أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة والمراجعة

أ د. مسعود صديقي
جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر
seddikimes@yahoo.fr

أ. صالح حميداتو
جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي - الجزائر
Salah.hamidatou@gmail.com

The impact of e-commerce on the Accounting and Auditing

Pr. seddiki essaoud
University of Kasdi Merbah -Ouargla; Algeria

M .hamidatou salah
University of Echahid Hamma Lakhdar -Eloued; Algeria

Received:2014 Accepted: 2014 Published: 2014

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة التجارة الإلكترونية بالمحاسبة والمراجعة، وما تأثير تطبيقات التجارة الإلكترونية على هذه المهنة، وما طبيعة التحديات التي تواجه المحاسبين والمراجعين والمتطلبات التي يجب على المحاسب والمراجع الوفاء بها ليتمكن من أداء عمله في ظل بيئة أعمال حديثة، تتميز بالتطور السريع. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي من خلال إلقاء الضوء على الجوانب النظرية لموضوع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل بيئة تجارية تعتمد على التكنولوجيات الحديثة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، المحاسبة، المراجعة الإلكترونية

Abstract :

This study aims to identify the e-commerce relationship with the profession of accounting and auditing, and the impact of its applications on this profession, and the nature of the challenges faced by accountants and auditors and the requirements that must be met to be able to perform their duties in a modern business environment characterized by development rapid. To achieve the objectives of the study we relied on the descriptive approach by highlighting the theoretical aspects of the subject of e-commerce and the challenges faced by the accounting and auditing profession in trading environment based on modern technologies.

***Keywords**: E-commerce, The accounting, Electronic auditing*

تمهيد:

تعد التجارة الإلكترونية إحدى الأدوات الحديثة التي أفرزتها شبكة الانترنت، ورافق ظهورها تغير جوهري في بيئة الأعمال الخاصة بها، سنحاول في هذه الدراسة إظهار أثر التجارة الإلكترونية على بيئة الأعمال الخاصة بها، وكيف أن البيئة الحديثة للأعمال أحدثت وستحدث تغيرات كبيرة على مهنتي المحاسبة والمراجعة.

انطلاقا من كون كلا من مهنة المحاسبة والمراجعة تؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل بها، سنحاول شرح العلاقة المتولدة بين التجارة الإلكترونية ومهنة المحاسبة والمراجعة من خلال تقسيم هذا العمل إلى ثلاث محاور كالآتي:

- ✓ المحور الأول: التجارة الإلكترونية
- ✓ المحور الثاني: علاقة التجارة الإلكترونية بالمحاسبة
- ✓ المحور الثالث: علاقة التجارة الإلكترونية بالمراجعة

1. **مشكلة الدراسة:** يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:
   - ✓ ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على المحاسبة؟
   - ✓ ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على مراجعة الحسابات؟
   - ✓ ما هي التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية؟
   - ✓ ما هي المهارات المطلوبة من المحاسب والمراجع لمواجهة عمليات التجارة الإلكترونية؟
2. **فرضيات الدراسة:** تم صياغة فرضيات الدراسة وفقا لمشكلتها كما يلي:
   - ✓ يؤثر نمو التجارة الإلكترونية في مهنة المحاسبة.
   - ✓ تؤثر التجارة الإلكترونية على مهنة مراجعة الحسابات.
   - ✓ تواجه المحاسب والمراجع تحديات كبيرة في ظل العمل في بيئة التجارة الإلكترونية.
   - ✓ ضرورة تزود المحاسب والمراجع بمهارات علمية وعملية خاصة ومواكبة التطور في تكنولوجيا المعلومات للتمكن من أداء مهامهما في ظل بيئة التجارة الإلكترونية
3. **أهمية الدراسة:** تكتسب الدراسة أهميتها مما يلي:
   - ✓ التطور السريع للتجارة الإلكترونية
   - ✓ أهمية المحاسبة والمراجعة في تنمية عمليات التجارة الإلكترونية
   - ✓ التحديات التي تفرضها التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة
4. **أهداف الدراسة:**
   - ✓ توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية
   - ✓ توضيح التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل التجارة الإلكترونية
   - ✓ توضيح العلاقة بين كل من التجارة الإلكترونية والمحاسبة والمراجعة
   - ✓ معرفة المتطلبات العلمية والعملية لمراجعة حسابات الشركات العاملة في بيئة التجارة الإلكترونية

أولا: التجارة الإلكترونية:

تحتل التجارة الالكترونية واحدا من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي Digital Economy الذي يقوم على حقيقتين: التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات، (Information Technology) (IT)، فتقنية المعلومات في

عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الالكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري.

ولتحديد مفهوم التجارة الالكترونية، تطرق العديد من المهتمين بالتجارة الالكترونية إلى مجموعة التعاريف الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية.

1. **مفهوم التجارة الالكترونية:**

❖ "التجارة الالكترونية تعبير يمكن أن نقسمه إلى مقطعين، حيث أن الأول منه، وهو "التجارة" يشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد، وتحكمه عدة قواعد وأنظمة، يمكن القول بأنه معترف بها دوليا أما المقطع الثاني، أي "الإلكترونية"، فهو يشير إلى وصف لمجال أداء مهنة التجارة ويقصد به: ذلك الأداء والنشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الالكترونية، وفي مقدمتها الانترنت" [1].

❖ "التجارة الالكترونية تمثل شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل أطراف التبادل إلكترونيا، بدلا من التبادل" [2].

من خلال هذا التعريف يتبين أن التجارة الالكترونية عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل ولكن يجب أن يتم بوجود وسيط إلكتروني يعوض العلاقة المباشرة بين الأطراف.

❖ "التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات من خلال استخدام شبكة الانترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى، ويشمل ذلك:

- ✓ عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات.
- ✓ سداد الالتزامات المالية ودفعها.
- ✓ إبرام العقود وعقد الصفقات.
- ✓ التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع.
- ✓ علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع.
- ✓ المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
- ✓ الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات.
- ✓ الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن.
- ✓ تبادل البيانات الكترونيا (Electronic Data Interchange (EDI)) بما في ذلك:
  - التعاملات المصرفية.

- الفواتير الالكترونية.
- الاستعلام عن السلع.
- كتالوجات الأسعار.
- المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء [3].

أشار هذا التعريف إلى جميع العمليات التي تتم في التجارة الإلكترونية، والتي تمثل مجموعة متنوعة من العمليات المتصلة بعقد الصفقات التجارية من خلال وسائل الاتصال الإلكتروني، وخاصة الانترنت.

2. **أنماط (أشكال) التجارة الالكترونية:**

إن اتساع مفهوم التجارة الالكترونية ليشمل إنجاز مختلف الأعمال عن طريق الانترنت حيث تشتمل أطراف التعامل ليس فقط على الشركات والمستهلكين، بل ويضاف إليها الحكومة أيضا، حيث تستمل على طائفة واسعة من الأعمال التجارية وتبادل المعلومات ويمكن توضيح هذا المفهوم شديد الاتساع، باستعمال المصفوفة التي قدمها كوبل (Coppel) [4].

شكل يمثل تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات .

	حكومة (G)	شركة (B)	مستهلك (C)
حكومة (G)	G2G	G2B	G2C
شركة (B)	B2G	B2B	B2C
مستهلك (C)	C2G	C2B	C2C

من خلال المصفوفة أعلاه يمكن تصنيف التجارة الالكترونية من خلال طبيعة المعاملات كما يلي [5]:

- ✓ التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها ببعض (G2G).
- ✓ التجارة الالكترونية بين وحدة الأعمال أو العملاء وبين الحكومة" ويرمز لها برمزي (B2G) و(C2G)،وهي ما يطلق عليها الآن الحكومة الالكترونية E-Gouvernement وهي تتضمن جميع التعاملات التي تمر بين الشركات والحكومة.
- ✓ التجارة الالكترونية بين الشركات (B2B).
- ✓ التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال وعملائها أو بين منتج ومستهلك ويرمز لها (B2C).
- ✓ التجارة الالكترونية بين المستهلكين أنفسهم (C2C).

