The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Commerce
Master of Accounting &Finance

الجامعـــــة الإســـلاميـــة– غـــزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلـيـــــــــة التـجـــــــــارة
ماجستـــيـــر المحاســـبـة والتـمويـل

مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية وفقاً لمتطلبات المعيار الحاسبي الدولي 18 " الإعتراف بالإيراد"

"دراسة ميدانية على البنوك المحلية العاملة في فلسطين "

The relevance of the accounting profession to the e-commerce environment in accordance with the requirements of IAS 18 "Revenue recognition"

"Field study on local banks operating in Palestine"

إِعدَادُالبَاحِثَة

صابرين صبحي حسين محيسن

إِشرَافْ

الأستاذ الدكتور

علي عبدالله شاهين

قُدمَ هَذا البحثُ اِستِكمَالاً لِمُتَطلباتِ الحُصولِ عَلى دَرَجَةِ المَاجِستِيرِ

فِي برنامج المحاسبة والتمويل بِكُليةِ التجارة فِي الجَامِعَةِ الإسلاميةِ بِغَزة

ابريل/2017م – رجب/1438هـ

إقـــــــــرار

أنا الموقعة أدناه مقدمة الرسالة التي تحمل العنوان:

مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية وفقاً لمتطلبات المعيار الحاسبي الدولي 18 " الإعتراف بالإيراد"

"دراسة ميدانية على البنوك المحلية العاملة في فلسطين "

The relevance of the accounting profession to the e-commerce environment in accordance with the requirements of IAS 18

"Revenue recognition"

"Field study on local banks operating in Palestine"

أقر بأن ما إشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، بإستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

I understand the nature of plagiarism، and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis، unless otherwise referenced، is the researcher's own work، and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	**صابرين صبحي حسين محيسن**	اسم الطالب:
Signature:		التوقيع:
Date:		التاريخ:

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية-غزة
The Islamic University of Gaza

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1150

الرقم: ج س غ/35/ Ref:

التاريخ: 2017/05/14م Date:

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحثة/ **صابرين صبحى حسين محيسن** لنيل درجة الماجستير في **كلية *التجارة*/ قسم المحاسبة والتمويل** وموضوعها:

مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18 "الإعتراف بالإيراد" – دراسة ميدانية على البنوك المحلية العاملة في فلسطين

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الأحد 17 شعبان 1438هـ، الموافق 2017/05/14م الساعة الواحدة ظهراً، في قاعة مؤتمرات مبنى اللحيدان ، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

أ.د. علي عبدالله شاهين	مشرفاً و رئيساً	.....
أ.د. سالم عبد الله حلس	مناقشاً داخلياً	.....
أ.د. يوسف محمود جربوع	مناقشاً خارجياً	.....

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحثة درجة الماجستير في **كلية *التجارة*/قسم المحاسبة والتمويل.**

واللجنة إذ تمنحها هذه الدرجة فإنها توصيها بتقوى الله ولزوم طاعته وأن تسخر علمها في خدمة دينها ووطنها.

والله ولي التوفيق،،،

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبدالرؤوف على المناعمة

+97082644400 +97082644800 public@iugaza.edu.ps www.iugaza.edu.ps iugaza iugaza mediaiug iugaza
P.O Box 108, Rimal,Gaza,Palestine ص.ب 108 الرمال . غزة . فلسطين

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة الى التحقق من توافق عمليات الإعتراف بالإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18، حيث سعت الى تحقيق مجموعة من الأهداف تمثلت في تحليل آليات وأساليب الإعتراف بالإيراد الناتج عن بيع السلع والخدمات في التجارة الإلكترونية ومدى الإنسجام مع المعيار الدولي، والتعرف على المبادئ المحاسبية المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومدى إنسجامها مع المعيار الدولي ، كما سلطت الضوء على طبيعة التحديات التي تعترض تطبيق المبادئ المحاسبية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية وعملت على تحليلها والوقوف على طبيعة البرامج المحاسبية المستخدمة ومدى ملاءمتها لبيئة التجارة الإلكترونية .

وقد إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتم الإستعانة بالإستبانة.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن العمليات التى تتم وفقاً لنظام التجارة الإلكترونية عمليات غير ملموسة وتفتقد الى التوثيق فى أغلب مراحله، وأن الطبيعة غير الملموسة للتجارة الإلكترونية وغياب التوثيق لأغلب عملياتها قد ساهما في ظهور المشكلات التى تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة عند التعامل مع هذا النوع من التجارة، وهناك تأثيراً لعمليات التجارة الإلكترونية على مناهج الفكر المحاسبي لبناء النظرية المحاسبية مما يؤخر بناء هذه النظرية لحين الوصول الى معالجات محاسبية متفق عليها،وأن تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية لا يتعاطى مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.

وكان من أهم توصيات الدراسة الإستمرار في البحث نحو إيجاد صيغ وآليات محاسبية جديدة تتعاطى مع معايير المحاسبة الدولية ووضع سياسات محاسبية خاصة بالتجارة الإلكترونية معتمدة من قبل الإدارة المصرفية بحيث تكون كمنهج للتطبيق في كافة العمليات المتعلقة ببيئة التجارة الإلكترونية تأهيل المحاسب على البرامج المحاسبية المتخصصة في ضوء التغييرات البيئية المحيطة.

Abstract

The aim of this study is to verify the compatibility of revenue recognition processes in the e-commerce environment with the requirements of the International Standard No. 18. The study sought to achieve a set of objectives which are the analysis of the mechanisms and methods of recognition of revenue resulting from the sale of goods and services in e-commerce، and their consistency with the international standards. The study also aimed to introduce the accounting principles used to measure revenue in the e-commerce environment and their compatibility with the international standard. It also highlighted and analyzed the nature of the challenges facing the application of accounting principles in the e-commerce environment. The study also reviewed the implemented accounting programs in this regard and investigated their suitability for the e-commerce environment.

The study is based on the descriptive and analytical approach، where the questionnaire has been used as a data collection tool.

One of the most important results of the study is that the processes carried out in accordance with the e-commerce system are intangible and lack documentation in most of its stages. The intangible nature of e-commerce and the absence of documentation for most of its operations have contributed to the emergence of several problems facing accounting and auditing profession when dealing with this type of commerce. The study found that there are an influence of e-commerce operations on the accounting thought and the resulting accounting theory. This delays the construction of this theory until agreed accounting treatments are arrived at. The study also found that the application of accounting methods related to the sale of goods and services in the e-commerce environment is inconsistent with the requirements of the International Standard No. 18.

One of the most important recommendations of the study is to carry out further research to find out new accounting formulas and mechanisms that are consistent with international accounting standards، and to develop accounting policies for e-commerce practices approved by the concerned banking authority. These policies should form a comprehensive method that is applicable in all processes related to e-commerce environment. Finally، the study recommended to build accountants' capacity in the field of using specialized accounting programs to consider the surrounding changes in the profession environment.

الإهدَاْءُ

تظل أبلغ الكلمات واكثرها اعجازا قطرة في بحر مما يجول بخاطري ويسكن اعماقي في هذه اللحظة التي طالما حلمت بها الا وهي لحظة حصولي على درجة الماجستير

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع

الى من بلغ الرسالة وأدى الامانة ونصح الأمة الى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم)

الى من علمني النجاح والصبر ، الى من افتقده في مواجهة الصعاب

ولم تمهله الدنيا لأرتوي من حنانه.. أبي

والى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها ،من علمتني وعانت الصعاب لأصل الى ما أنا فيه ،وعندما تكسوني الهموم أسبح في بحر حنانها ليخفف من الامي .. أمي

الى من يضيئون لي الطريق ، ويساندوني ويتنازلون عن حقوقهم لإرضائي والعيش في هناء إخوتي وأخواتي....

الى رفيق دربي ..... زوجي الغالي

الى شمعات عمري ..... اولادي الأعزاء .

الى أسرتي الثانية .... زملائي في العمل في جامعة فلسطين .

الى أحبتي جميعا .. من قدم لي العون والمساعدة والدعاء

الباحثة

شكرٌ وتقديرٌ

الشكر أولاً وأخيراً لله عز وجل ولي النعم وصاحب التوفيق .....

الى من هم بفكرهم علماء .. وبتواضعهم عظماء .. بترفعهم كُبراء

من كان لهم فضل السبق ومداد القلم .. وكانوا في نصحهم وارشادهم أمناء ..

الى القمم الشماء .. الى الأستاذ الدكتور علي شاهين ، على ما نهلته من ينبوع علمه ، و كان عوناً لي في كل مراحل إعداد رسالتي وأحاطني بعلمه الغزير وسعة صدره ولم يدخر جهداً في توجيهي وإرشادي، أدامه الله لنا ولأهل العلم ذخراُ ووهبه الصحة والعمر المديد .

كما أتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة وهم الأستاذ الدكتور يوسف جربوع والأستاذ الدكتور سالم حلس، اللذان شرفاني بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة واثرائها بالملاحظات والتوجيهات القيمة ، كما أتقدم بجزيل الشكر الى الجامعة الاسلامية هذا الصرح الشامخ والمنارة العلمية التي لا تنطفئ ممثلة بإدارتها ومدرسيها وجميع العاملين فيها.

والشكر موصول عبر نفحات النسيم وأريج الأزاهير وخيوط الأصيل، الى الحضور الكريم الذين شرفوني بحضورهم فشكراً لكم من أعماق قلبي على حضوركم الرائع.

كما أتقدم بجزيل الشكر والإمتنان لجميع أصدقائي وأحبائي الذين شجعوني وآزروني طوال فترة دراستي وفترة كتابتي للرسالة ، والى كل من قدم لي عوناً، أو علمني حرفاً،

الى رموز العطاء ، لهم مني جميعاً خالص الشكر والتقدير .

الباحثة

صابرين صبحي محيسن

بسم الله الرحمن الرحيم

(وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْماً)

صدق الله العظيم

[طه: 114]

فهرس المحتويات

إقـــــرار ..... أ
ملخص الدراسة ..... ت
ABSTRACT ..... ث
الإهدَاْءُ ..... ج
شكرٌ وتقدير ..... ح
فهرس المحتويات ..... د
قائمة الجداول ..... ر
فهرس الأشكال والرسوم التوضيحية ..... س
فهرس الملاحق ..... ش

الفصل الاول الإطار العام للدراسة **1**

1.1 مقدمة 2
1.2 مشكلة الدراسة 3
1.3 أهمية الدراسة 3
1.4 أهداف الدراسة 4
1.5 فرضيات الدراسة 4
1.6 متغيرات الدراسة 5
1.7 الدراسات السابقة 7
1.8 تعليق على الدراسات السابقة 19

الفصل الثاني مفهوم وطبيعة التجارة الإلكترونية وأثرها على مهنة المحاسبة **20**

2.1 مقدمة 21
2.2 مفهوم وخصائص التجارة الإلكترونية 22
2.3 مقومات التجارة الإلكترونية 25
2.4 أشكال وأنماط التجارة الإلكترونية 26
2.5 أثر التجارة الإلكترونية على بيئة الأعمال 27
2.6 أثر التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة 31

الفصل الثالث أسس الإعتراف بالإيراد في ظل بيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها...48

3.1 مقدمة 49

3.2 مفهوم وطبيعة الإيراد 49

3.3 أنواع الإيراد 50

3.4 تحقق الإيراد والإعتراف به 51

3.5 الإعتراف بالإيراد وفق المعيار الدولي الثامن عشر 53

3.6 التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية..... 54

3.7 الحلول المقترحة للحد من تلك التحديات..... 55

الفصل الرابع الطريقة والإجراءات 59

4.1 مقدمة 60

4.2 منهجية الدراسة 60

4.3 طرق جمع البيانات 61

4.4 مجتمع الدراسة 61

4.5 عينة الدراسة 62

4.6 أداة الدراسة 62

4.7 الأساليب الإحصائية المستخدمة 73

الفصل الخامس تحليل البيانات وإختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها 75

5.1 مقدمة 76

5.2 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية 76

5.3 إختبار فرضيات الدراسة 80

الفصل السادس النتائج والتوصيات 98

6.1 النتائج 99

6.2 التوصيات 100

6.3 الدراسات المستقبلية المقترحة 101

المصادر المراجع **102**

الملاحق **111**

قائمة الجداول

جدول (2.1): الفرق بين التجارة الإلكترونية والتقليدية.....26

جدول (4.1): درجات مقياس ليكرت الخماسي 63

جدول (4.2): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18 " والدرجة الكلية للمجال 65

جدول (4.3): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18 " والدرجة الكلية للمجال .. 66

جدول (4.4): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي " والدرجة الكلية للمجال 68

جدول(4.5): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية " والدرجة الكلية للمجال 70

جدول (4.6): معامل الإرتباط بين درجة كل مجال من مجالات الإستبانة والدرجة الكلية للإستبانة 71

جدول (4.7): معامل الفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة 72

جدول (4.8): يوضح نتائج إختبار التوزيع الطبيعي 73

جدول (5.1): توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل 76

جدول (5.2): توزيع عينة الدراسة حسب العمر 77

جدول (5.3): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي 77

جدول (5.4): توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي 78

جدول (5.5): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة 78

جدول (5.6): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية 79

جدول (5.7): توزيع عينة الدراسة حسب حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية 79

جدول (5.8): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.SIG) لكل فقرة من فقرات مجال " تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18 " 80

جدول (5.9): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.SIG) لكل فقرة من فقرات مجال " تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18" 84

جدول (5.10): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.SIG) لكل فقرة من فقرات مجال " الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18 " 88

جدول (5.11): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.SIG) لكل فقرة من فقرات مجال " تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية " 93

جدول (5.12): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.SIG) لجميع فقرات الإستبانة 96

فهرس الأشكال والرسوم التوضيحية

شكل (1.1) متغيرات الدراسة 6

فهرس الملاحق

ملحق رقم (1): الإستبانة II

ملحق رقم (2): رسالة تسهيل المهمة XI

ملحق رقم (3): قائمة بأسماء محكمي الإستبانة XII

الفصل الاول

الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة

يعد الإعتراف بالإيراد من المبادئ المحاسبية الهامة ويقصد بتحقيق الإيراد تحديد النقطة التي يجب عندها الإعتراف بالإيراد وإظهاره في الدفاتر، وتختلف تلك النقطة بإختلاف النشاط ويجب التفرقة بين لفظ إظهار الإيراد ولفظ تحقيق الإيراد فالأولى يقصد بها تسجيل الإيراد في الدفاتر، والثانية يقصد بها تحويل الأصول غير النقدية الي نقدية ومن أهم المعايير الواجب توافرها في مفهوم تحقيق الإيراد قابلية الإيراد للقياس و الفحص والمراجعة وتحقق واقعة إكتساب الإيراد، والأصل هنا أن يتحقق الإيراد عند النقطة التي يتم عندها تحويل المنتج الى العملاء أو يتحقق الإيراد بإستخدام نسب الإتمام كما في قطاع المقاولات أو الإعتراف به عند إستلام النقدية كما في البيع بالتقسيط أو عند إتمام الإنتاج كما في شركات التعدين.

ويواجه تطبيق المبدأ المذكور صعوبات ومفاهيم جديدة نتيجة ظهور العصر الرقمي عصر المعلومات والتقنية المتقدمة الذي أدى إلى إزالة الفواصل والحدود بين دول العالم ، وجعل العالم قرية صغيرة حيث تبدل فيه مفهوم محددات رأس المال وشاعت مفاهيم جديدة منها مفهوم التجارة الإلكترونية والتي تعني خلق سوق مفتوح لتبادل المعلومات والخدمات الإلكترونية (المجمع العربي للمحاسبين القانونيين ،2001م) .

لقد فرض هذا السوق على الوحدات الإقتصادية أن تسعى جاهدةً لتدعيم مركزها التنافسي والتعامل بتلك التجارة والتكيف مع البيئة المحيطة بها، إن النمو المتسارع في حجم التجارة الإلكترونية وما رافق ذلك من تغيير جذري في بيئة الأعمال الخاصة بها من حيث طابعها غير الملموس أدى الى التأثير على نظم المعلومات المحاسبية التي تعتبر العمود الفقري لأية منشأة، والإعتماد على نتائجها كأساس لاتخاذ القرارات، ولكن ذلك يتم في غياب التوثيق المستندي لأغلب مراحل العملية التجارية وبالتالي يصبح من الصعب الحصول على قوائم مالية تتميز بخصائص نوعية في ظل التعامل بتلك التجارة ، وأوجد تحديات تواجه مهنة المحاسبة من حيث طرق التنفيذ ووسائل القياس والتسجيل لكافة المعاملات المالية .

وعلى الرغم من إنتشار هذه التجارة على الصعيد الدولي، لا سيما في الدول المتقدمة لما لها من مزايا لا تعد ولا تحصى وفوائد كبيرة تعود على التاجر والمستهلك والمجتمع ككل من خلال المزايا التي تتمتع بها ، إلا أن هذه التجارة ما تزال محدودة في مجتمعنا الفلسطيني، رغم إتساعها سنة بعد أخرى، وهذا ما تشير له إحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ووزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، حيث أظهرت الإحصاءات الصادرة في شهر أيار 2013م إلى أن 28.5% من المنشآت الإقتصادية الفلسطينية التي لديها إنترنت قامت بمعاملات تجارية

إلكترونياً، وأن نسبة المنشآت التي قامت بمعاملات تجارية بطرق إلكترونية قد بلغت 11.2% من إجمالي المنشآت في الأراضي الفلسطينية في العام 2011م، في حين كانت نسبة المنشآت التي قامت بمعاملات تجارية إلكترونية 4.2% من إجمالي المنشآت في العام 2009م مقارنة مع 2.3 %في العام 2007، هذا التزايد الملحوظ في حجم التجارة الإلكترونية تبعه عدة مشاكل يعاني منها التاجر والمستهلك وحتى الحكومة في فرضها للضرائب وكان من أبرز تلك المشاكل مشكلة الإعتراف بالإيراد ، ومدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية مما إستدعى دراسة تلك المشكلة وسؤال أهل الخبرة في العمل المصرفي في فلسطين للخروج بنتائج من شأنها أن تحد من هذه المشكلة وتدعيم التجارة الإلكترونية في فلسطين بل وتزيد الثقة بها والإقبال عليها مما يرفع الدخل القومي ويعود بالنفع على البلاد ككل .

1.2 مشكلة الدراسة

تتركز المشكلة الأساسية للدراسة في تسليط الضوء على مدى ملاءمة الإطار المفاهيمي لمهنة المحاسبة وآلية الإعتراف بالإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية في ظل مخاطر غياب التوثيق المستندي وغياب الامان الكامل للعمليات وآليات التسديد عبر شبكات الإنترنت العالمية ومدى انسجامها مع المعيار المحاسبي الدولي رقم 18 المتعلق بالإعتراف بالإيراد والتحديات التي تواجه هذه المهنة في ظل التجارة الإلكترونية .

وعليه فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها وفقا لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة التالية :

1. ما مدى ملاءمة أساليب المحاسبة المتبعة لتقنيات بيئة التجارة الإلكترونية ؟
2. ما مدى ملاءمة الإطار المفاهيمي والمبادئ المحاسبية المتعارف عليها لبيئة التجارة الإلكترونية ؟
3. ما مدى ملاءمة البرامج المحاسبية المستخدمة لقياس الإيراد لبيئة التجارة الإلكترونية ؟
4. ما طبيعة التحديات التي تعترض تطبيق المبادئ المحاسبية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.

1.3 أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من أهمية الدور التي تلعبه المبادئ المحاسبية المتعارف عليها وأهمية الإلتزام بتطبيق تلك المبادئ للحصول على نتائج قابلة للمقارنة من سنة مالية لاخرى ، في ظل

تطبيق أساليب التجارة الإلكترونية بغرض تحليل مدى ملاءمة مهنة المحاسبة بقواعدها ومبادئها المعروفة لبيئة التجارة الإلكترونية التي أصبحت إحدى سمات عصر العولمة التي تعيشها مجتمعات الأعمال والتي القت بظلالها على مهنة المحاسبة والتحديات التي تواجهها وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18.

لذلك فإن هذه الدراسة سوف تسهم في الكشف عن جوانب الأداء المحاسبي والمالي للعمليات الإلكترونية ومدى ملاءمتها للمعيار المحاسبي الدولي لغرض توجيه المنظمات المهنية الراعية للمهنة لإعادة بناء ذاتها وتطوير أدائها بما يتناسب مع حجم ونوعية متطلبات البيئة الإلكترونية ، الأمر الذي ينعكس أثره على تطوير المهنة واتباع مستوى الأداء المالي للشركات دعماً لمسيرة الإقتصاد الوطني وزيادة رفاهية المجتمع المالي وتوفير مادة علمية تساعد في تقديم مقترحات يستفاد منها في الجانب الأكاديمي والهيئات والمؤسسات العاملة في قطاع المال.

1.4 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى التحقق من توافق عمليات الإعتراف بالإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18 من خلال الآتي:

1. تحليل آليات وأساليب الإعتراف بالإيراد الناتج عن بيع السلع والخدمات في التجارة الإلكترونية ومدى الإنسجام مع المعيار الدولي .
2. التعرف على المبادئ المحاسبية المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومدى إنسجامها مع المعيار الدولي .
3. تحليل طبيعة التحديات التي تعترض تطبيق المبادئ المحاسبية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.
4. الوقوف على طبيعة البرامج المحاسبية المستخدمة ومدى ملاءمتها لبيئة التجارة الإلكترونية .

1.5 فرضيات الدراسة

لقد تم الإعتماد في الإجابة على مشكلة الدراسة وأهدافها في الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: لايوجد توافق ذو دلالة إحصائية في تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.

الفرضية الثانية: لايوجد توافق ذو دلالة إحصائية بين تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.

الفرضية الثالثة: لا يوجد توافق ذو دلالة إحصائية بين الاسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم18.

الفرضية الرابعة: تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .

1.6 متغيرات الدراسة

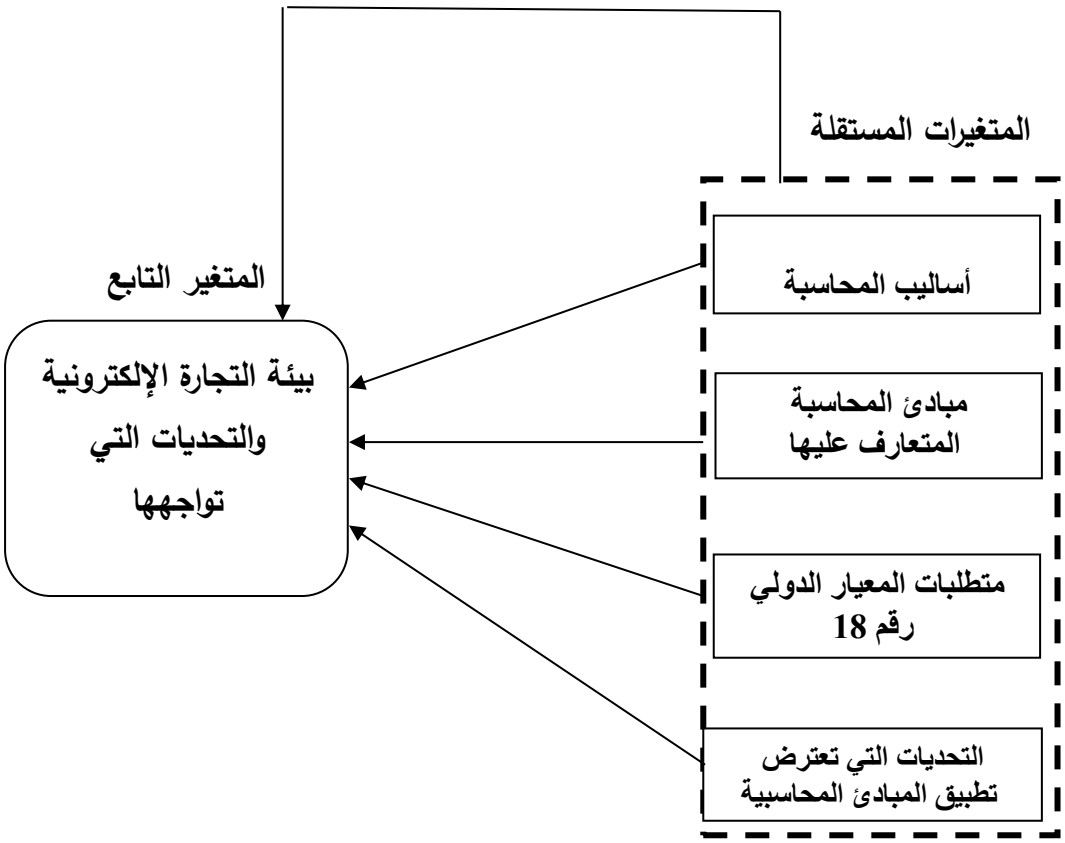
- **المتغيرات المستقلة**

تتمثل المتغيرات المستقلة للدراسة بمجموعة من العوامل التي تؤثر في تطبيق معيار رقم 18 في ظل عمليات التجارة الإلكترونية متمثلة بالتالي:

1. أساليب المحاسبة.
2. مبادئ المحاسبة المتعارف عليها .
3. متطلبات المعيار الدولي رقم 18.
4. التحديات التي تعترض تطبيق المبادئ المحاسبية

- **المتغير التابع**

يتمثل المتغير التابع ببيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها.



شكل (1.1) متغيرات الدراسة

1.7 الدراسات السابقة :

اولاً: الدراسات باللغة العربية :

1. دراسة (خلفي ،2016 م) بعنوان " التجارة الإلكترونية واليات الحماية القانونية ، دراسة مقارنة "

هدفت الدراسة الى بيان التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في المغرب والجرائم الواقعة عليها، وماهي المخاطر المصاحبة وسبل توفير الحماية الجنائية والمدنية للتجارة الإلكترونية في ظل الفراغ الحاصل في تشريعات الدول العربية مقارنةً بالدول الغربية .

وقد إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل الظاهرة بالإضافة الى المنهج النقدي مرة أخرى مع إعتماد القوانين المقارنة في ظل التشريعات العربية والغربية .

وقد توصلت الدراسة الى أن المشرع المغربي قد خطى خطوات إيجابية في مجال سن تشريعات حديثة لمواجهة الجريمة المعلوماتية وأصبح للقاضي المغربي آليات البت في قضايا الجريمة الإلكترونية لضمان عدم المساس بمبدأ مقدس في مجال العدالة الجنائية متأثراً بالتجربة التشريعية الفرنسية.

وأوصت الدراسة بضرورة بذل المزيد من الحماية القانونية لأن التشريعات العربية ما زالت عاجزة عن تحقيق الحماية المدنية والجنائية للتجارة الإلكترونية بفعل خلوها من القوانين التي تضمن هذا النوع من الحماية.

2. دراسة (تماضر محمد، 2016م) بعنوان "محددات قياس ضريبة أرباح أعمال التجارة الإلكترونية وأثرها فى تحديد الوعاء الضريبى في ديوان الضرائب في السودان"

هدفت الدراسة الى معرفة القصور في التشريعات الضريبية السودانية وطبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الإلكترونية والبنية التحتية والكوادر البشرية وتأثيرها في قياس وعاء ضريبة أرباح الأعمال لنشاطات التجارة الإلكترونية ، تمثلت مشكلة الدراسة في وجود قصور في التشريعات الضريبية التقليدية وصعوبة تحديد السلع والخدمات المتداولة إلكترونياً، عدم وجود بنية تحتية ملائمة ، عدم وجود كوادر بشرية مؤهلة إلكترونياً، اعتمدت هذه الدراسة المنهج التاريخي الوصفي التحليلي الاستنباطي .

وتوصلت الدراسة الى نتائج من أهمها التعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية يتطلب لوائح وإجراءات مختلفة عن التجارة التقليدية، وصعوبة متابعة السلع والخدمات المتبادلة إلكترونياً

وأن هناك حاجة للتدريب على تقنيات التجارة الإلكترونية ، وأن هناك حاجة للتنسيق بين سلطات الضرائب ذات الصلة بعمليات التجارة الإلكترونية .

وكانت من أهم التوصيات التي خرجت بها تلك الدراسة ضرورة تطوير التشريع الضريبي السوداني ليشمل التجارة الإلكترونية ، ويجب إلزام المنشآت البائعة المكلفة بتحصيل ضريبة أرباح الأعمال بضرورة تقديم الإقرار الضريبي السنوي متضمناً الصفقات الإلكترونية ، وتطوير الإدارة الضريبية من حيث التأهيل العلمي والعملي الذي يواكب التطورات التكنولوجية ، والتعرف على الأنظمة الضريبية للدول الأخرى ، وربط الإدارة الضريبية وجميع الجهات ذات الصلة بالشبكة العالمية الإنترنت .

3. دراسة (بنات،2012م) بعنوان" الصعوبات التي تواجه السلطات الضريبية الأردنية في تحديد الضريبة على الدخل في ظل التجارة الإلكترونية " :

هدفت الدراسة الى مناقشة الصعوبات التي تواجه السلطات الضريبية الأردنية في تحديد الضريبة على الدخل في ظل التجارة الإلكترونية والتي تم حصرها في تحديد السيادة الضريبة، وتجنب الازدواج الضريبي ، والحد من التهرب الضريبي وإمكانية تحديد الدخل الخاضع للضريبة في ظل التجارة الإلكترونية .

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي عن طريق وصف المشكلة ومن ثم تحليلها عن طريق الإستبانة وتحليله إحصائياً.

وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة كان من أهمها أن السلطات الضريبية في الأردن تواجه صعوبات ومعيقات متعلقة في فرض ضريبة الدخل على عمليات التجارة الإلكترونية ، وجود العديد من الصعوبات المتعلقة في تحديد الدولة صاحبة السيادة الضريبية، عدم القدرة على تحديد الدول صاحبة الحق في فرض الضريبة لمنع الإزدواجية.

وأوصت الدراسة بضرورة تشجيع الجهات الرسمية ومنها السلطات الضريبية في الأردن للبحث عن تدابير مجدية للتغلب على الصعوبات التي تواجهها في فرض الضريبة على دخل التجارة الإلكترونية وبما يواكب المستجدات والثورة التقنية المرتبطة بها.

4. دراسة (النجداوي وشخاترة،2012م) بعنوان "مدى قدرة الاعمال على تطبيق متطلبات معيار الدولي للمحاسبة (الإعتراف بالإيراد) في ظل التجارة الإلكترونية ".

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى قدرة منظمات الأعمال على تطبيق معيار المحاسبة الدولي الإعتراف بالإيراد في ظل التجارة الإلكترونية ، دراسة ميدانية على الشركات الأردنية التي تستخدم التجارة الإلكترونية ، وقد إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتصميم إستبانة وزعت على عينة الدراسة البالغة أربع شركات.

