

## الإطار المفاهيمي للمحاسبة في ظل بيئة التجارة الالكترونية

ساكار ظاهر عمر أمين / قسم المحاسبة / جامعة الموصل

### المستخلص

كان للتطور المضطرد للمعلوماتية عبر شبكة المعلومات العالمية (Inter-net) وانتشارها وتوسعها الأثر البالغ في إرساء البنية التحتية لعالم أعمال من نوع جديد لا سابق لمثله في الأعمال الدولية والمحلية ، فقد أصبح إنجاز المعاملات التجارية والصفقات المالية إلكترونياً أمراً واقعاً ، إذ تحول كثير من الأعمال من استخدام القنوات التقليدية إلى استخدام قنوات أكثر مرونة وسهولة وذكاء، من هنا بات واضحاً أن نظام التجارة الإلكترونية يمكن ان يكون أداة مثالية لتحسين تنفيذ معاملات الأعمال عبر العديد من شبكات الاتصال المتطورة ، ويمكن أن تؤدي هذه التحسينات إلى أداء أكثر فاعلية وإلى مزيد من رضا الزبون وإلى تبادل أسرع .

ولغرض تحقيق مثل هذه الغاية فان الأمر يتطلب الاهتمام بكثير من الجوانب ، ومن أهم هذه الجوانب الجانب المحاسبي لكونه يعد الأكثر تأثراً بالتطورات التي تتم في تقنية المعلومات والاتصالات ، وهذا أدى إلى 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 إلى تقديم المعلومات المتنوعة لمستخدميها من أطراف داخلية وخارجية وذلك لترشيد القرارات ومن ثم أصبحت تقنية اجتماعية تلامس كل المتغيرات الاقتصادية والإدارية والاجتماعية والتقنية في دنيا الأعمال، وإيجاد المعالجات المحاسبية اللازمة لتلك المتغيرات وإظهار انعكاساتها المحاسبية بصورة واضحة . ولغرض بيان أهمية هذه الدراسة وحل مشكلتها فقد تم تقسيمها وفق عدة مباحث تناول الأول منها مفهوم التجارة الالكترونية وطبيعتها وخصائصها وتبويباتها والفوائض المتأتية من هذه البيئة والمخاطر التي يمكن أن تصاحب تطبيقها ، في حين افرد الثاني لعرض المحاسبة في ظل التجارة الالكترونية بكل جوانبها بينما خصص المبحث الثالث للخاتمة المستقبلية .

## The Conceptual Framework for Accounting under Electronic Commerce Environment

### Abstract

The regular development for informatics via internet and its spreading and expanding , had very impact in respect of local and global business world . Then the achievement of transactions and deals electronically , became real thing , when many business moved from traditional channels to more flexible easier channels . From here , it became more clear that electronic commerce system could be ideal tool to improve transaction implementing through many developed communication network , these improvements could make an effect , customer satisfaction and speed exchange .

In purpose of achieving lake these targets , then the accounting aspect requests more interest with many other aspects , because it is more influence with developments which made in information and communication technique . This leads to more developments and very big jumps in accounting , which is no confined to registration classification , summarization and examination in conclusion accounts about activity result , but developed to be a system for information aiming to produce different information for their users from outer and insider parties in respect of making discions then it became social technique touching all the economical , social , and technical variables ,and showing their accounting reflects clearly. In order to show the interesting of this study ,and resolves its problem , so it has been divided into some sections,the first deals with electronic commerce concept and its nature, characteristics ,and classifications, while the second section argues showing the accounting under electronic commerce with all aspects, the third one has devoted to future conclusion .

### المقدمة

تعد التجارة الإلكترونية من الوسائل الجديدة للتجارة التي دخلت حياتنا بقوة ، والاهتمام بهذه الوسيلة يعود لما يمكن للتجارة الإلكترونية ان تغير في مستقبل العمل التجاري وليس فيما حققته لحد الآن ، وتكمن أهمية التجارة الإلكترونية بالأساليب الحديثة التي تتميز بها ، مقارنة بالأساليب المعتمدة في التجارة التقليدية ، وأحدثت تبعاتها الاجتماعية والاقتصادية تغيرات في العديد من الجوانب ، فتشمل البيئة ، وطبيعة الأعمال ، ودور الحكومات في دعم تسهيلات التجارة والنهوض بكفاءتها .

إن جميع الهيئات والجمعيات المحاسبية العالمية ، وتدقيق الحسابات المهتمة بعلم المحاسبة ، تولى التجارة الإلكترونية اهتماماً كبيراً جداً ، من منطلق أن عملية البيع التي تتم من خلال موقع الشركة مرتبطة بشكل وثيق ومباشر بنظام المحاسبة المؤتمت ، وقد أصبح حتماً على المحاسب والمدقق الإلمام بهذا الأسلوب الجديد من التجارة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية .

فلقد ذكر (ألبرت مرسيللا) في مقالته المعنونة التجارة الإلكترونية في مجلة تدقيق المعلومات ، "لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغييرات كبيرة في عالم التجارة العالمية ، وفي آلية العمليات التجارية مما جعل من الضروري أن يلم كل من المحاسب والمدقق بتلك التغييرات وأثرها على مهنتيهما ، وعلى الأعمال التي يقومان بها ، وعلى ظروف البيئة القانونية المتعلقة بالمهنتين" .

### مشكلة الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة تحولاً من الشكل التقليدي للتجارة إلى التجارة عن طريق الأنترنت في معظم دول العالم ، واتجهت العديد من الشركات لإنشاء مواقع لها على شبكة المعلومات الدولية ، إلا إن دخول دول العالم العربي كان محدوداً في هذا المجال ولاسيما في العراق .

لذا فإن مشكلة الدراسة مفادها "عدم وضوح آلية عمل المحاسبة في ظل استخدام التجارة الإلكترونية"

### هدف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- توضيح طبيعة التجارة الإلكترونية .
- بيان الإطار المفاهيمي للمحاسبة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .
- تحديد تأثير التجارة الإلكترونية على المحاسبة .
- بيان آلية عمل المحاسبة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .

### أهمية الدراسة

تنطلق أهمية الدراسة من أن التجارة الكترونية تثير الكثير من ال تحديات في سائر الحقول والموضوعات ، ويمكن القول إن التجارة الإلكترونية تمثل الدرجة الأخيرة من درجات سلم التطور التاريخي لموضوعات تقنية المعلومات في الوقت الحاضر ، كما أنها تمثل الإطار الذي يؤطر سائر موضوعات تقنية المعلومات .

وتتجسد أهمية الدراسة في واقع ظاهرة التجارة الإلكترونية وتأثيراتها على الأطراف المختلفة ، ومنها المحاسبة فضلاً عن الدور الكبير الذي تحظى به في دنيا الأعمال كونها مكنت العديد من الشركات من التعرف بشكل مباشر على واقع حاجاتها وحاجات الزبائن والأطراف الممكنة في بيئة الأعمال على وفق اعتبارات الوقت والكلفة والدقة ، التي انعكست على النمو والبقاء ، ولاسيما في بيئة الأعمال على وفق المتغيرات الحاصلة .

### فرضية الدراسة

تقوم الدراسة على فرضية أساسية مؤداها : ( لبيئة التجارة الإلكترونية دور بارز في تأثير على الإطار المفاهيمي للمحاسبة ) .

### منهج الدراسة

لتحقيق أهداف وفرضية الدراسة ، يتم الاعتماد على المنهج الوصفي في تحديد الإطار النظري العام ، وذلك من خلال الاستعانة بالأطاريح والرسائل الجامعية والدوريات والكتب ذات الصلة بموضوع الدراسة .

### خطة الدراسة

تتألف الدراسة من ثلاثة مباحث ، وكالاتي :

المبحث الأول / طبيعة التجارة الإلكترونية .

المبحث الثاني / المحاسبة في ظل التجارة الإلكترونية .

المبحث الثالث / الخاتمة المستقبلية .

المبحث الأول: طبيعة التجارة الإلكترونية

ماهية التجارة الإلكترونية

أصبح الحديث عن التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية والتبادلات حديث الساعة مع هذا الزخم الكبير الذي اكتسبه ذلك الحرف اللاتيني (e-) الذي أصبح يرمز إلى جانب كبير من حياتنا مع تحول العالم المتسارع والمطرود على أنموذج الحياة الإلكترونية .