ثانيا: علاقة التجارة الإلكترونية بالمحاسبة:

لقد عملت مهنة المحاسبة منذ نشأتها في بيئة تجارية ذات طابع يتسم بالبطء، وقلة التغير إلى أن ظهرت بيئة التجارة الإلكترونية، والتي تتسم بعدة سمات جديدة، مثل سرعة التطور، الهيكل غير الملموس، وغياب الأمان لأغلب العمليات التجارية التي تتم من خلالها، وكذلك غياب التوثيق المستندي لأغلب عملياتها، فجميع السياسات

المحاسبية أنشأت وتطورت للمتعامل مع البيئة التجارية التقليدية، وذلك بغية تمكين النظام المحاسبية من إخراج معلومات تتمتع بالخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية وتوفير خاصتي الملائمة والثقة لتلك المعلومات كي تصبح معلومات يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات المستقبلية،سنحاول في هذا المحور إبراز أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة.

1. علاقة التجارة الإلكترونية بعلم المحاسبة:

لقد ذكر (ألبرت مرسيلا Albert Marcella) في مقالته المعنونة بالتجارة إلكترونية في مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات "لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغيرات كبيرة في علم التجارة العالمي وفي آلية العمليات التجارية مما جعل من الضروري أن يلم كل من المحاسب والمدقق بتلك التغيرات وأثرها على مهنتيها، وعلى الأعمال التي يقومون عليها وعلى ظروف البيئة القانونية المتعلقة بالمهنة"[6]. من هذا المنطلق فإن جميع الهيئات والمهتمة بالمحاسبية وتدقيق الحسابات تولي اهتماما كبيرا بالتجارة الإلكترونية، من منطلق أن عملية البيع التي تتم من خلال موقع الشركة مرتبطة بشكل وثيق ومباشر بنظام المحاسبة المؤتمت، وقد أصبح حتما على المحاسب ومحافظ الحسابات الإلمام بهذا العلم الجديد [7]، فالتجارة الإلكترونية وشبكة الانترنت تستطيع أن تساهم بالخصائص النوعية للمعلومات، وذلك بتوفير خاصية الملائمة بشكل كبير، وخصوصا بتوفير الخاصية الفرعية المتمثلة بالتوقيت المناسب. إن النظام المحاسبي وبما يزوده من معلومات هامة جدا لأصحاب المصالح بشكل عام ومتخذي القرار بشكل خاص، يصبح عديم الجدوى في حالة عدم توفر الثقة في تلك المعلومات، وبما إن نظام التجارة الإلكترونية والمرتبط بشبكة الانترنت مربوط بشكل مباشر بنظام المحاسبة المؤتمت وفي حالة حدوث خلل أو اختراق للنظام المحاسبي من خلال شبكة الانترنت تصبح مخرجات النظام المحاسبي مشكوكا بمصداقيتها، وبالتالي ستفقد ثقة المستخدمين [8].

فإذا أردنا أن تكون معلومات النظام المحاسبي ذات موثوقية عالية جدا فإنه لا بد من إيجاد آلية معينة لحماية النظام المحاسبي في الاختراقات عبر الانترنت، وإيجاد آلية أخرى تؤكد على سلامة آلية التجارة الإلكترونية ومواقع تصفح الشركة في شبكة الانترنت [9]. ولوصول النظام المحاسبي المؤتمت إلى الدرجة الأقرب من المثالية في تحقيق الخصائص النوعية للمعلومات يجب تحقيق ثلاث أمور رئيسية هي:

1- الأمان 2- التوكيدية 3- الموثوقية.

ولقد اهتمت كثير من الهيئات المحاسبية العالمية وكذلك بعض الجامعات العريقة بموضوع التجارة الإلكترونية وجعلت آلية السيطرة على العمليات المحاسبية التي تتم بواسطتها من صلب اختصاص علم المحاسبة

والتدقيق، وعلى رأس تلك الهيئات معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPA والذي أقر خمسة مبادئ تدقيق لمواقع التجارة الإلكترونية للشركات في المشروع المشترك مع معهد المحاسبيين القانونيين الكندي CICA.

ونشير كذلك إلى الاهتمام الكبير لمعهد التدقيق الداخلي الأمريكي IIA بموضوع التجارة الإلكترونية لدرجة أنه انشأ مجلة دورية تحت اسم "مجلة تدقيق تكنولوجيا المعلومات"، وأخذ يؤهل منتسبيه من محاسبين ومراجعين بآليات تدقيق النظم المحاسبية المؤتمته والتي تتعامل بالتجارة الإلكترونية، كما ذكرت مجلة (Business Wire) في عددها الصادر في 2001/01/25 تحت عنوان "تتشارك هيئات المحاسبة العالمية بأفضل الممارسات التي تساعد أصحاب الأعمال على إدارة مخاطر التجارة الإلكترونية" حيث ذكرت بأن معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي وخمسة عشرة معهدا محاسبيا محليا من أوروبا وجنوب أمريكيا وآسيا قد اجتمعوا في سان فرانسيسكو لتقييم المخاطر التي ظهرت نتيجة التعامل بالتجارة الإلكترونية وبالأخص خطر الاختراقات والتعدي على الخصوصية [10].

وتتمثل أهم مخاطر التجارة الإلكترونية فيما يلي [11]:

- عدم وجود نظام قانوني دولي يحكم المعاملات التجارية الدولية عبر شبكة المعلومات العالمية.
- إمكانية انتهاك خصوصية المستخدمين والعملاء من خلال عمليات القرصنة واختراق الشبكة العالمية للمعلومات.
- عدم وجود أدلة إثبات متطورة تتلاءم مع الوسائط الإلكترونية وشبكات الاتصال.
- إمكانية السطو على المعلومات المتعلقة بالعملاء خصوصا ما تعلق منها ببطاقات الائتمان، أو إفشاء المعلومات الخاصة بالعميل، أو سرقة توقيعه الإلكتروني، أو سرقة معلومات عن تصميم أو تطوير منتجات ذات صفة ابتكاريه وتنافسية.
- تعرض المواقع على شبكة المعلومات الدولية للتخريب والتدخل أو تشويه البيانات أو التشويش على المواقع أو استبدال وتغيير البيانات،أو إصابة المواقع بفيروس إلكتروني بصورة متعددة بعمل على تخريب البرامج والأجهزة.

2. الأبعاد المحاسبية للتجارة الإلكترونية:

من المعروف أن النظام المحاسبي مكون من سلسلة من الخطوات والإجراءات تبدأ بالمدخلات مرورا بالمعالجات المختلفة وانتهاء بالمخرجات،وتتقيد خطواته وإجراءاته بسياسات محاسبية مختلفة لضمان حيادية نتائجه (مخرجاته) وصدقها في التعبير.

رغم التطور التكنولوجي الكبير وحوسبة الأنشطة في شتى المجالات المهنية بقي النظام المحاسبي محتفظا بآلية تسلسل الخطوات والإجراءات، إلا أن هذا التسلسل رافقته إجراءات رقابة جديدة تماشيا مع كل من:

- ✓ غياب التوثيق المستندي في ظل استخدام الحاسوب.
- ✓ الاعتماد على الذكاء الصناعي في تحليل ومعالجة العمليات.
- ✓ إمكانية اختراق الغير لخصوصية النظام.

من الناحية العلمية فإن الأحداث الاقتصادية في التجارة الإلكترونية لا تتعارض مع المبادئ والفروض المحاسبية من حيث كونها حقيقة يجب تسجيلها،ولها تكلفتها الفعلية، وكما أن الرسالة إلكترونية تمثل السند القانوني في الإثبات (القابلية للتحقق)، أي أنها لا تتعارض مع فرض الموضوعية في المحاسبة، أما من الناحية الفنية فإنها تهدف إلى توفير المعلومات لمتخذي القرارات، ومن هذه المعلومات عائدات (حجم أعمال) الشركة في نشاط التجارة الإلكترونية، وعليه يمكن القول أن هناك علاقة مباشرة بين التجارة الإلكترونية والمحاسبة، وتتمثل أهم الأبعاد المحاسبية للتجارة الإلكترونية، فيما يلي[12]:

