



د. إبراهيم جويفل العبادي

جامعة جرش الأهلية / الأردن

د. عمر إقبال المشهداني

جامعة جرش الأهلية / الأردن

مداخلة بعنوان:

التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية

المقدمة

إن تقنية المعلومات عززت وساهمت في إحداث نقلة نوعية حديثة في مجال الاتصالات وتبادل المعلومات بين أفراد المجتمع الواحد، وكذلك بين المجتمعات الأخرى، وكذلك ساهمت في تطوير بيئة الأعمال، ففي العصر الرقمي عصر المعلومات والتقنية المتقدمة الذي تزول فيه الحدود والفواصل الجغرافية ويتبدل فيه مفهوم محددات رأس المال و ينتشر فيه الإنترنت انتشاراً هائلاً، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية، ويربط Keegan,2002 ظهور التجارة الإلكترونية باستخدام المنظمات الشبكية العنكبونية للقيام بأعمالها الداخلية والخارجية، فالثورة في مجال تقنية المعلومات أصبحت العمود الفقري للتجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية، لغرض تغيير طرق العمل المكتبي والإنتاجي. لذا اتجهت العديد من المنشآت الصناعية والخدمية والمصارف لإنشاء مواقع لها على شبكة الويب.

أولاً: مشكلة الدراسة

لعب ظهور التجارة الإلكترونية دوراً هاماً في تفعيل حركة ونشاط معظم الفعاليات الاقتصادية العالمية، وقد تجاوز دورها حدود المنتجين حتى وصل إلى تحسين مستوى الرفاهية لدى المستهلكين، كما أصبحت التجارة الإلكترونية تؤثر على سياسات الدولة، وأصبحت معظم الشركات في العالم تتعامل بالتجارة الإلكترونية نتيجة التطور الكبيرة في تكنولوجيا المعلومات، مما استلزم تطوير مهنة المحاسبة والمراجعة لمواكبة هذه التطورات. لذا يواجه المحاسبين والمراجعين عدداً من التحديات للتكيف مع التطورات

الناتجة عن التجارة الالكترونية ، وتأثيرها على المراحل المتخلفة لأداء مهنة المحاسب والمراجعة ، ويمكن إيجاز مشكلة البحث بالاتي:

1. ماهي التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل البيئة التجارية الجديدة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية؟ وما هي الحلول اللازمة لحل مواجهة هذه التحديات؟
2. ماهي المخاطر التي تواجه المحاسب والمراجع في ظل التجارة الالكترونية؟
3. ماهي المهارات المطلوبة من المحاسب والمدقق لمواجهة عمليات التجارة الالكترونية؟
4. ماهي المشاكل التي تواجه أنظمة المعلومات المحاسبية في ظل استخدام التجارة الإلكترونية؟

ثانيا: أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من الأتي:

1. الانتشار الواسع للتجارة الكترونية، التي من المتوقع إن تصبح العنصر الأهم للتعامل التجاري بين الشركات في المستقبل.
2. أهمية مهنة المحاسبة والمراجعة في تنمية عمليات التجارة الالكترونية باعتبارها العمود الفقري لأي منشأة ويتم اعتماد نتائجها كأساس في اتخاذ القرارات.
3. التحديات الجديدة التي تفرضها التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة .

ثالثا: أهداف الدراسة

1. توضيح مفهوم التجارة الألكترونية والتغيرات التي أحدثتها في بيئة الأعمال.
2. توضيح التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والتدقيق في ظل التجارة الالكترونية ، واقتراح المعالجات اللازمة لمواجهة هذه التحديات.
3. التعرف على دور المنظمات المهنة فيما يتعلق بأداء الخدمات المهنية الجديدة في ظل التجارة الالكترونية.
- 4.

رابعا: فرضية الدراسة

يمكن مواجهة اثار التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة من خلال مجموعة من المتطلبات التي يقع على عاتق مهنة المحاسبة والمراجعة خذ بها .

خامسا : منهج الدراسة :

لتحقيق الأهداف المنشودة من هذه الدراسة ، اعتمد الباحث في دراستها (المنهج الوصفي، من خلال إلقاء الضوء على الجوانب النظرية الفكرية لموضوع التجارة الإلكترونية كثورة تقنية جديدة والتحديات التي تواجهها مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل البيئة التجارية الجديدة.

سادسا : الدراسات السابقة

1. دراسة الحلو (2000)، "أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك الأردنية من منظور القيادات المصرفية".

هدفت هذه الدراسة إلى إثبات أن البنوك التجارية في الأردن لن تستطيع الاستمرار بالعمل أو التنافس إذا لم تستخدم تكنولوجيا الحاسب الآلي والاتصالات بفاعلية في أداء أعمالها المختلفة، سعت الدراسة إلى تقديم صورة عن واقع أنظمة المعلومات والاتصالات المستخدمة في البنوك الأردنية من خلال استقصاء آراء مديري التخطيط الاستراتيجي، ومديري التسويق، ومديري تكنولوجيا المعلومات في هذه البنوك. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن الاستثمار في تكنولوجيا الكمبيوتر، والاتصالات يؤدي إلى خفض التكاليف.
- أن الاستثمار في تكنولوجيا الكمبيوتر ، والاتصالات ، يؤدي إلى زيادة أرباح البنوك ، وزيادة إقبال المودعين وأعدادهم ، ورفع مستوى الخدمة المقدمة للزبائن ، وإظهارها بشكل لائق.

2دراسة (عبد الحفيظ، 2000) ((تحديات المراجعة تجاه تنمية صفقات التجارة الالكترونية وتبادل البيانات الكترونيا من خلال تأكيدات الثقة في النظم الالكترونية والثقة في المواقع لجمهور العملاء المتعاملين فيها))

هدفت الدراسة الى دراسة التحديات التي تواجه مهنة المراجعة اتجاه صفقات التجارة الالكترونية، واجري الباحث دراسة استكشافية لمكاتب المراجعة في مصر، توصل النتائج التالية:

- وجود فرص محددة إمام مكاتب المراجعة لأداء خدمات مهنية جديدة وذلك لانخفاض عدد المؤسسات التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات وتتعامل في صفقات التجارة الالكترونية.
- إن المهارات الحالية للمحاسبين المراجعين لا تؤهلهم لأداء الخدمة المهنية الجديدة (الثقة في النظم، الثقة في المواقع) وان الأمر في حاجة ماسة الى تطوير هذه المهارات.

3دراسة (دهمش والقشي 2004) "مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية"

هدفت الدراسة الى التعرف على بيئة التجارة الالكترونية ومقارنتها مع بيئة التجارة التقليدية وتحديد فيما إذا كانت السياسات المحاسبية المعمول بها تلاؤم بيئة التجارة الالكترونية، وتحديد المشكلات التي تحدد مهنة المحاسبة من التعامل مع البيئة التجارية الجديدة. توصلت الدراسة إلى إن التجارة الإلكترونية تعمل في بيئة غير ملموسة وفريدة من نوعها، وتفتقد إلى التوثيق المستندي، وفشلت النظرية المحاسبية الحالية بالتعامل مع مشكلة الاعتراف بإيرادات التجارة الإلكترونية. ونظرا لتلك البيئة الفريدة التي تفتقد إلى التوثيق المستندي، فإن مهنتي المحاسبة والتدقيق تواجهان مشاكل عدم وجود آلية محددة للاعتراف بالإيرادات المتولدة عبر التجارة الإلكترونية، وعدم وجود آلية محددة للتخصيص الضريبي. وأخيرا أوضحت الدراسة انه يمكن حل المشاكل المرافقة للتجارة الإلكترونية من خلال تطوير سياسات وإجراءات محاسبية تكنولوجية تستطيع توفير الأمان، والتوكيدية، والموثوقية لمخرجات نظام المعلومات المحاسبي.

