

علاقة الارتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي في منظمات تقنيات المعلومات

أ.م.د. سعد محمود الكواز

جامعة الموصل / كلية الإدارة والاقتصاد

المستخلص

تعد التجارة الإلكترونية ركيزة أساسية لنظام المعلومات المحاسبي ، إذ تستخدم وسائل تكنولوجيا المعلومات في تجميع البيانات المالية والمحاسبية وتحليلها ضمن منظمات تقنيات المعلومات لتفديد في اتخاذ القرارات التي تهم تلك المنظمات .

تتجسد أهمية البحث بمدى قدرة التجارة الإلكترونية على التفاعل مع نظام المعلومات المحاسبي في منظمات تقنيات المعلومات ومدى الارتباط بينهما لتطويرها، ويهدف البحث التعرف على ابعاد التجارة الإلكترونية وعلاقة الارتباط بينها وبين نظام المعلومات المحاسبي في تلك منظمات، وتتخلص مشكلة البحث بقلة التنوع النسبي في الوسائل المستخدمة في التجارة الإلكترونية مما يحفز إلى دراسة الارتباط بين تلك التجارة ونظام المعلومات المحاسبي ووضع الحلول المناسبة لتطوير منظمات تقنيات الأعمال التي تستخدم وسائل الاتصالات الحديثة ومنها الانترنت الذي يعد الركيزة الأساسية للتجارة الإلكترونية في تلك المنظمات، ويستند البحث إلى فرضية مفادها أن هناك علاقة ارتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي ومدى تفعيل تلك التجارة في منظمات تقنيات المعلومات الحديثة .

ويتضمن البحث ثلاثة مباحث رئيسة، يتناول الأول، الجانب النظري للتجارة الإلكترونية من حيث المفهوم والانواع والأهمية ، ويتطرق الثاني إلى الجانب النظري لنظام المعلومات المحاسبي من حيث المفهوم والأهمية ومراحل استخدام الإنترنت فيها، ويهتم الثالث بتحليل علاقة الارتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي في منظمات تقنيات المعلومات الحديثة ، وتوصل البحث إلى مجموعة من الإستنتاجات والمقترحات.

The Relation between E-Commerce and Accounting Information System in the IT Organizations

Dr. Saad Mahmood Al-Kawaz

E-mail : saad_Alkwaz@yahoo.com

Abstract

E-commerce is the mainstay of the accounting information system, as the means of information technology used in the compilation of financial and accounting data and analysis of information technology within organizations to be useful in making decisions of interest to those organizations, It embodied the importance of research to the extent of e-commerce's ability to interact with the accounting information system in information technology organizations and the the link between them to develop .

The aim of this research is to identify the dimensions of e-commerce and the relationship of the correlation between them and the accounting information system in these organizations, the research problem is constricted on the lack of the relative diversity in the methods used in e-commerce, which stimulates to study the correlation between that trade and information system of accounting and develop appropriate solutions for business development techniques organizations that are using modern means of communication, including the Internet, which is the main pillar of those organizations for trade. The research assumed that there is a relation between e-commerce and accounting information system and the extent of activation that trade in modern information technology organizations.

The research includes three main sections, The first one deals with the theoretical side of e-commerce in terms of the concept and the types and importance, the second deals with the theoretical aspect of the accounting information system in terms of the concept and importance and stages of use of the Internet, and the third one is interested in analysing the relation between e-commerce and accounting information system technology organizations Modern information, finally the research arrived at a set of conclusions and suggestions.

المقدمة

تمثل التجارة الإلكترونية أحد مجالات التطور في إستخدام تقنيات المعلومات الحديثة من حيث إمكانية الاستفادة منها في تسهيل القيام بالعمليات التجارية إستناداً إلى البيانات المحاسبية المتعلقة بها، والتي يمكن تجميعها وتبويبها و تخزينها ومعالجتها وتداولها بين العديد من الجهات ذات العلاقة بالنواحي التجارية والاقتصادية. وبما أن نظام المعلومات المحاسبي يمثل نظاماً رئيسياً في التجارة الإلكترونية ، كما أنه يعد منفحةً للتأثير في البيئة التي يعمل في نطاقها وتتأثر به ، لذلك فلا بد من الأخذ بالإعتبار علاقة الإرتباط بينهما وضمن التطبيق على منظمات تقنيات المعلومات.

كما يعد نظام المعلومات المحاسبي من المتطلبات الأساسية لنجاح وتميز المنظمات التقنية بتطوير مخرجاتها الخدمية، وبما أن تطوير التجارة الإلكترونية يتطلب أن يكون لدى الأفراد إبداعية خلاقة لتطوير العمل، باستخدام نظام المعلومات المحاسبي ،وهو نظام لجمع وتخزين ومعالجة البيانات المالية والمحاسبية القائم على الحاسوب لتتبع النشاط المحاسبي باستخدام وسائل تقنيات المعلومات، من هنا فإن البحث يناقش علاقة الارتباط بين التجارة الإلكترونية و نظام المعلومات المحاسبي لعينة من تلك المنظمات .

تتجسد أهمية البحث بمدى قدرة التجارة الإلكترونية على التفاعل مع نظام المعلومات المحاسبي في منظمات تقنيات المعلومات ومدى الارتباط بينهما لتطويرها، ويهدف البحث التعرف على ابعاد التجارة الإلكترونية وعلاقة الارتباط بينها وبين نظام المعلومات المحاسبي في منظمات تقنيات المعلومات، وتتلخص مشكلة البحث بقلّة التنوع النسبي في الوسائل المستخدمة في التجارة الإلكترونية مما يحفز إلى دراسة الارتباط بين تلك التجارة ونظام المعلومات المحاسبي ووضع الحلول المناسبة لتطوير منظمات تقنيات الأعمال التي تستخدم وسائل اتصالات الحديثة ومنها الانترنت الذي يعتبر الركيزة الأساسية للتجارة الإلكترونية في تلك المنظمات ، ويستند البحث إلى فرضية مفادها أن هناك علاقة ارتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي ومدى تفعيل تلك التجارة في منظمات تقنيات المعلومات الحديثة .

ويتضمن البحث ثلاثة مباحث رئيسة، يتناول الأول، الجانب النظري للتجارة الالكترونية من حيث المفهوم والانواع والأهمية والتوقعات المتفائلة للتحول الى اقتصاد المعلومات ، ويتطرق الثاني إلى الجانب النظري لنظام المعلومات المحاسبي من حيث المفهوم والأهمية والمراحل والوظائف وعرض اتجاهات الية تفعيل هذا النظام مع التجارة الالكترونية ، ويهتم الثالث بتحليل علاقة الارتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي في منظمات تقنيات المعلومات الحديثة ، وتوصل البحث إلى مجموعة من الإستنتاجات والمقترحات.