يمكن توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية (e-commerce) من خلال المقطعين المكونين له : التجارة

"commerce" والألكترونية "electronic" وكما يأتي: (غنيم ، ٢٠٠٢ ، ٤)

**المقطع الأول :** "التجارة commerce" وهو مصطلح معروف لدينا ، وصار يعبر عن النشاط التجاري والاقتصادي ، يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات والشركات والأفراد وتحكمه عدة قواعد ونظم منفق عليها .

**المقطع الثاني :** "الألكترونية electronic" وهي فرع من التوصيف بمجال أداء النشاط المحدد في المقطع الأول ؛ ويقصد به القيام بأداء النشاط الاقتصادي (التجاري) باستخدام تقنية الاتصالات الحديثة مثل شبكة الأنترنت والشبكات والأساليب الألكترونية .

حينما نتحدث عن التجارة الألكترونية فاننا لا نقصد بذلك التجارة بالأجهزة الألكترونية، بل نقصد أن تتم التجارة بين المتعاملين فيها من خلال استخدام أجهزة ووسائل اتصال ألكترونية مثل الأنترنت وغيرها .  
(الخطيب ، ٢٠٠٢ ، ٤)

اما بالنسبة لمصطلح التجارة الألكترونية (e-commerce) فقد تم اشتقاقه من اللغة الانجليزية من electronic commerce ويقصد به عملية حوسبة التجارة ، أي استخدام تقنية الحاسوب في العمليات التجارية . (سيمس ، ٢٠٠١ ، ٧٥)

وعليه فإن وضع تعريف محدد للتجارة الألكترونية ليس بالأمر السهل ، وذلك لكثرة و تنوع التقنيات المستخدمة في هذا النوع من التجارة ، فمصطلح التجارة الألكترونية يشمل جميع العمليات التجارية التي تعتمد على المعالجة الألكترونية من نقل بيانات ، أو نص أو صورة وصوت ، التي تتم بين الأفراد والشركات عبر الحدود والقارات. (الخشروم ، ٢٠٠٢ ، ١)

وقد عرفت التجارة الألكترونية من قبل منظمة التجارة العالمية بأنها : "مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل ألكترونية " ، وكذلك هي : "معلومات ألكترونية ترسل وتسلم بوسائل ألكترونية أيأ كانت وسيلة استخر اجها في المكان المستلمة فيه " .  
(هلاي ، ٢٠٠٥ ، ١)

اما التعريف الوارد في مشروع الامم المتحدة : "فهي البرمجة الأوتوماتيكية للعمليات التجارية والصناعية والادارية التي يتم كبتها وتسلسلها بطريقة آلية دون أي تدخل إنساني ، وكذلك استخدام الوسائل وضبطها من الناحية الشكلية ، وفقاً لمستوى معياري أو قياسي معين". (حجازي ، ٢٣، ٢٠٠٢)  
في حين ورد مفهوم التجارة الألكترونية في الموسوعة البريطانية على أنه يشمل : "بيع المعلومات والخدمات والسلع باستخدام شبكة الاتصالات". ([www.britinica.com](http://www.britinica.com))  
ولعلنا لا نحدد عن الصواب في تعريف التجارة الألكترونية بأنها :

التجارة التي تتم باستخدام التقنيات وشبكة المعلومات العالمية عبر التبادل الإلكتروني للبيانات والمعلومات عن بعد ، متجاوزة عنصري المكان والزمان ، وتغطي فئات عديدة من بائعي التجزئة إلى الوسطاء الماليين ، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والشراء والتسجيل ومتابعة حركة المخازن والتوزيع وتحديد طرائق السداد، وغير ذلك .

### خصائص التجارة الإلكترونية

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية واقعا ملموساً ، وليس مجرد ظاهرة ملفتة للنظر أ و مثيرة للفضول فحسب ، بل تزايد مداها في جميع الاتجاهات بشكل ليس له مثيل ، لذلك وفي غضون سنوات قليلة أصبحت الشركات تمارس أعمالها من خلال هذا الأسلوب الذي يعد إنموذجا للأعمال والتجارة لا يشك أحد بنجاحه ، وذلك لما ينطوي عليه من خصائص أكسبته أهمية على أكثر من مستوى . (البشكاني ، ٢٠٠٢ ، ٢٥) إن استخدام تقنيات شبكة المعلومات بوصفها أهم واسطة لتعاطي التجارة الإلكترونية قد غير وجه التجارة والأعمال بشكل يكاد يكون جذرياً . وأصبحت التجارة الإلكترونية مطمحاً لكل الشركات التجارية ؛ فضلاً عن الربائين ، وذلك من خلال ما تتميز به من خصائص نوجزها فيما يلي :

#### أولاً. الطابع الكوني (العالمي) للتجارة الإلكترونية :

نظراً للطابع الشمولي لشبكة الأنترنت المستعملة في التجارة الإلكترونية وكل الوسائط الأخرى ، فإن كل نشاط تجاري إلكتروني يتم في مساحة مفتوحة وغير محددة جغرافياً . إن إنشاء موقع إلكتروني خاص بمنتج معين يستدعي فقط بعض الشروط التقنية لتضعه الشركة في متناول أي زائر سواء أكان زبوناً محتملاً أو مجرد فضولي . (ياسين والعلاق ، ٢٠٠٤ ، ٣٧)

#### ثانياً. الطابع اللابروقرطي للعملية التجارية :

إن أية معاملة تجارية إلكترونية في مختلف مراحلها الثلاثة (العرض، إتمام العملية وتسديد الثمن وتسليم السلعة أو الخدمة ) يتم إلكترونياً ( في معظم الحالات ) دون مستندات ورقية . غير أن هذه الخاصية تطرح عدة إشكالات على المستوى القانوني والجبائي . (النجار ، ٢٠٠٤ ، ١٦)

#### ثالثاً. الهوية الإلكترونية للمتعاملين :

لا يمكن لأي مهتم أن ينكر أن الأنترنت يقرب الأشخاص دون الإفصاح عن هويتهم . إن هذا الأمر ينطوي على المتعاملين التجاريين ، بحيث يمكن أن يتم التبادل بين بائع ومشتري ، ويتم الاتفاق دون معرفة الشخص للآخر . إن غياب معلومات دقيقة عن هوية المتعاملين التجاريين تطرح عدة صعوبات ترتبط بشكل خاص بمصادقية العقد من جهة واحتمال التزوير والاحتيال من جهة أخرى . (حماده ، ٢٠٠٥ ، ٧٦١)

**رابعاً. الضمانات وشروط التسليم :**

من أهم خصائص التجارة الإلكترونية هي " المخاطرة " في غياب ضمانات سابقة ، نظراً للهوية الإلكترونية للمتعاقدين إلا في حالات معرفة سابقة بين المتعاقدين . إن مسألة الضمانات الخاصة باحترام العقد التجاري الإلكتروني تطرح اليوم كذلك إشكالات عويصة نظراً للوجود الافتراضي للمتعاملين مع احتمال اختفاء أي طرف في أية لحظة ، خاصة وأن مصداقية المعلومات الإلكترونية مازالت مطروحة مثل ما هو شائع لدى مستعملي الأنترنت. (زريق و بوعلام ، ٢٠٠٦ ، ٦-٧)