تبين من نتائج الدراسة أن هناك تأثير لغياب التوثيق المستندي في ظل التجارة الإلكترونية على الإعتراف بالإيراد وتدقيق العمليات، كما أن عملية الإعتراف بالإيراد تتأثر بغياب التوثيق المستندي في تعاملات التجارة الإلكترونية ، الى جانب وجود تأثير للتجارة الإلكترونية على هيكلة المنشأة وأنظمتها المحاسبية. كما تبين وجود تأثير لغياب معايير محاسبية دولية على توليد الثقة في التعاملات الإلكترونية .

وقد أوصت الدراسة بضرورة مراعاة العمل على تأهيل كل من المحاسبين والمدققين وتعلمهم بتكنولوجيا المعلومات بشكل عام، وبتعاملات التجارة الإلكترونية بشكل خاص من قبل المجتمعات المهنية الأردنية .وضرورة إيجاد معايير محاسبية دولية وإعادة صياغتها بشكل يتلاءم مع التغييرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية. وضرورة إيجاد تشريعات دولية بين الدول تحكم تعاملات التجارة الإلكترونية .

5. دراسة(الجعبري،مجدي،2012م) بعنوان "مدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية"

هدفت الدراسة الى التعرف على البيئة التجارية الجديدة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية ، ومقارنتها مع البيئة التجارية التقليدية، ومعرفة مدى كفاية الإطار المفاهيمي للمحاسبة المالية للتعامل مع العمليات التي تتم وفقا للتجارة الإلكترونية ، وحصر المشاكل التي تواجه مهنة المحاسبة في ظل تلك البيئة، وإقتراح حلول لذلك.

وقد إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، من خلال تحليل السياسات المحاسبية والإطار المفاهيمي للمحاسبة، وعمليات للتجارة الإلكترونية وأسلوب التعامل معها من وجهة النظر المحاسبية بإستخدام الإستبانة لمعرفة مدى كفاية الإطار النظري للتعامل مع تلك العمليات .

وكان من أهم نتائجها أن العمليات التي تتم وفقاً لبيئة التجارة الإلكترونية تعد عمليات غيرملموسة وتفتقد الى التوثيق في أغلب مراحلها، وأن الطبيعة غير الملموسة للتجارة الإلكترونية

وغياب التوثيق لمعظم عملياتها قد ساهمت في وجود المشكلات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة عند التعامل مع هذا النوع من التجارة، وأن هناك تأثير لعمليات التجارة الإلكترونية على مناهج الفكر المحاسبي لبناءالنظرية المحاسبية.

وكان من أهم توصيات الدراسة ضرورة تأهيل المحاسبين والمراجعين بضوابط وأسس تكنولوجيا وإعادة النظر بمعايير المحاسبة الدولية والفروض والمبادئ المحاسبية لتتوافق مع طبيعة تلك العمليات ، إنشاء شركات تدقيق إلكترونية تعمل موازية لشركات التدقيق التقليدية تكون مهمتها فحص السياسات والإجراءات الإلكترونية التي تتبعها شركات التجارة الإلكترونية ، مع مراعاة تطوير مناهج التعليم والتدريب المحاسبي لتشمل تكنولوجيا المعلومات وتقنيات التجارة الإلكترونية .

6. دراسة (المشهداني والعبادي ،2011م) بعنوان"التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية "

هدفت الدراسة الى تحليل الصعوبات التي تواجه مهنة المحاسبة والتدقيق في ظل عمليات التجارة الإلكترونية ، وعرضت أهم المشاكل التي تواجه المهنة كما إقترحت بعض الحلول للحد من الصعوبات التي تواجه مهنة التدقيق والمحاسبة في بيئة التجارة الإلكترونية ، كما إقترحت بعض المهارات المطلوبة من كل من المدقق والمحاسب للتعامل مع البيئة الجديدة.

ولتحقيق تلك الأهداف المنشودة إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال التركيز على الجوانب الفكرية النظرية لموضوع التجارة الإلكترونية كثورة تقنية جديدة والتحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والتدقيق في ظل تللك البيئة .

وكان من أهم نتائج الدراسة وجود أثار للتجارة الإلكترونية على نظام المعلومات المحاسبية للمنشاة ومعايير المحاسبة والمراجعة ، زيادة أعمال المراجعة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية ، وأن برامج المحاسبة على الرغم من شمولها العديد من الأمور المحاسبية إلا أنها غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات.

وأوصت الدراسة بتطوير الإطار الفكري للمحاسبة بحيث يستوعب التغيرات التي أحدثتها عمليات التجارة الإلكترونية ، تطوير مناهج التعليم المحاسبي وإدراك تأثير التقنية والعولمة على المحاسبة ، العمل على تطوير التشريعات الضريبية بما يتناسب مع التطورات في عالم العولمة ووضع آليات وإجراءات جديدة لعمل مهنة المحاسبة والمراجعة لإضفاء الأمان والموثوقية لجميع مدخلات ومخرجات النظام المحاسبي .

7. دراسة (مشتهى، واخرون،2011م)بعنوان "مدى موثوقية نظم المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين مؤشرات الأداء المصرفي "

هدفت الدراسة الى قياس موثوقية نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية في المصارف الأردنية والفلسطينية، من خلال التعرف على مدى توفيرها لمبادئ موثوقية أنظمة المعلومات (SysTrust) الموضوعة من قبل : المعهد الأمريكي للمحاسبين القانويين والمعهد الكندي للمحاسبين القانونيين التي تشمل خمسة مبادئ من شأنها توفير الثقة بالنظم الإلكترونية . ثم دراسة أثر ذلك في مؤشرات الأداء المصرفي الأردني والفلسطيني، التي تشمل : مؤشرات الأداء المالي، والأداءالتشغيلي، وأداءالأسهم.

واستخدمت الدراسة الأسلوب التحليلي من خلال تحليل المشكلة احصائيا وتوصلت الدراسة ان نظم المعلومات في المصارف الأردنية والفلسطينية تفي بمبادئ موثوقية النظم، ولكن بنسب متفاوتة حسب الدلالات الاحصائية ولكنها لم تجد إختلاف فيما يتعلق بتوفير أنظمة المعلومات المحاسبية لمبادئ الموثوقية.

وقد أوصت الدراسة بأهمية مراعاة مدى عدم مقدرة المدقق الخارجي على أداء خدمة توكيد الثقة بالنظم الإلكترونية ؛ نظرًا لعدم توافر المهارات الضرورية لذلك توصي المصارف بأن تفوض المدقق الداخلي بهذه المهمة، من خلال منحه الصلاحيات لذلك مع توفير الخبرات والمهارات الضرورية له، مما يساعد في فصل بين الوظائف وتحقيق رقابة أكثر فاعلية، حيث ما زالت مهمة التحقق بيد (SysTrust) من توفير متطلبات مبادئ الموثوقية العاملين بأقسام تكنولوجيا المعلومات، ضرورة استجابة المدققين الخارجيين للنداءالموجه لهم من المعهدالأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) بضرورة أداءخدمات توكيد الثقة في النظم والمواقع الإلكترونية .وتدعو الجمعيات المهنية المهتمة بعمل المدقق الخارجي الى رفع مهاراته في مجال التدقيق الإلكتروني لكي يتمكن من مسايرة التطورات الحادثة في مهنة التدقيق، وضرورة قيام المدقق الداخلي بمهامه الرقابية لتشمل موثوقية النظم .

8. دراسة (مطاحن،2009م) بعنوان "مدى قدرة مدقق يالحسابات الخارجيين على تدقيق الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية "

هدفت الدراسة الى الوقوف على أهمية مهنة تدقيق الحسابات في ظل تطور التجارة الإلكترونية وفقاً للمشروع الأمريكي الكندي المشترك الخاص بتدقيق معاملات التجارة الإلكترونية ، والتعرف الى المعوقات أو العقبات التي تواجه مدققي الحسابات الخارجيين لدى تدقيق حسابات الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية .

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تحليل أبعاد المشروع الأمريكي الكندي وتنظيم إستبانة متخصصة حول بنود ذلك المشروع ووزعت على عينة بلغت160 مدققاً خارجياً من أصل المجتمع البالغ 484 وتم تحليل الإجابات بإستخدام الأسلوب الوصفي التحليلي.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن ربط النظام المحاسبي للشركة مع موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت والمكون من السياسات والإجراءات كان له دور مهم في توفر الثقة والأمان وتوكيد المعاملات مع العملاء والزبائن مما يعزز من قدرة مهنة المحاسبة والتدقيق في التعامل مع متطلبات التجارة الإلكترونية .

وقد أوصت الدراسة بضرورة إيجاد آلية مشتركة من قبل مكاتب التدقيق في الأردن تكون مهمتها تأهيل المدققين تكنولوجياً، ودعت الى تحديث برامج الجامعات بشكل يلائم التطورات حيث تعد الجامعات البنية التحتية الأولى لأي مهنة بما فيها مهنتي المحاسبة والتدقيق، وأوصت بتطوير اليات عقد دورات متخصصة أو ورشات عمل من قبل جمعية مدققي الحسابات الخارجيين الأردنيين لمواكبة التطورات المتلاحقة في بيئة التجارة الإلكترونية .

9. دراسة (العميري والمعتاز ،2007 م)بعنوان" أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط أعمال المراجعة "

هدفت الدراسة الميدانية الى التعرف على مدى تأثر تخطيط عملية المراجعة بتحول المنشآت من النظام التقليدي إلى نظام التجارة الإلكترونية .

وقد استخدمت الدراسة الأسلوب الوصفي التحليلي والدراسة الميدانية من خلال إستبانة تم تصميمها لهذا الغرض وكان من أهم نتائج الدراسة وجود تأثير واضح للتجارة الإلكترونية على معايير المراجعة وبيئة الأعمال وبالتالي يجب إعادة النظر في معايير المراجعة نظراً للإرتباط بين العمليات التجارية والمحاسبة خاصة فيما يتعلق بتخطيط أعمال المراجعة والتجارة الإلكترونية كهدف أساسي.

وكان من أهم توصيات الدراسة ضرورة إستمرار الدراسات الميدانية المحاسبية في مجال التجارة الإلكترونية ، ومعرفة مدى تأثيرها على العديد من موضوعات المحاسبة والمراجعة وخاصة أثر ممارسة التجارة الإلكترونية على أدلة الإثبات التي تغيرت في ظل التجارة الإلكترونية ، ضرورة قيام الجهات الرسمية والمهنية، كوزارة التجارة والهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين، بدورها في زيادة وعي المجتمع بنظام التجارة الإلكترونية ، وعقد الندوات، وإصدار النشرات، وورش العمل المتخصصة لإيضاح كافة الجوانب المحاسبية التي تتأثر بهذا النظام الجديد، وتطوير

مناهج التعليم المحاسبي في الجامعات السعودية لتواكب التطور التقني والتجاري بصورة تتلاءم مع تطورات بيئة الأعمال الحديثة وتلبي حاجات ومتطلبات سوق المهنة.

10. دراسة(يحيى، 2005م) بعنوان " تأثير التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية"

هدفت الدراسة الى معرفة طبيعة التجارة الإلكترونية وعلاقتها بعمل نظم المعلومات المحاسبية في الشركات العراقية التي تعمل في ظلها، وتحديد أهم تأثيرات التجارة الإلكترونية على مكونات ومقومات نظم المعلومات المحاسبية.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وذلك من خلال الإستعانة بالمصادر العلمية ذات العلاقة بموضوعات نظم المعلومات المحاسبية والتجارة الإلكترونية ونظم المعلومات الإدارية و تقنيات المعلومات والإتصالات.

وكان من أهم نتائج الدراسة وجوب أن تأخذ الشركات بعين الإعتبار جميع التطورات التي تحدث في المجالات المتعددة المحيطة ببيئتها وخاصة ما يتعلق بالتطورات المستجدة في مجال إستخدام تقنيات المعلومات والإتصالات الحديثة والتي تمثل التجارة الإلكترونية إحداها، كما أن عمل نظم المعلومات المحاسبية في الشركات التي تعمل في ظل التجارة الإلكترونية يتطلب الإهتمام بالكادر البشري وتطوير مهاراته المعرفية في مجالات إستخدام أساليب تقنيات المعلومات لكي يكون بمقدوره التعامل معها وتحقيق الفائدة من إستخدامها في مجال عمل نظم المعلومات المحاسبية.

وأوصت الدراسة بضرورة مواصلة البحث العلمي نحو تحديد ودراسة أهم تأثيرات إستخدام الأساليب الأخرى لتقنيات المعلومات والإتصالات الحديثة على نظم المعلومات المحاسبية و إمكانية تعزيز الدراسة الحالية بدراسة ميدانية في عدد من الشركات التي تعمل في ظل التجارة الإلكترونية للوقوف على مدى الأخذ بعين الإعتبار هذه التأثيرات على نظم المعلومات المحاسبية من الناحية التطبيقية .

11. دراسة (دهمش والقشي،2004م) بعنوان "مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية"

هدفت الدراسة الى التعرف على بيئة التجارة الإلكترونية ومقارنتها بيئة التجارة التقليدية و تحديد فيما إذا كانت السياسات المحاسبية المعمول بها تلائم البيئة التجارية الجديدة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية ، وتحديد المشاكل التي تواجه مهنة المحاسبة في ظل التجارة الإلكترونية .

وكان من أهم نتائج الدراسة أن التجارة الإلكترونية تعمل في بيئة غير ملموسة وفريدة من نوعها، وتفتقد الى التوثيق المستندي، ونظرا لذلك فإن مهنتي المحاسبة والتدقيق تواجهان مشاكل في عدم وجود آلية محددة للإعتراف بالإيرادات المتولدة عبر التجارة الإلكترونية، عدم وجود آلية محددة للتخصيص الضريبي.

وقد إستخدمت الدراسة الأسلوب الوصفي، وأوصت الدراسة بضرورة إعتماد جهة تدقيق مؤهلة تكنولوجياً لتدقيق سياسات وإجراءات نظام الشركة المحاسبي المرتبط بالتجارة الإلكترونية ، وتأهيل كل من المحاسبين والمدققين وتثقيفهم بتكنولوجيا المعلومات بشكل عام وبتعاملات التجارة الإلكترونية بشكل خاص، مع ضرورة إعادة هيكلة نظم التعليم والتدريب على جميع مستويات مهنتي المحاسبة والتدقيق بغرض الإلمام بتقنيات تكنولوجيا المعلومات بشكل عام، وبالتجارة الإلكترونية بشكل خاص، وضرورة إعادة النظر بنظرية المحاسبة وتحديث مفاهيمها بشكل يتماشى مع بيئة التجارة الجديدة والمتمثلة ببيئة التجارة الإلكترونية ، مع ضرورة إعادة النظر بمعايير المحاسبة الدولية وصياغتها بشكل يتلاءم مع التغييرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية .

12.دراسة (القشي ،2003م) بعنوان "مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية"

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على المشاكل التي تواجه نظم المعلومات المحاسبية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية ، وتطوير نموذج يربط بين نظام المعلومات المحاسبي والتجارة الإلكترونية وذلك بعد تحليل إحدى أهم مشاريع تدقيق التجارة الإلكترونية الذي تم بالإشتراك بين معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي ومعهد المحاسبين القانونيين الكندي.

وقد استخدمت الدراسة الأسلوب الوصفي ولتحقيق ذلك قامت الدراسة بالإطلاع على معظم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع التجارة الإلكترونية وما يرافقها من مشاكل تقنية ومحاسبية وسبل معالجتها.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن التجارة الإلكترونية أثرت على جميع المجالات المهنية بشكل عام وعلى مهنتي المحاسبة والتدقيق بشكل خاص ، وأن التجارة الإلكترونية تعمل في بيئة فريدة بحيث أن جميع العمليات التي تتم من خلالها عمليات غير ملموسة تفتقد للتوثيق المستندي في معظم مراحلها ، وقد توصل الى حقيقة مفادها أن نظرية المحاسبة وبشكلها الحالي لم تستطع معالجة الية التحقق والإعتراف بالإيرادات المتولدة عبر عمليات التجارة الإلكترونية ،ويمكن حل كثير من المشاكل المصاحبة للتجارة الإلكترونية بشكل عام ومشكلتي الإعتراف بالإيراد والتخصيص الضريبي بشكل خاص إن تمكنا من توفير سياسات وإجراءات عملية تساهم

في تحقيق الأمان والموثوقية والتوكيدية لمخرجات النظام المحاسبي المتعامل بالتجارة الإلكترونية ، وأن توفير كل من الأمان والموثوقية والتوكيدية لا يمكن تحقيقه الا من خلال إنشاء وتطوير نظام ربط بين نظام الشركة المحاسبي وموقعها الكتروني على شبكة الإنترنت ، وذلك ضمن سياسات وإجراءات تقنية ومحاسبية تعتمدها الشركة ويتم التدقيق عليها من جهة خارجية مؤهلة محاسبيا وتكنولوجيا.

وقد خلصت الدراسة إلى تطوير نظام ربط بين نظام الشركة المحاسبي وموقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت والمكون من عدة سياسات وإجراءات توفر الأمان والموثوقية والتوكيدية لتعاملات العملاء والزبائن مع الشركة وعبر موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت.

ثانياً: الدراسات الأجنبية :

1. دراسة **(Lim،and athares،2014م) بعنوان : "الثقة والارتياح وإعادة الشراء على شبكة الإنترنت"**

Trust ،Satisfaction ،and on line repurchase intention: themoderating role of perceived effectiveness of e-commerce institutional mechanisms "

هدفت الدراسة الى بيان وتحليل آثارالتجارة الإلكترونية على الثقة والشراء عبر الإنترنت في الصين وأوضحت دور تقنيات التجارة الإلكترونية المستخدمة في سياق إعادة الشراء عبر الإنترنت وأنه يجب دعم ثقة العملاء في بيئة التجارة الإلكترونية .

وقد استخدمت المنهج المسحي الاستقصائي لأنه أكثر المناهج تكيفاً للحصول على حقائق شخصية واجتماعية حسب الدراسة.

وكانت من أهم نتائج الدراسة أن للتقنيات المستخدمة في عمليات التجارة الإلكترونية أثر كبير في ثقة المستهلك والرغبة في إعادة الشراء مرة أخرى .

وقد كان من أهم التوصيات أنه يجب تركيز البائعين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية على بناء الثقة مع العملاء وعما استراتيجية معينة لبناء تلك الثقة وفقاً لمستوى تقنيات التجارة الإلكترونية وقد قدمت هذه الدراسة فهم لدور التقنيات المستخدمة في التجارة الإلكترونية في إعادة الشراء عبر الإنترنت وهذا البحث ليس فقط لتحديد حدود وشروط للثقة بين المتعاملين ولكن يعزز الفهم التقنيات المختلفة وانطلاق الأبحاث لزيادة استكشاف تأثير العوامل التقنية على التجارة الإلكترونية

2. دراسة (Pathak ، 2006) بعنوان :"عوامل نجاح تخطيط التدقيق بين الأعمال في التجارة الإلكترونية

"Audit Resource Planning Success inB2B E-Commerce Engagement: An Empirical assessment of TheorizedConstructs، Manifest Variables measurement and second Order Factor.Model"

هدفت الدراسة الى الإطلاع على تعقيدات التجارة الإلكترونية في تقنيات التدقيق بشكل عام، والعلاقة بين تخطيط مصادر التدقيق ومصادر الأشخاص المؤهلين لتدقيق مثل هذا النوع من العمليات خاصةً، حيث حاولت هذه الدراسة إنشاء إطار نظري يظهر عملية تخطيط التدقيق في ظل التجارة الإلكترونية ، وقد ركزت الدراسة على نوع واحد من العمليات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية (B2B) أي العمليات التي تتم بين التجار بعضهم البعض من خلال التجارة الإلكترونية .

وقد استخدمت الدراسة الأسلوب التحليلي وكان من أهم نتائج الدراسة إقتراح نموذج لتدقيق التجارة الإلكترونية التجارة الإلكترونية التي تتم وفقاً ل(B2B) بشكل يتماشى مع المشروع الامريكي الكندي المشترك ، وكانت من أهم توصيات الدراسة أنه يجب على المدقق الذي يتعامل مع هذا النوع من التجارة أن يكون مؤهلاً بشكل تقني عالي يترافق مع خبرات متراكمة عبر التدريب المكثف .

3. دراسة (Julie Hicks2004) بعنوان:"التجارة الإلكترونية وتأثيرها على مهنة المحاسبة"

"E-commerce and Its Impacton the Accounting Profession"

هدفت الدراسة الى تحليل ومناقشة آثار التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي تشهده بيئة الأعمال.

وقد إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لوصف المشكلة والخروج ببعض الحلول لمعالجتها.

وكان من أهم نتائج الدراسة وجود بعض المشاكل التي تواجه الشركات التي تقدم خدمات تمتد لما بعد الدورة التشغيلية أو السنة المالية وكان أبرزها الشكوك حول الإعتراف بالإيرادات والمصروفات.

وكان من أهم توصيات الدراسة ضرورة قيام الجمعيات والهيئات التنظيمية المهنية معالجة القضايا المتعلقة بتأثير التجارة الإلكترونية على المهنة خاصة في ظل التوسع الهائل للتكنولوجيا

لأن الشركات التي تلبي إحتياجات عملائها من خلال التجارة الإلكترونية تستطيع أن تتحصل على أكبر قدر من العوائد وتحقق مزيداً من النجاحات .

4. دراسة (American Business & Privacy , 2002): بعنوان "الخصوصية داخل وخارج شبكة الإنترنت :ما يريده المستهلك"

"Privacy On and Off the Internet: What Consumers Want".

هدفت الدراسة الى تحليل المخاوف المتعلقة بالخصوصية و المعلومات والإجراءات التجارية الشخصية لحماية المستهلك ، وطريقة تفكير المستهلك حول القضايا المتعلقة بالخصوصية وما يبحث عنه من حيث الحماية والضمانات عبر شبكة الإنترنت ، وأهمية الخصوصية التي تهم المستهلك بالدرجة الأولى، وإقتراح حلول يمكن أخذها بعين الإعتبار من قبل الشركات للحصول على ثقة المستهلك المتعامل معها عبر الإنترنت .

وقد استخدمت الدراسة أسلوب المقابلات بالإضافة لإستبيانات معدة مسبقاًمع 1529 من البالغين عبر شبكة الإنترنت وكانت تلك العينة مختارة من قاعدة بيانات هاريس (HPOL) التي تضم ملايين الراغبين بالمشاركة بهذا المشروع وقد كانت المقابلة 15 دقيقة .

وقد كان من أهم نتائج الدراسة أن هناك مخاوف من قبل المستهلك في الحفاظ على خصوصيته في التعامل عبر الإنترنت وهناك قناعة لدى المستهلكين أن القوانين المعمول بها لا تفي بمتطلبات الخصوصية والحماية وبالتالي تحد من تعاملهم بالتجارة إلكترونياً وخصوصاً بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر .

وكان من أهم التوصيات التي خلصت اليها الدراسة ضرورة قيام الشركات بمعرفة كيفية إدارة معلوماتها الخارجية والداخلية ، والتعرف على المخاطر المصاحبة لخصوصية المعلومات الواردة عبر شبكة الإنترنت، و تطوير سياسات تعزز ثقة المستهلك بها والإفصاح عن هذه السياسات لتدعيم قناعة المستهلك ، و تطبيق تلك السياسات في البنية التحتية للشركة، وإنشاء قنوات إتصال لفحص سياسات الشركة ومدى تلبيتها لحاجات المستهلك التعاون مع شركة خدمات تكنولوجية التي تستطيع أن تؤكد صحة السياسات والإجراءات المتخذة من قبل الشركة في تأمين الخصوصية عبر التعامل بالتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.

5. دراسة (Glover and Ijiri ،2000) بعنوان الإيرادات المحاسبية في عصر التجارة الإلكترونية ، إكتشاف أطر مفاهيمية وتحليلية "

"Revenue Accounting" in the Age of E-Commerce: Exploring Its conceptual and Analytical Frameworks".

هدفت هذه الدراسة الى الإطلاع على مبدأ الإعتراف بالإيراد جنباً الى جنب مع الاطار النظري للمحاسبة في ظل التجارةالإلكترونية ، حيث ناقشت الدراسة وبشكل عميق مبدأ التكلفة التاريخية المستخدم في التجارة التقليدية وأنه أصبح عديم الجدوى في التجارة الإلكترونية ، وقد قامت تلك الدراسة بمناقشة الإطار المفاهيمي للمحاسبة والمصمم من قبل مجلس معايير المحاسبةالمالية الأمريكية (FASB)، جنباً الى جنب معتعليمات هيئة الأوراق المالية الأمريكية (SEC).

واستخدمت الدراسة الأسلوب الوصفي في طرح الموضوع.

وكان من أهم نتائجها أن هناك ضعف ملحوظ في المحاسبة التقليدية لا يتماشى مع متطلبات التجارة الإلكترونية وخصوصاً في غياب معايير أو مبادئ أو مفاهيم تحدد اليات الإعتراف بالإيراد في ظل التجارة الإلكترونية ، وأن الإطار المفاهيمي بشكله الحالي قد تم تصميمه في ظل التجارة التقليدية ضمن عوامل متوفرة للتوثيق المستندي ولذا فهو يعجز عن مسايرة عمليات التجارة الإلكترونية .

وقد أوصت الدراسة موجهة التوصية بشكل أساسي الى مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي وهيئة الأوراق المالية الأمريكي بضرورة التعاطي مع متطلبات التجارة الإلكترونية ، وإعادة النظر بشكل جذري بالإطار المفاهيمي للمحاسبة ومعايير المحاسبة ، والتركيز بشكل كبير على اليات الإعتراف بالإيراد في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .

6. دراسة **(Folkerts,1997) بعنوان:" إعادة إصلاح نظم المدفوعات"**

" The Reform of Wholesale Payment Systems"

هدفت الدراسة الى التعرف على أهمية الوسطاء في تنفيذ عمليات التسوية وبالأخص البنوك وكذلك الى تحديد أنواع أنظمة الدفع المتبعة في البنوك العاملة في مجال التجارةالإلكترونية .

وتوصلت الدراسة الى أن عمليات تطوير نظم التسوية تؤدي الى زيادة إجمالي الدخل القومي كذلك الى زيادة التدفقات النقدية للبنك المتعامل بهذه النظم وخاصة نظام التسوية الفورية.

وأوصت الدراسة بإنشاء نظم مصرفية قوية تمنع من مخاطر التفكك الشبكي وذلك من خلال إنشاء بنية تحتية قوية تحول دون وجود مثل هذه المخاطر كذلك أوصت بالربط

بين نظم الدفع الموحدة كربط نظم الدفع الفورية في أوربا من نفس النظام في أمريكا وكذلك بضرورة التوافق وتعزيز الجهود لكي تتم عملية تطوير أنظمة الدفع والرقي بها.

1.8 تعليق على الدراسات السابقة :

تناولت الدراسات السابقة موضوع التجارة الإلكترونية من عدة جوانب وألقت الضوء على عدة مشاكل تواجه مهنة المحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية كان من أهمها مناقشة الصعوبات التي تواجه السلطات الضريبية في تحديد الضريبة على الدخل في ظل التجارة الإلكترونية والتي تم حصرها في تحديد السيادة الضريبة، وتجنب الازدواج الضريبي، والحد من التهرب الضريبي وإمكانية تحديد الدخل الخاضع للضريبة في ظل التجارة الإلكترونية ، والمشاكل التي تواجه نظم المعلومات المحاسبية وإمكانية تطوير نموذج يربط بين نظام المعلومات المحاسبي والتجارة الإلكترونية ،كما تعرضت لتحليل المخاوف المتعلقة بالخصوصية لدى المستهلك والثقة والأمان عبر الشبكة العنكبوتية والمشاكل التي يواجهها وتعرضت لقياس موثوقية نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية والتعرف على مدى توفيره المبادئ موثوقية أنظمة المعلومات (SysTrust) الموضوعة من قبل المعهد الأمريكي للمحاسبين القانويين والمعهد الكندي للمحاسبين القانونيين ، هذا وقد أظهرت العديد من تلك الدراسات أهم الفروق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية ووجوب تأهيل كل من يعمل في حقل المال والأعمال أكاديمياً وعملياً ليواكب أهم التطورات التي الت اليها الأمور حيث التطور التكنولوجي الهائل الذي القى بظلاله على مهنتي المحاسبة والمراجعة .

وتأتي هذه الدراسة إستكمالاً لما توصلت اليه الدراسات السابقة خاصةً فيما يتعلق بأسس تحليل عمليات قياس الإيراد والإعتراف به في ظل عمليات التجارة الإلكترونية ومدى إنسجامها مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي (الثامن عشر) ، وأيضاً مدى تعاطي المعايير الدولية بصيغتها الحالية مع عمليات التجارة الإلكترونية ، وتسليط الضوء على أسس وآليات الإعتراف بالإيراد في ظل تلك البيئة ومعرفة مدى كفاية الإطار المفاهيمي للمحاسبة المالية للتعامل مع العمليات التي تتم في هذا الخصوص مع تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية في البيئة الفلسطينية واستطلاع رأي المختصين في هذا المجال مما يعود بالنفع على المهنة والمجتمع المالي والمصرفي ويزيد الثقة بتلك التجارة الأمر الذي يؤدي الى تعزيز آفاق العمل المالي والمصرفي الإلكتروني ويغرس المفاهيم المحاسبية وأسس التعامل بها في مختلف المجالات .

الفصل الثاني

مفهوم وطبيعة التجارة الإلكترونية وأثرها على مهنة المحاسبة

2.1 مقدمة:

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير الحديثة التي أخذت بالدخول الى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية ذات الإرتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات. والتجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه الى مقطعين، حيث الأول هو "التجارة" والتي تشير الى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنه معترف بها دولياً، أما الثاني "الإلكترونية " فهو يشير الى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري بإستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت.

إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية الغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية ، وبفضلها تحول العالم الى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري ، وإذا كانت إتفاقيات التجارة الدولية (جات، جاتس، تربس) تسعى الى تحرير التجارة في البضائع والخدمات ، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة الى جولات توافق ومفاوضات ، من هنا قيل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهداً دولياً جماعياً لتنظيمها ابتداءً لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب أن لا تقيدها أية قيود ، وتشير التوقعات الى أن التجارة الإلكترونية سوف تستحوذ على 10% من جملة عمليات التجارة الدولية ، مما يؤدي الى الحد من التعاملات التقليدية في عمليات الإستيراد والتصدير ، وبالتالي إضعاف فرصة الشركات التي لا تدخل هذه السوق الإلكترونية في الحصول على عروض الشراء المناسبة ، ومن ثم عدم قدرة هذه الشركات على المنافسة في ظل تلك السوق .(الشافعي ،2004م)

لذلك يأتي هذا الفصل لمناقشة العديد من الموضوعات المتعلقة ببيئة التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالمعايير المحاسبية التي تحكم أداء المهنة.