المبحث الأول : الجانب النظري للتجارة الإلكترونية

إن مفهوم التجارة الإلكترونية يعود إلى عقد السبعينيات من القرن العشرين، إذ بدأت بعض المنظمات الامريكية الكبيرة بإقامة شبكات خاصة بها تربطها بعملائها وشركاء أعمالها ، وفق ما سمي بتبادل البيانات الإلكترونية، إذ تساعد على تخفيض التكاليف التشغيلية ، وزيادة الكفاءة لدى 95% من اكبر 1000 منظمة في الولايات المتحدة الأمريكية ، وحدث ذلك قبل أن تاخذ فيه العمليات عبر شبكة الإنترنت طريقها إلى التطبيق لما لها من ميزة نسبية في إنخفاض تكلفتها قياساً بتكلفة إقامة

الشبكات الخاصة وتجهيزاتها من جهة ، وإتاحة فرصة الوصول إلى الأسواق الأكثر إتساعاً ، من جهة أخرى ، فضلاً عن صلاحية تطبيقها في مختلف أنواع الأعمال الإلكترونية، وأنشأت منظمات جديدة من خلال التواجد على الإنترنت بدون أساس مادي في مجال التجارة التقليدية، وزاحمت المنظمات التقليدية ، محققة نجاحات عديدة للدخول إلى أسواق عالمية مفتوحة ، وتعرف التجارة الإلكترونية بأنها أداء العملية التجارية بين شركاء تجاريين باستخدام تقنيات المعلومات المتطورة لغرض رفع كفاءة وفاعلية الأداء (الوزني وآخرون، 2008، ص2) ، وتعرف بانها وسيلة لتنفيذ الأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع والخدمات باستخدام شبكة الانترنت (الحسناوي، 2007، ص5).

وهناك عدة انواع من التجارة الالكترونية وهي كالاتي :

1. من الأعمال إلى الأعمال او من منظمة تجارية إلى أخرى . (Business to Business) (B2B)

2. من الزبائن إلى الأعمال أو بين منظمة تجارية ومستهلك فردي. (Business to Consumer) (B2C) (حسين واخرون، 2006، 43)

وقد قسمها البعض الآخر إلى عدة أنواع وكالتالي :- (الوزني وآخرون ، 2008، ص14)

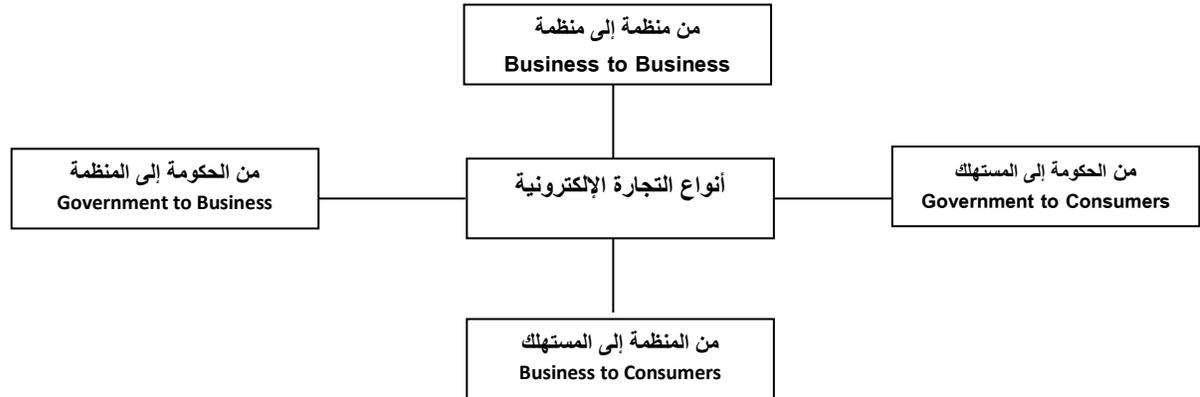
1. بين المنظمة والحكومة . (Business to Government) (B2G)

2. بين الحكومة والمستهلك . (Government to Consumers) (G2C)

3. بين مستهلك ومستهلك . (Consumer to Consumer) (C2C)

كما تم عرضها من قبل اخرين وفق الشكل (1) ادناه :

شكل (1) أنواع التجارة الإلكترونية



المصدر : عرب ، يونس ، التجارة الإلكترونية بين الواقع والطموح ، مؤتمر التجارة الإلكترونية لمنظمة بلدان غرب آسيا للمدة 8-10 تشرين الثاني 2005 ، بيروت ، لبنان ، ص3.

كما تتجسد أهمية التجارة الإلكترونية بطبيعة الاساليب الحديثة التي تستخدمها موازنة بالأساليب التقليدية في التجارة ، مما ينعكس ذلك على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والعديد من الجوانب الأخرى (أمين،2012،ص33) ، وهناك عدة فوائد للتجارة الإلكترونية منها : (تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر ، تخفيض الكلف للمنظمات ،تواصل فعال مع الشركاء والعملاء) (الشكري وآخرون،2010، 319) ، فضلاً عن أن لها أهمية خاصة من خلال الآتي : (تعمل على تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية، زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي ، النفاذ إلى أسواق جديدة ، وغيرها) (إحسان،2012،ص216).وكذلك وجود مجموعة من الإيجابيات لهذه التجارة منها : (سهولة إنجاز العملية التجارية بأقل جهد وكلفة ، توفير حيازات التسوق الأفضل ، تطوير معايير المنافسة التجارية ، دعم وتطوير تقنيات الاعمال المالية والمصرفية بعد أن وفرت ميزان السرعة في التعاقد والتنفيذ ، تواصل فعال مع الشركاء والزبائن، الدقة العالية في نقل المعلومات، إنشاء تجارات متخصصة جداً) (عبدالعالي،واخرون،2013،ص11) (عامر وبوبكر،2014، ص202).

أما التوقعات المتفائلة في ظل التحول من الإقتصاد التقليدي إلى إقتصاد المعلومات فيلاحظ ان هناك عدة جوانب تتفاعل لضمان استمرار العلاقة ضمن التجارة الإلكترونية بين المنظمات والافراد (الزبائن) وهي كالاتي : (تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية بينهما ، تحسيد المعرفة كعامل مهم من أصول راس المال ، سرعة إنجاز الصفقات التجارية بينهما ، النفاذ إلى أسواق جديدة، وغيرها)(Ahmed,2013,3).

المبحث الثاني : الجانب النظري لنظام المعلومات المحاسبي

إن الإدراك والعلم بالجوانب المحاسبية تمثل فرصة أولى لفهمها ضمن محور نظام المعلومات المحاسبي،مما يتطلب التعرف على بعض المصطلحات الأساسية وهي ، "المحاسبة، المعلومات"(الجزراوي والجنابي،2009،ص44)، إذ أن المحاسبة تمثل مجموعة طرق فنية لتسجيل وتبويب العمليات المالية التي تقوم بها المنظمة خلال مدة زمنية معينة ، لذلك فإن البيانات المحاسبية تمثل سجل تاريخي للأحداث المالية الخاصة بكل منظمة من منظمات الاعمال، كما يمكن ان تعرف بأنها نظام معلومات يوظف عمليات متسلسلة للمنظمة، وتشمل: (تجميع البيانات، المحافظة على خزن البيانات، تحضير معلومات كمية، توليد معلومات مالية)، لذلك فان المحاسبة هي نظام يختص بجمع وتبويب ومعالجة وإيصال المعلومات المالية القيمة حول الأحداث الاقتصادية الى الأطراف المختلفة المستفيدة لمساعدتهم في إتخاذ القرار، مستندين على نتائج العمليات المحاسبية وحق الملكية والموجودات والمطلوبات في نهاية الفترة الزمنية وغيرها(قاسم،2006، 66).