**خامساً. الدفع الإلكتروني وسرية المعلومات :**

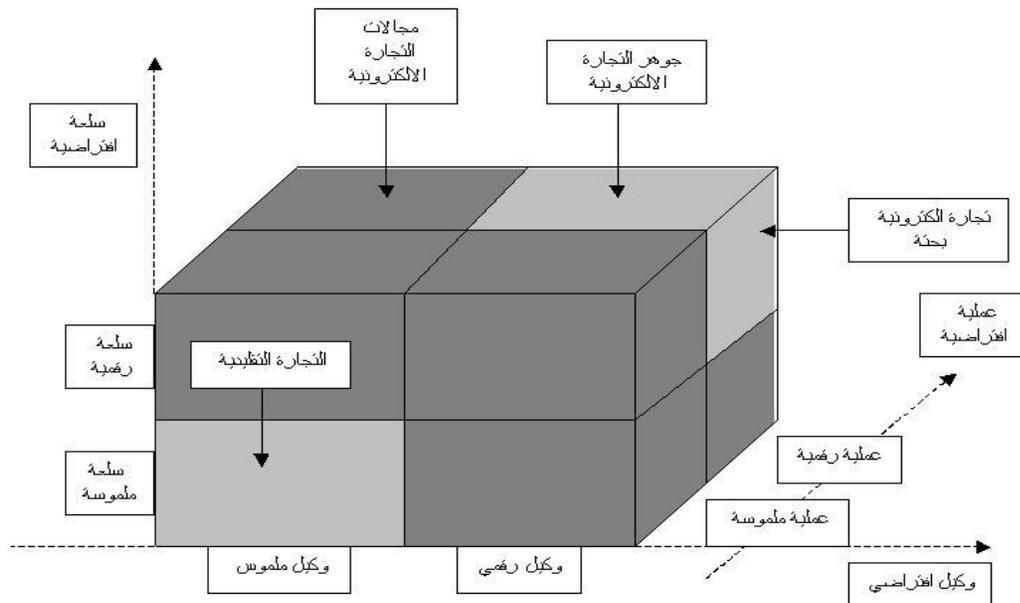
يعتبر الدفع الإلكتروني من المقومات الأساسية للتجارة الإلكترونية ، غير أن هذه الخاصية تطرح إشكالاتاً تتعلق بالحفاظ على سرية المعلومات للزبون والشركة ، ولاسيما تلك المتعلقة بالرقم السري مما يجعل إمكانية القرصنة وإفشاء الأسرار وارد على الرغم من تطور أنظمة تأمين وحماية الأنظمة الإلكترونية . (الصالح ، ٢٠٠٥ ، ٤)

وتجدر الإشارة إلى أن أكثر الفئات العمرية استخداماً ، هم أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين (٢٥ .٣٥) سنة ، أي بنسبة ٣٢% ، ومن (٣٥ .٤٥) سنة ، أي بنسبة ٢٤% من إجمالي مستخدمي التجارة الإلكترونية ، وهذا ما يعطي دلالات مستقبلية على أهميتها.

**\* تبويب التجارة الإلكترونية :**

تبويب التجارة الإلكترونية اعتماداً على درجة تقنية المنتج ، وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل (( فإن السلعة إما تكون ملموسة أو رقمية ، وأي وكيل أما يكون ملموساً ورقمياً وأية عملية أما تكون ملموسة أو رقمية )) ، فنتفرع إلى ثلاث تبويبات (http://www.c4arab.com/showac.)

ويمكن توضيح هذه التبويبات من خلال الشكل الآتية :



الشكل (١)

## تبويب التجارة الإلكترونية حسب درجة تقنية المنتج

المصدر : (<http://www.com/old/viewarticle.php?acid=925>)

ويتضح من خلال الشكل في أعلاه أنه لدينا مكعباً يحوي ثمانية مكعبات مقسمة ما بين الأجزاء الثلاثة ،  
فالتجارة تنقسم على ثلاثة أقسام : (غنيم ، ٢٠٠٢ ، ٤)

## ١. تجارة تقليدية بحتة :

وهي عندما يكون الوكيل ملموساً ، والسلعة ملموسة ، والعملية ملموسة ، فإن نوع التجارة هو التجارة التقليدية البحتة .

## ٢. تجارة إلكترونية بحتة :

وهي عندما يكون الوكيل رقمياً والسلعة رقمية والعملية رقمية ، فإن نوع التجارة سيكون هو التجارة الإلكترونية البحتة .

## ٣. تجارة إلكترونية جزئية :

عندما يكون أحد العوامل الثلاثة رقمياً والبقية ملموسة ، فإن هذا النوع سيكون مزيجاً بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ، ويطلق على هذا المزيج التجارة الإلكترونية الجزئية . فمثلاً شراء كتاب من

موقع أمازون<sup>(١)</sup> ، فان نوع التجارة فيه سيكون جزئياً لأن الشركة سوف ترسل الكتاب عبر البريد ، ولكن عند شراء برامجيات فإن نوع التجارة سيكون إلكترونياً بحتاً ، لأن الشركة سوف ترسل البرامجيات عن طريق الأنترنت أو البريد الإلكتروني ، إذ ان مجال التجارة الإلكترونية واسع ، حتى عملية شراء علبة كوكا كولا من جهاز ، بوساطة البطاقة الذكية سيكون ضمن التجارة الإلكترونية الجزئية .

**فوائد التجارة الإلكترونية .**

تتطوي التجارة الإلكترونية على العديد من الفوائد الخاصة بكل من الشركات والمستهلكين والمجتمع ، سوف يتم استعراض هذه الفوائد بالنسبة للشركات والمستهلكين والمجتمع تباعاً .

**أ - فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات :**

- تقدم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر : (عباس ، ٢٠٠٣ ، ٤٢٤)
١. تسويق أكثر فعالية ، وبالتالي تحقيق أرباح أكثر .
  ٢. تخفيض مصاريف الشركات .
  ٣. الربط بين اجهزة وفروع المؤسسات والهيئات المختلفة بأقل تكلفة .
  ٤. تواصل فعال مع الشركاء والعملاء .
  ٥. تقليل المخزون من البضائع ، ويمكن من خلالها تطبيق نظام Just In Time (JIT).
- ب - فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلكين :**

للتجارة الإلكترونية فوائد جمة للمستهلكين ، ويمكن إدراجها على النحو الآتي : (الآغا وفارس ، ٢٠٠٥ ، ١١)

١. توفير الوقت والجهد .
  ٢. حرية الاختيار .
  ٣. خفض الأسعار .
  ٤. نيل رضا المستخدم .
- ت - فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمع :**

(١) شركة أمازون : من أشهر مواقع التجارة الإلكترونية على الأنترنت ويتميز على نحو خاص ببيع الكتب في جميع المجالات ، وعلى الرغم من أنه يعد من أضخم مواقع بيع الكتب على مستوى العالم ، فإنه يبيع أشياء أخرى كالأدوات المنزلية ( <http://www.jazirah.com/digimag> ) ومستلزمات الحدائق والمجوهرات وغيرها .

مثلما تحقق التجارة الألكترونية فوائد عديدة للشركات والمستهلكين فإنها تلعب دورها بالنسبة للمجتمع أيضاً ، ومن اهم فوائدها للمجتمع : (الدباغ ، ٢٠٠٥ ، ١٢)

١. تسمح للفرد بان يعمل في منزله ، فتقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام مروري اقل في الشوارع ، وهذا يقود إلى خفض نسبة تلوث البيئة.
  ٢. تسمح لبعض البضائع بان تباع بأسعار زهيدة، مما يعني رفع مستوى المعيشة للمجتمع لكل.
  ٣. تسمح للناس الذين يعيشون في بلدان العالم الثالث ، أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم، كما يستطيعون أيضاً الحصول على شهادات جامعية عبر الأنترنت.
- مخاطر التجارة الألكترونية .**

تتبع مخاطر التجارة الألكترونية ، وبشكل رئيس من مخاطر شبكة الأنترنت ، فكل تقنية حديثة وعلى الرغم من ايجابياتها الكثيرة إلا أن سلبياتها كثيرة كذلك ، وفي حالتنا هذه تعد سلبياتها خطيرة جداً ، وفي حالة عدم التمكن من تحجيم تلك السلبيات والسيطرة عليها ، ستكون النتائج مخيبة للآمال وقد يتم الأحجام عن هذه التقنية الحديثة ، ومن ثم تضييع أرباح وفوائد جمة . (زيبيولي ، ٢٠٠٦ ، ٤٨) ، ويمكن أن نصنف المخاطر ضمن نوعين رئيسيين وهما :

١. **مخاطر يمكن اكتشافها :** والمقصود هنا قد تتمكن الشركة . وبوجود خبراء مختصين لديها . من اصطيات بعض الاختراقات في أنظمتها والتعامل معها ، ومن أشهر هذه الاختراقات : (معراج وغروبي ، ٢٠٠٥ ، ٢١)

