

## انعكاسات بيئة التجارة الالكترونية على الإطار المفاهيمي لمهنة المحاسبة دراسة لعينة مختارة من الشركات العراقية

### Implications of the electronic commerce environment on the conceptual framework of the accounting profession A study of a selected sample of Iraqi companies

ا.م.د. ساكار ظاهر عمر امين

Assist. Prof. Dr. Sakar Daher Omar Amen

الجامعة التقنية الشمالية / المعهد التقني كركوك

Northern Technical University / Kirkuk Technical Institute

[sakardaher@ntu.edu.iq](mailto:sakardaher@ntu.edu.iq)

07701434732

#### 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 لمثيله في الأعمال الدولية والمحلية، فقد أصبح إنجاز المعاملات التجارية والصفقات المالية الكترونياً 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. ولغرض تحقيق مثل هذه الغاية فإن 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 تقتصر 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 لترشيدهم 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 مشكلاتها. يتناول البحث ماهية المحاسبة بصورة عامه وتأثيرات البيئة الإلكترونية على المحاسبة بصورة خاصة حيث يقوم بعرض مفهومها وخصائصها ويبحث أيضاً في موضوع التجارة الإلكترونية من حيث ماهيتها وخصائصها وتبويباتها، ويتضمن البحث دراسة لعينة مختارة من الشركات العراقية من خلال تحليل استمارة موزعه على افراد العينة المختارة من الشركات المبحوثة لينتهي البحث بعرض جملة من الاستنتاجات والتوصيات المهمة ومنها: ساهم كل من الطبيعة غير الملموسة للتجارة الإلكترونية، وغياب التوثيق لعملياتها، بشكل مباشر في إيجاد مشكلة رئيسية واجهت مهنة المحاسبة هي: آلية التحقق والاعتراف بالإيراد المتولد من عمليات التجارة الإلكترونية.

**الكلمات المفتاحية:** المحاسبة، مهنة المحاسبة، المحاسبة الالكترونية، التجارة الالكترونية، بيئة الاعمال.

#### Abstract

The steady development of information through the World Information Network (Inter-net) and its spread and expansion has had a significant impact in establishing the infrastructure for a new type of business world that is unparalleled in international and local business. Completing commercial transactions and financial deals electronically has become a reality, as many businesses have transformed From using traditional channels to using more flexible, easier and smarter channels, it has become clear that the e-commerce system can be an ideal tool to improve the implementation of business transactions across many advanced communication networks. In order to achieve such a goal, it requires attention to many aspects, and the most important of these aspects is the accounting aspect because it is considered the most affected by developments taking place in information and communications technology. This led to huge developments and leaps in accounting, which is no longer limited to recording data, tabulating it, summarizing it, and presenting it in final accounts about the results of the activity. Rather, it has evolved into an information system that aims to provide diverse information to its users from internal and external parties in order to rationalize decisions, and then it has become a social technology that touches. All economic, administrative, social and technical variables in the world of business, finding the necessary accounting treatments for those variables and showing their accounting implications clearly. For the purpose of explaining the importance of this study and solving its problem. The research deals with the nature of accounting in general and electronic accounting in particular, as it presents its concept and characteristics. It also examines the subject of electronic commerce in terms of its nature, characteristics, and classifications. The research includes a study of a selected sample of Iraqi companies through the analysis of a questionnaire distributed to members of the selected sample of the companies studied, so that the research ends. Presenting a number of important conclusions and recommendations, including: The intangible nature of e-commerce, and

the absence of documentation for its operations, contributed directly to creating a major problem facing the accounting profession: the mechanism for verifying and recognizing revenues generated from e-commerce operations .

Keywords :

Accounting , electronic accounting , electronic commerce , business environment .

### 1. 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 حتمياً على المحاسب الإلمام بهذا الأسلوب الجديد من التجارة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية . وبناءً على ما تقدم فقد تم تأطير محتويات البحث وفقاً للمباحث الآتية :

### 2. المبحث الأول / منهجية الدراسة

**2.1 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 تنحصر في النقاط الآتية :

- عدم وضوح الأسس والقواعد والإطار النظري لبيان تأثير التجارة الإلكترونية على المحاسبة بصورة عامة ومهنة المحاسبة بصورة خاصة .
- عدم وضوح آلية عمل المحاسبة في ظل استخدام التجارة الإلكترونية في شركات عينة الدراسة .

**2.2 أهمية الدراسة :** تنطلق أهمية الدراسة من أن التجارة الإلكترونية تثير الكثير من التحديات 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 .

**2.3 أهداف الدراسة :** من خلال التعرف على مشكلة الدراسة وأهميتها يمكن توضيح الهدف الرئيسي لهذه الدراسة والذي يتمثل في تعريف الشركات المبحوثة بالدور التي تلعبها التجارة الإلكترونية في رسم الإطار المفاهيمي للمحاسبة بصورة عامة ومهنة المحاسبة بصورة خاصة . فضلاً عن الأهداف الفرعية والتي تتمثل بالآتي :

- توضيح طبيعة التجارة الإلكترونية وأهم خصائصها وتبويباتها .
- بيان الإطار المفاهيمي للمحاسبة الإلكترونية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .
- تحديد تأثير التجارة الإلكترونية على الإطار المفاهيمي للمحاسبة .
- بيان آلية عمل المحاسبة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية لشركات عينة الدراسة .

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

**2.5 منهج الدراسة :** لتحقيق أهداف وفرضيات الدراسة ، يتم الاعتماد على المنهج الوصفي في تحديد الإطار النظري العام ، وذلك من خلال الاستعانة بالأطاريح والرسائل الجامعية والدوريات والكتب ذات الصلة بموضوع الدراسة . فيما يتم الاعتماد على المنهج التحليلي في تحليل نتائج الدراسة الميدانية التي تكون على عينة مختارة من الشركات العراقية .