2.2 مفهوم وخصائص التجارة الإلكترونية

هناك العديد من المفاهيم المرتبطة بموضوع التجارة الإلكترونية وطبيعتها والتي لاتختلف في مضمونها فهي تتمثل في :

" تطبيق عمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات من خلال شبكة الإنترنت، بالإضافة الى الشبكات التجارية العالمية الأخرى.(كنانة ،2009م)

أوأنها "مجموعة مترابطة ومتكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بإستخدام الوسائل التكنولوجة الحديثة" (حماد، 2009م).

فالتجارة الإلكترونية هي: إستخدام التقنيات البرمجية الحديثة في المعلومات والإتصالات، من أجل عقد الصفقات المبادلات التجارية، بهدف تطوير التجارة العالمية وتنمية المبادلات العالمية .(الزيدي ،2004م)

كما تعد شكلاً من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل أطراف التبادل إلكترونياً بدلاً من التبادل المادي أو الإتصال المادي المباشر. (ياسين ، والعلاق،2004م)

وتعتبر التجارة الإلكترونية إحدى الأساليب الحديثة في تنفيذ المعاملات والصفقات التجارية وإتمامها، مما يغير من طبيعة العلاقات التنفيذية بين أطراف الصفقة وذلك في كل من السلع والخدمات المرتبطة بالمبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت التي تعد ثمرة ثورة المعلومات والتطور المذهل في تكنولوجيا شبكات الإتصال .(الشافعي ، 2004م).

وحول ما سبق يمكن القول بأن: "التجارة الإلكترونية هي "تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلعوالخدماتوالمعلومات بإستخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة الى الشبكات التجارية العالمية الأخرى".

2.2.1 أهمية التجارة الإلكترونية

تظهر أهمية التجارة الإلكترونية من خلال تحقيق المنافع التالية :

- **إنخفاض التكلفة:** حيث كانت عملية التسويق للمنتج عالية التكلفة في السابق ، لأن الإعلان كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية المعروفة مثل التلفاز والصحف، أما في العصر الحديث فيمكن التسويق عبر شبكة الإنترنت وبتكلفة ضئيلة جدًّا. (حماد،2008م)
- **تجاوز حدود الدولة** : حيث كانت الشركات تتعامل سابقاً مع عملاء محليين فقط ، وكانت عملية الوصول الى عملاء خارجيين مكلف بدرجة كبيرة وغير مضمونة العائد، أما الآن فيمكن للشركات أن تضمن تعرف الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة زائدة تذكر خاصة

أن شبكة الإنترنت أتاحت لجميع الدول فرصة الدخول على شبكة الانترنت ، وأصبحت متاحة للجميع (حماد،2008م)

- **التحرر من القيود:** كانت الشركات قديماً تحتاج الى تراخيص خاصة ، والخضوع لقوانين الدولة، وتحمل تكاليف انشاء فروع جديدة ووكلاء في الخارج ، لكي تتمكن من عرض و بيع منتجاتها، والمنافسة والبقاء أما الآن لا تحتاج الشركة لأي من تلك الإجراءات المعقدة والمرهقة.(Keneth ،2001)
- **التواصل والاستهداف الشخصي** :تعد التجارة الإلكترونية آلية تواصل ذات فاعلية عالية، حيث إنها وسيلة إتصال سهلة بين العملاء والشركة، وتمكن الشركة من إستهداف فئة معينة من العملاء.(عبد العزيز،2005م)
- **الوجود الواسع:** من خلال وجود التجارة الإلكترونية في أي مكان وفي كل الأوقات على مدار الأربع والعشرين ساعة ، فالتجارة التقليدية بحاجة الى سوق فعلي يستطيع العميل الذهاب اليه للشراء. أما التجارة الإلكترونية فإنها لا تحتاج إلى وسيط ملموس، ويستطيع المتعامل من خلالها الدخول الى هذا السوق غير الملموس في أي وقت ومن أي مكان على مدار الساعة. (حماد،2008م)
- **التداول العالمي:** حيث تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها في تخطي الحدود بين الدول والوصول الى أي مكان بالعالم دون أي تكلفة والحصول على المنتج ،عكس التجارة التقليدية التي يقتصر التعامل بها داخل حدود الدولة ويستحيل على المتعاملين زيارة الأسواق الدولية للتسوق.(ياسين ، والعلاق ،2004م)
- **كثافة المعلومات:** جعل الانترنت المعلومات كثيفة وذات جودة ممتازة وحديثة، وقللت من مشاكل البحث و الإتصالات ، وأيضاً زاد من التوقيت الملائم للمعلومة ودقتها.

وبناءً على ماسبق تبين أن الصفات والخصائص والميزات التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية من خلال خفض التكاليف والوجود الواسع للأسواق العالمية والتعامل معها في أي وقت ومن أي مكان وبالتالي زيادة المبيعات ودون الحاجة الى سوق ملموس الأمر الذي ساهم في زيادة التعامل بتلك التجارة والإقبال عليها .

2.2.2 خصائص التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقيها سابقا بالطرق التقليدية حيث تتميز عدة خصائص لتلك التجارة : (عبد العال،2008م)

1. الإعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات كالحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها المختلفة أو الإتصالات بمختلف أنواعها.
2. إعادة هيكلة كاملة في المؤسسات التجارية وإعادة توزيع الوظائف والتركيز على الكفاءات ومهارات إستخدام تكنولوجيا المعلومات.
3. الأتمتة الكاملة لجميع العمليات الإدارية داخل المؤسسة.
4. إنخفاض المساحات المخصصة للمكاتب لإدارة العمليات التجارية نظراً لقلة التعامل الورقي والإعتماد على الوسائط الإلكترونية في تخزين وتبادل المعلومات .
5. الشفافية والوضوح في كافة المعاملات التي تجريها المؤسسات التجارية .
6. كسب العميل من خلال التعامل الذكي لتلبية متطلباته وإشباع رغباته من أجل المحافظة عليه.

2.2.3 الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

تتشابه التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية في العناصرالمتعلقة بشراءوبيع السلع والخدمات ولكن الإختلاف يكمن في عملية تنفيذ تلك العمليات ، فالتجارة التقليدية نجدها ذات تكاليف ثابتة مرتفعة مثل تكاليف الإيجار ومصاريف الكهرباء والأجور والمصاريف التسويقية سواء كان التسويق محلياً أو عالمياً، أما التجارة الإلكترونية فإنها تتبع أسلوب مختلف غير تقليدي للنفاذعبر السوق وتحقق عائدات ضخمة مقارنةً بالتكاليف المنخفضة نسبياً.(الجعبرى،2012م)

كما تختلف في التوثيق المستندي فالتجارة الإلكترونية تفتقر للتوثيق المستندي وتعمل في بيئة غير ملموسة لها طابعها الخاص وتختلف أيضاً إجراءات الرقابة في بيئة التجارة الإلكترونية عنها في التجارة التقليدية .

ويمكن معرفة الفرق بشكل أوسع، من خلال المقارنة بين عملية البيع في كل من التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية كما هو موضح بالشكل التالي:

مرحلة دورة المبيعات	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
البحث عن معلومات عن المنتج	مجلات و الدعاات ووكلاء البيع	صفحات Web
كيفية طلب المنتج	طلبية أو رسالة	البريد الإلكتروني
التأكيد على الطلبية	من خلال رسالة	البريد الإلكتروني
معرفة السعر ومراقبته	من خلال الكتالوج الموجود	معلومات على Web
التأكد من وجود السلعة	الهاتف أو الجوال	من خلال البريد الإلكتروني
تسليم السلعة	من خلال الفواتير المكتوبة	البريد أو المندوبين
بعث الطلبية	البريد العادي أو السوق	البريد الإلكتروني أو الوكلاء
التأكد من توفر السلعة بالمخازن	زيارة الشركة والتأكد	قاعدة بيانات مبرمجة .
تسلم السلعة	من المورد نفسه	من خلال الوكلاء .
تأكيد التسليم	الوثائق والمستندات	البريد الإلكتروني
بعث الفاتورة	بريد عادي أو الشخص نفسه	بريد الكتروني
مدة الدفع	مستندات مطبوعة	قاعدة بيانات مبرمجة.
بعث التسوية المالية	بريد عادي	قاعدة بيانات

شكل (2.1): الفرق بين التجارة الإلكترونية والتقليدية

المصدر:(بلقاسم ،2002م)

2.3 مقومات التجارة الإلكترونية

تقوم التجارة الإلكترونية على عدة مقومات أهمها (حماد ،2008م)

1. **تأسيس البنية التحتية التي تتطلب ما يلي:**

- بنية تحتية متينة للإتصالات تتم عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات طبقاً لمبادئ ونظم وتصميمات ورموز متفق عليها ، مع توفر الثقة الكاملة في هذا التبادل بين كل المتعاملين.
- تعاملات تجارية إلكترونية آمنة وفق معايير مقبولة عالمياً.
- إجراء تعديلات تشريعية لضمان إتمام العمليات بدرجة عالية من الأمان ، سواء بالنسبة للمتعاملين أو للإقتصاد القومي ، كما يستلزم نوعية جديدة من المعالجات القانونية والتشريعية لتأمين أطراف التعامل ، والحرص على حقوقهم والتزاماتهم.
- إنشاء موقع حكومي كبير على شبكة الإنترنت لترويج التجارة الإلكترونية يتضمن كافة القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية .

- إطلاق حملة إعلامية واسعة ، وتنظيم ندوات ومؤتمرات لشرح أهمية التجارة الإلكترونية والفوائد التي تعود بها على الشركات والإقتصاد القومي .

2. **وجود نظام إداري ينسق** ويراقب عملية المدفوعات النقدية الإلكترونية التي تعتبر أحد العناصر الأساسية للتجارة الإلكترونية ، سواء تمت بواسطة الإئتمان أو الفيزا كارد أو الحسابات التي تخصص لدى البنوك للتصرف فيها عبر شبكة الإنترنت.
3. **وجود وسائل آمنة من التكنولوجيا** التي تحافظ على سرية التعاملات وحصول المتعاملين في التجارة الإلكترونية على حقوقهم .
4. **تضم شبكة الإنترنت ملايين المواقع التجارية** مما يجعل تأسيس وإطلاق موقع تجاري إلكتروني عملاً يحتاج لعناية تامة وتخطيط مفصل ومدروس .

2.4 أشكال وأنماط التجارة الإلكترونية

من المعروف أن التجارة الإلكترونية تقوم على علاقة بين طرفين أو جهتين، وتعبر كل علاقة بين تلك الأطراف عن نوع مختلف من أنواع التجارة الإلكترونية يختلف عن غيرها من الأنواع الأخرى وتنقسم التجارة الإلكترونية إلى أنماط عديدة :

1. التجارة الإلكترونية بين الشركة وشركة أخرى:Business to Business (B2B)

تستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض ، فتقوم الشركة باجراء الإتصالات لتقديم طلبيات الشراء الى مورديها بإستخدام شبكة الإتصالات و تكنولوجيا المعلومات المتوفرة كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة بإستعمال هذه التكنولوجيا ، هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي.

2. التعامل بين عميل وعميل آخر:Consumer-to-Consumer(C2C) .

يسهل هذا النوع من التجارة الإلكترونية التعاملات التجارية بين العملاء بعضهم البعض، وذلك من خلال العطاءات الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية.

3. التجارة الإلكترونية بين شركة و عميل–مستهلك Business to Customers(B2C)

ويعد هذا الشكل من التجارة الإلكترونية من أهم الأنواع والذي تحاول من خلاله الشركة الوصول الى العملاء ويتم هذا النوع من التعاملات عن طريق إستخدام شبكة الإنترنت حيث أن

هناك العديد من المواقع التجارية على هذه الشبكة والتي تعرض جميع أنواع المنتجات والخدمات للشركات والتي عن طريقها يستطيع العميلالقيام بعملية الشراء والدفع سواء بإستخدام بطاقة الائتمان أو المصارف الإلكترونية أو الدفع النقدي عند إستلام السلعة أو أي طريقة أخرى .

4. التعامل بين الحكومة والأفراد Government-to–Consumer (C2G)

وهو ما يعرف بمصطلح الحكومة الإلكترونية والتي تقدم الخدمات الى الأفراد (العمري،2007) وقد عرف الكسواني الحكومة الإلكترونية (الكسواني،2009م) "أنها أي عمل أو إجراء يتم اتخاذه أو اعتماده إلكترونياً من قبل الإدارة العامة في الدولة أو إحدى مؤسساتها العامة أو دوائرها سواء كان هذا الإجراء المتخذ أو المعتمد موجهاً من قبل الإدارة العامة الى إدارة عامة أخرى أو الى أي فرد أو شخص عادي "(الكسواني،2009م)

5. التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال Mobile Commerce

يعتبر هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع، حيث يتم من خلاله إستخدام أجهزة هاتف نقال مصممة بشكل يمكن من خلاله الإتصال بشبكة الإنترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي من المتاجر الإلكترونية ومعرفة السلع المعروضة فيها وإجراءعملية الشراء . (عبدالعزيز ،2005م).

2.5 أثر التجارة الإلكترونية على بيئة الأعمال

أوجدت التجارة الإلكترونية تغييراً جوهرياً في بيئة العمل التي يعمل فيها االمحاسبون في عدة محاور منها ويظهر ذلك من خلال:

1. هيكلية المنشأة:

لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغيراً نوعياً على هيكلية الأعمال، وجعلها بطابع تكنولوجي بشكل كامل وأثر ذلك على إختفاء المستندات والسجلات وتعذر مراجعتها بدون إستخدام الحاسب الإلكتروني، كما أثر ذلك على غياب الدورة المستندية نتيجة التبادل الإلكتروني للبيانات ، كما أدت الى دمج المهام وعدم الفصل بين الإختصاصات المختلفة ، أصبح هناك تغيير نمط وتوقيت إعداد التقارير والقوائم المالية .(الشافعي ،2004م)

2. موقع أو مكان الأعمال:

كانت الأعمال يتم تداولها في أسواق محددة وأماكن معروفة يحكمها ضوابط المكان والزمان ، أما في التجارة الإلكترونية إختلف موقع الأعمال كلياً وأصبحت الأعمال تدار بدون الحاجة الى بناء مادي لكي تقوم بأعمالها بل يكفي إنشاء موقع يستند الى الشبكة العالمية التي تحصل فيه تفاعلات الأعمال والتقاء البائع والمشتري .(ياسين، 2004م)

3. قنوات التوزيع:

كانت قنوات توزيع منتج الشركة في السابق محددة ومعروفة بشكل واضح وغير معقدة مما يمكن من سهولة التعامل معها، أما في بيئة التجارة الإلكترونية أصبحت قنوات التوزيع عديدة ومرتبطة ومعقدة، وفي حالة حدوث أي خطأ قد كلف ذلك وقت كبير قبل إمكانية تحديد قناة التوزيع التي حصلت فها تلك الإشكالية.(دهمش،2004م)

4. تعدد وسائط البيع:

كان وسطاء البيع في التجارة التقليدية أشخاص مؤهلين للقيام بالتسويق والبيع ، ولكن مع إختلاف التجارة الى إلكترونية أصبحت وسائط البيع عبارة عن برامج محوسبة بأشكال متعددة منها الصوتي والمرئي ونظم كثيرة تقوم بعمليات البيع المستندة على برمجيات معدة مسبقاً، والمشكلة تكمن بأن جميع هذه البرمجيات تفتقد للذكاء البشري وقد يستطيع الغير التلاعب بها.(القشي ،2003م)

5. العلاقة بين الشركة والزبائن:

كانت العلاقة في التجارة التقليدية بين الطرفين علاقة مباشرة ،أما الآن أصبحت العلاقة ذات طابع تكنولوجي ، وفي معظم الأحيان العلاقة الشخصية ضعيفة إن لم تكن معدومة ، وبالتالي أصبح التعامل أشبه بشكل له طابع وهمي رغم أنه حقيقة ولكن هذه الحقيقة قد يتم التلاعب بها بشكل كبير لا يمكن تخيله. (دهمش ،2004م).

6. الية التسديد :

في ظل التجارة الإلكترونية ظهرت آلية تسديد حديثة لم تكن موجودة في التجارة التقليدية وهي التسديد عبر شبكة الإنترنت ولكن يصاحبها مخاطر كبيرة وخصوصاً عندما يتمكن قراصنة الإنترنت من إستخدام حسابات غيرهم لتسديد مشترياتهم وفي هذه الحالة يصبح من الصعب الغاء العملية ويكون الخاسر الأول والأخير الشركة البائعة والشخص الذي تم سرقة

حسابه ولا تتم معرفتها إلا بعد فوات الأوان، وتختلف هذه الطريقة عن طريقة التسديد عن طريق شبكات البنوك الإلكترونية ، فالبنوك تستخدم شبكات خاصة بها تكون محمية وغير متاحة للجمهور .(دهمش ،2004م)

7. احتساب ودفع الضرائب:

نظراً لكثرة الإختلافات التي تثور حول الأساس الذي يقوم عليه خضوع الأرباح الناتجة من الصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية للضرائب على الدخل ، وللصعوبات العديدة المتعلقة بمتابعة هذه الصفقات حيث يتم إبرام الكثير منها من خلال الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت دون تسجيلها في الدفاتر ، كما يتم تنفيذ بعض من هذه الصفقات ويتم تسليمها إلكترونياً عن طريق شبكة الإنترنت دون الدخول في مخازن المشتري أو مرورها على المنافذ الجمركية مما يؤدي الى التهرب من الضرائب التي تستحق على عمليات التجارة الإلكترونية .
هذا وتثور العديد من الإختلافات في الأراء حول فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية كما يتبين مما يلي (عبد العال ،2008م).

أ. الإعفاء من الضريبة أم الإخضاع.

تنادي بعض الآراء بوجوب إعفاء عمليات التجارة الإلكترونية من الضريبة لمدة زمنية معينة لتشجيع الشركات على الدخول في تلك العمليات وكذلك لتلافي الإزدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرض ضرائب على عمليات التجارة الإلكترونية ، كما تتجه بعض الآراء الى فرض الضرائب على صفقات التجارة الإلكترونية أسوةً بالتجارة التقليدية لعدم الإخلال بمبدأ العدالة الضريبية وهو مبدأ أساسي من المبادئ الضرورية لفرض الضرائب أو الإعفاء منها.

ب. تحديد أساس فرض الضريبة:

هذا الموضوع مثار للجدل هل تفرض ضرائب على الدخل من عمليات التجارة الإلكترونية وما هو المبدأ الذي يفرض على أساسه هذه الضرائب وهناك مبدأن لفرض الضريبة

*مبدأ الإقليمية ويعني ذلك فرض الضريبة على كل الأشخاص المواطنين أو الأجانب على الدخل الذي يتم تحقيقه من مصادر داخل الدولة.

*مبدأ عالمية الإيراد ويعنى فرض الضريبة على دخل المواطنين أو الأجانب المقيمين التي تتحقق بغض النظر عن مصدر الدخل هل من داخل الدولة أو من خارجها.

ج. آلية تقسيم الدخل الذي يتم إخضاعه للضريبة.

يتوسع نشاط الشركات التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية الى أبعد من حدود الدولة وتمتد لتشمل دول أخرى تحقق فيها الشركات أرباح مما يخلق جدلاً وتنازعاً بين الدولة التي توجد بها الشركة والدول التي حققت فيها الشركة الأرباح ويكون هذا الجدل حول أحقية الدول في فرض الضرائب على تلك الأرباح.

وحول هذا الموضوع هناك نظريتان في محاسبة الضرائب لتحديد الدخل الذي يمكن أن ينسب الى شركة دائمة في دولة ما وبالتالي يكون لهذه الدولة الحق في فرض ضريبة على هذا الدخل وهما:

النظرية الأولى:هي قوة جذب المنشأة ومفادها أن الدولة التي توجد فيها المنشأة تعتبر هي مصدر الدخل الذي يتحقق منها سواء كان هذا الدخل قد تحققت داخل هذه الدولة أو خارج حدودها.

النظرية الثانية:هي إرتباط الربح بنشاط المنشأة ومفادها أن الدولة التي توجد فيها المنشأة لها الحق في فرض الضريبة على الدخل الذي يكون مصدره هذا البلد أو التي يمكن ردها لنشاط المنشأة الموجودة في تلك البلد.

د. صعوبة الحصر والإعداد والفحص الضريبي ويظهر ذلك من خلال.

صعوبة الحصر والإعداد الضريبي وخصوصاً للعمليات التي تتم في دول عديدة وبدون وسطاء، والقدرة على تغيير البيانات الإلكترونية واستطاعة الفاحص الضريبي فحص السجلات الإلكترونية .

8. الإعتراف بالإيراد:

يتم الإعتراف بالإيراد في ظل عمليات التجارة التقليدية وفقًا لشروط محددة ومعروفة وتحقق الإيراد يمكن التأكيد عليه في أحيان كثيرة ، وكانت نقطة البيع مرتكزًا لا يمكن تجاوزه الا في بعض الحالات المحددة ، ولكن في عمليات التجارة الإلكترونية

وفي ظل غياب التوثيق المستندي وإمكانية إختراق الشركة من قبل الغير جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها حيث يتم الاعتراف بالإيراد محاسبيًا (كما هو معلوم)عند إتمام عملية الإثبات في الدفاتر و السجلات المحاسبية ومن ثم يعبر عنها بالقوائم المالية متى توفر فيهما شرطان أساسيان هما: (الحيالي،2007م)

- تمام عملية الإكتساب أو الإقتراب منها بدرجة معقولة.

- الإنتهاء من عملية المبادلة التجارية.

وفي ظل عمليات التجارة الإلكترونية فإن هناك صعوبة في تحقق هذين الشرطين ، نظرًا لأن عملية الدفع غير آمنة ، بالإضافة الى أن عملية المبادلة التجارية قد تتعرض للتلاعب، نظرًا لأنها تتم من خلال طرق غير تقليدية مثل الشحن ، وبالتالي احتمال عدم وصول السلعة للمشتري.

مما سبق نجد أن فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يتطلب وضع إستراتيجيات وخطط ضريبية مختلفة من حيث المتابعة والكشف والحصر عما كانت عليه سابقاً، هذا الى جانب حاجة النظم الضريبية القائمة في الدول إلى تعاون وتنسيق إقليمي ودولي بسبب الطبيعة العابرة للحدود لصفقات التجارة الإلكترونية.

2.6 أثر التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة

2.6.1 أثر التجارة الإلكترونية على الإطار المفاهيمي للمحاسبة

عَرّف مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB) الإطار الفكري (النظري) للمحاسبة المالية بأنه نظام متكامل ينطوي على تحديد أهداف القوائم المالية والتقارير المالية ، ويوفر المفاهيم والمبادئ والمعايير التى تساعد على تحديد خصائص المعلومات المحاسبية التى تستجيب لهذه الأهداف ، ويعتبر الإطار النظري بمثابة الدستور، فهو عبارة عن نظام متناسق من الأسس والأهداف المترابطة التى تقود الى معايير متناسقة ويمكن لها أن تصف طبيعة ووظيفة وحدود المحاسبة المالية والقوائم المالية، كما يعتبر مرجعاً يعتمد عليه لحل المشاكل التى تواجه مهنة المحاسبة .

ويمكن تقسيم الإطار المفاهيمي الى ثلاثة مستويات يختص المستوى الأول بتحديد أهداف الإبلاغ المالي، ويهتم المستوى الثانى بالخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية ، ويوضح المستوى الثالث مفاهيم الإعتراف والقياس التي تستخدم في وضع وتطبيق المعايير المحاسبية والتى تتضمن إستخدام الإفتراضات والمبادئ والمحددات التى تصف بيئة التقرير المالي.

و فيما يلي أثر عمليات التجارة الإلكترونية على كل مستوى من المستويات الثلاث للإطار المفاهيمي للمحاسبة المالية:

2.6.1.1 المستوى الأول: الإبلاغ المالي

عَرّف مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB) في بيانه رقم (1) بعنوان الإبلاغ المالي في الوحدات الإقتصادية الإبلاغ المالي " بأنه الأنشطة التي تعتمد لخدمة حاجات مستخدمي المعلومات المالية التي يحتاجون اليها في المنشأة " ويشير ذلك المصطلح عند البعض الى عمليات توفير البيانات المفيدة للأطراف التي لها مصالح مع المنشأة لمساعدتهم في صنع قراراتهم الإستثمارية وتساعدهم في تقدير التدفقات النقدية المستقبلية ، ولا يمثل الإبلاغ المالي في المحاسبة غايةً في حد ذاته بل يعتبر وسيلة لتوصيل المعلومات المالية التي تعد مخرجات النظام المحاسبي (Balkaouik،2000) .

وعلى هذا الأساس فإن الإبلاغ المالي يهدف الى :(Dyckman،1998)

1. توفير المعلومات المفيدة للمستثمرين والدائنين الحاليين والمرتقبين مما يساعدهم في عملية إتخاذ القرارات .
2. توفير المعلومات المفيدة للمستثمرين والمقرضين من أجل عقد المقارنات وعمل التنبؤات وإجراء التقييمات للتدفقات النقدية المتوقعة.
3. توفير المعلومات اللازمة لتقييم قدرة المنشأة على الإستخدام الكفء والفعّال للموارد الإقتصادية المتاحة، من خلال تقييم أداء الإدارة في الإستخدام الأمثل للموارد وليس مجرد مسؤوليتها التقليدية تجاه صيانة وحماية الأصول.
4. الدقة في الإبلاغ عن موارد المنشأة الإقتصادية والأحداث والظروف التي تؤثر على هذه الموارد والمطالبات عليها .

مما سبق يتبين أن الإفصاح المالي يتم في شكل تقارير ويعتبر التقرير المالي الخارجي للمشروع مصدرا للمعلومات المفيدة التى تقدمها الإدارة الى مستخدمى القوائم المالية الذين لا يمكنهم الحصول على المعلومات من مصادر أخرى حيث يتضمن التقرير معلومات تفى بمجموعة من الأهداف العامة تتمثل فيما يلي: **(Dyckman،1998)**

- يوفر التقرير المالي معلومات مفيدة لكل من المستثمرين والدائنين الحاليين والمحتملين في اتخاذ القرارات السليمة المتعلقة بالإستثمار أوالإقراض.

- إمداد مستخدمي القوائم المالية بالمعلومات اللازمة لإجراء التنبؤات وعقد المقارنات وتقييم قدرة المنشأة على تحقيق الدخل.
- تقديم قائمة للمركز المالي تكون مفيدة في مجال التنبؤ والمقارنة والتقييم لقدرة المنشأة على تحقيق الدخل.
- تقديم قائمة بالدخل الدوري بحيث يمكن الإعتماد عليها في عمل التنبؤات والمقارنات والتقييم بقدرة المنشأة على تحقيق الدخل في المستقبل.
- توفير معلومات مفيدة في مجال تقييم كفاءة الإدارة في إستخدام الموارد الإقتصادية المتاحة ومدى فاعليتها لتحقيق أهداف التنظيم.
- التقرير عن الأنشطة التي تقوم بها المنشأة ، ويكون لها أثر على المجتمع، بحيث تكون هذه الآثار قابلة للقياس الكمي حتى يمكن التقرير عنها ويعتبر هذا الهدف إشارة صريحة الي المسؤولية الإجتماعية للوحدات الإقتصادية.

وبالنظر الى عمليات التجارة الإلكترونية يلاحظ ما يلي:

- لا يتم الإفصاح عن حجم التعاملات في التجارة الإلكترونية .
- لا يتم الإفصاح ببند مستقل عن قيمة الإيرادات، ولا عن قيمة الأرباح أو الخسائر الناتجة من عمليات التجارة الإلكترونية .
- لا يتم الإفصاح عن عمليات الإحتيال التي تتعرض لها الشركات أو إختراق موقعها الإلكتروني ، خوفاً على موقعها بين الأعمال .
- لا يتم الإفصاح عن حجم الديون المشكوك فى تحصيلها أو الديون المعدومة الناتجة عن عمليات التجارة الإلكترونية .
- لا يتم الإفصاح عن البيئات الإقتصادية التى تمارس الشركة نشاطها من خلالها وكذلك الوزن النسبي لكل بيئة من تلك البيئات.

وبالرجوع الى المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية نجد أن الهدف الأساسي للمعيار أن تفصح المنشأة عن معلومات لمساعدة مستخدمي بياناتها المالية على تقييم طبيعة وآثار الأنشطة التى تمارسها والبيئات الإقتصادية التى تعمل فيها، كما يقضي هذا المعيار من المنشأة الإبلاغ عن معلومات حول الإيرادات المستمدة من منتجاتها أو خدماتها والدول التى تحقق فيها إيرادات وتحتفظ فيها بأصول وحول كبار العملاء بغض النظر عما إذا كانت تلك المعلومات مستخدمة من قبل الإدارة فى اتخاذ القرارات التشغيلية.

من خلال ما تقدم نجد أن المعلومات التى تُفصح عنها الشركات التى تعمل فى مجال التجارة الإلكترونية لا تفى بمتطلبات المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 8 "القطاعات التشغيلية" ومن ثم فإن التقرير المالي لتلك الشركات لا يتضمن معلومات تحقق الأهداف الأساسية للتقارير المالية.

2.6.1.2 المستوى الثانى : الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية

تحقق المعلومات المحاسبية الفائدة المرجوة منها إذا توفرت فيها مجموعة من السمات والخواص وتتعلق هذه الخواص بمعايير نوعية يمكن من خلالها الحكم على مدى تحقق الفائدة، وتتوقف الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية على نوعية القرارات التي يتخذها متخذو القرارات، وعلى مقدرتهم في الحصول على هذه المعلومات المحاسبية وفي فهمها وإستخدامها في إتخاذ القرارات. وتشمل تلك الخصائص ما يلي :(شيرازي، 1990م)

1- الملاءمة: تعني وجود إرتباط منطقي بين المعلومات وبين القرار موضوع الدراسة ، بمعنى قدرة المعلومات على إحداث تغيير في إتجاه القرار ، وهناك عدة مقومات لخاصية الملاءمة تتمثل في الآتي :

- القدرة على التنبؤ: وتعني إحتواء المعلومات على قدرة تنبؤية وبالتالي تمكين مستخدمي المعلومات من تقدير المستقبل وتكوين صورة إحتمالية عنه.
- التقييم الإرتدادي أو التغذية العكسية أو المرتدة: من خلال المعلومات التي ينتجها نظام المعلومات والتي تساهم في تحسين وتطوير نوعية مخرجات النظام.
- التوقيت الملائم: بمعنى وصول المعلومات المعدة الى مستخدميها في الوقت المناسب.

