جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم مالية ومحاسبة

الموضوع:

أثر المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية على الأداء المالي: دراسة ميدانية بالقرض الشعبي الجزائري CPA

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبة

تخصص: محاسبة

إعداد الطالب:

- محمد رفيق ولد خاوة
- امحمد قربوسي

إشراف الأستاذ(ة):

د. سارة مولاي مصطفى

أعضاء لجنة التقييم

أ.حمادي نبيل	أستـــــاذ محاضر "أ"	ممتحنا
د.مولاي مصطفى سارة	أستـــــاذ مساعد "ب"	مشرفا
د.خلادي راضية	أستـــــاذ مساعد "ب"	ممتحنا

السنة الجامعية 2021-2022


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

لحظات يقف فيها المرء حائراً عاجزاً عن التعبير عما في نفسه من الشكر لأشخاص يهدوه بالكثير والكثير ولو أن الشكر يعبر لمثلكم بالقوافي لانتهت قبل أن ينتهي مثلك، ولو أن العرفان يخط بالأقلام لشخصكم لجفت خجالًا قبل أن تكتب اسمكم ،

تعلمنا منكم أن للنجاح قيمة وأن لا مستحيل في سبيل الرقي والإبداع، لذا وجب علينا أن نقف لحظة نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى رسل العلم الذين لم يبخلوا علينا كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الدكتور يحي فارس المدية

ونخص بالشكر للأستاذة المشرفة **مولاي مصطفى سارة**

وكذلك كل من ساعد على إتمام هذا البحث وقدم لنا العون ويد المساعدة وتولنا بالمعلومات، نقول لهم شكراً جزيلاً.

الاهداء

إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير، صاحب الوجه الطيب والافعال الحسنة، الذي كان له الفضل الاول في بلوغي التعليم العالي " **والدي الحبيب**" اطال الله عمره.

الى من أفضلها على نفسي، التي ضحت من أجلى ولم تدخر جهدا في سبيل اسعادي، وراعتني حتى صرت كبيرا " **امي الغالية** " حفظها الله من كل مكروه.

الى كل من اعتمد عليهم في كل صغيرة وكبيرة، الذي كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب " **اخوتي المحترمين**" الى أصدقائي ومعارفي الذين أحبهم وأحترمهم.

الى اساتذتي الكرام في الكلية.

مستلخص :

هدفت الدراسة الى ابراز أثر المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على الأداء المالي، حيث جاءت إشكالية البحث المتمثلة في التساؤل التالي : الى أي مدى يمكن المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية أن تؤثر على الأداء المالي للمؤسسات؟ ومن أجل الوصول الى هدف الدراسة القيام بذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي بالاعتماد على توزيع استبيان، اذ قمنا بتوزيع استمارة على عينة المتمثلة في موظفي لبنك القرض الشعبي الجزائري.

وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة احصائية لأبعاد المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية عند المستوى(a=0.05) داخل المؤسسة، وكذا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(a=0.05) في المتغير الأداء المالي للبنك تعزي الى البيانات الشخصية و الوظيفة(الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة)، ليتم فيما بعد تقديم بعض الاقتراحات الى الإدارة التي يمكن من خلالها تطوير أدائها من خلال المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية.

: Summary

The study aimed to highlight the impact of financial accounting for electronic commerce on financial performance, where the research problem came in the form of the following question: To what extent can financial accounting for electronic commerce affect the financial performance of institutions? In order to reach the goal of the study to do so, the descriptive analytical method was relied on in the theoretical aspect, while in the practical aspect, by reliance on the distribution of a questionnaire, as we distributed a form to a sample of employees of the .Popular Credit Bank of Algeria

The results of the study showed that there is a statistically significant effect of the dimensions of financial accounting for electronic

commerce at the level (a = 0.05) within the institution, as well as the absence of statistically significant differences at the level (a = 0.05) in the variable financial performance of the bank attributed to personal data and the job. Gender, age, educational level, years of experience), to later present some suggestions to the administration through which it can develop its performance through financial accounting for electronic commerce.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنـــــــوان	رقم الصفحة
كلمة شكر وعرفان	III
الإهداء	IV
مستخلص	V
فهرس المحتويات	VII
فهرس الأشكال	XI
فهرس الجداول	XIII
فهرس الملاحق	XVI
مقدمة	أ-ت
الفصـــل الأول: مدخل إلى أساسيات المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية	
تمهيد:	02
المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية.....	03
المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.....	03
المطلب الثاني: أشكال وأنماط التجارة الإلكترونية.....	07
المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية.....	10
المبحث الثاني: المبحث الثاني: المحاسبة المالية في ظل التجارة الإلكترونية	15
المطلب الأول: ماهية المحاسبة المالية.....	15
المطلب الثاني: المحاسب والمراجع في ظل التجارة الإلكترونية.....	17
المطلب الثالث: إجراءات توثيق العمليات المحاسبة المالية في ظل التجارة الالكترونية.....	22
المبحث الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة المالية.....	26
المطلب الأول: أثر التجارة الالكترونية على القياس المحاسبي.....	26
المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الاعتراف المحاسبي.....	27
المطلب الثالث: التحديات التي تواجه المحاسبة المالية في ظل التجارة الإلكترونية.	30

خلاصة الفصل:	37
الفصل الثاني: مساهمة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي	
تمهيد:	39
المبحث الأول: المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الأداء.....	40
المطلب الأول: مفهوم الأداء وأنواعه.....	40
المطلب الثاني: محددات ومعايير الأداء.....	44
المطلب الثالث: نظام تقييم الأداء.....	46
المبحث الثاني: ماهية الأداء المالي.....	50
المطلب الأول: مفهوم الأداء المالي.....	50
المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على الأداء المالي.....	53
المطلب الثالث: معايير الأداء المالي.....	54
المبحث الثالث: علاقة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية بتحسين الأداء.....	56
المطلب الأول: أثر كفاءة المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على تحسين الأداء.....	56
المطلب الثاني: أثر فعالية المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على تحسين الأداء.....	58
خلاصة الفصل:	60
الفصل الثالث: دراسة ميدانية لأثر المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية على الأداء المالي للقرض الشعبي الجزائري	
تمهيد:	62
المبحث الأول: واقع العلاقة بين البنوك العمومية والتجارة الإلكترونية في الجزائر.....	63
المطلب الأول: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك العمومية الجزائرية.....	63

المطلب الثاني: فوائد البنوك العمومية على التجارة الإلكترونية في الجزائر.....	64
المطلب الثالث: نظم التسوية المحاسبية للعمليات المالية للتجارة الإلكترونية.....	65
المبحث الثاني: التعريف بالقرض الشعبي الجزائري.....	69
المطلب الأول: التعريف بمجمع القرض الشعبي الجزائري ونشأته والهيكل التنظيمي له.....	69
المطلب الثاني: التعريف بوكالة CPA المدية وخدماتها.....	73
المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف وكالة القرض الشعبي الجزائري.....	75
المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية واختبار فرضيات الدراسة.....	78
المطلب الأول: عينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستعملة.....	78
المطلب الثاني: الثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة	80
المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج إجابات عينة الدراسة.....	83
المطلب الرابع: عرض وتحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة.....	91
خلاصة الفصل:	94
خاتمة	96
قائمة المراجع	100
ملاحق	106

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

الرقم	العنـــــــوان	رقم الصفحة
1-1	مصفوفة كوبل	07
2-1	أنماط التجارة الإلكترونية	10
1-2	انواع الأداء	43
1-3	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري CPA	72
2-3	الهيكل التنظيمي لوكالة CPA المدية	74
3-3	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	84
4-3	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي	85
5-3	توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة المهنية	86

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	العنـــــــوان	رقم الصفحة
1-1	مخاطر المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية	22
1-3	الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول في الدراسة	80
2-3	الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني في الدراسة	82
3-3	معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة	83
4-3	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	84
5-3	التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب المسمى الوظيفي	85
6-3	توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة المهنية	86
7-3	مقياس ليكارت الخماسي	87
8-3	الاتجاه العام لأجابات افراد العينة على فقرات المحور الأول	88
9-3	الاتجاه العام لأجابات افراد العينة على فقرات المحور الثاني	90
10-3	اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات	92
11-3	ملخص الارتباط الخطي البسيط	93

فهرس الملاحق

الرقم	العنـــــــوان	رقم الصفحة
01	استبانـــة	**106**
02	مستخرجات SPSS	**110**

مقدمة

مع بداية القرن الحادي والعشرون أصبحت تكنولوجيا المعلومات من أهم العوامل الأساسية في تسهيل نشاطات وإجراءات العمل المحاسبي في العالم، وعاملا محفزا لكثير من الإعمال لتغيير هيكلها وإدارتها، ومن المحتمل جدا أن تصبح التجارة الالكترونية من العوامل المؤثرة على الاقتصاد العالمي، نظرا للتطور الهائل الذي حققه الإنسان في هذا المجال.

وذلك ما يستوجب ضرورة الاهتداء إلى قرن المحاسبة المالية بالتجارة الإلكترونية التي من شأنها أن تضمن لأصحاب المؤسسات مردود أكثر ومجهود أقل، ومع التطور الكبير الذي عرفته الحياة الاقتصادية وتزايد التحديات العالمية التي تواجه مؤسسات الأعمال اليوم المتمثلة في المواجهة والمنافسة ونظم التكنولوجيا المعلومات وظهور الإدارة بمفاهيمها وأساليبها المتطورة، تتزايد أهمية المرغوبة بكفاءة بفاعلية، فمن أهم هذه التغيرات الحاصلة في الإدارة هو التركيز على الأداء المالي في المؤسسات ومحاولة إيجاد منهجيات موثقة لقياس من هؤلاء في هذه الظروف أصبح تطوير وتحسين الأداء في المؤسسات أمرا ملحا لإيجاد أنظمة رقابية وإدارية قوية ومتطورة وتمكنها من المحافظة على وجودها ونفس البقاء والاستمرارية من محيط تطبعه المخاطرة الشديدة، وفي هذا الإطار تبدو التجارة الإلكترونية حاجة ماسة وكبيرة لاغتنامها في تزويد مختلف الأطراف سواء كانت داخلية أو خارجية .

إشكالية الدراسة:

لمعالجة هذا الموضوع سنحاول الإجابة عن الإشكالية الرئيسية المتضمنة في السؤال الجوهري التالي:

إلى أي مدى يمكن المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية أن تؤثر على الأداء المالي للمؤسسات؟

الأسئلة الفرعية:

للإحاطة بالموضوع تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ ما المقصود بالتجارة الإلكترونية، وفيما تتمثل مخاطر التجارة الإلكترونية؟
- ✓ هل للأداء المالي أهمية بالغة في المؤسسات؟
- ✓ كيف يمكن أن تساهم المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للمؤسسة؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة عن الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية يمكن اقتراح الفرضيات التالية:

- ✓ التجارة الإلكترونية هي ظاهرة حديثة بصعب تحديد مجالها الجغرافي وهي عملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة الاتصال من ضمنها الإنترنت، وتتمثل مخاطر التجارة الإلكترونية في أنها غير مؤمنة من اختلاسات وعمليات القرصنة.
- ✓ يعتبر الأداء المالي من الأمور المهمة في البنوك حيث يعتبر أداة تعطي صورة واضحة على الوضع المالي القائم في بنك القرض الشعبي الجزائري.
- ✓ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الدور الذي تلعبه المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي حيث تعود بالفائدة على مسيرين البنوك وخاصة تلك الفئة التي تشتغل بالوظيفة المالية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى بلوغ مجموعة من الأهداف، من أهمها:

- ✓ التعرف على التجارة الإلكترونية وكل الأمور الملمة بها.
- ✓ التعرف على المحاسبة المالية وتأثرها بالتجارة الإلكترونية.
- ✓ معرفة معنى الأداء المالي تقييمه.
- ✓ محاولة تحديد الاثر الذي تتركه المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية على تحسين الأداء.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: بنك القرض الشعبي الجزائري.

الحدود الزمنية: 2022.

منهجية الدراسة:

لقد اتبعنا في دراستنا منهجين رئيسيين هما: المنهج **الوصفي** والمنهج **التحليلي** لكي نستطيع الإحاطة بكل جوانب الموضوع اللذان يعتمدان على جمع المعلومات والبيانات التي تساعد على وصف المشكلة المدروسة

وتحليلها قصد الوصول إلى نتائج محددة وفق الفرضيات المطروحة وكذا على منهج **دراسة الحالة** من خلال إجراء مقابلات شخصية، وإعداد استبيان فرض علينا استخدام بعض الأساليب الإحصائية في جمع وتفريغ البيانات.

أدوات الدراسة ومصادر جمع المعلومات:

- المراجع والكتب التي صدرت في هذا المجال؛
- النشرات والمجلات العلمية المتخصصة؛
- البحث عن طريق مواقع الانترنيت؛

مقابلات شخصية واستبيان وزع على عمال القرض الشعبي الجزائري فرع المدية.

صعوبات الدراسة:

من بين الصعوبات التي واجهتنا في البحث ما يلي:

- ✓ صعوبة الموضوع بحد ذاته حيث لم يتم الطرق اليه كثيرا.
- ✓ ضيق الوقت وقلة المصادر التي تناولت المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية وأثرها على الأداء.
- ✓ صعوبة اسقاطه على أرض الواقع وإجراء دراسة حوله.

هيكل الدراسة:

لدراسة الموضوع دراسة وافية، تناولنا الموضوع في ثلاثة فصول، تسبقهم في ذلك مقدمة وتليهم خاتمة.

الفصل الأول: عبارة عن مدخل إلى أساسيات المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية يتضمن ثلاث مباحث، الأول يتناول عموميات حول التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فيتم التطرق فيه الى المحاسبة المالية في ظل التجارة الإلكترونية، ليأتي المبحث الثالث أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة المالية.

الفصل الثاني: بينا فيه مساهمة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي، تم التطرق فيه الى مفاهيم أساسية حول الأداء، ليأتي بعده المبحث الثاني ماهية الأداء المالي، أما المبحث الثالث تم التناول فيه علاقة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية بتحسين الأداء.

الفصل الثالث: تطرقنا فيه الى الجانب التطبيقي في بنك القرض الشعبي الجزائري.

وانتهينا في **الخاتمة** إلى تقديم أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة النظرية والتطبيقية، بالإضافة إلى بعض **الاقتراحات**.

الفصل الأول:

مدخل إلى أساسيات المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية

تمهيد:

نتيجة للتطورات الكبيرة على مستوى المؤسسات الاقتصادية من حيث كبر حجمها واتساع نشاطاتها وما يترتب عن ذلك من توليد كم هائل من المعلومات المختلفة نشأت الحاجة الى استخدام تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها المختلفة خصوصا في الجوانب المحاسبية، وقد شهدت الآونة الأخيرة تطوراتٍ سريعة وغير مسبوقة في كافة مناحي الحياة منها ظهور التجارة الإلكترونية التي أفرزتها شبكة الانترنت وتأثيرها على مهنة المحاسبة والمراجعة.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول شرح العلاقة بين المحاسبة المالية والتجارة الإلكترونية وذلك بالتطرق إلى المباحث التالية:

- ✓ **المبحث الأول**: عموميات حول التجارة الالكترونية؛
- ✓ **المبحث الثاني**: المحاسبة المالية في ظل التجارة الالكترونية؛
- ✓ **المبحث الثالث**: أثر التجارة الالكترونية على المحاسبة المالية.

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية.

يشهد العالم اليوم تطورات وتغيرات في شتى المجالات وباعتبار أن التجارة الإلكترونية أحد أهم الأدوات الحديثة التي أفرزتها الانترنت، حيث أصبحت رمزًا للُّغة الخاصة بالثقافة المعلوماتية التي تعتبر مصدر الثورة الحديثة، وسنتناول ضمن هذا المبحث مفهوم التجارة الإلكترونية، أنماط التجارة الإلكترونية ومخاطرها.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

قبل أن نتعرض لتعريف التجارة الإلكترونية يجب أن ننظر إلى تعبير التجارة الالكترونية من خلال تقسيمه الى قسمين[1]:

- **القسم الأول: التجارة،** وهي مصطلح يُعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السِّلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد في إطار نظم وقواعد متفق عليها.
- **القسم الثاني:** الإلكترونية، هي مجال أداء النشاط المحدد في المقطع الأول أي التجارة ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية والتي تدخل كواحد من أهم هذه الوسائط.

أولا: تعريف التجارة الإلكترونية

إنَّ التِّجارة الإلكترونية عبارة عن مصطلح حديث صار كثير التداول في الأدبيات المعاصرة وهو يعني ما يلي:

- ✓ **التعريف الأول:** التجارة الإلكترونية هي عبارة عن "أداء العملية التجارية بين شركاء تجاريين، وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة من أجل رفع كفاءة وفعالية الأداء"[2].
- ✓ **التعريف الثاني:** تعرف التجارة الإلكترونية على أنها "عملية البيع والشراء أو التبادل للمنتجات والخدمات والمعلومات عبر الشبكات الحاسوبية بما فيها الانترنت وهي عبارة شاملة تستخدم للتعبير عن مجموعة من التقنيات المتاحة لنقل المعلومات الإلكترونية بهدف التجارة، أما الأعمار الإلكترونية فهي استخدام تكنولوجيا **التعريف الثالث:** "هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء وخدمات ومعلومات من خلال استخدام شبكة الانترنت بالإضافة الى الشبكات التجارية العالمية الأخرى ويشمل ذلك على:
  - عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات؛
  - سداد الالتزامات المالية ورفعها؛
  - ابرام العقود وعقد الصفقات؛

[1]-خوصة يوسف، **واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة ماستر، جامعة مستغانم، الجزائر، 2017، ص ص 52-53.

[2]-مصطفى كتانه خيري، **التجارة الإلكترونية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص 51.

- التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع؛
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع؛
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات؛
- الاعلان عن السلع والبضائع والخدمات؛
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن؛

تبادل البيانات الالكترونية بما في ذلك:

- التعاملات المصرفية؛
- الفواتير الالكترونية؛
- استعلام عن السلع؛
- كتالوجات الأسعار؛
- المراسلات الألية المرتبطة بعمليات البيع والشراء.

أشار هذا التعريف إلى جميع عمليات التي تتم في التجارة الالكترونية، والتي تمثل مجموعة متنوعة من العمليات المتصلة بعقد الصفقات التجارية من خلال وسائل الاتصال الالكتروني وخاصة الانترنت[1].

✓ **تعريف منظمة التجارة العالميةWTO (world Trade organisation)** : يعرف خبراء هذه المنظمة التجارة الإلكترونية على أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات انتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكة الاتصالات، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة الكترونيا: الكتب، القطع الموسيقية"[2].

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاث أنواع من العمليات التجارية:

- عمليات الاعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه؛
- عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات؛
- عملية تسليم المشتريات.

✓ **تعريف منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية OCDE: Organisation de Coopération et de Développement Economique)** يشير التعريف إلى أن :"التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعاملات والمتفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية على

[1] صالح حميداتو، مسعود صديقي، **أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة والمراجعة**، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، العدد الخامس، 2014، ص ص35.

[2] المرجع السابق، ص 35،

اختلاف أشكالها سواء كانت مكتوبة أم مرتبة أو مسموعة". لقد ركز هذا التعريف على طبيعة المتعاملين (أفراد،شركات) وطبيعة البيانات المتبادلة (صوت،صورة)، كما أشار هذا التعريف إلى مصطلح "بيانات رقمية للدلالة على وجود وسيط إلكتروني يسهل التبادل[1].

✓ **تعريف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادئ (APEC)**: عرف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي التجارة الإلكترونية بأنها: "هي أي شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمية والسلعية التي يتعلم فيها الأطراف بطريقة إلكترونية، سواء تمت بين شخص وشخص أخر أو بين شخص وكمبيوتر أو بين كمبيوتر وكمبيوتر"، ونلاحظ أن هذا التعريف أجمع بين عدة نقاط هامة منها: أن العقود الإلكترونية قد تكون عقود بيع كشراء البضائع وتذاكر الطيران وواد السوبر ماركت أو عقود إلكترونية كعقود شراء برامج الكمبيوتر[2].

✓ **تعريف الاتحاد الأوروبي (Union européen)**: عرف الاتحاد الأوروبي التجارية الإلكترونية بأنها "جميع الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدة وبين الإدارات الحكومية "، وفقا لهذا التعريف قد تتم التجارة الإلكترونية على نحوين إما شكل غير مباشر وفيه تتم توصيل البضائع والخدمات التي تم الطلب عليها عبر الانترنت بوسائل التسليم التقليدية عن طريق البريد أو عن طريق ممثل الشركة البائعة، وقد تتم بشكل مباشر والتي تكون فيها طريقة التسليم للبضائع والخدمات معنويا بمعنى أن يتم في الحال[3].