- ✓ تزايد الوزن النسبي للأصول غير الملموسة للمؤسسات الداخلة في صفقات التجارة الإلكترونية.
- ✓ في الشركات التي تمارس التجارة الإلكترونية تظهر أهمية الموارد البشرية، فشركات التجارة الإلكترونية الناجحة تعمل على اجتذاب إعداد كبيرة من الفنيين والموظفين المهرة في كافة جوانب التجارة الإلكترونية، وبالتالي تظهر مشكلة كيفية تقييم هذه الموارد كأصول للمؤسسة.
- ✓ تتم كل الصفقة أو الجزء الأساسي منها في التجارة الإلكترونية إلكترونيا أي يتم الاتصال بين كمبيوتر وكمبيوتر آخر في مكان بعيد، لذلك فإنه لا توجد مستندات ورقية، وحتى التوقيعات تتم إلكترونيا، ويتم الدفع أيضا من خلال النقود الإلكترونية أو وسائل الدفع الإلكترونية، كما يتم التسليم أحيانا إلكترونيا، ويؤدي هذا إلى حدوث تغيرات في أشكال المستندات والدفاتر والإفصاح المطلوب، كما تؤدي السرعة والسهولة التي تتم بها الصفقات في التجارة الإلكترونية إلى مخاطر جديدة لم تكن موجودة على التجارة التقليدية ومنها:
  - هل تنفذ الشركة الطلبات التي ترد إليها من الويب أو البريد الإلكتروني؟
  - هل تقوم الشركة بإرجاع السلع والخدمات غير المطابقة للمواصفات؟
  - هل هناك تأمين للمعاملات ووسائل الدفع؟
  - كيفية تأكد العملاء من أن الشركة التي تعلن وتبيع على الويب لديها إجراءات رقابية فعالة ونظام رقابة داخلية قوي للتأكد من اكتمال وسلامة تنفيذ صفقات التجارة الإلكترونية؟

- هل يتم الحفاظ على خصوصية العملاء ومعلوماتهم الشخصية؟
- كيفية توفر خدمات الثقة التي يقدمها محافظ الحسابات وما هي المعايير التي تقدمها الجهات التي تضع معايير المراجعة للتحقق المستقل من صفقات التجارة الإلكترونية؟

3. أثر التجارة الإلكترونية على الإطار المفاهيمي لنظرية المحاسبة

يعتبر الإطار المفاهيمي (النظري) بمثابة الدستور، فهو عبارة عن نظام متناسق من الأسس والأهداف المترابطة التي يمكن أن تقود إلى معايير متناسقة، ويمكن لها أن تصف طبيعة ووظيفة وحدود المحاسبة المالية والقوائم المالية، كما يعتبر الإطار الفكري مرشداً يمكن الرجوع إليه والاعتماد على معاييره لحل المشاكل التي تواجه مهنة المحاسبة وإعداد التقارير المالية.

يقسم الإطار المفاهيمي إلى ثلاث مستويات، يختص المستوى الأول بتحديد أهداف الإبلاغ المالي ويعرض المستوى الثاني الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية والمفاهيم الخاصة بعناصر القوائم المالية، ويوضح المستوى الثالث مفاهيم الاعتراف والقياس التي يستخدمها المحاسبون عند وضع وتطبيق المعايير المحاسبية والتي تتضمن استخدام الافتراضات والمبادئ والمحددات التي تصف بيئة التقرير المالي[13].

نحاول في هذا المطلب توضيح أثر التجارة الإلكترونية على كل مستوى من مستويات الإطار المفاهيمي للمحاسبة المالية.

1.3. على مستوى تحديد أهداف الإبلاغ المالي:

إن المبدأ الأساسي للمعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 08 "القطاعات التنفيذية"، أن تفصح المؤسسة عن معلومات لمساعدة مستخدمي بياناتها المالية على تقييم طبيعة وآثار الأنشطة التي تمارسها والبيئات الاقتصادية التي تعمل فيها، كما يقضي هذا المعيار من المؤسسة الإبلاغ على معلومات حول الإيرادات المستمدة من منتجاتها أو خدماتها وحول الدول التي تحقق فيها إيرادات وتحتفظ فيها بأصول، وحول كبار العملاء بغض النظر عما إذا كانت تلك المعلومات مستخدمة من قبل الإدارة في اتخاذ القرارات التشغيلية.

وبالنظر إلى عمليات التجارة الإلكترونية فإننا نلاحظ قصور في الإفصاح على مجموعة من البيانات نذكرها كما يلي[14]:

- ✓ لا يتم الإفصاح عن حجم التعاملات بنظام التجارة الإلكترونية.
- ✓ لا يتم الإفصاح ببند مستقل عن قيمة الإيرادات من عمليات التجارة الإلكترونية.
- ✓ لا يتم الإفصاح ببند مستقل عن قيمة الأرباح أو الخسائر الناتجة عن عمليات التجارة الإلكترونية.
- ✓ لا يتم الإفصاح عن عمليات الاحتيال التي تتعرض لها الشركات أو اختراق موقعها الإلكتروني.

- ✓ لا يتم الإفصاح عن حجم الديون المشكوك في تحصيلها أو الديون المعدومة الناتجة عن عمليات التجارة الإلكترونية.
- ✓ إن عدم تجانس وحدات النقد في إيرادات أنشطة التجارة الإلكترونية يؤثر سلبا على فرض وحدة القياس، ومن ثم عدم موضوعية مقارنة البيانات عبر الفترات المختلفة.
- ✓ لا يتم الإفصاح عن البيئات الاقتصادية التي تمارس الشركة نشاطها من خلالها، وكذلك الوزن النسبي لكل بيئة من تلك البيئات، وعليه فإن المعلومات التي تفصح عنها الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية لا تفي بمتطلبات المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 08 "القطاعات التشغيلية".

2.3. **على مستوى الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية:**

الخصائص النوعية هي صفات تجعل المعلومات المعروضة في القوائم المالية ذات فائدة لمستخدمي المعلومات المحاسبية، وتجعل المعلومات المحاسبية ذات جودة عالية وتتوقف الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية على نوعية القرارات التي يتخذها متخذو القرارات، وعلى مقدرتهم في الحصول على هذه المعلومات وتتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

❖ **الملائمة:** حتى تكون المعلومات المعروضة ملائمة يجب أن تكون ذات صلة بالقرار، وبالتالي تؤثر على القرارات الاقتصادية للمستخدمين ومساعدتهم في تقييم الأحداث الماضية والحاضرة والمستقبلية، أو تعديل عملية التقييم السابق، وتعتبر المعلومات المالية ملائمة لدورها التنبؤي في التنبؤ بالأداء المتوقع للمؤسسة في الفترات القادمة، وبقدرة المؤسسة على مواجهة الأحداث والمتغيرات المستقبلية غير المتوقعة[15].

ففي عمليات التجارة الإلكترونية لا توجد أسس للإفصاح عن عمليات القرصنة أو اختراق الموقع الإلكتروني للشركات أو حجم عمليات التلاعب في السداد أو حجم الديون المشكوك في تحصيلها، بالإضافة إلى اختلاف درجة الأهمية النسبية للمعلومات في التجارة الإلكترونية عن عمليات التجارة التقليدية، وبالتالي تفقد المعلومات المحاسبية القدرة على التنبؤ بالمستقبل الأمر الذي يجعل المعلومات المحاسبية للشركات التي تعمل في التجارة الإلكترونية لا تتمتع بالملائمة[16].

❖ **الموثوقية:** ويقصد بها إمكانية الاعتماد على المعلومات المحاسبية والوثوق بها عند اتخاذ القرار، وحتى تتوفر خاصية الموثوقية لا بد أن تتمتع المعلومات المحاسبية بقدر كاف من الموضوعية، وأن تمثل المعلومات الظاهرة موضوع البحث بصدق وحياد وبعيد عن التحيز وخالية من الأخطاء وتمثل عرضا أمينا وصادقا، وحتى تتحقق هذه الخاصية ينبغي ان تتمتع المعلومة بالخصائص التالية[17]:

- ✓ الصدق.

- ✓ القابلية للتحقق.
- ✓ الحياد.

ونظرا لوجود إشكالية في الأدلة الثبوتية لعمليات التجارة الإلكترونية، فإن إمكانية التحقق من المعلومات تكون محدودة، كذلك في حالة حدوث خلل أو اختراق لموقع الشركة من خلال شبكة الانترنت تصبح مخرجات النظام المحاسبي مشكوكا بمصداقيتها، وبالتالي تفقد المعلومات المحاسبية ثقة المستخدمين، الأمر الذي يفقد المعلومات المحاسبية للشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية خاصية الثقة.

❖ **القابلية للمقارنة:** ويقصد بذلك إمكانية مقارنة القوائم المالية لفترة مالية مع القوائم المالية لفترة أو فترات أخرى سابقة لنفس المؤسسة، أو مقارنة القوائم المالية للمؤسسة مع القوائم المالية لمؤسسة أخرى ولنفس الفترة.

ويستفيد مستخدمو المعلومات المحاسبية من إجراء المقارنة بغية اتخاذ القرارات المتعلقة بقرارات الاستثمار والتمويل، وتتبع أداء المؤسسة ومركزها المالي من فترة لأخرى.

وتقتضي عملية المقارنة الثبات والاتساق في تطبيق السياسات المحاسبية من فترة لأخرى، وكذا الثبات في أسلوب عرض القوائم المالية وتصنيف البنود من فترة لأخرى[18].