يتضح مما سبق أن عمليات التجارة الإلكترونية تختلف فيها درجة الأهمية النسبية للمعلومات عن عمليات التجارة التقليدية، وبالتالي تفقد المعلومات المحاسبية القدرة على التنبُؤ بالمستقبل، الأمر الذي يجعل المعلومات المحاسبية للشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية لا تتمتع بالملاءمة.

2- **الثقة:** وتعني أن المعلومات تخلو من الخطأ المادي والتحيزي والتي يمكن الإعتماد عليها من قبل المستخدمين لتمثل بصدق ما يقصد تمثيله، ويوجد عدة مقومات لخاصية الثقة تتمثل في التالي:

- الصدق في التعبير عن الظواهر، ويعني وجود درجة عالية من التطابق بين المعلومات والظواهر المراد التقرير عنها.
- إمكانية التثبُّت من المعلومات، وتعني أن النتائج التي يتوصل اليها شخص معين بإستخدام أساليب معينة للقياس والإفصاح يستطيع أن يتوصل اليها شخص آخر بإستخدام نفس الأساليب.
- حيادية المعلومات ، وتعني تقديم حقائق صادقة دون حذف، أو إنتقاء للمعلومات لمصلحة فئة أو قرار معين.

ونظراً لوجود مشاكل في الأدلة الثبوتية لعمليات التجارة الإلكترونية ، فإن إمكانية التثبت من المعلومات تكون محدودة وغير كافية ، كذلك نجد ذلك واضحاً في حالة حدوث خلل أو إختراق لموقع الشركة من خلال شبكة الإنترنت تُصبح مخرجات النظام المحاسبي مشكوكاً بمصداقيتها، وبالتالي تفقد المعلومات المحاسبية ثقة المستخدمين، الأمر الذي يُفقد المعلومات المحاسبية للشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية خاصية الثقة.

3- **القابلية للمقارنة:** تتعلق هذه الخاصية بإمكانية إجراء مقارنة للمنشأة بين فترات زمنية مختلفة أو مع منشآت أخرى في نفس النشاط ، حيث تزداد قيمة المعلومات المحاسبية مع إجراء هذه المقارنات.

وفي الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية والتي تمارس نشاطها في معظم دول العالم من خلال عملات نقدية غير متجانسة، نجد أن مقارنة البيانات المالية لشركات التجارة الإلكترونية خلال الفترات المختلفة وكذلك مقارنة معلومات شركات التجارة الإلكترونية بمعلومات شركات التجارة التقليدية والتي تمارس نفس النشاط تكون مقارنة غير موضوعية ، لعدم ثبات وحدة القياس ، وبالتالي عدم تمتع المعلومات المحاسبية لشركات التجارة الإلكترونية بخاصية القابلية للمقارنة.

يتضح مما سبق أن المعلومات المحاسبية فى الشركات التى تمارس نشاط التجارة الإلكترونية لا تحقق الفائدة المرجوة منها وبها العديد من أوجه القصور وبالتالي لا تتمتع بالخصائص النوعية التى تحقق المستوى الثاني من الأطار المفاهيمي للمحاسبة المالية.

2.6.1.3 المستوى الثالث: مفاهيم الإعتراف والقياس

توضح مفاهيم الإعتراف والقياس المحاسبي أسلوب الإعتراف بالعناصر والأحداث المالية، وقياسها، وعرضها من قبل النظام المحاسبي، ومن أهم مفاهيم الإعتراف والقياس الفروض والمبادئ المحاسبية المتعارف عليها .

اولاً: الفروض المحاسبية الأساسية.

- **فرض الوحدة المحاسبية،** يقوم هذا الفرض على أن الوحدة الإقتصادية عند انشائها تكون مستقلة ومنفصلة عن الملاك .

ونرى أن الشركات التى تعمل في مجال التجارة الإلكترونية تتوافق مع هذا الفرض.

- **فرض الإستمرارية،** ويقتضي هذا الفرض أن الوحدة المحاسبية مستمرة في نشاطها دون النظر للعمر الطبيعي للمالكين ، أي هناك فصل بين عمر المنشأة وعمر مالكيها بإعتبارهما شخصيتين مستقلتين عن بعضهما.

ونجد إتفاق الشركات التى تعمل في مجال التجارة بنوعيها التقليدية والإلكترونية مع هذا الفرض.

- **فرض وحدة القياس المحاسبي،** ويعني إختيار وحدة قياس مناسبة، وفي المحاسبة تستخدم وحدة النقود كوحدة عامة لقياس كافة العناصر المكونة للقوائم المالية .

وفى عمليات التجارة الإلكترونية حيث تتم الإيرادات بوحدات نقد مختلفة وغير متجانسة نتيجة بيع السلع أو تأدية الخدمات من خلال أسواق مختلفة على مستوى العالم نرى أن عدم تجانس وحدات النقد فى إيرادات تلك الشركات يؤدى الى عدم ثبات وحدة القياس المحاسبي ، ومن ثم عدم توافق عمليات التجارة الإلكترونية مع فرض وحدة القياس.

- **فرض الدورية،** ويعني تقسيم حياة المنشأة الى فترات دورية، بهدف إعداد التقارير التي تستخدم لتوفير المعلومات اللازمة لإتخاذ القرارات في المدى القصير.

وهناك إتفاق بين الشركات التى تعمل في مجال التجارة بنوعيها التقليدية والإلكترونية مع هذا الفرض.

ثانياً: المبادئ المحاسبية المتعارف عليها

- **مبدأ مقابلة الإيرادات بالنفقات:** وتعني مقابلة تكلفة المبيعات والنفقات العائدة للدورة المالية بالمبيعات والإيرادات العائدة لها وفق علاقة سببية مع تحديد نقطة زمنية فاصلة للمحاسبة من حيث البداية والنهاية عند معالجة كل من المخزون السلعي والمصروفات والنفقات والإلتزامات.

ونجد أنه في عمليات التجارة الإلكترونية هناك قصور في توقيت الإعتراف بالإيراد، الأمر الذى يجعل مقابلة الإيرادات بالمصروفات غير عادلة وتفتقد للموضوعية.

- **مبدأ الموضوعية:** ويعني التأكد بأية وسيلة مادية من حدوث الواقعة المالية ، وقد إعتبرت المستندات المحاسبية دليلاً ماديًّا كافيًا وبرهانًا مكتوبًا يؤيد حدوث الواقعة ، ويتم إجراء الجرد الفعلي في نهاية كل فترة مالية عند إعداد القوائم المالية كشرط أساسي للإعتراف بالقوائم المالية. فالمحاسبة لا تعتد بالعمليات المالية ولا تسجل بالسجلات المحاسبية دون وجود توثيق مستندي يؤكد حدوث كل عملية على انفراد ، ويشمل التوثيق جميع عناصر الأصول والخصوم دون إستثناء. (الحيالي ،2012م)

ونظراً لأن عمليات التجارة الإلكترونية تفتقد للتوثيق المستندي حيث واقعها غير الملموس فنجد أنه من الصعب العثور على دليل مادي لدعم العملية المالية والمتمثل في السجلات التي تدعم الواقعة، فنجد أن مبدأ الموضوعية لا يتوافق مع عمليات التجارة الإلكترونية .

2.6.1.4 أثر التجارة الإلكترونية على معايير المحاسبة

من المعلوم أن الإحتياجات المتوقعة للمستفيدين في التقارير المالية تتوقف على مدى فعالية العرض والإفصاح المحاسبي ولا شك أن التحديات المعاصرة المتمثلة في تقنيات التجارة الإلكترونية فرض واقعاً جديداً على مهنة المحاسبة ، لذلك فإن دراسة وتحليل معايير المحاسبة الدولية يعد أمراً مهماً للوقوف على مدى ملاءمة هذه المعايير لمتطلبات تلك التجارة كما يتبين مما يلي:

1. بيان التدفقات النقديَّة

أشار المعيار المحاسبي السابق المتعلق بأسس وقواعد إعداد قائمة التدفقات النقدية الى إلزام المنشآت بتقديم معلومات عن التغيرات الفعلية في النقدية وما يعادلها وذلك بإعداد قائمة للتدفقات النقدية مع تقسيم التدفقات النقدية خلال الفترة الى تدفقات من النشاطات التشغيلية والإستثمارية والتمويلية، وتتمثل التدفقات النقدية في التدفقات الداخلة والخارجة من النقدية وما يعادلها، و من المعروف أن المعلومات المتعلقة بالتدفقات النقدية لأي منشأة مفيدة في تزويد

مستخدمي البيانات المالية بالأساس اللازم لقياس قدرة تلك المنشأة على توليد نقدية أو ما يعادلها وإحتياجات المنشأة لإستخدام والإنتفاع من تلك التدفقات النقدية. ومن جانب آخر تتطلب القرارات الإقتصادية لمستخدمي المعلومات تقييم قدرة المنشأة على توليد نقدية وما يعادلها وكذلك توقيت ودرجة التأكد المتعلقة بتوليد تلك التدفقات.

فقد أوضحت الفقرة رقم (11) من المعيار أنه على كل منشأة أن تعرض التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية، الإستثمارية، التمويلية بالأسلوب الأكثر مناسبة لطبيعة العمليات التي تمارسها. ويساعد تبويب التدفقات النقدية حسب الأنشطة في تقديم معلومات تفيد المستخدمين في تقدير أثر تلك الأنشطة على الوضع المالي للمنشأة وفي تقدير النقدية وما يعادلها. ويمكن إستخدام هذه المعلومات أيضاً في تقييم العلاقات بين تلك الأنشطة.

وتعتبر التدفقات النقدية الناتجة من الأنشطة التشغيلية مؤشراً هاماً لبيان مدى قدرة المنشأة على توليد تدفقات نقدية من عملياتها الرئيسية تكفي لسداد قروضها وللمحافظة على قدرتها التشغيلية وتوزيع أرباح نقدية على المساهمين وتمويل إستثمارات جديدة دون اللجوء الى مصادر تمويل خارجية. وتفيد المعلومات التاريخية المتعلقة بالمكونات الرئيسية للتدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية إذا ما تم إستخدامها مع المعلومات الأخرى لأغراض التنبؤ بالتدفقات النقدية المستقبلية.

لذلك فإن الأسلوب المناسب لعرض التدفقات النقديَّة من الأنشطة التشغيلية للشركات التي تُمارس عَمليات التجارة الإلكترونية هو تبويب التدفقات حسب طبيعة النشاط التشغيلي من حيث عمليات تجارة تقليديَّة أو إلكترونية ، وبالتالي إن الإلتزام بهذا التبويب يُوفِّر معلومات تمكن المستخدمين من تقدير أثر عمليات التجارة الإلكترونية على التدفقات النقدية للمنشأة كما يتطلب الأمر أيضاً وجوب تسجيل التدفقات النقدية الناتجة عن عمليات بعملات أجنبية بالعملة المستخدمة في إعداد التقارير المالية للمنشأة وبإستخدام سعر الصرف بين تلك العملة والعملة الأجنبية في تاريخ التدفق النقدي.

وقد جاء التأكيد على ذلك من خلال الفقرة 27 من المعيار حيث يجب التقرير عن التدفقات النقدية لعملات أجنبية بطريقة صرف متسقة مع ما جاء بالمعيار المحاسبي الدولي الحادي و العشرين " آثار التغيرات في أسعار صرف العملات الأجنبية". وذلك بإستخدام سعر صرف تقريبي لسعر الصرف الفعلي، وعلى سبيل المثال يمكن إستخدام المتوسط المرجّح لسعر الصرف خلال فترة معينة لإثبات العمليات بعملات أجنبية وكذلك لترجمة التدفقات النقدية للشركة التابعة للشركة الأجنبية.

وفي هذا السياق فإن التدفقات النقديَّة الناتجة عن عَمليات التجارة الإلكترونية تحتاج الى مُعالجة مختلفة عند إعداد بيان التدفقات النقديَّة وفقاً لما يلي:(الجعبري ،2012م)

- الشركات التي لا تَحتاج الى الإحتفاظ بعُملات أجنبيَّة لديها تقوم بتَحويل التدفقات النقديَّة الناتجة عن معاملات العُملة الأجنبية في تاريخ الإعتراف بها الى عُملة المنشأة الوظيفية وبإستخدام سعر الصرف الفورى بين العملة الوظيفية والعملة الأجنبية على مبلغ العملة الأجنبيةعند تاريخ التدفقات النقدية، وتُدرج تحت بند تدفقات نقديَّة من الأنشطة التشغيلية لعمليات التجارة الإلكترونية عند إعداد بيان التدفقات النقديَّة، وبالتالي لا يتم الإقرار عن تدفقات نقديَّة بعملات أجنبيَّة.
- الشركات التي تَحتاج الى الإحتفاظ بعملات أجنبيَّة لديها تَلتزم بالتقرير عن التدفقات النقديَّة الناتجة عن معاملات العُملة الأجنبية بطريقة صرف مُتَّسقة مع ما جاء بالمعيار المحاسبي الدولي الحادي والعشرين " آثار التغيرات في أسعار صرف العملات الأجنبية".

وبذلك فإن المعيار المحاسبي الدولي السابع (بيان التدفقات النقدية) لم يتعاطى بصيغته الحالية مع طبيعة عمليات التجارة الإلكترونية .

2. السياسات المحاسبية والتغييرات فى التقديرات المحاسبية والأخطاء المحاسبية

أورد المعيار المحاسبي الدولي الثامن وصفاً لعملية التبويب والإفصاح والمعالجة المحاسبية لبعض البنود في قائمة الدخل من أجل أن تقوم كافة المنشآت بإعداد وعرض قائمة الدخل على أسس منسقة مما يساعد المنشآت على مقارنة قوائمها المالية للفترات السابقة ومع البيانات المالية للمنشآت الأخرى. وذلك من خلال الإفصاح عن البنود من الأنشطة الإعتيادية كما يحدد المعيار المعالجة المحاسبية للتغييرات في التقديرات المحاسبية والسياسات المحاسبية وتصحيح الأخطاء الجوهرية.

هذا ونتيجة لحالة عدم التأكد في الأنشطة التجارية فإن كثيراً من بنود البيانات المالية لا يمكن قياسها بدقة ولكن يمكن تقديرها، والتقدير يستلزم الإجتهاد الذي يعتمد على أحدث المعلومات المتوفرة، ويمكن أن يكون التقدير مطلوباً مثلاً للديون المعدومة، أو تقادم المخزون، أو لتقدير العمر الإنتاجي أو النمط المتوقع لإستهلاك المنافع الإقتصادية للموجودات القابلة للإستهلاك. فإستخدام التقدير المعقول يعتبر جزءاً هاماً من إعداد البيانات المالية ولا يؤثر ذلك على درجة الوثوق بها .

ويتبين أن عمليات التجارة الإلكترونية تفتقد في أغلب مراحلها للأمان والتوثيق وذلك بسبب طابعها غير الملموس الذي أدى الى إمكانية إختراق موقع الشركة من قبل الآخرين والتلاعب في عمليات التحويل النقدي للشركة وبسبب خوف الشركات من الإفصاح عن إختراق حساباتها خوفاً من فقدان العملاء ، أصبح هناك صعوبة في تقدير الخسائر المتوقعة الناتجة من عدم تحصيل أرصدة العملاء وبالتالي التأثير في حجم الديون المشكوك فيها، الأمر الذي يؤثر في مجمله على درجة الوثوق بالبيانات المالية للشركات التي تعمل في مجالات التجارة الإلكترونية ، وبذلك أصبح لزاماً النظر في إعادة تعديل ما ورد في هذا الخصوص (الفقرة23) من المعيار المذكور لتراعي طبيعة هذه العمليات .

وبذلك فإن معيار المحاسبة الدولي الثامن " السياسات المحاسبية، التغييرات فى التقديرات المحاسبية والأخطاء"لا يكفي بصيغته الحالية للتعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية ويحتاج لمراجعة لبعض فقراته لتتناسب مع عمليات التجارة الإلكترونية ويصبح أكثر تماشياً مع ظروف الحال.

3. ضرائب الدخل.

يتناول المعيار المحاسبي الدولي الثاني عشر وصف المعالجة المحاسبية لضرائب الدخل و المسألة الأساسية في ذلك هي كيف تتم المحاسبة عن التبعات الجارية والمستقبلية للضريبة والمتعلقة بالإسترداد أو السداد المستقبلي للمبالغ المسجلة كموجودات أو مطلوبات معترف بها في الميزانية العمومية للمنشأة ، والعمليات والأحداث الأخرى للفترة الجارية المعترف بها للبيانات المالية للمنشأة، حيث أن العمليات والأحداث التي يعترف بها في قائمة الدخل يجب أن يعترف بآثارها الضريبية، وأن العمليات والأحداث الأخرى التي يعترف بها مباشرة في حقوق المالكين يجب أن يعترف بآثارها الضريبية مباشرة في حقوق المالكين.

وفي واقع الأمر نجد أن المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية مازالت تشكل مشكلة لم تحسم بعد في العالم كله، إذ أن هذه التجارة تثير العديد من المشكلات الضريبية وأن هناك صعوبة في عملية الإعداد الضريبي لعمليات التجارة الإلكترونية وخصوصاً تلك الصفقات التي تتم في دول مختلفة بدون الحاجة الى وسطاء. (الجعبري،2012م).

وبذلك فإن هناك قصور في التشريعات التي تنظم المعاملات الضريبية الأمر الذي يؤدي الى إمكانية التهرب الضريبي للشركات التي تعمل بالتجارة الإلكترونية ويترتب نتيجة ظاهرة التهرب الضريبي العديد من المشاكل المالية والمحاسبية منها: (الجعبري، 2012م).

- إنخفاض حجم الإيرادات العامة التي تجنيها الدولة من المكلفين وبالتالي إنخفاض الإستثمارات.
- رفع سعر الضريبة المفروضة وفرض ضرائب أخرى لتعويض الحكومة عن النقص الحاصل من التهرب.
- إضطرار الحكومات لسداد العجز الناتج عن التهرب الضريبي من خلال اللجوء للقروض الداخلية والخارجية وما يتبع ذلك من فوائد.
- عدم تحقيق العدالة الضريبية من خلال دفع بعض المكلفين للضريبة والقسم الأخر لايدفع .
- الجانب الأخلاقي المتمثل في الفساد وإنعدام الأمانة في العمل وأداء الواجب والذي يربي أجيالاً تمتهن الإحتيال والنصب والتلاعب في القوانين.

وهناك أثار محاسبية نتيجة التهرب الضريبي تتمثل في: (الحيالي،2012م)

- عدم موضوعية الدخل المحاسبي للشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية نتيجة لعدم تحميل الضريبة.
- عدم موضوعية البيانات المالية للشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية ، وكذلك عدم قابلية المقارنة بين بيانات الشركة التي تعمل في التجارة الإلكترونية والشركات التي تعمل في التجارة التقليدية في نفس الصناعة.

لذلك يتبين أن المعيار المحاسبي الدولي الثاني عشر" ضرائب الدخل" لا يكفي بصيغته الحالية للتعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية ويحتاج لمراجعة لبعض فقراته لتتناسب مع عمليات التجارة الإلكترونية ويصبح أكثر تماشياً مع ظروف الحال. ويحتاج الى إعادة النظر في بعض بنوده أو إضافة بنود جديدة تراعي طبيعة عمليات التجارة الإلكترونية .

ومن المناسب إلزام الشركات التي تتعامل في مجال التجارة الإلكترونية بتَكوين مُخصص ضَريبي بمعدل يتناسب مع ما يتم الإقرار به من قبل الشركات المماثلة في التجارة التقليدية، ولحين الوصول الى آليات ضريبية مناسبة وإجراء المُعالجات اللازمة. (الجعبري،2012م)

4. آثار التغيرات في أسعار صرف العملات الأجنبية.

يتناول المعيار المحاسبي الدولي الحادي والعشرين هذا الموضوع من خلال قيام المنشأة بنشاطات أجنبية متمثلة في معاملات بعملات أجنبية أو يكون لها عمليات أجنبية. ومن أجل شمول تلك العمليات في القوائم المالية للمنشأة ، فإنه يجب التعبير عنها من خلال ترجمة العملات الأجنبية و القوائم المالية للعمليات الأجنبية الى عملة المنشأة معدة التقرير، إن المسائل الأساسية في المحاسبة عن المعاملات بالعملة الأجنبية والعمليات الأجنبية هي في تحديد سعر الصرف الواجب إستخدامه وكيفية الإعتراف في القوائم المالية بأثر التغيرات في تلك الأسعار.

وقد أوضح المعيار في الفقرة رقم 1 منه وجوب أن يطبق في:

المحاسبة عن المعاملات بالعملات الأجنبية، أو ترجمة القوائم المالية للعمليات الأجنبية المشمولة في القوائم المالية للمنشأة بواسطة التوحيد أو التوحيد النسبي أو بطريقة الملكية.

كما أوضحت الفقرة رقم 8 من المعيار أن المعاملة بالعملة الأجنبية هي معاملة محددة أو تتطلب التسوية بعملة أجنبية، بما في ذلك المعاملات الناشئة عن قيام المنشأة بما يلي:

- شراء أو بيع سلع أو خدمات أسعارها محددة بعملة أجنبية.
- إقراض أو إقتراض أموال عندما تكون المبالغ المستحقة لها أو عليها محددة بعملة أجنبية، تصبح طرفاً في عقد تبادل عملة أجنبية غير منجز، أو تمتلك أو تتخلص من أصول أو تتكبد أو تسدد التزامات محددة بعملة أجنبية.

وأشارت الفقرة رقم 9 في هذا الخصوص بوجوب تسجيل المعاملة بالعملة الأجنبية، عند الإعتراف الأول بعملة التقرير، بالمبلغ الناتج عن ضرب مبلغ المعاملة الأجنبية بسعر الصرف السائد بينها وبين عملة التقرير بتاريخ المعاملة .

كما أنه يجب في تاريخ كل ميزانية عمومية التقرير عن البنود النقدية بالعملة الأجنبية بإستخدام سعر الإقفال، وعن البنود غير النقدية المحتفظ بها بالتكلفة التاريخية والمحددة بعملة أجنبية بإستخدام سعر الصرف بتاريخ المعاملة، والتقرير عن البنود غير النقدية المحتفظ بها بالقيمة العادلة والمحددة بعملة أجنبية بإستخدام أسعار الصرف السائدة عند تحديد تلك القيمة.

ولمعالجة الفروقات الناشئة عن هذه الترجمة سواء تلك الناتجة عن التغيير في سعر الصرف بين تاريخ العملية وتاريخ التسوية لأي بنود نقدية ناشئة من تلك العمليات الأجنبية ، فعندما يجري سداد العملية خلال نفس الفترة المحاسبية التي حدثت فيها فإنه يعترف بكامل فرق

الصرف في تلك الفترة. ولكن عندما يتم سداد العملية في فترة محاسبية لاحقة فإنه يجري تحديد فرق سعر الصرف المعترف به في كل فترة تقع قبل فترة التسوية حسب التغيير في أسعار الصرف خلال تلك الفترة .

وحول ما سبق نجد أن عمليات التجارة الإلكترونية تتم عبر شبكة الإنترنت على مستوى العالم وينتج عنها وجود معاملات بعملات أجنبية متعددة ، وحيث أن المعيار رقم 21 ينص على أنه يجب على المنشأة ترجمة أعمالها من عملات البيئة الإقتصادية التي تعمل فيها المنشأة الى عملة العرض (الوظيفية) بإستخدام الطريقة الملائمة لترجمة العمليات الأجنبية من أجل تضمينها في التقارير المالية ، الأمر الذي يوجب على الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية تحويل كافة الإيرادات الناتجة من المعاملات الأجنبية في تاريخ الإعتراف بها إلى عملة العرض في التقارير وبسعر صرف فوري في تاريخ المعاملة .

5. إنخفاض قيمة الموجودات.

يهدف المعيار المحاسبي الدولي السادس والثلاثين الى بيان الإجراءات التي تطبقها المنشأة لضمان تسجيل موجوداتها بما لا يزيد عن مبلغها القابل للإسترداد، حيث يكون الأصل مسجلاً بما يزيد عن مبلغه القابل للإسترداد إذا كان مبلغه المسجل يزيد عن المبلغ الذي سيتم إسترداده من خلال إستعمال أو بيع الأصل، وإذا كان الحال كذلك فإن الأصل يوصف بأن قيمته قد إنخفضت ، ويتطلب المعيار أن تقوم المنشأة بالإعتراف بخسارة الإنخفاض، كما يحدد كذلك إفصاحات معينة للموجودات التي إنخفضت قيمتها.

أوضحت الفقرة 95 من المعيار أنه على المنشأة في تاريخ كل ميزانية عمومية تقييم ما إذا كانت توجد أية دلالة على أن خسارة الإنخفاض المعترف بها في السنوات السابقة لم تعد توجد أو أنها قد إنخفضت فعلاً، فإنه يجب في هذه الحالة على المنشأة تقدير المبلغ القابل للإسترداد لذلك الأصل.

كما أوضحت الفقرة 58 أنه إذا كان المبلغ القابل للإسترداد لأصل أقل من مبلغه المسجل فإنه يجب تخفيض المبلغ المسجل للأصل الى مقدار مبلغه القابل للإسترداد، ويعتبر ذلك التخفيض خسارة إنخفاض القيمة.

ولمعالجة هذا الإنخفاض أشارت الفقرة 59 الى أنه يجب الإعتراف بخسارة الإنخفاض على أنها مصروف في بيان الدخل فوراً، إلا إذا سجل الأصل بمقدار مبلغ أعيد تقييمه سابقاً بموجب معيار محاسبة دولي آخر (مثال ذلك المعاملة البديلة المسموح بها في معيار المحاسبة

الدولي رقم 16 – الممتلكات والإنشاءات والمعدات)، فإنه يجب في هذه الحالة معاملة أية خسارة في إنخفاض قيمة أصل أعيد تقييمه على أنها إنخفاض في إعادة التقييم .

وحول ما سبق وحيث أن التجارة الإلكترونية تستخدم أنظمة الكمبيوتر بشكل مركز و التي تتيح الربط بين هذه الأنظمة وغيرها من الأنظمة لضمان تبادل المعلومات وإنتقالها والدخول الى النظام، من خلال الوسائل التقنية والبرمجيات والأجهزة التي تستخدمها الشركة في تعاملها بالتجارة الإلكترونية والتي تعتبر بطبيعة الحال سريعة التطور والتحديث وبالتالي التقادم السريع مما يعرضها لإنخفاض قيمتها تلقائياً بظهور التكنولوجيا الأحدث ،وعليه نجد أنه يجب إلزام الشركات التي تعمل بالتجارة الإلكترونية عند إعداد ميزانياتها والإلتزام بمعالجة آثار إنخفاض قيم الموجودات لديها بإعتبار أن الوسائل التقنية التي تستخدمها تمثل الجانب الأكبر والمهم من الموجودات الثابتة سواء كانت ملموسة أوغير ملموسة.

6. المخصصات، المطلوبات والموجودات المحتملة

يهدف المعيار المحاسبي الدولي السابع والثلاثين الى ضمان تطبيق مقاييس الإعتراف وأسس الإعتراف المناسبة على المخصصات والمطلوبات المحتملة والموجودات المحتملة، وأن يتم الإفصاح عن معلومات كافية في إيضاحات البيانات المالية لتمكين المستخدمين من فهم طبيعتها وتوقيتها ومبلغها.

وقد أوضحت الفقرة رقم 14 من المعيار على أنه يجب الإعتراف بالمخصصات عندما:

يكون على المنشأة التزام حالي (قانوني أو بنّاء) نتيجة لحدث سابق، والذي يتطلب تدفق صادر للموارد المتضمنة للمنافع الإقتصادية لتسوية الإلتزام، والذي يتطلب عمل تقدير موثوق به لمبلغ الإلتزام.

وقد أوضحت الفقرة رقم 6 من المعيار أنه يتطلب وجوب قيام المنشأة بما يلي عند قياس المخصص:

أ. أخذ المخاطر وحالات عدم التأكد في الإعتبار، ولكن عدم التأكد لا يبرر إنشاء مخصصات زائدة أوالمبالغة المتعمدة في المطلوبات .

ب. خصم المخصصات حيث يكون تأثير القيمة الزمنية للنقود مادياً، وذلك بإستخدام سعر الخصم المناسب الذي يعكس كل من التقييمات الحالية في السوق للقيمة الزمنية للنقود وكذلك المخاطر المتعلقة بالأصل.

ج.الأخذ في الإعتبار الأحداث المستقبلية مثل التغييرات في التشريعات القانونية أو التغييرات التقنية وذلك عندما توجد أدلة موضوعية كافية لوقوعها .

د. عدم الأخذ في الإعتبار المكاسب من التصرف المتوقع في الموجودات حتى ولو كان التصرف المتوقع مرتبطا بشكل وثيق بالحدث الذي يتسبب في نشوء المخصص.

وحول تطبيقات ماسبق في ظل عمليات التجارة الإلكترونية حيث تكون المخاطرة وحالات عدم التأكد عالية في تحصيل أرصدة العملاء نظراً للطابع غير الملموس للتجارة الإلكترونية وغياب التوثيق المستندي والأمان وإمكانية التلاعب في عمليات التحويل النقدي من خلال إختراق موقع الشركة من قبل المتسللين للنظم، فإنه من الضروري في مثل هذه الحالات إلزام الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية بتكوين مخصص لمواجهة الخسائر المتوقعة والتغيرات المستقبلية التقنية طبقاً لمبدأ الحيطة والحذر .

وحيث أن المعيار بصيغته الحالية لم يتطرق الى مواجهة عمليات التجارة الإلكترونية ، فإن الأمر يستلزم إضافة فقرة تلزم الشركات بعمل المخصصات اللازمة لمواجهة المخاطر المترتبة على تلك العمليات.

7. الموجودات غير الملموسة.

هدف معيار المحاسبة الدولي الثامن والثلاثون الى بيان المعالجة المحاسبية للموجودات غير الملموسة التي لم يتم تناولها بالتحديد في معيار محاسبة دولي آخر، ويتطلب هذا المعيار أن تعترف المنشأة بالموجود إذا تم تلبية مقاييس معينة، كما يحدد هذا المعيار كيفية قياس المبلغ المسجل للموجودات غير الملموسة ويتطلب إفصاحات معينة بشأن تلك الموجودات.