ممَّا سبق نخلص إلى أنَّ التجارة الإلكترونية هي: " **هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية، كالتزويد بمعلومات عن طريق شبكة الانترنت أو شبكات تجارية أخرى، تخص خدمة أو** سلعة **معينة لاقتنائها لاحقا، سواء تم التسديد إلكترونيا بصك ورقي، أو نقدا عند التسليم، أو بطريقة أخرى**".

ثانيا: اهداف التجارة الإلكترونية

تهدف التجارة الإلكترونية الى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي[4]:

- زيادة نطاق السوق وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية امام السلع وخدمات والمعلومات؛
- زيادة معدلات الوصول الى العملاء وبناء علاقات قوية فيما بينهم؛

[1] صالح حميداتو، مسعود صديقي، مرجع سابق ذكره، ص 36

2 المرجع السابق، ص 36

[3] خوصة يوسف، مرجع سابق، ص ص 52-54.

[4] وليد ناجي الحيالي، مجدي احمد السيد الجعبري، **الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2015، ص 105.

- تخفيض وتقليل تكاليف الإنتاج والتسويق والتوزيع؛
- تحقيق السرعة والكفاءة في أداء الأعمال؛
- البحث عن عملاء جدد والوصول إليهم وترغيبهم في الشراء؛
- القيام بعمليات التسويق والبيع والشراء عبر الإنترنت؛
- تحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشاة.

ثالثا: أهمية التجارة الإلكترونية

تنبع أهمية التجارة الإلكترونية من أهمية الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والتي يمكن من خلالها تحقيق معدلات أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها في ظل التجارة التقليدية، وتتمثل أهمية التجارة الإلكترونية في الآتي[1]:

- وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم وبذلك فهي تستغنى عن المستندات الورقية، ما يستلزمه من نفقات، كما أنها توفر النفقات العامة والإدارية ومصاريف وغيرها؛
- وسيلة متميزة وغير مسبوقة للوصول إلى أسواق العالم في وقت واحد بأقل النفقات، حيث تساعد البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسلوب بسيط ومتنوع؛
- تؤدي إلى تبادل المنافع ما بين المتعاملين من بائعين ومشترين كما تعمل على ترشيد القرارات التي تنفذها كل منهم، بما يتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة؛
- تساعد الشركات على اتباع نظام التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الإلكتروني؛
- تعتبر ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في دول النامية حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية؛
- توفير في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء من رأس المال في إقامة علاقات متميزة بين البائعين والمشترين؛
- ترشيد القرارات التي يتخذهاكل من البائعين والمشترين بما يتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب، مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الاسعار أو طريقة الدفع.

[1] محمد الفاتح محمود، بشير المغربي، **التجارة الإلكترونية**، عمان، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 18.

- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسوق عبر الإنترنيت عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بين المتعاملين، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الادارية.

المطلب الثاني: أشكال وأنماط التجارة الإلكترونية

نظرا للتطور السريع والمتزايد الذي تشهده التجارة الإلكترونية، فقد تعددت أشكالها التي تربط بين أطراف التعامل المتعددة (الشركات، المستهلكين، الحكومات)، وهذه الأشكال منها ما هو قديم كالتعامل ما بين الشركات بعضها البعض وتعامل الشركات مع المستهلكين، ومنها ما هو حديث كالتعامل فيما بين الحكومات وباقي أطراف التعامل، ويمكننا من خلال الشكل التالي توضيح هذه الأنواع:

شكل رقم (1-1): مصفوفة كوبل

البيان	حكومة G	شركة B	مستهلك C
حكومة G	شركة لحكومة G2G	حكومة لشركة G2B	حكومة لمستهلك G2C
شركة B	شركة لحكومة B2G	شركة لشركة B2B	شركة لمستهلك B2C
مستهلك C	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لمستهلك C2C

المصدر: ابراهيم العيسوي، **التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، المكتبة الاكاديمية، القاهرة، 2003، ص 15.

من خلال هذا الجدول تتمثل أنماط التجارة الإلكترونية فيما يلي[1]:

1. تجارة حكومية لحكومة: (Government – to – Government) (G 2 G):

تشتمل على جميع أنواع التعامل بين أجهزة الحكومة الواحدة كتبادل المعلومات بين هذه الأجهزة من أجل التنسيق فيما بينها، وقد يكون أحد جوانب هذا التعامل تجاريا كأن تقوم إحدى الوزارات بتأجير مباني لوزارة أخرى، كذلك يشمل هذا النوع من التجارة على التعامل ما بين حكومة وحكومة أخرى، ويعتبر هذا النوع من الأعمال الضخمة والاستراتيجية.

2. تجارة حكومة لشركة: (Government – to – Business) (G2B)

في هذا النوع من التجارة غالبا ما تستخدم الحكومة شبكة المعلومات الدولية لإرسال المعلومات للشركات واستقبالها منها وهذه المعلومات غالبا ما تتمثل في الضرائب والرسوم الجمركية...الخ.

[1] محمد عمر الشويرف، **التجارة الإلكترونية في ظل النظام االتجاري العالمي الجديد**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص ص 65-66.

3. تجارة حكومة لمستهلك: (Government – to – Consumer) (G2C)

يتم فيها تبادل المعلومات الخاصة بحماية المستهلك أو تقديم خدمات تعليمية وتثقيفية من الحكومة إلى المستهلك، كذلك تشمل قيام الحكومة بالإعلان عن الوظائف الشاغرة لديها.

4. تجارة شركة لحكومة (Business –to –Government) (B2G)

تقوم أساسا على جميع الأعمال التي تقوم بها الشركات اتجاه الحكومة كدفع الضرائب والرسوم الجمركية أو طلب المعلومات عن مناقصة معينة أو إقامة ترخيص للمعنيين..، وهذا النوع من الأعمال يتطلب إجراء تغييرات جوهرية في طريقة قيام الحكومة بأعمالها من خلال تبنى مفاهيم الأعمال الإلكترونية كالحكومة مثلا، والتي يقصد بها إتاحة جميع خدمات الحكومة إما المؤسسات والأفراد من خلال شبكة المعلومات الدولية.

5. تجارة شركة لشركة (Business –to- business) (B2B)

تمثل جميع الأنشطة التجارية التي تتم بين الشركات وفروعها أو بين هذه الشركات وموردیها كالحصول على طلبات معينة أو تسليم فواتير الدفع ويتم كل ذلك من خلال مواقع خاصة على شبكة المعلومات الدولية، وهذه المواقع لا تنشر للملأ ويتم الدخول إليها بواسطة كلمة مرور معينة، أو عن طريق شفرة تسمى المعاملات الإلكترونية الموثقة "set" والتي استحدثتها شركتا بطاقات الائتمان فيزا وماستر كارد ومن شأن أسلوب التشفير هذا يضمن ما يلي:

- خصوصية المعلومات وسريتها؛
- التأكد من صحة الرسالة من خلال عدم حدوث أي تغيير أثناء إرسالها؛
- التوافق في إجراء العملية بين البائع والمشتري، بحيث تتم من دون أي عائق ناتج عن اختلاق البرامج.

6. تجارة شركة لمستهلك: (Business – to – Consumer) (B2C)

يقوم هذا النوع على بيع السلع والخدمات مباشرة إلى المستهلك ويعرف باسم تجارة التجزئة الإلكترونية (E-retailing) أو التسويق الالكتروني (E-shopp) وذلك لأجل تمييزه عن باقي صور التعامل من خلال التجارة الإلكترونية، ويتم البيع عن طريق أسواق افتراضية على شبكة المعلومات الدولية تعرف الأسواق الإلكترونية، وهي تحاكي الأسواق التقليدية التي يلتقي فيها البائع والمشتري.

7. تجارة مستهلك لحكومة : (Consumer To government) (C2G)

أغلب صور هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتمثل في قيام الأفراد بدفع الضرائب والرسوم المطلوبة للدولة بالإضافة الى التقدم الى الوظائف المعلن عنها من قبل الدولة.

8. تجارة مستهلك لشركة : (Consumer to Business) (C2B)

في هذا النوع من التجارة يقوم المستهلك بالبحث عن المنتجات المختلفة ويقوم بالمقارنة بين أسعار مختلف الشركات من خلال تصفحه لمواقعها أو مواقع الأسواق الإلكترونية.

9. تجارة مستهلك لمستهلك: (Consumer to Consumer) (C2C)

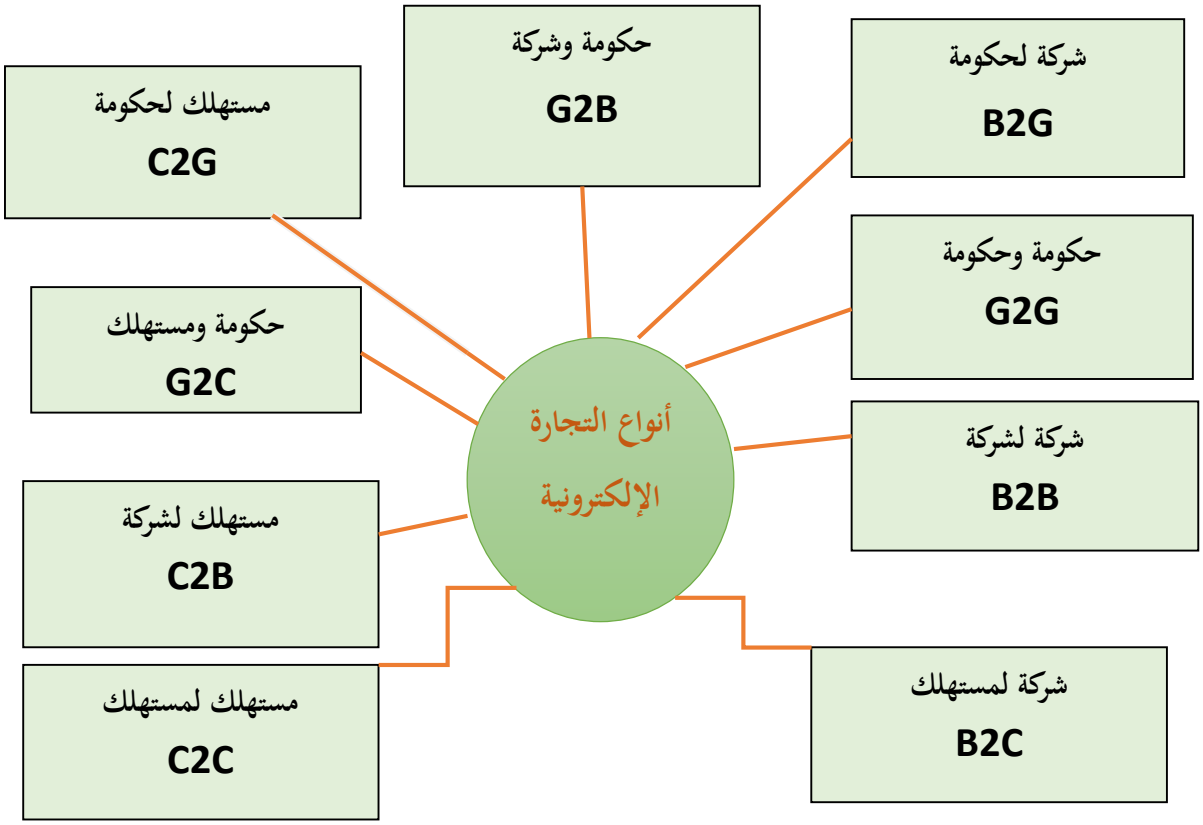
هي تتمثل في بيع المستهلك لمستهلك أخر، أي منتج أو خدمة من دون تدخل أي وسيط، ويعرف هذا النوع اسم تجارة الأنداد.

ويمكن أن نضيف إلى الأنواع السابقة أنواع أخرى من التجارة الإلكترونية وهي[1]:

- **التجارة الإلكترونية الجوالة: (mobile commerce (m.commerce:** تتم من خلال ربط الأجهزة الرقمية المحمولة بشبكة المعلومات الدولية، وهذه الأجهزة تشمل في الغالب الهواتف الخلوية وأجهزة الحاسوب المحمولة، حيث يتمكن مستعملها من إجراء العديد من المعاملات التجارية بعد ربطها بشبكة المعلومات الدولية،كأن يقوم مثلا: بحجز تذاكر السفر أو بالدخول إلى أسواق الأوراق المالية وهذا الشكل للتجارة الإلكترونية واسع الانتشار في اليابان ودول أوروبا خصوصا في فلندا.
- **التجارة الإلكترونية غير الربحية: No business ecommerce:** تقوم بها العديد من المؤسسات التي لا تسعى للربح كالمؤسسات الدينية والاجتماعية والهيئات البحثية إذ أنها تستعمل التجارة الإلكترونية في الغالب من أجل خفض التكاليف وتحسين أداء الخدمات لعملائها

[1] محمد عمر الشويرف، نفس المرجع السابق، ص 67.

شكل رقم (1-1): أنماط التجارة الإلكترونية



المصدر: مصطفى يوسفي الكافي ، **التجارة الإلكترونية**، دار مؤسسة رسلان للكباعة و النشر و التوزيع، سوريا، 2010.

المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية

على الرغم من المنفعة الكبيرة التي تقدمها التجارة الإلكترونية للعديد من المستفيدين غير أن هذا لا يمنع من وجود مخاطر عديدة تندرج تحت التجارة الإلكترونية تقف في طريق التوسع فيها، إضافة إلى عمليات القرصنة.

أولا: مخاطر التجارة الإلكترونية

من بين المخاطر التي تتعرض لها التجارة الإلكترونية نذكر ما يلي[1]:

❖ **الهجمات المتعمدة international attack:** هي التي تتم إما بواسطة قراصنة الانترنت، أو منافسي الشركة لغرض الوصول الى المعلومات السِّرية للشركة (كأرقام بطاقات اعتماد العملاء مثلا والمعلومات السرية للعملاء، حجم المبيعات، وغيرها من البيانات لا يمكن حصرها) وحسب الغاية تكون الوسيلة؛

[1] محمد عادل عبد العزيز، **التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي**، الطبعة الأولى، شركة الوسيط التجاري، مصر، 2005، ص ص 25-27.

❖ **خصوصية التعامل The privacydebate:** تعتبر التعاملات الإلكترونية التي تتم بين العملاء والشركة ذات طابع معلوماتي هام، من منطلق أنها تحفظ على ذاكرة النظام الرقمية، وهي معلومات قيمة للغاية، وبالتالي إن تمكن أحد من معرفتها أو حتى تتبعها كأرقام بطاقات ائتمان العملاء حيث يشعر العملاء بأن خصوصيتهم قد تم اختراقها وبالتالي الثة بالشركة التي تم التعامل معها من منطلق أنها لم تتمكن من حماية خصوصيته؛

❖ **فقدان الثقة loss of trust:** المقصود هنا فقدان ثقة الشركة بمعلومات عميلها، فمن المتعارف عليه بأن العميل يستخدم ما يسمى التوقيع الرقمي **Digital Signature** الخاص به لدخول نظام الشركة لإتمام العمليات المرغوب فيها، فكيف هو الحال إذا تمكن الشخص غير الصحيح بالدخول مستخدما توقيع العميل؛

❖ **فشل عملية التحويل Transmission Failures**: رغم أن عمليات الشراء الإلكترونية تتم بسرعة كبيرة، إلا أنها عرضة لخطر فشل عملية التحويل، فمن المتعارف عليه أن عملية الشراء عبر المتاجر الإلكترونية تتم بواسطة عدة خطوات كأن يبدأ العميل بملء النموذج الابتدائي لعملية الشراء، ومن ثم الانتقال لنموذج ملء بيانات الدفع الالكتروني، وخطوات أخرى قد تكون ضرورية وفقا لسياسات الشركة ولأسباب تقنية أو أخرى، قد تفشل إحدى الخطوات، من هنا ستظهر مشكلة جديدة وهي عدم التأكد من إتمام العملية؛

❖ **غياب التوثيق Lack of Authentication:** يتم عادة في التجارة التقليدية توثيق الصفقة بأوراق ثبوتيه مدروسة بشعار الشركة وموقعة من قبل إدارة المبيعات بواسطة اتصال شخصي ومباشر بين الشركة والعميل، ولكن في بيئة التجارة الإلكترونية تعد جميع هذه الأمور شبه مفقودة بالكامل، وهذه الحقيقة تزيد من احتمالية التعامل مع الشخص غير الصحيح؛

❖ **سرقة الهوية Theft of Identity:** في غياب التوثيق المناسب كما في التجارة التقليدية يصبح من السهل على المجرمين انتحال شخصية الغير والقيام بالعمليات دون علمه؛

❖ **تزوير الحقائق Window Dressing:** ستكون خدمات بعض شركات و مزودي خدمات الحماية خدمات تجميليه فقط في غياب آلية معينة تؤكد مصداقيتهم وفاعلية خدماتهم؛

❖ **آثار ضغوط الاقتصاد Effects of Economic Pressures:** مع نمو التجارة الإلكترونية المتسارع أصبحت سوقها سوقا تنافسيا، وأصبحت قوة المتنافس الحقيقة تكمن في نجاح آليات الأمان والتوكيدية والموثوقية الخاصة بنظامه المحاسبي، وكل من يستطيع توفير تلك الآليات يكون نصيبه أكبر في هذا السوق التقني العالمي.

ثانيا: عمليات القرصنة الإلكترونية

يذْكر توم ارنولد **Tom Arnold** والمتخصص بتعقب عمليات الاختراق عبر شبكة الإنترنت، أن الضرر الأكبر الناتج عن عمليات الاختراق للمتاجر الإلكترونيةٌ يقع على الشركات أكثر منه على العملاء، فتعوض خسارة العملاء ممكنة، وخصوصا بأنه وبالغالب يستخدم بطاقات الائتمان للدفع وتكون خسارته محددة بعملية واحدة، والتي

قد يمكن تعقبها، ولكن الخسارة الحقيقية تقع على الشركات حيثُ تتكبد الشركات الخسائر بفقدان الايرادات والتي يصعب تعويضها أو حتى تعقب المتلاعبين بأنظمتهم المحاسبية، وذلك نظرا لتعقيدات العمليات الكثيرة في التجارة الإلكترونية، ويرى توم ارنولد أن مخاطر القرصنة الإلكترونية تكمن ضمن نوعين رئيسين وهما[1]:

- **مخاطر قابلة للاكتشاف**: والمقصود هنا وجود خبراء مختصين لدي الشركات يمكن من تعقب عمليات اختراق النظام، والتعامل معها بسد تلك الثغرات، ويمكن تصنيف تلك العمليات فيما يلي:
  - الفيروسات الرقمية المعروفة بوجود نظام حماية مناسب، يمكن نظام الشركات من القضاء على تلك الفيروسات المعروفة دون الإضرار بالنظام؛
  - قراصنة الإنترنت الهواة، يعتمد قراصنة الإنترنت في اختراقاتهم لأنظمة الشركات على معلومات ورموز دخول معينة غالباً ما تعتمد على الحظ، وفي حالة وجود أكثر من مستخدم لنظام الشركة قد يستطيع المخترق تتبع الملفات المؤقتة والحصول من ذاكرة النظام على بعض المعلومات التي يمكن استغلالها في الدخول للنظام، ولهذا فإن كانت الشركة تستخدم آلية تغير تلك الرموز بشكل دوري والحذف التلقائي للملفات المؤقتة بالإضافة لتفريغ الذاكرة وذلك بواسطة المتخصصين في هذا المجال فستتمكن من تلك العمل العمليات
- **مخاطر غير قابلة للاكتشاف**: والمقصود هنا وجود عمل عمليات اختراق قد تتم دون سابق دراية بها، إما لحداثتها أو جهل الشركة بها، ويُمكن تصنيف تلك العمليات فيما يلي:
  - فيروسات غير معروفة، رغم وجود أنظمة حماية من الفيروسات تستخدمها أنظمة الشركات، إلا أنه هنالك فيروسات غير معروفة بعد قد تتمكن من اختراق النظام وإحداث تلف كبير دون الشعور به إلا بعد فوات الأوان؛
  - قراصنة الإنترنت المحترفين، وهذه تعد من أكبر المشاكل التي تواجهها الشركات، فقراصنة الإنترنت ليسوا دوما من الهواة، فبعضهم يملك خبرة ومهارة تفوق كثيرا من المتخصصين، تمكنهم وفي كثير من الأحيان من اختراق أنظمة الشركات دون الشعور بهم أو تعقبهم، وقد تتم جريمتهم دون اكتشافها.

[1] المرجع السابق، ص ص 22-23-24.