### 3. المبحث الثاني / الإطار النظري للدراسة

#### 3.1 الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية .

##### 3.1.1 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"والإلكترونية "electronic" وكما يأتي: (Ganem ، 2002 ، 4)

**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 متفق 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 الكترونية مثل الأنترنت وغيرها (Kateb ، 2002 ، 4) . أما 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. (Smes ، 2001 ، 75)

وعليه فإن وضع تعريف محدد للتجارة الألكترونية ليس بالأمر السهل ، وذلك لكثرة وتنوع 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. (Krshwm ، 2002 ، 1)

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 أياً كانت وسيلة استخراجها في المكان المستلمة فيه" . (www.blueuiletadepoint.com.) ، (Hlale ، 2005 ، 1)

أما التعريف الوارد في مشروع الأمم المتحدة : "فهي البرمجة الأوتوماتيكية للعمليات التجارية والصناعية والإدارية التي يتم كبتها وتسلسلها بطريقة آلية دون أي تدخل إنساني ، وكذلك استخدام الوسائل وضبطها من الناحية الشكلية ، وفقاً لمستوى معياري أو قياسي معين" . (Hjaze ، 2002 ، 23)

في حين ورد مفهوم التجارة الألكترونية في الموسوعة البريطانية على أنه يشمل : "بيع المعلومات والخدمات والسلع باستخدام شبكة الاتصالات" . (www.britanica.com)

ولعلنا لا نحيد 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 .

### 3.1.2 خصائص التجارة الألكترونية

لقد أصبحت التجارة الألكترونية واقعاً ملموساً ، وليس مجرد ظاهرة ملفتة للنظر أو 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 إنموذجاً للأعمال والتجارة لا يشك أحد بنجاحه ، وذلك لما ينطوي عليه من خصائص أكسبته أهمية على أكثر من مستوى . (Beshkane ، 2002 ، 25)

إن استخدام تقنيات شبكة المعلومات بوصفها أهم واسطة لتعاطي التجارة الألكترونية قد غير وجه التجارة والأعمال بشكل يكاد يكون جذرياً . وأصبحت التجارة الألكترونية مطمئناً لكل الشركات التجارية ؛ فضلاً عن العملاء ، وذلك من خلال ما تتميز به من خصائص نوجزها فيما يلي :

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

نظراً للطابع الشمولي لشبكة الأنترنت المستعملة في التجارة الألكترونية وكل الوسائط الأخرى، فإن كل نشاط تجاري ألكتروني يتم في مساحة مفتوحة وغير محددة جغرافياً . إن إنشاء موقع ألكتروني خاص بمنتج معين يستدعي فقط بعض الشروط التقنية لتضعه الشركة في متناول أي زائر سواء أكان زبوناً محتملاً أو مجرد فضولي . (Easen & Alak ، 2004 ، 37)

#### ثانياً. الطابع اللابروقراتي للعملية التجارية :

إن أية معاملة تجارية ألكترونية 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 . (Nagar ، 2004 ، 16)

#### ثالثاً. الهوية الألكترونية 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 بمصداقية العقد من جهة واحتمال التزوير والاحتيال من جهة أخرى . (Hmada ، 2005 ، 761)

رابعاً. الضمانات وشروط التسليم :

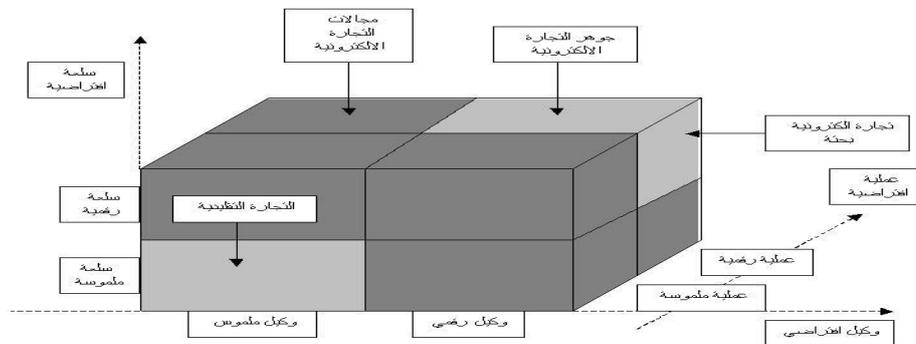
من أهم خصائص التجارة الإلكترونية هي " المخاطرة " في غياب ضمانات سابقة ، نظراً للهوية الإلكترونية للمتفاعدين إلا في حالات معرفة سابقة بين المتفاعدين . إن مسألة الضمانات الخاصة باحترام العقد التجاري الإلكتروني تطرح اليوم كذلك إشكالات عويصة نظراً للوجود الافتراضي للمتفاعلين مع احتمال اختفاء أي طرف في أية لحظة ، خاصة وأن مصداقية المعلومات الإلكترونية مازالت مطروحة مثل ما هو شائع لدى مستعملي الأنترنت. (Zerek & Bo alam ، 2006 ، 7-6 )

### 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 وفشاء الأسرار وارد على الرغم من تطور أنظمة تأمين وحماية الأنظمة الإلكترونية . (Salhe ، 2005 ، 4 )  
 وتجدر الإشارة إلى أن أكثر الفئات العمرية استخداماً ، هم أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين (25-35) سنة ، أي بنسبة 32% ، ومن (35-45) سنة ، أي بنسبة 24% من إجمالي مستخدمي التجارة الإلكترونية ، وهذا ما يعطي دلالات مستقبلية على أهميتها. (<http://www.cf.ac.uk/uwcc/>)

### 3.1.3 تبويب التجارة الإلكترونية :

تبويب التجارة الإلكترونية اعتماداً على درجة تقنية المنتج ، وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل (( فإن السلعة أما تكون ملموسة أو رقمية ، وأي وكيل أما يكون ملموساً ورقمياً وأية عملية أما تكون ملموسة أو رقمية )) ، فتتفرع إلى ثلاث تبويبات (<http://www.c4arab.com/showac>) ويمكن توضيح هذه التبويبات من خلال الشكل التالي :



شكل 1 : تبويب التجارة الإلكترونية حسب درجة تقنية المنتج

المصدر : <http://www.c4arab.com/showac.php?acid=120>

ويتضح من خلال الشكل في أعلاه أنه لدينا مكعباً يحوي ثمانية مكعبات مقسمة ما بين الأجزاء الثلاثة ، فالتجارة تنقسم على ثلاثة أقسام : (Ganem ، 2002 ، 4 )

- **تجارة تقليدية بحتة :**
- وهي عندما يكون الوكيل ملموساً ، والسلعة ملموسة ، والعملية ملموسة ، فإن نوع التجارة هو التجارة التقليدية البحتة
- **تجارة إلكترونية بحتة :**
- وهي عندما يكون الوكيل رقمياً والسلعة رقمية والعملية رقمية ، فإن نوع التجارة سيكون هو التجارة الإلكترونية البحتة
- **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>(1)</sup> ، فإن نوع التجارة فيه سيكون جزئياً لأن الشركة سوف ترسل الكتاب عبر البريد ، ولكن عند شراء برامج فإن نوع التجارة سيكون إلكترونياً بحتاً ، لأن الشركة سوف ترسل البرامجيات عن طريق الأنترنت أو البريد الإلكتروني ، إذ إن مجال التجارة الإلكترونية واسع ، حتى عملية شراء علبة كوكا من جهاز ، بواسطة البطاقة الذكية سيكون ضمن التجارة الإلكترونية الجزئية .