4. دراسة (Nearon,2000) " Auditing E-business"

أكدت الدراسة الى ان الشركات دخلت عالم التجارة الالكترونية من خلال شبكة الانترنت، الا ان مراجعة القوائم المالية لعمليات التجارة الالكترونية وتطبيق معيار المراجعة العامة يواجه تحديات جوهرية للمحاسبين القانونيين، وأوضحت الدراسة ان معايير المراجعة الخاصة بالتخطيط والتدريب المهني والاستقلال لا تطبق في عمليات التجارة الالكترونية بنفس درجة تطبيقها في المراجعة التقليدية. وتوصلت الدراسة الى ان معايير المراجعة بحاجة الى تطوير لتناسب مع تكنولوجيا المعلومات، لان خدمات التي يقدمها المراجع بحاجة الى تأهيل خاص.

5دراسة (Morris) 2000 "What Every Auditor Needs to Know About E-Commerce"

تناولت الدراسة التجارة الالكترونية من الناحية النظرية، معتبرا ان التجارة الالكترونية أصبحت التوجه العام للمنشآت، وإنها المحفز لتحسين العمل، وتحقيق كفاءة اكبر لمجموعة من الأمور وان هنالك حاجة لدى الشركات للرقابة المختلفة، كي تمارس التجارة الالكترونية الى جانب إن التقييم الشامل لظاهرة التجارة الالكترونية يعتبر امرأ أساسيا لاكتشاف تحدياتها وإخطارها. وتوصلت الدراسة الى إن تطبيق التجارة الالكترونية يزود المنظمات باجوات جديدة وتقنيات عالية تسهم في خفض النفقات والاتصال بفاعلية اكبر وتحقيق حجم مبيعات اكبر، هنالك تعقيدات تواجه الشركات التي تأخذ المغامرة وتبدأ البيع على الشبكة نتيجة لتعدد الخيارات في حلول التجارة

الالكترونية والبرامج التي تعالج الوظائف المختلفة، إما بالنسبة للمخاطر فقد اعتبرت الدراسة ان الأمن هو احد أهم العقبات إمام انتشار التجارة الالكترونية ، وان على الشركات التي تبدأ نظام التجارة الالكترونية ان تحدد كيفية ضمان سرية المعلومات.والخطر الأخر هو الزيادة غير المبررة في تكاليف الاستثمار في التجارة الالكترونية وقضايا تصميم المواقع.

6. دراسة "Exposure Draft by AICPA/CICA, Trust Services Principles & Criteria". (2002)

تعد هذه الدراسة من أهم الدراسات التي اهتمت وركزت على التجارة الإلكترونية وتعلقها بنظام المحاسبة، الدراسة عبارة عن مقترحات المشروع المشترك بين معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي (AICPA) ومعهد المحاسبين القانونيين الكندي (CICA) والذي بدأ العمل به وتطويره في نهاية التسعينات.

ومن منطلق حقيقة ، أن الانترنت يزود المستهلكين بعدة وسائل مهمة للحصول على المعلومات وشراء شتى أشكال البضائع والخدمات ، وحقيقة أن التجارة الإلكترونية ساهمت بزيادة النمو الاقتصادي من خلال التعامل عبر صفحات مواقع الانترنت ، وما يصاحب هذه الحقائق من تخوف وقلق المستهلكين المتعاملين عبر هذه الشبكة من المخاطر المرافقة لهذه التكنولوجيا التي تدار الأعمال من خلالها إلكترونياً ، قامت الهيئات المحاسبية المختلفة بتطوير مجموعة من المبادئ والحلول تخدم علاقة التعامل بالتجارة الإلكترونية بين المستهلك والشركة عبر شبكة الانترنت.

يشرح هذا المشروع المشترك، لجميع الشركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية والراغبة بتوكيل مدقق خارجي من هذه الهيئات المحاسبية المشاركة بالمشروع ، الآلية والإجراءات التي سيقوم بها المدقق لضمان حماية نظامها المحاسبي من المخاطر المرافقة للتعامل بالتجارة الإلكترونية، وبالتالي إضفاء الأمان والتوكيدية والموثوقية لجميع مدخلات ومخرجات النظام.تتكون أجزاء هذا المشروع من التالي:

- 1- شرح مفصل عن ماهية التجارة الإلكترونية.
- 2- ماهية المخاطر المرافقة للتعامل بالتجارة الإلكترونية عبر الانترنت.
- 3- الأثر العالمي لموضوع الخصوصية.
- 4- سلبية العمليات المحاسبية في غياب التوثيق المستندي.
- 5- آلية حماية المعلومات وتعقيدها.
- 6- شرح للمبادئ الكفيلة بحماية صفحات التصفح عبر الانترنت (Web Trust Principles).

ويمكن تلخيص المبادئ بالتالي:

- الحماية (Security)، وينص على أن النظام محمي من الاختراقات غير المصرح بها.
- جاهزية النظام (Availability)، وينص على أن النظام جاهز للعمل وفقا للسياسات الموضوعة.
- سلامة وتكامل الإجراءات (Processing Integrity)، وينص على أنه قد تم التأكد من أن جميع الإجراءات قد تم تجهيزها وأنها توفر معلومات دقيقة ووقتية ومصرح بها.
- الخصوصية على الشبكة (Online Privacy)، وتتص على أن الاستخدام والإفصاح عن جميع المعلومات التي تم الحصول عليها عبر التعامل بالتجارة الإلكترونية من خلال شبكة الانترنت، يتماشى مع سياسات الشركة الموضوعة لتأمين الخصوصية للمتعاملين معها.
- السرية (Confidentiality)، وتتص على أن سرية جميع المعلومات، تتماشى مع سياسات الشركة الموضوعة لتأمين سرية المعلومات.
- شرح للإجراءات المرافقة للمبادئ الكفيلة بحماية صفحات التصفح عبر الانترنت (Web Trust Criteria).

7. دراسة Abu-Musa (2004) "Auditing E-business:New Challenges For External Auditors "

هدفت الدراسة الى مناقشة عملية مراجعة حسابات الأعمال الالكترونية، كتحد جديد للمراجع الخارجي ومهنة المراجعة. وإشارات الدراسة الى ان تقنية الأعمال الالكترونية غيرت بشكل متطرف طريقة الشركات في عمليات البيع والشراء والتعامل مع الزبائن والشركاء، وهي تمثل تحديا جديدا امام المراجعين.

وتوصلت الدراسة الى ان التخطيط الكافي لإجراءات مراجعة الأعمال الالكترونية أصبح حرجا لان اغلب أدلة المراجعة يكون متوفر في شكل الكتروني، وعلى المراجعين ان يكونوا قادرين على تقييم كفاية ودقة هذه الأدلة، وإن يكتسبوا المهارات التقنية الضرورية لمراجعة الأعمال الالكترونية، والمحافظة على الاستقلالية لتحسين مصداقية المهنة. كذلك يحتاج المراجعون الى الحكم على صلاحية وكمال وسلامة السجلات المحاسبية.

8. دراسة (Ning Zhao, et al,2004) " Auditing in E-commerce Era"

ركزت هذه الدراسة على مراجعة الحسابات في بيئة التجارة الالكترونية، وأوضحت إن عملية مراجعة الحسابات قد نضجت في ظل بيئة التجارة الالكترونية في العديد من الشركات الخاصة بعد فترة من تراجع عائدات التدقيق، وبسبب هذه الحالة قام المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين والمعهد

الكندي بدراسة حددت عملية التدقيق المستمر كخدمة تساعد في نمو عمل شركات المراجعة، باعتبار إن دور المراجع يمثل دورا حيويا في توفير المعلومات والبيانات المؤكدة والموثوقة والكاملة حول وع المؤسسة المالي.