ثالثا: الحلول المقترحة لمخاطر التجارة الإلكترونية

لقد حاولت عدة جهات اقتراح الكثير من الخطوات لمواجهة مخاطر التجارة الإلكترونية، وقد كان معهد المحاسبين القانونين الأمريكيين من أولى الجهات التي قدمت اقتراحات ويمكن تلخيص هذه المقترحات على النحو التالي[1]:

- ✓ **توخي الحذر بإعطاء المعلومات الشخصية:** وذلك بعدم إعطاء المعلومات الشخصية إلا للجهات الموثوق بها ومعرفة أسباب حاجة تلك الجهات لهذه المعلومات، وتتضمن المعلومات الشخصية بشكل أساس كلا من العنوان البريدي وأرقام الهواتف والبريد الإلكتروني؛
- ✓ **استخدام برامج تصفح آمنه:** من المعروف أن كل برامج التصفح تحتوي على آليات معينة تحفظ في ذاكرة الحاسب جميع المعلومات التي تم تداولها في الشبكة من خلاله، وفي كثير من الأحيان يستطيع المخترق وعبر الإنترنت الدخول لذاكرة هذه البرامج والحصول على جميع المعلومات الخاصة بالمستخدم ودون أن يستشعر بذلك، ولهذا ينصح باستخدام برامج خاصة تتمتع بحماية عالية لمنع المخترق من الدخول إلى ذاكرته؛
- ✓ **التأكد من اسم النظام:** يجب التأكد بأن الموقع الخاص بالشركة على شبكة الإنترنت هو الموقع المقصود، وذلك بالاطلاع على اسم النطاق، واسم النطاق يمثل عنوان الموقع **Domain Name** والظاهر بمتصفح الإنترنت **URL**؛
- ✓ **استخدام بطاقات الدفع المضمونة:** يفضل استخدام بطاقات دفع مضمونة أو محميةٌ، والمقصود بذلك أن تٌم التعامل مع مصدري بطاقات الدفع عبر الإنترنت والذين يتمتعون بسياسات خاصة تحمي الشخص المتعامل من مسؤولية الاستخدام غير المرخص لبطاقته من قبل الغير Charge Back؛
- ✓ **الحذر من البرمجيات غير الموثوقة:** من المعروف أن مستخدم الإنترنت وعبر تصفحه لشبكة الإنترنت ضمن مواقع متعددة يستطع تحميل العديد من البرامج المجانية فيجب توخي الحذر الشديد عند تحميل تلك البرامج وخصوصا من المواقع المشكوك بأمرها، لأنها قد تكون مبرمجة بآلية معينه، تقوم على تجميع كل الأمور الخاصة بك والموجودة على جهازك وترحيلٌها للجهة المنشئة للبرنامج وذلك دون شعورك بذلك؛
- ✓ **تأمين كلمات المرور:** ويشمل هذا تأمين كافة كلمات المرور بكل أشكالها وأنواعها وخصوصا كلمات المرور الخاصة بتسجيل الدخول على الشبكة عبر مزود الخدمة، كما ينصح كذلك عند اختيار كلمات المرور السرية الابتعاد عن الأمور التقليدية: كاستخدام الأسماء أو أرقام الهواتف، يفضل أن تكون كلمات المرور

[1] محمد عادل عبد العزيز، نفس المرجع السابق، ص ص30-31-32.

معقدة نوعا ما وتتضمن مجموعة من الأرقام والأحرف والرموز، فكلما كانت كلمة المرور معقدة كلما صعب تخمينها؛

- ✓ **النسخ الاحتياطي:** يعد النسخ الاحتياطي من الأمور المهمة والتي تساهم في اكتشاف السرقات وتفادي استمرارها، والمقصود بأن تحتفظ دوما بنسخة من العمليات، وكذلك بالاستمرار بعمل تسويات الشراء مع مصدر بطاقة الائتمان، وذلك من خلال الاحتفاظ بنسخة من طلب الشراء ورقم الطلبية، وهذا سيساعد على الاتصال بالشركة لحل إشكاليات عدة، كموعد التسليم ومطابقة الطلبيات بالإضافة إلى الاستمرار بتسوية حسابات الدفع، و يفضل أن تكون مطابقة الحسابات ذات طابع زمني قصير، وذلك لاكتشاف الاختراقات بوقت سريع و ايقاف آلية الدفع عند الضرورة لتجنب المزيد من المخاطر والخسائر؛
- ✓ **مراقبة ملفات الكوكيز:** والكوكيز **Cookies** هي رموز رقمية يحتفظ بها المتصفح لتوفير الدخول للمواقع دون إعادة إدخال اسم المستخدم وكلمة المرور وذلك بصورة تلقائية وفي الغالب يستطيع قراصنة الإنترنت تتبع هذه المحددات **Cookies** على أجهزة العملاء عندما تكون على الشبكة، ولذلك يفضل برمجة المتصفح بالشكل المناسب للتعامل مع تلك البيانات؛
- ✓ **استخدام المواقع المرخصة:** تلك المواقع التي تم تقييمها وتأهيلها من قبل طرف ثالث مؤهل بأمور الحماية مثل **Web Trust**.

من الملاحظ أن أمور الحماية السابق ذكرها والتي ينصح باتباعها من قبل معهد المحاسبين القانونيين الأمريكيين، هي أمور حماية خاصة بالعملاء، والسبب بذلك أن الشركات تستطيع توفير آليٌات حماية عديدة والتي قد تكون باهظة الثمن، ولكن العميل لا يستطيع ذلك، وبالطبع يعتبر العملاء حجر الأساس في التعامل الإلكتروني، وفي حالة فقدان الثقة لهذا النوع من التعامل ستكون التجارة الإلكترونيةٌ عديمة الجدوى، فتوفير الخدمات والنصائح المجانية للمستهلك ستشجعه على التعامل بالتجارة الإلكترونية، وبالتالي تأمين إيرادات أكبر للشركات.

المبحث الثاني: المحاسبة المالية في ظل التجارة الإلكترونية

تعتبر المحاسبة أحد فروع المعرفة التي تهتم بتوفير البيانات والمعلومات في أي مؤسسة أيا كان شكلها القانوني وطبيعة النشاط الذي تزاوله سواء كان خدماتيا، تجاريا أو صناعيا.

وسنتناول في هذا المبحث على مفهوم المحاسبة المالية، المحاسب والمراجع في ظل التجارة الالكترونية وكذا إجراءات توثيق المحاسبة المالية.

المطلب الأول: ماهية المحاسبة المالية

يوجد العديد من عمليات المبادلة التي تقع تحت ما يعرف بمبدأ " العطاء والأخذ" في كل من النشاط التجاري والصناعي والخدمي، وهذه العمليات يطلق عليها مصطلح الصفقات، وعادة ما تنطوي المعاملة على التبادل بالأموال أو بالنقد وهذا التبادل في الأموال والسلع والخدمات بين الأطراف ينتج عنه معاملة معينة.

وبعبارة أخرى يمكن تعريف المحاسبة كنشاط يختص بتسجيل البيانات المالية المتعلقة بعمليات المنشأة بطريقة منظمة ويمثل مسك السجلات مرحلة التسجيل المحاسبي، وتستند المحاسبة على وجود نظام فعال لمسك السجلات.

لذلك فان المحاسبة لا تشمل فقط الحفاظ على السجلات المحاسبية، ولكن كذلك إعداد المعلومات المالية والاقتصادية التي تنطوي على قياس المعاملات وغيرها من الأحداث المتعلقة بالقيد أو التدوين.

أولا: تعريف المحاسبة المالية

هنالك العديد من التعاريف التي عرفت بها المحاسبة عن طريق العديد من الجهات والمنظمات ويمكن ذكر بعضا منها.

- ✓ **التعريف الأول:** عرفت المحاسبة المالية بأنها "نظام معلومات يعمل على تحديد وتحليل الأحداث المالية وتسجيلها ومن ثم إيصالها إلى الجهات المعنية (الفئات المستفيدة)" [1].
- ✓ **التعريف الثاني:** تعرف المحاسبة المالية أيضا على أنها "علم يشمل مجموعة من المبادئ والأسس والقواعد التي تستعمل في تحليل العمليات المالية عند حدوثها وتسجيلها من واقع مستندات مؤيدة لها، ثم تبويب وتصنيف هذه العمليات وتلخيصها تمكن الوحدة الاقتصادية من تحديد إيراداتها وتكلفة الحصول على هذه الإيرادات، ثم استخراج نتيجة أعمالها من ربح أو خسارة، وبيان مركزها المالي في نهاية هذه الفترة"[2].
- ✓ **التعريف الثالث:** يمكن تعريف المحاسبة بأنها "الاصطلاح الذي يطلق على حقل المعرفة الذي يختص بتسجيل وتبويب العمليات والأحداث ذات الطابع المالي بصورة لها دلالتها وأهميتها وباستخدام النقود كوسيلة لقياس العمليات،

[1] نعيم دهمش، محمد أبو نصار، محمود الخلايله، **مبادئ المحاسبة**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر، الأردن، 1997، ص20 .

[2] محمد عباس حجازي، **المحاسبة نظام للمعلومات وأداة للاتصال وأساس اتخاذ القرارات**، عين شمس، مصر، 1977، ص 17.

والتعبير عنها وعرض وتفسير النتائج المترتبة على هذه العمليات"[1].

✓ **التعريف الرابع الجمعية الأمريكية للمحاسبة:** المحاسبة هي "عملية تحديد وقياس ونقل المعلومات والبيانات الاقتصادية للاستفادة منها في اتخاذ القرارات من قبل المستفيدين من البيانات"[2].

✓ **التعريف الخامس:** المحاسبة هي "علم وفن يختص بتسجيل وتبويب وتلخيص الأحداث المالية بصورة لها دلالتها وأهميتها في ترشيد القرارات على مختلف المستويات "[3].

وفي الواقع لا يمكن الفصل بين العلم والفن – في المنظور التاريخي لتطور العلوم–فكل علم ولد من فن مقابل له، فالمحاسبة ولدت في الميدان وتطورت بعد ذلك وأصبح لها فروضها ومبادئها، كما تولدت من الرياضيات كما هو الشأن بالنسبة لعلم التشريح الذي تولد من الطب وعلم الميكانيك من صناعة الآلات.

يتضح من خلال التعاريف أعلاه أن المحاسبة تقوم بعدة نشاطات رئيسة هي[4]:

- **تحديد وتحليل العمليات المالية:** تمثل العمليات المالية العمليات التي تخص المنشأة بحيث عند حدوثها تترك أثرا ماليا مباشرا عليها ويمكن قياسها بالنقود مثل: بيع بضاعة، دفع رواتب، شراء أثاث، دفع الأجور وغيرها.
- **تسجيل العمليات المالية في الدفاتر من واقع المستندات:** يقصد بالعمليات المالية هي التي لها أثر مالي بصورة مباشرة على المنشأة، حيث يجب تسجيلها وإثباتها في الدفاتر بطريقة منظمة، أما المستندات فهي أوراق ثبوتية مهمة جدا لإثبات العملية المالية ووقوعها وتنقسم الى نوعين:
  - مستندات داخلية المصدر (أي من داخل المنشأة مثل فواتير البيع).
  - مستندات خارجية المصدر (وهي التي تنشا نتيجة التعامل مع الغير مثل فواتير الشراء).
- **تصنيف وتلخيص العمليات المالية:** هي المعلومات المحاسبية التي عادة يتم إيصالها إلى المهتمين بها من خلال التقارير المحاسبية ولذلك يتعين على المحاسبين اعتماد مبادئ موحدة لكل المنشئات عند إعداد مثل هذه التقارير حتى يتم مقارنتها وفهمها.

وعليه فإن المعلومات المحاسبية التي يتم إظهارها في القوائم المالية هي معلومات ملخصة بشكل إجمالي، فعلى سبيل المثال فإن العمليات الخاصة بالمصروفات أو المبيعات والتي تخص فترة زمنية معينة يتم تجميعها بقيمة واحدة وإظهار المجموع كرقم واحد في القوائم المالية.

---

[1] المرجع السابق، ص 18.

[2] رضوان حلوة حنان، **تطور الفكر المحاسبي مدخل نظرية المحاسبية**، دار الثقافة للنشر، لبنان،2009، ص20.

[3] المرجع السابق، ص24.

[4] محمد مطر، **مبادئ المحاسبة المالية**، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص ص 25–26.

ثانيا: أهداف المحاسبة المالية

إن الهدف الأساسي للمحاسبة المالية هو التعرف على نتيجة النشاط من ربح أو خسارة هذا بالإضافة إلى تحقيق أهداف عديدة منها[1]:

1. تسجيل جميع العمليات المالية التي في المؤسسة عند حدوثها مباشرة ووفق تسلسل زمني بهدف الرجوع إليها عند الحاجة؛

2. تبويب وتصنيف العمليات المالية بهدف التعرف على مديونية ودائنية المؤسسة ومعرفة مالها من أصول وما عليها من التزامات، ومن ثم استخراج نتيجة نشاط المؤسسة وبيان مركزها المالي للتعريف على الموجودات والتزامات المؤسسة وما طرأ عليها من تغير منذ نهاية الفترة المالية السابقة وحتى تاريخ إعداد قائمة المركز المالي الجديدة؛

3. مساعدة الإدارة في اتخاذ القرارات السليمة ورسم السياسات المستقبلية وهذا من خلال التقارير المالية التي تقدمها المحاسبة لإدارة المؤسسة؛

4. توفير معلومات تخدم أغراض فئات من داخل المؤسسة وأخرى من خارجها كالعاملين والملاك الحاليين والمتوقعين والجهات الحكومية وغيرها.

المطلب الثاني: المحاسب والمراجع في ظل التجارة الإلكترونية.

إن ممارسة التجارة الالكترونية تودي الى فرص غير مسبوقة للمحاسب للمراجع والعميل، فقد شهدت مهنة المراجعة تطورا متزايدا لتلبي التطورات في تكنولوجيا المعلومات، لذا ظهر ما يسمى مراجعة الأنظمة المحسوبة أو مراجعة الحاسوب، ومراجعة أمن المعلومات، والتصدي على النظم الالكترونية، وتصميم المواقع أو التصديق عليها وشهد هذا المجال تطورات مستمرة وازدياد اهتمام مهنة المراجعة بها.

ولهذا جاءت الحاجة إلى إصدار معايير مهنية ترشد المحاسبين والمراجعين في هذا المجال، فقد اهتمت المنظمات المهنية في العالم مبكراً بقضية ممارسة المنشآت التجارة الالكترونية، وأصدرت مجموعة من التوجيهات التي توجه المنشآت والمحاسبين لمواجهة مشاكل وصعوبات ممارسة التجارة الالكترونية.

في عصر الإنترنت وازدهار نشاطات التجارة الإلكترونية ظهر مصطلح المحاسبة الإلكترونية كأحد المفاهيم والمصطلحات المعاصرة لتكنولوجيا المعلومات وقد انتشر هذا المفهوم نتيجة الدور الفاعل للحاسب الإلكتروني، إذ أدى التقدم التكنولوجي في مجال الحاسبات إلى مكننة الجزء المتكرر في المحاسبة مما نتج عنه سرعة التنفيذ مقروناً بالدِّقة

[1] Wolfgang Dick, Franck Missonier-Piera, **Comptabilité Financier en IFRS ,** 2e édition, Person Education, France,2009,p4.

وبمجهود محدود للغاية (طالما تمت برمجة النظام وتم التأكد من كفاءة تشغيله خصوصا في بيئة الإنترنت)، إذ أصبح المحاسب أكثر اهتماما بأبعاد آثار الأرقام المحاسبية ومعناها الحقيقي وآثارها على عمليات اتخاذ القرار خصوصا من وجهة نظر مختلف مستخدمي والمعلومات وقواعد البيانات من خلال الشبكة الدولية للمعلومات(الإنترنت).

وبصورة أدَّق وأكثر شمولا فان مصطلح المحاسبة الإلكترونية يعني تنفيذ المهام المحاسبية والبحث المحاسبي والمجالات التعليمية للمحاسبة من خلال الحاسب الآلي ومختلف مقومات الإنترنت وبصفة خاصة من خلال الأدوات الرقمية المعاصرة التالية[1]:

- ✓ الأدوات الرقمية القائمة على الوسائط المتعددة في مجالات التسجيل والتحليل المحاسبي؛
- ✓ الموارد أو المصادر المتعددة للإنترنت وذلك كمصدر خصب ومتجدد للبيانات والمعلومات المحاسبية (المحلية والدولية)؛
- ✓ روابط الاتصال في الانترنت بقواعد بيانات المنظمات والهيئات والشركات؛
- ✓ البرمجيات المحاسبية القائمة على الاتصال بالشبكة الدولية للمعلومات؛
- ✓ أدوات التحليل المحاسبي القائمة على الجداول الإلكترونية الرقمية.

أولا: المتطلبات العلمية لمراجعة التجارة الإلكترونية

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

1. **ضرورة التزود بالمعرفة التقنية**: لكي يواكب محافظ الحسابات التغيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الجديدة في ظل التجارة الالكترونية أصبح الزامًا عليه الاهتمام بالمفاهيم الحديثة المترابطة مع التطور السريع في مجال التجارة الالكترونية هي[2]:

- التواقيع الالكترونية الرقمية **Digital / Electronic Signatures**؛
- اتفاقيات تبادل البيانات **Data Exchange Protocol**؛
- عمليات الكترونية آمنة **Secure Electronic Transactions**؛

[1] محمد شريف توفيق، **أثر التجارة الالكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية**، مجلة الإدارة العامة، العراق، 2004، ص18

[2] نعيم دهمش وظاهر شاهر الفش، **مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية**، مجلة اربد للبحوث العلمية، المجلد الثاني، جامعة اربد الأهلية، العراق،2004، ص19.

- الترخيص الالكتروني **Electronic Licensing**؛
- البنية التحتية لمفاهيم الخصوصية والعمومية **Public qnt Prirate Key infrastruetures** ؛
- رموز العمليات **Token cards**؛
- البطاقات الذكية **Smart Cards**؛
- النقد الالكتروني **Electronic Cash**؛
- نقطة البيع **Point of sale**.

كما يجب على محافظ الحسابات أن يكون على علم دراية 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 الالكتروني للبيانات وتقنية صناعة المعلومات؛
- ✓ استخدام الأساليب الرياضية والاحصائية في اختيار وتقويم العينة؛
- ✓ الجودة الشاملة لخدمة مراقبة الحسابات؛
- ✓ الاستفادة من شبكات المعلومات العالمية والإقليمية في توصيل المعلومات[1].

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

- ✓ التعرف على مجالات استخدام تقنيات المعلومات في مراقبة الحسابات؛
- ✓ التعرف على كمية استخدام البرامج الخاصة بمراجعة الحسابات التي يمكن أن يعيدها 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. **مواصلة التعليم المستمر**: فيما يتعلق باستخدام تقنيات المعلومات في مجالات: المحاسبة والمراجعة في سبيل التعرف على أهم التطورات التي تحصل في هذا المجال، ولكيلا يكون المراجع بمعزل عنها، وتعتبر قضية تطوير المهارات والمعرفة المرتبطة بالتجارة الالكترونية من أهم التحديات التي انعكست على بيئة الأعمال، الأمر الذي دفع بالكثير من التنظيمات المهنية الدولية والمحلية لإعداد وإصدار عديد من المعايير والارشادات التي تهدف الى تطوير وإصلاح (التعليم المحاسبي

[1] زياد هاشم السقا، **متطلبات تدقيق عمليات التجارة الالكترونية في ضوء معايير التدقيق**، مجلة الدراسات محاسبية والمالية، جامعة الموصل، المجلد السابع العدد20، الفصل الثالث لسنة2012، ص72.

والتأهيل المهني للمراجع على غرار جمعية المحاسبة الأمريكية) التي أصدرت سلسلة التعليم المحاسبي في بيئة تكنولوجيا المعلومات كما أصدر الاتحاد الدولي للمحاسبين عام1996 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[1]:

- المحاسب كمستخدم لتكنولوجيا المعلومات.
- دور المحاسب كمدير لنظم المعلومات.
- دور المحاسب كمصمم لنظم الاعمال.
- دور المحاسب كمقيم لنظم المعلومات.

ثانيا: المخاطر المواجهة لمهنة المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية

باعتبار أن جميع الصفقات في التجارة الالكترونية تتم من خلال الحاسب الآلي بداية من أمر الشراء وانتهاء بالدفع والاستلام هذا الأمر يؤدي بلا شك الى 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 ارتفاع خطر المعلومات، وبما أن مخاطر التجارة الالكترونية تتفاوت من صناعة إلى أخرى فإنه يتعين على المراجع جمع معلومات بخصوص الصناعة عموما، وأهداف التجارة الالكترونية للمؤسسة واستراتيجية 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، 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[2]:

1. **المخاطر الموروثة (أو المأصلة)**: هي عبارة عن أخطاء مادية أو أخطاء احتيال في نظام المحاسبة المستخدم في وضع

[1] مصطفى يوسف كافي، **التجارة الالكترونية**، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2010، ص13.

[2] منهل مجيد أحمد، **إعادة هندسة مهنة مراقبة الحسابات في إطار تكنولوجيا المعلومات**، أطروحة دكتورة، جامعة سانت كلمنتس العالمية، مكتب الموصل، العراق، 2011، ص 19.