- أ - **الفيروسات الرقمية المعروفة :** بوجود نظام حماية مناسب ، يستطيع نظام الشركة اصطيات هذه الفيروسات<sup>(١)</sup> المعروفة له ، بشكل مسبق والقضاء عليها .
- ب - **قرصنة الأنترنت الهواة :** يعتمد قرصنة الأنترنت في اختراقاتهم لنظام الشركة ، على معلومات ورموز دخول معينة ، وفي حالة وجود أكثر من مستخدم لنظام الشركة قد يستطيع القرصان تتبع عملية الدخول والحصول من ذاكرة النظام على تلك المعلومات واستخدامها ؛ ولهذا فإن كانت الشركة

(١) **الفيروس :** عبارة عن برنامج كأي برنامج تطبيقي يتم تصميمه من قبل احد المخربين لتحقيق هدف محدد يتركز في أحداث ضرر معين في نظام الحاسوب ، ويصمم عادة بطريقة تعطيه القدرة على الارتباط بالبرامج الأخرى ليحقق الانتشار بين البرامج المختلفة ، وبين مواقع الذاكرة ، من اجل تنفيذ أهدافه التدميرية ، وتكون لديه القدرة على إعادة بناء نفسه ، وكأنه يتكاثر تلقائياً إضافة لقدرته على الانتقال من حاسوب مصاب إلى آخر غير مصاب من دون الإعلان عن نفسه . (السرطان و المشهداني ، ٢٠٠١ ، ١٣٢)

تستخدم آلية تغير تلك الرموز بشكل دوري ومسح الذاكرة المعنية بوساطة خبرائها ، فستتمكن من تحجيم الاختراقات .

٢. **مخاطر لا يمكن اكتشافها** : والمقصود هنا ، بأن بعض الاختراقات قد تتم دون سابق دراية بها ، إما

لحادثتها ، أو جهل الشركة بها ، وهي نابعة من الأسباب الآتية : (حسن ، ٢٠٠٦ ، ١٠٩)

أ - **فيروسات غير معروفة** : على الرغم من وجود أنظمة حماية من الفيروسات على أنظمة الشركة ، إلا أنه هنالك فيروسات غير معروفة بعد ، قد تتمكن من دخول نظام الشبكة ، وإحداث تلف كبير من دون الشعور به إلا بعد فوات الأوان ، كما حدث في عام ٢٠٠٠ ، عندما استطاع أحد الهواة ، اختراع فيروس ( I Love you ) ، والذي تمكن من إيقاع خسائر لم يمكن حصرها في ذلك الوقت ، ولقد كان الفيروس يعمل كقنبلة موقوتة ، إذ يفعل في تاريخ محدد بالسنة ، وكان الحل الوحيد لتفاديه ، بعد أن عرفت آلية عمله ، إغلاق النظام بالكامل في ذلك التاريخ .

ب - **قرصنة أنترنت ذوو خبرة عالية** : وهذه تعد من أكبر المشاكل التي تواجهها الشركات ، فقرصنة الأنترنت ليسوا دوماً من الهواة ، فبعضهم يملك خبرة ومهارة تفوق كثيراً من المتخصصين ، تمكنهم . وفي كثير من الأحيان . من اختراق أنظمة الشركة دون الشعور بهم ، وقد تتم جريمتهم دون اكتشافها .

ت - **التسارع التقني** : قد يصعب في كثير من الأحيان مواكبة التسارع التقني على شبكة الأنترنت بشكل عام ، وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص ، مما يجعل التقنية التي تستخدمها الشركة قديمة جداً ، والمشكلة تكمن بعدم معرفة التقادم في الوقت المناسب .

## المبحث الثاني: المحاسبة في ظل التجارة الإلكترونية

### ماهية المحاسبة

المحاسبة علم اجتماعي متطور يواكب التغيرات التي تطرأ على المجتمع ، لأن المعلومات المحاسبية هي أساس اتخاذ القرارات الاقتصادية سواء أكان ذلك للأفراد أو المجتمعات ، من هذا نستطيع القول أن المحاسبة تؤدي دوراً فاعلاً بوصفها نظاماً للمعلومات في عمليات مستمرة ومتربطة .

إذ مرت المحاسبة منذ نشأتها بمراحل من التطور التاريخي ، بفعل عدة عوامل اقتصادية واجتماعية وقانونية ، لكن التطور الحاسم يرتبط بظهور القيد المزدوج ، وإن أول كتاب في أدبيات المحاسبة ، يتضمن عرضاً كاملاً لمسك الدفاتر على وفق القيد المزدوج ، واعتمد مرجعاً علمياً وعملياً ، هو كتاب الرياضيات

للراهب الإيطالي "لوقا باشيليو" في مدينة البندقية عام ١٤٩٤ ، كما أسس في عام ١٥٨١ ، أول معهد للمحاسبة في مدينة البندقية أيضاً . (حنان، ٢٠٠١ ، ١١)

لقد عرفت المحاسبة من قبل جمعية المحاسبة الأمريكية (A.A.A) بأنها :  
" عملية تحديد وقياس وتوصيل المعلومات الاقتصادية ، بغرض تمكين المستخدمين من اتخاذ القرارات اللازمة " (المجمع العربي للمحاسبين القانونيين ، ٢٠٠١ ، ٧٩) .

يلاحظ على هذا التعريف انه حوّل الاهتمام من مجرد اظهار المحاسبة على أنها فن له اجراءات ووظائف معينة ، إلى انها نظام معلومات ، له أساليب علمية مستخدمة في تشغيل البيانات المالية ، وتوصيل نتائجها ومخرجاتها للمستخدمين وأصحاب المصلحة . (الطائي ، ٢٠٠٢ ، ٣)  
وتجدر الإشارة إلى أن المحاسبة قد تغيرت بشكل يكاد يكون جذرياً ، بعد تدخل التقنيات في الأعمال التجارية ، فأصبحت بفضلها تمارس هذه الأعمال إلكترونياً ، وهي ما اصطلح على تسميتها بالتجارة الإلكترونية .

في ظل هذا التطور يمكن أن تتم المحاسبة آلياً عن عمليات هذه التجارة ، من خلال الأنظمة الآلية للمحاسبة الحالية أو بوساطة الأنترنت ، فاذا كانت الأنظمة الآلية المحاسبية المالية بالشركة تمثل برامج تطبيقات محاسبية ، يتم تطويرها محلياً ، فقد يتوفر لمتصفح شبكة الأنترنت هذه التطبيقات أولاً بأول ، مما يولد له الدراية والمعرفة ال كافيتين عن حسابات الشركة المتعامل معها من خلال البرنامج (<http://mstawfik.tripod.com>) . ويتم تطوير دليل الحسابات الإلكترونية بناء على الخبرة والمعرفة المكتسبة من تصفح ودراسة البرامج المحاسبية المعروضة على شبكة الأنترنت ، ليشمل هذا التطور حسابات الإيرادات والمصروفات (بالأستاذ العام) ، المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ، فضلاً عن إمكانية مباشرة إجراء قيود اليومية المتعلقة بالمحاسبة عن كل عمليات هذه التجارة ، كما يمكن تطوير قوائم الدخل الحالي بالبرامج ، لتعرض نتائج (نشاط) التجارة الإلكترونية بصورة منفردة (ومن ثم ادراجها ضمن قوائم دخل الأعمال الرئيسية بالشركة ) (توفيق ، ٢٠٠٤ ، ١٤٥) ، وتتيح بعض الانظمة المحاسبية الآلية التي طورتها بعض شركات برمجيات المحاسبة العالمية إمكانية التكامل مع مواقع محددة على شبكة الأنترنت ، بحيث تو فر إمكانية التجميع والتقارير 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.