وتتطلب الفقرة رقم 3 من المعيار المذكور في حالة وجود بعض الموجودات غير الملموسة ضمن شيء ما يمثل قرص مضغوط (في حالة برامج الحاسب الالي) أو في مستندات قانونية (في حالة الترخيص أو البراءة)، ولتحديد ما إذا كان يجب معاملة الموجودات التي تحتوي على كل من عناصر غير ملموسة وملموسة بموجب معيار المحاسبة الدولي السادس عشر – الممتلكات والتجهيزات والمعدات أو كموجودات غير ملموسة فإن الأمر يتطلب إستخدام الحكم الشخصي لتقييم أي عنصر ذو أهمية، ومثال ذلك في حالة وجود برنامج حاسب آلي لآلة يتحكم بها الحاسب الآلي نفسه ولا تستطيع العمل بدون ذلك البرنامج المحدد.

وأن هذا البرنامج يعتبر جزءاً لا يتجزأ من أجهزة الحاسب الآلي ويعامل كممتلكات أو تجهيزات أو معدات، وينطبق نفس الحكم على نظام التشغيل للحاسب الآلي، عندما لا تكون

البرامج جزءاً لا يتجزأ من أجهزة الحاسب الآلي يتعامل برامج الحاسب الآلي على أنها موجود غير ملموس.

وحول ما سبق يمكن القول أن الأصول التقنية المتمثلة في الأجهزة والبرامج والمواقع الإلكترونية والتي تستخدم في عمليات التجارة الإلكترونية تعتبر أصولاً غير ملموسة ويجب الإعتراف بتكاليف الحصول عليها.

الفصل الثالث

أسس الإعتراف بالإيراد في ظل بيئة التجارةالإلكترونية والتحديات التي تواجهها

3.1 مقدمة

إن التطور والإبتكار في تقنية المعلومات ساهم في إذابة الحدود بين الدول مما سهل عملية التبادل التجاري للسلع والخدمات وبطريقة أعلى من الطرق التقليدية في البيع ،إن المميزات التي تتمتع بها الشبكة العالمية للمعلومات ساهم في نموها وبشكل مطرد وستضطر جميع الشركات الى تبني فكرة التجارة الإلكترونية (Deise,2000).

كما تؤكد الدراسات أن التجارة الإلكترونية تعتبر حجر الأساس للاقتصاد الرقمي الحديث، وهو الأمر الذي أدى بدوره الى إحداث تغييرات جذرية وسريعة داخل المنشآت على مستوى العالم لما تتميز به تلك التجارة بالسرعة العالية في أداء عملياتها وبإنخفاض التكاليف الإدارية والتسويقية مما يؤثر بصورة إيجابية عند تحديد الدخل المحاسبي حيث إنها تحقق دخلاً محاسبياً أعلى مما تحققه شركات التجارة التقليدية، ويعتبر الإيراد أحد المعايير المحاسبية التي تثير الجدل بين المحاسبين في الفكر المحاسبي حيث لم يتم الإتفاق حتى الآن على مفهوم واضح للإيراد بالإضافة للخلاف الجذري بينهم على المسمى فمنهم من يطلق عليه مفهوم تحقق الإيراد ومنهم من يطلق عليه الإعتراف بالإيراد، كما يوجد إختلاف أيضاً في آليات وأسس قياس الإيراد في ظل عمليات التجارة الإلكترونية حيث الطبيعة الفريدة لتلك التجارة وغياب التوثيق المستندي لأغلب مراحل تلك التجارة كل تلك العوامل القت بظلها على مشاكل الإعتراف بالإيراد في ظل عمليات التجارة الإلكترونية ، لذلك يأتي هذا الفصل لمناقشة العديد من الموضوعات المتعلقة بالإيراد وطرق قياسه وفقا للمعايير الدولية وفي ظل بيئة التجارة الإلكترونية .

3.2 مفهوم وطبيعة الإيراد

هناك العديد من المفاهيم المرتبطة بموضوع الإيراد والتي لا تختلف في مضمونها فهو ينتج عن "بيع السلع والخدمات للغير بصرف النظر عن واقعة التحصيل وتتحدد قيمة الإيراد وفقا لما يتم تحميله للعملاء " (أبوطالب،2004م) ، كما ينظر البعض اليه باعتباره يمثل كل ما يتولد من قيم سواء كان ذلك في شكل سلع أوخدمات وسواء تم تبادل هذه السلع أو لم يتم تداولها خلال الفترة المحاسبية" (الحيالي،2002م)

هذا وقد جاء في المعيار المحاسبي الدولي رقم 18بأن الإيراد هو الزيادة في المنافع الإقتصادية خلال الفترة المحاسبية في صورة تدفقات داخلة أو زيادة في الموجودات أو نقص في المطلوبات ينتج عنها زيادة في حقوق الملكية وذلك بخلاف ما يقدمه الملاك من مساهمات، وتمثل الإيرادات الدخل الناتج من الأنشطة العادية للمنشأة ويشار اليه بإستخدام مسميات مختلفة مثل المبيعات، العمولات، الفوائد وإيرادات حقوق الامتياز.

وفي تعريف أكثر تطوراً جاء في بيان مجلس مبادئ المحاسبة الأمريكي رقم (4) (APB,Statement No.4) بأن الإيراد هو زيادة في أحد عناصر الأصول أو النقص في أحد عناصر الخصوم الذي يترتب على الأنشطة الأساسية للمنشأة التي يمكن أن تحدث تغييراً في حقوق الملاك نتيجة قيام المنشأة بتسليم أو إنتاج سلع، أو تقديم خدمات، أو القيام بأي أنشطة أخرى تمثل في مجموعها الأنشطة الرئيسية أو الأساسية للمنشأة.

وبذلك فان الإيراد يتمثل في الجانب الايجابي من معادلة تحليل صافي الربح حيث ينتج عن مقابلة الإيرادات بالمصروفات.

3.3 أنواع الإيراد

هناك مبدأن أساسيان في تحديد الإيراد ، يقضي الأول بأن تقتصر الإيرادات على ما ينتج من نشاط المنشأة التجاري أو الصناعي أو الخدمي ، بينما يقضي الثاني بشمولية الإيرادات التي تنتج عن نشاط المشروع العادي وأية موارد أخرى بخلاف تلك التي تؤدي الى زيادة رأس المال، وطبقاً لذلك فإن الإيرادات تشمل المكاسب الرأسمالية والمكاسب الناتجة عن الإستثمار في الأوراق المالية وغيرها من الإيرادات غير العادية أو الإستثنائية.

وبناءً على ما سبق فإن الإيراد يتكون من عدة مكونات وهي : الإيرادات الناتجة عن الأنشطة العادية ، والإيرادات الناتجة عن الأنشطة غير العادية ، والمكاسب الرأسمالية .

3.2.1 الإيرادات العادية

"هي الإيرادات التي تنشأعن طريق عملية البيع للسلع والخدمات التي تمثل النشاط العادي للمشروع وتقاس بمقدار الزيادة في صافي الأصول للمنشأة" (جربوع،2001م)،وتتصف بما يلي (أحمد،2007م):

أ. أنها تتعلق بالفترة المحاسبية التي تعد عنها الحسابات خلال سياق عمليات المشروع.

ب. أنها متكررة من فترة مالية الى أخرى وبالتالي يمكن التنبؤ بها وتوقعها.

ج. أنها العائد الذي يقابل النفقات الإيرادية التي يضحي بها المشروع أي أن هناك علاقة السببية بين المصروف والإيراد الذي تولد عنه في نفس الفترة المالية .

3.2.2 الإيرادات غير العادية

"هي الإيرادات التي يحصل عليها المشروع بعيداً عن مزاولة النشاط العادي ولكن بسبب عوامل إدارية أو قانونية أو إقتصادية وبالتالي يصعب التحكم بها مثل: إعانات الإنتاج، إعانات

التصدير،أرباح دعوى قضائية سابقة إعفاء ضريبي، أرباح غير عادية نتيجة ظروف إستثنائية.(جربوع،2001م).

وتتصف بما يلي:

- لا تتعلق بالفترة المحاسبية، وقد تكون متعلقة بفترة محاسبية سابقة وتحققت في الفترة المحاسبية الحالية.
- لا تتصف بالتكرار،وإذا تكررت فتكون بشكل غير منتظم ولا يمكن التنبؤ بها أو توقعها.
- لا توجدعلاقة سببية بين هذه الإيرادات والنفقات الإيرادية لأنها نشأت نتيجة وجود عوامل من الصعب التحكم بها .

3.2.3 المكاسب الرأسمالية

"هي الربح الناتج من إعادة تقويم أصل من الأصول الثابتة للمنشأة أوبيعه "(القاضي، 2001م) حيث تقتني المنشأة الأصل الثابت بهدف إستخدامه في العمليات الإنتاجية لفترة طويلة نسبياً وليس بهدف إعادة بيعه ، وبالتالي فإن بيعا لأصل وتحقيق الربح لا يعتبر إيراداً عادياً متكرر الحدوث.

وفي ضوء ما سبق تظهر أهمية الفصل بين الإيرادات العادية وغير العادية من خلال مايلي :

1- الأرباح العادية تمثل القدرة الحقيقية للمنشأة في تحقيق الأرباح وذلك من خلال مزاولة الأنشطة الرئيسية لتحقيق أهدافها الرئيسية.

2- يؤدي ذلك لسهولة المقارنة ،لأن صافي الربح الناتج من مزاولة النشاط الرئيسي للمنشأة قابلاً للمقارنة بين فترة محاسبية وأخرى ، كما يمثل معياراً للحكم على أداء الشركة في إستثمار الأصول.

3- يعد التمييز أكثر إنسجاماً مع تطور الفكر المحاسبي ونظرية الشخصية المعنوية .

3.4 تحقق الإيراد والإعتراف به

ركزت المبادئ المحاسبية المتعارف عليها والمقبولة قبولاً عاماً على ضرورة الإعتراف بالإيراد وعدم التعجل بالإعتراف به وعدم المغالاة في التقدير سواء بالزيادة أو النقص مع الأخذ في الإعتبار الفصل بين الفترات المالية وتحميل الفترة المالية بما يخصها من إيرادات ، وإثبات الإيرادات غير المتكررة في الفترة التي تحقق فيها الإيراد مع ضرورة التمييز بين الإيرادات العادية والإيرادات غيرالعادية عند إعداد قائمة الدخل .

وبشكل عام فإن المبادئ والمعايير المحاسبية المتعارف عليها والمقبولة قبولاً عاماً الخاصة بالإيراد قد وضعت في ظل التجارة التقليدية دون أن تضع أسس خاصة لمعالجة الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية حيث يتحقق الإيراد أولاً ويصبح قابل للقياس قبل أن يتم الإعتراف به وتسجيله بالسجلات المحاسبية.

ويعترف المنهج المحاسبي بالإيراد عند إتمام عملية إثباته في السجلات المحاسبية والتعبير عنه بالقوائم المالية .

وذلك متى توفر شرطان أساسيان فيه هما (الشيرازي،1990م)

- الإكتساب ويعني إكتمال عملية خلق أو توليد الإيراد أو إقترابها من الإكتمال.
- التحقق أو القابلية للتحقق.

وفيما يتعلق بعملية اكتساب الإيراد فهي تعني قيام المنشأة بإنجاز الجزء الأكبر مما يجب إنجازه بما يمكن الحصول على المنافع المترتبة على هذا الإيراد، ومفهوم عملية التبادل مفهوم واسع لا يقتصر على عملية البيع وإنما يشمل أي عملية متعلقة بالنشاط الأساسي أو الرئيسي للمنشأة يترتب عليها تبادل للحقوق والواجبات. ويعني حدوث عملية التبادل أن هناك عملية تبادل تمت مع طرف خارجي ترتب عليها تسلّم نقدية أو تعهد من المشتري أو المستفيد بالدفع مستقبلاً. أما فيما يتعلق بتحقق الإيراد فيمكن النظر إليه من خلال الحالات التالية:

1. في حالة عمليات بيع البضائع والسلع يتم إثبات الإيرادات عند عملية التسليم (تسليم البضاعة للمشتري).
2. في حالة إيراد عمليات الخدمات يتم إثبات الإيرادات عندما يتم تنفيذ الخدمات المتعاقد عليها.
3. في حالة الإيرادات المترتبة على السماح للغير بإستخدام مواد المنشأة (الإيجار – العوائد – الرسوم) يتم إثبات الإيرادات على أساس الإستحقاق الزمني أو على أساس معدل إستخدام الموارد.
4. في حالة الإيرادات المتعلقة بالاستغناء عن أصول المنشأة (بخلاف السلع والبضائع المقتناة بغرض إعادة البيع) يتم إثبات الإيرادات عند تاريخ البيع أو المبادلة.

هذا وقد إعتبر بيان مجلس مبادئ المحاسبة رقم 4 (APB,Statement No 4) بعض الأساليب المطبقة للإعتراف بالإيراد إستثناء من قاعدة إكتمال عملية البيع المنبثقة من (مبدأ التحقق)، ومن أمثلة ذلك إستخدام أسلوب نسبة الإنجاز لعقود الإنشاء طويلة الأجل، أو

أسلوب إكتمال الإنتاج الذي يستخدم كأساس للإعتراف بالإيرادات المتعلقة بالمنتجات الزراعية ومنتجات التعدين القابلة للبيع وفقاً لأسعار محددة.

وحول ماسبق يمكن القول بأن الإيراد يعتبر متحققاً إذا تم مبادلة السلع أو الخدمات مقابل نقدية أو مقابل التزام بالسداد مستقبلاً، كما يعد الإيراد قابلاً للتحقق عندما تكون الأصول ذات الصلة بالعملية سواء الأصول المتسلمة أو المقتناة قابلة للتحويل الى مبلغ نقدي محدد أو الى التزام محدد بالسداد مستقبلا.

كما يعد الإيراد مكتسباً عندما تنجز المنشأة الجزء الأكبر مما يتوجب عليها إنجازه بحيث يخول لها ذلك الحصول على المنافع المترتبة على الإيراد، فقد يعد الإيراد مكتسباً عندما تقوم المنشأة بتسليم السلع أو المنتجات أو عندما تكتمل عملية الإنتاج أوعند تقديم الخدمات أوعند قيام المنشأة بأي نشاط آخر يمثل أحد الأنشطة الرئيسية.

3.5 الإعتراف بالإيراد وفق المعيار الدولي الثامن عشر

جاء في المعيار المحاسبي الدولي رقم 18 وجوب توافر عدة شروط للإعتراف بالإيراد الناتج عن عملية البيع أهمها :

أ. قيام المنشأة بتحويل معظم المخاطر والعوائد المتعلقة بالملكية الى المشتري.

ب. إمكانية قياس مقدار الإيراد بطريقة موثوق بها.

ج. من المتوقع حصول المنشأة على المنافع الإقتصادية المرتبطة بالعملية .

د. إمكانية قياس التكاليف التي تترتب على حدوث عملية التبادل بدرجة موثوق بها.

هذا وفيما يتعلق بتقدير ناتج إحدى العمليات التي تتضمن تأدية خدمات بدرجة موثوق فيها، فإنه يجب الإعتراف بالإيراد المرتبط بتلك العملية وذلك على أساس مرحلة إتمام العملية في تاريخ الميزانية. ويمكن تقدير ناتج إحدى العمليات بدرجة موثوق فيها عندما تتوافر كافة الشروط الآتية:

- إمكانية قياس مقدار الإيراد بطريقة موثوق فيها .
- أن يكون من المتوقع حصول المنشأة على المنافع الإقتصادية المرتبطة بالعملية.
- إمكانية قياس نسبة إتمام العملية في تاريخ الميزانية بطريقة موثوق فيها.
- إمكانية قياس التكاليف الفعلية والتكاليف المقدرة لإتمام العملية بطريقة موثوق فيها.

هذا وحول قياس الإيراد في عمليات التجارة الإلكترونية والتي تتم كما هو معروف بعملات متعددة مما ينتج عنه إيرادات بوحدات نقدية غير متجانسة وبالتالي فانه عند تحويل النقد فإن القيمة العادلة قد تختلف عن سعر بيع الوحدة ، الأمر الذي يترتب عليه حدوث مشكلة في قياس قيمة بيع السلع بسبب عدم ثبات وحدة القياس ،(الجعبري ،2012م).

إلا أنه يمكن حل تلك المشكلة من خلال تثبيت أسعار صرف العملات الناتجة عن عملية التبادل مقابل عملة البلد على أن يتم الإعتراف بفروق أسعار الصرف عند تحويل العملات الى العملة الوظيفية للبلد، وبالتالي يمكن التعامل مع مفهوم قياس الإيراد من خلال تطويع مفاهيم المحاسبة المتعلقة بأسس تحقق الإيراد بما يتلاءم مع بيئة التجارة الإلكترونية .

3.6 التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية

تنبع مخاطر التجارة الإلكترونية وبشكل رئيسي من مخاطر شبكة الإنترنت ، فكل تكنولوجيا حديثه ورغم إيجابياتها الكثيرة إلا أن سلبياتها كثيرة كذلك، وفي حالتنا هذه هناك سلبيات تعد خطيرة جداً، وفي حالة عدم التمكن من تحجيم تلك السلبيات والسيطرة عليها، ستكون النتائج مخيبة للآمال وقد يتم الإحجام عن هذه التكنولوجيا الحديثة، وبالتالي تضييع أرباح وفوائد جمة.

إن مخاطر التجارة الإلكترونية كثيرة ومتعددة، وليس من السهل حصرها، فتكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التغير والتطور وكل تغير أو تطور يواكبه مخاطر جديدة، ويكمن الخطر الرئيسي في التجارة الإلكترونية في إمكانية إختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والشركات، ويذكر (Tom Arnold) المتخصص بتعقب عمليات الإختراق عبر شبكة الإنترنت بأن عمليات الإختراق عبر التجارة الإلكترونية توقع الضرر الأكبر على الشركات أكثر منه على المستهلك، فتعويض خسارة المشتري ممكنة، وخصوصاً بأنه وبالغالب يستخدم بطاقات الإعتماد للدفع وتكون خسارته محددة بعملية واحدة، والتي قد يمكن تعقبها، ولكن الخسارة الحقيقية تقع على (الشركات) حيث تتكبد الشركة الخسائر بفقدانها الإيرادات والتي يصعب تعويضها أو حتى تعقب المتلاعبين بأنظمتهم المحاسبية، وذلك نظرا لتعقيدات العمليات الكثيرة في التجارة الإلكترونية .

ويرى (Tom Arnold، 2002م) أن مخاطر التجارة الإلكترونية تصنف ضمن نوعين رئيسين وهما :

1. **مخاطر يمكن إكتشافها:** والمقصود هنا بأن الشركة وبوجود خبراء مختصين لديها قد تتمكن من إكتشاف بعض الإختراقات في أنظمتها والتعامل معها ، ومن أشهر هذه الإختراقات :

أ. **الفيروسات الرقمية المعروفة:** بوجود نظام حماية مناسب ، يستطيع نظام الشركة إصطياد هذه الفيروسات المعروفة له بشكل مسبق والقضاء عليها.

ب. **قراصنة الإنترنت الهواة:** يعتمد قراصنة الإنترنت في إختراقاتهم لنظام الشركة على معلومات ورموز دخول معينة، وفي حالة وجود أكثر من مستخدم لنظام الشركة قد يستطيع القرصان تتبع عملية الدخول والحصول من ذاكرة النظام على تلك المعلومات وإستخدامها، ولهذا فإن كانت الشركة تستخدم آلية تغير تلك الرموز بشكل دوري ومسح الذاكرة المعنية بواسطة خبرائها فستتمكن من تحجيم الإختراقات.

2. **مخاطر لايمكن إكتشافها** :والمقصود أن بعض الإختراقات قد تتم دون سابق دراية بها، إما لحداثتها أو جهل الشركة بها ، وهي كما يلي :

أ. رغم وجود أنظمة حماية من الفيروسات على أنظمة الشركة، الا أنه هناك فيروسات مجهولة قد تتمكن من دخول نظام الشبكة وإحداث تلف كبير دون الشعور به إلا بعد فوات الاوان.

ب. قراصنة انترنت ذوي خبرة عالية، وتعد من أكبر المشاكل التي تواجهها الشركات، فقراصنة الإنترنت ليسوا دوماً من الهواة فمنهم من يملك خبرة ومهارة تفوق كثيراً من المتخصصين، تمكنهم من إختراق أنظمة الشركة دون أن يشعر بهم أحد ، ويتم إختراق موقع الشركة دون إكتشاف.

ج. التسارع التكنولوجي، قد يصعب في كثير من الأحيان مواكبة التسارع التكنولوجي على شبكة الإنترنت بشكل عام وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص، مما يجعل التكنولوجيا التي تستخدمها الشركة قديمة جداً، والمشكلة تكمن بعدم معرفة التقادم في الوقت المناسب.

3.7 الحلول المقترحة للسيطرة على مخاطر التجارة الإلكترونية

تحاول العديد من الجهات إقتراح الكثير من الخطوات لمواجهة مخاطر التجارة الإلكترونية ، وقد كان معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي من أولى الجهات التي قدمت إقتراحات قيمة في الإجتماع الذي عقد في مدينة باريس في الأول من أغسطس لعام 2000، والذي ضم عدة جهات محاسبية مهنية متخصصة بهدف إيجاد حلول لمخاطر التجارة الإلكترونية التي يواجهها المستهلك، ويمكن إظهار هذه المقترحات على الشكل الآتي:(معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي)

1. **توخي الحذر بإعطاء المعلومات الشخصية :**

وذلك بعدم إعطاء المعلومات الشخصية، إلا للجهات الموثوق بها، ومعرفة أسباب حاجة تلك الجهات لهذه المعلومات.

2. **إستخدام برنامج آمن للدخول الى شبكة الإنترنت :**

من المعروف أن كل جهاز كمبيوتر يحتوي على برنامج خاص للدخول الى شبكة الإنترنت، وفي الغالب فإن هذه البرامج تحتوي على آليات معينة تحفظ في ذاكرة الجهاز جميع المعلومات التي تم تداولها في الشبكة من خلاله، وفي كثير من الأحيان يستطيع المخترق وعبر الإنترنت الدخول لذاكرة هذا البرنامج والحصول على جميع المعلومات الخاصة بالمستخدم ودون أن يستشعر بذلك، ولهذا ينصح بشراء برنامج خاص يتمتع بحماية عالية لمنع المخترق من الدخول الى ذاكرته.

3. **التأكد من موقع الشركة على الشبكة :**

يجب التأكد بأن الموقع الخاص بالشركة هو الموقع المقصود وذلك بالإطلاع على سياسات الشركات والتي تتضمن الموقع الأم والذي تم إنشاء موقع الشركة من خلاله. كما أنه يمكن معرفة موقع الشركة من خلال آلية التصفح الخاصة Uniform Resource Locator (URL)، من منطلق أن هذه الآلية تمكن من تتبع الموقع ومعرفة أسس إنشائه، وفي حالة عدم التمكن من تتبعه فيكون الموقع في الغالب موقعاً مشكوكاً به.

4. **إستخدام بطاقات الدفع المضمونة :**

يفضل إستخدام بطاقات دفع مضمونة أو محمية، والمقصود بذلك أن يتم التعامل مع مصدري بطاقات الدفع عبر الإنترنت والذين يتمتعون بسياسات خاصة تحمي الشخص المتعامل من مسؤولية الإستخدام غير المرخص لبطاقته من قبل الغير .

5. **الحذر من تنزيل برامج عبر الإنترنت غير موثوقة المصدر:**

من المعروف أن مستخدم الإنترنت وعبر تجوله بالشبكة ضمن مواقع متعددة يستطيع تنزيل برامج مجانية على جهازه، يتم إستخدامها لأغراض كثيرة : مثل برامج العرض الصوتية والمرئية وأغراض كثيرة. يجب توخي الحذر الشديد عند تنزيل تلك البرامج وخصوصاً من المواقع المشكوك بأمرها، لأنها قد تكون مبرمجة بآلية معينة، تقوم على تجميع كل الأمور الخاصة بك والموجودة على جهازك وترحيلها للجهة المنشئة للبرنامج وذلك دون شعورك بذلك.

6. الحذر من إعطاء الأرقام السرية الخاصة بالشخص :

ويشمل هذا التحذير كل الأرقام السرية بشتى أشكالها وأنواعها وخصوصاً الأرقام الخاصة بالدخول للشبكة عبر مزود الخدمة. كما ينصح كذلك عند إنشاء الأرقام السرية أن تبتعد عن الأمور التقليدية بإنشاء الرقم، ويفضل أن تجعل رقمك السري معقداً نوعاً ما وتضمنه مجموعة من الأرقام والأحرف والرموز، وكلما كان رقمك السري معقداً، كان إكتشافه صعباً، فمن المعروف أن قراصنة الإنترنت إستطاعوا وبشكل مذهل إنشاء برامج تكنولوجية، والتي تعمل بنظام الإحتمالات، تستطيع حل شفرة الأرقام السرية وبسرعة خيالية ولكنها قد تعجز عن ذلك، فكلما كان الرقم معقد التكوين ومتضمناً لرموز وأرقام وأحرف كانت مقدرة تلك البرامج على فك تشفيره ضئيلة جداً.

7. الإحتفاظ بنسخ من العمليات :

وهذه تعد من الأمور المهمة والتي تساهم في إكتشاف السرقات وتفادي إستمرارها، والمقصود بأن تحتفظ دوماً بنسخة من عملية الشراء التي قمت بها (كمستهلك) عبر شبكة الإنترنت، وكذلك بالإستمرار بعمل تسويات الشراء مع مصدر بطاقة الدفع والمقصود هنا أمران مهمان جداً وهما:

- الإحتفاظ بنسخة من طلب الشراء ورقم الطلبية، وهذا سيساعد على الإتصال مع الشركة لحل إشكاليات عدة كموعد التسليم ومطابقة الطلبية، وبالتالي تحييد الآخرين من الإستخدامات غير المرغوب فيها.
- الإستمرار بتسوية حسابات الدفع، ويفضل أن تكون مطابقتك لحسابات الدفع عبر الإنترنت تسوية ذات طابع زمني قصير، وذلك لإكتشاف الإختراقات بوقت سريع وإيقاف الية الدفع عند الضرورة،لكي لا يستطيع المخترق الإستمرار بإستخدام بطاقتك.

8. مراقبة إستخدام الموقع للمحددات Cookies:

وهي عبارة عن رموز رقمية تساعد على دخول الموقع دون إعادة كتابة رقمك السري وعادة ما يتم إدخالها الى جهازك من قبل الموقع دون طلب الإذن منك بذلك، وآلية عمل هذه المحددات بأنه عند دخول الموقع مرة أخرى يقوم الموقع بالإتصال بتلك المحددات الموجودة على جهازك ومطابقتها برقمك السري ومن ثم السماح له بالدخول دون طلب الرقم السري. وفي الغالب يستطيع قراصنة الإنترنت تتبع هذه المحددات Cookies على جهازك عندما تكون على الشبكة، ولذلك يفضل برمجة جهازك على طلب الإذن منك قبل أن ينزل الموقع تلك المحددات عليه.

9. إستخدام المواقع المرخصة :

والمقصود بالمواقع المرخصة، تلك المواقع التي تم تقييمها وتأهيلها من قبل طرف ثالث مؤهل بأمور الحماية حيث أن ذلك النوع من المواقع يكون ممهوراً بتوقيع إلكتروني خاص من طرف ثالث مهني متخصص مثل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي .

من الملاحظ أن أمور الحماية السابقة والتي ينصح بإتباعها من قبل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي، هي أمور حماية خاصة بالمستهلك، والسبب فى ذلك أن الشركة تستطيع توفير آليات حماية عديدة والتي قد تكون باهظة الثمن، ولكن المستهلك لا يستطيع ذلك. وبالطبع يعتبر المستهلك حجر الأساس في التعامل الإلكتروني، وفي حالة فقدانه الثقة لهذا النوع من التعامل ستكون هذه التكنولوجيا عديمة الجدوى.

وكنظرة إقتصادية ناجحة فإن توفير الخدمات والنصائح المجانية للمستهلك ستشجعه على التعامل عبر التجارة الإلكترونية ، وبالتالي تأمين إيرادات خيالية لكل من الشركات والمؤسسات المهنية الخاصة. ولو أمعنا النظر بالإقتراح الأخير(إستخدام مواقع مرخصة) نجد اليوم أن الكثير من الهيئات المهنية المحاسبية وعلى رأسها معهد المحاسبيين القانونيين الأمريكي، تمارس خدمة جديدة تسمى موثوقية مواقع الشبكة العنكبوتية عبر الإنترنتWeb Trust ، وهذه الخدمة كفيلة بتوفير إيرادات خيالية معتمدة على إيرادات المتاجرين عبر التجارة الإلكترونية .

ومن الملاحظ أنه وبعد أن تنبهت المعاهد المحاسبية المهنية لأهمية التجارة الإلكترونية قامت بالحث على إيجاد آليات ومعايير محاسبية خاصة لحماية التعاملات عبر الإنترنت بواسطة التجارة الإلكترونية ، ووجود هذه الآليات والمعايير مكنت الشركات بشكل أو بآخر من كسب ثقة المستهلك بالتعامل معها عبر هذه الآلية التكنولوجية الحديثة. وبعض الإحصائيات عكست هذه الثقة المتولدة بمساعدة الهيئات المحاسبية المهنية .

وبذلك يمكن القول بأن الثقة التي ولدتها الجهات المحاسبية المهنية المتخصصة بالتجارة الإلكترونية جعلت إيرادات الشركات ترتفع بشكل خيالي عبر التعامل من خلال التجارة الإلكترونية ، ولم يكن من الممكن أن تحقق الشركات تلك الإيرادات الخيالية دون جهود تلك الجهات المحاسبية المهنية. لقد أصبح هذا السوق الجديد، ورغم مخاطره العديدة، سوق العصر والعولمة والتنافس المنقطع النظير، علماً بأن آليات التعامل فيه تختلف كلياً، بل جذرياً عن آليات التعامل المتبعة بالسوق التقليدية.

الفصل الرابع

الطريقة والإجراءات

4.1 مقدمة:

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها محوراً رئيساً يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وعن طريقها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل الى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء أدبيات الدراسة المتعلقة بموضوع الدراسة، وبالتالي تحقق الأهداف التي تسعى الى تحقيقها.

بناءً على ذلك تناول هذا الفصل وصفاً للمنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطريقة إعدادهاوكيفية بنائها وتطويرها، ومدى صدقها وثباتها، وينتهي الفصل بالمعالجات الإحصائية التي إستخدمت في تحليل البيانات وإستخلاص النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

4.2 منهجية الدراسة:

يمكن اعتبار منهج الدراسة بأنه الطريقة التي يتتبع الباحث خطاها، ليصل في النهاية الى نتائج تتعلق بالموضوع محل الدراسة، وهو الأسلوب المنظم المستخدم لحل مشكلة الدراسة، إضافة الى أنه العلم الذي يعني بكيفية إجراء البحوث العلمية.