### 3.2 المحاسبة الإلكترونية في ظل التجارة الإلكترونية .

(1) 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 ومستلزمات الحدائق والمجوهرات وغيرها . (<http://www.jazirah.com/digimag>)

### 3.2.1.1 مدخل تعريفى للمحاسبة .

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 ومتراصة .

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 1494 ، كما أسس في عام 1581 ، أول معهد للمحاسبة في مدينة البندقية أيضاً . (Hanan ، 2001 ، 11) 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 " (A.A.A. ، 2001 ، 79) .

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 . (Tae ، 2002 ، 3)

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 الكافيتين 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 الرئيسة بالشركة ) (Twfek ، 2004 ، 145) ، وتتيح بعض الأنظمة المحاسبية الآلية التي طورتها بعض شركات برمجيات المحاسبة العالمية إمكانية التكامل مع مواقع محددة على شبكة الأنترنت ، 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.hotiganime.com](http://www.hotiganime.com))

### 3.2.2 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 (Twfek ، 2005 ، 42) ، إذ أدى التقدم التقني السريع في مجالات تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والحاسبات ، إلى مكنته 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 . (Husen & At. ، 2006 ، 145) وبصورة أدق وأكثر شمولاً ؛ فإن 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 الأدوات الرقمية المعاصرة الآتية : ([www.biz-kingdom.com](http://www.biz-kingdom.com))

- الأدوات الرقمية القائمة على الوسائط المتعددة (Digital Tool Kits) في مجالات التسجيل والتحليل المحاسبي .
- الموارد أو المصادر Resources المتعددة للشبكة الدولية للمعلومات (الأنترنت) ، بوصفها مصدراً خصباً ومتجدداً للبيانات والمعلومات المحاسبية المتعددة (المحلية والدولية) .
- قواعد البيانات الدولية على الأنترنت ، وطرق استجلاب البيانات منها .
- روابط الاتصال (web hyperlinks) في الأنترنت بمواقع وقواعد بيانات المنظمات والهيئات المهنية الرسمية ، وغير الرسمية ، والشركات .
- البرمجيات المحاسبية القائمة على الاتصال بالشبكة الدولية للمعلومات (Internet Based) .
- أدوات التحليل المحاسبي المتقدمة القائمة على الجداول الإلكترونية (Spreadsheet Tools) الرقمية .
- 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 الموقع أو اكثر ، للتجارة الإلكترونية ، على شبكة الأنترنت ، على تنفيذ مايلي داخل النظام أثناء الاتصال بالشبكة : (Ksrawe ، 2001 ، 15)

- فتح موقع او مواقع التجارة الإلكترونية للشركة وحصر عمليات التجارة الإلكترونية التي تمت.
- أثبات وتحديث مختلف مقومات وقواعد بيانات النظام المحاسبي On Line الآلي بمختلف عمليات التجارة الإلكترونية .

### 3.2.3 خصائص المحاسبة الإلكترونية :

- يمكن عرض أهم خصائص المحاسبة الإلكترونية على النحو الآتي : (Twfek ، 2005 ، 45-46)
- 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 .
- 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 .
- 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 .

### 3.3 أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة .

للتجارة الإلكترونية آثار تتركها على مهنة المحاسبة ، إذ أحدثت وتحديث هذه التقنية الحديثة تغييرات على كل من العناصر الآتية : (Dhmarsh & Kashe ، 2004 ، 14)

- ممارسة المحاسب .
  - تقنيات المحاسب .
  - مهارات المحاسب .
  - معلومات المحاسب .
  - التزامات المحاسب .
  - نوعية الخدمات المقدمة من لدن المحاسب .
- وكما هو معروف بأن المحاسبة يعمل ضمن بيئة أعمال معينة ، ويبرز هنا سؤال مهم وملح ، ما هو دور المحاسب في حال كون بيئة الأعمال قد تغيرت كلياً ؟

### 3.4 التغييرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال :

لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغييرات جوهرية في بيئة الأعمال التي يعمل بها المحاسب ، ويمكن تلخيص هذه التغييرات بالشكل الآتي :

#### أولاً. هيكلية الشركة :

لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغييراً 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 ، لا بد 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 قراصنة الأنترنت . (<https://aicpa.org/assurance>)

#### ثانياً. موقع الأعمال :

تعد هذه النقطة من أهم وأخطر التغييرات التي حدثت في ظل التجارة الإلكترونية ، فسابقاً 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 . (Dhmarsh & Kashe ، 2004 ، 16)

#### 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 ومتشابهة ومعقدة ، وفي حالة حدوث أي خطأ ، قد ينقضي وقت كبير قبل إمكانية تحديد قناة التوزيع التي حصل فيها الخطأ . (Bakre ، 2006 ، 16)

**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 علاقة 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 . (Rhwma ، 2005 ، 10)

**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 (Hgaze ، 2006 ، 121) ، 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 أثبت بهذا الموضوع ، إذ تم توفير الأمان للعمليات الإلكترونية، واستطاع المحاسب المختص توكيد فاعلية الأمان ، فإنه يمكن بعدها التحقق من الإيراد .

إذ تم اقتراح شروط جديدة لا بد من توافرها للاعتراف بالإيراد (الالكتروني) ، فضلاً عن الشروط المتعارف عليها ، وهي ضرورة توفر كل من : (Dhmasb & Kashe ، 2004 ، 17)

- الأمان في العمليات .
- توكيد آلية الأمان .