### المحاسبة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية .

في عصر الأنترنت وازدهار نشاطات التجارة الإلكترونية ، ظهر في مطلع الألفية الثالثة مصطلح المحاسبة الإلكترونية (E\_Accounting) بوصفه أحد المفاهيم والمصطلحات المعاصرة لتقنية المعلومات . وقد انتشر هذا الفرع للمعرفة سريعاً نتيجة تغير الدور المهني للمحاسب (توفيق، ٢٠٠٥، ٤٢) ، إذ أدى التقدم التقني السريع في مجالات تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والحاسبات ، إلى مكنة الجزء المتكرر في المحاسبة ، مما ينتج عنه سرعة التنفيذ مقروناً بالدقة وبمجهود محدد للغاية (طالما تمت برمجة نظام والتأكد من كفاءة تشغيله خصوصاً في بيئة الأنترنت) ، وظهور الأساليب الكمية المتقدمة للتحليل، وتشغيلها بالحاسب . (حسين وآخرون ، ٢٠٠٦ ، ١٤٥)

وبصورة أدق وأكثر شمولاً ؛ فان مصطلح المحاسبة الإلكترونية تعني :

" تنفيذ المهام المحاسبية ، والبحث المحاسبي ، والمجالات التعليمية للمحاسب ، من خلال الحاسب الآلي ومختلف مقومات الشبكة الدولية للمعلومات (الأنترنت) ، وبصفة خاصة من خلال الادوات الرقمية المعاصرة الآتية

، ([www.biz-kingdom.com](http://www.biz-kingdom.com)) :

(<http://vb.arabsgate.com/showthread.php?t=452447>)

١. الأدوات الرقمية القائمة على الوسائط المتعددة ( Digital Tool Kits ) في مجالات التسجيل والتحليل المحاسبي .
٢. الموارد أو المصادر Resources المتعددة للشبكة الدولية للمعلومات (الأنترنت) ، بوصفها مصدراً خصباً ومتجدداً للبيانات والمعلومات المحاسبية المتعددة (المحلية والدولية) .
٣. قواعد البيانات الدولية على الأنترنت ، وطرق استجلاب البيانات منها .
٤. روابط الاتصال (web hyperlinks) في الأنترنت بمواقع وقواعد بيانات المنظمات والهيئات المهنية الرسمية ، وغير الرسمية ، والشركات .
٥. البرمجيات المحاسبية القائمة على الاتصال بالشبكة الدولية للمعلومات ( Internet Based ) .
٦. أدوات التحليل المحاسبي المتقدمة القائمة على الجداول الإلكترونية (Spreadsheet Tools) الرقمية .
٧. كل إمكانيات وموارد شبكة الويب كإنزال Download وتبادل الملفات المالية بنمط PDF والبريد الإلكتروني ، وغيرهما. وتظهر خاصية المحاسبة الإلكترونية للأنظمة المحاسبية الآلية ، في التجارة الإلكترونية من خلال مدى قدرة النظام المحاسبي الآلي المطبق بالشركة . ذات موقع او اكثر ،

للتجارة الإلكترونية ، على شبكة الأنترنت ، على تنفيذ مايلي داخل النظام أثناء الاتصال بالشبكة :  
(قصرأوي ، ٢٠٠١ ، ١٥)

١. فتح موقع اومواقع التجارة الإلكترونية للشركة وحصر عمليات التجارة الإلكترونية التي تمت
  ٢. أثبات وتحديث مختلف مقومات وقواعد بيانات النظام المحاسبي On Line الآلي بمختلف عمليات التجارة الإلكترونية .
- خصائص المحاسبة الإلكترونية :**

- يمكن عرض أهم خصائص المحاسبة الإلكترونية على النحو الآتي : (توفيق ، ٢٠٠٥ ، ٤٥-٤٦)
١. الاعتماد الأساسي على تطبيقات الحاسب الآلي العامة (وليس المتخصصة) ، وتشغيل شبكة الأنترنت بكل إمكانياتها ، واستجواب البيانات المحاسبية من قواعد بياناتها على الشبكة ، لمعالجتها محلياً ، بتطبيق النماذج والأساليب الكمية المتقدمة عليها ، من خلال الحاسب لتحقيق أهداف المحاسبة .
  ٢. مجال معرفة مستحدث مبني على تداخل العديد من مجالات المعرفة الأخرى ، مثل علوم الحاسب الآلي والشبكات ، والاتصالات ، وبحوث العمليات ، والإحصاء وأنظمة دعم القرارات ، وأنظمة المعلومات والمحاسبة ، وغيرها .
  ٣. ذات بعد دولي قائم على استخدام شبكة المعلومات الدولية لاستجواب المعلومات من أي مكان بالعالم مرتبط بالشبكة وتحليلها محلياً .
- ومما ذكر نلاحظ أن المحاسبة الإلكترونية ، تعد إحدى متطلبات عمل التجارة الإلكترونية، والعلاقة التي تربط بينهما هي علاقة تكامل ، إذ تعد المحاسبة الإلكترونية ضرورية في العمل المحاسبي في حالة دخول الشركة في ممارسة النشاط التجاري ، عبر شبكة المعلومات العالمية .

### أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة والتدقيق .

- للتجارة الإلكترونية آثار بثوكها على كل من مهنة المحاسبة ومهنة التدقيق ، إذ أحدثت وتحدث هذه التقنية الحديثة تغييرات على كل من العناصر الآتية : (دهمش و القشي ، ٢٠٠٤ ، ١٤)
١. ممارسة المحاسب والمدقق .
  ٢. تقنيات المحاسب والمدقق .
  ٣. مهارات المحاسب والمدقق .
  ٤. معلومات المحاسب والمدقق .

٥. التزامات المحاسب والمدقق .

٦. نوعية الخدمات المقدمة من لدن المحاسب والمدقق .

والنقطة المهمة والجد ير ذكرها ، أن الرقابة الداخلية ناثر وبشكل جوهري بوجود التجارة الألكترونية ، إذ أصبحت الإجراءات الرقابية التقليدية عديمة الجدوى ، وأصبح لا بد من اجراءات رقابية تقنية تواكب التغيرات التقنية المصاحبة للتجارة الألكترونية.

وأصبحت عملية التوكيد على الرقابة الداخلية في ظل التجارة الألكترونية من أكبر ، بل أصعب التحديات التي تواجه كلا من المحاسب والمدقق.

وكما هو معروف بأن كلا من المحاسبة و التدقيق يعملان ضمن بيئة أعمال معينة ، ويبرز هنا سؤال مهم وملح ، ما هو دور كل من المحاسب والمدقق في حال كون بيعة الأعمال قد تغيرت لكليا ؟

### . التغيرات التي أحدثتها التجارة الألكترونية في بيئة الأعمال المعاصرة :

لقد أحدثت التجارة الألكترونية تغيرات جوهريه في بيئة الأعمال التي يعمل بها كل من المحاسب والمدقق ، ويمكن تلخيص هذه التغيرات بالشكل الآتي :

#### أولاً. هيكلية الشركة :

لقد أحدثت التجارة الألكترونية تغيراً جذرياً على هيكلية الشركة ، وجعلتها ذات طابع تقني بالكامل . فمن المعروف أن عمليات الشركة كانت تتم بشكل تقليدي في السابق ، وعامل الوقت لم يكن ملحاً كما هو الآن ، فعملية الشراء تتم بلحظات ، ولمواكبة السرعة الكبيرة ، لابد أن تحوي هيكلية الشركة الآليات الكفيلة التي تمكنها من ملاحقة العملية والتأكد منها وتنفيذها ، ومما يزيد الأمور صعوبة ، تعقيدات العمليات التي تتم من خلال شبكة الأنترنت ، ولاسيما في ظل الاختراقات الرهيبة التي يمكن أن يقوم بها قرصنة الأنترنت .

(<https://aicpa.org/assurance>)

ولكي يواكب كل من المحاسب والمدقق هذه العمليات السريعة ، لا بد لكل منهما أن يتعلم هذه التقنية بشكل ممتاز ، وإلا أصبحا عديمي الجدوى .