أما بخصوص المعلومات، فهي تمثل البيانات التي تمت معالجتها و أصبحت ذات دلالة معينة، إذ تستخدم تلك المعلومات أساساً يستند اليه المستخدمون المختلفون عند اتخاذ القرارات (مطيع وآخرون، 2007، 75)، كما أنها تمثل إستخبار له معنى ومفيد الى الشخص المقصود، وإن أغلب المعلومات المطلوبة من قبل المنظمة تمثل المعلومات المحاسبية التي تعد مخرجات لنظام المعلومات المحاسبي ومن أمثلتها، المعلومات في قوائم الدخل التي تقود المدراء لإتخاذ القرارات المتعلقة بتخفيض التكاليف، كما أنها تتكون من معالجة البيانات من ارقام ورموز والتي تكون بهيئة مدخلات مجمعة تصبح معلومات بعد معالجتها في ذلك النظام (قاسم، 2006، 67).

إن نظام المعلومات المحاسبي يهتم بتوفير البيانات والمعلومات المحاسبية التي تؤثر على نشاطات المنظمة الهادفة الى توفير معلومات موضوعية لاتخاذ قرارات صحيحة تساعد على تحقيق اهداف المنظمة (جمعة وآخرون، 2007، 45) ، كما يقوم بتجميع البيانات حول أنشطة المنظمة وتحويلها الى معلومات يمكن استخدامها من قبلها، وبما يضمن توفرها والتعويل عليها ودقتها من خلال مساهمة المحاسب في اعدادها، وبالتالي توليد المعلومات المفيدة لاتخاذ القرار وتوفيرها للمستفيدين، وتأمين الرقابة الكافية التي تؤكد تسجيل ومعالجة البيانات المتعلقة بأنشطة الأعمال بدقة، وتؤكد أيضاً حماية هذه البيانات وأصول المنظمة الأخرى، كما أنه يمثل شبكة من الاجراءات ذات العلاقات المرتبطة ببعضها البعض، والتي يتم اعدادها بطريقه متكاملة بغرض اداء نشاط معين، ويحتوي على شبكة من التعليمات والاجراءات المحاسبية، والتي تمثل سلسلة من العمليات الكتابية التي يقوم بها عدد من الافراد المؤهلين والمتخصصين ضمن منظمة الاعمال (قاسم، 2009، 54).

كما يلاحظ ان هناك معلومات ناتجة عن نظام المعلومات المحاسبي اهمها القوائم المالية مثل ميزان المراجعة وقائمة الدخل والميزانية العمومية، وذلك لتقييم أداء المنظمة وتوقع أدائها المستقبلي، كما يوفر لمستخدمي المعلومات الداخليين حاجتهم من المعلومات التي تلائم قراراتهم (الحفناوي، 2001، 68)، فضلاً عن تزويد متخذي القرار بالمعلومات المفيدة، كما يصمم المنهج المحاسبي لتزويد المستفيدين بالمضامين الاساسية التالية (الجزراوي والجنابي، 2009، 34): (طبيعة تصميم، استخدام، تنفيذ، وبناء نظام المعلومات المحاسبي، عملية إعداد التقارير المالية، استخدام المعلومات في اتخاذ القرار). فضلاً عن تركيز هذا النظام على كيفية تجميع البيانات حول أنشطة وعمليات المنظمة، وتحويل تلك البيانات الى معلومات يمكن إستخدامها من قبلها، والتركيز على دقة تلك المعلومات، للإسهام في ديمومة المنظمة ونجاحها للبقاء في السوق (مطيع وآخرون، 2007 ، 79).

مما سبق يتبين ان الغرض الرئيس لاي نظام معلومات محاسبي هو توفير معلومات محاسبية لمختلف المستخدمين الداخليين كالإدارة أو الخارجيين كالزبائن. وهناك ثلاثة أهداف يمكن تحديدها لمساعدة انجاز هذا الغرض، الأول، الدعم اليومي للعمليات المالية، إذ تنشأ في المنظمة اثناء ممارستها لانشطتها العديد من الأحداث والفعاليات التي لا بد أن تسيطر عليها وتوجهها لتحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها، والتي تكون على قدر من التنوع مثل(شراء التجهيزات، إبرام عقود العمل، شراء المواد الأولية، تأمين مستلزمات الإنتاج، بيع السلع والخدمات التي تنتجها، وغيرها) (الجزراوي والجنابي، 2009، 58). اما الهدف الثاني فيتضمن توفير معلومات لعملية اتخاذ القرار والذي عادة ما يتخذ بالتناسب مع العمليات التخطيطية والرقابية، ويطلق عليه تهيئة المعلومات ، واخيراً الهدف الثالث الذي يمثل انجاز الالتزامات المحددة بتوفير المعلومات اللازمة الى المستخدمين الخارجيين عن منظمات الأعمال (الجزراوي والجنابي، 2007، 112).

أما بخصوص مجموعة المراحل لنظام المعلومات المحاسبي ، فإن المرحلة الأولى، تمثل المدخلات من البيانات وهي المواد الخام التي يتم تجميعها ومراجعتها لاجل انتاج المعلومات، وتعتبر عن التدفقات المادية للعمليات التي تمارسها المنظمة، وتكون بشكل أرقام أو رموز أو مجتمعة معاً (مطيع وآخرون، 2007، 89) ، فضلاً عن أن المستندات والوثائق التي تصور العمليات المالية بين المنظمة والبيئة المحيطة بها تشكل المدخل للنظام المحاسبي(قاسم، 2006، 56).

أما المرحلة الثانية، فهي المعالجة التي تمثل الإجراءات اللازمة لتحويل البيانات الخام إلى معلومات مفيدة لمستخدميها، فعند الحصول على رصيد زبون، تتطلب جميع فواتير المبيعات، ومدفوعاته وطرحها من مجموع المبيعات وهي عملية معالجة تقليدية، اما العمليات الحسابية، والمقارنة المنطقية، والتلخيص، والتصنيف، والفرز التي تجري على البيانات المدخلة بغرض تحويلها الى معلومات تقدم للمستفيد النهائي، وتمثل معالجة إلكترونية ترتبط بالجانب التقني للنظام (قاسم، 2009، 54).

وبخصوص المرحلة الثالثة ، فهي المخرجات التي تتمثل بالمعلومات وهي البيانات التي تمت معالجتها بحيث اصبحت لها دلالة معينة، وتستخدم من قبل المديرين لاتخاذ القرارات (مطيع وآخرون، 2007، 91)، كما أن النتائج من عملية المعالجة تمثل حقائق او مدلولات قد تكون بصورة كمية او غير كمية تفيد في اتخاذ القرارات (جمعة وآخرون، 2007، 67).

اما المرحلة الرابعة وهي التدقيق والرقابة التي تتمثل بأجهزة الوحدة المحاسبية المختصة داخلياً، وكذلك مراقبة الحسابات خارجياً من قبل اي جهة اخرى، فالمدخلات والمعالجة والمخرجات تخضع

عملية التدقيق والمراقبة من قبل تلك الجهات ، اذ يتطلب الحصول على معلومات صحيحة ودقيقة وجود رقابة على عمليات الادخال والمعالجة والمخرجات للتأكد من أن النظام ينتج ويقدم معلومات وفق المعايير المفترضة عند التصميم (قاسم ،2009، 62) .

واخيراً المرحلة الخامسة وهي التغذية العكسية التي تمثل ردة فعل المستفيدين على عمل النظام، فقد يقوم بأداء وظائفه كما هو مفترض عند تصميمه، ولكن بعض المعلومات التي يقدمها لانتلائم مع حاجات المستفيدين، مما يتطلب احداث تغييرات فيه، كما تتمثل التغذية العكسية بالمخرجات التي ترسل الى النظام ثانيةً كمصادر للمعلومات، ويمكن ان تكون من داخل المنظمة او خارجها، وتستخدم بالبداية او بالتغيير لتلك العمليات (قاسم ،2006، 55).