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

**سابعاً. آلية التسديد :**

في ظل التجارة الإلكترونية ظهرت آلية تسديد جديدة لم تكن موجودة سابقاً ، وهي التسديد عبر شبكة الأنترنت . قد يظن البعض أن هذه آلية لا تختلف كثيراً عن آلية التسديد عبر شبكات البنوك الإلكترونية ، ولكنها تختلف اختلافاً جديراً ، فالبنوك تستخدم شبكات خاصة بها عبر نظم الاتصالات وهي شبكات محمية وغير متاحة للجمهور ، ولكن التسديد عبر شبكة الأنترنت محفوف بمخاطر كبيرة وعديدة ، وخصوصاً عندما يتمكن قرصنة الأنترنت 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 . (Rzek & Boalam ، 2006 ، 13)

**ثامناً. احتساب ودفع الضرائب :**

ونعود مرة أخرى لمشكلة الاعتراف بالدخل ، فضرورية المبيعات أصبحت مشكلة تؤرق الشركات ، وخصوصاً في ظل غياب الأمان في العمليات الإلكترونية ، ففقد أصبح من الصعب على الشركة إثبات التلاعب بدخلها ، ولاسيما أن أغلب الشركات لا تفر ولا تفصح عن وجود تلاعب خوفاً من فقدان زبائنها ، ومن ثم ، قد تتحمل تكاليف إضافية ، وعلى رأسها الضرائب المفروضة على مبيعات قد تكون غير موجودة أصلاً . (Dhmasb & Kashe ، 2004 ، 18)

ولكي يواكب المحاسب التغيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الجديدة في ظل التجارة الإلكترونية ، أصبح لزاماً عليه الإلمام بالمعلومات والتقنيات الضرورية المصاحبة لهذا التقدم التقني الضخم ، ولكي يتمكن من تقييم جميع تعاملات التجارة الإلكترونية والسيطرة عليها ، أصبح لزاماً عليهما الإلمام بالمفاهيم الحديثة المرتبطة معها ، والتي يمكن تلخيصها بالآتي : (Blkasm & Ali ، 2002 ، 358)

- التوافق الإلكتروني الرقمية واتفاقيات تبادل البيانات والعمليات الإلكترونية الآمنة.
- البنية التحتية لمفاهيم الخصوصية والعمومية و رموز العمليات البطاقات الذكية و النقد الإلكتروني و نقطة البيع ، وأية أمور أخرى مستجدة .

### 3.5 الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية 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 (وهي)، على الرغم من حقيقة تمام العملية . (Dhmas h & Kashe ، 2004 ، 32)

ويمكن معرفة الفرق بشكل أعمق ، بعمل مقارنة بسيطة بين دورة البيع في كل من التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ، وكما مبين في الجدول رقم (1) . (Blkasm & Ali ، 2002 ، 361)

نلاحظ من جدول المقارنة (1) ، 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 . (Hamd ، 2002 ، 27)

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 . (Rzek & Boalam ، 2006 ، 27)

**جدول 1 : مقارنة مرحلة دورة المبيعات بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية**

ت	مرحلة دورة المبيعات	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
1.	البحث عن معلومات منتج	مجلات وممثل تجاري	صفحة Web
2.	طلب المنتج	رسالة أو وثيقة	بريد إلكتروني
3.	التأكيد على الطلبية	رسالة أو وثيقة	بريد إلكتروني
4.	مراقبة السعر	كتالوج مطبوع	كتالوج على Web
5.	التأكد من توفر السلعة	هاتف أو فاكس	لا يوجد
6.	تسليم الطلبية	وثيقة مطبوعة	بريد إلكتروني
7.	بعث الطلبية	فاكس أو بريد	بريد إلكتروني
8.	التأكد من توفر السلعة بالمخازن	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
9.	تخطيط التسليم	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
10.	تعميم الفاتورة	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
11.	تسليم السلعة	المورد	-
12.	تأكيد التسليم	وثيقة مطبوعة	بريد إلكتروني
13.	بعث الفاتورة	بريد اعتيادي	بريد إلكتروني
14.	مدة الدفع	وثيقة مطبوعة	قاعدة بيانات
15.	بعث التسوية المالية	بريد اعتيادي	قاعدة بيانات

**المصدر:** زابري بلقاسم و جلوياشي علي (2002) ، "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة" ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة الأردنية ، 6-8 ايار ، عمان ، الاردن ، ص 361 .

إذ أوصت لجنة المحاسبة الأمريكية عام 1964 بإمكانية تحسين مفهوم التحقق ، إذا طبقت المقاييس الآتية : (Richard ، 2001 ، 72)

- يجب أن يكون الإيراد قابلاً للقياس .
  - يجب أن يدعم صحة التحقق قياس نتيجة حدوث عملية تبادلية مع أطراف خارجية .
  - 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 بتحقيق الإيراد ، زاد الاتجاه بصورة أكبر لتأخير الاعتراف بالإيراد . (Richard ، 2001 ، 73)
- ومن الجدير بالذكر ، أن معايير المحاسبة وضعت أساساً لمعالجة عملية الاعتراف بالإيراد في ظل ظروف عديدة ، ولكن ضمن التجارة التقليدية الموثقة ، ولكنها لم تضع أساساً خاصة لمعالجة الاعتراف بالإيراد في ظل التجارة الإلكترونية غير الموثقة . (Dhmas h & Kashe ، 2004 ، 33)

تحت ظروف خاصة للاعتراف بالإيراد ، ورد في المعيار المحاسبي الأمريكي رقم (48) (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 ، 2001 ، 75)

- أن يكون سعر البيع محدداً أو ثابتاً بتاريخ البيع .
  - أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزماً بالدفع للبائع .
  - أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة .
  - أن يكون الجوهر الاقتصادي للمشتري بعيداً كل البعد عن الجوهر الاقتصادي للبائع .
  - أن لا يكون للبائع إلتزامات رئيسة للأداء المستقبلي بالنسبة لإعادة بيع السلعة .
  - 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 عبر قنوات التجارة الإلكترونية ، لا يتماشى مع بعض من شروط الاعتراف بالإيراد . فالمعيار الأمريكي رقم ٤٨ وضمن الشرط رقم (2) 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 للبضائع 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 ، 1999 ، 13 ،

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) ، (Dhmasb & Kashe ، 2004 ، 35) ، يتضمن هذا الاقتراح ، أن يتم الاعتراف بالإيراد المتولد عبر التجارة الإلكترونية عند نقطة البيع ، إذا ما توافرت شروط إضافية تساعد على تحقيق الشرط رقم (2) بأن يكون المشتري قد دفع أو ملتزماً بالدفع للبائع "في المعيار رقم ٤٨" ، وبالشكل الآتي : (Dhmasb & Kashe ، 2004 ، 36)

- الأمان في العمليات .
  - 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 . (Dhmasb & Kashe ، 2004 ، 37)
- ومن خلال ما تقدم يمكن القول ؛ كما أحدثت التجارة الإلكترونية تغييرات كثيرة على عالم الأعمال ، أحدثت وستحدث تغييرات أكثر وأكبر على علم المحاسبة .