#### ثانياً. موقع الأعمال :

تعد هذه النقطة من أهم وأخطر التغيرات التي حدثت في ظل التجارة الألكترونية ، فسبقاً وبالنظام التقليدي كانت الأعمال تتداول في أماكن وأسواق محددة ، وفي حالة حدوث أي خطأ أو ورود أي مشكلة ، كان من السهل الإحاطة بها وتداركها ، أما الآن وبوساطة التقنية العالية ، فيستطيع أي شخص من أي مكان

، إتمام الجزء الأكبر من الصفقة بضربة سريعة على لوحة مفاتيح جهاز الكمبيوتر ، و في كثير من الأحيان تكون عملية تعقب العملية والشخص أشبه بالمستحيلة ، وخصوصاً إن لم تكتشف المشكلة أو التلاعب في لحظة انتهاء العملية ، ومن الأمور التي تعاني منها الشركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية الاختراقات التي لا يتم اكتشافها إلا بعد فوات الأوان . (دهمش والقشي ، ٢٠٠٤ ، ١٦ )

#### ثالثاً. قنوات التوزيع :

في السابق كانت قنوات توزيع منتج الشركة (بيعه) ، محددة ومعروفة بشكل واضح وغير معقدة ، مما يمكن الشركة من تحديد مصدر العملية والتعامل معها بناءً على ذلك . ولكن في ظل التجارة الإلكترونية ، وتعدد أنواعها ، أصبحت قنوات التوزيع عديدة ومتشابكة ومعقدة ، وفي حالة حدوث أي خطأ ، قد ينقضي وقت كبير قبل إمكانية تحديد قناة التوزيع التي حصل فيها الخطأ . (البكري ، ٢٠٠٦ ، ١٦ )

#### رابعاً. تعدد اشكال وسائط البيع :

وهذه تختلف نوعاً ما عن قنوات التوزيع ، والمقصود هنا بأنه في السابق كانت وسائط البيع عبارة عن أشخاص مؤهلين لذلك ، ولكن الآن وفي ظل التجارة الإلكترونية أصبحت وسائط البيع عبارة عن برامج محوسبة ، وبأشكال متعددة منها: الصوتية ، والمرئية ، وأنظمة كثيرة تقوم بعمليات البيع المبنية على برمجيات تم إعدادها مسبقاً ، والمشكلة تكمن في أن جميع هذه البرمجيات لا تملك الحس والذكاء البشري ، وقد يستطيع الآخرون التلاعب بها . (<https://theiia.org>)

#### خامساً. العلاقة بين الشركة والمستهلك :

وهذه تعد من النقاط المهمة جداً ، ففي الأسلوب التقليدي كانت العلاقة بين الشركة والمستهلكين علاقة مباشرة ، ولكن الآن أصبحت العلاقة ذات طابع تقني رقمي ، وفي أغلب الأحيان العلاقة الشخصية معدومة ، ومن ثم أصبح التعامل أشبه بشكل ذي طابع وهمي على الرغم من أنه حقيقة واقعة ، ولكن هذه الحقيقة قد يتم التلاعب بها بشكل لا يمكن تصوره . (رحومة ، ٢٠٠٥ ، ١٠ )

#### سادساً. الاعتراف بالإيراد :

قد تعد هذه من أكثر المشكلات التي تؤرق المحاسب ، إذ أن النظرية المحاسبية لم تأخذ بالحسبان آلية الاعتراف بالإيراد في ظل هذه الظروف التقنية العالية . ففي السابق كان الاعتراف بالإيراد يتم وفقاً لشروط محددة (الحجازي ، ٢٠٠٦ ، ١٢١) ، فتحقق الإيراد يمكن الجزم به في كثير من الأحيان ، وكانت نقطة البيع مرتكزا لا يمكن تجاوزه إلا في بعض الحالات المحددة ، ولكن الآن . وفي ظل غياب الأمان بإمكانية اختراق الشركة من لدن الآخرين أصبحت عملية تحقق الإيراد عملية مشكوكاً فيها.

ليس من السهولة ألبت بهذا الموضوع ، إذ تم توفير الأمان للعمليات الألكترونية، واستطاع المحاسب المختص توكيد فاعلية الأمان ، فإنه يمكن بعدها التحقق من الإيراد .

إذ تم اقتراح شروط جديدة لا بد من توافرها للاعتراف بالإيراد (الألكتروني) ، فضلاً عن الشروط المتعارف عليها ، وهي ضرورة توفر كل من : (دهمش والقشي ، ٢٠٠٤ ، ١٧)

أ - الأمان في العمليات .

ب - توكيد آلية الأمان .

ولأهمية الموضوع ، سوف نتناو له وبشكل مفصل في المحور الأخير من هذه الدراسة تحت عنوان (الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الألكترونية من وجهة نظر محاسبية) .

#### سابعاً. آلية التسديد :

في ظل التجارة الألكترونية ظهرت آلية تسديد جديدة لم تكن موجودة سابقاً ، وهي التسديد عبر شبكة الأترنت . قد يظن البعض أن هذه آلية لا تختلف كثيراً عن آلية التسديد عبر شبكات البنوك الألكترونية ، ولكنها تختلف اختلافاً جديداً ، فالبنوك تستخدم شبكات خاصة بها عبر نظم الاتصالات وهي شبكات محمية وغير متاحة للجمهور ، ولكن التسديد عبر شبكة الأترنت محفوف بمخاطر كبيرة وعديدة ، وخصوصاً عندما يتمكن قرصنة الأترنت من استخدام حسابات الآخرين لتسديد 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 . (رزيق وبوعلام ، ٢٠٠٦ ، ١٣)

#### ثامناً. احتساب ودفع الضرائب :

ونعود مرة أخرى لمشكلة الاعتراف بالدخل ، فضريبة المبيعات أصبحت مشكلة تؤرق الشركات ، وخصوصاً في ظل غياب الأمان في العمليات الألكترونية ، فلقد أصبح من الصعب على الشركة إثبات التلاعب بدخلها ، ولاسيما أن أغلب الشركات لا تقر ولا تفصح عن وجود تلاعب خوفاً من فقدان زبائنهم ، ومن ثم ، قد تتحمل تكاليف إضافية ، وعلى رأسها الضرائب المفروضة على مبيعات قد تكون غير موجودة أصلاً. (دهمش والقشي ، ٢٠٠٤ ، ١٨)

\* الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الألكترونية من وجهة نظر محاسبية

مما سبق نستطيع ملاحظة الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ، وخصوصاً عندما تطرقنا لبيئة العمل في كل منهما .

ومن وجهة نظر محاسبية بحتة ، فإن عملية البيع والشراء تعد جوهر الاختلاف فيما بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ، فالإجراءات الرقابية المتبعة في كل من البيئتين مختلفة تماماً ، والاختلاف الرئيس يمكن حصره بالقول إن التجارة التقليدية ذات طابع توثيقي، بينما التجارة الإلكترونية ذات طابع غير توثيقي (وهمي)، على الرغم من حقيقة تمام العملية . (دهمش والقشي ، ٢٠٠٤ ، ٣٢)

ويمكن معرفة الفرق بشكل أعمق ، بعمل مقارنة بسيطة بين دورة البيع في كل من التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ، وكما مبين في الجدول رقم (١) . (بلفاسم وعلي ، ٢٠٠٢ ، ٣٦١) ونلاحظ من الجدول المقارنة ، بأن التجارة الإلكترونية تفقد عامل التوثيق في أغلب المراحل ، وغياب التوثيق له دور سلبي جداً على آلية الاعتراف بالإيراد ، وخصوصاً أن أغلب العمليات ذات طابع غير ملموس . (حامد ، ٢٠٠٢ ، ٢٧)

اذ أن غياب التوثيق وترافقه مع مخاطر التجارة الإلكترونية له أثر مباشر على أساس أو قاعدة العمليات، ويساهم بمشكلة جديدة متعلقة بعملية تحقق الإيراد والاعتراف به. (رزيق وبوعلام ، ٢٠٠٦ ، ٢٧).

## جدول (١)

## مقارنة مرحلة دورة المبيعات بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية

ت	مرحلة دورة المبيعات	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
١.	البحث عن معلومات منتج	مجلات وممثل تجاري	صفحة Web
٢.	طلب المنتج	رسالة أو وثيقة	بريد إلكتروني
٣.	التأكيد على الطلبية	رسالة أو وثيقة	بريد إلكتروني
٤.	مراقبة السعر	كتالوج مطبوع	كتالوج على Web
٥.	التأكد من توفر السلعة	هاتف أو فاكس	لا يوجد
٦.	تسليم الطلبية	وثيقة مطبوعة	بريد إلكتروني
٧.	بعث الطلبية	فاكس أو بريد	بريد إلكتروني
٨.	التأكد من توفر السلعة بالمخازن	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
٩.	تخطيط التسليم	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
١٠.	تعميم الفاتورة	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
١١.	تسليم السلعة	المورد	-
١٢.	تأكيد التسليم	وثيقة مطبوعة	بريد إلكتروني
١٣.	بعث الفاتورة	بريد إلكتروني	بريد إلكتروني
١٤.	مدة الدفع	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
١٥.	بعث التسوية المالية	بريد إلكتروني	قاعدة بيانات

المصدر : زايري بلقاسم و جلوباشي علي (٢٠٠٢) ، "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة" ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة الأردنية ، ٦-٨ ايار ، عمان ، الاردن ، ص ٣٦١ .