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 متواصلة في ما يتعلق بكيفية مراجعة هذا النظام، وتعقيد أداة عملية المراجعة، فالمعاملات تدخل من مواقع بعيدة ويتم تخزين المعاملات والأرصدة داخليا، ومن ثم قلة الحاجة الى المستندات الورقية، نظرا لإدخال البيانات مباشرة الى النظام، وهذا يؤثر في طبيعة إجراءات التحقق المطلوبة ومداها وتوقيتها.

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

2. **مخاطر الرقابة:** إن مخاطر الرقابة هي مخاطر احتمالية أن تفشل نشاطات الرقابة الداخلية في منع أو كشف الأخطاء المادية في الكشوفات المالية، فالمراجع لا يستطيع أن يدير هذه المخاطر ولكنه يستطيع فقط أن يقيم نظام الرقابة الداخلية، ويقيم احتمال فشله، حيث تبدأ مهمة المدقق الخارجي في تقييم المخاطر الرقابية لمنع وكشف وتصحيح الأخطاء المحتملة والاحتيال.
3. **مخاطر الاكتشاف:** هي الخطر الناتج فشل الإجراءات 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، فنجد أن مخاطر الاكتشاف عكس المخاطر الموروثة و مخاطر الرقابة حيث يكون المدقق هو المسؤول عن أداة 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 الازم وتقييمه وكذلك فحص خطر الرقابة وتقديره، وذلك لتخطيط برامج المراجعة التمهيدية وتحديد طبيعة وتوقيت ونطاق الاختبارات المراجعة الأساسية من أجل ضبط خطر المراجعة عند المستوى المقبول بدرجة مناسبة[1].

ويمكن تلخيص مخاطر المراجعة في الجدول التالي:

[1] عبد الوهاب نصر علي، شحاتة السيد شحاتة، **المراجعة الالكترونية في أسواق المال**، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2014، ص92.

جدول رقم (1–2): مخاطر المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية

المخاطر	الطبيعة	المصدر
مخاطر متأصلة ومخاطر الرقابة	قد تؤدي البيانات المالية الى أخطاء جوهرية	أهداف /عمليات المؤسسة وتصميم /تنفيذ الإدارة لأنظمة الرقابة الداخلية
مخاطر الاكتشاف	قد يخفق المراجع في كشف الأخطاء الجوهرية في البيانات المالية	طبيعة ومدى الإجراءات التي قام المراجع بتأديتها

Source : **Guide to Using ISAs in the Audits of Small and medium sized Entilies**, third Edition, Volume 1, 2011, p36.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن مخاطر الموروثة ومخاطر الرقابة عكس مخاطر الاكتشاف، حيث يكون المراجع هو المسؤول عن أداء عملية جمع الأدلة التي تدير عملية الاكتشاف.

وعموما لتقليل من مستوى مخاطر المراجعة يجب على المراجع تقييم مخاطر الأخطاء الجوهرية وحصر مخاطر الاكتشاف، ويمكن تحقيق ذلك من خلال أداء الإجراءات التي تستوجب إلى المخاطر المقيمة لأخطاء الجوهرية على كل من مستوى البيانات المالية ومستوى التوكيد لفئات المعاملات وأرصدة الحسابات والإفصاحات.

المطلب الثالث: إجراءات توثيق العمليات المحاسبة المالية في ظل التجارة الالكترونية.

إن الصفقات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت "التجارة الالكترونية " تفرض الفكر المحاسبي أن يعيد التفكير في أسس وقواعد الاعتراف بالإيرادات والتحاسب الضريبي، لذا اقترح مجموعة من إجراءات توثيق العمليات المحاسبية المالية.

أولا: سياسات وإجراءات توثيق العمليات المحاسبية

يتم ذلك عبر فصل النظام والمقصود هنا بفصل النظام هو جعل النظام المحاسبي الخاص بمخزون السلع التي يتم تداولها عبر موقع الشركة الالكتروني " المتاجر الالكترونية " نظاما مستقلا، ولكن بشكل مؤقت يتم ربطه بنظام الوصول لنظام الشركة الرئيسي، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق[1]:

- برمجة نظام فرعي مصغر عن النظام المحاسبي العام بالشركة يختص بمعالجة تعاملات التجارة الالكترونية الخاصة بالسلع الملموسة؛
- يُصمم هذا النظام بشكل يضم جميع الحسابات المتعلقة بالمخزون الخاص بالسلع التي يتم تداولها عبر موقع الشركة الالكتروني كحساب المبيعات والتكلفة والمخزون وحسابات الضريبة المستحقة، ويمكن اعتبار هذه الحسابات حسابات فرعية مؤقتة للحسابات الرئيسية، والموجودة في نظام الشركة الرئيسية؛
- يتم ربط النظام الفرعي المصغر، مالية مخصصة تقوم بسحب المعاملات اليومية من خادم الرئيسي المثبت عليه موقع الشركة الالكتروني، وتصنيف البيانات وتشغيلها وتفريغ هذه العمليات بالنظام الرئيسي بعد فحصها والتحقق منها؛
- الإفصاح عن جميع السياسات والإجراءات السابقة في موقع الشركة الالكتروني " المتاجر الالكترونية".

ثانيا: سياسات وإجراءات توثيق التخصيص الوظيفي

يقصد بالتخصيص الوظيفي، إنشاء حسابات تفصيلية للعمليات التجارية الالكترونية دون الدمج مع الحسابات التجارية التقليدية كما يلي[2]:

- انشاء حسابات عملاء مستقلة، بإنشاء حسابين للعملاء، أحدهما محلي ويشمل العملاء المحلين للدولة والآخر خارجي ويشمل عملاء الدول الأجنبية؛
- انشاء حسابات مخزون مستقلة، بإنشاء حساب فرعي لكل سلعة وبرمجة التكلفة وسعر البيع، مع وضع سعرين للبيع، لحدهما معفى من الضرائب والآخر خاضع للضريبة خاص بالعمليات المحلية؛
- إنشاء حسابات إيرادات تفصيلية، بإنشاء حسابين للإيرادات لكل سلعة، أحدهما للإيرادات الخارجية المعفاة من الضرائب والآخر للإيرادات المحلية الخاضعة للضريبة؛
- تسجيل العمليات بالنظام المحاسبي الرئيسي للشركة بتفعيل الحساب المناسب للتسجيل به وفقا لسياسات وإجراءات التوثيق.

---

[1] محمد عادل عبد العزيز، **التجارة الالكترونية والفكر المحاسبي**، الطبعة الأولى، شركة الوسيط التجاري، القاهرة، مصر، 2005، ص52.

[2] عطا الله عمر، **تكنولوجيا شبكة الانترنت وتجارة الالكترونية وتأثيرها على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبة**، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة1، الجزائر، 2017، ص 123.

ثالثا: معالجة البيانات في ظل التجارة الالكترونية

عند البدء باستخدام النظم الالكترونية في معالجة البيانات المحاسبية، لم يكن المحاسبون على دراية كافة بعمليات التجارة الالكترونية، فكان المراجع يبدأ بتدقيق المستندات الأصيلّة للتحقق من دقتها، وما إذا كانت مستندات حقيقة ثم تحقق في خطوة إعداد المدخلات من صحة إعداد البيانات بالشكل الملائم، إدخال البيانات في الحاسب، بعدها ينتقل المراجع إلى الجانب الآخر من جهاز الحاسب للحصول على المخرجات، ومطابقتها مع نتائج العملات الحسابية الدروة لنفس المدخلات كاختبار لصحة معالجة البيانات الكترونيا.

تقتصر المراجعة باستخدام الحاسب على مراجعة المدخلات والمخرجات ومراجعة المعلومات المحاسبية الالكترونية، كما سنتناولها فيما يلي[1]:

1. **الرقابة على المدخلات:** تتم الرقابة على البيانات باتباع الخطوات التالية:
   - **مراقبة البيانات:** كما يلي:
     - ✓ الرقابة بالتغذية المرتدة أو ما يسمى بـ " نموذج الاعتماد"؛
     - ✓ استخدام " المستندات المرتدة"؛
     - ✓ استخدام وسائل الاتصال التقليدية كال " الهاتف، الفاكس، البريد الالكتروني"؛
     - ✓ المراقبة المزدوجة للبيانات من خلال التدقيق المكثف.
   - **تسجيل البيانات**
     - ✓ استخدام النماذج المعدة مسبقا كـ "نموذج استلام السلع"؛
     - ✓ التوقيع الاشرافي " الرقابة الإشرافية"؛
     - ✓ إعداد البيانات لمعالجتها باستخدام الحاسب " المستندات الأصلية"؛
     - ✓ فحص حقول بيانات المدخلات وهي اختبارات تعتمد على العمليات الحسابية والمنطقية.
2. **الرقابة على معالجة البيانات:** لا يمكن رؤية البيانات فور إدخالها من أجهزة الحاسب، إلا أنه يمكن إخضاعها لأساليب رقابية جيدة، تتمثل فيما يلي:
   - **المجاميع الرقابية:** تنقسم إلى:
     - ✓ **المجاميع الرقابية المالية:** هي مجموع مبالغ الدفعات النقدية، مجموع إجمالي المبيعات الآجلة، إجمالي المدفوعات النقدية للدائنين، إجمالي الرواتب...

[1] محمد إبراهيم منصور، **تأثير التجارة الالكترونية على تصميم نظم المعلومات المحاسبية**، مؤتمر التجارة الالكترونية الآفاق والتحديات، المجلد الأول، جامعة الإسكندرية، مصر،2002، ص ص39-40.

- ✓ **مجاميع رقابية أخرى:** مجموع أرقام الشيكات الصادرة، مجموع أرقام فواتير المبيعات، عدد السجلات..
- ✓ استخدام برمجيات ضمنية للمراجعة والرقابة باستخدام الحاسب للتحقق من عدم وجود فراغات وتتابع أرقام الحسابات.

➢ **الرقابة الوقائية:** وتشمل:

- ✓ التحقق من برامج الصيانة؛
- ✓ التحقق من العمليات الحسابية المزدوجة "أداء نفس العملية الحسابية أكثر من مرة" وإجراء المطابقة؛
- ✓ وجود برمجيات رقابية للاحتفاظ بالسجلات بشكل آمن.

3. الرقابة على المخرجات: تتمثل في:

➢ **أساليب الرقابة على حفظ البيانات "النسخ الاحتياطي":** غالبا ما تتم هذه العملية باستخدام وسائل رقابية باستخدام الحاسب، بهدف التأكد من نقل ونسخ كافة مقاطع حقول البيانات وسائل التخزين المختلفة، وكذلك يتم تسجيل المجاميع الرقابية للمخرجات كوسيلة رقابية هامة مثل تسجيل أرصدة حسابات الدائنين، العملاء، أو عدد السجلات المنطقية والمالية المسجلة.

➢ **أساليب الرقابة على المخرجات المطبوعة:** من أهمها:

- ✓ الرقابة على نماذج المخرجات المطبوعة والمسلسلة مسبقا بواسطة الحاسب مثل الشيكات، التقارير، أوامر القبض، أوامر الدفع...".
- ✓ استخدام نموذج التوزيع المعتمد بالرقابة على وسائل توزيع المخرجات المطبوعة مثل "جداول الرواتب، أسماء العاملّين، أسماء العملاء وأرصدتهم...".

المبحث الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة المالية.

من خلال العلاقة الموجودة بين التجارة الإلكترونية والمحاسبة المالية تتولد جملة من الآثار على المحاسبة والقياس، وهذا ما سنتناوله في هذا المبحث من خلال ثلاث مباحث: أثر التجارة الإلكترونية على القياس المحاسبي والاعتراف المحاسبي، والتحديات التي تواجه المحاسبة المالية في ظل التجارة الإلكترونية.

المطلب الاول: أثر التجارة الالكترونية على القياس المحاسبي.

قبل الشروع في التعرف على أثر التجارة الإلكترونية على القياس المحاسبي نتطرق أولا إلى معرفة ما هو القياس المحاسبي حيث عرف القياس المحاسبي على أنه" **قياس كمي يستهدف خصائص معينة في مواضيع متعددة لأغراض متباينة، ويتميز بأنه متغير وقاصر على توفير إمكانيات كمية رياضيا ومنطقيا**"[1].

أولا: أثر التجارة الالكترونية على قياس الإيرادات

يتم قياس الإيراد محاسبيا بالقيمة المتوقع الحصول عليها مقابل بيع السلع أو الخدمات، كما يقاس الإيراد بالقيمة السُّوقية للسلع والخدمات، أي: القيمة الحالية للقيم النقدية المنتظر الحصول عليها من الإيراد الناتجة عن تبادل المنتجات في الأسواق.

أما في عمليات التجارة الإلكترونية فعندما يتم بيع السلع وتقديم الخدمات في أنحاء مختلفة من العالم وبعملات متعددة ينتج عنها إيراد بوحدات نقدية غير متجانسة، الأمر الذي يؤدي الى عدم تجانس وحدة قياس تلك العمليات[2].

ثانيا: أثر التجارة الالكترونية على القياس المحاسبي للأصول النقدية (العملاء)

يتم تقدير الخسائر المتوقعة من عدم تحصيل أرصدة العملاء، والتي يطلق عليها الديون المشكوك في تحصيلها؛ ويتم تحميل السنة المالية بتلك الخسائر وتخفض أرصدة العملاء بقيمتها، بغرض ضمان إجراء مقابلة منطقية بين إرادات الفترة والتكاليف المصاحبة لها.

أما في عمليات التجارة الإلكترونية وفي ظل غياب الأمان والتوثيق وإمكانية اختراق موقع الشركة من قبل الغير والتلاعب في عمليات التحويل النقدية وعدم إفصاح الشركات المتعاملة في التجارة الإلكترونية عن حجم التلاعب والاختراق لحساباتها وعدم التأكد من عملية التحصيل، فانه من الصعب تقدير الخسائر المتوقعة من عدم تحصيل أرصدة

---

[1] مرعي عبد الحميد، **أصول القياس والاتصال المحاسبي**، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1988، ص99.

[2] – وليد ناجي الحيالي، مجدي احمد السيد الجعبري، **الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2015، ص 122.

العملاء، وبالتالي عدم دقة تقدير الديون المشكوك في تحصيلها، ويترتب على ذلك عدم دقة التكاليف التي تتحملها الفترة المالية، ومن ثم عدم دقة وموضوعية الدخل المحاسبي[1].

ثالثا: أثر التجارة الإلكترونية على القياس المحاسبي للأصول النقدية (النقدية بالبنك والخزينة)

في مجال التجارة الإلكترونية يتم استخدام النقود الإلكترونية، وهي تمثل صورة متطورة من النقود، والتي يترتب عليها استخدام الطرق الإلكترونية الحديثة، وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على جهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل.

فلا يوجد معيار أو آلية لقياس هذه النقود، وبالتالي فان عملية قياس النقود الإلكترونية غير موضوعية وغير مؤكدة[2].

رابعا: أثر التجارة الالكترونية على قياس الدخل المحاسبي

طبقا للنموذج المحاسبي المعاصر يتحدد الدخل المحاسبي عن طريق مقابلة إيرادات الفترة بمصروفاتها، ولتطبيق هذه المقابلة يستلزم الأخذ بأساس الاستحقاق وما يستوجبه من ضرورة تحديد توقيت الاعتراف بالإيرادات والمصروفات عن طريق إيجاد رابطة سببية بين إنجازات المنشأة وبين المجهودات التي يبذلها في سبيل ذلك.

وفي عمليات التجارة الالكترونية توجد مشكلة في توقيت الاعتراف بالإيراد، نتيجة عدم كفاية الأمان والتوثيق وإمكانية اختراق موقع الشركة من قبل الغير، الأمر الذي يجعل عملية مقابلة الإيرادات بالمصروفات غير موضوعية وغير عادلة، ويترتب على ذلك عدك إمكانية قياس الدخل المحاسبي بصورة عادلة في ظل تلك العمليات[3].

المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الاعتراف المحاسبي

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] وليد ناجي الحيالي، مجدي احمد السيد الجعبري، نفس المرجع السابق، ص 123.

[2] المرجع السابق، 123.

[3] المرجع السابق 123.

أولا: 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، والشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية تتوافق مع هذا المبدأ[1].

ثانيا: فرض الاستمرار

بمقتضى هذا الفرض يعتبر تكوين أي وحدة محاسبية هو بقصد الاستمرار في مزاولة نشاطها إلى مالا نهاية لحين تصفيتها التصفية النهائية، والشركات في مجال التجارة الإلكترونية تتفق مع هذا الفرض[2].

ثالثا: 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[3].

رابعا: مبدا الدورية

يُعتبر 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[4].

خامسا: مبدأ الموضوعية

يُقصد به التأكد بأي وسيلة ومادة من حدوث الواقعة المالية، وقد اعتبرت المستندات المادية دليلا ماديا كافيا لذلك، كبرهان مكتوب يؤيد حدوث الواقعة، فالمحاسبة لا تعتد بالعمليات المالية ولا تسجل بالسجلات المحاسبية دون

[1] وليد ناجي الحيالي، مجدي احمد السيد الجعبري، نفس المرجع السابق، ص 124 .
[2] المرجع السابق ص 123
[3] المرجع السابق ص 123
[4] المرجع السابق ص 124 .

وجود توثيق مستندي يؤكد حدوث كل عملية على انفراد، ويشمل التوثيق المستندي جميع عناصر الأصول والخصوم دون استثناء[1].

سادسا: مبدأ مقابلة الإيرادات بالنفقات

تسعى المؤسسة ذات الطابع الاقتصادي الى تحقيق الربح من نشاطها المستمر إذ أن النفقات التي تقوم بها المؤسسة يراد من ورائها تحقيق عائد يمكن في الإيرادات، ويقاس بلوغ أهدافها بقياس تجميعات الإيرادات بتجميعات النفقات، ويفترض هذا المبدأ أن يتم توجيه أعمال المؤسسة لصالح تحقيق أهدافها المسطرة مسبقا.

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 الإيرادات ونفقات الفترات المحاسبية المختلفة من دون النظر لتاريخ دفع النفقة او استلام الايراد، تطبيقا لأساس الاستحقاق المحاسبي[2].

سابعا: 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[3].

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 من بينها[4]:

- ✓ إمكانية 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.

ثامنا: 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

[1] وليد ناجي الحيالي، مجدي احمد السيد الجعبري، ، نفس المرجع السابق، ص 124 .
[2] المرجع السابق، ص 124
[3] المرجع السابق، ص 124
[4] المرجع السابق، ص 124

دفتريا، ورغم الاختلاف في تحديد معايير تحقق الإيراد، إلا أن الرأي الأرجح حول أن الإيراد من بيع البضاعة أو الخدمة، يتحقق بمجرد بيع البضاعة وتسليمها للعميل.

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

إن في حالة إضافة فقرة مستقلة لتحقق الإيراد لعمليات التجارة الإلكترونية إلى حالات الأخرى التي يعتبر فيها الإيراد محققا، 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 المستمرة كوظائف جديدة للمحاسب القانوني والتي توضح مدى تأمين وسلامة النظام)، حينها يعتبر إيراد التجارة الإلكترونية محقق[1]

المطلب الثالث: التحديات التي تواجه المحاسبة المالية في ظل التجارة الإلكترونية

شهدت نهاية عقد التسعينات من القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة ممارسة إصدار التقارير والقوائم المالية على شبكة الانترنت وبشكل يختلف عن الإصدار التقليدي لها، ويعتبر النشر الالكتروني للقوائم المالية نتيجة للتطورات التقنية المصاحبة لقطاع الأعمال، وعلى الرغم من أنه يوفر السرعة والتوقيت الملائم في الحصول على المعلومات وبالتالي زيادة المنفعة وحرية الحصول على المعلومات فإنه لا يزال يعمل مصحوباً ببعض التحديات، فمنع ظهور النشر الالكتروني للقوائم المالية أصبحت مهنة المحاسبة والمراجعة مطالبة بأن تستجيب وتكيف ممارساتها ومعاييرها التقليدية وفق رغبة وطلب الشركات وأسواق المال. حيث قامت العديد من الشركات الكبرى في معظم دول العالم بنشر تقاريرها المالية في مواقع الشركة على شبكة الانترنت، ومن الملاحظ اختلاف طبيعة ومحتويات التقارير المالية المنشورة الكترونياً بين الشركات، ففي بعض الأحيان يصاحب تلك التقارير تقرير المراجع الخارجي بدون توضيح لنوعية المعلومات المدققة وغير المدققة ومن شأن هذه الممارسة غير المنتظمة أن تؤدي إلى تقديم معلومات مضللة، وبالتالي خداع مستخدمي القوائم المالية، وفي حالة وجود تقرير المراجع على موقع العميل أو كجزء من المعلومات المنشورة على الموقع الالكتروني للعميل فقد يؤدي ذلك إلى اعتقاد زائري الموقع بأن تقري المراجع يغطي جميع المعلومات المالية

[1]- صالح حميداتو، مسعود صديقي، مرجع سابق، ص 44.

المنشورة على موقع العميل وقد أشار العديد من الباحثين إلى أن مهنة المحاسبة والمراجعة تواجه تحديات جديدة فيما يتعلق بنشر القوائم المالية على الانترنت مما يؤدي إلى اضعاف الثقة في البيانات المالية.