كما يمارس نظام المعلومات المحاسبي وظائفه من خلال مراحلها الأساسية المذكورة اعلاه والتي يمكن عرضها كالآتي(مطيع وآخرون،2007، 93)(قاسم،2009، 52):

- التعرف على البيانات المرتبطة بالمعاملات وقياسها وتسجيلها على مستندات .
- يتم مراجعة هذه البيانات وتصحيح أخطاء القياس أو أخطاء التسجيل إن وجدت .
- نقل هذه البيانات إلكترونياً الى مواقع التخزين والتشغيل الإلكتروني للبيانات للمعالجة فيما بعد .
- تصنيف المستندات والوثائق وفقاً لمعايير محددة مسبقاً مثل ملف فواتير المبيعات أو ملف أوامر الصرف.. الخ .
- نقل محتوى المستندات إلى المستندات الأخرى مثل إعداد أمر الصرف، الذي يتضمن نقل محتويات فاتورة الشراء وتقرير الإستلام وأمر الشراء الى المستند الجديد لأمر الصرف.
- ترحيل محتوى الوثائق والمستندات الى السجلات المحاسبية الملائمة، مثل ترحيل فواتير المبيعات الاجلة الى حسابات المدينين ذات العلاقة، وتسجيل العملية في اليومية وترحيل العملية الى حساب الأستاذ العام.
- إجراء مجموعة العمليات الحسابية على البيانات، كعمليات الجمع والطرح والضرب والقسمة بغرض حساب أرصدة الحسابات ومجموع العمليات المسجلة في اليومية..الخ.
- إجراء بعض عمليات المقارنة بين محتوى السجلات المختلفة للتأكد من صحة التسجيل والترحيل إلى السجلات المختلفة.

- توفر المعلومات المفيدة للإدارة لإتخاذ القرارات وللمستفيدين الخارجيين، ففي الأنظمة اليدوية يتم تأمين تلك المعلومات على شكل تقارير تصنف الى قوائم مالية وتقارير إدارية.
- تأمين رقابة داخلية فعالة على الأصول والبيانات .

كما يلاحظ توجه العديد من المنظمات نحو إستخدام التجارة الألكترونية التي تمثل أحد التغيرات والتطورات التي لا بد أن تحقق الفائدة منها وتودي الى تحقيق أهدافها في توسيع التبادل التجاري ، وبما أن نظام المعلومات المحاسبي هو نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بالبيئة التي يعمل في نطاقها ، كما أنه يمثل النظام الرسمي للمعلومات في أي منظمة وبالتالي يقع على عاتقه أن يوفر المعلومات المختلفة للعديد من الجهات التي لها علاقة بالمنظمة المعنية إضافة إلى إمكانية تحقيق أهدافه وأهداف المنظمة التي يعمل فيها ، فإن الأمر يتطلب منه الأخذ بنظر الاعتبار كل التغيرات والتطورات التي تحدث في المجالات المتعددة المحيطة ببيئتها وخاصة مايتعلق بالتطورات المستجدة في مجال إستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة والتي تمثل التجارة الألكترونية إحداها.

عليه يمكن القول أن علاقة التجارة الألكترونية بنظام المعلومات المحاسبي سوف يتطلب منه أن يأخذ بالمستجدات التي سوف تفرزها متطلبات العمل في ظل التجارة الألكترونية خاصة ما يتعلق بضرورة إستخدام الوسائل الألكترونية الحديثة في العمل المحاسبي وكذلك إعادة تصميم النظام بما يتلاءم مع عملية التشغيل الألكتروني للبيانات ، وهو مايدعو إلى الحاجة لتطوير مكوناته بحيث تشمل كل الوسائل التي يتطلبها العمل في ظل التجارة الألكترونية ، وبذلك فإن مكونات نظام المعلومات المحاسبي في ظل التجارة الألكترونية سوف تشمل كلاً من : مجموعة الأفراد المؤهلين ، أجهزة الحاسوب ، البرمجيات ، قاعدة البيانات ، الإجراءات ، تقنيات الاتصالات (www.worldbank.org) إن مستقبل نظام المعلومات المحاسبي والتجارة الإللكترونية يرتبط بتطور تقنيات شبكة الإنترنت ، إذ يبحث المتعاملين في السوق عن السلع والعروض ذات الجدوى الإقتصادية من حيث التبادل (البيع والشراء) ، وقد وسعت المنظمات نشاطها لتحقيق الأرباح عبر الإنترنت، وبالتالي على المحاسبيين التقييم والتجريب بتوفير الخدمات المحاسبية وتوسيعها عبر الإنترنت، مثل الاستشارات الضريبية، التدقيق عن بعد، الطلب على النسخة الإللكترونية ، مسك الدفاتر، في حين أن هذه الخدمات عبر الشبكة سترتبط بالتجارة الإللكترونية بأساليبها المختلفة خاصة في مجال التسويق، كما أن التحدي لمهنة المحاسبة، هو تقديم الخدمات المحاسبية بشكل عادل متمثلة بالدقة ، فضلاً عن تحقيق الربح، و تلبية

احتياجات تلك التجارة الإلكترونية عن طريق تلك الشبكة (Maqbel,2014,55) (Qasim,2003,41).

كما أن شبكة الإنترنت وعلاقتها بالمحاسبة ، توفر نطاقاً واسع ، مع تكلفة أقل، وغالباً ما يوفر الوصول الفوري تقريباً على الخط لكميات المعلومات المحاسبية المتزايدة ، ويعد وسيلة سريعة جداً لنقلها واسترجاعها ، وإن هذه المجموعة المتزايدة من المعلومات المالية المحاسبية لابد من جمعها، وتصنيفها، وتقديمها وتحليلها، وتأكيداها من المحاسبين من خلال تفعيل نظام المعلومات المحاسبي، وذلك لأنها ستكون متوفرة بالانترنت وعلى نطاق العالم، وستتغير بشكل مستمر بالتحديث، وسترتبط المعلومات المحاسبية بالمعاملات والصفقات الخاصة بالتجارة الإلكترونية. وفيما يلي عرض لاتجاهات آلية عمل المحاسبة والمحاسب وتفعيل نظام المعلومات المحاسبي مع التجارة الإلكترونية، وكالاتي (Dahmash,1995,7):

1. بيئة عمل المحاسبين الافتراضية
 2. بيئة الأعمال تفاعل الزبائن والموردين المستمر
 3. التغيير التكنولوجي
 4. منصات المعرفة المحاسبية والنظم الخبيرة على الانترنت
- إن أثر نظام المعلومات المحاسبي في التجارة الإلكترونية يركز على آلية عمل منظمات الأعمال، وباستخدام ثلاثة جوانب رئيسية (Kogan,2009,11): وجود نظام معلومات محاسبي يتطلب من المنظمات ان تطور من أساليبها بالتعامل مع التجارة الإلكترونية، فضلاً عن الآثار المترتبة عليه ، والتي ترتبط بمكونات ذلك النظام التي تؤثر في التجارة الإلكترونية والتي ستغير من موارد المنظمات المادية والبشرية ، وخصوصاً بوجود منظمات تستخدم ذلك النظام ، ومع وجود آليات لعمل التجارة الإلكترونية لتنظيم التسويق . وبسبب التطورات السريعة التي رافقت استخدام التجارة الإلكترونية من قبل العديد من المنظمات والدول لتحقيق أهدافها ، وبما أن نظام المعلومات المحاسبي يعد نظام رئيسي في أي منظمة ، إلا أنه من الأنظمة المفتوحة التي تؤثر وتتأثر بالبيئة الخارجية ، أصبح من الضروري أن يأخذ في الاعتبار الآثار التي يمكن أن تنعكس على التجارة الإلكترونية وكيفية تحديد طبيعة العمل لكي يتفاعل معها (Vasarhelyi&Sareen,1996,23)، ويمكن التعرف على أهم آثار التجارة الإلكترونية في مكونات نظام المعلومات المحاسبي من خلال الآتي: (نظام المعلومات ، أمن نظام المعلومات عبر الإنترنت والحفاظ عليه من القرصنة الإلكترونية) (Vasarhelyi&Halper,1991,33).