أما فيما يخص الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية والتي تمارس نشاطها في معظم دول العالم وتتعامل بعملات نقدية غير متجانسة، وحيث أن هذه العملات تتغير قيمتها يومياً بالنسبة للعملة الوظيفية وفقا لأسعار الصرف السائدة في تواريخ التدفقات النقدية، فإن مقارنة البيانات المالية لشركات التجارة الإلكترونية خلال الفترات المختلفة تكون مقارنة غير موضوعية لعدم ثبات وحدة القياس، وبالتالي عدم تمتع المعلومات المحاسبية لشركات التجارة الإلكترونية بخاصية القابلية للمقارنة.

3.3. على مستوى مفاهيم الاعتراف والقياس

توضح مفاهيم الاعتراف والقياس المحاسبي أسلوب الاعتراف بالعناصر والأحداث المالية، وقياسها، وعرضها من قبل النظام المحاسبي وسنرى مدى توافق الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية مع الفروض والمبادئ المحاسبية الأساسية.

1.3.3. فرض الشخصية الاعتبارية: يقوم هذا الفرض على أساس أن أي وحدة محاسبية تكون مستقلة ومنفصلة عن أصحاب المشروع، وهذا الافتراض يؤدي إلى أن القوائم المالية التي يتم إعدادها للوحدة المحاسبية تختص بالوحدة، وليس لها علاقة بالعمليات المتعلقة بالمالكين[19]، والشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية تتوافق مع هذا المبدأ.

2.3.3. **فرض الاستمرار**: بمقتضى هذا الفرض يعتبر تكوين أي وحدة محاسبية هو بقصد الاستمرار في مزاولة نشاطها إلى مالا نهاية لحين تصفيتها التصفية النهائية[20]، والشركات في مجال التجارة الإلكترونية تتفق مع هذا الفرض.

3.3.3. **فرض وحدة القياس**: تتكون الموارد الاقتصادية التي تمتلكها الوحدة المحاسبية من مجموعة عناصر غير متجانسة (أراضي، مباني، بضاعة، ...الخ)، ونظرا لعدم التجانس في الموارد أصبح من الضروري إيجاد وحدة قياس موحدة يتم بموجبها تسجيل العمليات المالية التي تحدث في الوحدة المحاسبية، لذلك تم استخدام النقود كوحدة لقياس القيم إلا أن مشكلة وحدة القياس النقدي هي عدم ثباتها[21].

4.3.3. **مبدأ الدورية**: يعتبر هذا المبدأ اشتقاقا من فرض الاستمرار المحاسبي، إذ تقسم بموجبه حياة المشروع إلى فترات زمنية تختلف مدتها من مؤسسة إلى أخرى، إلا أنه عادة ما تكون سنة ميلادية تبدأ من 01/01 وتنتهي في 12/31 من كل عام، وتسمى بالفترة المحاسبية، حيث يتم إعداد تقارير مالية لكل فترة محاسبية لمعرفة نتيجة المشروع خلال هذه الدورة وكذا اتخاذ القرارات على المدى القصير. ونرى أنه لا يوجد تعارض للشركات العاملة في بيئة التجارة الإلكترونية مع هذا المبدأ.

5.3.3. **مبدأ الموضوعية**: يقصد به التأكد بأي وسيلة مادية من حدوث الواقعة المالية، وقد اعتبرت المستندات المادية دليلا ماديا ًكافياً لذلك، كبرهان مكتوب يؤيد حدوث الواقعة، فالمحاسبة لا تعتد بالعمليات المالية ولا تسجل بالسجلات المحاسبية دون وجود توثيق مستندي يؤكد حدوث كل عملية على انفراد، ويشمل التوثيق المستندي جميع عناصر الأصول والخصوم دون استثناء[22].

إن من خصائص عمليات التجارة الإلكترونية خلوها من التوثيق المستندي، وبالتالي انعدام الدليل المادي الكافي الذي يؤيد حدوث الواقعة مما يجعل عمليات التجارة الإلكترونية غير موضوعية، ولكن في حالة تعديل هذا المبدأ ليصبح التأكد بأي وسيلة مادية كانت أو إلكترونية، عندها تكون عمليات التجارة الإلكتروني موضوعية.

6.3.3. **مبدأ مقابلة الإيرادات بالنفقات**: تسعى المؤسسة ذات الطابع الاقتصادي إلى تحقيق الربح من نشاطها المستمر، إذ أن النفقات التي تقوم بها المؤسسة يراد من ورائها تحقيق عائد يكمن في الإيرادات، ويقاس بلوغ أهدافها بقياس تجميعات الإيرادات بتجميعات النفقات، ويفترض هذا المبدأ أن يتم توجيه أعمال المؤسسة لصالح تحقيق أهدافها المسطرة مسبقا[23]. إن تطبيق مبدأ مقابلة الإيرادات بالنفقات، الذي يتم على أساسه تحديد إيرادات كل فترة محاسبية لتحمل بالنفقات التي تكبدتها لتحقيق تلك الإيرادات، على أن يجري الفصل بين إيرادات ونفقات الفترات المحاسبية المختلفة من دون النظر لتاريخ دفع النفقة أو استلام الإيراد، تطبيقا لأساس الاستحقاق المحاسبي[24].

تعاني التجارة الإلكترونية من مشكلة في توقيت الاعتراف بالإيراد نتيجة غياب الأمان والتوثيق وإمكانية اختراق موقع الشركة من قبل الغير، الأمر الذي يجعل عملية مقابلة الإيرادات بالنفقات غير موضوعية وغير عادلة[25].

7.3.3. **مبدأ الحيطة والحذر**: يلفت هذا المبدأ إلى خطورة تقديم نتائج مبالغ فيها، وحسب هذا المبدأ لا تسجل الإيرادات إلا إذا تحققت والعكس بالنسبة للنفقات، إذ يجب تسجيل كل نفقة محتملة الحدوث، ولكن هذا لا يعني السماح بتكوين مؤونات واحتياطات خيالية ومبالغ فيها[26].

وعلى الرغم من الانتقادات التي يلقاها هذا المبدأ إلا أنه لقي قبولا واسعا في الممارسة المحاسبة العملية من قبل المحاسبين، ومستعملي المعلومات المحاسبية وذلك استنادا إلى أن المبالغة تؤدي إلى زيادة المخاطر، بينما يؤدي التحفظ إلى السلامة منها وتجنبها في الممارسة المحاسبية[27].

أما فيما يخص الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية فهي ملزمة بتطبيق هذا المبدأ من خلال تكوين مخصصات واحتياطات للخسائر المحتملة دون المبالغة في ذلك، فهي عرضة لجملة من المخاطر:

- ✓ كإمكانية اختراق الشركة من قبل الآخرين الشيء الذي يجعل تحقيق الإيراد عملية مشكوك فيها.
- ✓ قد يكون المشتري وهميا وفي حالة التلاعب يتحمل المخاطر البائع.
- ✓ صعوبة تقدير الخسائر المحتملة، نتيجة عدم تحصيل أرصدة العملاء مما يدعو إلى التحفظ بدرجة عالية في تقدير الديون المشكوك في تحصيلها[28].

8.3.3. **مبدأ تحقيق الإيراد**: الإيراد يعني إجمالي التدفقات الداخلة للوحدة الاقتصادية نتيجة بيع السلع أو تقديم الخدمات، والتي تؤدي إلى زيادة في إجمالي أصولها أو تؤدي إلى نقص في إجمالي الخصوم أو كليهما معا. ووفقا لهذا المبدأ لا بد من وجود واقعة أو حدث يمكن الاعتماد عليه كقرينة أو معيار لتحقيق أو اكتساب الإيراد، وذلك ليكون بالإمكان الاعتراف بهذا الإيراد دفتريا، ورغم الاختلاف في تحديد معايير تحقق الإيراد، إلا أن الرأي الأرجح هو أن الإيراد من بيع البضاعة أو الخدمة، يتحقق بمجرد بيع البضاعة وتسليمها للعميل[29].

وفي غياب التوثيق المستندي في التجارة الإلكترونية، ومخاطر تنفيذها فنرى عدم تحقيق معايير تحقق الإيراد في التجارة الإلكترونية.