أحدثت النظم والبرامج الإلكترونية دافعا أساسيا لاستخدام الحاسب الألي وأداء العديد من المهام والوظائف المحاسبية بصورة أسرع وأدق، ولكن على الجانب الأخر فإن هذا التقدم التكنولوجي الهائل قد يحمل بين طياته العديد من التحديات أمام ممارسي مهنة المحاسبة والمراجعة، و يمكن عرض التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة الناشئة عن التجارة الإلكترونية كما يلي[1]:

1.التأهيل العلمي والعملي: إن مستوى المهارات والمعرفة المطلوبة لفهم التجارة الالكترونية يتفاوت وفقا لمستوى تعقيد نشاطات التجارة الالكترونية، نظرا لأن شركات التدقيق تمثل جزء من المنظمات التي لها دور فاعل في المنظومة الاقتصادية فإنها ينبغي أن تعمل على تطوير أدائها لكي يواكب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية المتلاحقة من خلال الاقتصاد المعرفي حتى يكون المراجعين قادرين على مواكبة التطورات المتلاحقة في أنظمة المعلومات وقادرين على تقديم خدمات التأكيد والثقة في المعلومات والتقارير المتبادلة إلكترونيا خلال نظم المعلومات والشبكات الإلكترونية ، وعلى المحاسبين والمراجعين الاطلاع على كل جديد من لإصدارات المهنية المتمثلة في مبادئ وإرشادات ومعايير أداء خدمات التأكيد والثقة في النظم الإلكترونية، و التعرف على كل ما يتصل بالأداء المهني المتعلق بمراجعة النظم الإلكترونية . وأكد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين بانه يجب على المحاسبين والمدققين زيادة تأهيل وتطوير أنفسهم للتعامل مع أنظمة وتقنيات الإنترنت وخاصة ما يتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث بدأ المعهد تقديم خدمة جديدة للمحاسبين تتمثل في تزويدهم ببرامج متطورة تستهدف تمكينهم من التحقق من مدى إمكانية الاعتماد والثقة على نظم المعلومات المحاسبية التي تستند إلى تكنولوجيا معلومات المتقدمة وامكانية الاعتماد على موثوقيتها.

وفي مجال التعليم المحاسبي أكد المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونين أن المناهج المحاسبية غير مواكبة للتطورات المستمرة في تقنية المعلومات، وان برامج المحاسبة على الرغم من انها 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، وجاءت توصياته حول إعادة هندسة برامج المحاسبة الجامعات على ضوء

[1] محمد شريف توفيق، **أثر التجارة الالكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية**، مجلة الإدارة العامة ، العراق، 2004، ص45

المتغيرات البيئية المحيطة، وأكد الاتحاد الدولي للمحاسبين إن على المدققين عندما يكون للتجارة الالكترونية تأثير هام في عمل المنشاة فهم الآتي[1]:

- استراتيجية التجارة الالكترونية للمنشاة ونشاطها؛
- التقنية المستخدمة لتسير نشاط المنشاة في التجارة الالكترونية؛
- اخطار المتضمنة في ممارسة المنشاة للتجارة الالكترونية.

2. الضرائب: تركز الاهتمام في الماضي على تعزيز وفرض الضريبة على كافة الأوعية الضريبية الناتجة عن النشاطات والتجارية التقليدية، ولكن في الوقت نفسه لم تمنح معظم الدول لأنظمتها المرونة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصا التكنولوجية منها، لذا أثارت مسالة فرض الضريبة على التجارة الالكترونية العديد من التحديات منها عدم وجود آليات محدودة لإخضاع التجارة الالكترونية للضريبة وصعوبة إثبات التعاملات والعقود التي تتم الكترونيا وعدم العدالة في تداول بعض السلع الناتجة عنها، إضافة للبعد المكاني للأنشطة التي يتم فرض ضريبة عليها و قصور التشريعات عن تنظيم آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية. فالتجارة الالكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط.

كذلك فان الاعمال الالكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الاسهل والاكثر تشجيعا ، لذا تتجه السياسات الحكومية إلى عدم فرض ضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية انسجاما مع تحرير التجارة ، وهذا ما خذت به الولايات المتحدة الأمريكية فقررت عدم فرض ضرائب على انشطة الاعمال والتجارة الالكترونية ، وتتنبه اوروبا لخطورة التوجه الامريكي في هذا الصدد من حيث امكانية تأثيره على اجتذاب نشاط الشركات العاملة في حقل خوادم التجارة الالكترونية. كما ان فرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع لما تثيره قواعد محاسبتها والتعرف على حقائق الدخل المتأتي منها من تحديات ومشكلات، هذا الى جانب حاجة مسائل الضريبية على التجارة الالكترونية الى تعاون وتنسيق اقليمي ودولي بسبب الطبيعة العابرة للحدود لصفقات التجارة الالكترونية[2].

---

[1] جمانة مصطفى البدانية، **تقديم متطلبات الإفصاح المحاسبي في ظل مخاطر التجارة الالكترونية**، أطروحة دكتوراه، جامعة عمان العربية للدراسات العلي، عمان، الأردن، 2010، ص82.

[2] دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، **التجارة الالكترونية**، دار وائل للنشر، طبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013، ص225.

3.الاعتراف بالإيراد: يتحقق الإيراد بشكل عام عندما يتحقق شرطا الاكتساب والتبادل بمعنى أن هنالك وعدا بالدفع حالا او مستقبلا من المشتري مقابل وعد من الشركة بتقديم السلعة او الخدمة، لكن ظهرت العديد من الاستثناءات لهذه القاعدة، وفي ظل الظروف التكنولوجية العالية وغياب الأمان وإمكانية اختراق الشركة من قبل الغير جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها، فالإيراد المتولد عبر قنوات التجارة الإلكترونية، لا يتماشى مع بعض من شروط الاعتراف بالإيراد. فالمعيار الأمريكي رقم 48وضمن الشرط رقم(2) "أن يكون المشتري قد دفع أو ملتزما بالدفع للبائع" 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 اذا استخدام الاعتراف بالإيراد عند وصول النقد بدل نقطة البيع لما أمكن ذلك والسبب بأن النقد وفي حالة التلاعب لن يصل، ولا بد أن نتذكر أن التلاعب لم ينجم عن إدارة الشركة بل عن جهة خارجية غير معروفة، وبالنسبة للشرط رقم (3) وفي نفس المعيار أن يتحمل المشتري مخاطرة الخسائر نتيجة السرقة أو تلف البضاعة، وفي حالة التلاعب، فمن هو المشتري؟ لا أحد يعرف والمتحمل الأول والأخير لهذه الخسارة هو الشركة البائعة، وهنا يتبادر للذهن، ما هي الآلية المناسبة للاعتراف إذن؟

لذا تولد اتفاق بين المؤسسات المهنية منها مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي ومجلس معايير المحاسبة الدولية على ضرورة تعديل أنموذج الاعتراف بالإيراد في ظل التجارة الالكترونية، ويعتقد البعض انه من الضروري تقديم نموذج جديد لمواجهة الاستثناءات التي تظهر على المبدأ الأساسي. وهذا النموذج هو نموذج العقد مع العميل حيث يتم الاعتراف بالإيراد بناء على هذا النموذج باعتبار إن الإيراد يمثل الزيادة في الأصول التعاقد أو الانخفاض في خصوم التعامل (او كلاهما) الناتج من توفر السلعة أو الخدمة للعميل[1].

4. **النشر الالكتروني للقوائم المالية:** في ظل التطور الهائل في مجال تقنية المعلومات و النشر عبر الإنترنت بدأت العديد من الشركات في العالم بنشر معلومات المالية على شبكة الإنترنت، ونتيجة لهذا التطور ظهرت بعض المشاكل حول مصداقية المعلومات المنشورة وأمن هذه المعلومات ومدى مسؤولية المراجع عنها، فقد بينت إحدى الدراسات على أن 91 % من الشركات الأمريكية تعرض معلوماتها المالية على الإنترنت وتنخفض هذه النسبة إلى72% في بريطانيا و 71% في ألمانيا، أما في الدول العربية فقد بدأت العديد من الشركات من عام2000 نشر قوائمها على الانترنيت أيضا.

[1] عبد المطلب عبد الحميد، **اقتصاديات التجارة الالكترونية**، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014، ص247.

ويقصد بالنشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية: قيام الوحدة الاقتصادية بإنشاء مواقع لها على الشبكات الدولية للمعلومات بهدف تحقيق نشر سريع وفوري لمعلومات مالية وغير مالية عديدة على قطاعات واسعة من المستخدمين المتصلين بالشبكة لذا فإن النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية يمثل أحد أساليب الإفصاح المحاسبي الذي يعتمد على إمكانية الاستفادة من وسائل تقنيات والقوائم المالية يمثل أحد أساليب الإفصاح المحاسبي الذي يعتمد على إمكانية الاستفادة من وسائل تقنيات العلاقة. ويتمثل الحد الادنى من المعلومات التي يجب نشرها من خلال المواقع على الإنترنت في:

- بيانات ومعلومات مالية، مثل التقارير المالية السنوية والربع سنوية، والنسب المالية، ووضع المخزون، وتقرير مدقق الحسابات، وبيانات مقارنة مع المنافسين.
- بيانات ومعلومات وصفية وغير مالية، مثل وصف المنتجات والخدمات التي تقدمها المنشأة وعدد العاملين بها وتشكيل مجلس الإدارة ووسائل الاتصال بها.
- أدوات على الموقع تتيح للمستخدم إجراء عمليات معينة مع الوحدة الاقتصادية صاحبة الموقع كخدمات التجارة الإلكترونية.

وقد يصاحب النشر الإلكتروني للبيانات والقوائم المالية العديد من المشاكل منها مصداقية هذه القوائم، وثقة المستخدمين بما ورد فيها، حيث إن المستخدم للقوائم المالية لا يضمن أن تكون القوائم المنشورة على مواقع الإنترنت هي نفسها التي تم اعتمادها من قبل مراقب الحسابات الخارجي، والسبب في ذلك هو إمكانية تغيير محتوياتها بسهولة من قبل إدارة المنظمة أو بواسطة آخرين من خبراء استخدام الإنترنت لتحسين صورة المنشاة لدى الغير، كذلك فإن بعض الشركات تقوم بنشر معلومات مالية غير خاضعة لفحص المراجع و غير معدة وفق المعايير المحاسبية. كما أن قيام بعض الشركات بعرض معلومات جزئية أو ملخصة قد يؤدي بالقارئ إلى فهم خاطئ للوضع المالي للشركة نتيجة عدم رؤيته لتفاصيل البيانات المالية[1].

ولمواجهة هذه المشاكل قام كل من معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي ومن خلال مشروع مشترك مع معهد المحاسبين القانونيين الكندي بإنشاء فريق عمل للتجارة الإلكترونية يشرح هذا المشروع المشترك لجميع الشركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية، والراغبة بالحصول على خدمات المراجع خارجي، الآلية والإجراءات التي سيقوم وبالتالي إضفاء الأمان والتوكيدية والموثوقية لجميع مدخلات ومخرجات النظام من خلال خدمات التوكيد، مثل

[1] محمد عبد حسين الطائي، **التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة**، دار المسيرة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص345.

المراجع، لضمان حماية نظامها المحاسبي من المخاطر المرافقة للتعامل بالتجارة الإلكترونية ، تقديم خدمات تأكيد الثقة في النظم او تأكيد الثقة في الويب وبما ان معظم عمليات التأكيدات هي عبارة عن عمليات مراجعة فان المعهد اشترط على مكاتب المراجعة تأهيل أنفسهم لأداء الخدمات الجديدة (تقديم خدمات غير تقليدية).

قد تمت رعاية هذه التأكيدات عن طريق لجنة خاصة بخدمات التأكيدات في المعهد قامت بإنشاء ما يسمى نموذج الثقة في الويب من خلال لجنة خاصة أصدرت ثلاثة مبادئ ومجموعة من المعايير ونموذج الثقة في الويب والذي هو عبارة عن ختم إلكتروني يتم وضعه على موقع الشركة المتعاملة مع أحد منتسبي معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي أو معهد المحاسبين القانونيين الكندي ولكن بشرط أن تكون الشركة قد لبت الشروط الثلاثة التالية :

- ✓ **الإفصاح عن ممارسات الأعمال:** يعني بأن المستهلك يتعامل مع الشركة وفقا لسياساتها المعلنة في صفحتها عبر الانترنيت؛
- ✓ **اكتمال الصفقة:** يعني أن الشركة قد وفرت إجراءات رقابة فعالة توفر تأكيد بدرجة معقولة عن اكتمال تنفيذ طلبات الزبائن بوسائل التجارة الالكترونية ومحاسبتهم وفقا لما تم الاتفاق عليه؛
- ✓ حماية الخصوصية والمعلومات: يعني بأن الشركة قد وفرت إجراءات رقابة فعالة توفر تأكيد بدرجة معقولة، ان المعلومات يتم تداولها عبر شبكة الانترنيت بشكل آمن ويتم كذلك حمايتها من الاختراقات غير المصرح بها، وتتعلق هذه الإجراءات بموضوعات مثل التشفير وأرقام بطاقات الائتمان والمعلومات الشخصية والمالية.

رغم هذه المزايا إلا أنه رافق العديد من التحديات فيما يتعلق بالنشر الإلكتروني للتقارير المالية ومن أهم هذه التحديات:

- ➢ لجوء الشركات إلى نشر قوائم مالية غير مدققة في مواقعها على شبكة الانترنت أو الربط بين بياناتها المالية وغير المدققة، وهذا يؤدي إلى تضليل المستخدمين؛
- ➢ تعرض البيانات المالية المنشورة على الانترنت سواء كانت مدققة أو غير مدققة للتلاعب والتغيير من قبل أطراف أخرى بسبب عدم حماية الموقع الالكتروني؛
- ➢ تعرض البيانات المالية المنشورة على الانترنت والمدققة للتلاعب والتغيير من قبل صاحب المنشأة؛
- ➢ من المسؤول عن صحة ودقة البيانات المالية وتقرير المراجع؛

- تعرض تقارير المراجعة المنشورة على الانترنت للتغيير والتعديل من العميل وأي طرف أخر؛
- إشكالية تثبيت تاريخ تقرير المراجعة المنشور على الانترنت؛
- علاقة وارتباط تقارير المراجعة بالمعلومات والبيانات المنشورة الأخرى على الانترنت إضافة للقوائم المالية؛
- البطء في الربط بين القوائم المالية والتقارير المدققة وموقع المراجع على الانترنت في موقع الانترنت.

كما أن هناك تحد أخر يواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل التجارة الالكترونية يتمثل في تأثير نشر القوائم المالية عبر الانترنت على المحاسبة والمراجعة، ومدى الثقة في البيانات المالية التي تتضمنها هذه القوائم والوسائل التي تكفل ضمان هذه الثقة.

حيث يتضح أن نشر القوائم المالية عبر الانترنت سوف يؤدي إلى تأثيرات على أساليب المحاسبة والمراجعة، وسوف تكون محور الدراسات المحاسبية خلال العقد الحالي، فنشر القوائم المالية عبر الانترنت سيحقق الكثير من المزايا منها: تخفيض تكاليف نشر المعلومات، كما أنه يعتبر وسيلة اتصال بعدد لانهائي من مستخدمي المعلومات المحاسبية، مما يؤدي إلى أن تصبح المعلومات المالية سلعة عامة، كما أن من شأن النشر عن طريق الانترنت تسهيل عملية تخزين وحفظ واسترجاع المعلومات، وتحليلها بواسطة متخذي القرارات.

خلاصة الفصل:

يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية مصطلح حديث وجديد عند مختلف المجتمعات إلا أنه يشهد انتشارا واسعا لما له من منفعة وهذا ما أدى إلى ربطه مع المحاسبة المالية مشكلان معا ثورة جديدة في مجال الأعمال مؤثران ومتأثران على بعضهما البعض على الرغم من وجود مخاطر وآثار سلبية إلا أن المنفعة الكبيرة غطت على تلك الأثار.

ولأن 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 تؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل فيها، وهذا ما سنتناوله في الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

مساهمة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي

تمهيد:

يحتل موضوع تقييم الأداء المالي أهمية كبرى للمؤسسات خاصة في الفترة الحالية نظرا لما يشهده العالم من تغيرات متسارعة وإفلاس العديد من المؤسسات الكبرى، فلهذا يتم دراسة أثر المحاسبة على الأداء المالي لمعرفة مدى كفاءتها في استخدام الموارد المتاحة لديها، ومن خلال هذا الموضوع سوف يتم التطرق الى الأداء المالي وأهدافه وكذا تقييم الأداء، ومن هنا فقد قمنا بتقسيم هذا الفصل الى ثلاث مباحث:

- ✓ **المبحث الأول:** مفاهيم أساسية حول الأداء.
- ✓ **المبحث الثاني:** ماهية الأداء المالي.
- ✓ **المبحث الثالث:** علاقة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية لتحسين الأداء.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الأداء

من خلال هذا المبحث سوف يتم التطرق إلى تعريف الأداء وأنواعه وكذا أسس ومعايير الأداء بالإضافة إلى إعطاء مفهوم لتقييم الأداء.

المطلب الأول: مفهوم الأداء وانواعه

يرتبط مفهوم الأداء بشكل وثيق بالإدارة الاستراتيجية لأنه يعمل على تقييم أداء إدارة المؤسسة باستخدام مجموعة من المؤشرات المالية وغير المالية قصيرة وطويلة الأجل.

أولا: تعريـــــف الأداء

هناك عدة تعاريف للأداء من بينها نجد:

1. **تعريف الأداء حسب(A.Kherakhem)** : من وجهة نظر هذا الكاتب فإن الأداء يدل على تأدية عمل أو إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة، بمعنى القيام بفعل يساعد على الوصول إلى الأهداف المسطرة، نلاحظ من هذا التعريف أن الأداء يتجسد في القيام بالأعمال والأنشطة والمهمات بما يحقق الوصول إلى الغايات والأهداف المرسومة من طرف إدارة المؤسسة[1].
2. **تعريف الأداء حسب(D. Kaisergruber et J. handrieu)** : يعبر الأداء حسب هذين الكاتبين عن:" إصدار حكم على الشرعية الاجتماعية لنشاط معين"، نستنتج من هذا التعريف أن الأداء مرتبط بفعل ومعرفة اجتماعية، بما يقود الى اكتساب قبول اجتماعي للأنشطة التي تقوم بها المؤسسة إلى جانب الشرعية الاقتصادية[2].
3. **تعريف الأداء حسب (Miller et Bromily)**: ينظر هذان الكاتبان إلى الأداء على أنه:" انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية والبشرية، واستغلالها بكفاءة وفعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها"، نلاحظ من هذا التعريف أن الأداء هو حاصل تفاعل عنصرين أساسيين هما الطريقة في استعمال موارد المؤسسة، ونقد بذلك عامل الكفاءة، والنتائج المحققة من تلك الاستخدام، ونعني بذلك عامل الفعالية، أيضا يمكن أن نكتشف من التعريف نفسه أن أهمية هذا المفهوم بالنسبة لمنظمات ومؤسسات

[1] Ecosid, **dialogue autour de la performance en entreprise,** édition harmattan, paris, 1999, p 18.
[2] Danielle kiasergruber, josee landrieu**, tout n'est pas economique**, édition l'aube, paris, 2000, p 119.

الأعمال تكمن في أن الاداء استعمل للحكم على هذه المنظمات من حيث قدرتها على تحقيق أهدافها، ومدى التزامها بالرشادة في الوصول الى ذلك[1].

4. **تعريف الأداء حسب (Ph , Lorrino)**: يعتبر هذا الكاتب أن الأداء يتمثل في :"الفرق بين القيمة المقدمة للسوق(V) ومجموع القيم المستهلكة (ci)، وهي تكاليف مختلف الأنشطة، فبعض الوحدات (مراكز تكلفة) تعتبر مستهلكة للموارد، وتساهم سلبيًا في الأداء الكلي عن طريق تكاليفها، و الأخرى تعتبر مراكز ربح، وهي في الوقت نفسه مستهلكة للموارد ومصدر عوائد، وتساهم بهامش في الأداء الكلي للمؤسسة"، إذًا يمكن أن نترجم ما جاء في التعريف أعلاه في المعادلة التالية:

الأداء الكلي للمؤسسة= هوامش مراكز الربح–تكاليف مراكز التكلفة

ومن ثمَّ فان الأداء يعني تعظيم الدالة max[v–somme(ci)]، أي إنتاج قيمة أكبر من المواد المستهلكة، بمعنى أن أداء المؤسسة يتجسد في الزوج أو الثنائية (تكلفة–قيمة)، حيث تعبر التكلفة عن المواد المستعلمة (أي الاستهلاك الوسيط)، بينما تعكس القيمة الحاجات التي تم إشباعها، ويمكن الإشارة إلى أن هذه الثنائية أي الزوج (تكلفة–قيمة) تعبر هي بدورها عن إحدى الثنائيات التالية (جودة–سعر)، (كفاءة–فعالية)، (تميز–تكاليف)[2].