الإطار النظري للدراسة

أولا: مفهوم التجارة الالكترونية

التجارة الإلكترونية تمثل نمطاً جديداً من أنماط الأعمال الاقتصادية على المستوى العالمي، يعود ظهورها إلى نهاية الستينات من القرن الماضي، حيث كانت البنوك تقوم بتبادل البيانات المالية والمعلومات المتعلقة بالحسابات الكترونيا من خلال ما يسمى تحويل الأرصدة الالكترونية (Electronic Fund Transfer إضافة الى تبادل الكترونيا (EDI) حيث يتم نقل البيانات والوثائق المقروءة بواسطة الحاسوب من منظمة الى أخرى من خلال نماذج تحكمها معايير محددة (Perry & Scheneider 2001). أن التجارة الإلكترونية تتطلب تغييرات في تشريعات وقوانين التجارة لضمان الاستخدام الأمين للتقنيات الجديدة . والتغيير يستدعي بالضرورة توعية بهذه التقنيات واعلام إدارات المؤسسات والشركات بمبررات استخدام هذه التقنيات وشروط الانتفاع السليم منها . ففي ظل التجارة الإلكترونية أصبح لزاما على الوحدات الاقتصادية أن تسعى إلى تدعيم مركزها التنافسي بالتكيف مع البيئة الإلكترونية، وذلك بتغيير نظامها المحاسبي جذريا أو تدريجيا والتركيز على ما يسمى بالمحاسبة الإلكترونية . فبعد ظهور مجموعة من التقنيات الحديثة في دنيا الأعمال ظهرت البيئة الإلكترونية كامتداد للتطور وكأحد أهم التحديات الجديدة أمام المحاسبة والمراجعة.

هناك العديد من التعريفات التي تناولت مفهوم التجارة الالكترونية: حيث عرفها (Nearon, 2000) و(عبد الهادي، 1999) على أنها كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والمستندات عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العلمية الأخرى وتبادل البيانات والمعلومات مع العملاء والتفاوض معهم وسداد الالتزامات المالية ، وعرفها (Best, 2000) و(Hutt&Spen, 2001) توزيع وتسويق وبيع السلع والخدمات ونقل البيانات الكترونيا باستخدام شبكات الاتصال عن بعد ومعالجة العمل بشك انسيابي وتمتد لتشمل نطاقا واسعا من المعلومات التجارية منها (التسويق والترويج وخدمات ما قبل البيع وأوامر الشراء والتسليم والسداد وخدمات الصيانة والشحن والنقل وغيرها). ويشير تعريف آخر للتجارة الإلكترونية على أنها الاستخدام المنظم لتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة وشبكات الاتصالات لتحقيق التعامل بين الشركة البائعة من جانب وعملائها ومورديها من جانب آخر(منسي، ٢٠٠١).

مما يتقدم نستنتج إن التجارة الإلكترونية هي نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات من خلال صيغة محددة للتعامل التجاري تتم بطريقة إلكترونية بعيداً عن استخدام المستندات والوثائق الورقية، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية.

ثانياً. خصائص التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية تتصرف بما يلي (جمعة وعطا الله، 2001)، (Bill, 1999)

1. أنها عملية بيع وشراء باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بحيث يمكن تنفيذ كل مكونات العملية التجارية على الشبكة الإلكترونية.
2. لا توجد علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية، بل يتم التلاقي من خلال شبكة الاتصالات.
3. تعتبر وسيلة فعالة للاتصال بين المتعاملين وبذلك تستغني عن المستندات الورقية عند إجراء المعاملات وتنفيذها، مع توفير في النفقات العامة والإدارية.
4. يمكن أن تتم بين المنشآت، أو بين الشركات والعملاء، أو الشركات والأفراد والحكومة.
5. تعتبر شكلاً من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات.
6. إمكانية التأثير على الأنظمة الإلكترونية في الشركة من خلال ما يسمى بالتبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق باستخدام انظمه المعايير القياسية لنظم التبادل الإلكتروني.
7. قد تغير التجارة الإلكترونية من صور المنشآت وتحولها من منشآت ضخمة معقدة العمليات وعدد عاملين كبير، الى منشآت صغيرة الحجم لا تحتوي سوى على عدد قليل من العمالة ذوي مهارة معينة في الإلمام بمستويات المعرفة.
8. إمكانية تنفيذ العمليات المالية بأمانه وموثوقية والوصول الى أفضل وضع للتكلفة، فضلاً عن السرعة في الانجاز وتقليل الهدر وبالتالي تخفيض التكلفة المضافة.
9. إمكانية التعامل مع أكثر من مصدر في نفس الوقت. حيث يمكن عرض السلع والخدمات على عدد لانهائي من الجمهور.

ثالثاً. مبادئ التجارة الإلكترونية

1. إن تتم المشاركة في التجارة الإلكترونية وفق قواعد السوق الحرة والشفافية والتنافس العادل.
2. تأكيد عالمية التجارة الإلكترونية، فالسياسات الحكومية التي تؤثر فيها يجب ان تتم في إطار تعاون وتنسيق دوليين.
3. ان تعمل المعاملة الضريبية على تشجيع التجارة الإلكترونية، مقارنة بالطريق التقليدية للتجارة، وان تبتعد عن البيروقراطية التقليدية في التعامل.

4. حماية المستهلك ولاسيما فيما يتعلق بالخصوصية والسرية.
5. تشجيع آلية مشاركة القطاع الخاص في صياغة سياسات التجارة الالكترونية محليا ودوليا.
6. ان توفر للشركات وقطاع الأعمال حرية الاختيار والحماية للمستهلك.

رابعاً. إشكال التجارة الالكترونية (Laudon,2001) (RayPort,2001) (راضوان، 1999)

1. التجارة بين المنشآت (الإعمال) (Business to Business) (B2B): تعاملات بين المنشآت الاقتصادية بعضها مع البعض ، مثل عمليات تقديم طلبات الشراء للموردين ، وتسليم الفواتير والقيام بعمليات الدفع والتسديد والتعهدات المالية والبنكية وغيرها. ويشكل هذا النمط اغلب معاملات التجارة الالكترونية.
2. التجارة بين المنشآت والمستهلكين (Business to Consumer) (B2C): ويطلق عليه تجارة التجزئة الالكترونية، وتعتبر عن العلاقة بين المؤسسة التي تعرض منتجاتها وخدماتها على الانترنت من جهة والمستهلك الذي يقتني حاجيته لإشباع رغباته من خلال زيارة المواقع التجارية للشركات وفحص منتجاتها وعقد صفقات الشراء عن طريق الشبكة.
3. تعاملات بين المنشآت والأجهزة الحكومية (Business to Government) (B2G) وهذا النمط من التجارة مازال تحت التطوير وفي مراحله الأولية، فاغلب عمليات هذا النمط يتركز على التفاعل الالكتروني بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية مثل عمليات تسديد الضرائب والفواتير الحكومية ورسوم الجمارك ، وتخليص البضائع الواردة.
4. التعامل بين الأفراد والأجهزة الحكومية (Customer to Government) (C to G) وهذا النمط وان كان يندرج تحت مصطلح الحكومة الإلكترونية والتي عادة ما تقدم خدمات للأفراد إلا أنه سوف يكون أحد الاهتمامات الرئيسية للأجهزة الحكومية في المستقبل القريب نظرا لما له من منافع كثيرة.
5. التعامل بين المستهلكين الأفراد (Consumer to Consumer) (C2C): وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك ومستهلك آخر، من خلال وضع إعلانات على المواقع الالكترونية الشخصية بهدف بيع الأغراض الشخصية، او بيع الخبرات للآخرين، ويشمل ذلك المزادات الالكترونية التي تتم فيها التعاملات التجارية بين الأفراد.