إذ أوصت لجنة المحاسبة الأمريكية عام ١٩٦٤ بإمكانية تحسين مفهوم التحقق ، إذا طبقت المقاييس الآتية : (Richard ، ٢٠٠١ ، ٧٢) .

١. يجب أن يكون الإيراد قابلاً للقياس .

٢. يجب أن يدعم صحة التحقق قياس نتيجة حدوث عملية تبادلية مع أطراف خارجية .

٣. يجب حدوث الحدث الحاسم ، وهو بأن الإيراد يجب أن يتحقق عند إتمام معظم العمل أو المهمة في عملية الاكتساب . وينتج عن هذا الاختبار الاعتراف بالإيراد في أوقات مختلفة لشركات الأعمال المختلفة .

إن استعمال مفهوم أو معيار " التحقق " عادة ما ينتج عنه الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع ، ومع ذلك ، فإن توقيت الاعتراف قد يكون مسبقاً أو يتم تأخيره بحسب طبيعة العملية وبالنظر لدرجات التأكد المختلفة . فعندما يكون هناك درجة عالية من التأكد مرتبطة مع تحقق الإيراد ، فإن الاعتراف بالإيراد قد يسبق نقطة البيع ، وعلى العكس من ذلك ، كلما كانت درجة عدم التأكد عالية بالنسبة لارتباطها بتحقق الإيراد ، زاد الاتجاه بصورة أكبر لتأخير الاعتراف بالإيراد . (Richard ، ٢٠٠١ ، ٧٣)

ومن الجدير بالذكر، أن معايير المحاسبة وضعت أسساً لمعالجة عملية الاعتراف بالإيراد في ظل ظروف عديدة ، ولكن ضمن التجارة التقليدية الموثقة ، ولكنها لم تضع أسساً خاصة لمعالجة الاعتراف بالإيراد في ظل التجارة الإلكترونية غير الموثقة. (دهمش والقشي، ٢٠٠٤ ، ٣٣)

تحت ظروف خاصة للاعتراف بالإيراد ، ورد في المعيار المحاسبي الأمريكي رقم (٤٨) ( SFAS No. 48) تحت عنوان " الاعتراف بالإيراد عند وجود حق رد السلعة " إن على البائع الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع ، عندما يوجد حق الرد فقط وحين تلبية الشروط الآتية : (Richard، ٢٠٠١ ، ٧٥)

١. أن يكون سعر البيع محدداً أو ثابتاً بتاريخ البيع .
٢. أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزماً بالدفع للبائع .
٣. أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة .
٤. أن يكون الجوهر الاقتصادي للمشتري بعيداً كل البعد عن الجوهر الاقتصادي للبائع .
٥. أن لا يكون للبائع التزامات رئيسة للأداء المستقبلي بالنسبة لإعادة بيع السلعة .
٦. إمكانية تقدير معقول للمردودات المستقبلية .

وفي حالة عدم تلبية هذه الشروط ، يتوجب تأجيل الاعتراف إلى أول نقطة يكون عندها قد انتهى حق الإرجاع .

أن الإيراد المتولد عن قنوات التجارة الإلكترونية ، لا يتماشى مع بعض من شروط الاعتراف بالإيراد . فالمعيار الأمريكي رقم ٤٨ وضمن الشرط رقم (٢) يتضمن : " أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزماً بالدفع للبائع " ، مما يجعل الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع مستحيلاً ، والسبب أن عملية الدفع ضمن آلية التجارة الإلكترونية ، آلية محفوفة بالمخاطر وقد تكون إذا ما تم التلاعب بها ، عملية وهمية، ويقابلها خروج حقيقي

للبيضاء من عند التاجر . لو أردنا استخدام الاعتراف بالإيراد عند وصول النقد بدلاً من 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 . (Robinson & Kalakota ، ١٩٩٩ ، ١٣) ، وبالنسبة للشرط رقم (٣) وفي المعيار نفسه " أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة " ، وفي حالة التلاعب ، فمن هو المشتري ؟ لا أحد يعرف والمتحمل الأول والأخير لهذه الخسارة هي الشركة البائعة ، وهنا يتبادر للذهن ، ما هي الآلية المناسبة للاعتراف إذن ؟ وفي ظل هذه الحقائق الجديدة تم اقتراح آلية جديدة للاعتراف بالإيراد المتولد من خلال التعامل بالتجارة الإلكترونية ، وقد تم تسميتها "الاعتراف بإيراد التجارة الإلكترونية عند نقطة تحقق أمان عمليات النظام" (Revenue Recognized as System Transactions are Secured) (دهمش والقشي ، ٢٠٠٤ ، ٣٥) يتضمن هذا الاقتراح ، أن يتم الاعتراف بالإيراد المتولد عبر التجارة الإلكترونية عند نقطة البيع ، إذا ما توافرت شروط إضافية تساعد على تحقيق الشرط رقم (٢) بأن يكون المشتري قد دفع أو ملتزماً بالدفع للبائع "في المعيار رقم ٤٨" ، وبالشكل الآتي : (دهمش والقشي ، ٢٠٠٤ ، ٣٦)

١. الأمان في العمليات .

٢. توكيد آلية الأمان .

وفي حالة تحقق الاعتراف بالإيراد المتولد من خلال التعامل بالتجارة الإلكترونية ، ستتمكن الشركة من تقدير نسبة الاحتيال عبر التجارة الإلكترونية ، ومن ثم التمكن من إنشاء مخصصات معينة ، تقابل الخسائر المتوقعة مستقبلياً ، والتي سيمكن توقعها بسهولة ، في ظل توافر الشروط السابقة . (دهمش والقشي ، ٢٠٠٤ ، ٣٧ ،

ومن خلال ما تقدم يمكن القول ؛ كما أحدثت التجارة الإلكترونية تغييرات كثيرة على عالم الأعمال ، أحدثت وستحدث تغييرات أكثر وأكبر على علم المحاسبة وعلم التدقيق .

ففي السابق كانت التغييرات التي تحدث في ظل التجارة التقليدية ، ذات طابع بسيط وبطيء ، يسهل على كل من الأعمال و المحاسبة مواكبتها ؛ ولكن الآن ، وفي ظل التجارة الإلكترونية وما يرافقها من تقنيات متغيرة بشكل متسارع أصبحت التغييرات في التجارة الإلكترونية ذات طابع معقد وسريع جداً ، وأصبح محتوماً على الأعمال و المحاسبة في العالم ككل أن تُحدث وتُطور من تقنياتها وتقييمها بسرعة مماثلة ، كي لا يفوتها الركب التقني الجديد ، ويمكن إجمال أثر التجارة الإلكترونية على العمل المحاسبي في الآتي : (حسين وآخرون ، ٢٠٠٦ ، ١٤٦)

١. إجبار الشركات على مكننة العمليات المحاسبية لديها ، واستخدام الحاسب الآلي في العمليات التي تقوم بها بجانب ربط الحاسب الآلي بشبكة دولية عالمية .

٢. إجبار المحاسب على التعلم والتعرف على عمل الحاسب الآلي ، ومن ثم امتلاك المعرفة في العمل المحاسبي على هذا الحاسب .

ازدياد صعوبة عمل مراقب الحسابات ، 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 ، ومن ثم صعوبة اكتشاف عمليات البيع والشراء هذه (وذلك يعود للخاصية الثانية ضمن خصائص التجارة الإلكترونية المذكورة في الفقرة السابقة).

### المبحث الثالث: الخاتمة المستقبلية

بعد هذه الجولة في بحث التجارة الإلكترونية والمحاسبة ؛ توصلت الباحثة ، فضلاً عن الاستنتاجات التي تم التوصل إليها في متن الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات ، يمكن تحديدها على النحو الآتي :

١. أثرت التجارة الإلكترونية بوصفها تقنية متطورة جداً ، على جميع المجالات المهنية بشكل عام، وعلى مهنة المحاسبة بشكل خاص .