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول من خلاله وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل بياناتها، والعلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها.

ويعرف الحمداني (2006م، ص100) المنهج الوصفي التحليلي بأنه "المنهج الذي يسعى لوصف الظواهر أو الأحداث المعاصرة، أو الراهنة فهو أحد أشكال التحليل والتفسير المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة، ويقدم بيانات عن خصائص معينة في الواقع، وتتطلب معرفة المشاركين في الدارسة والظواهر التي ندرسها والاوقات التي نستعملها لجمع البيانات".

وحيث أن الدراسة تهتم بمدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18والذي يتوافق مع إستخدام المنهج الوصفي التحليلي لكونه أكثر المناهج إستخداماً لدراسة الظواهر الإجتماعية والإنسانية ويتناسب مع طبيعة الظاهرة موضوع الدراسة، كما يهدف إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث لتفسيرها والوقوف على دلالاتها.

لذلك تم التطرق في إعداد الإستبانة على ماكتب في المراجع والدراسات السابقة عن موضوع البحث وهو مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم18 وتم الاستعانة بما كتب حول الموضوع للاستفادة منها في إعداد الإستبانة وكذلك خبرة المختصين وذوي الخبرة والكفاءة.

4.3 طرق جمع البيانات :

اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات وهي البيانات الأولية والبيانات الثانوية :

❖البيانات الأولية:

وذلك عن طريق البحث الميداني بتوزيع إستبانات لدراسة بعض مفردات الدراسة وحصر وتجميع المعلومات اللازمة،ومن ثم تفريغها وتحليلها بإستخدام برنامج التحليل الاحصائي (Statistical Package for Social Science (SPSS)) وإستخدام الإختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

❖البيانات الثانوية:

عن طريق مراجعة الكتب والدوريات والمنشورات ورسائل الماجستير والدكتوراة الصادرة عن الجامعات العربية والأجنبية المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة، وأي مراجع قد تسهم في إثراء الدراسة بشكل علمي، والغرض من اللجوء للمصادر الثانوية في الدراسة،التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحدث في مجال الدراسة والاستفادة بما وصلت اليه الأبحاث والدراسات السابقة عن موضوع الدراسة الحالي والبدء من حيث انتهت الدراسات السابقة.

4.4 مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة يعرف بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من البنوك المحلية العاملة في فلسطين والبالغ عددها 6 بنوك محلية وهم بنك فلسطين ، البنك الاسلامي الفلسطيني، البنك الاسلامي العربي ، بنك الإستثمار الفلسطيني ، بنك القدس ، البنك الوطني ، الذين تتوفر لديهم الخبرة العملية في مجال هذه الدراسة وذلك لعدد 60 مبحوث).

4.5 عينة الدراسة

قامت الباحثة بإســتخدام طريقة العينة العشــوائية، حيث تم توزيع 60 إســتبانة على مجتمع الدراسة وقد تم استرداد 50 إستبانة صالحة للتحليل بنسبة 83.3%.

4.6 أداة الدراسة:

تم إعداد إســـتبانة حول "مدى ملاءمة مهنة المحاســـبة لبيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18 "

تتكون إستبانة الدارسة من قسمين رئيسيين:

القسم الاول: وهو عبارة عن البيانات الشخصية عن المستجيبين (مكان العمل، العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، عدد سنوات الخبرة، عدد سنوات الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية ، حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية لدى المبحوث).

القسم الثاني: وهو عبارة عن **مجالات الدراسة**، ويتكون من 67 فقرة، موزع على 4 مجالات :

المجال الاول: تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18، ويتكون من (18) فقرة.

المجال الثاني: تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18، ويتكون من (16) فقرة.

المجال الثالث:الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18، ويتكون من (20) فقرة.

المجال الرابع: تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية ، ويتكون من (13) فقرة.

وبهذا يكون مجموع فقرات الإستبانة (67) فقرة.

وقد تم إستخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الإستبانة حسب جدول (4.1):

جدول (4.1): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

خطوات بناء الإستبانة:

تم إعداد أداة الدراسة لمعرفة " مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18 "، من خلال الخطوات التالية لبناء الإستبانة :-

1- الإطلاع على الأدب المحاسبي والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الإستبانة وصياغة فقراتها.
2- تم استشارة عدداً من أساتذة الجامعات والمشرفين في تحديد مجالات الإستبانة وفقراتها.
3- تحديد المجالات الرئيسة التي شملتها الإستبانة.
4- تحديد الفقرات التي تقع تحت كل مجال.
5- تم تصميم الإستبانة في صورتها الأولية.
6- تم مراجعة وتنقيح الإستبانة من قبل المشرف.
7- تم عرض الإستبانة على (6) من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر وجامعة فلسطين وجامعة الإسراء متخصصين في المحاسبة والتمويل والإحصاء والملحق رقم (3) يبين أسماء أعضاء لجنة التحكيم الذين قاموا مشكورين بتحكيم أداة الدراسة .

في ضوء أراء المحكمين تم تعديل بعض فقرات الإستبانة من حيث الحذف أوالإضافة والتعديل، لتستقر الإستبانة في صورتها النهائية، ملحق (2).

صدق الإستبانة:

صدق الإستبانة يعني " أن تقيس الإستبانة ما وضع لقياسه" (الجرجاوي،2010م)، كما يقصد بالصدق "شمول الإستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" (عبيدات وآخرون، 2001م). وقد تم التأكد من صدق الإستبانة بطريقتين:

1- **صدق أداة الدراسة "الصدق الظاهري":**

يقصد بصدق المحكمين "هو أن يختار الباحث عددًا من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أوالمشكلة موضوع الدراسة" (الجرجاوي،2010م) تم عرض الإستبانة على محكمين والملحق رقم (3) يبين أسماء أعضاء لجنة التحكيم الذين قاموا مشكورين بتحكيم أداة الدراسة ، حيث طلب من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملاءمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله ، ومدى وضوح صياغة العبارات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي ينتمي اليه ، ومدى كفاية العبارات لتغطية كل محور من محاور متغيرات الدراسة الأساسية هذا بالإضافة الى إقتراح ما يرونه ضرورياً من تعديل صياغة العبارات أو حذفها أو إضافة عبارات جديدة لأداة الدراسة ، وكذلك إبداء آرائهم فيما يتعلق بالبيانات الاولية (الخصائص الشخصية للمبحوثين).

وإستناداً الى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون تم إجراء التعديلات اللازمة.

2- **صدق المقياس:**

أولاً: الإتساق الداخلي Internal Validity

يقصد بصدق الإتساق الداخلي مدى إتساق كل فقرة من فقرات الإستبانة مع المجال الذي تنتمي الية هذه الفقرة، وقد قامت الباحثة بحساب الإتساق الداخلي للإستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الإستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

يوضح جدول (4.2) معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الإرتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (4.2): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (Sig.)
.1	توجد إختلافات جوهرية في أساليب المحاسبة المتبعة في التطبيق العملي للتجارة الإلكترونية عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية.	.508	*0.000
.2	لا توجد آلية محددة للتحقق من أرصدة المدينين في بيئة عمليات التجارة الإلكترونية .	.624	*0.000
.3	تؤثر عمليات التجارة الإلكترونية على مفهوم وآليات القياس المحاسبى.	.516	*0.000
.4	إن الآليات المتبعة للإعتراف بالإيراد المعمول بها فى التجارة التقليدية لا تكفي للإعتراف بالإيراد في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .	.654	*0.000
.5	لا توجد آلية متفق عليها للقياس والإعتراف بالنقود الرقمية فى عمليات التجارة الإلكترونية .	.652	*0.000
.6	لا يوجد توافق بين آلية قياس النقود الرقمية في عمليات التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم18.	.620	*0.000
.7	إن تطبيق مبدأ مقابلة الإيرادت بالمصروفات فى عمليات التجارة الإلكترونية غير موضوعى لعدم وجود آلية متفق عليها للإعتراف بالإيراد.	.706	*0.000
.8	هناك صعوبة في الإلتزام بمبدأ الإفصاح الشامل في مجال التجارة الإلكترونية.	.676	*0.000
.9	عدم تجانس وحدات النقد خلال فترات تحصيل الإيراد في ظل التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع فرض وحدة القياس.	.619	*0.000
.10	تواجه القواعد والأسس والإجراءات المعمول بها في عمليات التجارة الإلكترونية صعوبات في التطبيق على أرض الواقع.	.583	*0.000
.11	لا يوجد المام كافي لدى القائمين على أمر الضرائب بأساليب التحاسب الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية .	.560	*0.000
.12	يوجد بنية أساسية في المنشآت لا تلائم وجود قواعد وإجراءات تحكم عملية التبادل التجاري الإلكتروني.	.562	*0.000
.13	إن الضوابط والإجراءات التي تحكم عمليات التجارة التقليدية تختلف عن تلك التي يتم التعامل بها في التجارة الإلكترونية .	.565	*0.000
.14	هناك صعوبة في متابعة السلع والخدمات المتبادلة إلكترونياً والتي تتضمن سلع وخدمات غير ملموسة ولا تسري عبر المنافذ الجمركية .	.512	*0.000

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (Sig.)
.15	هناك صعوبة في الإطلاع على بيانات الممولين ذات العلاقة بالسلع والخدمات المتبادلة في التجارة الإلكترونية نتيجة لإمكانية إخفاء تلك البيانات إلكترونياً أوتعديلها .	.636	*0.000
.16	توجد صعوبة في متابعة السلع والخدمات المتبادلة إلكترونياً حيث يتم إبرام العديد منها عبر شبكة الإنترنت دون تسجيلها في الدفاتر.	.717	*0.000
.17	إن قياس مبلغ الإيراد الناتج عن تقديم الخدمات يتم بشكل موثوق في بيئة التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع متطلبات المعيارالدولي رقم 18 .	.558	*0.000
.18	هناك قصور في الحصول على عناصر قوائم مالية تتمتع بخصائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .	.697	*0.000

* الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

يوضح جدول (4.3) معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال" تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18" والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الإرتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

جدول (4.3): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (Sig.)
.1	تؤثر التجارة الإلكترونية على مفهوم وأسس قياس الإيراد الواردة في المعيارالدولي رقم18	.658	*0.000
.2	التوثيق الإلكتروني في بيئة التجارة الإلكترونية لا يحقق متطلبات القياس حسب المعيار المحاسبي الدولي رقم18	.490	*0.001
.3	لا يوجد ثقة في نظام التحويل من العميل الى الشركة والعكس في بيئة التجارة الإلكترونية.	.565	*0.000
.4	هناك قصور في سن التشريعات التي تحكم عملية التبادل التجاري الإلكتروني	.556	*0.000

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (Sig.)
.5	يتم إنتقال المنافع المتعلقة بتقديم الخدمة الى البائع في ظل بيئة التجارة الإلكترونية بطريقة لا تتوافق مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم18.	.346	*0.014
.6	هناك دقة في الوصول الى صافي العمليات في بيئة التجارة الإلكترونية لكن لا يتوافق مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي 18.	.573	*0.000
.7	تختلف آليات تطبيق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها في ظل عمليات التجارة الإلكترونية عن طريقة التطبيق في التجارة التقليدية .	.602	*0.000
.8	تعتبر القوائم المالية للشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية غير معبرة بصدق عن الأحداث والظواهر التي وقعت.	.612	*0.000
.9	هناك صعوبة في تطبيق المبدأ المحاسبي المتعلق بالقياس النقدي في التجارة الإلكترونية .	.755	*0.000
10	يمكن قياس نسبة إنجاز الخدمة بتاريخ إعداد الميزانية بشكل موثوق في ظل بيئة التجارة الإلكترونية ولكنها غير متوافقة مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.	.575	*0.000
11	التقرير المالي للشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية لا يستند على المبادئ المحاسبية المتعارف عليها.	.572	*0.000
12	هناك صعوبة في إثبات المعاملات والعقود في التعاملات التجارية الإلكترونية نتيجة غياب السجلات والمستندات الورقية اللازمة.	.549	*0.000
13	القواعد المحاسبية المستخدمة في ظل التجارة الإلكترونية لا تتلاءم مع الخصائص الذاتية للتجارة الإلكترونية وإعادة صياغتها يتطلب قبول وتعاون وتنسيق دولي وتعديل بعض نصوص الإتفاقيات الدولية .	.699	*0.000
14	يوجد قصور في الحصول على عناصر قوائم مالية تتمتع بخصائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .	.684	*0.000
15	هناك حاجة لوجود أنظمة ووسائل ملائمة للتعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية	.583	*0.000
16	هناك صعوبة في تطبيق ضوابط قانونية وإدارية تنظم عملية التبادل التجاري الإلكتروني.	.588	*0.000

* الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

يوضح جدول (4.4) معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال" الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي" والدرجة الكلية للمجال،

والذي يبين أن معاملات الإرتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (4.4): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي" والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (Sig.)
.1	هناك صعوبة في تحديد حجم العمليات التجارية الإلكترونية بإعتبارها عمليات رقمية وتتم من خلال الواقع الإفتراضي.	.779	*0.000
.2	هناك صعوبة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالإعتراف بأنشطة التجارة الإلكترونية .	.753	*0.000
.3	المعلومات المالية للشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية لا تراعي أمن وسلامة الموقع الإلكتروني بما يتلاءم مع متطلبات الإعتراف الناتج عن تقديم الخدمات الواردة بالمعيار الدولي رقم 18.	.320	*0.022
.4	تسجيل العمليات إلكترونياً في بيئة التجارة الإلكترونية لا تتلاءم مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم 18 للإعتراف بالإيراد الناتج عن تقديم الخدمات.	.513	*0.000
.5	عمليات التجارة الإلكترونية تؤثر على مفهوم وأسس قياس الإيراد الواردة في المعيار الدولي رقم 18 .	.509	*0.000
.6	تتوفر بنية تحتية لدى الشركات العاملة بالتجارة الإلكترونية تمكن من قياس العمليات بشكل موثوق وفعال تتعارض مع متطلبات القياس الواردة في المعيار المحاسبي الدولي رقم 18.	.517	*0.000
.7	التوثيق الإلكتروني في بيئة التجارة الإلكترونية لا يحقق متطلبات القياس المحاسبي حسب المعيار المحاسبي الدولي رقم 18.	.525	*0.000
.8	إن قياس قيمة الإيراد الناتج عن بيع السلع وتقديم الخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع متطلبات القياس حسب المعيار المحاسبي الدولي 18.	.459	*0.001
.9	الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية لا تتوافق مع الأسس المستخدمة في قياس الإيراد حسب المعيار المحاسبي الدوالي 18.	.465	*0.001
.10	إختلاف وحدات النقد في إيرادات شركات التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع فرض وحدة القياس.	.808	*0.000

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (Sig.)
.11	هناك صعوبة في قياس الإيراد بالقيمة العادلة في بيئة التجارة الإلكترونية بما ينسجم مع المعيار المحاسبي الدولي رقم 18.	.799	*0.000
.12	هناك صعوبة في عرض التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية للشركات التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية بطريقة تتوافق مع المعيار المحاسبي الخاص ببيان التدفقات النقدية .	.806	*0.000
.13	توجد مشكلات في تقدير الخسائر المتوقعة للشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بطريقة دقيقة.	.634	*0.000
.14	لا يتعاطى المعيار الدولي الخاص بالسياسات المحاسبية مع عمليات التجارة الإلكترونية .	.618	*0.000
.15	المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية تثير العديد من المشاكل .	.538	*0.000
.16	من المناسب إلزام الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بتكوين مخصص ضريبي بمعدل مناسب يتم الإقرار به من الشركات المماثلة في نفس المجال.	.574	*0.000
.17	يوجد مشكلات لدى الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية في تحويل كافة الإيرادات الناتجة من المعاملات الأجنبية في تاريخ الإعتراف بها الى عملة العرض في التقارير بسعر صرف فوري في تاريخ المعاملة.	.705	*0.000
.18	يوجد صعوبات في التزام الشركات التي تعمل بالتجارة الإلكترونية بمعالجة آثار إنخفاض قيم الموجودات بصفة تعمل بتكنولوجيا سريعة التقادم.	.411	*0.003
.19	هناك مشكلات لدى الشركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية عن الإعتراف بالمخصصات والمطلوبات والموجودات المحتملة طبقاً للمعيار (37) الخاص بالمطلوبات والموجودات المحتملة.	.715	*0.000
.20	توجد صعوبة لدى الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية في الإفصاح وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 8 "القطاعات التشغيلية ".	.624	*0.000

* الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

يوضـــــح جدول (4.5) معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال" تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن

معاملات الإرتباط المبينة دالة عند مســـتوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ وبذلك يعتبر المجال صـــادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (4.5): معامل الإرتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية " والدرجة الكلية للمجال

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (Sig.)
.1	تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التغير والتطور لذلك تواجه مخاطر جديدة.	.481	*0.001
.2	قد يصعب في كثير من الأحيان مواكبة التسارع التكنولوجي على شبكة الإنترنت بشكل عام وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص.	.513	*0.000
.3	هناك إمكانية إختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والشركات وتعريضهم للخسائر في ظل أسلوب التعامل بالتجارة الإلكترونية .	.721	*0.000
.4	هناك صعوبة في توفير الكفاءات المهنية للموظفين العاملين في مجال التجارة الإلكترونية تزيد من فاعلية عمليات التبادل التجاري الإلكتروني.	.592	*0.000
.5	لا تتوفر الحماية الكافية من قبل مصدري بطاقات الدفع عبر الإنترنت للشخص المتعامل في التجارة الإلكترونية .	.724	*0.000
.6	توجد مشكلات في إستخدام المواقع المرخصة التي يتم تقييمها وتأهيلها من قبل طرف ثالث مؤهل بأمور الحماية ويكون ممهوراً بتوقيع إلكتروني خاص من طرف ثالث مهني متخصص مثل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي.	.664	*0.000
.7	من التحديات المهمة التي تواجه التجارة الإلكترونية مشكلة الإعتراف بالإيراد وإمكانية قياسه.	.692	*0.000
.8	توجد قصور في مجال تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية حتى يمكن تيسير التسويات للحسابات والمدفوعات الناجمة عن التجارة الإلكترونية .	.653	*0.000
.9	هناك مشكلات قد تتولد من ظهور النقود الإلكترونية في ظل التجارة الإلكترونية وانتشارها الذي قد يشجع أويسهل عمليات غسيل الأموال وقد يخلق صعوبات في رقابة الحكومات المركزية على النقد المتداول.	.762	*0.000
.10	تعاني شبكة الإنترنت بشكل عام من نقص الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات الشركات ومراسلاتها عبر الشبكة بالإضافة الى عمليات الدفع الإلكتروني.	.687	*0.000

م	الفقرة	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (.Sig)
.11	ضعف ثقافة القائمين على إدارة القطاعات المختلفة بأهمية التجارة الإلكترونية على الرغم من أن الدخول في هذا المجال لم يعد خياراً إقتصادياً بل ضرورة لابد منها في ظل إقتصاد عالمي تتزايد فيه حجم المعاملات التجارية الإلكتروني.	.677	*0.000
.12	هناك ضعف في عدد المهنيين والكوادر الفنية والقانونية والتنظيمية العاملة في مجال التجارة الإلكترونية .	.754	*0.000
.13	لا توجد سياسات ومنهجيات واضحة لتأهيل كوادر بشرية مناسبة قادرة على التعامل مع تقنيات التجارة الإلكترونية .	.687	*0.000

* الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

ثانيا: الصدق البنائيStructure Validity

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول اليها، ويبين مدى إرتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الإستبانة.

يبين جدول (4.6) أن جميع معاملات الإرتباط في جميع مجالات الإستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ وبذلك تعتبر جميع مجالات الإستبانة صادقه لما وضعت لقياسه.

جدول (4.6): معامل الإرتباط بين درجة كل مجال من مجالات الإستبانة والدرجة الكلية للإستبانة

المجال	معامل بيرسون للإرتباط	القيمة الإحتمالية (.Sig)
تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18.	.904	*0.000
تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18.	.906	*0.000
الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18.	.932	*0.000
تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .	.803	*0.000

*الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

ثبات الإستبانة Reliability:

يقصد بثبات الإستبانة هو أن يعطي الإستبانة نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية، ويقصد به أيضا الى أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها، أو ما هي درجة إتساقه وإنسجامه وإستمراريته عند تكرار إستخدامه في أوقات مختلفة (الجرجاوي،2010م).

تم التحقق من ثبات إستبانة الدراسة من خلال معامل الفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (4.7).

جدول (4.7):معامل الفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة

المجال	عدد الفقرات	معامل الفا كرونباخ	الصدق الذاتي*
تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18.	18	0.903	0.950
تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18.	16	0.868	0.932
الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18.	20	0.910	0.954
تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .	13	0.894	0.946
جميع المجالات معا	**67**	**0.959**	**0.979**

*الصدق الذاتي = الجذر التربيعي الموجب لمعامل الفا كرونباخ

واضح من النتائج الموضحة في جدول (4.7) أن قيمة معامل الفا كرونباخ مرتفعة حيث بلغت لجميع فقرات الإستبانة (0.959). وكذلك قيمة الصدق الذاتي مرتفعة حيث بلغت لجميع فقرات الإستبانة (0.979) وهذا يعنى أن الثبات مرتفع ودال إحصائيا.

وبذلك تكون الإستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (2). وبذلك تم التأكد من صدق وثبات إستبانة الدراسة مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الإستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة وإختبار فرضياتها.

4.7 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم إستخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1- النسب المئوية والتكرارات(Frequencies & Percentages):لوصف عينة الدراسة.

2- المتوسط الحسابي والمتوسط الحسابي النسبي والإنحراف المعياري.

3- إختبار الفا كرونباخ(Cronbach's Alpha)، لمعرفة ثبات فقرات الإستبانة.

4- إختبار كولمجوروف-سمرنوف (Kolmogorov-Smirnov Test(K-S :لمعرفة ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه.

5- معامل إرتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الإرتباط: يقوم هذا الإختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين. وقد تم إستخدامه لحساب الإتساق الداخلي والصدق البنائي للإستبانة.

6- إختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الإستجابة قد وصلت الى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم زادت أو قلت عن ذلك. ولقد تم إستخدامه للتأكد من دلالة المتوسط لكل فقرة من فقرات الإستبانة.

تم تفريغ وتحليل الإستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

إختبار التوزيع الطبيعي Normality Distribution Test :

تم إستخدام إختبار كولمجوروف-سمرنوف Kolmogorov-Smirnov (K-S) Testلإختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (4.8).

جدول (4.8): يوضح نتائج إختبار التوزيع الطبيعي

المجال	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (Sig.)
تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي 18.	0.651	0.791
تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.	0.768	0.597

الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي 18.	0.876	0.427
تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .	0.998	0.272
جميع مجالات الإستبانة معا	0.838	0.483

واضـــح من النتائج الموضـــحة في جدول (4.8) أن القيمة الإحتمالية (.Sig) لجميع مجالات الدراســة أكبر من مســتوى الدلالة 0.05 وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي، حيث تم إستخدام الإختبارات المعلمية لتحليل البيانات.

الفصل الخامس

تحليل البيانات وإختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

5.1 مقدمة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لتحليل البيانات وإختبار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة وإستعراض أبرز نتائج الإستبانة والتي تم التوصل اليها من خلال تحليل فقراتها، والوقوف على المعلومات الشخصية التي إشتملت على (مكان العمل، العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، عدد سنوات الخبرة، عدد سنوات الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية ، حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية لدى المبحوث)، لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من إستبانة الدراسة، إذ تم إستخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الإجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة التي تم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

5.2 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

وفيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

- **توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل**

جدول (5.1):توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل

مكان العمل	العدد	النسبة المئوية %
بنك الإستثمار	5	10
البنك الإسلامي العربي	8	16
البنك الإسلامي الفلسطيني	14	28
بنك القدس	4	8
البنك الوطني	3	6
بنك فلسطين	16	32
المجموع	50	100.0

يتضح من جدول (5.1) أن ما نسبته 10% من عينة الدراسة يعملون في بنك الإستثمار،16%يعملون في بنك الإسلامي العربي، 28%يعملون في البنك الإسلامي الفلسطيني، 8%يعملون في بنك القدس، 6%يعملون في البنك الوطني،بينما 32%يعملون في بنك فلسطين. ونجد أن النسبة الأكبر كانت لبنك فلسطين لكثرة فروعه في قطاع غزة والضفة الغربية .

- **توزيع عينة الدراسة حسب العمر**

جدول (5.2):توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 30 سنة	14	28
30 الى 40 سنة	25	50
أكثر من 40 سنة	11	22
المجموع	**50**	**100.0**

يتضح من جدول (5.2) أن ما نسبته 28% من عينة الدراسة أعمارهم أقل من 30 سنة، 50% تتراوح أعمارهم من 30 الى 40 سنة، بينما 22% أعمارهم أكثر من 40 سنة.

العينة مناسبة وذلك لأن الموضوع حديث نسبياً وهناك إجابات من الفئة الشابة على موضوع التجارة الإلكترونية .

- **توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي**

جدول (5.3):توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية %
بكالوريوس	41	82
ماجستير فأعلى	7	14
أخرى	2	4
المجموع	**50**	**100.0**

يتضح من جدول (5.3) أن ما نسبته 82% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي بكالوريوس، 14.0%مؤهلهم العلمي ماجستير فأعلى،بينما 4%مؤهلهم العلمي غير ذلك.

وبذلك فان الفئة المستهدفة هم من حملة الشهادات العلمية التي تؤهلهم للقيام بأداء أعمالهم المهنية والقدرة على فهم طبيعة وابعاد الإستبانة .

- **توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي**

جدول (5.4):توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي

التخصص العلمي	العدد	النسبة المئوية %
محاسبة	22	44.0
إدارة أعمال	10	20.0
علوم مالية ومصرفية	7	14.0
اقتصاد وعلوم سياسية	2	4.0
غير ذلك	9	18.0
المجموع	50	100.0

يتضح من جدول (5.4) أن ما نسبته 44.0% من عينة الدراسة تخصصهم العلمي محاسبة، 20.0% تخصصهم العلمي إدارة أعمال، 14.0% تخصصهم العلمي علوم مالية ومصرفي، 4.0% تخصصهم العلمي اقتصاد وعلوم سياسية، بينما 18%تخصصهم العلمي غير ذلك (حاسوب، IT، هندسة حاسوب). وبذلك فإن الفئة المستهدفة هم من حملة الشهادات العلمية في تخصص المحاسبة والعلوم المالية والمصرفية والتي تؤهلهم للقيام بأداء اعمالهم المهنية والقدرة على فهم طبيعة وابعاد الإستبانة والإجابة على أسئلة الإستبانة بعد فهم بنودها.

- **توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة**

جدول (5.5):توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 5 سنوات	12	24.0
5 الى 10 سنوات	14	28.0
أكثر من 10 سنوات	24	48.0
المجموع	50	100.0

يتضح من جدول (5.5) أن ما نسبته 24.0% من عينة الدراسة سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات، 28.0%تتراوح سنوات خبرتهم من 5 الى 10 سنوات، بينما 48.0%سنوات خبرتهم أكثر من 10 سنوات وبذلك فان الفئة المستهدفة هم منممن لديهم خبرة كبيرة في مجال العمل المصرفي ولهم قدرة على الإجابة على أسئلة الإستبانة وفهم أبعادها .

- **توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية**

جدول (5.6):توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرةفي مجال التجارة الإلكترونية

سنوات الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 3 سنوات	32	64.0
من 3 الى أقل من 6 سنوات	7	14.0
من 6 الى 9 سنوات	6	12.0
أكثر من 9 سنوات	5	10.0
المجموع	**50**	**100.0**

يتضح من جدول (5.6) أن ما نسبته 64.0% من عينة الدراسة سنوات خبرتهم في مجال التجارة الإلكترونية أقل من 3 سنوات،14.0%تتراوح سنوات خبرتهم في مجال التجارة الإلكترونية من 3 الى أقل من 6 سنوات، 12%تتراوح سنوات خبرتهم في مجال التجارة الإلكترونية من 6 الى 9 سنوات، بينما 10%سنوات خبرتهم في مجال التجارة الإلكترونية أكثر من 9 سنوات. لأن موضوع التجارة الإلكترونية حديث نسبياً فإن سنوات الخبرة في هذا المجال كافية وتتيح لهم الإجابة على أسئلة الإستبانة بمهنية .

- **توزيع عينة الدراسة حسب حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية لديكم**

جدول (5.7): توزيع عينة الدراسة حسب حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية لديكم

حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية لديكم	العدد	النسبة المئوية %
كبير	9	18.0
متوسط	28	56.0
صغير	13	26.0
المجموع	**50**	**100.0**

يتضح من جدول (5.7) أن ما نسبته 18.0% من عينة الدراسة حجم تعاملهم بالتجارة الإلكترونية كبير، 56.0% حجم تعاملهم بها متوسط، 26.0% حجم تعاملهم بها صغير. النسبة الأكبر حجم التعامل لديهم متوسط مما يتيح لهم معرفة جوانب الإستبانة والإجابة عليه من واقع خبرتهم في مجال التجارة الإلكترونية وكيفية ربطها مع الإعتراف بالإيراد وطرق المعالجة المحاسبية لعمليات التجارة الإلكترونية .

5.3 إختبار فرضيات الدراسة

لإختبار فرضيات الدراسة تم إستخدام إختبار Tلعينة واحدة لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الإستجابة قد وصلت الى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3أم لا. فإذا كانت Sig > 0.05 (Sigأكبرمن0.05) فإن متوسط آراء الأفراد حول الظاهرة موضع الدراسة لا يختلف جوهرياً عن موافق بدرجة متوسطة وهى 3، أما إذا كانت Sig < 0.05 (Sigأقل من 0.05) فإن متوسط آراء الأفراد يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة، وفي هذه الحالة يمكن تحديد ما إذا كان متوسط الإجابة يزيد أوينقص بصورة جوهرية عن درجة الموافقة المتوسطة. وذلك من خلال قيمة الإختبار فإذا كانت قيمة الإختبار موجبة فمعناه أن المتوسط الحسابي للإجابة يزيد عن درجة الموافقة المتوسطة والعكس صحيح.

الفرضية الأولى: لايوجد توافق ذو دلالة إحصائية في تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.