خامساً. فوائد التجارة الالكترونية: (الخطيب والحسيني، 2002) و (بسام، 2002)

1. توفير البيانات والمعلومات وإتاحتها لرجال الأعمال وكافة فئات المجتمع بشفافية كاملة.
2. أداء الخدمات بأعلى درجات الأداء، وفي اقل زمن ممكن. وتمكن من الوصول الى المستهلكين والموردين بسهولة وبسرعة وبأقل مايمكن من التكاليف.
3. تمكن الشركة من تصريف منتجاتها الفائضة وبكلف منخفضة والتخلص من السلع المخزنة.
4. زيادة القدرة على النفاذ الى الأسواق والقدرة على الاستجابة لمتطلباتها.
5. تتيح فرصة الاشتراك في المناقصات والمزايدات للحصول على السلع بأسعار مناسبة.
6. نمكن المستهلك من الحصول على معلومات تفصيلية عن كل السلع والخدمات وبسرعة فائقة وعقد الصفقات التجارية على مدار السلعة ومن أي مكان بدلا من الانتظار لأيام طويلة او لأسابيع، فضلا عن إمكانية شراء السلع بأسعار اقل وجودة أعلى.
7. تؤدي تطبيقات التجارة الالكترونية الى سرعة انتقال التكنولوجيا بشكل عام وتكنولوجيا المعلومات بشكل خاص بين الدول.
8. تساعد المشاريع الصغيرة على تقليل الاعتماد على الوسطاء والعملاء.
9. التجارة الالكترونية وسيلة مميزة للوصول الى الأسواق العالمية في وقت واحد وبأقل التكاليف، حيث تساعد البائعين على تحطى حواجز المسافات والوصول لأسواق بعيدة ومتنوعة ومتعددة بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من مزايا ممثلة في خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان وتوفير في الوقت والمكان المطلوبين لأداء المعاملات التجارية

سادساً. التجارة الالكترونية الفرص

1. التجارة الالكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية للمنتجات مما يمكن من تحقيق زيادة الصادرات من خلال سهولة الوصول الى مراكز الاستهلاك الرئيسية وإمكانية تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة.
2. التجارة الالكترونية أداة لتنشيط المشروعات المتوسطة والصغيرة باعتبار ان المشروعات تمثل محورا أساسيا للتنمية وتعاني من نقص الموارد للوصول للأسواق العالمية، لذا فالتجارة الالكترونية تحقق لها القدرة على المشاركة في حركة التجارة العالمية بفاعلية وكفاءة.

3. التجارة الالكترونية اداة لإيجاد فرص جديدة للعمل الحر ، حيث تمكن المنتج على كافة المستويات ان يقوم بمعاملات تجارية عبر العالم ، سواء لعمل مشروع تجاري صغير او متوسط متصل بالأسواق العالمية باقل كلفة استثمارية ممكنه.

4. التجارة الالكترونية اداة لزيادة الشفافية الحكومية وتحقيق التواصل مع المواطنين من خلال توفر بيانات والمعلومات وإتاحتها للمستثمرين ورجال الأعمال وكافة فئات المجتمع بشفافية كاملة.

5. التجارة الالكترونية أداة لتعزيز الاستفادة من الفرص المتاحة في سوق التكنولوجيا المتقدمة ، بإنشاء شبكات وقواعد المعلومات يوجد مناخا مواتيا لدخول شركات جديدة في مجال التكنولوجيا المتطورة.

6. تتيح التجار الالكترونية الكثير من العوائد منها وفرة المعلومات عن الأسعار وصفقات الأعمال وطلبات الأسواق، وتحسن جودة العمل من خلال أساليب جديدة أكثر كفاءة وسرعة.

6. تفتح التجارة للالكترونية مجالا جديدا من الخدمات المهنية التي يقدمها أصحاب المهن الحرة .

سابعاً.التجارة الالكترونية : التحديات

1. تغير المفاهيم والآليات غير المناسبة داخل المؤسسات العامة والخاصة لتتواءم مع العصر الاقتصاد الشبكي الذي يتم فيه كل شيء في اللاوقت واللامكان تقريبا.

2. المؤسسات مطالبة أكثر من أي وقت مضى بالتفكير في كيفية تبني نماذج لاستخدام شبكات اتصال والمعلومات وبخاصة شيكه الانترنت.

3. ضرورة توافر المرونة والفعالية للمنتجين والمنتجات حيث تحول التجارة الالكترونية الأسواق المحلية والإقليمية الى أسواق عالمية بصورة وضعت الشركات والمنتجات تحت ضغوط مستمرة لتحقيق التكيف مع التغير في رغبات المستهلكين.

4. تحول المنافسة من السوق المحلي الى السوق العالمي وهذه المنافسة تضع الشركات امام تحديات الجودة العالمية والسعر المناسب.

5. تعتبر التجارة الالكترونية تهديدا حقيقيا لمزاولي المهن الحرة، والمكاتب الاستشارية والفنية التي اعتادت العمل دون منافسة خارجية حقيقية.

ثامناً. مخاطر استخدام التجارة الإلكترونية

تتبع مخاطر التجارة الإلكترونية، وبشكل رئيسي من مخاطر شبكة الانترنت فهناك تخوفا عند التعامل مع الانترنت ،منبع هذا التخوف ان عمليات السرقة قد تحدث، فقد أعلنت شركتا فيزا كارد وماستر كارد ان احد قرصنة الكمبيوتر استطاع اختراق 2.2 مليون حساب تابع للشركتين، فكل تكنولوجيا حديثه ورغم إيجابياتها الكثيرة إلا أن سلبياتها كثيرة كذلك وفي حالة عدم التمكن من تحجيم تلك السلبيات والسيطرة عليها ، ستكون النتائج مخيبة للآمال وقد يتم الإحجام عن التكنولوجيا الحديثة.(رضوان) وتتعرض الأنظمة الإلكترونية الى العدد من المخاطر منها: (ابو الجود، 2000)، (IFAC1997) (الشافعي)

• المخاطر الناتجة عن سوء الأداء:

يمكن ان تتعرض الأنظمة الإلكترونية لهذه المخاطر من خلال الأفراد، البرامج، والأجهزة الإلكترونية نفسها، وتسبب هذه المخاطر مشاكل كبيرة للأنظمة. وبصفة عامة يكون الأفراد المسؤول الأول عن هذه المخاطر نتيجة إهمالهم وعدم القيام بواجباتهم على أكمل وجه.

• المخاطر الناتجة عن الغش والتلاعب والاقتراب غير المسموح به من الأنظمة الإلكترونية بهدف الحصول على اموال او اصول او خدمات خاصة بطريقة غير مشروعة، ويمكن ان يتم الغش والتلاعب بوسائل عديدة

❖ تسلل أفراد الى النظام الإلكتروني

❖ التجسس على خطوط الاتصالات الخاصة بنقل البيانات

❖ استخدام بعض الأجهزة الإلكترونية بطريقة غير مشروعة للتجسس واستقبال المعلومات التي تم

الوصول اليها.

• المخاطر القانونية للتعامل الإلكتروني في التجارة

إن الانتقال من مرحلة التعامل الورقي إلى الإلكتروني دون تهيئة بيئة قانونية بكوادرها البشرية للتحقيق في المعاملات الإلكترونية وحماية الحقوق المتولدة من هذه التجارة وإثباتها، وهذا يمكن ان يولد فراغ قانوني يهدد حقوق المتعاملين ويقلل فرص الاستفادة من استخدام التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال

• مخاطر التوثيق الإلكتروني

تعتبر هذه المشكلة من التحديات الكبيرة للتجارة الألكترونية حيث يتطلب الأمر إثبات أن الطرفين المتعاملين في عقد صفقة معينة هما نفسهما بالفعل اللذان قاما بذلك عبر شبكة الإنترنت. ولعلاج هذه المخاطر يمكن اللجوء إلى معدات وأنظمة الإنترنت الخاصة بنظم الكتابة بالشفرة وكلمة السر والتوقيع الرقمي ، حتى لا تسرق الرسالة أو تعدل وهي في مسيرتها الإللكترونية عبر شبكة الإنترنت ، وللتأكد من أن المرسل والمستقبل هما نفسهما المتعاملان في عقد الصفقة .

• مخاطر عدم القدرة على حماية العناوين المسجلة على شبكة الإنترنت :-

حيث ينتحل البعض أسماء وعناوين الشركات الكبرى ، وعلاج هذه المشكلة يحتاج إلى تعاون دولي لوضع اتفاقية تسمح بامتداد نطاق حماية العلامات التجارية إلى أسماء وعناوين شبكة الإنترنت أيضا .