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 محتوى الأعمال و المحاسبة في العالم ككل أن تُحدث وتطور من تقنياتها وتقييمها بسرعة ماثلة ، كي لا يفوتها الركب التقني الجديد ، ويمكن إجمال أثر التجارة الإلكترونية على العمل المحاسبي في الآتي : (Husen & At. ، 2006 ، 146)

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

#### 4. المبحث الثالث / الجانب التطبيقي

##### 4.1 وصف المجتمع والعينة

##### 4.1.1 أسباب اختيار ميدان الدراسة :

تشكل عملية اختيار ميدان الدراسة هاجساً متواصلًا حتى الانتهاء من اختبار فرضيات الدراسة وصولاً إلى تحقيق الأهداف المحددة لها ، إذ إن الاختيار الملائم لميدان الدراسة يسهم بشكل كبير في صحة النتائج ، إذ تمثل شركات عينة الدراسة من الركائز الأساسية التي يمكن من خلالها النهوض بالواقع المحاسبي للبلد ونظراً لوضوح متغيرات هذه الدراسة في الشركات المذكورة فقد تم اختيارها ميداناً للدراسة ، وتعود أسباب ذلك إلى :

- انسجام طبيعة الدراسة وأهدافها مع واقع الشركات المبحوثة .
- إجراء الدراسة الحالية في الميدان المبحوث وتعاون إدارتها ودعمها لنا في الحصول على المعلومات الضرورية للدراسة .

#### 4.1.2 مجتمع وعينة الدراسة :

تم اختيار عينة الدراسة بحيث تشمل عينة عشوائية من العاملين في الشركات العراقية ، إذ تم توزيع (95) إستبانة على الافراد أعيدت منها (81) إستبانة ، كما تم إستبعاد (6) منها ، لعدم قيام أفرادها بالأجابة الكاملة عن جميع الأسئلة ، وعليه فقد تم استخدام (75) استبانة معتمدة لأغراض البحث ، وهي تمثل نسبة (78.8%) . وفيما يأتي استعراض وتحليل لأهم خصائص عينة الدراسة التي يتم الاعتماد عليها لأغراض التحليل :

#### • توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي :

تتوزع عينة الدراسة بين مختلف المستويات العلمية في الشركات العراقية ، بدءاً من الأفراد الحاصلين على الشهادات العليا (الدكتوراه ، الماجستير ، الدبلوم العالي) مروراً بشهادة البكالوريوس ، ومن ثم الدبلوم الفني (لخريجي المعاهد التقنية) ، و الأعدادية (بجميع فروعها) ، وانتهاءً بالمؤهلات الأخرى ، وكما موضح من خلال الجدول (2) .

جدول 2 : توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي

التحصيل العلمي	العدد	النسبة المئوية %	النسبة المئوية المجمعة %
دكتوراه	2	2.6	70.5
ماجستير	10	13.3	
دبلوم عالٍ	4	5.3	
بكالوريوس	37	49.3	
دبلوم فني(تقني)	11	14.7	29.5
إعدادية (بجميع فروعها)	8	10.8	
أخرى	3	4	
<b>المجموع</b>	<b>75</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

و يلاحظ من الجدول الآتي :

- يمثل حملة شهادة الدكتوراه (2) بنسبة (2.6%) ، بينما كان عدد حملة الماجستير (10) بنسبة (13.3%) ، وحملة شهادة الدبلوم العالي (4) بنسبة (5.3%) .
- يمثل حملة شهادة البكالوريوس (37) فرداً من عينة البحث بنسبة (49.3%) .
- يمثل حملة شهادة الدبلوم الفني (11) بنسبة (14.7%) ، وحملة شهادة الإعدادية (بجميع فروعها) (8) بنسبة (10.8%) ، وحملة المؤهلات الأخرى (3) بنسبة (4%) .
- وبالنظر إلى النسب ، نجد أنها تمثل نسباً جيدة ، لأن عينة الدراسة متكونة من شهادات عليا ، وبكالوريوس وتمثل نسبة (70.5%) ، وهذا يساعد على سرعة الاستيعاب لمحاو الاستبانة من قبل افراد عينة الدراسة .

#### • توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي :

تتوزع عينة الدراسة بين مجموعة من التخصصات العلمية ، وكما موضح في الجدول (3):

جدول 3 : توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي

التخصص العلمي	العدد	النسبة المئوية %
محاسبة	39	52
إدارة أعمال	6	8
إقتصاد	9	12
إحصاء	3	4
حاسبات	13	17.3
أخرى	5	6.7
<b>المجموع</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

ومن خلال الجدول (3) يتضح الآتي :

- يشكل تخصص المحاسبة العدد الأكبر ضمن عينة الدراسة ، إذ بلغ (39) بنسبة (52%)
- هناك بعض التخصصات الأخرى التي يمكن أن تصنف ضمن تخصصات الإدارة والاقتصاد (إدارة ، إقتصاد ، إحصاء) والتي بلغ عددها (18) بنسبة (24%) .
- يمثل المتخصصون في مجال علوم الحاسبات (13) بنسبة (17.3%) .
- هناك تخصصات أخرى بلغ عددها (5) بنسبة (6.7%) .

#### • توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في العمل الإداري :

تمثل سنوات الخبرة في العمل الإداري عاملاً مهماً في التراكم المعرفي من الناحية العملية، والذي - بدوره - يمكن أن يؤدي إلى المساهمة في زيادة فرص الاستفادة من وسائل تقنيات المعلومات بصورة عامة ، وتقنية التجارة الإلكترونية بصورة خاصة ، عندما يتمكن الإداري المتمرس من تحديد تلك المجالات التي يمكن من خلالها تحديد مجالات الاستفادة من بعض الأنواع والوسائل الخاصة بها . ويوضح الجدول (4) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في العمل الإداري وعلى النحو الآتي:

جدول 4 : توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في العمل الإداري

النسبة المئوية	العدد	مدة الخبرة
12	9	أقل من 5 سنوات
34.6	26	5- أقل من 10 سنوات
25.4	19	10-أقل من 15 سنة
17.4	13	15-أقل من 20 سنة
10.6	8	20 سنة فأكثر
100	75	المجموع

و يلاحظ من خلال الجدول (4) أن غالبية عينة الدراسة ، لها خبرة في العمل الإداري لأكثر من خمس سنوات (حيث بلغت النسبة 88%) ، وهو ما يعطي مؤشراً نحو إمكانية الاعتماد على عينة الدراسة في تحديد تأثير التجارة الإلكترونية على المحاسبة ، وخاصة أن أفراد عينة البحث لهم إلمام تام بالأعمال المحاسبية والتدقيقية والإدارية ، وهذا يؤدي إلى الاستفادة منها في الناحية العملية (التطبيقية) .

#### 4.2 أساليب التحليل والمعالجة الإحصائية :

- بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها ، تم تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج (SPSS) مع استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة ، وفيما يأتي مجموعة الأساليب الإحصائية التي قامت الباحثة باستخدامها:
- مقياس ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) لقياس الاعتمادية أو ثبات الاستبانة .
- الوسط الحسابي وذلك لمعرفة مستوى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة لكل فقرة من الفقرات الخاصة بمحاور الدراسة ، مع العلم أنه تم ترتيب العبارات بحسب أعلى متوسط حسابي.
- الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة من فقرات محاور الدراسة .
- التحليل العاملي: تهدف طريقة التحليل العاملي إلى إيجاد مجموعة من العوامل التي تكون مسؤولة عن توليد الاختلافات في مجموعة مكونة من عدد كبير من متغيرات الاستجابة .
- اختبار (T-Test) لإيجاد الفروق بين متوسط عينتين .
- وفي إطار المعالجة الإحصائية لبيانات الاستبانة ، فقد تم استخدام مقياس كرومباخ ألفا في قياس الإجابات على فقرات الاستبانة وتتحصر الإجابات المستخدمة بالآتي : اتفق ، محايد ، لا اتفق .
- معامل الارتباط البسيط (بيرسون) ، الذي تم استخدامه لغرض اختبار ثبات الإجابات على أسئلة الاستبانة ، فضلاً عن التعرف على طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة .
- إختبار المصدقية Reliability الذي تم استخدامه لاختبار مدى مصداقية نتائج الاستبانة والارتباط بين أسئلتها وحساب معامل ارتباط ألفا كرونباخ الخاص به .
- الانحدار المتعدد الذي تم استخدامه للتعرف على دور المتغير المستقل على المتغير المعتمد .
- الانحدار المتدرج الذي تم استخدامه للتعرف على معنوية تأثير المتغير المستقل على المتغير المعتمد
- تحليل التباين ANOVA لأختبار معنوية تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد .
- اختبارات الصدق والثبات للاستبانة:

أ. إختبار الصدق : لغرض التأكد من الصدق الظاهري للاستبانة تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين من ذوي التخصص في مجالات البحث العلمي من ( المحاسبة ، الإدارة ، الإقتصاد ، الإحصاء ، الحاسبات ) ، من أجل إبداء الملاحظات فيما يتعلق بمدى وضوح كل فقرة من الفقرات ومدى ملائمة كل فقرة للمحور الذي تنتمي إليه

، وقد تم الأخذ بنظر الاعتبار ملاحظات وآراء أغلبية المحكمين حول فقرات الاستبانة ، فتم تعديل البعض منها وإضافة بعض فقرات جديدة إليها .

ب. اختبار الثبات : للتأكد من ثبات المقياس تم إجراء اختبار مبدئي على عينة عشوائية مؤلفة من (خمسة وعشرين) فرداً من مجتمع البحث تم اختيارهم عشوائياً ، وبعد مرور (خمسة عشر) يوماً تم توزيع استبانة البحث مرة أخرى على المجموعة نفسها ، وتبين التطابق في الإجابات للعينة بنسبة 85% ، وهي نسبة تثبت درجة عالية من ثبات الاستبانة ، واستناداً على نتائج صدق الاستبانة و ثباتها أصبح الشكل النهائي يتكون من (عشرون) فقرة موزعة على المحاور الرئيسية

- تحليل النتائج الخاصة بتأثير التجارة الالكترونية على الإطار المفاهيمي لمهنة المحاسبة واختبار الفرضية

1. إجابات أفراد العينة حول مدى تأثير التجارة الالكترونية على المحاسبة

حُصص المحور الثاني والثالث من إستمارة الاستبانة ، لقياس مدى تأثير التجارة الالكترونية على المحاسبة واختبار الفرضية .

وقد تم تفرغ إجابات أفراد العينة على الأسئلة التي تضمنها المحور الثاني ( التجارة الالكترونية ) ؛ والمحور الثالث ( الإطار المفاهيمي لمهنة المحاسبة ) من إستمارة الاستبانة ، فكانت كما في الجدولين (5) ، (6) .