تم إستخدام إختبار T لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الإستجابة قد وصلت الى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم لا. النتائج موضحة في جدول (5.8).

جدول (5.8): المتوسط الحسابي وقيمة الإحتمال (.Sig) لكل فقرة من فقرات مجال" تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي 18"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
.1	توجد إختلافات جوهرية في أساليب المحاسبة المتبعة في التطبيق العملي للتجارة الإلكترونية عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية.	4.24	0.53	84.76	15.07	*0.000	1
.2	لا توجد آلية محددة للتحقق من أرصدة المدينين في بيئة عمليات التجارة الإلكترونية	3.55	1.02	70.95	3.49	*0.001	18

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (Sig.)	الترتيب
.3	تؤثر عمليات التجارة الإلكترونية على مفهوم وآليات القياس المحاسبي.	3.88	0.68	77.56	8.29	*0.000	14
.4	إن الآليات المتبعة للإعتراف بالإيراد المعمول بها في التجارة التقليدية لا تكفي للإعتراف بالإيراد في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .	3.93	0.75	78.57	8.07	*0.000	8
.5	لا توجد الية متفق عليها للقياس والإعتراف بالنقود الرقمية فى عمليات التجارة الإلكترونية .	3.93	0.87	78.57	6.94	*0.000	8
.6	لا يوجد توافق بين آلية قياس النقود الرقمية في عمليات التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم18.	3.93	0.75	78.57	8.07	*0.000	8
.7	إن تطبيق مبدأ مقابلة الإيرادات بالمصروفات في عمليات التجارة الإلكترونية غير موضوعي لعدم وجود الية متفق عليها للإعتراف بالإيراد.	3.88	0.79	77.50	7.00	*0.000	15
.8	هناك صعوبة في الإلتزام بمبدأ الإفصاح الشامل في مجال التجارة الإلكترونية .	3.88	0.74	77.62	7.72	*0.000	12
.9	عدم تجانس وحدات النقد خلال فترات تحصيل الإيراد في ظل التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع فرض وحدة القياس.	3.93	0.76	78.50	7.66	*0.000	11
.10	تواجه القواعد والأسس والإجراءات المعمول بها في عمليات التجارة الإلكترونية صعوبات في التطبيق على أرض الواقع.	3.81	0.74	76.19	7.09	*0.000	17

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (Sig.)	الترتيب
.11	لا يوجد إلمام كافي لدى القائمين على أمر الضرائب بأساليب التحاسب الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية .	4.14	0.72	82.86	10.31	*0.000	3
.12	يوجد بنية أساسية في المنشآت لا تلائم وجود قواعد وإجراءات تحكم عملية التبادل التجاري الإلكتروني.	3.98	0.87	79.52	7.28	*0.000	5
.13	إن الضوابط والإجراءات التي تحكم عمليات التجارة التقليدية تختلف عن تلك التي يتم التعامل بها في التجارة الإلكترونية .	4.17	0.76	83.33	9.92	*0.000	2
.14	هناك صعوبة في متابعة السلع والخدمات المتبادلة إلكترونياً والتي تتضمن سلع وخدمات غير ملموسة ولا تسري عبر المنافذ الجمركية.	3.98	0.84	79.52	7.53	*0.000	5
.15	هناك صعوبة في الإطلاع على بيانات الممولين ذات العلاقة بالسلع والخدمات المتبادلة في التجارة الإلكترونية نتيجة لإمكانية إخفاء تلك البيانات إلكترونياً أوتعديلها .	3.98	0.78	79.52	8.11	*0.000	5
.16	توجد صعوبة في متابعة السلع والخدمات المتبادلة إلكترونياً حيث يتم ابرام العديد منها عبر شبكة الإنترنت دون تسجيلها في الدفاتر.	4.05	0.76	80.95	8.89	*0.000	4
.17	إن قياس مبلغ الإيراد الناتج عن تقديم الخدمات يتم بشكل موثوق في بيئة التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18 .	3.85	0.69	77.07	7.91	*0.000	16

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (Sig.)	الترتيب
.18	هناك قصور في الحصول على عناصر قوائم مالية تتمتع بخصائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .	3.88	0.89	77.62	6.42	*0.000	12
	جميع فقرات المجال معاً	3.95	0.48	78.92	12.90	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

من جدول (5.8) يمكن إستخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة 1 " توجد إختلافات جوهرية في أساليب المحاسبة المتبعة في التطبيق العملي للتجارة الإلكترونية عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية "يساوي4.24 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي84.76%، قيمة الإختبار15.07وأن القيمة الإحتمالية (Sig.) تساوي0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- المتوسط الحسابي للفقرة 2 "لا توجد الية محددة للتحقق من أرصدة المدينين في بيئة عمليات التجارة الإلكترونية "يساوي 3.55 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 70.95%، قيمة الإختبار 3.49،وأن القيمة الإحتمالية (Sig.) تساوي0.001 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناكموافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي3.95، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي78.92%، قيمة الإختبار12.90،وأن القيمة الإحتمالية (Sig.)تساوي0.000 لذلك يعتبر مجال" تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18 " دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

من نتائج التحليل يتبين أن جميع أفراد العينة مجمعون أن هناك إختلاف في تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.

وينتج ذلك من أن طبيعة الأساليب المستخدمة في التجارة الإلكترونية تختلف عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية حيث واقعها غير الملموس وطبيعة عملياتها المختلفة وافتقاد أغلب مراحلها للتوثيق المستندي مما القى بظله على الطرق العملية لتطبيق تلك التجارة.

ويتبين أن النتائج إتفقت مع نتائج دراسة (دهمش والقشي ،2004) ودراسة (الجعبري،2012) والتي كانت من أهم نتائجها أن الطبيعة غير الملموسة للتجارة الإلكترونية وغياب التوثيق لمعظم عملياتها قد ساهما في وجود المشكلات التى تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة عند التعامل مع هذا النوع من التجارة .

نتيجة الفرضية:

لا يوجد توافق ذو دلالة إحصائية لتطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم 18.

الفرضية الثانية: لايوجد توافق ذو دلالة إحصائية بين تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.

تم إستخدام إختبار T لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم لا. النتائج موضحة في جدول (5.9).

جدول (5.9): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.Sig)لكل فقرة من فقرات مجال " تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
.1	تؤثر التجارة الإلكترونية على مفهوم وأسس قياس الإيراد الواردة في المعيار الدولي رقم18	4.07	0.72	81.46	9.53	*0.000	2

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (Sig.)	الترتيب
.2	التوثيق الإلكتروني في بيئة التجارة الإلكترونية لا يحقق متطلبات القياس حسب المعيار المحاسبي الدولي رقم18	4.02	0.61	80.49	10.72	*0.000	3
.3	لا يوجد ثقة في نظام التحويل من العميل الى الشركة والعكس في بيئة التجارة الإلكترونية	3.90	0.69	78.10	8.48	*0.000	9
.4	هناك قصور في سن التشريعات التي تحكم عملية التبادل التجاري الإلكتروني	4.02	0.75	80.48	8.86	*0.000	4
.5	يتم انتقال المنافع المتعلقة بتقديم الخدمة الى البائع في ظل بيئة التجارة الإلكترونية بطريقة لا تتوافق مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم18.	4.00	0.64	80.00	9.87	*0.000	5
.6	هناك دقة في الوصول الى صافي العمليات في بيئة التجارة الإلكترونية لكن لا تتوافق مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي 18.	3.76	0.89	75.12	5.45	*0.000	15
.7	تختلف اليات تطبيق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها في ظل عمليات التجارة الإلكترونية عن طريقة التطبيق في التجارة التقليدية .	3.95	0.82	79.05	7.48	*0.000	7
.8	تعتبر القوائم المالية للشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية غير معبرة بصدق عن الأحداث والظواهر التي وقعت.	3.98	0.78	79.52	8.11	*0.000	6
.9	هناك صعوبة في تطبيق المبدأ المحاسبي المتعلق بالقياس النقدي في التجارة الإلكترونية .	3.81	0.83	76.19	6.30	*0.000	13
10	يمكن قياس نسبة انجاز الخدمة بتاريخ إعداد الميزانية بشكل موثوق في ظل بيئة التجارة الإلكترونية ولكنها غير متوافقة مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.	4.10	0.64	82.05	10.75	*0.000	1

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
11	التقرير المالي للشـــركات المتعاملة فى التجارة الإلكترونية لا يســتند على المبادئ المحاســبية المتعارف عليها.	3.74	0.86	74.76	5.58	*0.000	16
12	هناك صـــعوبة في إثبات المعاملات والعقود في التعـاملات التجـاريـة الإلكترونيـة نتيجـة غيـاب السجلات والمستندات الورقية اللازمة.	3.79	0.90	75.71	5.67	*0.000	14
13	القواعد المحاســبية المســتخدمة في ظل التجارة الإلكترونية لا تتلاءم مع الخصـــائص الذاتية للتجارة الإلكترونية وإعادة صـــياغتها يتطلب قبول وتعـاون وتنســـيق دولي وتعـديـل بعض نصوص الإتفاقيات الدولية .	3.90	0.88	78.10	6.68	*0.000	9
14	يوجد قصـور في الحصـول على عناصـر قوائم مالية تتمتع بخصـــائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .	3.88	0.89	77.62	6.42	*0.000	11
15	هنـاك حـاجـة لوجود أنظمـة ووســـائل ملائمـة للتعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية .	3.86	0.75	77.14	7.39	*0.000	12
16	هناك صـعوبة في تطبيق ضـوابط قانونية وإدارية تنظم عملية التبادل التجاري الإلكتروني.	3.93	0.81	78.57	7.45	*0.000	8
	جميع فقرات المجال معاً	3.92	0.47	78.46	12.77	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

من جدول (5.9) يمكن إستخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة 10 "يمكن قياسه نسبة انجاز الخدمة بتاريخ إعداد الميزانية بشكل موثوق في ظل بيئة التجارة الإلكترونية تتوافق مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18"يساوي 4.10 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي82.05 %، قيمة الإختبار 10.75، وأن القيمة الإحتمالية (.Sig)تساوي0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى

دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

- المتوسط الحسابي للفقرة11 "التقرير المالي للشركات المتعاملة فى التجارة الإلكترونية لا يستند على المبادئ المحاسبية المتعارف عليها "يساوي3.74 أي أن المتوسط الحسابي النسبي74.76%، قيمة الإختبار 5.58، وأن القيمة الإحتمالية (Sig.)تساوي0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي3.92، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي78.46%، قيمة الإختبار 12.77،وأن القيمة الإحتمالية (Sig.)تساوي0.000 لذلك يعتبر مجال" تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18 " دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

من النتيجة الاحصائية نجد أن التجارة الإلكترونية تؤثر على مفهوم وأسس قياس الإيراد الواردة في المعيارالدولي رقم18، وأن هناك إختلاف في اليات تطبيق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها في ظل عمليات التجارة الإلكترونية عن طريقة التطبيق في التجارة التقليدية ، وأن القواعد المحاسبية المستخدمة في ظل التجارة الإلكترونية لا تتلاءم مع الخصائص الذاتية للتجارة الإلكترونية وإعادة صياغتها يتطلب قبول وتعاون وتنسيق دولي وتعديل بعض نصوص الإتفاقيات الدولية ، ويتبين ذلك من أن طبيعة التجارة الإلكترونية تختلف عن التقليدية وإختلاف اليات تطبيق المبادئ المحاسبية وهذا يتوافق مع دراسة (الجعبري ومجدي ،2012) والتي كانت من أهم نتائجها أن هناك تأثير لعمليات التجارة الإلكترونية على مناهج الفكر المحاسبي لبناء النظرية المحاسبية مما يعني أن بناء تلك النظرية لم يكتمل الا بعد الوصول الى معالجات محاسبية متفق عليها لهذه العمليات، وأن عمليات التجارة الإلكترونية تؤثر على إجراءات وقواعد عملية المحاسبة والتدقيق.

نتيجة الفرضية:

لا يوجد توافق ذو دلالة إحصائية بين تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.

الفرضية الثالثة: لا يوجد توافق ذو دلالة إحصائية بين الاسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم18.

تم إستخدام إختبار T لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3. النتائج موضحة في جدول (5.10).

جدول (5.10): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.Sig)لكل فقرة من فقرات مجال "الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي 18"

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
.1	هناك صعوبة في تحديد حجم العمليات التجارية الإلكترونية بإعتبارها عمليات رقمية وتتم من خلال الواقع الافتراضي.	3.90	0.96	78.10	6.12	*0.000	9
.2	هناك صعوبة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالإعتراف بأنشطة التجارة الإلكترونية .	3.83	0.85	76.67	6.33	*0.000	15
.3	المعلومات المالية للشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية لا تراعي أمن وسلامة الموقع الإلكتروني بما يتلاءم مع متطلبات الإعتراف الناتج عن تقديم الخدمات الواردة بالمعيار الدولي رقم 18.	3.78	0.80	75.50	6.13	*0.000	18
.4	تسجيل العمليات إلكترونياً في بيئة التجارة الإلكترونية لا تتلاءم مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم 18 للإعتراف بالإيراد الناتج عن تقديم الخدمات.	3.90	0.55	78.00	10.44	*0.000	11

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (Sig.)	الترتيب
.5	عمليات التجارة الإلكترونية تؤثر على مفهوم وأسس قياس الإيراد الواردة في المعيار الدولي رقم 18 .	3.98	0.92	79.50	6.71	*0.000	8
.6	تتوفر بنية تحتية لدى الشركات العاملة بالتجارة الإلكترونية تمكن من قياس العمليات بشكل موثوق وفعال تتعارض مع متطلبات القياس الواردة في المعيار المحاسبي الدولي رقم 18.	4.00	0.55	80.00	11.40	*0.000	6
.7	التوثيق الإلكتروني في بيئة التجارة الإلكترونية لا يحقق متطلبات القياس المحاسبي حسب المعيار المحاسبي الدولي رقم 18.	3.85	0.74	77.00	7.31	*0.000	14
.8	إن قياس قيمة الإيراد الناتج عن بيع السلع وتقديم الخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع متطلبات القياس حسب المعيار المحاسبي الدولي 18.	4.05	0.68	81.00	9.80	*0.000	3
.9	الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية لا تتوافق مع الأسس المستخدمة في قياس الإيراد حسب المعيار الدوالي 18.	4.10	0.63	82.00	11.00	*0.000	1
10	إختلاف وحدات النقد في إيرادات شركات التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع فرض وحدة القياس.	3.76	0.88	75.24	5.62	*0.000	19
11	هناك صعوبة في قياس الإيراد بالقيمة العادلة في بيئة التجارة الإلكترونية بما ينسجم مع المعيار المحاسبي الدولي رقم 18.	3.90	0.93	78.00	6.13	*0.000	11
12	هناك صعوبة في عرض التدفقات النقدية من الانشطة التشغيلية للشركات التي	3.76	0.92	75.12	5.29	*0.000	20

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (Sig.)	الترتيب
	تمارس عمليات التجارة الإلكترونية بطريقة تتوافق مع المعيار المحاسبي الخاص ببيان التدفقات النقدية .						
13	توجد مشكلات في تقدير الخسائر المتوقعة للشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بطريقة دقيقة.	3.90	0.98	78.10	5.96	*0.000	9
14	لا يتعاطى المعيار الدولي الخاص بالسياسات المحاسبية مع عمليات التجارة الإلكترونية .	4.07	0.64	81.43	10.85	*0.000	2
15	المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية تثير العديد من المشاكل .	3.98	0.87	79.52	7.28	*0.000	7
16	من المناسب إلزام الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بتكوين مخصص ضريبي بمعدل مناسب يتم الإقرار به من الشركات المماثلة في نفس المجال.	4.02	0.78	80.48	8.50	*0.000	4
17	يوجد مشكلات لدى الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية في تحويل كافة الإيرادات الناتجة من المعاملات الأجنبية في تاريخ الإعتراف بها الى عملة العرض في التقارير بسعر صرف فوري في تاريخ المعاملة.	3.88	0.89	77.62	6.42	*0.000	13
18	يوجد صعوبات في التزام الشركات التي تعمل بالتجارة الإلكترونية بمعالجة آثار إنخفاض قيم الموجودات بصفة تعمل بتكنولوجيا سريعة التقادم.	4.02	0.64	80.48	10.31	*0.000	4
19	هناك مشكلات لدى الشركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية عن الإعتراف بالمخصصات والمطلوبات والموجودات	3.80	0.60	76.10	8.58	*0.000	17

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
	المحتملة طبقاً للمعيار (37) الخاص بالمطلوبات والموجودات المحتملة.						
20	توجد صعوبة لدى الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية في الإفصاح وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 8 "القطاعات التشغيلية ".	3.83	0.70	76.59	7.55	*0.000	16
	جميع فقرات المجال معاً	3.93	0.49	78.54	12.33	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

من جدول (5.10) يمكن إستخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة 9 " الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية تتوافق مع الأسس المستخدمة في قياس الإيراد حسب المعيارالدوالي 18"يساوي 4.10 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي82.00%، قيمة الإختبار11.00،وأن القيمة الإحتمالية (.Sig)تساوي0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- المتوسط الحسابي للفقرة 12 " هناك صعوبة في عرض التدفقات النقدية من الانشطة التشغيلية للشركات التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية بطريقة تتوافق مع المعيار المحاسبي الخاص ببيان التدفقات النقدية "يساوي3.76 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 75.12%، قيمة الإختبار5.29،وأن القيمة الإحتمالية (.Sig)تساوي0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زادعن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقةمن قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي3.93، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي78.54%، قيمة الإختبار12.33،وأن القيمة الإحتمالية (.Sig)تساوي0.000 لذلك يعتبر مجال "الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي 18" دال إحصائياًعند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة

لهذاالمجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسـطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذاالمجال.

مما سبق يتبين أنه لا يوجد توافق ذو دلالة احصـائية بين الأسـس المسـتخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم18 وذلك بسـبب أن هناك صـعوبة في قياس الإيراد بالقيمة العادلة في بيئة التجارة الإلكترونية بما ينسـجم مع المعيار المحاسـبي الدولي رقم 18.وهناك صـعوبة في قياس التدفقات النقدية في بيئة التجارة الإلكترونية وصـعوبة في تقدير المخصـصـات والخسـائر الناتجة عن تلك التجارة وأن المعاملة الضـريبية للصـفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية تثير العديد من المشـاكل ومن المناسـب إلزام الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بتكوين مخصص ضريبي بمعدل مناسب يتم الإقرار به من الشـركات المماثلة في نفس المجال.وعليه فإن هناك دور مهم بين الأسـس المسـتخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم18.

وقد اتفقت هذه الدراسـة مع دراسـة (تماضـر محمد،2016) والتي كان من أهم نتائجها ربط الادارة الضريبية بالشبكةالعالمية للإنترنت والتنسيق فيمابين هذه الادارات لتبادل المعلومات عن معاملات التجارة الإلكترونية التي تتم عبر الإنترنت ووضـع النظام الملائم لتتبع المعاملات التي تتمعن طريقها، للتمكن من تحديدالمنشـاءة أوالشـخص الخاضـع للضـريبة وتطويرالتشـريع الضـريبي مع ضـرورة وضـع نصـوص خاصـة تتناول القواعدالخاصـة بضـريبة أرباح الاعمال لنشـاطات التجارة الإلكترونية التي لاتعتمد في أغلب الأحيان علي الوجودالمادي للمنشـأة أومبدأ إقليمية الضريبة.

نتيجة الفرضية:

لا يوجد توافق ذو دلالة إحصائية بين الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم18.

الفرضية الرابعة:تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.

تم إسـتخدام إختبار T لمعرفة ما إذا كانت متوسـط درجة الاسـتجابة قد وصـلت الى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم لا. النتائج موضحة في جدول (5.11).

جدول (5.11): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.Sig)لكل فقرة من فقرات مجال "تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية "

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
.1	تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التغير والتطور لذلك تواجه مخاطر جديدة.	4.19	0.77	83.81	9.99	*0.000	1
.2	قد يصعب في كثير من الأحيان مواكبة التسارع التكنولوجي على شبكة الإنترنت بشكل عام وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص.	4.05	0.66	80.95	10.27	*0.000	3
.3	هناك إمكانية إختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والشركات وتعريضهم للخسائر في ظل أسلوب التعامل بالتجارة الإلكترونية .	4.00	0.70	80.00	9.28	*0.000	6
.4	هناك صعوبة في توفير الكفاءات المهنية للموظفين العاملين في مجال التجارة الإلكترونية تزيد من فاعلية عمليات التبادل التجاري الإلكتروني.	3.64	1.06	72.86	3.95	*0.000	13
.5	لا تتوفر الحماية الكافية من قبل مصدري بطاقات الدفع عبر الإنترنت للشخص المتعامل في التجارة الإلكترونية .	3.79	0.87	75.71	5.85	*0.000	12
.6	توجد مشكلات في إستخدام المواقع المرخصة التي يتم تقييمها وتأهيلها من قبل طرف ثالث مؤهل بأمور الحماية و يكون ممهورا بتوقيع الكتروني خاص من طرف ثالث مهني متخصص مثل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي.	3.95	0.82	79.05	7.48	*0.000	8
.7	من التحديات المهمة التي تواجه التجارة الإلكترونية مشكلة الإعتراف بالإيراد وإمكانية قياسه.	3.93	0.75	78.57	8.07	*0.000	10
.8	توجد قصور في مجال تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية حتى يمكن تيسير التسويات للحسابات والمدفوعات الناجمة عن التجارة الإلكترونية .	4.10	0.77	81.95	9.15	*0.000	2
.9	هناك مشكلات قد تتولد من ظهور النقود الإلكترونية في ظل التجارة الإلكترونية وانتشارها	4.02	0.87	80.48	7.63	*0.000	4

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
	الذي قد يشجع أويسهل عمليات غسيل الأموال وقد يخلق صعوبات في رقابة الحكومات المركزية على النقد المتداول.						
.10	تعاني شبكة الإنترنت بشكل عام من نقص الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات الشركات ومراسلاتها عبر الشبكة بالإضافة الى عمليات الدفع الإلكتروني.	4.00	0.73	80.00	8.85	*0.000	6
.11	ضعف ثقافة القائمين على إدارة القطاعات المختلفة بأهمية التجارة الإلكترونية على الرغم من أن الدخول في هذا المجال لم يعد خياراً اقتصادياً بل ضرورة لابد منها في ظل اقتصاد عالمي تتزايد فيه حجم المعاملات التجارية لالكتروني.	4.02	0.72	80.48	9.28	*0.000	4
.12	هناك ضعف في عدد المهنيين والكوادر الفنية والقانونية والتنظيمية العاملة في مجال التجارة الإلكترونية .	3.95	0.88	79.05	7.00	*0.000	8
.13	لا توجد سياسات ومنهجيات واضحة لتأهيل كوادر بشرية مناسبة قادرة على التعامل مع تقنيات التجارة الإلكترونية .	3.93	1.13	78.57	5.30	*0.000	10
	جميع فقرات المجال معاً	3.97	0.55	79.34	11.44	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

من جدول (5.11) يمكن إستخلاص ما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة 1 " تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التغير والتطور لذلك تواجه مخاطر جديدة "يساوي4.19 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي83.81%، قيمة الإختبار9.99وأن القيمة الإحتمالية (.Sig)تساوي0.000 لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

- المتوسط الحسابي للفقرة 4 "هناك صعوبة في توفير الكفاءات المهنية للموظفين العاملين في مجال التجارة الإلكترونية تزيد من فاعلية عمليات التبادل التجاري الإلكتروني " يساوي3.64 أي أن المتوسط الحسابي النسبي 72.86%، قيمة الإختبار 3.95وأن القيمة الإحتمالية (Sig.)تساوي0.000لذلك تعتبر هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

بشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي يساوي3.97، وأن المتوسط الحسابي النسبي يساوي79.34%، قيمة الإختبار 11.44 وأن القيمة الإحتمالية (Sig.)تساوي0.000 لذلك يعتبر مجال " تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية " دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المجال يختلف جوهرياً عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال.

من الواضح وجود تحديات تواجه مهنة المحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية ويرجع ذلك الى افتقاد غالبية مراحل التجارة الإلكترونية للتوثيق المستندي وأن هناك إمكانية إختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والشركات وتعريضهم للخسائر في ظل أسلوب التعامل بالتجارة الإلكترونية وهناك صعوبة في مواكبة التسارع التكنولوجي في شبكة الإنترنت بشكل عام والتجارة الإلكترونية بشكل خاص .

واتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات كدراسة (العبادي والمشهداني ،2011) والتي كانت من أهم نتائجها أنه في ظل الظروف التكنولوجية العالية وغياب الأمان وإمكانية إختراق الشركة من قبل الغير جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها فالإيراد المتولد عبر قنوات التجارة الإلكترونية ، لا يتلاءم مع بعض شروط ومتطلبات الإعتراف بالإيراد.

نتيجة الفرضية:

تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.

- **تحليل جميع فقرات الإستبانة**

تم إستخدام إختبار T لمعرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت الى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم لا. النتائج موضحة في جدول (5.12).

جدول (5.12): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال (.Sig) لجميع فقرات الإستبانة

البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي النسبي	قيمة الإختبار	القيمة الإحتمالية (.Sig)	الترتيب
تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي 18.	3.95	0.48	78.92	12.90	*0.000	2
تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.	3.92	0.47	78.46	12.77	*0.000	4
الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار الدولي 18.	3.93	0.49	78.54	12.33	*0.000	3
تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية .	3.97	0.55	79.34	11.44	*0.000	1
جميع فقرات الإستبانة	3.94	0.44	78.78	13.91	*0.000	

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

من جدول (5.11) تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي3.94 (الدرجة الكلية من 5) أي أن المتوسط الحسابي النسبي78.78%، قيمة الإختبار13.91وأن القيمة الإحتمالية (.Sig)تساوي0.000 لذلك تعتبر الفقراتدالة إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لجميع الفقرات قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات الإستبانة بشكل عام.

من نتيجة التحليل بشكل عام يتبين عدم توافق أساليب المحاسبة والضوابط والسياسات المحاسبية وكذلك الأسس المستخدمة في قياس الإيراد مع متطلبات تطبيق المعيار الدولي رقم 18 كما يتبين وجود تحديات كبيرة تواجه مهنة المحاسبة وفقاً لمتطلبات الإعتراف بالإيراد وتعزو

الباحثة ذلك لطبيعة التجارة الإلكترونية والنمو المتسارع في الاليات المستخدمة فيها وعدم وجود سياسات ومنهجيات واضحة لتأهيل كوادر بشرية مناسبة قادرة على التعامل مع تقنيات التجارة الإلكترونية الى جانب طبيعة التوثيق في التجارة الإلكترونية وغياب التوثيق المستندي في أغلب مراحل تلك التجارة ، وطبيعة الإيراد وصعوبة قياسه في ظل التجارة الإلكترونية وبالتالي الخروج بقوائم مالية واضحة مما يدعم النظام المحاسبي المصرفي بشكل عام.

الفصل السادس

النتائج والتوصيات

6.1 النتائج:

هدفت هذه الدراســـة إلى التأكد من مدى التوافق بين الإعتراف بالإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية و متطلبات المعيار المحاســـبي الدولي رقم 18، حيث هدفت إلى تحليل آليات وأســـاليب الإعتراف بالإيراد الناتج عن بيع الســـلع والخدمات في التجارة الإلكترونية ومدى الإنسجام مع المعيار المحاسبي الدولي، ومعرفة المبادئ المحاسبية المستخدمة لقياس الإيرادات في بيئة التجارة الإلكترونية ومدى انســـجامها مع المعيار المذكور ، كما ركزت على طبيعة التحديات التي تعترض تطبيق المبادئ المحاسبية في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج كان من أهمها :

1. العمليات التى تتم وفقاً لنظام التجارة الإلكترونية عمليات غير ملموسة وتفتقد الى التوثيق فى أغلب مراحلها.
2. أن الطبيعة غير الملموسة للتجارة الإلكترونية وغياب التوثيق لأغلب عملياتها ساهمت في ظهور المشكلات التى تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة عند التعامل مع هذا النوع من التجارة.
3. أن هناك تأثيراً لعمليات التجارة الإلكترونية على مناهج الفكر المحاسبي.
4. أن تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية لا تتعاطى مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18 من حيث طبيعة الآليات المتبعة للإعتراف بالإيراد وتطبيق مبدأ مقابلة الإيرادات بالمصروفات وأساليب التحاسب الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية .
5. أن تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية لا تتوافق مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.
6. أن الطبيعة المتسارعة للتكنولوجيا والحاسوب والإنترنت ساهمت في إيجاد تحديات تواجه مهنة المحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية من حيث إمكانية إختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك والشركات وتعرضهم للخسائر، عدم توفر الحماية الكاملة من قبل مصدري بطاقات الدفع للشخص المتعامل في التجارة الإلكترونية ومشكلات في إستخدام المواقع المرخصة وكذلك مشكلات في تحديد الإيراد.

6.2 التوصيات:

في ضوء النتائج السابقة فيما يلي أهم التوصيات التي أسفرت عنها الدراسة :-

1. تأهيل كل من المحاسبين والمراجعين بالمزيد من تقنيات وآليات التعامل مع متطلبات التجارة الإلكترونية من قبل الهيئات المهنية المحاسبية.
2. ضرورة الإستمرار في البحث نحو إيجاد صيغ وآليات محاسبية حديثة تتعاطى مع معايير المحاسبة الدولية والفروض والمبادئ المحاسبية بما يتلائم مع عمليات التجارة الإلكترونية.
3. ضرورة إنشاء هيئة مستقلة تكون مهمتها وضع تشريعات دولية تحكم عمليات التجارة الإلكترونية من قبل الهيئات المهنية المحاسبية وعلى رأسها معهد المحاسبين القانونيين.
4. ضرورة توفير وضع سياسات وإجراءات عملية تساهم في تحقيق الأمان والموثوقية لمخرجات النظام المحاسبي المتعامل بالتجارة الإلكترونية من قبل النظام المصرفي الفلسطيني.
5. وضع سياسات محاسبية خاصة بالتجارة الإلكترونية معتمدة من قبل الإدارة المصرفية بحيث تكون صالحة كمنهج للتطبيق في كافة عمليات بيع السلع والخدمات المتعلقة ببيئة التجارة الإلكترونية.
6. ضرورة عمل دورات وورشات عمل بهدف زيادة وعي المستهلك بأسس وآليات العمل التي يجب مراعاتها لتحقيق عنصر الأمان في عمليات التجارة الإلكترونية .