• مخاطر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ويشمل مايلي

- ❖ وجود مشاكل واطءاء في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات.
- ❖ عدم كفاية ضوابط الإدخال والمعالجة والإخراج المصممة بشأن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات.
- ❖ عدم كفاية إجراءات تأمين امن البرمجيات المتصلة بأمن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات.

تاسعاً. اثر التجارة الالكترونية على المحاسبة والتدقيق

إن بيئة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أوجدت مفاهيم اقتصادية جديدة لعل أهمها اقتصاد الأعمال الالكترونية الذي تضمن مفاهيم مختلفة عن تلك الخاصة بالاقتصاد التقليدي منها:

1. لم تعد الأصول الملموسة تشكل عاملاً أساسياً في التقييم المالي للشركة.
2. لم يعد كبر حجم الشركة يتطلب زيادة متناسقة في التكاليف.
3. لم تعد هنالك موانع مالية او تكنولوجيا تمنع النفاذ للمعلومات من قبل موظفي الشركة وعملائها وشركائها.
4. لم يعد تأسيس الشركات العالمية (متعددة الجنسية) يتطلب فترة تأسيس طويلة واستثمارات مالية ضخمة.
5. الإدارة الالكترونية لإعمال الشركات.

والمحاسبة والمراجعة علم اجتماعي، لذا فمن الطبيعي أن تتأثر بالتطورات التي تحدث في تقنيات المعلومات فالنظم المحاسبية في الشركات والمنشآت المختلفة أصبحت تعتمد بشكل أساس على استخدام الحاسبات الآلية، ، لذا فإن الآثار التي تركتها التجارة الالكترونية على الاقتصاد لابد إن تنعكس على التوأم المحاسبة، حيث إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحدثت تغيرات وتأثيرات على كل من العناصر الآتية: (Albert,1998)

1. ممارسة المحاسب والمدقق
2. تقنيات المحاسب والمدقق
3. مهارات المحاسب والمدقق
4. معلومات المحاسب والمدقق
5. المعلومات الضرورية التي يجب أن يحيط بها كل من المحاسب والمدقق
6. التزامات المحاسب والمدقق
7. نوعية الخدمات المقدمة من قبل المحاسب والمدقق.
8. التحول من المستندات الورقية الى النماذج الالكترونية.
9. تصغير الفجوة بين تاريخ إعداد القوائم المالية وتاريخ نشرها على الشبكة فيما يتعلق بالإفصاح المحاسبي.
10. تطوير معايير محاسبية لحل التعقيدات في الإجراءات الناتجة عن التجارة الالكترونية.
11. تخفيض حجم المدخلات وتوسيع تطبيق الإفصاح الالكتروني للتقارير المالية الموجهة الى الجهات الخارجية

والنقطة المهمة والجدير ذكرها، أن نظام الرقابة الداخلية تأثر وبشكل جوهري بوجود التجارة الإلكترونية، حيث أصبحت الإجراءات الرقابية التقليدية عديمة الجدوى ، ولا بد من إجراءات رقابية تكنولوجية تواكب التغيرات التكنولوجية المصاحبة للتجارة الإلكترونية. لذا على المراجعين ان يكونوا قادرين على تقييم كفاية ودقة الأدلة المرتبطة بعمليات التجارة الالكترونية وإن يكتسبوا المهارات التقنية الضرورية لمراجعة الأعمال الالكترونية ، والمحافظة على الاستقلالية لتحسين مصداقية المهنة. كذلك يحتاج المراجعون الى الحكم على صلاحية وكمال وسلامة السجلات المحاسبية.

عاشراً.التجارة الإلكترونية وعلاقتها بمعايير المحاسبة ومعايير التدقيق

إن ممارسة التجارة الالكترونية تؤدي الى فرص غير مسبوقة للمحاسب للمراجع والعميل، فقد شهدت مهنة المراجعة تطوراً متزايداً لتلبي التطورات في تكنولوجيا المعلومات ، لذا ظهر ما يسمى مراجعة الأنظمة المحسوبة او مراجعة الحاسوب، ومراجعة امن المعلومات، والتصدي على النظم الالكترونية، وتصميم المواقع او التصديق عليها وشهد هذا المجال تطورات مستمرة وازدياد اهتمام مهنة المراجعة بها.

ولهذا جاءت الحاجة الى إصدار معايير مهنية ترشد المحاسبين والمراجعين في هذا المجال، فقد اهتمت المنظمات المهنية في العالم مبكرا بقضية ممارسة المنشآت التجارة الالكترونية، وأصدرت مجموعة من التوجيهات التي توجه المنشآت والمحاسبين لمواجهة مشاكل وصعوبات ممارسة التجارة الالكترونية .

حيث اصدر الاتحاد الدولي للمحاسبين معيار التدقيق الدولي 401 حول هذا موضوع اعمال التجارة الالكترونية " فبين ان أهداف التدقيق لا تتغير في حالة معالجة البيانات الكترونيا، ولكن الذي يختلف هو إجراءات التدقيق، ويستطيع المدقق استخدام الإجراءات اليدوية او استخدام التدقيق بمساعدة الحاسوب او استخدام الاثتين معا"، واصدر الاتحاد الدولي للمحاسبين القانونيين (IFAC) إرشادا جديدا من قبل لجنة المراجعة الدولية التابعة للاتحاد في اذار 2002 البيان رقم 1031 التجارة الالكترونية الأثر في مراجعة البيانات المالية بهدف مساعدة المراجعين لمعالجة بعض الإخطار المرتبطة بالتجارة الالكترونية. كما قام كل من معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي ومن خلال مشروع مشترك مع معهد المحاسبين القانونيين الكندي بإنشاء فريق عمل للتجارة الإلكترونية Electronic Commerce Taskforce ، مهمته تحديد حاجات السوق لخدمات التوكيد، مثل تقديم خدمات تأكيد الثقة في النظم (Sys. Trust) او تأكيد الثقة في الويب (Web trust). (AICPA,1999)، (Appalraju)، (IFAC,1997).

احد عشر. تحديات التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة والتدقيق

أحدثت النظم والبرامج الإلكترونية دافعا أساسيا لاستخدام الحاسب الآلي وأداء العديد من المهام والوظائف المحاسبية بصورة أسرع وأدق، ولكن على الجانب الأخر فإن هذا التقدم التكنولوجي الهائل قد يحمل بين طياته العديد من التحديات أمام ممارسي مهنة المحاسبة والمراجعة، ويمكن عرض التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة الناشئة عن التجارة الإلكترونية كما يلي:

1. التأهيل العلمي والعملية

إن مستوى المهارات والمعرفة المطلوبة لفهم التجارة الالكترونية يتفاوت وفقا لمستوى تعقيد نشاطات التجارة الالكترونية، نظرا لأن شركات التدقيق تمثل جزء من المنظمات التي لها دور فاعل في المنظومة الاقتصادية فإنها ينبغي أن تعمل على تطوير أدائها لكي يواكب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية المتلاحقة من خلال الاقتصاد المعرفي حتى يكون المراجعين قادرين على مواكبة التطورات المتلاحقة في أنظمة المعلومات وقادرين على تقديم خدمات التأكيد والثقة في المعلومات والتقارير المتبادلة إلكترونيا خلال نظم المعلومات والشبكات الإلكترونية، وعلى المحاسبين والمراجعين الإطلاع على كل جديد من الإصدارات المهنية المتمثلة في مبادئ وإرشادات ومعايير أداء خدمات التأكيد والثقة في النظم الإلكترونية، والتعرف على كل ما يتصل بالأداء المهني المتعلق بمراجعة النظم الإلكترونية. وأكد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين بأنه يجب على المحاسبين والمدققين زيادة تأهيل وتطوير أنفسهم للتعامل مع أنظمة وتقنيات الإنترنت وخاصة ما يتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث بدأ المعهد تقديم خدمة

جديدة للمحاسبين تتمثل في تزويدهم ببرامج متطورة تستهدف تمكينهم من التحقق من مدى إمكانية الاعتماد والثقة على نظم المعلومات المحاسبية التي تستند إلى تكنولوجيا معلومات المتقدمة، (AICPA,2001). وإمكانية الاعتماد على موثوقيتها .

