنية (سنوية ، فصلية) متمثلة بالميزانية العمومية وقائمة الدخل وقائمة التدفقات النقدية وأي تقارير أخرى وذلك على شبكة الإنترنت بصورة مباشرة أو عبر ملفات PDF .

٤. ارتفاع كلفة إنشاء المواقع وصيانتها وتحديثها وتزويدها بكل أدوات تنفيذ المتجر الإلكتروني ، إلا أن هذه الكلفة تبقى منخفضة أمام الكلف التي تستنفد في تقديم نفس هذا الغرض الإعلان في الجرائد أو التلفزيون أو المتاجر .

التوصيات

١. وضع معيار محاسبي يتضمن نطاق محدد لمعاملات التجارة الإلكترونية يتوفر فيه صيغة إعداد وعرض المعلومات المحاسبية الخاصة بعمليات التجارة الإلكترونية .
٢. التأكد من أمن المعلومات المحاسبية وذلك لوجود القدرة على اختراق الأنظمة المحاسبية للمنشأة ، ومن ثم الحاجة إلى برامج محدثة باستمرار تعمل على توفير ذلك الأمن.
٣. إعداد برامج آلية (ذاتياً أو شراؤها جاهزة) وبما يواكب ويلتزم عمل الشركة لمواجهة مثل هذه التغيرات .
٤. نتيجة للتحوّل الاقتصادي الذي يمر فيه البلد (العراق) والانفتاح على مختلف المجالات لاسيما منها التجارة الإلكترونية لابد من الاستفادة من هذا النشاط وإدخاله ضمن الممارسات التجارية وتوفير كل مستلزماته وذلك من أجل النهوض بالاقتصاد وإنعاشه ومواكبة كل التغيرات للالتحاق بركب العالم .

المصادر

أولاً : الرسائل والأطاريح الجامعية

١. علي إبراهيم حسين الكسب (٢٠٠٤) : (المعلومات المحاسبية اللازمة لاعتماد أسلوب التحسين المستمر "الكايزن" في الشركات الصناعية) ، رسالة ماجستير غير منشورة في المحاسبة ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة الموصل .
٢. محمد نايف محمود (٢٠٠٣) : (أثر التجارة الإلكترونية وبعض المتغيرات الاقتصادية في تدفق رأس المال الأجنبي) ، رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة الموصل .

ثانياً : الدوريات

١. رأفت عبد العزيز غنيم ، ٢٠٠٢ (دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية) . www.jps_dir.com/Articles/Avticles/
٢. أنور عمار (٢٠٠٤)،(التجارة الإلكترونية). [www.bank of sudan.org/arabic/](http://www.bankof sudan.org/arabic/)
٣. محمد شريف توفيق (٢٠٠٣) ، (أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية) www.jps-dir.com/Articles/Avticles/Tabletistasp

ثالثاً : الكتب

١. احمد محمد زامل (٢٠٠٠) : (المحاسبة الإدارية مع تطبيقات على الحاسب الآلي) ، معهد الادارة العامة ، الرياض .

٢. حكمت احمد الراوي (١٩٩٩) : (نظم المعلومات المحاسبية والمنظمة) ، بدون ناشر .
٣. زياد هاشم يحيى وقاسم محسن الحبيطي (٢٠٠٣) : (نظم المعلومات المحاسبية) ، ط١ ، وحدة الحداثة للطباعة والنشر ، الموصل ، العراق .
٤. ستيفن أ. موسكوف ومارك ج. سيمكن (١٩٨٩) : (نظم المعلومات المحاسبية لاتخاذ القرارات) ، ترجمة كمال الدين سعيد واحمد حامد حجاج وسلطان محمد السلطان ، دار المريخ للنشر ، الرياض .
٥. عبد الرزاق محمد قاسم (٢٠٠٤) : (تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية) ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
٦. مؤيد محمد الفضل وعبد الناصر إبراهيم نور (٢٠٠٢) : (المحاسبة الإدارية) ، ط١ ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان .
٧. هاشم احمد عطية (٢٠٠٠) : (مدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية) ، الدار الجامعية، الإسكندرية .

رابعاً: الإنترنت

1. www.biz_kingdom.com/vb/showthread.php?
2. [www.c4_arab.com/showac.php ?](http://www.c4_arab.com/showac.php)
3. www.reef.com/modules.php?news&file
4. [www.shamela.net/vb/archive/index.php ?](http://www.shamela.net/vb/archive/index.php?)
5. www.syrian_ed.net/bygroup.php? group

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.