المبحث الثالث: التحليل الإحصائي للارتباط بين التجارة الالكترونية ونظام المعلومات المحاسبي
سيتم في هذا المبحث التطرق إلى التحليل الإحصائي للارتباط بين التجارة الالكترونية ونظام المعلومات المحاسبي ، وكالاتي:

أولاً. وصف عينة البحث :

سيتم أخذ وصف موجز عن منظمات خدمة تقنية المعلومات الحديثة في العراق ، وكالاتي:

1. منظمة الدليل لتقنيات المعلومات

تعد منظمة الدليل لتقنيات المعلومات عراقية خاصة مسجلة لدى وزارة التجارة العراقية وتدار من قبل فريق من المهنيين لأكثر من 35 عاما من الخبرة والمهارات في مجالات مختلفة. وتسعى إلى أن تكون أفضل مزود خدمات في العراق و إلى إقامة علاقات مستمرة مع عملائها من خلال تقديم خدمات تفوق توقعاتهم وكسب ثقتهم بواسطة أداءها المتميز (www.aldaleel-int.com).

2. منظمة البدي لتقنيات المعلومات

توفر خدمات تقنية عالية الجودة تلبى المعايير العالمية منذ عام 1986 . وتتميز بسجل حافل من الانجازات التي تصنفها كمنظمة مرموقة موثوقة وذات إمكانيات عالية للنمو الحقيقي ، ولتعزيز كفاءتها تم إضافة أقسام جديدة لبنيتها لتقديم خدمات عديدة في تقنيات المعلومات، فضلاً عن انها توفر الاجهزة التقنية ، مثل الطابعات ، أجهزة النشر، وكذلك لوازم القرطاسية، الأوراق والأحبار كجزء من عروضها. وكذلك تقديم الاستشارات التقنية (www.aite-iraq.com).

3. منظمة النبع لتقنيات المعلومات

تمثل احد المنظمات الكبرى الموزعة لمنتجات تقنيات المعلومات عالمياً، فضلاً عن انها ترفد اكثر من (300) قناة توزيعية لتقنيات المعلومات ، ويعتمد الموزعون عليها يومياً في تلبية طلب المستفيدين لقطاعات مختلفة ومنظمات كبرى وجهات حكومية مختلفة ، وهي الاكثر فعالية في رfid السوق العراقية بالاحداث من خلال مشاركتها السنوية والمنتظمة في المعارض الدولية والمحلية (www.al-nabaa.com).

ثانياً. متغيرات الدراسة والتحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي لعينة الدراسة

سيتم التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة، وكالاتي:

1- متغير التجارة الإلكترونية

تشير معطيات الجدول (1) إلى أن إجابات الموظفين عينة الدراسة حول هذا المتغير من خلال مؤشراتته (X1) والذي يتضمن أسهام التجارة الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة في زيادة فعالية نظام المعلومات المحاسبي في المنظمة، إذ كانت نسبة الإجابة (68.6%) والذي جاء كله بوسط حسابي (2.4) وانحرافي معياري (0.86).

يشير مضمون المتغير (X2) إلى أن وجود الإنترنت و شبكات الاتصال أدى إلى زيادة المبيعات للمنظمة، إذ حققت أعلى نسبة من الإجابات والبالغة (58.6%) والذي جاء بتمركز متوسط متمثل بوسط حسابي (2.3) وانحراف معياري (0.80)، ومما يعزز ذلك إنخفاض الانحراف المعياري والذي يشير إلى إنخفاض مقدار التشتت في الإجابات.

أما بخصوص المتغير (X3) والمتضمن إسهام التجارة الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة في الاستفادة من خدمات المنظمة الإلكترونية المقدمة للزبائن، وكانت أكثر الإجابات إستجابة هي أنفق حيث كانت بنسبة إتفاق بلغت (72.9%) والتي جاءت معززة بوسط حسابي (2.5) وتشتت منخفض بلغت قيمته (0.73).

وبهدف التعرف على امكانية عرض منتجات المنظمة و مواصفاتها و أسعارها و جودتها على الموقع الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية، فقد تم صياغة المتغير (X4)، إذ بلغت النسبة (62.9%) والتي جاءت بوسط حسابي (3.2) وانحراف معياري (0.91).

اما طريقة الدفع باستخدام البطاقة الائتمانية في التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ظهور خلل في نظام الدفع المعتاد في المنظمة ، وحسبما أوردته إجابات المبحوثين بخصوص المتغير (X5) مساهمة متوسطة، إذ بلغت نسبة المساهمة المتوسطة أعلى نسبة (70.0%) والذي جاء بوسط حسابي (2.5) وانحراف معياري (0.81).

وفي إطار امكانية إكتشاف الأخطاء عند تجميع البيانات الناتجة عن العمليات المالية بين المنظمة و الزبون في التجارة الإلكترونية و ادخالها لنظام المعلومات المحاسبي و التحقق من صحة البيانات (X6) حيث تمثل مدى فاعلية تلك العمليات وتأثيرها في تلك التجارة من خلال زيادة عدد

الزبائن المتعاملين، وكانت نسبة الإجابة (80.0%) والذي جاء بوسط حسابي (2.7) وانحراف معياري (0.61).

يشير مضمون المتغير (X7) إلى أن معالجة البيانات تتم من أجل تحويلها لمعلومات مفيدة و داعمة للقرار ، ويمكن تحقيق تلك المعالجة في التجارة الإلكترونية، وكانت نسبة الإجابة (64.3%) والذي جاء بوسط حسابي (2.4) وانحراف معياري (0.85).

ويهدف التعرف على أسباب الاعتماد على تبادل البيانات عن طريق التجارة الإلكترونية بين المنظمة والزبون يساعد في زيادة التبادلات التجارية تم صياغة (X8) ولعل من أبرز الأسباب التي تدفع لزيادة تلك التبادلات هي مساهمة تلك التجارة في تفعيل نظام المعلومات المحاسبي فيها ، بلغت نسبة الإجابة (71.4%) والذي جاء بوسط حسابي (2.5) وانحراف معياري (0.75).

أما بخصوص المتغير (X9) إسهام وسائل الاتصال الحديثة في زيادة كفاءة التجارة الإلكترونية للمنظمة ، إذ بلغت نسبة الإجابة (65.7%) والذي جاء بوسط حسابي (2.4) وانحراف معياري (0.84).