وفي مجال التعليم المحاسبي أكد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين أن المناهج المحاسبية غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات. وان برامج المحاسبة على الرغم من أنها تشمل العديد من الأمور المحاسبية إلا أنها بحاجة إلى سعة الأفق في التعليم المحاسبي وإدراك تأثيرات التقنية والعودة باعتبار أن تطوير مناهج التعليم المحاسبي هو المدخل الصحيح لتطوير المهنة، وجاءت توصياته حول إعادة هندسة برامج المحاسبة في الجامعات على ضوء المتغيرات البيئية المحيطة، وأكد الاتحاد الدولي للمحاسبين إن على المدققين عندما يكون للتجارة الالكترونية تأثير هام في عمل المنشأة فهم الأتي

- استراتيجية التجارة الالكترونية للمنشأة ونشاطها
- التقنية المستخدمة لتسيير نشاط المنشأة في التجارة الالكترونية
- اخطار المتضمنة في ممارسة المنشأة للتجارة الالكترونية

2. الضرائب

تركز الاهتمام في الماضي على تعزيز وفرض الضريبة على كافة الأوعية الضريبية الناتجة عن النشاطات والتجارية التقليدية، ولكن في الوقت نفسه لم تمنح معظم الدول لأنظمتها المرنة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصاً التكنولوجية منها، لذا أثارت مسألة فرض الضريبة على التجارة الالكترونية العديد من التحديات منها عدم وجود آليات محدودة لإخضاع التجارة الالكترونية للضريبة وصعوبة إثبات التعاملات والعقود التي تتم إلكترونياً وعدم العدالة في تداول بعض السلع الناتجة عنها، إضافة للبعد المكاني للأنشطة التي يتم فرض ضريبة عليها و قصور التشريعات عن تنظيم آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية. (نجار، 2002). فالتجارة الالكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط.

كذلك فان الاعمال الالكترونية المتحركة من حيث خواتمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الاسهل والاكثر تشجيعا ، لذا تتجه السياسات الحكومية إلى عدم فرض ضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية انسجاماً مع تحرير التجارة، وهذا ماخذت به الولايات المتحدة الأمريكية فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الاعمال والتجارة الالكترونية ، وتتنبه اوربا لخطورة التوجه الامريكى في هذا الصدد من حيث امكانية تأثيره على اجتذاب نشاط الشركات العاملة في حقل خواتم التجارة الالكترونية . كما ان فرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع لما تثيره قواعد محاسبتها والتعرف على حقائق الدخل المتأتي منها من

تحديات ومشكلات ، هذا الى جانب حاجة مسائل الضريبية على التجارة الالكترونية الى تعاون وتنسيق اقليمي ودولي بسبب الطبيعة العابرة للحدود لصفقات التجارة الالكترونية.

3. الاعتراف بالإيراد

يتحقق الإيراد بشكل عام عندما يتحقق شرطا الاكتساب والتبادل بمعنى ان هنالك وعداً بالدفع حالا او مستقبلا من المشتري مقابل وعد من الشركة بتقديم السلعة او الخدمة، لكن ظهرت العديد من الاستثناءات لهذه القاعدة. وفي ظل الظروف التكنولوجية العالية وغياب الأمان وإمكانية اختراق الشركة من قبل الغير جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها. فالإيراد المتولد عبر قنوات التجارة الإلكترونية ، لا يتماشى مع بعض من شروط الاعتراف بالإيراد . فالمعيار الأمريكي رقم 48 وضمن الشرط رقم (2) " أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزما بالدفع للبائع" يجعل الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع مستحيلا ، والسبب أن عملية الدفع ضمن آلية التجارة الإلكترونية ، آلية محفوفة بالمخاطر وقد تكون إذا ما تم التلاعب بها عملية وهمية ويقابلها خروج حقيقي للبضائع من عند التاجر. واذا استخدم الاعتراف بالإيراد عند وصول النقد بدل نقطة البيع لما أمكن ذلك والسبب بأن النقد وفي حالة التلاعب لن يصل ، ولا بد أن نتذكر أن التلاعب لم ينجم عن إدارة الشركة بل عن جهة خارجية غير معروفة.(القشي، 2006). وبالنسبة للشرط رقم (3) وفي نفس المعيار "أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة، وفي حالة التلاعب، فمن هو المشتري؟ لا أحد يعرف والمتحمل الأول والأخير لهذه الخسارة هو الشركة البائعة، وهنا يتبادر للذهن، ما هي الآلية المناسبة للاعتراف إذن؟

لذا تولد اتفاق بين المؤسسات المهنية منها مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي ومجلس معايير المحاسبة الدولية على ضرورة تعديل أنموذج الاعتراف بالإيراد في ظل التجارة الالكترونية، ويعتقد البعض انه من الضروري تقديم أنموذج جديد لمواجهة الاستثناءات التي تظهر على المبدأ الأساسي. وهذا الأنموذج هو نمودج العقد مع العميل حيث يتم الاعتراف بالإيراد بناءً على هذا الأنموذج باعتبار إن الإيراد يمثل الزيادة في الأصول التعاقد أو الانخفاض في خصوم التعامل (او كلاهما) الناتج من توفر السلعة أو الخدمة للعميل.

4. النشر الالكتروني للقوائم المالية

في ظل التطور الهائل في مجال تقنية المعلومات و النشر عبر الإنترنت بدأت العديد من الشركات في العالم بنشر معلوماتها المالية على شبكة الإنترنت. ونتيجة لهذا التطور ظهرت بعض المشاكل حول مصداقية المعلومات المنشورة و أمن هذه المعلومات و مدى مسؤولية المراجع عنها. فقد بينت إحدى الدراسات عام أن 91% من الشركات الأمريكية تعرض معلوماتها المالية على الإنترنت و تتخفف هذه النسبة إلى 72% في بريطانيا و 71% في ألمانيا. أما في الدول العربية فقد بدأت العديد من الشركات من عام 2000 نشر قوائمها على الانترنت أيضا.

ويقصد بالنشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالي : قيام الوحدة الاقتصادية بإنشاء مواقع لها على الشبكات الدولية للمعلومات بهدف تحقيق نشر سريع وفوري لمعلومات مالية وغير مالية عديدة على قطاعات واسعة من المستخدمين المتصلين بالشبكة (توفيق ، 2002 : 255). لذا فإن النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية يمثل أحد أساليب الإفصاح المحاسبي الذي يعتمد على إمكانية الاستفادة من وسائل تقنيات الاتصالات الحديثة في توصيل نتائج الأعمال التي قامت بها الوحدة الاقتصادية إلى الجهات ذات العلاقة. ويتمثل الحد الأدنى من المعلومات التي يجب نشرها من خلال المواقع على الإنترنت في :
(Fitzsimons and Shoaf , 2000 : 66 – 67)

1. بيانات ومعلومات مالية ، مثل التقارير المالية السنوية والربع سنوية ، والنسب المالية، ووضع المخزون، وتقرير مدقق الحسابات ، وبيانات مقارنة مع المنافسين.
2. بيانات ومعلومات وصفية وغير مالية ، مثل وصف المنتجات والخدمات التي تقدمها المنشأة وعدد العاملين بها وتشكيل مجلس الإدارة ووسائل الإتصال بها.
3. أدوات على الموقع تتيح للمستخدم إجراء عمليات معينة مع الوحدة الاقتصادية صاحبة الموقع كخدمات التجارة الإلكترونية.