ثانيــا: أنــواع الأداء

بعد أن تطرقنا لمفهوم الأداء نقوم بتصنيفه حسب المعايير التالية[3]:

1. **حسب معيار الشمولية**: ينقسم إلى:

- **الأداء الكلي**: يتمثل الأداء الكلي للمؤسسة في الإنجازات التي ساهمت في تحقيقها جميع عناصر المؤسسة أو وظائفها؛
- **الأداء الجزئي**: يتحقق الأداء الجزئي للمؤسسة على مستوى الوظائف والأنظمة الفرعية في المؤسسة.

2. **حسب معيار المصدر**: يتمثل في:

- **الأداء الداخلي**: وهو الأداء الناتج عن كل من الموارد البشرية، والمالية، والتقنية الضرورية لتسيير نشاط المؤسسة ويشمل الأداء الداخلي ما يلي:

[1] عدادي الحسيين فلاح حسن، **الإدارة الاستراتيجية**، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2000، ص 231.

[2] Ph. Lorrino, **comptes et récits de la performance**, Editions d'organisations, Paris, 1996, p p 47- 48.

[3] عادل عشي، **الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2002، ص ص 17–18.

أ-**الأداء البشري**: وهو أداء الأفراد داخل المؤسسة من خلال صنع القيمة المضافة، وتحقيق الأفضلية باستخدام مهاراتهم وخبراته

ب-الأداء التقني: يتمثل في قدرة المؤسسة على استعمال استثماراتها بشكل فعال.

ت-الأداء المالي: ويكمن الأداء المالي في فعالية وتعبئة واستخدام الوسائل المالية المتاحة.

- **الأداء الخارجي**: هو الأداء الناتج عن التغيرات الحاصلة في المحيط الخارجي للمؤسسة، وهناك عدة متغيرات تنعكس على أداء المؤسسة.

فالمؤسسة لا تتسبب في إحداثه ولكن المحيط الخارجي هو الذي يولده، فهذا النوع بصفة عامة يظهر في النتائج الجيدة التي تتحصل عليها المؤسسة كارتفاع رقم الأعمال نتيجة لارتفاع سعر البيع أو خروج أحد المنافسين، وارتفاع القيمة المضافة مقارنة بالسنة الماضية نتيجة لانخفاض أسعار المواد واللوازم والخدمات، فكل هذه التغيرات تنعكس على الأداء سواء بالإيجاب أو بالسلب.

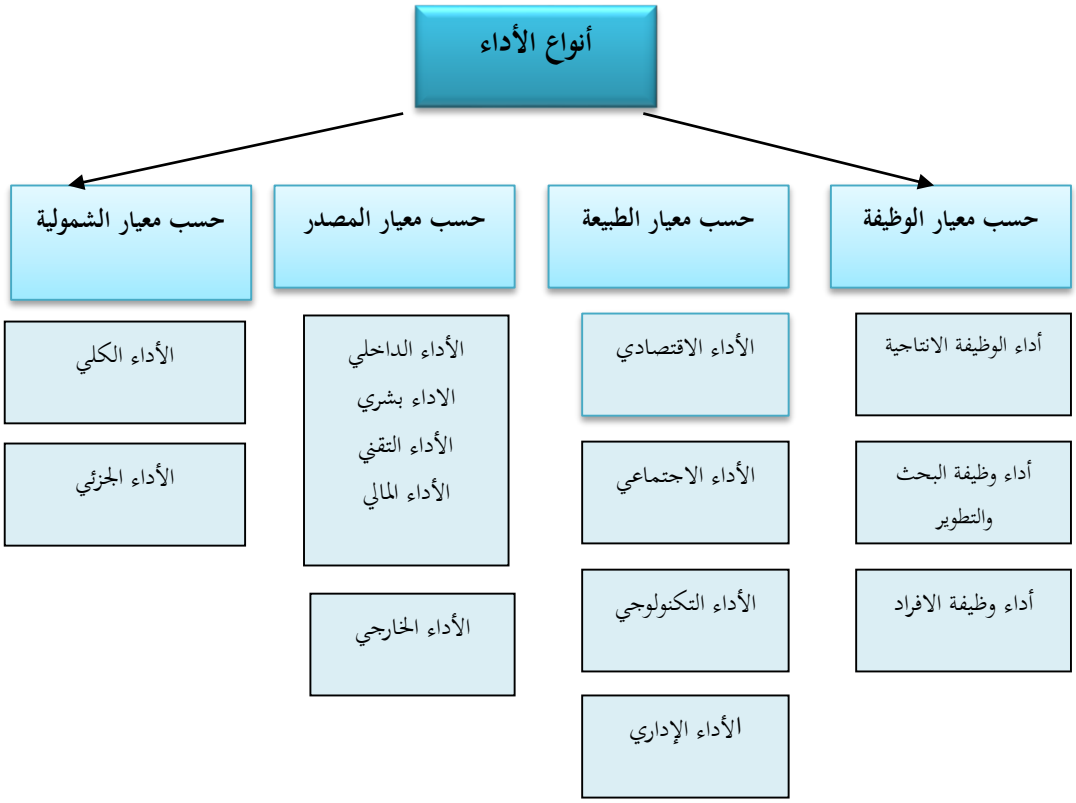
3. **حسب معيار الوظيفة**: تتمثل أنواع الأداء حسب هذا المعيار في[1]:

- **أداء الوظيفة المالية**: يتمثل في مدى تحقيق المؤسسة لأهدافها المالية، كتحقيق التوازن المالي، توفير السيولة لتسديد التزاماتها، وتحقيق المردودية.
- **أداء الوظيفة الانتاجية**: يتمثل الأداء الإنتاجي للمؤسسة في تحقيق معدلات إنتاج مرتفعة وبجودة عالية مع تدنية التكاليف.
- **أداء وظيفة البحث والتطوير**: يتم دراسة وظيفة البحث والتطوير بناء على مؤشرات عدة منها التنويع وقدرة المؤسسة على إنتاج منتجات جديدة، وكذلك قدرتها على الاختراع والابتكار.
- **أداء وظيفة الأفراد**: وتتمثل في أداء الفرد في قيامه بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله وتمكنه من انجازه وأداء مهامه بنجاح.

والشكل رقم (2-1) يوضح أنواع الأداء.

[1] عادل عشي، نفس المرجع السابق، ص 18.

الشكل (2-1) أنواع الأداء



المصدر: من اعداد الطالبين

المطلب الثاني: محددات ومعايير الأداء

سنتناول في هذا المطلب محددات ومعايير الأداء.

أولا: محددات الأداء

يُعتبر الأداء دالة تابعة للعديد من المتغيرات والعناصر التي تؤثر فيه سلبًا وايجابًا، منها ذو طبيعة داخلية يمكن للمؤسسة، أو لمسيرها التحكم فيها لتعظيم آثارها الايجابية وتقليص آثارها السلبية، منها ما هو صادر من المحيط الخارجي يصعب التحكم فيها وبالتالي فهي تقتضي التكيف أكثر، وعلى قدر كثرة العوامل التي تؤثر في الأداء تزداد عملية حصرها.

في هذا الإطار يرى **P mercier** أن العوامل التي يرتكز عليها أداء المؤسسة تتمثل في: الاستراتيجية، الرؤية، القيم، الرسالة، الموارد البشرية، هيكلة المؤسسة، العمليات والأنظمة، الموازنة.

أما **Waterman**و **Peters** فيريان أن الأداء توقف على ثمانية عوامل[1]:

- ✓ التميز في العمل؛
- ✓ الاستماع للزبون؛
- ✓ تشجيع الاستقلالية والإبداع؛
- ✓ ترسيخ الإنتاجية بتشجيع الأفراد؛
- ✓ القيم الجماعية؛
- ✓ الاحتفاظ بهيكلة بسيطة؛
- ✓ المزج بين الليونة والصرامة؛
- ✓ الاهتمام والارتباط بما نعرف القيام به.

بالنسبة لرواد المقاربة الاستراتيجية للموارد يتوقف أداء المؤسسة ونجاحها الاستراتيجي خصوصا على بعدها الداخلي، أي ما تملكه وتوظفه من موارد إستراتيجية إذ تجلى في الميدان أن عوائق الدخول التي تحتمي بها المؤسسات الكبرى لم تمنع المؤسسات الناشئة والمنافسة من دخول القطاعات المحمية وتحقق إلى جانبها إيرادات مرتفعة، فتبين أن أهم عوامل تحقيق الأداء المرتفع تأتي من المؤسسة بنفسها قبل المحيط أو بالأحرى من مواردها، كما تبين أن الأموال ليست هي التي تدفع المؤسسة نحو المستقبل وإنما طاقتها الفكرية ودافعية أفرادها لأن الفروقات في الأداء

[1] زاوي وفاء، **اشكالية تقويم الأداء الشامل في المؤسسة**، مذكرة الماستر، جامعة العربي بن المهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2013، ص 16.

تنتج عن الاختلافات في الموقع الذي يفسر باختلاف موارد وحيدة حتى في نفس المجموعة الاستراتيجية، لأن المؤسسات لا تتحكم بنفس الكيفية في الموارد المتاحة والأمر لا يتعلق بطبيعة الموارد في حد ذاتها، لأنها قد تختلف في شكلها كطرق الاتصال مع الزبائن، التكنولوجيا، التحكم في نظم المعلومات، أو حتى في الاستفادة بصفة احتكارية من بعض مصادر الموارد الأولية النادرة، غير أن ارتباطها بالمؤسسة وتمكين هذه الأخيرة من حمايتها من الانتقال إلى المنافسين بمختلف آليات المنع والعزل ومن تجديدها وتطويرها أو بالأحرى تسييرها كمحافظة بجعلها تكون أساس إن لم تكن العامل الرئيسي للتفوق التنافسي للمؤسسة وتحقيقها الأفضلية التنافسية الدائمة[1].

ثانيا: معايير الأداء

للأداء مجموعة من المعايير تتمثل فيما يلي:

1. **الكفاءة:** إنَّ مفهوم الكفاءة يتصل بالتوازن بين كمية الموارد المستخدمة في المؤسسات كمدخلات وبين كمية النتائج المحققة في المخرجات، باعتبار أن المؤسسة أداة تحويل المدخلات إلى مخرجات.

هنا نرى أن الكفاءة هي الحصول على ما هو كثير نظير ما هو أقل، أي إبقاء التكلفة في حدودها الدنيا والأرباح في حدودها القصوى[2].

2. **الفعالية:** تتمثل في السُبل الكفيلة باستخدام الموارد البشرية والمادية والمالية والمعلوماتية استخداما قادرا على تحقيق الأهداف والنمو والتطور، وتشير الفعالية هنا إلى مدى تحقيق الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة .[3]

3. **الإنتاجية:** تتمثل في مدى جودة تجميع الموارد في المؤسسة، واستغلالها لتحقيق مجموعة من النتائج، وهي تسعى للوصول إلى أعلى مستوى للأداء بأقل قدر من إنفاق للموارد، هنا الإنتاجية تشير إلى وجود علاقة نسبية بين مدخلات ومخرجات المؤسسة[4] .

---

[1] حمزة بوكفة، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مذكرة ماجستير، جامعة أم البواقي، 2008، ص ص 136-138.

[2] نور الله كمال، **وظائف القائد الإداري**، الطبعة الأولى، دار طلا للدراسات والنشر، دمشق، 1992, ص 15.

[3] سعدي يحي، أوصيف لخضر، **أثر ادارة الجودة الشاملة على رفع أداء و فعالية المنظمات**، الملتقى الدولي حول أداء فعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، 10-11 نوفمبر 2009, ص 812.

[4] علي عبد الله، **أثر البيئة على أداء المؤسسات العمومية الاقتصادية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر, 2001. ص 6.

4. **الجودة**: هي قدرة المنتج على تلبية حاجات المستهلكين وبأقل تكلفة، وهنا الجودة تشير وجود علاقة بين المستهلك والمنتج[1].

المطلب الثالث: نظام تقييم الأداء

استأثر موضوع تقييم الأداء باهتمام واسع من لدى الكتاب والباحثين في مجالات الدراسة العلمية والاقتصادية والإدارية والمحاسبية والمالية، لارتباطه بجوانب مهمة من حياة المؤسسات والوحدات الاقتصادية على اختلاف أنواعها.

أولا: تعريف تقييم الأداء

يُعرف تقييم الأداء على أنه إحدى الحلقات المهمة في العملية الإدارية الشاملة، تعتمد على استخدام مجموعة من المؤشرات والمقاييس لفحص مدى تحقيق الوحدة الاقتصادية لأهدافها الموضوعة، وتحديد الانحرافات الايجابية والسلبية، ومعرفة أسبابها واقتراح المعالجة المناسبة لها[2].

كما يعرف كذلك بأنه" مجموعة من الإجراءات التي تقارن بها النتائج المحققة للنشاط مع أهدافه المخطط لها، بهدف تبيان مدى انسجام تلك النتائج مع الأهداف المحددة لتقدير مستوى فعالية الأداء، كما يقارن عناصر مدخلات النشاط بمخرجاته للتأكد من أن الأداء قد تم بدرجة عالية من الكفاءة"[3].

ثانيا: القواعد الأساسية لتقييم الأداء

تتمثل القواعد الأساسية لتقييم الأداء فيما يلي:

1. **تحديد الأهداف**: هي الخطوة الأولى في عملية تقييم الأداء لذا يجب على المؤسسة تحديد أهدافها ودراستها قصد التعرف على مدى دقتها وواقعيتها، ولا يقتصر الأمر على الهدف العام للوحدة الاقتصادية إنما تتوسع لتشمل جميع الأهداف التفصيلية لها، والتي تصنف إلى أهداف قصيرة المدى وبعيدة المدى وأهداف رئيسية وأخرى فرعية.

---

[1] سعدي يحي، أوصيف لخضر، نفس المرجع السابق، ص 811.

[2] سحر طلال ابراهيم، **تقويم بطاقة اداء الوحدات الاقتصادية باستعمال بطاقة الأداء المتوازن**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الخامس والثلاثون، العراق، 2013، ص 348.

[3] عبادي محمد، سليم حمود، **استخدام المؤشرات الدولية لقياس الأداء والفعالية في أداء البنوك التجارية الجزائرية**، الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 11/10 نوفمبر 2009، ص 4.

2. **وضع الخطط التفصيلية لإنجاز العمل:** بعد تحديد الأهداف الواجب تحقيقها مستقبلا، يتم وضع الخطط التفصيلية للعمل لكل مجال من مجالات النشاط، بحيث تعكس السياسات الخاصة بالموارد اللازمة وكيفية الحصول عليها من ناحية، ومن ناحية أخرى يتم تحديد الكيفية التي تستخدم بها تلك الموارد بشكل يحقق أقصى عوائد ممكنة[1].
3. **تحديد مراكز المسؤولية:** حيث يتم وضع لكل قسم من أقسام المؤسسة مسؤول خاص من أجل الرقابة والإشراف في عملية تقييم الأداء هنا تتطلب إيضاح اختصاصات كل من مركز مسؤولية، وكذلك بيان العلاقات التنظيمية التي تربط هذه المراكز ببعضها البعض، ومدى تأثير نشاط كل مركز على أنشطة المراكز الأخرى، كما يسهل ركن تحديد مراكز المسؤولية في عملية الكشف عن الانحرافات وتفسيرها بغرض التعرف على أسبابها والمراكز المسؤولة عنها.
4. **تحديد معايير ومؤشرات واضحة للأداء** :وتتمثل في تحديد المعايير التي يتم على أساسها تقييم أداء المؤسسة الاقتصادية بأكملها أو على مستوى مراكز المسؤولية فيها، وهي أكثر صعوبة في الوقت نفسه وهذا في ظل وجود عدة معايير تؤخذ بعين الاعتبار عند المفاضلة بينها، مثل وجوب تحديد ماهية المعايير المختارة، كذلك اختيار المعايير المناسبة لدراسة مستوى الأداء، كما تختلف هذه المعايير من وحدة لأخرى وهذا حسب طبيعة نشاط كل وحدة[2].

ثالثا: مراحل عملية تقييم الأداء.

تتمثل مراحل عملية تقييم الأداء فيما يلي:

1. **جمع المعلومات الضرورية:** تعتبر المعلومات شيء ضروري وموردا أساسيا في عملية التقييم، حيث لا يمكن اتخاذ القرار دون توفر المعلومات الكافية وبالجودة العالية وفي الوقت المناسب، ويمكن الحصول على المعلومات من ثلاث مصادر وهي:

- ✓ **الملاحظة الشخصية:** تتمثل في نزول الملاحظين إلى ميدان العمل والملاحظة شخصيا ما يجري فيه، حيث يشعر هنا المسؤولون بالرضا على قيامهم بالملاحظة، فهذه الطريقة تعتبر من أقدم الوسائل للحصول على

[1] عمر تيمجغدين، **دور استراتيجية التنويع في تحسين اداء المؤسسة الصناعية**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2013، ص 62.

[2] المرجع السابق، ص 63.

المعلومة، مع كل هذا توجد فيها عدة عيوب كعدم قدرتها على تقديم معلومات كمية ودقيقة فضلا عن الوقت الكثير الذي تحتاجه الطريقة[1]؛

- ✓ **التقارير الشفوية:** تتمثل في سلسلة المحادثات واللقاءات التي تكون بين الرئيس ومرؤوسيه، حيث يتم من خلالها التعرف على أهم الانجازات والمشاكل التي تعترض مختلف الأعمال، وعموما هذا المصدر من المعلومات أحسن من الملاحظة الشخصية من حيث كم المعلومات وصحتها؛
- ✓ **التقارير الكتابية:** تقدم التقارير الكتابية معلومات ومعطيات كاملة في شكل إحصاءات مفصلة، ولها عدة أنواع فبعضها وصفية والبعض الآخر إحصائية، ومن مصادر المعلومات الكتابية نجد: الميزانية، جدول حسابات النتائج...إلخ[2].

2. **قياس الأداء الفعلي:** هي المرحلة الثانية من عملية التقييم، حيث تمكن هذه المرحلة المؤسسة من قياس كفاءاتها وفعاليتها، وذلك من خلال اختيارها لمجموعة مؤشرات ومعايير وعليه فإن قياس الأداء يهدف إلى التشخيص ويمكن أن يتبنى من خلاله الانحرافات إن وجدت[3].
3. **اتخاذ القرار المناسب عن نتائج التقييم:** في كون نشاط الوحدة المنفذ كان ضمن الأهداف المخططة، وإن الانحرافات التي حصلت في النشاط قد حصرت جميعها، وأن أسبابها قد حددت، والحلول اللازمة لمعالجة هذه الانحرافات قد اتخذت والخطط قد وضعت للسير بنشاط الوحدة نحو الأفضل في المستقبل.
4. **تحديد المسؤوليات ومتابعة العمليات التصحيحية للانحرافات:** هي التي حدثت في الخطة الإنتاجية، وتغذية نظام الحوافز بنتائج التقييم وتزويد الإدارات التخطيطية والجهات المسؤولة عن المتابعة بالمعلومات والبيانات التي تمخضت عن عملية التقييم للاستفادة منها في رسم الخطط القادمة وزيادة فعالية المتابعة[4].

---

[1] عادل عشي، نفس المرجع السابق، ص 16.

[2] المرجع السابق، ص 17.

[3] ادريس ثابت عبد الرحمان، المرسي جمال الدين محمد، **الإدارة الاستراتيجية مفاهيم ونماذج تطبيقية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص478.

4 فؤاد مجيد كرخي، **تقويم الأداء في الوحدات الاقتصادية لمستخدم البيانات المالية**، الطبعة الأولى، دار المنهج للنشر، عمان، الأردن،2001، ص32.

رابعا: اهداف تقييم الأداء

يشمل الهدف العام لعملية تقيم الأداء في التأكد من أن الأداء الفعلي يتم وفقا للخطط الموضوعة، وهناك أهداف أخرى لعملية تقييم الأداء وتتمثل أهدافه فيما يلي[1]:

- تخفيض معدل مخاطر الأخطاء عند وضع الخطط؛
- تحديد مراحل التنفيذ ومتابعة التقدم في الخطط والاستراتيجيات؛
- توجه الجهود اللازمة لتنفيذ الخطط؛
- الوقوف على الحصول على أفضل عائد ودفع حركة التنمية حيث أن تحقيق التنمية يتم عادة من خلال التوسيع وإقامة المنظمات الجديدة، بالإضافة الى زيادة قدرة وكفاءة المنظمات الموجودة والقائمة فعلا؛
- التأكد من سيرورة التطورات الاقتصادية، والاجتماعية طبقا لأهداف المرسومة مقدما؛
- تحقيق التعاون بين الوحدات والأقسام التي تشارك في التنفيذ؛
- الكشف عن مواطن الخلل والضعف في نشاط المؤسسة وإجراء تحليل شامل لها، بهدف وضع الحلول المناسبة لها وتصحيحها؛
- الوقوف على مدى كفاءة استخدام الموارد المتاحة بطريقة رشيدة.