وقد كانت الاسباب التي تقف وراء زيادة أرباح المنظمة نتيجة البيع عن طريق التجارة الإلكترونية (X10) هي تفعيل استخدام الانترنت ووسائل الاتصالات الحديثة في التبادلات وعقد الصفقات التجارية، فضلا عن مساهمتها في زيادة عدد الزبائن المستخدمين لهذا النوع من التعامل ، إذ بلغت نسبة الإجابة (62.9%) والذي جاء بوسط حسابي (3.2) وانحراف معياري (0.91).

أما المتغير (X11) فقد كان التجارة الإلكترونية تلبي طلب الزبائن المتعلقة بالمنتجات و خفض تكلفتها بحسب إجابات المبحوثين إذ بلغت نسبة الإجابة (58.6%) والذي جاء بوسط حسابي (2.3) وانحراف معياري (0.80).

إن بيئة التجارة الإلكترونية تسهم في إعادة تصميم و تعديل و تطوير نظام المعلومات المحاسبي (X12)، إذ بلغت الإجابة (70.0%) والذي جاء بوسط حسابي (2.5) وانحراف معياري (0.81).

(1) الجدول

المؤشرات الإحصائية للتجارة الإلكترونية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		محايد		أتفق		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
0.86	2.4	24.3	17	7.1	5	68.6	48	X1
0.80	2.3	20.0	14	21.4	15	58.6	41	X2
0.73	2.5	14.3	10	12.9	9	72.9	51	X3
0.91	3.2	30.0	21	7.1	5	62.9	44	X4
0.81	2.5	20.0	14	10.0	7	70.0	49	X5
0.61	2.7	8.6	6	11.4	8	80.0	56	X6
0.85	2.4	24.3	17	11.4	8	64.3	45	X7
0.75	2.5	15.7	11	12.9	9	71.4	50	X8
0.84	2.4	22.9	16	11.4	8	65.7	46	X9
0.91	3.2	30.0	21	7.1	5	62.9	44	X10
0.80	2.3	20.0	14	21.4	15	58.6	41	X11
0.81	2.5	20.0	14	10.0	7	70.0	49	X12
0.806	2.7	20.841		12.008		67.151		المعدل

المصدر: من عمل الباحث بإستخدام برنامج SPSS ، وبالإعتماد على إستمارة الإستبانة الإحصائية.

2- متغير نظام المعلومات المحاسبي

إن يعمل نظام المعلومات المحاسبي على تسهيل الاتصال إلكترونياً بين المحاسبين و الزبائن و غيرهم خارج المنظمة ، فقد تم تخصيص المتغير (X13)، لقياس ذلك ويوضح الجدول (2) أن نسبة الإجابة بلغت (65.7%) بوسط حسابي قيمته (2.4)، وإنحراف معياري (0.84).

وفي سياق مقارب جاءت نتيجة المتغير (X14) والذي يقيس مدى توفير نظام المعلومات المحاسبي معلومات ملائمة لمتخذي القرارات داخل وخارج المنظمة والتي تساعد في زيادة حصتها من الزبائن ، إذ كانت نتيجة إجابة المبحوثين بنسبة (71.4%) والذي جاء بوسط حسابي (2.5) وإنحراف معياري (0.75).

يقيس المتغير (X15)إسهام تزويد نظام المعلومات المحاسبي المنظمة بمعلومات تتسم بالدورية والإنتظام مما يعزز التعامل بالتجارة الإلكترونية ويزيد من صفقاتها التجارية ، وإستناداً لذلك فإن نسبة (68.6%) من المبحوثين متفقين على ذلك، بوسط حسابي قيمته (2.9) وإنحراف معياري (0.82).

كما يمكن ان يسهم نظام المعلومات المحاسبي في مساعدة المنظمة على التنبؤ وإتخاذ القرارات المتعلقة بالتبادل التجاري إلكترونياً(X16) وعلى الرغم من حالة عدم التاكيد في ذلك التنبؤ الا انه سيؤدي الى توسيع التجارة الالكترونية طبقاً للتقنيات الحديثة المستخدمة فيها، وقد جاءت نسبة الإتفاق على هذا المتغير (64.3%) من عينة البحث، بوسط حسابي قيمته (2.4)، وتشتت في الإجابات منخفض نسبياً إستناداً للإنحراف المعياري البالغة قيمته (0.85).

أما بخصوص المتغير(X17) والمتضمن الاعتماد على نظام المعلومات المحاسبي في تحديد الإحتياجات المالية المستقبلية للمنظمة مؤدياً الى ضمان التمويل لغرض تنفيذ العمليات التجارية وتوسيع تبادلها التجاري، فقد كانت نتائج المبحوثين في الجدول (2) بنسبة إتفاق (58.6%) و الذي جاء بوسط حسابي (2.3) وإنحراف معياري (0.80).

ولغرض معرفة مدى استناد المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المحاسبي للمنظمة الى جميع الأدلة والثبوتيات اللازمة للتحقق من صحتها ودقتها(X18) الذي يؤدي الى تاكيد العلاقات التجارية وتوسيعها لتلك المنظمة ، إذ بلغت نسبة الإجابة (72.9%) والذي جاء بوسط حسابي (2.5) وإنحراف معياري (0.73).

ان يتم إعداد التقارير المالية للمنظمة بشكل موضوعي وبما لا يؤدي إلى تحقيق مصلحة أحد الأطراف دون الآخر(X19) وهذا يؤدي الى توسيع التبادل التجاري لها، والتي جاءت بنسبة إتفاق

(70.0%)، وقد جاءت قيمة الوسط الحسابي منسجمة مع هذه النتيجة، إذ تركزت الإجابات في القيمة (2.5) مع وجود إنحرافات متمثلة بالقيمة (0.81).

ان يتوفر لدى المنظمة كوادر بشرية تتمتع بالخبرات الكافية التي توفر معلومات صحيحة باستخدام نظام المعلومات المحاسبي ، اذ تم صياغة المتغير (X20) لقياس ذلك، وقد كانت أكبر نسبة من المبحوثين لا يتفقون على ذلك ، إذ بلغت (30.0%) ، في حين جاءت نسبة المحايدون (7.1%)، أما المتفقون على ذلك بلغت نسبتهم (62.9%)، وجاء بوسط حسابي (3.2) وإنحراف معياري (0.91).

إن زيادة التعامل عن طريق نظام المعلومات المحاسبي يؤدي إلى تقليل التكاليف على المنظمة (X21) مما يسهم في زيادة الانتاج والتنافسية لتلك المنظمة ، إذ بلغت (64.3%) وقد عززت قيمة الوسط الحسابي هذه النسبة والبالغة (2.4) وتشتت منخفض قيمته (0.85).

ويتطلب من العاملين في نظام المعلومات المحاسبي من تطوير قدراتهم ومهاراتهم المعرفية من أجل العمل في التجارة الإلكترونية (X22) مما يساعد على تحقيق السرعة والدقة في زيادة التبادل التجاري، وقد أوضحت النتائج الواردة في الجدول (2) أن غالبية عينة البحث والبالغة نسبتهم (68.6%) متفقون على ذلك، ويعزز ذلك قيمة الوسط الحسابي البالغة (2.4) كما ان تشتت الإجابات كان منخفضاً نسبياً والمتمثل بالإنحراف المعياري البالغة قيمته (0.82).