وقد يصاحب النشر الإلكتروني للبيانات والقوائم المالية العديد من المشاكل منها مصداقية هذه القوائم، وثقة المستخدمين بما ورد فيها، حيث إن المستخدم للقوائم المالية لا يضمن أن تكون القوائم المنشورة على مواقع الإنترنت هي نفسها التي تم اعتمادها من قبل مراقب الحسابات الخارجي، والسبب في ذلك هو إمكانية تغيير محتوياتها بسهولة من قبل إدارة المنظمة أو بواسطة آخرين من خبراء استخدام الإنترنت لتحسين صورة المنشأة لدى الغير، كذلك فإن بعض الشركات تقوم بنشر معلومات مالية غير خاضعة لفحص المراجع و غير معدة وفق المعايير المحاسبية. كما أن قيام بعض الشركات بعرض معلومات جزئية أو ملخصة قد يؤدي بالقارئ إلى فهم خاطئ للوضع المالي للشركة نتيجة عدم رؤيته لتفاصيل البيانات المالية.

ولمواجهة هذه المشاكل قام كل من معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي ومن خلال مشروع مشترك مع معهد المحاسبين القانونيين الكندي بإنشاء فريق عمل للتجارة الإلكترونية يشرح هذا المشروع المشترك لجميع الشركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية، والراغبة بالحصول على خدمات المراجع خارجي، الآلية والإجراءات التي سيقوم بها المراجع، لضمان حماية نظامها المحاسبي من المخاطر المرافقة للتعامل بالتجارة الإلكترونية ، وبالتالي إضفاء الأمان والتوكيدية والموثوقية لجميع مدخلات ومخرجات النظام من خلال خدمات التوكيد، مثل تقديم خدمات تأكيد الثقة في النظم (Sys Trust) او تأكيد الثقة في الويب (Web trust).(AICPA,1999).وبما ان معظم عمليات التأكيدات هي عبارة عن

عمليات مراجعة فان المعهد اشترط عل مكاتب المراجعة تأهيل أنفسهم لأداء الخدمات الجديدة (تقديم خدمات غير تقليدية).

وقد تم رعاية هذه التأكيدات عن طريق لجنة خاصة بخدمات التأكيدات في المعهد قامت بإنشاء ما يسمى نموذج الثقة في الويب (Web trust) من خلال لجنة خاصة أصدرت ثلاثة مبادئ ومجموعة من المعايير. ونموذج الثقة في الويب والذي هو عبارة عن ختم إلكتروني يتم وضعه على موقع الشركة المتعاملة مع أحد منتسبي معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي أو معهد المحاسبين القانونيين الكندي ولكن بشرط أن تكون الشركة قد لبت الشروط الثلاثة التالية (AICPA/CICA, 1999)

1- الإفصاح عن ممارسات الأعمال : يعني بأن المستهلك يتعامل مع الشركة وفقا لسياساتها المعلنة في صفحتها عبر الانترنت.

2- اكمال الصفقة : يعني أن الشركة قد وفرت إجراءات رقابة فعالة توفر تأكيد بدرجة معقولة عن اكمال تنفيذ طلبات الزبائن بوسائل التجارة الالكترونية ومحاسبتهم وفقا لما تم الاتفاق عليه.

3- حماية الخصوصية والمعلومات : يعني بأن الشركة قد وفرت إجراءات رقابة فعالة توفر تأكيد بدرجة معقولة ان المعلومات يتم تداولها عبر شبكة الانترنت بشكل آمن ويتم كذلك حمايتها من الاختراقات غير المصرح بها، وتتعلق هذه الإجراءات بموضوعات مثل التشفير وأرقام بطاقات الائتمان والمعلومات الشخصية والمالية.

5.الاختلاف في أساليب المراجعة

تفرض عمليات التجارة الالكترونية على المراجعين واقعا جديدا يتطلب ضرورة تغيير أساليبهم التقليدية بأساليب مستحدثة، وضرورة دراسة كيفية مراجعة المعلومات في بيئة التجارة الالكترونية، فضلا عن الاستعانة بالحاسوب في عملية المراجعة، وهذا يتطلب ان من المراجع تطور مهاراته بحث يكون ملما بأساليب المراجعة التقليدية والالكترونية، وقد حددت هيئة معايير المراجعة التابعة المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) احد عشر تطورا تقنيا يتطلب من المراجع أخذها في الاعتبار عند التخطيط لعملية المراجعة من ضمنها التجارة الالكترونية وتبادل البيانات الكترونيا. (Glenn&Helms, 1998).

وتتطلب مراجعة عمليات التجارة الالكترونية من المراجع ان يعرف بشكل واضح مجال المراجعة وهدفها بالتشاور مع ادارة المنشأة، وان يفهم كيف تدير المنشأة العمل التجاري باستخدام تكنولوجيا نقل البيانات الكترونيا، وكيف يعدل المراجع من إجراءات المراجعة طبقا لذلك. (price, 2001). وقد يحتاج المراجع الى مضاعف الجهود لفهم نظام الرقابة الداخلية، خاصة عندما تكون السجلات الحاسبية متوفرة لمدة زمنية قصيرة، او تكون موجودة فقط على شكل قابل للقراءة عن طريق الحاسوب وهذا يتطلب توافر

أشخاص لديهم مهارات متخصصة في مراجعة الحاسب الالكتروني ضمن فريق المراجعة من اجل تقييم نظام الرقابة الداخلية بشكل صحيح.

6.المراجعة المستمر

في ظل ظروف التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري على المراجع اللجوء إلى المراجعة المستمرة بدل من المراجعة النهائية حيث يقوم المراجع بمراجعة العمل المحاسبي (Alles et al.2000) المنجز أولاً بأول على مدار العام، وتعتبر المراجعة المستمرة احد مداخل المراجعة التي ينتج عنها نتائج بشكل إني او بعد مدة زمنية قصيرة من حدوث الأحداث ذات العلاقة، مما يخفض من طول فترة تأخير تقرير المراجعة، و تقدم المراجعة المستمرة تأكيدات مكتوبة وليس رأيا حول موضوع المراجعة وتقدم التأكيدات من خلال أشكال مختلفة من تقارير المراجعة للمساهمين والإدارة، وبذلك فهي تختلف اختلافا جوهريا عن المراجعة التقليدية (Elliott,2002).وبالرغم من أهمية هذا المدخل الا ان له آثاره السلبية على تكلفة المراجعة، لذا فإنها تكون عملية اذا طبقت من خلال أتمتة العملية، وان تتم العملية بالوصول الفوري الى الأحداث ذات العلاقة ونتائجها.

وظهرت الحاجة الى المراجعة المستمرة نتيجة النمو الواسع للانترنت عموما واستخدامه المتزايد في التجارة الالكترونية خصوصا، مما اوجد مجموعة جديدة من الفرص والتحديات تواجهها إدارة الشركة وتقريرها، وقد أطلقت هذه التطورات مرحلة إمكانية التقرير المستمر على الانترنت. وتهدف المراجعة المستمرة الى إعطاء رأي فني محايد في المعلومات المنشورة على الانترنت، لإضفاء الثقة في القوائم المالية المنشورة التي أصبحت في ظل النظام الفوري تنتج وتشر فوراً.

الاستنتاجات

1. أن التجارة الإلكترونية أثارة علي نظام المعلومات المحاسبية للمنشأة ومعايير المحاسبة والمراجعة ، وساهمت في تطوير النظام وأغلب مدخلاته ومخرجاته، والرقابة عليها.
2. زيادة أعمال المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية، لأنه في ظل ظروف التجارة الإلكترونية فقد أصبح من الضروري اللجوء إلى المراجعة المستمرة بدلا من المراجعة النهائية.
3. برامج المحاسبة على الرغم من أنها تشمل العديد من الأمور المحاسبية إلا أنها غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات.
4. لم تمنح معظم الدول لأنظمتها المرونة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصاً التكنولوجية منها، لذا أثارت مسألة فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية العديد من التحديات منها عدم وجود آليات محدودة لإخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة.
5. في ظل الظروف التكنولوجية العالية وغياب الأمان وإمكانية اختراق الشركة من قبل الغير جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها. فالإيراد المتولد عبر قنوات التجارة الإلكترونية ، لا يتماشى مع بعض من شروط الاعتراف بالإيراد.
6. ولد النشر الإلكتروني للقوائم المالية ظهرت بعض المشاكل حول مصداقية المعلومات المنشورة و أمن هذه المعلومات ومدى مسؤولية المراجع عنها.
7. تفرض عمليات التجارة الإلكترونية على المراجعين واقعا جديدا يتطلب ضرورة تغيير أساليبهم التقليدية بأساليب مستحدثة، وضرورة دراسة كيفية مراجعة المعلومات في بيئة التجارة الإلكترونية.
8. في ظل ظروف التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري على المراجع اللجوء إلى المراجعة المستمرة بدل من المراجعة النهائية.