وحسب الجعيري فإنه في حالة إضافة فقرة مستقلة لتحقق الإيراد لعمليات التجارة الإلكترونية إلى الحالات الأخرى التي يعتبر فيها الإيراد محققاً،وهي (تحقق الإيراد المتولد من التجارة الإلكترونية عند نقطة البيع في حال أمن وسلامة الموقع الإلكتروني،وما يحتويه من معلومات،بالإضافة إلى الثقة في النظام القائم في الشركة وذلك

من خلال تفعيل الخدمات التوكيدية والمراجعة المستمرة كوظائف جديدة للمحاسب القانوني والتي توضح مدى تأمين وسلامة النظام) [30]، حينها يعتبر إيراد التجارة الإلكترونية محقق.

4. **التهديدات التي تواجه نظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية**

إن استمرار المؤسسات ونموها مرهونا بمدى دقة وموثوقية المعلومات التي تبني عليها الإدارة قراراتها وتعتمدها في حل مختلف المشاكل والمواقف التي تعترضها، فوجود نظام معلومات محاسبي جيد وفعال يعتبر بمثابة أحد العوامل الأساسية المحددة لمدى نجاح أو فشل أي إدارة في تحقيق الأهداف المسطرة بكفاءة وفعالية. ونظرا للتطور السريع والنمو المذهل للتجارة الإلكترونية بات من الضروري تطوير نظم المعلومات المحاسبية لتتلاءم مع العمل في ظل التجارة الإلكترونية، وعليه يمكننا إبراز أهم التهديدات التي قد يتعرض لها أي نظام معلومات محاسبي يستند إلى الحاسب الآلي، ويعمل في بيئة التجارة الإلكترونية[31].

1.4. اقتحام نظام المعلومات المحاسبي من أطراف داخلية ليس لهم الحق دخول النظام أو من جانب أطراف خارجية (قراصنة) عن طريق سرقة أو تخمين كلمات سر النظام.

2.4. يؤدي هذا الاقتحام إلى إمكانية سرقة معلومات هامة، قد تكون على درجة عالية من السرية، ويمكن الاستفادة منها ماليا.

3.4. قد يؤدي الاقتحام إلى إمكانية تحريف بيانات نظام المعلومات المحاسبي وبالتالي يؤدي استغلالها إلى اتخاذ قرارات خاطئة.

4.4. قد يؤدي الاقتحام إلى إمكانية إدخال فيروسات إلى نظام المعلومات المحاسبي تعمل على إتلاف وتخريب كل أو بعض البيانات، أو الملفات، أو البرامج أو نظم التشغيل.

5.4. إمكانية إعاقة عمل نظام المعلومات المحاسبي من خلال إغراقه بطلبات تبادل البيانات مما يؤدي إلى إعاقة وصول المستخدمين الطبيعيين إلى النظام، ويؤدي فقدان هذا الاتصال إلى إمكانية ضياع فرص حقيقية للمؤسسة.

6.4. يؤدي عدم كفاءة المستخدمين الداخليين عادة إلى إدخال بيانات غير صحيحة، أو حذف بيانات بطريق الخطأ، ويرى البعض أن هذا النوع من التهديد يمثل مصدر هام للخسائر المالية المرتبطة بنظام المعلومات المحاسبي.

7.4. يؤدي استخدام برامج غير ملائمة جاهزة أو معدلة عادة إلى تشغيل خاطئ للبيانات ومن ثم الحصول على نتائج غير سليمة.

إن تعرض المؤسسة لهذه التهديدات يؤدي إلى تكبدها خسائر من خلال:

- ✓ تحملها تكاليف إصلاح الأضرار الناتجة عن حدوث تلك التهديدات والأخطاء.
- ✓ تحملها فقدان بعض الإيرادات عند توقف نظام المعلومات المحاسبي للمؤسسة لفترة زمنية.

- ✓ تحملها خسائر نتيجة إفشاء بعض المعلومات السرية الهامة للمنافسين، مما قد يمكنهم من التعرف على خطط التشغيل المزمع تنفيذها، والمنتجات الجديدة ومواصفاتها، ومنافذ التوزيع المرتقبة... وغيرها من المعلومات.
- ✓ قد يفقد بعض العملاء الثقة في المؤسسة الأمر الذي يؤدي إلى تجنب التعامل معها مستقبلا نتيجة توقف نظام المعلومات لبعض الوقت، مما يكبدها خسائر طائلة.

والجدير بالذكر أنه على المؤسسة تقليل احتمال حدوث تلك الأخطاء والتهديدات إلى أقل حد ممكن باعتماد نظام معلومات محاسبي.

ثالثا: علاقة التجارة الإلكترونية بالمراجعة

نهدف من خلال هذا المحور إلى التعرف على تأثير تطبيقات التجارة الإلكترونية على مراجعة الحسابات، والمتطلبات التي يجب على المراجع الوفاء بها ليتمكن من تنفيذ مراجعة التجارة الإلكترونية بالشكل السليم والمطلوب ومواجهة التحديات الجديدة المواكبة للتطور التقني للمعلومات والنمو المتسارع في سوق التجارة الإلكترونية.

1. **المتطلبات العلمية لمراجعة التجارة الإلكترونية:**

إن عمل محافظ الحسابات في بيئة التجارة الإلكترونية يتطلب تأهيلا علميا يتناسب وحجم التطورات التقنية وإمكانية التعامل مع الوسائل وتقنيات المعلومات التي يتطلبها العمل في بيئة التجارة الإلكترونية وذلك من خلال:

1.1. **ضرورة التزود بالمعرفة التقنية:** لكي يواكب محافظ الحسابات التغيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الجديدة في ظل التجارة الإلكترونية أصبح لزاما عليه الإلمام بالمفاهيم الحديثة المترابطة مع التطور السريع في مجال التجارة الإلكترونية هي[32]:

- التواقيع الإلكترونية الرقمية Digital/ Electronic Signatures
- اتفاقيات تبادل البيانات: Data Exchange Protocols
- عمليات إلكترونية آمنة: Secure Electronic Transactions
- الترخيص الإلكتروني: Electronic Licensing
- البنية التحتية لمفاهيم الخصوصية والعمومية Public qnt Prirate key infrastructures
- رموز العمليات Token Tranchoirs
- البطاقات الذكية Smart Cards
- النقد الإلكتروني Electronic Cash

- نقطة البيع Point of sale
- أية أمور أخرى مستحدثة

كما يجب على محافظ الحسابات أن يكون على علم ودراية بالتطورات الحديثة في المجتمع ويواكبها، وأن يستفيد من تلك المتغيرات في تطوير آرائه وتحسينها حتى يقدم خدمة ذات جودة عالية.

ومن أهم تلك التطورات المعاصرة التي تتعلق بمحافظة الحسابات:

- ✓ التشغيل الإلكتروني للبيانات وتقنية صناعة المعلومات.
- ✓ استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية في اختيار وتقويم العينة.
- ✓ الجودة الشاملة لخدمة مراقبة الحسابات.
- ✓ الاستفادة من شبكات المعلومات العالمية والإقليمية في توصيل المعلومات[33].

2.1. **الدخول في دورات تدريبية متخصصة**: في تقنيات المعلومات وذلك من أجل:

- التعرف على مجالات استخدام تقنيات المعلومات في مراقبة الحسابات.
- التعرف على كيفية استخدام البرامج الخاصة بمراجعة الحسابات التي يمكن أن يعدها محافظ الحسابات أو الزبون أو البرامج الجاهزة لأغراض تدقيق الحسابات.
- التعرف على مجالات تطوير مهنة مراجعة الحسابات في بيئة تقنيات المعلومات وما ينتج عنه من ظهور خدمات جديدة يمكن أن يقوم بها محافظ الحسابات.

3.1. **مواصلة التعليم المستمر**: فيما يتعلق باستخدام تقنيات المعلومات في مجالات المحاسبة والمراجعة في سبيل التعرف على أهم التطورات التي تحصل في هذا المجال، ولكي لا يكون المراجع بمعزل عنها.

وتعتبر قضية تطوير المهارات والمعرفة المرتبطة بالتجارة الإلكترونية من أهم التحديات التي انعكست على بيئة الأعمال،الأمر الذي دفع بالكثير من التنظيمات المهنية الدولية والمحلية لإعداد وإصدار عديد من المعايير والإرشادات التي تهدف إلى تطوير وإصلاح التعليم المحاسبي والتأهيل المهني للمراجع على غرار جمعية المحاسبة الأمريكية (AAA) التي أصدرت سلسلة التعليم المحاسبي في بيئة تكنولوجيا المعلومات كما أصدر الاتحاد الدولي للمحاسبين عام 1996 دليل التعليم الدولي رقم (11) بعنوان تحديات الكفاية بتكنولوجيا المعلومات في المقررات والمناهج المحاسبية، وقد أوصى الدليل الدولي رقم (11) كجزء من التأهيل المهني المحاسبي بضرورة توافر المعرفة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والتي تدور حول أربع مجالات رئيسية لعمل المحاسبين في مجتمع الأعمال على النحو التالي[34]:

- ✓ المحاسب كمستخدم لتكنولوجيا المعلومات.