جدول (2)

المؤشرات الإحصائية لنظام المعلومات المحاسبي

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لأنتفق		محايد		أنتفق		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
0.84	2.4	22.9	16	11.4	8	65.7	46	X13
0.75	2.5	15.7	11	12.9	9	71.4	50	X14
0.82	2.9	21.4	15	10.0	7	68.6	48	X15
0.85	2.4	24.3	17	11.4	8	64.3	45	X16
0.80	2.3	20.0	14	21.4	15	58.6	41	X17

0.73	2.5	14.3	10	12.9	9	72.9	51	X18
0.81	2.5	20.0	14	10.0	7	70.0	49	X19
0.91	3.2	30.0	21	71	5	62.9	44	X20
0.85	2.4	24.3	17	11.4	8	64.3	45	X21
0.82	2.4	21.4	15	10.0	7	68.6	48	X22
0.81	2.55	21.42		11.85		66.73		المعدل

المصدر: من عمل الباحث بإستخدام برنامج spss ، وبالإعتماد على إستمارة الإستبانة الإحصائية .

ثالثاً. عرض وتحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة

سيتم في هذا المبحث تحليل علاقة الارتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي ، فضلاً عن تحليل علاقة التأثير لتلك التجارة في ذلك النظام ، وكالاتي:

1- عرض وتحليل علاقة الإرتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي

تشير معطيات الجدول (3) إلى وجود علاقة إرتباط موجبة أي طردية ذات دلالة معنوية بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي، إذ بلغت قيمة معامل الإرتباط (0.819) عند مستوى معنوية (0,05).

الجدول (3)

نتائج علاقة الإرتباط بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي

نظام المعلومات المحاسبي	متغير معتمد متغير مستقل
0,819	التجارة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء نتائج البرنامج الإحصائي (Minitab).

2- عرض وتحليل علاقة التأثير للتجارة الإلكترونية في نظام المعلومات المحاسبي

تشير نتائج تحليل الانحدار الموضحة في الجدول (4) وجود تأثير ذو دلالة معنوية للتجارة الإلكترونية في نظام المعلومات المحاسبي، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (69.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.53) وبدرجة حرية (4.65)، عند مستوى معنوية (0,05) فيما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.81)، وهذا يعني أن نظام المعلومات المحاسبي قد فسر (81%) من الاختلافات الحاصلة في التجارة الإلكترونية، وان نحو (0,19) من المتغيرات هي عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلة في أنموذج الدراسة أصلاً، ومن خلال متابعة إختبار (T)، تبين أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (6.11)، وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.52) وبدرجة حرية (4.65) عند مستوى معنوية (0,05)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم

الجدول(4)

نتائج تأثير التجارة الإلكترونية في نظام المعلومات المحاسبي

نظام المعلومات المحاسبي						المتغير المعتمد	المتغير المستقل
F		معامل التحديد R^2	إختبار T		β		
الجدولية	المحسوبة			الجدولية	المحسوبة	$\beta 1$	$\beta 0$
2.53	69.3	0.81	2.52	6.11	0.671	0.70	التجارة الإلكترونية

df=(4,65)

P<=0.05

N=70

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج البرنامج الإحصائي (Minitab)

الإستنتاجات والمقترحات

تم التوصل إلى مجموعة من الإستنتاجات والمقترحات، وهي كالآتي :

أولاً. الإستنتاجات

1- تبين أن التبادلات التجارية للمنظمة تؤثر في نظام المعلومات المحاسبي ، فضلاً عن مساهمة التجارة الإلكترونية فيه من خلال توفير بيانات محاسبية إلكترونية وتوفير معلومات لعملية اتخاذ القرار في تلك المنظمات.

- 2- هناك مراحل متعددة للنظام المحاسبي الموحد وهي، المدخلات- المعالجة- المخرجات ، فضلاً عن وجود وظائف متعددة له منها؛ تجميع البيانات بواسطة المستندات والوثائق الأصلية، وعمليات المعالجة، وتوليد المعلومات وتأمين الرقابة الداخلية عليها.
- 3- تعددت المفاهيم للتجارة الإلكترونية وكان أهمها، اجراء الأعمال التجارية إلكترونياً بإستخدام الإنترنت والدفع بالنقود الإلكترونية وبأقصى سرعة ممكنة وتجاوز الوسطاء عند التبادل السلعي .
- 4- اتضح ان تفعيل التجارة الالكترونية ضمن عمل نظام المعلومات المحاسبي كان من خلال وجود بيئة عمل المحاسبين الافتراضية، والتفاعل المستمر للزبائن والموردين مع منظمات تقنيات المعلومات، من خلال توفير البيانات الاساسية التي يحتاجها عبر الانترنت .
- 5- وجود علاقة إرتباط موجبة وطردية ذات دلالة معنوية بين التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي، إذ بلغت قيمة معامل الإرتباط (0.819) عند مستوى معنوية (0,05).
- 6- وجود تأثير ذو دلالة معنوية للتجارة الإلكترونية في نظام المعلومات المحاسبي، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (69.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.53) وبدرجة حرية (4.65)، عند مستوى معنوية (0,05) .
- 7- تبين أن قيمة معامل التحديد بلغت ($R^2 = 0.81$)، وهذا يعني أن نظام المعلومات المحاسبي قد فسر (81%) من الإختلافات الحاصلة في التجارة الإلكترونية ، وانحو (0,19) من المتغيرات هي عشوائية لايمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخله في أنموذج الدراسة أصلاً.
- 8- اتضح ان قيمة (T) المحسوبة بلغت (6.11)، وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.52) عند مستوى معنوية (0,05)، وبهذه النتيجة سيتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم .

ثانياً. المقترحات

- 1- تفعيل تطورات الانترنت والتجارة الالكترونية ضمن مهنة المحاسبة، وبما يُمكن المحاسبين من استخدام التكنولوجيا في تسجيل الصفقات الكترونياً في منظمات تقنيات المعلومات .
- 2- توفير المعلومات والبيانات الأساسية الخاصة بالتجارة الالكترونية ضمن المعايير الدولية وتوثيقها في المنشورات الرسمية، ونشرها على موقع الانترنت لمنظمة التجارة العالمية .
- 3- عمل نظام إلكتروني لامن المعلومات للحفاظ على الصفقات والتبادلات التي تتم عبر التجارة الالكترونية لحمايتها من القرصنة.

- 4- التدريب والتاهيل للكوادر البشرية وإعدادهم لإستيعاب التطورات الحديثة في التجارة الالكترونية وتصفية الحسابات ووسائل الدفع للتعاملات الخاصة بمنظمات تقنيات المعلومات.
- 5- إعداد دراسات وبحوث مستقبلية عن التجارة الالكترونية وتصفية الحسابات بالبنوك الالكترونية من خلال استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فضلاً عن دراسات في مجال مساهمة النشاط التجاري لعينة من المنظمات التقنية بتفعيل الأنظمة المحاسبية الإلكترونية.