[1] المنظمة العربية للتنمية الإدارية، **قياس وتقييم الأداء كمدخل لتحسين جودة الأداء المؤسسي**، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة،2009، ص 111.

المبحث الثاني: ماهية الأداء المالي

يعد مفهوم الأداء المالي خصوصا من أكثر المفاهيم الاقتصادية سعة وشمولا، لذلك يعتبر من المفاهيم التي حظيت باهتمام الكثير من الباحثين والمفكرين والمحللين الماليين والاقتصاديون بمختلف اتجاهاتهم العلمية.

ولأهمية الأداء المالي في المؤسسة سنحاول التطرق من خلال هذا المحور إلى مفهوم الأداء المالي، العوامل المؤثرة فيه ومعاييره.

المطلب الأول: مفهوم الأداء المالي

الأداء المالي هو أحد الأنواع الأساسية للأداء في المؤسسة والذي له أهمية بالغة في تشخيص الوضعية المالية للمؤسسة وذلك من أجل معرفة مدى قدرتها على تحقيق أهدافها، الذي يتم من خلال استخدام المؤشرات والنسب المالية بالإضافة إلى لوحة القيادة والتي تعتبر أداة فعالة في عملية تقييم الأداء الفعلي للمؤسسة.

أولا: تعريف الأداء المالي

التعريف الأول: يعرف محمد محمود الخطيب الأداء المالي على أنَّه المفهوم الضيق لأداء المؤسسات حيث يركز على استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى انجاز الأهداف، ويعبر الأداء المالي عن أداء المؤسسة حيث أنه هو الداعم الأساسي للأنشطة المختلفة التي تمارسها المؤسسة، ويساهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد المؤسسة بفرص استثمارية مختلفة[1].

التعريف الثاني: كما يعرف على أنه تشخيص الصحة المالية للمؤسسة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء القيمة المضافة ومجابهة المستقبل من خلال الاعتماد على الميزانية المالية وجدول حسابات النتائج وكذلك باقي القوائم المالية، ولكن لا جدوى من ذلك إذا لم يؤخذ الظرف الاقتصادي والقطاع الصناعي الذي تنتمي إليه المؤسسة الناشطة في الدراسة، وعلى هذا الأساس فإن تشخيص الأداء يتم بمعاينة المردودية الاقتصادية للمؤسسة ومعدل نمو الأرباح[2].

---

[1] محمد محمود الخطيب، **الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات**، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 45

[2] دادن عبد الغني، **قياس و تقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية نحو إرساء نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية حلة بورصتي الجزائر وباريس**، أطروحة دكتوراه؛ جامعة الجزائر 03، 2007 ، ص 36.

التعريف الثالث: وعرف السيد فرحات جمعة الأداء المالي بأنه: مدى مساهمة الأنشطة في خلق القيمة أو الفعالية في استخدام الموارد المالية المتاحة من خلال بلوغ الأهداف المالية بأقل التكاليف المالية[1].

التعريف الرابع: ويعرف أيضاً بأنه مدى قدرة المؤسسة على الاستغلال الأمثل لمواردها ومصادرها في الاستخدامات ذات الأجل الطويل وذات الأجل القصير من أجل تشكيل الثروة.

هناك من يعرف الأداء المالي على أنه استغلال الموارد المالية المتاحة للمؤسسة بطريقة تمكنها من تحقيق أهداف الوظيفة المالية وهذا ما يتوقف على السياسة المالية التي تنتهجها المؤسسة والتي تظهر جليا من خلال[2]:

- ✓ تركيبة ميزانيتها المالية من أصول وخصوم ومدى قدرتها على تمويل استثماراتها، إذ أن عدم قدرتها على تمويل هذه الأخيرة سيؤثر دون شك على أدائها المالي؛
- ✓ درجة اعتمادها على الديون قصيرة الأجل ومعدل دوران دورة الاستغلال، ومدى قدرتها على الوفاء بالتزاماتها تجاه مورديها بنسبة كبيرة على الديون قصيرة الأجل في ظل معدل دوران بطئ لدورة الاستغلال سيؤدي في النهاية إلى خلق مشاكل ينتج عنها انخفاض مستوى الأداء المالي؛
- ✓ حجم السيولة المتوفرة لديها، فإذا كانت تعاني عجزاً فهذا يؤدي إلى زيادة ديونها مما ينتج عنه انخفاض في الأداء، أما في حالة توفرها على فائض مع قدرتها على استغلاله أحسن استغلال من خلال توظيفه لتحقيق فرص ربح إضافية تسمح برفع مستوى الأداء المالي.

كما يعني الأداء المالي تسليط الضوء وفحص المحاور التالية من خلال عملية التحاكي[3]:

- ➢ العوامل المؤثرة في المردودية المالية.
- ➢ أثر السياسات المالية المتبناة من طرف المسيرين على مردودية الأموال الخاصة.
- ➢ مدى مساهمة معدل نمو المؤسسة في إنجاح السياسة المالية وتحقيق فوائض من الأرباح.
- ➢ مدى تغطية مستوى النشاط للمصاريف العامة.

---

[1] بلعطار زوليخة، **أثر إدراج الشركات في البورصة على أداءها المالي**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيي، جيجل، 2015/2014، ص77.

[2] قلو رفيق، **دراسة أثر التمويل الإسلامي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة الجزائر**، مذكرة ماجستير، جامعة المدية، غير منشورة، 2010-2011، ص 133.

[3] دادن عبد الغني، نفس المرجع السابق، ص 36.

من خلال ما تم عرضه من تعاريف يمكن أن نعرف الأداء المالي على أنه " **قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها المسطرة وذلك من خلال الاستغلال الأمثل لمواردها لمالية المتاحة بكفاءة و فعالية**".

وعليه فإن الأداء المالي يتسم بـــ[1]:

- الأداء المالي أداة تعطي صورة واضحة على الوضع المالي القائم في المؤسسة الاقتصادية؛
- الأداء المالي يحفز الإدارة لبذل المزيد من الجهد بتحقيق أداء مستقبلي أفضل من سابقته؛
- الأداء المالي أداة تدارك الانحرافات والمشاكل التي قد تواجه المؤسسة، وتحديد نقاط القوة والضعف؛
- الأداء المالي آلية أساسية وفعالة لتحقيق أهداف المؤسسة.

ثانيا: أهمية وأهداف الأداء المالي

1. **أهمية الأداء المالي**: تنبع أهمية الأداء المالي بشكل عام في أنه يهدف إلى تقييم أداء المؤسسات من عدة زوايا وبطريقة تخدم مستخدمي البيانات ممن لهم مصالح مالية في المؤسسة لتحديد جوانب القوة والضعف في المؤسسة والاستفادة من البيانات التي يوفرها الأداء المالي لترشيد القرارات المالية للمستخدمين.

وتنبع أهمية الأداء المالي أيضاً وبشكل خاص في عملية متابعة أعمال المؤسسة وتفحص سلوكها ومراقبة أوضاعها وتقييم مستويات أدائها وفعاليته وتوجيه الأداء نحو الاتجاه الصحيح والمطلوب من خلال تحديد المعوقات وبيان أسبابها واقتراح إجراءاتها التصحيحية وترشيد الاستخدامات العامة للمؤسسة واستثماراتها وفقاً للأهداف العامة للمؤسسة، والمساهمة في اتخاذ القرارات السليمة للحفاظ على استمرارية وبقاء المؤسسة[2].

2. **أهداف الأداء المالي**: يمكن للأداء المالي أن يحقق للمستثمرين الأهداف التالية[3]:

- يمكن المستثمر متابعة ومعرفة نشاط المؤسسة وطبيعته، كما يساعد على متابعة الظروف الاقتصادية والمالية المحيطة، وتقدير تأثير أدوات الأداء المالية من ربحية وسيولة ونشاط والمديونية على سعر السهم؛
- يساعد المستثمر في إجراء عملية التحليل والمقارنة وتفسير البيانات المالية وفهم التفاعل بين البيانات لاتخاذ القرار الملائم لأوضاع المؤسسة؛

[1] نوبلي نجلاء، **استخدام أدوات المحاسبة الادارية في تحسين اداء المالي للمؤسسة الاقتصادية**، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014، ص-ص **145 146**.

[2] محمد محمود الخطيب، نفس المرجع السابق، ص ص 46-47.

[3] المرجع السابق، ص 47.

ومنه فإن الموضوع الأساسي للأداء المالي هو الحصول على معلومات تستخدم لأغراض التحليل المناسبة لصنع القرارات واختيار السهم الأفضل من خلال مؤشرات الأداء المالي للمؤسسة.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على الأداء المالي

هناك عدة عوامل داخلية إدارية وفنية مؤثرة على الأداء المالي والتي سنلخصها فيما يلي[1]:

1. **الهيكل التنظيمي**: هو الوعاء أو الإطار الذي تتفاعل فيه جميع المتغيرات المتعلقة بالشركات وأعمالها، ففيه تتحدد أساليب الاتصالات والصلاحيات والمسؤوليات وأساليب تبادل الأنشطة والمعلومات، حيث يتضمن الهيكل التنظيمي في الكثافة الإدارية هي الوظائف الإدارية في المؤسسات والتمايز الرأسي وهو عدد المستويات الإدارية في المؤسسة وأما التمايز الافقي فهو عدد المهام التي نتجت عن تقييم العمل والاستثمار الجغرافي من عدد الفروع والموظفين[2].

ويؤثر الهيكل التنظيمي على أداء المؤسسات من خلال المساعدة في تنفيذ الخطط بنجاح عن طريق تحديد الأعمال والنشاطات التي ينبغي القيام بها ومن تم تخصيص الموارد لها بالإضافة إلى تسهيل تحديد الأدوار للأفراد في المؤسسة والمساعدة في اتخاذ القرارات ضمن المواصفات التي تسهل لإدارة المؤسسة اتخاذ القرارات بأكثر فعالية وكفاءة.

2. **المناخ التنظيمي**: هو شفافية التنظيم واتخاذ القرار بأسلوب الإدارة وتوجيه الأداء وتنمية العنصر البشري، أي إدراك العاملين أهداف المؤسسة ومهامها ونشاطاتها مع ارتباطها بالأداء، ويجب أن يكون اتخاذ القرار بطريقة عقلانية وعلى الإدارة أن تشجع الموظفين على المبادرة الذاتية أثناء الأداء، حيث يقوم المناخ التنظيمي عل ضمان سلامة الأداء بصورة إيجابية وكفاءته من الناحيتين الإدارية والمالية، وتقديم معلومات لمتخذي القرارات لتحديد صورة للأداء والتعرف على مدى تطبيق الإداريين للمعايير الأداء عند التصرف في أموال المؤسسة[3].
3. **التكنولوجيا**: هي عبارة عن الأساليب والمهارات والطرق المعتمدة في المؤسسة لتحقيق الأهداف المنشودة والتي تعمل على ربط المصادر بالاحتياجات، ويندمج تحت التكنولوجيا عدد من أنواع مثل تكنولوجيا

[1] زبيدي البشير، **دور التقارير المالية في تحسين الأداء للمؤسسة دراسة ميدانية في مجمع صيدال**، مذكرة ماجستير، جامعة البليدة، 2011، ص72.

[2] محمد محمود الخطيب، نفس المرجع السابق، ص ص 48- 49.

[3] زبيدي البشير، نفس المرجع السابق، ص 73

الإنتاج حسب الطلب، والتي تكون وفقا للموصفات التي يطلبها المستهلك. وتكنولوجيا الإنتاج المستمر والتي تلتزم بمبدأ الاستمرارية، وتكنولوجيا الدفعات الكبيرة.

وعلى المؤسسة تحديد نوع التكنولوجيا المناسبة لطبيعة أعمالها والمنسجمة مع أهدافها وذلك بسبب أن التكنولوجيا من أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات والتي لابد لهذه المؤسسات من التكيف مع التكنولوجيا واستيعابها وتعديل أدائها وتطويره بهدف الموائمة بين التقنية والأداء، وتعمل التكنولوجيا على شمولية الأداء لأنها تغطي جوانب متعددة من القدرة التنافسية وخفض التكاليف والمخاطر بالإضافة إلى زيادة الأرباح والحصة السوقية[1].

4. **الحجم**: يقصد بالحجم هو تصنيف المؤسسات إلى مؤسسات صغيرة أو متوسطة أو كبيرة الحجم حيث يوجد عدة مقاييس لتصنيف أو قياس حجم المؤسسة منها: إجمالي الموجودات أو إجمالي الودائع، إجمالي المبيعات، إجمالي القيمة المضافة.

ويعتبر الحجم من العوامل المؤثرة على الأداء للمؤسسات، فقد يشكل الحجم عائقا على أداء المؤسسة حيث أن زيادة الحجم فإن عملية إدارة المؤسسة تصبح أكثر تعقيدا ومنه يصبح أداؤها أقل فعالية، وبشكل إيجابي من حيث أنه كلما زاد حجم المؤسسة يزداد عدد المحللين الماليين المهتمين بالمؤسسة وأن سعر المعلومة للوحدة الواحدة الواردة في التقارير المالية يقل بزيادة حجم المؤسسة، وقد أجريت عدة دراسات حول علاقة الحجم بأداء المؤسسات تبين من خلالها أن العلاقة بين الحجم والأداء علاقة طردية[2].

المطلب الثالث: معايير الأداء المالي

هناك أربعة معايير رئيسية للأداء المالي تتمثل في[3]:

1. **المعايير المستهدفة**: تستوحى هذه المعايير من البيانات التي توضع في الخطة ويمكن للمحلل أن يقارن ما هو متحقق فعلى وما هو مخطط له أن يحصل أو أن يتحقق، فإذا كانت نسبة الربحية المخططة على سبيل المثال (الربحية التجارية) 20% فإن نسبة الربحية المتحققة فعلا والتي نفترض أن تكون 18% تعني أن الربحية المتحققة أقل مما هم مخطط له.

[1] محمد محمود الخطيب، نفس المرجع السابق، ص 50.

[2] المرجع السابق، ص51.

[3] عبد الستار مصطفى الصياح، سعود جايد مشكور العامري، **الادارة المالية أطر نظرية وحالات عملية**، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2003، ص54.

2. المعايير الصناعية: تعتمد هذه المعايير على المؤشرات التي يتفق عليها من قبل المؤسسات التي تعمل داخل الصناعة الواحدة، المتمثلة عادة في النشاط، حيث تقوم معظم المؤسسات في العالم أن لم يكن كلها بوضع معايير ومؤشرات أو نسب يمكن من خلالها الحكم على وضع المؤسسة، أو مقارنة الوضع الحقيقي للمؤسسة مع هذه المعايير ومن ثم يطلق عليها المعايير الصناعية.

3.المعايير التاريخية: تعتمد هذه المعايير أيضاً على مجموعة المؤشرات المالية التاريخية لسنوات سابقة لنفس المؤسسة ومقارنتها مع النتائج الحالية، فمثلا تتم مقارنة نسبة العائد على الاستثمار أو نسبة السيولة للعام الحالي وتقييمه مع السنوات السابقة وملاحظة مدى تطور هذه النسب نحو الأحسن أو الأسوأ. وهي تعبر عن مجموعة المعايير المتولدة داخل المؤسسة والمقبولة من قبل المحلل للمقارنة[1].

4.المعايير القطاعية: يستفيد المحلل المالي بدرجة كبيرة من المعايير القطاعية في رقابة الأداء، وهي معايير تمثل متوسط لأداء القطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة، خاصة وأن المؤسسات تتشابه في العديد من الصفات والخصائص[2].

[1] عدنان نايه النعيمي وآخرون، **الادارة المالية النظرية والتطبيق**، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن، 2007، ص102.

[2] أسعد حميد العلي، **الادارة المالية أسس العملية والتطبيقية**، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2012، ص78.

المبحث الثالث: علاقة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية بتحسين الأداء

إن التطور الذي شهده العالم في مجال التجارة الإلكترونية أدى لارتباطه بالمحاسبة المالية لما له من مزايا كثيرة لم تكن موجودة في التجارة التقليدية أو أنها لم تكن تحقق النتائج المرجوة، فمثلا تؤدي لتحسين أداء المؤسسات لما له من أهمية عند المؤسسات وذلك من خلال الكفاءة والفعَّالية.

المطلب الأول: أثر كفاءة المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على تحسين الأداء

قبل التطرق إلى أثر كفاءة المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على تحسين الأداء نتعرف أولا على الكفاءة في الأداء التي هي الحصول على أكبر كمية من المخرجات (النتائج) باستخدام أقل كمية أو تكلفة (الموارد والوسائل)، بمعنى آخر إبقاء التكاليف في حدودها الدنيا والنتائج في حدودها القصوى، لذلك فالكفاءة مفهوم يربط بين المدخلات والمخرجات، فكلما كانت زيادة المخرجات أكبر من المدخلات تم الحكم على المؤسسة بأنها ذات كفاءة[1].

إن محاسبة التجارة الإلكترونية تلعب عدة أدوار استراتيجية، منها تحسين الكفاءة التشغيلية بأقل تكلفة ممكنة مع إعطاء أفضل أداء ونوعية ممكنة من خلال ربط عمليتها التشغيلية ضمن شبكة من نظم المعلومات بحيث يزداد تأكيد المعلومات ودقتها بينهم واختصار الوقت، تقليل التكلفة وبالتالي تحقيق الكفاءة، وتعم الفوائد على جميع الأطراف، كما أن نظم المعلومات تساعد في بناء قاعدة المعلومات الاستراتيجية التي تستخدم أساساً في الغرض الرئيسي لنظم المعلومات، إلا أن هذه القاعدة تستخدم في العديد من وظائف المؤسسة كالتسويق مثلا وعلى مستوى التخطيط الاستراتيجي وإيجاد أساليب أفضل لإبقاء عملائها و مورديها معها، وتحقيق نمو أكثر فاعلية في الخدمات التجارة الإلكترونية وتغطية جميع نشاطاتها و واجباتها اليومية وتوفير أفضل المعلومات الدقيقة لدعم عملية صناعة قراراتها المالية السليمة.

إن الحكم على كفاءة الأداء المالي سواء على مستوى المؤسسة ككل أو على مستوى الأنشطة الداخلية لها لا تتم إلا من خلال دراسة الأرقام والمؤشرات ومقارنتها حتى تتمكن من متابعة أعمالها ومراقبة أوضاعها وتقويم مستويات إنجازها ضمن الإطار الصحيح والتأكد من أن المؤسسة تحقق أهدافها بكفاءة وفعالية.

[1] شوقى السيد فوده، سيد عبد الفتاح سيد، **أثر كفاءة وفعالية نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية**، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد السادس، يناير 2019، جامعة كفر الشيخ، مصر. ص ص 381 -.382

اختلف الباحثون حول طبيعة العلاقة بين كفاءة نظم المعلومات المحاسبية وتقييم الأداء حيث يروا أن هناك تأثير إيجابي لكفاءة المعلومات المحاسبية الإلكترونية على الأداء في المؤسسات وذلك يرجع إلى:

- تؤثر كفاءة المقاييس المالية على الأداء وغير المالية على قياس الأداء الاستراتيجي في المؤسسات؛
- تساهم نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية فى تطوير النظم المحاسبية مما تؤثر في تحقيق الكفاءة في المؤسسة؛
- المعلومات المنتجة من نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية يمكن من الاعتماد عليها لمستخدمي النظام؛
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات على العاملين في المؤسسة من حيث تخفيض إعداد القوى العاملة على كافة المستويات، وزيادة مهارات العاملين وتوفير فرص عمل إضافية لهم وتخفيض حجم العمل الملقى على عاتقهم وتساعد المدراء على وضع استراتيجيات طويلة المدى؛
- يكون للعوامل التنظيمية، وإدخال نظام البرامج الحاسوبية والعوامل البيئية تأثيرا مباشراً على كفاءه نظم المعلومات المحاسبية المعمول بها في المؤسسة.

ولتحقيق الكفاءة المطلوبة في أنشطة البنوك وعملياتها لابد من وجود نظام رقابي وهذا الأمر لن يتوافر إلا بوجود نظم معلومات محاسبية قادرة على المساعدة في إيجاد نظام رقابة متين وفعال وكفء، قادر على متابعة العمليات التشغيلية أولا بأول والتقرير عن كفاءتها وفعاليتها حيث أن نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسة ورقابتها على العمليات التشغيلية مرتبطان ببعضهما ارتباطا وثيقا ،و كذلك توفير المعلومات المطلوبة عن مدى الالتزام بالقوانين والتعليمات مما يمكن الإدارة من الوقوف على حقيقة الوضع واتخاذ الإجراءات المناسبة من أجل تحقيق أعلى درجات الكفاءة الإنتاجية في المؤسسات.

ومن خلال ما سبق يتضح لدى الباحثون أن كفاءة نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية تؤثر على تحسين تقييم الأداء في المؤسسات.