- ✓ دور المحاسب كمدير لنظم المعلومات.
- ✓ دور المحاسب كمصمم لنظم الأعمال.
- ✓ دور المحاسب كمقيم لنظم المعلومات.

2. **المخاطر المواجهة لمهنة المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية**

باعتبار أن جميع الصفقات في التجارة الإلكترونية تتم من خلال الحاسب الآلي بداية من أمر الشراء وإنتهاءاً بالدفع والاستلام هذا الأمر يؤدي بلا شك إلى زيادة حالات الغش لأن أي تعديلات في المستندات أو السجلات قد لا تترك أي أثر مادي يمكن اكتشافه، ونظرا لغياب المستندات الورقية فقد يؤدي هذا إلى ارتفاع خطر المعلومات. وبما أن مخاطر التجارة الإلكترونية تتفاوت من صناعة إلى أخرى فإنه يتعين على المراجع جمع معلومات بخصوص الصناعة عموما، وأهداف التجارة الإلكترونية للمؤسسة وإستراتيجية إنجاز هذه الأهداف، هذه المعلومات تساعد في تنفيذ تقييم المستوى العالي لمخاطر الأعمال.

تعد مخاطر المراجعة من العوامل الهامة التي يتعين على المراجع أخذها في الاعتبار، سواء عند اختيار العميل أو عند تخطيط عملية المراجعة، أو عند تصميم إجراءات المراجعة، وكذلك عند تجميع الأدلة وتقييمها، وتكمن هذه المخاطر في أن يبدي المراجع رأيا غير سليم. وعلى المراجع أن يتفادى احتمال الوقوع في تلك المخاطر، أو أن يخفضها إلى أدنى حد ممكن، وذلك ببذل العناية المهنية المناسبة، مع تطبيق معايير المراجعة المتعارف عليها.

ومخاطر التدقيق دائما تكون موجودة عندما يكون التدقيق غير مخطط له بعناية، ويمكن اختصار مخاطر التدقيق فيما يلي[35]:

- ❖ المخاطر الموروثة أو المتأصلة (Inheritel Risk).
- ❖ مخاطر الرقابة (Control Risk).
- ❖ مخاطر الاكتشاف (Detection Risk).

1.2. **المخاطر الموروثة(أو المتأصلة)**: هي عبارة عن أخطاء مادية أو أخطاء احتيال في نظام المحاسبة المستخدم في وضع الكشوفات المالية، كما أن المخاطر الموروثة هي من خصائص وحدات عمل الزبون والأنواع الرئيسية من الصفقات، وفعالية المحاسبين، فنسبة الخطر الموروث (المتأصل) تتأثر بالخصائص الفريدة لطبيعة أعمال المؤسسة والصناعة التي تعمل فيها، فضلا عن طبيعة نظام التشغيل المطبق، فالنظام المباشر الفوري يفرض صعوبات متأصلة فيما يتعلق بكيفية مراجعة هذا النظام، وتعقيد أداء عملية المراجعة، فالمعاملات تدخل من مواقع بعيدة، ويتم تخزين المعاملات والأرصدة داخليا، ومن ثم قلت الحاجة إلى المستندات الورقية، نظرا لإدخال البيانات مباشرة إلى النظام، وهذا يؤثر في طبيعة إجراءات التحقق المطلوبة ومداها وتوقيتها[36].

والملاحظ أن المراجع لا يمكنه السيطرة على المخاطر الموروثة، ولكن يمكنه تقييمها وتقييم إجراءات التحقق للتوصل إلى مستوى مقبول من مخاطر عدم الاكتشاف مخفضا بذلك مخاطر المراجعة إلى أدنى مستوى مقبول.

2.2. **مخاطر الرقابة** (Control Risk): إن مخاطر الرقابة هي مخاطر احتمالية ان تفشل نشاطات الرقابة الداخلية في منع أو كشف الأخطاء المادية في الكشوفات المالية. إن المراجع لا يستطيع أن يدير هذه المخاطر ولكنه يستطيع فقط أن يقيم نظام الرقابة الداخلية، ويقيم احتمالية فشله، حيث تبدأ مهمة المدقق والخارجي في تقييم المخاطر الرقابية لمنع وكشف وتصحيح الأخطاء المحتملة والاحتيال.

3.2. **مخاطر الاكتشاف** (Detection Risk): هي الخطر الناتج عن فشل إجراءات المراجعة الخارجية في توليد أدلة عن أخطاء ملموسة شرط أنها قد دخلت في نظام المحاسبة والتي لم يمنعها أو يكشف عنها أو يصححها جهاز الرقابة الداخلية[37]، فنجد أن مخاطر الاكتشاف عكس المخاطر الموروثة ومخاطر الرقابة حيث يكون المدقق هو المسؤول عن أداء عملية جمع الأدلة التي تدير عملية الاكتشاف، ويمكن للمراجع التحكم في حظر الاكتشاف من خلال زيادة أو تخفيض حجم الاختبارات الأساسية، وذلك في مرحلتي تخطيط وتنفيذ عملية المراجعة، عن طريق القيام بتحليل الخطر الملازم وتقييمه وكذلك فحص خطر الرقابة وتقديره، وذلك لتخطيط برامج المراجعة التمهيدية، وتحديد طبيعة وتوقيت ونطاق اختبارات المراجعة الأساسية من أجل ضبط خطر المراجعة عند المستوى المقبول بدرجة مناسبة.

3. **التحديات التي تواجه مهنة المراجعة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية**

إن التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية من أهم التحديات التي تواجه مهنة المراجعة فمستوى المهارات والمعرفة المطلوبة لفهم التجارة الإلكترونية من أبرز التحديات التي انعكست على بيئة الأعمال الأمر الذي دفع العديد من التنظيمات المهنية لإصدار العديد من المعايير والإرشادات التي تهدف إلى تطوير وإصلاح التعليم المحاسبي والتأهيل المهني للمراجع[38]، حيث أكد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين بأنه يجب على المحاسبين والمراجعين زيادة تأهيل وتطوير أنفسهم للتعامل مع أنظمة وتقنيات الانترنت، وخاصة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، وأن المناهج المحاسبية غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات وان برامج المحاسبة على الرغم من أنها تشمل العديد من الأمور المحاسبية إلا أنها بحاجة إلى سعة الأفق في التعليم المحاسبي وإدراك تأثيرات التقنية والعولمة باعتبار أن تطوير مناهج التعليم المحاسبي هو المدخل الصحيح لتطوير المهنة.

ويمكن عرض التحديات الناشئة عن التجارة الإلكترونية والتي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة كما يلي[39]:

1.3. **التأهيل العلمي والعملي:**

إن قضية تطوير المهارات والمعرفة المرتبطة بالتجارة الإلكترونية من أهم التحديات التي انعكست على بيئة الأعمال، ونظرا لأن مكاتب المراجعة تمثل جزءا من المنظمات التي لها دور فاعل في المنظومة الاقتصادية، فإنه لزاما عليها انه تعمل على تطوير أدائها لكي يواكب التطورات الاقتصادية والتكنولوجيا المتلاحقة من خلال الاقتصاد المعرفي حتى يكون المراجعين قادرين على مواكبة التطورات في أنظمة المعلومات، حيث حرص المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين على التوصية بضرورة زيادة تأهيل وتطوير المحاسبين والمدققين للتعامل مع التطور اللامتناهي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مع أنظمة الانترنت.

كما أكد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين أن المناهج المحاسبية غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات، وقد أوصى كذلك بإعادة هندسة برامج المحاسبة في الجامعات على ضوء المتغيرات البيئية المحيطة[40].

2.3. **الضرائب:**

أثارت مسألة فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية العديد من التحديات منها عدم وجود آليات محددة لإخضاع التجارة الإلكترونية للضريبة وصعوبة إثبات التعاملات والعقود التي تتم إلكترونياً، إضافة للبعد المكاني للأنشطة الخاضعة للضريبة وقصور التشريعات عن تنظيم آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية.