مصادر البحث

أولاً: المصادر العربية

1. احسان ، باسمه (2012)، التجارة الالكترونية مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد32، بغداد.
2. أمين، ساكار ظاهر عمر (2012)، الاطار المفاهيمي للمحاسبة في ظل بيئة التجارة الالكترونية، مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد2، العدد1، كركوك.
3. الجزراوي، إبراهيم و الجنابي، عامر، 2007، أساسيات نظم المعلومات المحاسبية ، دار الكتب والوثائق، الطبعة الأولى، بغداد.
4. الجزراوي، إبراهيم و الجنابي، عامر، 2009 ، أساسيات نظم المعلومات المحاسبية ، دار اليازوري العلمية ، عمان ، الأردن.
5. جمعة، أحمد حلمي، وآخرون، 2007 ، نظم المعلومات المحاسبية مدخل تطبيقي معاصر، دار المناهج، الطبعة الاولى، عمان، الأردن.
6. حسين، سطم صالح وآخرون (2006)، أثر التجارة الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية ،مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد2، العدد3، تكريت.
7. الحسناوي، سالم صلال زاهي، (2007) التجارة الالكترونية العربية - المقاييس والملامح- مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد9، العدد4، الديوانية.
8. الحفناوي، محمد يوسف، 2001 ، نظم المعلومات المحاسبية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
9. الشكري، عبد العليم وآخرون، 2010، التجارة الالكترونية ودورها في الإقتصاد العربي- الواقع والتحديات، مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، المجلد 455، العدد2، الموصل.

10. عامر، عيساني وبوبكر، سلاني(2014)، دور التجارة الالكترونية في التنمية المستدامة ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك، بغداد.
11. عبد العالي ، أمجد صباح وآخرون (2013)، أهمية التجارة الالكترونية ومعوقاتها في اقتصادات دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة الاقتصاد الخليجي ، العدد24، الكويت.
12. عرب ، يونس ، التجارة الإلكترونية بين الواقع والطموح ، مؤتمر التجارة الإلكترونية لمنظمة بلدان غرب آسيا للمدة 8-10 تشرين الثاني 2005 ، بيروت ، لبنان .
13. قاسم، عبدالرزاق محمد، 2006 ، تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية، دار الثقافة، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، عمان ، الأردن.
14. قاسم، عبدالرزاق محمد، 2009، تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية، دار الثقافة، الطبعة الأولى، الإصدار الرابع، عمان ، الأردن.
15. مطيع ، ياسر صادق ، وآخرون، 2007، نظم المعلومات المحاسبية، مكتبة المجتمع العربي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
16. الوزني ، عادل عيسى وآخرون(2008)، محددات التجارة الالكترونية في الدول العربية، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد6، العدد3، كربلاء.

ثانياً: المصادر الاجنبية

17. Ahmed,M.Akram,(2013), Effect of E-commerce on Accounting Information System Computerization Process and Cost Productivity,American Journal of Computer Technology and Application,Vol1,No1.
18. Alex Kogan, Fred Sudit and Miklos Vasarhelyi,2009, The future of accounting and Electronic Commerce on the Internet, School of Management, Rutgers University, Newark, NJ.
19. Dahmash, Naim,1995, financial statements and accounting principles , the publisher of the Institute of Banking Studies, Amman , Jordan,.

20. Moqbel, Muhannad Akram,2014, The Impact Of Accounting Information Systems (AIS) On E-Commerce Analytical Study-Service Sector-Jordan ase, international journal of scientific & technology research volume 3, issue
 21. Qasim , Abdul Razak Mohammed , 2003,computerized accounting information systems , Dar international scientific publication and distribution and the House of Culture for Publishing and Distribution , Amman, Jordan ,.
 22. Vasarhelyi, M. A. & Sareen, V. J.,1996, "Towards Intelligent Agents In Accounting: Background and Potential," Rutgers University Faculty of Management, presented at the AI/ES In Accounting Symposium,University of Huelva, Spain..
 23. Vasarhelyi, M. A. & Halper, F. B.,1991, "Continuous Process Auditing," (with F.B.Halper), *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Spring.
- ثالثاً: مواقع الانترنت
24. <http://www.aldaleel-int.com>
 25. <http://www.aitc-iraq.com>
 26. <http://www.al-nabaa.com>
 27. [www. world Bank. Org](http://www.worldbank.org)

استمارة إستبانة

أولاً. التجارة الإلكترونية

ت	الحالات	اتفق	محايد	لاأتفق
1-	تسهم التجارة الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة في زيادة فعالية نظام المعلومات المحاسبي في المنظمة			
2-	وجود الإنترنت و شبكات الاتصال أدى إلى زيادة المبيعات للمنظمة			
3-	تسهم التجارة الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة في الاستفادة من خدمات المنظمة الالكترونية المقدمة للزبائن			
4-	يمكن عرض منتجات المنظمة و مواصفاتها و أسعارها و جودتها على الموقع الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية			
5-	الدفع عن طريق البطاقة الائتمانية في التجارة الإلكترونية يؤدي إلى ظهور خلل في نظام الدفع المعتاد في المنظمة			
6-	يمكن إكتشاف الأخطاء عند تجميع البيانات الناتجة عن العمليات المالية بين المنظمة و الزبون في التجارة الإلكترونية و ادخالها لنظام المعلومات المحاسبي و التحقق من صحة البيانات			

			7- معالجة البيانات تتم من أجل تحويلها لمعلومات مفيدة و داعمة للقرار ، ويمكن تحقيق تلك المعالجة في التجارة الإلكترونية
			8- تبادل البيانات عن طريق التجارة الإلكترونية بين المنظمة والزبون يساعد في زيادة التبادلات التجارية
			9- تسهم وسائل الاتصال الحديثة في زيادة كفاءة التجارة الإلكترونية للمنظمة
			10- يمكن أن تزيد أرباح المنظمة نتيجة البيع عن طريق التجارة الإلكترونية
			11- التجارة الإلكترونية تلبى طلب الزبائن المتعلقة بالمنتجات و خفض تكلفتها
			12- بيئة التجارة الإلكترونية تسهم في إعادة تصميم و تعديل و تطوير نظام المعلومات المحاسبي

ثانياً. نظام المعلومات المحاسبي

ت	الحالات	أنتفق	محايد	لأنتفق
13-	يعمل نظام المعلومات المحاسبي على تسهيل الاتصال إلكترونياً بين المحاسبين و الزبائن و غيرهم خارج المنظمة			
14-	يوفر نظام المعلومات المحاسبي معلومات ملائمة لمتخذي القرارات داخل وخارج المنظمة			

			يزود نظام المعلومات المحاسبي المنظمة بمعلومات تتسم بالدورية والإنتظام مما يعزز التعامل بالتجارة الإلكترونية	-15
			يسهم نظام المعلومات المحاسبي في مساعدة المنظمة على التنبؤ وإتخاذ القرارات المتعلقة بالتبادل التجاري إلكترونياً	-16
			يمكن الاعتماد على نظام المعلومات المحاسبي في تحديد الإحتياجات المالية المستقبلية للمنظمة	-17
			تستند المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المحاسبي للمنظمة الى جميع الأدلة والثبوتيات اللازمة للتحقق من صحتها ودقتها.	-18
			يتم إعداد التقارير المالية للمنظمة بشكل موضوعي وبما لا يؤدي إلى تحقيق مصلحة أحد الأطراف دون الآخر	-19
			يتوفر لدى المنظمة كوادر بشرية تتمتع بالخبرات الكافية التي توفير معلومات صحيحة باستخدام نظام المعلومات المحاسبي.	-20
			زيادة التعامل عن طريق نظام المعلومات المحاسبي يؤدي إلى تقليل التكاليف على المنظمة	-21
			يتطلب من العاملين في نظام المعلومات المحاسبي من تطوير قدراتهم ومهاراتهم المعرفية من أجل العمل في التجارة الإلكترونية	-22