جدول (5) : إجابات أفراد العينة لمحور ( التجارة الالكترونية )

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		لا اتفق		محايد		اتفق		رقم السؤال
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
.89704	2.3733	100	75	28	21	6.7	5	65.3	49	.1
.34222	2.9333	100	75	2.7	2	2.7	2	94.6	71	.2
.32438	2.9467	100	75	2.7	2	-	-	97.3	73	.3
.96329	1.9333	100	75	48	36	10.7	8	41.3	31	.4
.93250	2.0933	100	75	38.7	29	13.3	10	48	36	.5
.41373	2.8667	100	75	4	3	5.3	4	90.7	68	.6
.93250	2.0933	100	75	38.7	29	13.3	10	48	36	.7
.59487	2.7467	100	75	8	6	9.3	7	82.7	62	.8
.77692	2.4667	100	75	17.3	13	18.7	14	64	48	.9
.74132	2.5333	100	75	14.7	11	17.3	13	68	51	.10

جدول (6) : إجابات أفراد العينة لمحور ( الإطار المفاهيمي لمهنة المحاسبة )

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع		لا اتفق		محايد		اتفق		رقم السؤال
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
.68497	2.4800	100	75	10.6	8	30.7	23	58.7	44	.11
.66441	2.5333	100	75	9.3	7	26.7	20	64	48	.12
.67570	2.6133	100	75	10.7	8	17.3	13	72	54	.13
.60030	2.6667	100	75	5.4	4	9.3	7	85.3	64	.14
.51988	2.8000	100	75	8	6	20	15	72	54	.15
.62903	2.6400	100	75	17.3	13	26.7	20	56	42	.16
.76923	2.3867	100	75	10.6	8	22.7	17	66.7	50	.17
.68260	2.5600	100	75	1.3	1	12	9	86.7	65	.18
.39227	2.8533	100	75	-	-	6.7	5	93.3	70	.19
.75861	1.5467	100	75	61.3	46	22.7	17	16	12	.20

• تحليل النتائج الخاصة بمدى تأثير التجارة الالكترونية على المحاسبة

يمكن اختبار فرضية الدراسة ( لبيئة التجارة الالكترونية دور بارز في تأثير معنوياً على الإطار المفاهيمي للمحاسبة ) ؛ من خلال تحليل النتائج المتعلقة بأسئلة محور التجارة الالكترونية مع الأسئلة الخاصة بفقرة الإطار المفاهيمي للمحاسبة

وكما موضح في الجدولين (5) و (6) ، وقد تم الأخذ بنظر الاعتبار جميع المتغيرات المدروسة (الخاصة بكافة تفاصيل المتغيرات المستقلة) .

جدول (7) : نتائج تحليل الانحدار بين محور التجارة الالكترونية مع محور مهنة المحاسبة

Model	Unstandard Coefficient		T	Sig.
	B	Std Error		
8. (Constant)	3.947	.474	8.327	.000
Q7	-.257	.106	-2.418	.018
Q17	-.190	.038	-5.002	.000
Q18	.233	.047	4.908	.000
Q15	.196	.044	4.434	.000
Q3	-.364	.105	-3.466	.001
Q8	-.311	.078	-4.007	.000
Q9	.115	.049	2.362	.021
Q20	.107	.054	2.000	.050

إذ تم استخدام تحليل الانحدار المتدرج في سبيل استبعاد تلك المتغيرات التي ليس لها تأثير (أو أن تأثيرها ليس ذا دلالة إحصائية) ، وصولاً إلى حصر المتغيرات ذات الدلالة الإحصائية التي يمكن الاعتماد عليها في تفسير المتغير المعتمد ، وبعد ذلك تم التوصل إلى النتائج الآتية للمتغيرات المدروسة : تشير نتائج تحليل الانحدار (في الجدول 7) ، إلى وجود تأثير معنوي لجميع المتغيرات المستقلة المدروسة في النموذج ، التي تعززها قيمة F في الجدول (8) ، و يتم توضيح معاملات المتغيرات المستقلة ومستوى معنوية كل منها في الجدول (7) ، إذ فسرت المتغيرات الباقية في النموذج (5.46%) من الاختلافات الموجودة في المتغير المعتمد، وذلك من خلال معامل التحديد ( $R^2 = 0.546$ ) . وبما يؤكد قبول فرضية الدراسة : ( لبيئة التجارة الالكترونية دور بارز في تأثير معنوياً على الإطار المفاهيمي للمحاسبة ) ، من خلال المتغيرات (Q7، Q17، Q18، Q15، Q3، Q8، Q9، Q20) ، مما يعني ان إجبار الشركات على مكننة العمليات المحاسبية لديها ، واستخدام الحاسب الآلي في العمليات التي تقوم بها بجانب ربط الحاسب الآلي بشبكة دولية عالمية . إضافة إلى إجبار المحاسب على التعلم والتعرف على عمل الحاسب الآلي ، ومن ثم امتلاك المعرفة في العمل المحاسبي على هذا الحاسب ، و تنفيذ المهام المحاسبية ، والبحث المحاسبي ، والمجالات التعليمية للمحاسب ، من خلال الحاسب الآلي ومختلف مقومات الشبكة الدولية للمعلومات (الأنترنت) ، وبصفة خاصة من خلال الأدوات الرقمية المعاصرة وكل هذا بدوره يؤثر معنوياً على مهنة المحاسبة .

جدول (8) : تحليل التباين ANOVA لنموذج تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد

Model	S.S	Df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	6.088	8	.761	9.913	.000
Residual	5.066	66	.077		
Total	11.154	74			

وتشير النتائج الموضحة في الجدول (8) إلى معنوية تأثير المتغير المستقل إذ بلغت قيمة F (9.913) ، التي تعد قيمة عالية المعنوية عند مستوى معنوية 0.01 ، الأمر الذي يعزز نتائج الدراسة التي تم التوصل إليه .

#### 5. الاستنتاجات والتوصيات

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

- أثرت التجارة الالكترونية بوصفها تقنية متطورة جداً ، على جميع المجالات المهنية بشكل عام، وعلى مهنة المحاسبة بشكل خاص .
- تعمل التجارة الالكترونية في بيئة فريدة من نوعها ، بحيث أن جميع العمليات التي تتم من خلالها عمليات غير ملموسة الطابع (رقمية) ، تفقد لآلية التوثيق في أغلب مراحلها .
- ساهم كل من الطبيعة غير الملموسة للتجارة الالكترونية ، وغياب التوثيق لعملياتها ، بشكل مباشر في إيجاد مشكلة رئيسية واجهت مهنة المحاسبة هي : آلية التحقق والاعتراف بالإيراد المتولد من عمليات التجارة الالكترونية .
- لم تستطع النظرية المحاسبية وبشكلها الحالي معالجة آلية التحقق والاعتراف بالإيرادات المتولدة عبر ، عمليات التجارة الالكترونية .