التوصيات

1. تطوير الإطار الفكري للمحاسبة بحيث يستوجب التغييرات التي أحدثتها عمليات التجارة الإلكترونية.
2. تطوير مناهج التعليم المحاسبي وإدراك تأثيرات التقنية والعمولة على المحاسبة ، باعتبار أن تطوير مناهج التعليم المحاسبي هو المدخل الصحيح لتطوير المهنة.
3. العمل على تطوير التشريعات الضريبية بما يتلاءم مع التطورات في عالم التجارة الإلكترونية.
4. من الضروري تقديم أنموذج جديد لمواجهة الاستثناءات التي تظهر على المبدأ الأساسي. وهذا الأنموذج هو نموذج العقد مع العميل.
5. من الضروري وضع آليات وإجراءات جديدة لعمل المراجع ، لإضفاء الأمان والتوكيدية والموثوقية لجميع مدخلات ومخرجات النظام المحاسبي من خلال خدمات التوكيد .

6. على المراجع مضاعفة الجهود لفهم نظام الرقابة الداخلية، خاصة عندما تكون السجلات المحاسبية متوفرة لمدة زمنية قصيرة، او تكون موجودة فقط على شكل قابل للقراءة عن طريق الحاسوب.

7. على المراجع الاعتماد على أتمتة العملية في ظل المراجعة المستمرة، من خلال الوصول الفوري الى الأحداث ذات العلاقة ونتائجها.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. أبو الجود ،سوسن عبد الفتاح(2000) " إجراءات الرقابة الداخلية للشركات في ظل التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات" مجلة الدراسات المالية والتجارة ،بني سويف،السنة 1، العدد1، مارس.
2. الخطيب، فهد ،والحسيني، فلاح حسن (2002) " التجارة الالكترونية وأثرها في المركز الاستراتيجي للشركات" ، دراسات العلوم الإدارية ، العدد الأول.
3. الحلو، برهان صباح (2000) "اثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك الأردنية من منظور القيادات المصرفية" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة آل البيت ، الأردن ، .
4. الشافعي ، جلال الدين (2002) " التجارة الالكترونية والضرائب" مجلة البحوث التجارية، جامعة الزقازيق، العدد الثاني، يوليو.
5. القشي، ظاهر شاهر (2006) " أنظمة المعلومات المحاسبية المحوسبة في الشركات الأردنية في ظل تكنولوجيا المعلومات والقيمة العادلة" مجلة المدقق العدد 67- 68 ، الأردن.
6. أنور، بسام (2002) " فوائد وقيود التجارة الالكترونية" الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت ، أغسطس.
7. توفيق، محمد شريف (2002) "مدى الحاجة لتنظيم التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بالتطبيق على القطاع المصرفي وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن عمليات التجارة الإلكترونية" مؤتمر التجارة الإلكترونية – الآفاق والتحديات ، كلية التجارة ، جامعة الإسكندرية ، 25 – 27 يوليو.
8. جمعة، احمد حلمي و خليل،عطا الله (2001) "معايير التدقيق وتكنولوجيا المعلومات" مجلة آفاق جديدة،العدد الأول والثاني، جامعة المنوفية، .
9. رحاحلة، حازم ؛ حساونة، حازم (2001) " التجارة الإلكترونية وأثارها المتوقعة على الإيرادات في العالم العربي" ، مؤتمر جامعة فيلادلفيا، .
- 10.ردايدة ،مراد خالد مصلح (1998) "اثر المعالجات الآلية على أنظمة المعلومات المحاسبية ، دراسة تطبيقية في دائرة الجمارك الأردنية" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت ، المفرق.
- 11.دهمش، نعيم، القشي، ظاهر(2004) " مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية" مجلة اربد للبحوث العلمية، المجلد الثامن، العدد الثاني، جامعة اربد الأهلية.
- 12.عبد الهادي ، إبراهيم عبد الحفيظ (1999) "إطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحويل الى عالم التجارة الالكترونية" مجلة الدراسات المالية والتجارية ،العلوم الإدارية، جامعة القاهرة ، بني سويف ، العدد 2، أكتوبر.
- 13.عليوه، السيد (2002) "التجارة الالكترونية ومهارات التسوق العلمي" دار الأمين للنشر والتوزيع.

14. محمود عنبر "التحول الناجح في الأعمال الإلكترونية" مجلة معلوماتي، العدد 93، سوريا، دمشق.
15. منسي، شريف (٢٠٠١) " مشاكل وتحديات التجارة الإلكترونية في مصر،) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، القاهرة.
16. نجار، منير أحمد (2002) " إشكالية البعد الضريبي في التجارة الإلكترونية"، جامعة الكويت.

ثانياً: المراجع الانكليزية

1. Abu-Musa ,A., (2004) "**Auditing E-business : New Challenges For External Auditors**" The Journal of American Academy of Business, vol. 4, Issue 1-2, March.
2. AICPA&CICA , (1999) "**Web Trust Principles and Criteria for Business to Consumer Electronic Commerce**", Oct. 15 ,.
3. Albert Marcella,(1998) "**Electronic Commerce, Part**" 1, IT Audit, Vol. 1, September 1, . Institute of internal auditors -<https://theiia.org>
4. Appalraju Yogen, (1998) " **Accountants Chip in to Build Trust in E-commerce, Computing Canada**" , Nov. 23, , Vol. 24, Issue 44, , <https://ebscohost.com>
5. Best, r. (2000) "**Market – Based Management :Strategic Growing customer Vale & Profitability**" 2 ed, New Jersey, Prentice – Hall,.
6. Bill, R., (1999) "**The Four Keys Doing Business online**", Financial planning, Nov.
7. Elliott, R. (2002) "**Twenty – First Century Assurance**" Auditing Ajournal of Practice & Theory, Vol 21, No 1, March.
8. Exposure Draft by AICPA/CICA,(2002) "**Trust Services Principles and Criteria, Incorporating Sys Trust and Web Trust, Trust Services**", AICPA, New York, NY 10036-8775, July 1.
9. Glenn, L, Helms& Jane ,Mancino ,(1998) "**The Electronic Auditor**" .9 Journal of Accountancy , April,.

- Hatt, M. & Spent. T.(2001) "**Business Marketing Management**" 7 ed,.10
Orland Harcourt College,.
- IFA, Handbook, (2000) Auditing ISA ,No 200. "**objective and General.11**
Principle : Governing and Auditing Financial statement" ,New
York,.www.iaasb.org
- IFAC, July 1997 , IFAC Handbook , IAS, No 40,"**Auditing in.12**
Computer Information System Environment"
- Laudon Kenneth C, & Carol G., (2001) **E-commerce**, by Eyewire,..13
- Morris, c., Attaway sr. (2000) "**What Every Auditor Needs to Know.14**
About E-Commerce" Internal Auditor, Vol.57, Issue 3, June.
- Nearon , H (2000) "**Auditing E- Business**", The ACP Journal, Vol.15
70,Issue 11.
- Ning, Z., et al (2004) " **Auditing E-commerce Era**" Information.16
Management & Computer Security" Vol.12, Issue 5.
- Perry, J, & Schneider ,g. (2001) " **E-Commerce**" Boston: Course.17
Technology,.
- Price,Jimmy ,(2001) "**Auditing E- Business**" The Internal Auditing ,.18
Springs ,.
- RayPorat ,J. & Jaworski, J.(2001) "**Electronic Commerce**" New York,.19