فالتجارة الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري وهذا يعني احتمال الكشف على مصدر النشاط كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأقل عبئا والأكثر تشجيعا، هذا ما تنبهت إليه أمريكا فقررت عدم فرض الضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الإلكترونية كما أن فرض الضرائب على هذا النمط في التعاملات التجارية الجديدة يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع لما تثيره قواعد محاسبتها والتعرف على حقائق الدخل المتأتي منها من تحديات ومشكلات، هذا إلى جانب حاجة المسائل الضريبية على التجارة الإلكترونية إلى تعاون تنسيق دولي بسبب الطبيعة العابرة للحدود لصفقات التجارة الإلكترونية:

إذن يمكن تلخيص أهم هذه التحديات بما يلي[41]:

- ✓ التجارة الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري وهذا يعني احتمال عدم الكشف عن مصدر النشاط.
- ✓ مشكلة النظام القانوني المختص بالعلاقات والالتزامات الضريبية.
- ✓ التجارة الإلكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً.

- ✓ فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية يتطلب وجود تعاونا وتنسيقا إقليميا ودوليا.
- ✓ صعوبة حصر التعاملات والتعاقدات الإلكترونية وإثباتها وصعوبة التعرف على حجم الأموال المتبادلة في شأنها[42].

3.3. **الاعتراف بالإيراد**[43]:

يتحقق الإيراد بشكل عام عندما يتحقق شرطا الاكتساب والتبادل بمعنى أن هناك وعدا بالدفع حالا أو مستقبلا من المشتري مقابل وعد من الشركة بتقديم السلعة أو الخدمة، هذا ما جاءت به نشرة لجنة الأوراق المالية الأمريكية SEC رقم 101 بأنه لا يجوز الاعتراف بالإيراد إلا إذا تحقق أو هناك إمكانية تحقيقه، وتم اكتسابه وفقا للمعايير التالية:

- ✓ وجود دلائل مقنعة بالإثبات؛
- ✓ تحديد سعر البيع من قبل البائع للمشتري؛
- ✓ تم تسليم البضاعة او تم تأدية الخدمة؛
- ✓ عملية التحصيل مؤمنة بشكل معقول.

وعليه فلإيراد المتولد عبر قنوات التجارة الإلكترونية لا يتماشى مع بعض شروط الاعتراف بالإيراد، فالمعيار الأمريكي رقم 48 وضمن الشرط رقم (02)"أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزما بالدفع"، يجعل الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع مستحيلا، والسبب أن عملية الدفع ضمن آلية التجارة الإلكترونية، آلية محفوفة بالمخاطر وقد تكون إذا ما تم التلاعب بها عملية وهمية ويقابلها خروج حقيقي للبضائع من عند التاجر.

وبالنسبة للشرط رقم (03) وفي نفس المعيار"أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة"، وفي حالة التلاعب، فمن هو المشتري؟ مجهول، والمتحمل لهذه الخسارة هو الشركة البائعة.

إذن ففي ظل الظروف التكنولوجية العالية وغياب الأمان وإمكانية اختراق الشركة من قبل الغير، جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها وتمثل تحديا كبيرا يواجه مهنة المحاسبة والمراجعة.

4.3. **النشر الإلكتروني لتقارير الأعمال:**

وبالرغم من المزايا العديدة التي وفرها النشر الإلكتروني* للتقارير المالية والتي نذكر أهمها[44]:

1.4.3.**التفاعلية**: حيث يؤثر المشاركون في عملية النشر الإلكتروني على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات.

2.4.3. **اللاجماهيرية**: حيث يمكن توجيه النشر الإلكتروني إلى فرد أو مجموعة معينة من الأفراد.

3.4.3. **اللاتزامنية**: حيث يمكن عن طريق النشر الإلكتروني القيام بالنشاط الاتصالي في الوقت المناسب للفرد دون ارتباط بالأفراد الآخرين.

4.4.3. **الحركية**: وتعني إمكانية نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكترونية من مكان لأخر بكل يسر وسهولة.

5.4.3. **القابلية للتحويل**: القدرة على نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني لها من وسيط لأخر.

6.4.3. **الشيوع**: أي الانتشار حول العالم وداخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

7.4.3. **العالمية(الكونية)**: على أساس أن البيئة الأساسية الجديدة للنشر الإلكتروني ووسائل الاتصال أصبحت عالمية.

8.4.3. القضاء على مركزية وسائل الإعلام والاتصال.

رغم هذه المزايا إلا أنه رافق ذلك العديد من التحديات فيما يتعلق بالنشر الإلكتروني للتقارير المالية ومن تلك التحديات[45]:

- ✓ لجوء الشركات إلى نشر قوائم مالية غير مدققة في موقعها على شبكة الانترنت أو الربط بين بياناتها المالية المدققة وغير المدققة، وهذا قد يؤدي إلى تضليل المستخدمين.
- ✓ تعرض البيانات المنشورة على الانترنت سواء كانت مدققة أو غير مدققة للتلاعب والتغيير من قبل أطراف أخرى بسبب عدم تأمين الموقع الإلكتروني.
- ✓ تعرض البيانات المالية المنشورة على الموقع والمدققة للتلاعب والتغيير من قبل صاحب الشركة نفسه.
- ✓ مسؤولية المراجع عن مراقبة ومتابعة التحديثات المتتالية الحاصلة في موقع شبكة شركة العميل.

وفي ظل التحديات السابقة تنشأ حاجة ملحة إلى ما يلي[46]:

- ➢ ضرورة أن يكون تقرير المراجع خاضعا للرقابة المحكمة، بحيث يتم الربط بين تقرير المراجع على موقع شركة العميل وموقع المراجع حتى يتمكن هذا الأخير من السيطرة والرقابة على شكل ومحتوى ونطاق تقريره.
- ➢ ضرورة استخدام الوسائل التكنولوجية المتقدمة لضمان أمن وخصوصية المعلومات وحماية تقرير المراجع.
- ➢ ضرورة تضافر جهود المنظمات المهنية وواضعي المعايير لصياغة إرشادات ومعايير تنظم عملية النشر الإلكتروني للتقارير، ومعالجة القضايا والتحديات التي تعترض المهنة وتأثيرها على دقة ومصداقية المعلومات.

واستجابة لهذه المطالب استحدثت بيئة تقنية المعلومات وأنشطة التجارة الإلكترونية خدمات جديدة تقدمها مهنة المحاسبة والمراجعة وهذه الخدمات أدت إلى إحداث تغيرات في ممارسة وتنظيم المهنة وهي خدمات التوكيد والمراجعة المستمرة.

الخاتمة:

مما سبق نخلص إلى أن التطور والابتكار في تقنية المعلومات ساهم في إذابة الحدود بين الدول مما سهل عملية التبادل التجاري للسلع والخدمات بطرق أعلى من الطرق التقليدية في البيع. فظهور الانترنت واستخدامه في العمليات المالية والتجارية بصورة متزايدة نظرا للمميزات التي تتمتع بها الشبكة العالمية للمعلومات والتي لا تتوافر في وسائل الاتصال الأخرى ساهم في نمو التجارة الإلكترونية التي تتسم بعدة سمات أبرزها غياب التوثيق المستندي وغياب الأمان لأغلب العمليات التجارية التي تتم من خلالها. ومن هذا المنطلق فإن جميع الهيئات المهتمة بالمحاسبة والمراجعة أولت وتولي اهتمام بالغ بالتجارة الإلكترونية التي أثرت وتؤثر بشكل كبير في مهنة المحاسبة والمراجعة، لأن جميع السياسات المحاسبية أنشأت وتطورت للتعامل مع البيئة التجارية التقليدية. الشيء الذي ألزم عليها ضرورة التطور لمواكبة التغيرات الحاصلة في بيئة التجارة الحديثة. انطلاقا من كون كلا من مهنة المحاسبة والمراجعة تؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل فيها.

النتائج:

- ✓ إن مكاتب المحاسبة المراجعة تواجه العديد من الخدمات والتحديات الخاصة بقضايا التجارة الإلكترونية، وقيام كل من المحاسب والمراجع بأداء هذه الخدمات يعد مساهمة في تنمية عمليات التجارة.
- ✓ كما أن أداء هذه الخدمات يفرض تحديات على المحاسبين والمراجعين على السواء خاصة في مجال التأهيل والاستقلال نظرا لضعف مهارات المراجع خاصة في هذا الشأن والحاجة الماسة إلى التأهيل والتدريب.
- ✓ تأثر مهنة المحاسبة والمراجعة بالتطورات التي تحدث في تقنيات المعلومات التي أصبحت أحد أهم مقومات النظم المحاسبية، هذه التطورات التقنية خلفت تحديات ضخمة أمام ممارسي مهنة المحاسبة والمراجعة تتعلق بتصميم النظم المحاسبية وفعالية تشغيلها.
- ✓ أحدثت التجارة الإلكترونية تغيرات كبيرة في علم التجارة وفي آلية العمليات التجارية مما جعل من الضروري أن يلم كل من المحاسب والمراجع بتلك التغيرات وأثرها على مهنتيهما.