6.3 الدراسات المستقبلية المقترحة:

ترى الباحثة ان ما يلي يمثل مجالات تستلزم الدراسة إرتباطاً بالموضوع :-

1. تطوير المعايير المحاسبية لتتعاطى بصورة أكبر من عمليات التجارة الإلكترونية.
2. تأهيل المحاسب على البرامج المحاسبية المتخصصة في ضوء التغييرات البيئية المحيطة.

المصادر المراجع

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

اولاً / المراجع العربية :-

الجرجاوي، زياد.(2010). *القواعد المنهجية لبناء الإستبانة*. ط2 ، فلسطين.

الجعبري، مجدي.(2016م). *مدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية* .(رسالة دكتوراة غير منشورة)،الأكاديمية العربية، الدنمارك.

الحمداني، موفق (2006م). *مناهج البحث العلمي*، الأردن. عمان: مؤسسة الوراق للنشر.

الحيالى، وليد.(2007م) نظرية *المحاسبة* . منشورات الأكاديمية العربية بالدنمارك.

الحيالي، وليدناجي .(2002م) *.المحاسبة المالية في القياس والانحراف والإفصاح المحاسبي .* ج٢، عمان :الوراق للنشروالتوزيع.

الخريجى، عبد الله.(2003م). *التجارة الإلكترونية . الآفاق والأبعاد* . ط1، الرياض: مكتبة الرشد للنشر والتوزيع.

الزيدى، وليد .(2004م). *التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت : الموقف القانوني"* .ط1، الأردن: دارالمناهج للنشروالتوزيع.

السيد ،أحمد .(2006م). *التجارة الإلكترونية والعولمة* .ط1 ،*القاهرة :المنظمة العربية للتنمية الادارية.*

الصيرفي، محمد. (2005م). *التجارة الإلكترونية* . ط1، الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر
والتوزيع.

العبيد، هيا.(2016م)مدى *قدرة النظام المحاسبي في الشركات الكويتية على التعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية* . (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الاوسط، الكويت.

الشويرف ،محمد .(2015). *التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد ليبيا:* جامعة المرقب.

العلاق، بشير .(2002م) *.التسوق عبرالإنترنت*.عمان : الوراق للنشروالتوزيع.

العميرى، محمد فواز .(2009). *أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط أعمال المراجة.المملكة العربية السعودية ،جامعة أم القرى.*

العودة ، صلاح. (2008م). *دراسة البنية التحتية للاقتصاد الفلسطيني.*

العياش، نعمات . (2000م). *التجارة الإلكترونياً: أداة للمنافسة في الأسواق العالمية.*

الغالبي ،طاهر والعسكري ، احمد. (2002م). *، تحديات التجارة الإلكترونية والعولمة، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الإقتصادية ، عمان: جامعة الزيتونه.*

القشى، ظاهر .(2003 م). *مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية*، (رسالة دكتوراة غيرمنشورة) جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن.

القشي، ظاهر. (2011م). *مدى قدرة مدققي الحسابات الخارجيين على تدقيق حسابات الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية* .ورقة مقدمة الى المؤمر العلمي الدولي الثاني، الاعمال الإلكترونية والتحول في اقتصاديات الاعمال، جامعة الزرقاء، الأردن.

أبو طالب، يحيى محمد. *(2004م). المعايير المحاسبية في ضوء نظرية المحاسبة لاعداد وعرض القوائم المالية الختامية ذات الإستخدام العام* ،جامعة عين شمس.

الكسواني،عامر .(2009م). *التجارةعبرالحاسوب*. عمان : دارالثقافة.

المجمع العربي للمحاسبين القانونيين. (2010م).*المعايير الدولية لاعداد التقارير المالية*. عمان: جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين.

المرازيق ، عماد. (2013م)، *مدى انسجام الإعتراف بالإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية مع*

متطلبات المعيار المحاسبي الدولي (رقم18 IAS)،(رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة جرش الأهلية ، الأردن.

المشهداني ،العبادي. (2010م).*التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية الأردن*

المطيرى، عبيد.(*2002م*). *مستقبل مهنة المحاسبة والمراجعة تحديات وقضايامعاصرة.* السعودية : دار المريخ السعودية.

المعيارالمحاسبي الدولي رقم 18 /الإيراد .*هيئة المعايير الدولية لاعداد القوائم المالية* ، تاريخ الإطلاع 25 ديسمبر 2016م ، (الموقع الإلكتروني):(WWW.iasb.org)

الملاح، أحمد .(2014م). *التسويق الإلكتروني وأسباب فشل العرب في الوصول للعالمية.*

النجداوي، يوسف وشخاترة، مأمون .(2012م). *مدى قدرة الأعمال لعلى تطبيق متطلبات معيار المحاسبة الدولي (الإعتراف بالإيراد) في ظل التجارة الإلكترونية* .م36،ع3، المجلة المصرية للدراسات التجارية.

أمداح، أحمد .(2006م). *التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي.* (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الحاج لخضر، باتنه، الجزائر.

بلقاسم، زايرى وطوباش ،علي. (2003م) .*طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاته االمتعددة. المستقبل العربي.*

تماضر، محمد. (2016م). *محددات قياس ضريبة أرباح أعمال التجارة الإلكترونية وأثرها في تحديد الوعاء الضريبي في ديوان الضرائب في السودان.* (رسالة ماجستير غير منشورة) السودان.

حماد ، طارق عبد العال.(2008م). *التجارة الإلكترونية المفاهيم ، التجارب ، التحديات، الابعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية.*

جمعة، أحمد حلمي. (1999م). *التدقيق الحديث للحسابات.الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع*

جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين . *المعايير الدولية لاعداد التقارير المالية متضمنة*

معايير المحاسبة الدولية ، الأردن.

دهمش، نعيم. (2004 م). *مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية* مجلة اربد للبحوث العلمية، جامعة اربد الأهلية ، (8) 18-32.

رحاحلة ،حازم و حصاونة، حازم . (2001م). *التجارة الإلكترونية وآثارها المتوقعة على الإيرادات في العالم العربي* ، مؤتمر جامعة فيلادلفيا.

رضوان،رأفت.(1999م).*عالم التجارة الإلكترونية .القاهرة : المنظمة العربية للتنمية الإدارية .*

أبو زيد، ثناء .(2005م). *واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربيا ومحلياً.* جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الإقتصادية والقانونية، (27) 125-137.

سعد ،عاصم .(2009م). *الإثبات في قانون المعاملات الإلكترونية وقانون المعاملات المدنية والتجارية.*

سلطة النقد الفلسطينية. (د.ت). *التقارير السنوية لسلطة النقد الفلسطينية*، تاريخ الإطلاع: 14 مارس 2016م، الموقع الإلكتروني: (WWW.pmpa.ps).

شيرازي ،عباس مهدي .(1990م). *نظرية المحاسبة* .الكويت: دار السلاسل.

عابد، محمد.(2006م). *دراسة تحليلية لمشاكل القياس والإفصاح المحاسبي عن إنخفاض قيمة الأصول الثابتة في ضوء المعايير الدولية – دراسة تطبيقية.* (رسالة ماجستيرغير منشورة)، *الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية،مصر.*

عبد العظيم ،حمدي .(2001م). *التجارة الإلكترونية* .القاهرة: أكاديمية السادات للعلوم الإدارية.

عبد المنعم، احمد .(2002م). *تطوير مفهوم ومعايير الأداء المهني للمراجعة الداخلية في ظل بيئة تكنولوجيا المعلومات* ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الإقتصادية ،عمان: جامعة الزيتونه.

عبد الوهاب، أكرم . (2004م). *التجارة الإلكترونية* .القاهرة : مكتبة ابن سينا للطباعة والنشر.

عبيدات، ذوقان وعدس،عبد الرحمن وعبد الحق، كايد .(2001). البحث العلمي– مفهومه وأدواته وأساليبه، عمان : دار الفكر للنشر والتوزيع.

عميري، فواز ومعتاز ،احسان .(2013م). *أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط أعمال المراجعة*: دراسة ميدانية على مكاتب المراجعة في المملكة العربية السعودية.

غنيم ، رأفت عبد العزيز . (2002م). *دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسيرالتجارة الإلكترونية بين الدول العربية* ، جامعة الدول العربية .

قرطالي، يوسف حافظ. (2008م). *محاسبة الإيراد في القطاع الخدمي"دراسة حالة على المؤسسة العاملة للاتصالات في سوريا"* ، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية. (30) 203-215.

كتانه، مصطفى.(2009م) *.التجارةالإلكترونية* . عمان :دا رالمسيرة للنشروالتوزيع.

محمود ،عنبر .(2009م). *التحول الناجح في الأعمال الإلكترونية* ،سوريا :مجلة معلوماتي، (93) 75-93.

مركز الدراسات والمعلومات .(2013). *التجارة الإلكترونية في فلسطين الواقع والتحديات* .

مشتهى، صبري وحمدان ، علام و شكر، طلال .(2011م). *مدى موثوقية نظم المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين مؤشرات الأداءالمصرفي: دراسة مقارنة على المصارف الأردنية والفلسطينية المدرجة ببورصتي عمان ونابلس. Dirasat: Administrative Sciences، 38(1): 21-46.*

مطاحن، ريم .(2009 م). *مدى قدرة مدققى الحسابات الخارجيين على تدقيق الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة* الإلكترونية (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا،الأردن .

منسي، شريف .(2001م).*مشاكل وتحديات التجارة الإلكترونية في مصر*. القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء.

نجار ،منير .(2002م). *إشكالية البعد الضريبي في التجارة الإلكترونية* ، الكويت :جامعة الكويت.

أبونصار، محمد جمعة حميدات.(2012م). *معاير المحاسبة والإبلاغ المالي الدولي*.ط٣، عمان :داروائل.

نور ، أحمد .(2004م) .*المحاسبة المالية "القياس والإفصاح المحاسبي وفقاً لمعايير المحاسبة الدولية والعربية والمصرية* ، الإسكندرية :الدار الجامعية .

ياسين، سعد والعلاف،بشير .(2004م).*التجارةالإلكترونية* . عمان : دارالمناهج.

ثانياً/ المراجع الأجنبية :-

AICPA/CICA. (2002). *Trust Services Principles and Criteria،Incorporating Systrust and Webtrust*. AmericanInstitute of Certified Public Accountants، Retrived: 18 Sep 2016، from:(www.aicpa.org).

Andaleeb، S. S.(1996). *An Experimental Investigation of Satisfaction and Commitment in Marketing Channels: The Role ofTrust and Dependence،" Journal of Retailing (72:1)، pp. 77-93*

Bansal، S.، & Sharma، L.(2009). *New Challengesof accounting and auditing in E-environment in India. Revista Universo Contábil، 5(1): 88-99*

Bradburn، N. M.(2004). *Understanding the Question-Answer Process Survey Methodology*

Burstiner، K. (2003). *The Application Service Provider option. CPA* Journal. 73(1). January

Chandra، A.، & Calderon، T. G.(2003*). Toward a biometric security layer in accounting systems. Journal of Information Systems، 17(2): 51-70*

Corritore، C. L.، Kracher، B.، and Wiedenbeck، S.(2003). On-Line Trust: Concepts، Evolving Themes، a Model، International Journal of Human-Computer Studies.

Cortina، J.، and Folger، R. (1998*). When Is it Acceptable to Accept a Null Hypothesis: No Way، Jose?،* Organizational ResearchMethods

D. Harrison McKnight، N. L. C. (2001). What trust means in e-commerce customer relationships: an interdisciplinary conceptual typology. International journal of electronic commerce، 6(2): 35-59

EXPOSURE DRAFT AICPA/CICA TRUST SERVICES PRINCIPLES and CRITERIA (Incorporating SysTrust TM and WebTrust TM) July 1،2002.

Fang، Y.، Qureshi، I.، Sun، H.، McCole، P.، Ramsey، E.، & Lim، K. *H.(2014). Trust، satisfaction، and online repurchase intention: the moderating role of perceived effectiveness of e-commerce institutional* mechanisms. Mis Quarterly*427-407 :(2)38 .*

Fearon، C.، Ballantine، J.، & Philip، G.(2010). Understanding the role of electronic trading and interorganisational cooperation and coordination: A conceptual matrix framework. Internet Research، 20(5): 545-562

Financial Accounting Standards Board. (1980). Statement of Financial Accounting Concepts No.3، Elements of Financial Statement of Business Enterprises، Journal of Accounting (March1981*) .*

Flavian، C.، Guinaliu، M.، and Gurrea، R.*(2006). The Role Played by Perceived Usability، Satisfaction and Consumer Trust onWebsite Loyalty*، Information & Management

Fuscaldo، D. (2003). E-commerce (A Special Report): Selling strategies-The cyber shoppersnext door. Wall Street Journal. 27 January*.*

Gefen، D.(2002). Customer Loyalty in E-Commerce ،Journal ofthe Association for Information Systems*.*

Gefen، D.، Benbasat، I.، and Pavlou، P. (2008*). A Research Agendafor Trust in Online Environments،* Journal of ManagementInformation Systems.

Gefen، D.، and Pavlou، P.(2006). *The Moderating Role of Perceived Srinivasan.*

Krane، D.، Light، L.، & Gravitch، D.(2002). *Privacy on and off the Internet: What consumers want. Harris Interactive.*

Laudon، K. C.، Traver، C. G.، & Elizondo، A. V. R. (2007*). Ecommerce: Pearson/Addison WesleyMahadevan، B. 2000. Business models for Internet-based e-commerce. California management review،42(4): 55-69.*

Milne، G. R.، & Culnan، M. J.(2004*). Strategies for reducing online privacy risks: Why consumers read (or don't read) online privacy*

Notices. Journal of Interactive Marketing، *18(3): 15-29Electronic Commerce: Strategies and Models for BusinesstoBusiness Trading. Journal of Small Business and Enterprise Development، 10(3): 358-360*

Rani، S.(2013). *E-commerce and its impact on the accounting profession. Darpan International Research Analysis، 1(6): 57*

Regulatory Effectiveness of Online Marketplaces on theRole of Trust and Risk on Transaction Intentions،" inProceedings of the 27th International Conference on InformationSystems، Milwaukee.

S. S.، Anderson، R.، & Ponnavolu، *K.(2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. Journal of retailing، 78(1): 41-50*

Subramani، M.، & Walden، E.(2001*). The impact of e-commerce announcements on the market value of firms. Information Systems Research، 12(2): 135-154*

Whewell، J. A.، & Souitaris، V(. 2001*). The impact of Internet trading on the UK antiquarian and second hand bookselling industry. Internet Research،* 11(4): 296-*309*

الملاحق

ملحق رقم (1): الإستبانة

الجامعة الاسلامية –غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كليـــة التجارة
ماجستير المحاسبة والتمويل

The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Commerce
Master of Accounting &Finance

أتوجه اليكم بفائق التقدير والاحترام راجيةً حسن تعاونكم لإنجاح هذه الدراسة لاستكمال متطلبات لنيل درجة الماجستير في المحاسبة والتمويل من الجامعة الإسلامية بغزة بعنوان:

"مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18"

لإيماني العميق بأنكم خير مصدر للوصول الى المعلومات المطلوبة ، كونكم أهل خبرة واختصاص، وأعهد بكم الاهتمام والاستعداد الدائمين لمؤازرة الأبحاث العلمية التي تخدم المجتمع وتطوره ، لذا توجهت اليكم لتعبئة هذه الإستبانةوالإجابة العلمية الدقيقة وكلي أمل أن أجد التعاون المطلق من قبلكم .

نأمل من سيادتكم التكرم بقراءة ما ورد في هذه الإستبانة من فقرات بدقة والإجابة عما جاء فيها وذلك بوضع إشارة

(√) أمام الإجابة التي تعبر عن وجهة نظركم .

وأوجه عنايتكم بأن البيانات التي يتم الحصول عليها سوف تكون موضع ثقة و تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط ويراعي فيها السرية التامة، حيث لا يتم التصريح باسم أي شخص عند الحديث عن النتائج .

شاكرةً لكم حسن التعاون،،،

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير ،،،

الباحثة

صابرين صبحي محيسن

الجزءالاول البيانات الشخصية للأفراد المجيبين على أسئلة الإستبانة:

يرجى التكرم بوضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة:

1. مكان العمل :.....

2. العمر:

□اقل من30سنة □ من30الى40سنة □ أكثرمن40سنة

3. المؤهل العلمي :

□بكالوريس □ ماجستير فأعلى □أخر، يرجى ذكرها...

4. التخصص العلمي:

□ محاسبة □ إدارة أعمال □ علوم مالية ومصرفية

□ اقتصاد وعلوم سياسية □غير ذلك، يرجى ذكرها.....

5. عدد سنوات الخبرة :

□أقل من 5 سنوات □ من 5 سنوات الى 10سنوات □ أكثر من 10سنوات

6.عدد سنوات الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية :

□أقل من 3 سنوات □ من3 سنوات الى أقل من 6 سنوات

□ من 6 سنوات الى 9سنوات □ أكثر من 9 سنوات.

7. حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية لديكم :

□كبير □ متوسط □ صغير

□ لايوجد

1-المحور الاول: تطبيق أساليب المحاسبة المتعلقة ببيع السلع والخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18

رقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غيرموافق بشدة
1	توجد إختلافات جوهرية في أساليب المحاسبة المتبعة في التطبيق العملي للتجارة الإلكترونية عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية.					
2	لا توجد الية محددة للتحقق من أرصدة المدينينفي بيئة عمليات التجارة الإلكترونية .					
3	تؤثر عمليات التجارة الإلكترونية على مفهوم واليات القياس المحاسبى.					
4	إن الاليات المتبعة للإعتراف بالإيراد المعمول بها فى التجارة التقليدية لا تكفي للإعتراف بالإيراد في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .					
5	لا توجد الية متفق عليها للقياس والإعتراف بالنقود الرقمية فى عمليات التجارة الإلكترونية .					
6	لا يوجد توافق بين الية قياس النقود الرقمية في عمليات التجارة الإلكترونية مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم18.					
7	إن تطبيق مبدأ مقابلة الإيرادت بالمصروفات فى عمليات التجارة الإلكترونية غير موضوعى لعدم وجود الية متفق عليها للإعتراف بالإيراد.					
8	هناك صعوبة في الإلتزام بمبدأ الإفصاح الشامل في مجال التجارة الإلكترونية .					
9	عدم تجانس وحدات النقد خلال فترات تحصيل الإيراد في ظل التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع فرض وحدة القياس.					
10	تواجه القواعد والأسس والإجراءات المعمول بها في عمليات التجارة الإلكترونية صعوبات في التطبيق على أرض الواقع.					

رقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غيرموافق بشدة
11	لا يوجد المام كافي لدى القائمين على أمر الضـــرائب بأســـاليب التحاســـب الضـــريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية .					
12	يوجد بنية أســـاســـية في المنشـــآتلا تلائم وجود قواعد وإجراءات تحكم عملية التبادل التجاري الإلكتروني.					
13	ان الضـــوابط والإجراءات التي تحكم عمليات التجارة التقليـديـة تختلف عن تلـك التي يتم التعـامـل بهـا في التجارة الإلكترونية .					
14	هناك صـــعوبة في متابعة الســـلع والخدمات المتبادلة إلكترونياً والتي تتضمن سلع وخدمات غير ملموسة ولا تسري عبر المنافذ الجمركية .					
15	هناك صـــعوبة في الإطلاع على بيانات الممولين ذات العلاقـة بـالســـلع والخـدمـات المتبـادلـة في التجـارة الإلكترونية نتيجة لامكانية اخفاء تلك البيانات إلكترونياً أو تعديلها .					
16	توجد صـــعوبة في متابعة الســـلع والخدمات المتبادلة إلكترونياً حيث يتم ابرام العديد منها عبر شبكة الإنترنت دون تسجيلها في الدفاتر.					
17	إن قيـاس مبلغ الإيراد النـاتج عن تقـديم الخـدمـات يتم بشـكل موثوق في بيئة التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع متطلبات المعيارالدولي رقم 18 .					
18	هناك قصـور في الحصـول على عناصـر قوائم مالية تتمتع بخصـــائص نوعيـة في ظـل عمليـات التجـارة الإلكترونية .					

2. المحور الثاني : تطبيق الضوابط والمبادئ والسياسات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم18

رقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تؤثر التجارة الإلكترونية على مفهوم وأسس قياس الإيراد الواردة في المعيار الدولي رقم18					
2	التوثيق الإلكتروني في بيئة التجارة الإلكترونية لا يحقق متطلبات القياس حسب المعيار المحاسبي الدولي رقم18					
3	يوجد ثقة في نظام التحويل من العميل الى الشـــركة والعكس في بيئة التجارة الإلكترونية					
4	هناك قصور في سنالتشريعات التي تحكم عملية التبادل التجاري الإلكتروني					
5	يتم انتقال المنافع المتعلقة بتقديم الخدمة الى البائع في ظـل بيئـة التجـارة الإلكترونيـة بطريقـة لاتتوافق مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي رقم18.					
6	هناك دقة في الوصـــول الى صـــافي العمليات في بيئة التجارة الإلكترونية لكن لا تتوافق مع متطلبات المعيار المحاسبي الدولي 18.					
7	تختلف اليات تطبيق المبادئ المحاسـبية المتعارف عليها في ظل عمليات التجارة الإلكترونية عن طريقة التطبيق في التجارة التقليدية .					
8	تعتبر القوائم المالية للشـــركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية غير معبرة بصـــدق عن الأحداث والظواهر التي وقعت.					
9	هناك صـــعوبة في تطبيق المبدأ المحاســـبي المتعلق بالقياس النقدي في التجارة الإلكترونية .					
10	يمكن قياس نســـبة انجاز الخدمة بتاريخ إعداد الميزانية بشـــكل موثوق في ظل بيئة التجارة الإلكترونية ولكنها غير متوافقة مع متطلبات المعيار الدولي رقم 18.					
11	التقرير المالي للشـركات المتعاملة فى التجارة الإلكترونية لا يستند على المبادئ المحاسبية المتعارف عليها.					

رقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
12	هناك صعوبة في إثبات المعاملات والعقود في التعاملات التجارية الإلكترونية نتيجة غياب السجلات والمستندات الورقية اللازمة.					
13	القواعد المحاسبية المستخدمة في ظل التجارة الإلكترونية لا تتلاءم مع الخصائص الذاتية للتجارة الإلكترونية وإعادة صياغتها يتطلب قبول وتعاون وتنسيق دولي وتعديل بعض نصوص الإتفاقيات الدولية .					
14	يوجد قصور في الحصول على عناصر قوائم مالية تتمتع بخصائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية .					
15	هناك حاجة لوجود أنظمة ووسائل ملائمة للتعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية .					
16	هناك صعوبة في تطبيق ضوابط قانونية وإدارية تنظم عملية التبادل التجاري الإلكتروني.					

3-المحور الثالث الاسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارة الإلكترونية ومتطلبات المعيار الدولي رقم 18

رقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	هناك صعوبة في تحديد حجم العمليات التجارية الإلكترونية بإعتبارها عمليات رقمية وتتم من خلال الواقع الافتراضي.					
2	هناك صعوبة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالإعتراف بأنشطة التجارة الإلكترونية .					
3	المعلومات المالية للشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية لا تراعي أمن وسلامة الموقع الإلكتروني بما يتلاءم مع متطلبات الإعتراف الناتج عن تقديم الخدمات الواردة بالمعيار الدولي رقم 18.					

4	تســـجيل العمليات إلكترونياً في بيئة التجارة الإلكترونية لا تتلاءم مع متطلبات المعيار المحاســـبي الدولي رقم 18 للإعتراف بالإيراد الناتج عن تقديم الخدمات.					
5	عمليات التجارة الإلكترونية تؤثر على مفهوم وأســـس قياس الإيراد الواردة في المعيار الدولي رقم 18 .					
6	تتوفر بنية تحتية لدى الشـــركات العاملة بالتجارة الإلكترونية تمكن من قياس العمليات بشـــكل موثوق وفعال تتعارض مع متطلبات القياس الواردة في المعيار المحاســـبي الدولي رقم 18.					
7	التوثيق الإلكتروني في بيئـة التجـارة الإلكترونيـة لايحقق متطلبات القياس المحاسـبيحسـب المعيار المحاسـبي الدولي رقم 18.					
8	إن قياس قيمة الإيراد الناتج عن بيع الســـلع وتقديم الخدمات في بيئـة التجـارة الإلكترونيـة لا يتوافق مع متطلبـات القيـاس حسب المعيارالمحاسبي الدولي 18.					
9	الأسس المستخدمة لقياس الإيراد في بيئة التجارةالإلكترونية لا تتوافق مع الأســـس المســـتخدمة في قياس الإيراد حســـب المعيارالدوالي 18.					
10	إختلاف وحدات النقد في إيرادات شـركات التجارة الإلكترونية لا يتوافق مع فرض وحدة القياس.					
11	هناك صعوبة في قياس الإيراد بالقيمة العادلة في بيئة التجارة الإلكترونية بما ينســـجم مع المعيار المحاســـبي الدولي رقم 18.					
12	هناك صـــعوبة في عرض التدفقات النقدية من الانشـــطة التشـغيلية للشـركات التي تمارس عمليات التجارة اللاإلكترونية بطريقة تتوافق مع المعيار المحاسـبي الخاص ببيان التدفقات النقدية .					
13	توجد مشـكلات في تقدير الخســائر المتوقعة للشـركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بطريقة دقيقة.					
14	لا يتعاطى المعيار الدولي الخاص بالسياسات المحاسبية مع عمليات التجارة الإلكترونية .					

15	المعاملة الضـــريبية للصـــفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية تثير العديد من المشاكل .					
16	من المناسـب إلزام الشـركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بتكوين مخصـص ضـريبي بمعدل مناسـب يتم الإقرار به من الشركات المماثلة في نفس المجال.					
17	يوجد مشكلات لدى الشركات التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية في تحويل كافة الإيرادات الناتجة من المعاملات الأجنبية في تاريخ الإعتراف بها الى عملة العرض في التقارير بســـعر صرف فوري في تاريخ المعاملة.					
18	يوجد صـــعوبات في التزام الشـــركات التي تعمل بالتجارة الإلكترونية بمعالجة آثار إنخفاض قيم الموجودات بصـــفة تعمل بتكنولوجيا سريعة التقادم.					
19	هناك مشـكلات لدى الشـركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية عن الإعتراف بالمخصـــصـــات والمطلوبات والموجودات المحتملة طبقاً للمعيار (37) الخاص بالمطلوبات والموجودات المحتملة.					
20	توجد صـــعوبة لدى الشـــركات التى تعمل فى مجال التجارة الإلكترونية في الإفصـــاح وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 8 "القطاعات التشغيلية ".					

4. المحور الرابع :تواجه مهنة المحاسبة تحديات كبيرة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية

رقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التغير والتطور لذلك تواجه مخاطر جديدة.					
2	قد يصـعب في كثير من الأحيان مواكبة التسـارع التكنولوجي على شـــبكة الإنترنت بشـــكل عام وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص.					
3	هناك إمكانية إختراق الغير للمعلومات الخاصـــة لكل من المسـتهلك والشـركات وتعريضـهم للخسـائر في ظل أسـلوب التعامل بالتجارة الإلكترونية .					

4	هناك صـــعوبة في توفير الكفاءات المهنية للموظفين العاملين في مجال التجارة الإلكترونية تزيد من فاعلية عمليات التبادل التجاري الإلكتروني.					
5	لا تتوفر الحماية الكافية من قبل مصـدري بطاقات الدفع عبر الإنترنت للشخص المتعامل في التجارة الإلكترونية .					
6	توجد مشـــكلات في إســـتخدام المواقع المرخصـــة التي يتم تقييمها وتأهيلها من قبل طرف ثالث مؤهل بأمور الحماية و يكون ممهورا بتوقيع الكتروني خاص مـــن طرف ثالث مهني متخصص مثل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي.					
7	من التحديات المهمة التي تواجه التجارة الإلكترونية مشـــكلة الإعتراف بالإيراد وإمكانية قياسه.					
8	توجد قصـــورفي مجال تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية حتى يمكن تيســـير التســـويات للحســـابات والمدفوعات الناجمة عن التجارة الإلكترونية .					
9	هناك مشكلات قد تتولد من ظهور النقود الإلكترونية في ظل التجارة الإلكترونية وانتشـــارها الذي قد يشـــجع أويســـهل عمليات غســـيل الأموال وقد يخلق صـــعوبات في رقابة الحكومات المركزية على النقد المتداول.					
10	تعاني شبكة الإنترنت بشكل عام من نقص الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات الشركات ومراسلاتها عبر الشبكة بالإضافة الى عمليات الدفع الإلكتروني.					
11	ضـــعف ثقافة القائمين على إدارة القطاعات المختلفة بأهمية التجارة الإلكترونية على الرغم من أن الدخول في هذا المجال لم يعد خياراً اقتصادياً بل ضرورة لابد منها في ظل اقتصاد عالمي تتزايد فيه حجم المعاملات التجارية لالكتروني.					
12	هناك ضـــعف في عددالمهنيين والكوادر الفنية والقانونية والتنظيمية العاملة في مجال التجارة الإلكترونية .					
13	لا توجد سياسات ومنهجيات واضحة لتأهيل كوادر بشرية مناسبة قادرة على التعامل مع تقنيات التجارة الإلكترونية .					

ملحق رقم (2): رسالة تسهيل المهمة

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية بغزة

The Islamic University of Gaza

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1150

الرقم: ج ح ع/35/

التاريخ: 2016/03/15

Date:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

الموضوع/ تسهيل مهمة طالب ماجستير

تهديكم شئون البحث العلمي والدراسات العليا أطيب تحياتها، وترجو التكرم بمساعدة الطالب/ صابرين صبحي حسين محيسن، برقم جامعي **220130241** المسجل في برنامج الماجستير بكلية التجارة تخصص المحاسبة والتمويل في تطبيق أدوات دراسته والحصول على المعلومات، لمساعدته في اعداد رسالة الماجستير والتي بعنوان:

مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي رقم 18- دراسة ميدانية

والله ولي التوفيق ...

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبدالرؤوف علي المناعمة

صورة إلى:

ملف

ملحق رقم (3): قائمة بأسماء محكمي الإستبانة

الاسم	الجامعة
أ.د .سالم حلس	الجامعة الاسلامية
د.نافذ بركات	الجامعة الاسلامية
د. جبر الداعور	جامعة الأزهر
أ.د.يوسف جربوع	جامعة الاسراء
أ.د.عصام البحيصي	جامعة فلسطين
د.خالد عيسى	جامعة فلسطين