٢. تعمل التجارة الإلكترونية في بيئة فريدة من نوعها ، بحيث أن جميع العمليات التي تتم من خلالها عمليات غير ملموسة الطابع (رقمية) ، تفنقذ لآلية التوثيق في أغلب مراحلها.

٣. ساهم كل من الطبيعة غير الملموسة للتجارة الإلكترونية ، وغياب التوثيق لعملياتها ، بشكل مباشر في إيجاد م شكلة رئيسة واجهت مهنة المحاسبة هي : آلية التحقق والاعتراف بالإيراد المتولد من عمليات التجارة الإلكترونية .

٤. لم تستطع النظرية المحاسبية وبشكلها الحالي معالجة آلية التحقق والاعتراف بالإيرادات المتولدة عبر ، عمليات التجارة الإلكترونية .

استكمالاً للمتطلبات المنهجية ؛ واعتماداً على ما توصلنا اليه من استنتاجات ، ولغرض الإفادة منها

مستقبلاً ، نوصي بالتوصيات والمقترحات التي نراها ضرورية ، والتي يمكن تحديدها على النحو الآتي:

١. ضرورة إعادة هيكلة نظم التعليم والتدريب على جميع مستويات مهنة المحاسبة ، بشكل يجعل الإلمام بتقني المعلومات بشكل عام ، وبالتجارة الإلكترونية بشكل خاص ، من أساسيات منح الشهادات العلميّة ، والعملية ، ومزاولة المهنة .

٢. تأهيل المحاسبين وتنقيفهم بتقنية المعلومات بشكل عام ، وبتعاملات التجارة الألكترونية بشكل خاص .
٣. تكييف النظرية المحاسبية ، وتحديث مفاهيمها بشكل يتماشى مع بيئة التجارة الجديدة ، المتمثلة ببيئة التجارة الألكترونية .
٤. ضرورة إعادة النظر بللمعايير المحاسبية المحلية والدولية ، وصياغتها بشكل يتلاءم مع التغييرات التي أحدثتها التجارة الألكترونية ، ووضع معيار محاسبي يتضمن نطاق محدد لمعاملات التجارة الألكترونية .
٥. ضرورة تنبه الحكومات إلى السعي أو المساهمة ، بإنشاء تشريعات دولية تحكم تعاملات التجارة الألكترونية .

## المصادر

١. ثامر ياسر البكري (٢٠٠٦) ، التوجه لمنظمات الأعمال نحو التجارة الألكترونية والاعتمادية على المعلومات ، المؤتمر العلمي الثاني ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة العلوم التطبيقية، ٢٦-٥/٢٧ ، عمان ، الأردن .
٢. جمال الدباغ (٢٠٠٥) ، التجارة الألكترونية من منظور الإدارة الاستراتيجية : فرص وتهديدات لصناعة التامين ، المؤتمر العلمي الرابع ، كلية العلوم الإدارية والمالية . جامعة فيلادلفيا ، ١٥-٣/١٦ ، عمان ، الأردن .

٣. حسين مصطفى هلالي (٢٠٠٥) ، التحول نحو التجارة الألكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات ، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية
٤. دانييل زيبيولي (٢٠٠٦) ، المرشد الاساسي في التجارة الألكترونية ، ترجمة : هاني مهدي الجميل ، مجموعة نيل العربية ، القاهرة ، مصر .
٥. رأفت عبد العزيز غنيم (٢٠٠٢) ، دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسير التجارة الألكترونية بين الدول العربية ، جامعة الدول العربية . إدارة قطاعات الخدمات الأساسية، منظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
٦. روب سيمس (٢٠٠١) ، التجارة الألكترونية ، الطبعة العربية ، دار الفاروق، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
٧. زايري بلقاسم وجلوياشي علي (٢٠٠٢) ، طبيعة التجارة الألكترونية وتطبيقاتها المتعددة ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية . جامعة الزيتونة الأردنية ، ٦-٨ أيار ، عمان ، الأردن .
٨. سرحان سليمان السرحان ومحمود عبد المنعم المشهداني (٢٠٠١) ، أمن الحاسوب والمعلومات ، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان ، الأردن .
٩. سطم صالح حسين وصادم محمد الحيايلى وعلي ابراهيم الكسب (٢٠٠٦) ، أثر التجارة الألكترونية على جودة المعلومات المحاسبية ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد ٢ ، العدد ٣ ، جامعة تكريت .
١٠. سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق (٢٠٠٤) ، التجارة الألكترونية ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
١١. طارق عبد العال حماده (٢٠٠٥) ، التجارة الألكترونية ، الدار الجامعيه ، الاسكندرية، مصر .
١٢. عبد الله الخشروم (٢٠٠٢) ، قانون المعاملات الألكترونية لعام ٢٠٠١ وأثره في عمليات البنوك ، مؤتمر تشريعات عمليات البنوك بين النظرية والتطبيق ، جامعة اليرموك ، ٢٢-٢٤/١١ ، أريد ، عمان ، الأردن .
١٣. فريد النجار (٢٠٠٤) ، الاستثمار الكوني ، بيت الادارة ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
١٤. كمال رزيق ورحمون بوعلام (٢٠٠٦) ، التجارة الألكترونية واشكالية جيباتها ، بدون مكان نشر ، جزائر .

١٥. محمد شاهين الخطيب (٢٠٠٢) ، التعبير عن الرضا في عقود التجارة الإلكترونية . عبر شبكة الانترنت . ، مؤتمر تشريعات عمليات البنوك بين النظرية والتطبيق ، جامعة اليرموك ، ٢٢-٢٤/١١ ، اربد ، عمان ، الأردن .
١٦. محمد شريف توفيق (٢٠٠٤) ، اثر التجارة الإلكترونية على تطوير انظمة المعلومات المحاسبية : دراسة اختبارية بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل الدفع لنقود الألكترونية وخدماتها المرتبطة بانظمة البنك الفوري ، <http://mstawfik-tripod.com> ،
١٧. محمد شريف توفيق (٢٠٠٥) ، المحاسبة الألكترونية ، [www.mstawfik.7p.com](http://www.mstawfik.7p.com) .
١٨. محمد عبد الحافظ عبد العال حسن (٢٠٠٦) ، مراجعة عمليات الاقتصادية الألكترونية، كلية التجارة ، جامعة عين الشمس ، جمهورية مصر العربية .
١٩. نضال الصالحي (٢٠٠٥) ، التجارة الألكترونية واهميتها وسبل الافادة منها ، المؤتمر العلمي السابع ، جامعة اربد ، ٣-٥/٥ ، عمان ، الأردن .
٢٠. نعيم دهمش وظاهر القشي (٢٠٠٤) ، مدى ملائمة مهنة المحاسبة لب يئة التجارة الألكترونية ، [www.aazs.net/t5116-topic](http://www.aazs.net/t5116-topic) .
٢١. هوارى معراج ومراد غروبي (٢٠٠٥) ، الاطار المؤسساتي والقانوني للتجارة الألكترونية : مفاهيم ومرتكزات ، بدون دار نشر ، الجزائر .
٢٢. وفيق حلمي الاغا و محمد جودت فارس (٢٠٠٥) ، التسويق الالكتروني ورغبات المنتفعين ، المؤتمر العلمي الرابع ، كلية العلوم الإدارية والمالية . جامعة فيلادلفيا ، ١٥-١٦/٣ ، عمان،الأردن .
- 23.ravikalakota & maria robinson , (1999) , e-business : rodmap for suecess , adisonwestey , reading massachnsetts : uk .
- 24.Turban, Efraim, Rainer, Jr., R. Kelly, and Potter, Richard E., (2001) , Introduction to Information Technology, (New York: John Wiley & Sons, Inc.)

\* الانترنت :

1. [www.britinica.com](http://www.britinica.com).
2. [www.bookshop.co.uk](http://www.bookshop.co.uk).
3. [www.aradojitm.org/VolumeDetails.asp?VolID=67](http://www.aradojitm.org/VolumeDetails.asp?VolID=67).
4. [www.Aicpa.org/assuance/btrast/what.h](http://www.Aicpa.org/assuance/btrast/what.h)