التوصيات: من خلال النتائج يوصي الباحثان بما يلي:

- ✓ ضرورة التكوين المستمر للمحاسبين والمراجعين لمواكبة التطورات التكنولوجية التي أصبحت الأداة الرئيسية للتجارة الإلكترونية.
- ✓ إنشاء هيئة متخصصة في للدراسات والتطوير تزود بالإمكانيات المناسبة للقيام بتنفيذ دورات تدريبية لضمان التكوين المستمر للمحاسبين والمراجعين.

- ✓ ضرورة اهتمام مكاتب المراجعة والمحاسبة بتطوير برامج تدريبية على أداء مهام المحاسبة والمراجعة في بيئة التجارة الإلكترونية.
- ✓ ضرورة اهتمام الجامعات والجهات المشرفة على المهنة، ومكاتب المحاسبة والمراجعة بتوفير الإصدارات الجديدة خاصة في المراجعة والتي تصدر عن المنظمات الدولية في مهنة المحاسبة والمراجعة.
- ✓ ضرورة تطوير القدرات التقنية للمحاسب والوصول لمحاسبين محترفين مؤهلين مهنياً لخدمة سوق مراجعة التجارة الإلكترونية.
- ✓ تدريس تقنيات التجارة الإلكترونية في التربص النظري للحصول على شهادة المحاسب أو المراجع في المعاهد المخصصة لذلك.

الهوامش والإحالات:

(1)- عامر إبراهيم قنديلي، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة، ط1، عمان، 2015، ص: 29.

(2)- سعد غالب ياسمين، بشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2009،ص: 125.

(3)- خيري مصطفى كتانة، التجارة الإلكترونية، دار المسيرة،ط1، عمان، 2009، ص: 51،52.

(4)- مصطفى يوسف كافي، التجارة الالكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2010، ص: 13.

(5)- دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الالكترونية، دار وائل للنشر، ط1، 2013، عمان، ص: 41-42.

(6)-Albert Marcella, Electronic Commerce, Part 1, It Audit, VOL 1, September, 1998, Institute of internal auditors http//:theiia.org

(7)- رشيد علام، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي – دراسة حالة الجزائر- رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي بريطانيا 2010/2009، ص: 111.

(8)- دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص: 245.

(9)- ظاهر شاهر القشي، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2003، ص: 66.

(10)- إبراهيم جابر، المحاسبة الدولية وعلاقتها بالتجارة الإلكترونية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص: 198.

(11)- إبراهيم طه عبد الوهاب، تطوير دور وأداء المراجع الخارجي لتأكيد الثقة في المعلومات المتبادلة والتقارير المالية المنشورة على شبكة المعلومات العالمية، ورقة بحثية، مقدمة للمؤتمر العلمي الرابع، الريادة والإبداع "استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 2005، ص: 18."

(12)- جمانة مصطفى البداينة، تقييم متطلبات الإفصاح المحاسبي في ظل مخاطر التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، الفلسفة في المحاسبة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، 2010، ص ص: 67،68.

(13)- عايدة محمد المهدلي، مدى ملائمة متطلبات مسودة معيار الإبلاغ المالي الدولي المقترح الخاص بالمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم للتطبيق في بيئة المنشآت الخاصة الأردنية رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009، ص: 43. نقلا عن:
Kieso, Donald, et al, intermediate Accounting, (12th ed), New York, Jon wiley & son's, 2007, pp:31-36.

(14)- مجدي أحمد السيد الجعبري، مدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة كلية الإدارة والاقتصاد الأكاديمية العربية بالدنمارك، 2012، ص: 39.

(15)- حميدات جمعة، محمد أبو نصار، معايير المحاسبة والإبلاغ المالي الدولية (الجوانب النظرية والعملية)، دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص: 07.

(16)- مجدي احمد السيد الجعبري، مدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص: 40.

(17)- حيدر محمد علي بن عطا، مقدمة في نظرية المحاسبة والمراجعة، ط1، دار الحامد للنشر، عمان، 2007، ص: 98.

(18)- محمد أبو نصار وجمعة حميدات، معايير المحاسبة والإبلاغ المالي الدولية، الجوانب النظرية والعملية، دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص: 10.

(19)- وليد ناجي الحيالي، المحاسبة المتوسطة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2007، ص: 28.

(20)- نفسه، ص: 28.

(21)- نفسه، ص: 28.

(22)- نفسه، ص: 72.

(23)- صديقي مسعود وآخرون، المحاسبة المالية طبقا للنظام المحاسبي المالي الجزائري، دار هومة، عين مليلة، الجزائر، 2014، ص: 60.

(24)- وليد ناجي الحيالي، نظرية المحاسبة، مرجع سابق، ص: 77.

(25)- مجدي احمد السيد الجعبري، مدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص: 45.

(26)- محمد بوتين، المحاسبة العامة للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط5، بن عكنون، الجزائر، 2005، ص: 37.

(27)- صديقي مسعود وآخرون، المحاسبة المالية طبقا للنظام المحاسبي المالي الجزائري، دار هومة، عين مليلة، الجزائر، 2014، ص: 57.

(28)- مجدي احمد السيد الجعبري، مدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص: 46.

(29)- وليد ناجي الحيالي، نظرية المحاسبة، مرجع سابق، ص: 73.

(30)- مجدي احمد السيد الجعبري، مدى كفاية الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص: 44.

(31)- عبدالله المقصود ديبان، ناصر الدين عبد اللطيف، نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص: 55.

(32)- نعيم دهمش وظاهر شاهر القش، مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية، مجلة إربد للبحوث العلمية، المجلد الثاني، العدد الثاني، جامعة إربد الأهلية، 2004، ص: 19.

(33)- زياد هاشم السقا، نظام حسن رشيد، متطلبات تدقيق عمليات التجارة الإلكترونية في ضوء معايير التدقيق، مجلة دراسات محاسبية ومالية، جامعة الموصل، المجلد السابع العدد 20، الفصل الثالث لسنة 2012.

(34)- أمين السيد لطفي، دراسات تطبيقية في المراجعة، الدار الجامعية القاهرة، 2009، ص: 311.

(35)- منهل مجيد أحمد، إعادة هندسة مهنة مراقبة الحسابات في إطار تكنولوجيا المعلومات – دراسة استطلاعية لبيان آراء عينة فلسفة في المحاسبة مختارة من مراقبي الحسابات في العراق- أطروحة دكتوراهن جامعة سانت كلمنتس العالمية، مكتب الموصل، العراق، 2011.

(36)- أحمد عبد الله عمر العمودي، أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة- دراسة ميدانية في اليمن- أطروحة دكتوراه في المحاسبة، جامعة دمشق، 2006، ص: 72.

(37)- عبد الوهاب نصر علي، شحاتة السيد شحاتة، المرجعة الالكترونية في أسواق المال، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2014، ص: 92.

(38)- أمين السيد احمد لطفي، مراجعة وتدقيق نظم المعلومات الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005.

(39)- عمر إقبال المشهداني وإبراهيم جويفل العبادي، التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، مداخلة قدمت للملتقى العلمي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانه تاريخ؟

(40)- جمانة مصطفى البدانية، تقييم متطلبات الإفصاح المحاسبي في ظل مخاطر التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه الفلسفة في المحاسبة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2010، ص: 82.

(41)- دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص: 225.

(42)- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص: 247.

(43)- ظاهر شاهر يوسف القشي، مدى فاعلية المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في المحاسبة، غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، 2003، ص: 90.

* النشر الإلكتروني للمعلومات يقصد به قيام الوحدات بإنشاء مواقع لها على الشبكات الدولية للمعلومات بهدف نشر سريع وفوري للمعلومات المالية (التقارير المالية السنوية التقارير المالية المرحلية، تقارير مراقبي الحسابات بيانات مقارنة، معلومات غير عالية....)

(44)- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، مرجع سابق، ص: 345.

(45)- عبيد سعد المطيري، مستقبل مهنة المحاسبة والمراجعة، تحديات وقضايا معاصرة، دار المريخ للنشر، الرياض، 2002، ص: 33.

(46)- ديالا جهاد الإبراهيم، دور مدخل التدقيق المستمر في تعزيز ملائمة التقارير المالية الإلكترونية، رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة دمشق، 2012، ص: 64.