- استكمالاً للمتطلبات المنهجية ؛ واعتماداً على ما توصلنا إليه من استنتاجات ، ولغرض الإفادة منها مستقبلاً، نوصي بالتوصيات التي نراها ضرورية ، والتي يمكن تحديدها على النحو الآتي :
- ضرورة إعادة هيكلة نظم التعليم والتدريب على جميع مستويات مهنة المحاسبة ، بشكل يجعل الإلمام بتقنية المعلومات بشكل عام ، وبالتجارة الإلكترونية بشكل خاص، من أساسيات منح الشهادات العلمية ، والعملية ، ومزاولة المهنة .
  - تأهيل المحاسبين وتنقيفهم بتقنية المعلومات بشكل عام ، وبتعاملات التجارة الإلكترونية بشكل خاص .
  - تكييف النظرية المحاسبية ، وتحديث مفاهيمها بشكل يتماشى مع بيئة التجارة الجديدة ، المتمثلة ببيئة التجارة الإلكترونية .
  - ضرورة إعادة النظر بالمعايير المحاسبية المحلية والدولية ، وصياغتها بشكل يتلاءم مع التغييرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية ، ووضع معيار محاسبي يتضمن نطاق محدد لمعاملات التجارة الإلكترونية .
  - ضرورة تنبؤ الحكومات إلى السعي أو المساهمة ، بإنشاء تشريعات دولية تحكم تعاملات التجارة الإلكترونية .

#### المصادر

- Thamer Yasser Al-Bakri (2006), The orientation of business organizations towards electronic commerce and reliance on information, the Second Scientific Conference, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Applied Sciences, 5/26-27, Amman, Jordan.
- Jamal Al-Dabbagh (2005), E-commerce from a strategic management perspective: opportunities and threats to the insurance industry, Fourth Scientific Conference, College of Administrative and Financial Sciences - Philadelphia University, 15-16/3, Amman, Jordan.
- Hussein Mustafa Hilali (2005), Transformation towards electronic commerce using information technology, Arab Administrative Development Organization, Cairo, Arab Republic of Egypt.
- Daniel Zipioli (2006), The Basic Guide to E-Commerce, Translated by: Hani Mahdi Al-Jamil, Nile Arabic Group, Cairo, Egypt.
- Raafat Abdel Aziz Ghoneim (2002), The role of the League of Arab States in developing and facilitating electronic commerce among Arab countries, League of Arab States - Basic Services Sectors Administration, Arab Organization for Administrative Development, Cairo, Arab Republic of Egypt.
- Rob Sims (2001), Electronic Commerce, Arabic Edition, Dar Al-Farouq, Cairo, Arab Republic of Egypt.
- Zairi Belkacem and Glubashi Ali (2002), The nature of electronic commerce and its multiple applications, the second annual scientific conference, Faculty of Economics and Administrative Sciences - Al-Zaytoonah University of Jordan, May 6-8, Amman, Jordan.
- Sarhan Suleiman Al-Sarhan and Mahmoud Abdel Moneim Al-Mashhadani (2001), Computer and Information Security, Dar Wael for Printing and Publishing, Amman, Jordan.
- Sattam Saleh Hussein, Saddam Muhammad Al-Hayali, and Ali Ibrahim Al-Kassab (2006), The Impact of E-Commerce on the Quality of Accounting Information, Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume 2, Issue 3, Tikrit University.
- Saad Ghaleb Yassin and Bashir Abbas Al-Alaq (2004), Electronic Commerce, Dar Al-Manhaj for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- Tarek Abdel-Al Hamada (2005), Electronic Commerce, University House, Alexandria, Egypt.
- Abdullah Al-Khashrum (2002), The Electronic Transactions Law of 2001 and its impact on bank operations, Bank Operations Legislation Conference between Theory and Practice, Yarmouk University, 11/22-24, Irbid, Amman, Jordan.
- Farid Al-Najjar (2004), Global Investment, Management House, Cairo, Arab Republic of Egypt.
- Kamal Razik and Rahmoun Boualem (2006), Electronic Commerce and the Problematic of its Entitlements, without place of publication, Algeria.
- Muhammad Shaheen Al-Khatib (2002), Expressing Satisfaction in Electronic Commerce Contracts - via the Internet - Conference on Banking Operations Legislation between Theory and Practice, Yarmouk University, 11/22-24, Irbid, Amman, Jordan.
- Muhammad Sharif Tawfiq (2004), The impact of electronic commerce on the development of accounting information systems: An experimental study applied to the banking sector's use of electronic money payment methods and their services linked to instant banking systems, <http://mstawfik-tripod.com>
- Muhammad Sharif Tawfiq (2005), Electronic Accounting, [www.mstawfik.7p.com](http://www.mstawfik.7p.com).
- Muhammad Abdel Hafez Abdel Al Hassan (2006), Review of Electronic Economic Operations, Faculty of Commerce, Ain Shams University, Arab Republic of Egypt.
- Nidal Al-Salhi (2005), E-commerce, its importance and ways to benefit from it, Seventh Scientific Conference, University of Irbid, 3-5/5, Amman, Jordan.
- Naeem Dahmash and Dhaher Al-Qashi (2004), The suitability of the accounting profession to the e-commerce environment, [www.arablaw.org/Information](http://www.arablaw.org/Information).
- Houari Meraj and Mourad Groubi (2005), The institutional and legal framework for electronic commerce: concepts and foundations, without publishing house, Algeria.

- Wafiq Hilmi Al-Agha and Muhammad Jawdat Fares (2005), Electronic Marketing and Beneficiaries' Desires, Fourth Scientific Conference, College of Administrative and Financial Sciences - Philadelphia University, 3/15-16, Amman, Jordan.
- ravikalakota & maria robinson , (1999) , e-business : rodmap for suecess , adisonwestey , reading massachnsetts : uk .
- Turban, Efraim, Rainer, Jr., R. Kelly, and Potter, Richard E., (2001) , Introduction to Information Technology, (New York: John Wiley & Sons, Inc.) .
- [www.britinica.com](http://www.britinica.com).
- [www.bookshop.co.uk](http://www.bookshop.co.uk).
- [www.aradojtm.org/VolumeDetails.asp?VolID=67](http://www.aradojtm.org/VolumeDetails.asp?VolID=67).
- [www.Aicpa.org/assuance/btrast/what.htm](http://www.Aicpa.org/assuance/btrast/what.htm).
- <http://www.jazirah.com/digimag>
- [www.nua.ie/surreys/index](http://www.nua.ie/surreys/index)
- <http://aicpa.org/a33urance/>