المطلب الثاني: أثر فعالية المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على تحسين الأداء

إن الهدف الأساسي لنظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية في المؤسسات هو إنتاج وتوصيل المعلومات للأطراف المستفيدة سواء كانت داخلية أو خارجية، وبالتالي يجب إعداد هذه النظم بما يلائم حاجات ومتطلبات البنوك التجارية من المعلومات المحاسبية.

ونظراً لكون نظم المعلومات المحاسبية نظماً مفتوحة تتأثر وتؤثر في البيئة التي تعمل في نطاقها، ونظراً لكون هذه النظم تمثل نظماً رئيسية للمؤسسات بما تقدمه من بيانات ومعلومات تفيد بها العديد من الأطراف ذات العلاقة من داخل المؤسسة وخارجها، فإن المحافظة على فعاليتها وكفاءتها تمثل هدفا رئيسا للمؤسسة.

ولما كانت الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) واقعاً مفروضاً في عالم الأعمال بما تحمله في طياتها من نقاط إيجابية وأخرى سلبية تنعكس على نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسات، فإن المؤسسات مطالبة بالسعي الحثيث لمواكبة التطورات التكنولوجية وادخلاها ضمن اهتماماتها مع المحافظة على فعالية وكفاءة معلوماتها المحاسبية و تجنيبها سلبيات الأعمال الإلكترونية المتمثلة في ضعف الموثوقية **(Reliability)** وعدم توفر الأمان **(Security)**.

ونظرا لارتباط مفهوم الأداء بمدى النجاح في تحقيق الأهداف المحددة، فإن تحقيقها يرتبط بمفهومين الكفاءة والفعالية في المؤسسة وتختلف الكفاءة والفعالية بمدى النجاح في تحقيق تلك الأهداف، فالفعالية في الأداء هي النسبة بين النتائج المحققة والأهداف الموضوعة مسبقا ولهذا فكلما كانت النتائج قريبة من الأهداف كانت المؤسسة فعالة ، ويوجد علاقة كبيرة جداً بين الكفاءة والفعالية فقد تكون المؤسسة فعالة وليست كفؤة أو العكس لكن تبحث المؤسسة دائما على وجود توافق بين الكفاءة والفعالية، و إذا نظرنا إلى الفعالية على أنها قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها، فإن الكفاءة تعتبر مدخل هام في تحقيق الفعالية[1] ، لذا يمكن أن نستنتج الاتي:

- ✓ الكفاءة لا تعادل الفعالية بل تعد أحد عناصرها؛
- ✓ الكفاءة ليست شرطاً كافياً للفعالية ولكنها مطلباً ضروريا؛

يوجد تأثير لنظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية على تحسين الأداء المالي في المنظمات، أي أن فعالية نظم المعلومات المحاسبية تؤدى إلى تحسين الأداء وذلك يرجع إلى:

- وجود علاقة طردية بين نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية وبين تحسين تقييم الأداء في المؤسسات؛
- تساعد نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة على السجلات والدفاتر المحاسبية؛

[1] شوقى السيد فوده، سيد عبد الفتاح سيد، نفس المرجع السابق، ص ص 383-384.

- تعمل نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية على تحسين وزيادة ربحية للمؤسسات؛
- تساعد نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية في توفير الخدمات الإلكترونية واستخدام الحاسب الآلي مع وجود درجة عالية من التكامل الوظيفي بين الإدارة والإدارات العاملة في المؤسسة بجميع اقسامها؛
- أن نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية تتميز بالسرعة والدقة في إعداد التقارير المالية.

لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات المتمثلة في نظم المعلومات المحاسبية ومن خلال أشكالها العصرية والمتطورة، المتسارعة والمتغيرة والمتعددة في جعل كل من يرغب في الدخول في النظام العالمي الجديد أن يبحث، وينشئ مقومات وآليات تساعده في خوض هذا السباق، ويمكن القول بأن هذه الشبكة قد ألغت الحدود بين الدول حيث يمكن للعميل إتمام عملية الشراء.

ويتضح لدى الباحثون أنها وجد أثر لفعالية نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية على تحسين تقييم فعالية الأداء في المؤسسات.

خلاصة الفصل:

يعتبر الأداء المالي نوعا مهما من الأداءات في المؤسسة الاقتصادية، حيث يمثل مدخلا أساسيا لتحديد مدى نجاح أو فشل القرارات المالية ومدى الفعالية والكفاءة في استخدام الوسائل المالية المتاحة، خلال فترة معينة من النشاط.

يلتزم الأداء المالي بعدة معايير، من أهمها التاريخية والمطلقة والقطاعية وكذا المستهدفة، بحيث تسمح المقارنة بين الأداء الفعلي وهذه المعايير بتحديد الانحرافات وتفسير أسبابها، ما يمكن إدارة المؤسسة من اتخاذ القرارات والإجراءات التصحيحية اللازمة لتحسين هذا الأداء (وغيره)في المستقبل.

يتأثر الأداء المالي بعدة عوامل مثل الهيكل والمناخ التنظيمي للمؤسسة، والتكنولوجيا المستعملة من قبلها وحجمها وظروف السوق والمنافسة والأوضاع الاقتصادية العامة المحيطة بها، ويستمد الأداء المالي أهميته من الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها والتي ترمي إلى تأمين بقاء المؤسسة واستمرارها في النمو.

وترتكز عملية تقييم الأداء المالي على عدة أركان أساسية تشمل ضرورة وجود أهداف محددة له مسبقا وقياس المحقق منه ومقارنته بالمعايير الموضوعة له، ثم اتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة لتصحيح الأخطاء والتي تشوبه مما يسمح بتحسينه أكثر في المستقبل.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية لأثر المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على الأداء المالي للقرض الشعبي الجزائري

تمهيد:

لقد أصبحت البنوك ضرورة من ضروريات العصر الحديث لا تستطيع أن تستغني عن خدماتها أمة من الأمم، أو قطاع من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، وبغير العمليات البنكية لا يمكن أن تستمر المؤسسات التجارية والصناعية والزراعية في نشاطها، حيث تلعب البنوك التجارية دورا هاما في تحريك دواليب الاقتصاد من خلال وظائفها وعملياتها المصرفية، ونتيجة للتطورات التكنولوجية واتساع حجم التعاملات في التجارة الالكترونية التي يشهدها قطاع البنوك كان لازما عليها مواكبة هذه التطورات، وذلك من أجل الرفع من مستوى الأداء في البنوك التجارية من أجل تحقيق أكبر مردودية ممكنة، ونظرا للأهمية التي تلعبها البنوك في وقتنا الحاضر سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى تأثير المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية على الأداء المالي في بنك القرض الشعبي الجزائري، حيث سوف نتطرق إلى:

- ✓ **المبحث الأول**: واقع العلاقة بين البنوك العمومية والتجارة الإلكترونية في الجزائر؛
- ✓ **المبحث الثاني**: لمحة عن القرض الشعبي الجزائري؛
- ✓ **المبحث الثالث**: الدراسة الميدانية

المبحث الأول: واقع العلاقة بين البنوك العمومية والتجارة الإلكترونية في الجزائر

لقد شرعت الحكومة الجزائرية منذ مطلع عام 2006 في إصلاحات مصرفية عميقة من شأنها المساهمة في تطوير التجارة الإلكترونية والتسويق التجاري عبر شبكة الانترنت من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكتروني، والتي يأتي على رأسها بطاقة الدفع الإلكترونية العالمية، فهي تمكن صاحبها من الحصول على الخدمة أو شراء السلعة التي يرغب فيها عبر الانترنت من أي مكان في العالم وتحويل الأموال إلى البائع عن طريق إرسال المعلومات البنكية عبر البريد عن طريق إرسال المعلومات البنكية عبر البريد الإلكتروني بشكل مشفر لضمان عدم قراءتها في حالة اعتراضها من طرف القراصنة المعلوماتيين[1].

المطلب الأول: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك العمومية الجزائرية

يتمثل دور البنك العمومي في الجزائر في تقديم الخدمات المالية المختلفة، خصوصا الخدمات الرقمية التي يقدمها عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بحيث باستطاعة المستهلك صرف نقوده الإلكترونية في المحلات، وكذا مواقع التجارة الإلكترونية، التي تتعامل بالنقد الإلكتروني لسداد الخدمات والمبيعات، فالبنوك العمومية الجزائرية باشرت في التعامل بالنقود الإلكترونية منذ بداية شهر مارس 2005.

لكنها لم تصل بعد إلى المستوى العالمي المطلوب لهذا فقد أنشأت الجزائر مشروع Réseau interbancaire spécialisé ومختصرها Ris لتعزيز التحول الرقمي بشكل آمن في القطاع البنكي، وهذا المشروع هو عبارة عن شبكة متخصصة مربوطة بين مختلف البنوك عبر كامل التراب الوطني، وهدفها التبادل وفق شكل مؤمن ومقنن بين مختلف المؤسسات المالية، ومن أهم الخدمات الإلكترونية المتاحة في البنوك العمومية هي البطاقة المصرفية للسحب والدفع.

1. بطاقة الخصم والائتمان: هما وسيلتين تمكنان المواطنين من عمليات الدفع لدى الجهات المصرفية التي يتطلب الحصول على خدماتها تسديد رسوم، أو مبالغ معينة للحصول على الخدمة، فهما بطاقتي دفع متبادلة وتفاعلية، تتيح للزبون تنزيل أي نموذج ورقي حكومي في شكل صورة رقمية على الخط، مع القيام بعملية تعبئة رقمية ثم إرساله من

[1] رشيد علام، **عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي–دراسة حالة الجزائر**، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، المملكة المتحدة، بريطانيا، 2010، ص 150.

جديد، فمثلا بمجرد دخول الراتب أو انتعاش الحساب بالأموال يتم الخصم بطريقة آلية باعتباره دين سابق[1].

وبمعنى آخر يمكن القول بأن بطاقة الخصم تستخدم في السداد عن طريق الخصم مباشرة من الحساب البنكي الخاص بالعميل، أما بطاقة الائتمان فتستعمل للسداد حتى وإن كان على مالكها ديون، وبالتالي في هذه الحالة هي عبارة عن قرض محدد بفترة زمنية.

2. البطاقة الذكية: تعرف هذه البطاقة انتشارا معتبرا في الجزائر لأنها تتسم بالمرونة مقارنة ببطاقتي الخصم والائتمان، فهي تحتوي على معالج يسمح بتخزين النقود من خلال البرمجة الأمنية، فهذه البطاقة ليست وسيطا بين البائع والمشتري والبنك كبطاقتي الخصم والائتمان، اللتان تنجزان عملهما على الحسابات البنكية بين البائع والمشتري، وإنما هي تشكل نموذجا للنقود الإلكترونية، وهذا ما لا تتميز به بطاقتي الخصم والائتمان[2].

المطلب الثاني: فوائد البنوك العمومية على التجارة الإلكترونية في الجزائر

تظهر لنا فوائد البنوك العمومية على التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال ما يلي[3]:

- خدمة التواصل مع العملاء عبر الانترنت من خلال تقديم البنك لخدماته المصرفية على الخط مباشرة؛
- تساعد شبكة الانترنت البنوك العمومية في تحويل خدماتها المصرفية التقليدية إلى خدمات مباشرة عبر الانترنت طيلة أيام الأسبوع ودون انقطاع؛
- تأسيس مواقع على شبكة الانترنت، تمكن البائعين من عرض منتجاتهم من خلالها، بحيث تكون متاحة للمشترين عن طريق زيارتها أو الاطلاع عليها في أي وقت؛
- التحقق من هوية أصحاب الحسابات مع البنوك الأخرى، وبالتالي تأكد طرفي عملية البيع (البائع والمشتري) من صلاحية الذين يتعاملون معهم، حيث يساهم ذلك في حماية العملاء أثناء ممارستهم لعميات التجارة الإلكترونية ضد مخاطر الاحتيال أو القرصنة؛

---

[1] عبد القادر عبان، **تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر–دراسة سوسيولوجية ببلدية الكاليتوس العاصمة**، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016/2015، ص 102.

[2] فيصل بهلولي، عفاف خويلد، **دور الحكومة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية من خلال التجارب الدولية–تجربة الولايات المتحدة الأمريكية نموذجا مع إمكانية التطبيق في الجزائر**، مداخلة مقدمة للمشاركة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول إصلاح الخدمة العمومية وتأهيل المرفق العام–الواقع، التحديات والآفاق، جامعة البليدة 02، الجزائر، يومي 17 و18 ديسمبر 2014، ص 16.

[3] ابرداشة فريد، عامر هني، **البنوك العمومية ودورها في تعزيز التجارة الإلكترونية في الجزائر: واقع وآفاق**، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد 08، جامعة الجلفة، 2019، ص 74.

- مساندة بعض لمؤسسات الصغيرة في تأسيس مواقع لها على شبكة الانترنت للمشاركة في التجارة الإلكترونية، وتدعيمها وبالتالي التقليل من الكتلة النقدية في السوق إلى أقصى حد ممكن؛
- تحصيل الفواتير بشكل إلكتروني، حيث يقوم البنك بتوزيع الفواتير على العملاء عبر شبكة الانترنت من أجل مراجعتها وسدادها، وبهذا يقوم البنك بتحصيل الأموال إلكترونيا وتسليم الحسابات لأصحاب الفواتير، دون أي تعامل ورقي؛
- تسهيل التبادل التجاري الإلكتروني بين الشركات، من خلا توفير المعلومات؛
- المساهمة في توزيع دائرة التجارة الإلكترونية من خلال دمج شبكة الانترنت وموقع البنك وآلة الصرف الآلي، مما يسهل ذلك في تطبيقات التجارة الإلكترونية.

المطلب الثالث: نظم التسوية المحاسبية للعمليات المالية للتجارة الإلكترونية

تعرف نظم المدفوعات والتسوية في التجارة الالكترونية بأنها الدورة الالكترونية المأمونة لنقل الأموال من المشتري إلى البائع عبر المؤسسات المالية وبأقل تكلفة ممكنة.

ويعتبر النظام المالي (البنوك) والوسطاء والأسواق المالية غير المصرفية بصفة عامة ونظم المدفوعات بصفة خاصة بمثابة البنية الأساسية المالية لعالم الأعمال الحديث حيث إن كل المعاملات المالية في مجال التجارة الالكترونية يصعب دفعها نقدا، لهذا فإن الدفع سوف يتم بتحويل الأموال من حساب المشتري إلى حساب البائع هذا إذا كان البائع والمشتري لهم حساب في نفس البنك ويتم هذا بسهولة أما إذا كان البائع والمشتري يستخدمون بنوك مختلفة وهذه هي الحالة العامة فإن عمليات التسوية أو تحويل الأموال يجب أن تتم من خلال نظم المدفوعات.

وتعمل نظم المدفوعات مثل عمل أي بنك من البنوك على أساس أن كل البنوك الأعضاء في نظام المدفوعات يكون لديها حسابات بودائع يمكن أن تستخدم كأرصدة تسوية في إطار النظام.

هذه المدفوعات بين البنوك الأعضاء تتم تسويتها في آن واحد بدائنية ومديونية الحسابات المعنية بذلك في بنوك الدفع والاستلام.

ووفقا لتلك الآلية فإنه لا توجد ثمة مشكلة يمكن أن يتعرض لها النظام المصرفي ولكن المشكلة تظهر في حالة المدفوعات كبيرة القيمة.

ولكن هناك ثلاثة أنواع لحل مشكلة نظم المدفوعات كبيرة القيمة عمليا وهذه الأنواع هي على النحو التالي:

1. **نظام التسوية الإجمالية للمعاملات(Real Time Gross Settlement (RTGS** : يعد نظام التسوية الإجمالية الفورية للمعاملات) RTGS) الصورة الوحيدة الأكثر وضوحا للتسوية الإجمالية الفورية التي تمد بتسوية آنية وبشكل نهائي بمجرد وصول أمر الدفع شرط أن تكون الأموال المتاحة كافية في حساب بنك الإرسال.

وتشير كلمة التسوية في آلية عمل هذا النظام إلى التحويل الفعلي للأموال من بنك الإرسال إلى بنك الاستلام وبشكل نهائي يعني أن تكون حتمية وعدم قابلية التسوية للإلغاء وبمعني أوضح أن التسوية هنا في هذا النظام تكون غير مشروطة وحتمية.

وفي نظام (RTGS) فإن الوقت الحقيقي Time Real تعني أن أوامر الدفع تكون منفذة وبشكل متواصل ومستمر في الحال عند دخولها النظام بينما التسوية الإجمالية تعني أن المبلغ الإجمالي لكل أمر دفع من الأموال يكون قد تم تحويله.

تشير الخبرة العملية إلى أن غياب التسوية الفورية للمعاملات وطول فترة التسوية يزيد من احتمالية عدم إتمام عملية التسوية بسبب إفلاس أحد أطراف التعامل أثناء العملية وقبل انجازها بشكل نهائي كما أن تأخر ومن ثم تراكم المعاملات عند أحد الأطراف من شأنه أن يؤثر على سرعة أداء النظام المالي كما يزيد من احتمالية تعرض الاقتصاد القومي كله لمخاطر أكبر في حالة إفلاس أحد المؤسسات المالية التي تراكمت لديه المعاملات.

كما أنه في حالة غياب التسوية الفورية فإن تراكم المعاملات لدي أحد الأطراف المدينة لغرفة المقاصة يمثل إعانة لها كما أن هذا التراكم يمثل ضريبة تفرض على الأطراف الذين لهم حقوق لدى غرفة المقاصة المركزية.

وينبغي أن تكون عملة التسوية سريعة وآنية ومستمرة على مدار الساعة يوميا وطوال أيام الأسبوع دون توقف وهذا ما يوفره نظام المدفوعات الفورية الإجمالية (RTGS) للنظام المالي[1].

2. **نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف Periodic Multilateral Netting System (Netting System):** وعلى العكس من نظام التسوية الفورية) RTGS) يظهر نظام التسوية الدورية(Netting

[1] حدوم ليلي، **أنظمة الدفع ما بين البنوك**، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2011-2012، ص 154.

System)وفيه لا تحدث التسوية فورا عند إرسال أوامر الدفع للنظام ولكن بشكل نمطي عند استلام النظام لأمر الدفع فورا بإرسال رسالة للمستلم في حالة ما إذا كان أمر الدفع وفقا للمعايير التي يضعها النظام ولكن التسوية الفعلية لا تنفذ.

وبعد الوقت المستقطع لإرسال رسائل الدفع ويقوم النظام بتقدير المدفوعات الصافية أو التزامات التسوية لكل شريك وإبلاغ كل شريك بالتزاماته وبعد ذلك تتم عملية تحويل الأموال وإنجاز التسويات وتنقسم عملية التسوية إلى جزئيين هما[1]

- **غرفة المقاصة:** حيث تسجل كل أوامر الدفع والتأكد ما إذا كانت تستوفي الشروط والقواعد الخاصة بالنظام وبعد ذلك يتم التنازل عنها للشركاء المستلمين. وفي نهاية اليوم تقوم غرفة المقاصة بتقدير التزامات التسوية الصافية لكل عضو وتخبر الأعضاء بها.
- **وكالة التسوية:** وهي التي تقوم بعد ذلك بتحويل الأموال فعليا وبذلك يتضح أن وظيفة غرفة المقاصة يمكن أن تكون مؤداه بواسطة أي مؤسسة مصرفية أو غير مصرفية خاصة أو حكومية على الجانب الأخر تمثل وكالة التسوية بين البنوك الأمر الذي يجعل البنك المركزي للقطر يقوم بهذا الدور.

وعلى الجانب الأخر من نظام(System Netting) نجد أن نظام(RTGS) يعمل عادة من خلال وكالة التسوية حيث يتطلب النظام الاستمرارية أو فورية التسوية لهذا فإنه في إطار نظام(RTGS) لا يجب عمليا فصل عمل النظام عن وكالة التسوية.

من خلال ما سبق نستطيع أن نحدد الفرق بين نظام التسوية الإجمالية ونظام التسوية الدورية:

- ✓ في نظام(RTGS) نجد أن كل أوامر الدفع يتم تسويتها بنفس سرعة إرسالها إلا أنه في نظام System) (Netting النظام يخبر المستلم ويحتفظ بكل أوامر الدفع خلال اليوم ولكن الأموال المحولة بالفعل يتم تحويلها في نهاية اليوم؛
- ✓ الفرق الأكثر أهمية في الفرق بينهما هو أن نظام(System Netting) لديه فقط نهاية مشروطة، ولكن لإنجاز العمليات في النظم الشبكية المنظمة جيدا أو أمر الدفع المرسلة للنظام لا يسمح لها بالإلغاء بمجرد قبولها بواسطة النظام ويتم التنازل عنها للبنوك المستلمة وهذا قائم على فرضية غياب فشل عملية التسوية.

[1] الرجع السابق ص 156.

3. نظام مدفوعات الإنتربنك لغرفة المقاصة Clearing House Interbank Payments System (CHIPS): في الولايات المتحدة الأمريكية يعتبر نظام المدفوعات الأكبر الخاص بمعالجة المدفوعات كبيرة القيمة هو نظام مدفوعات الإنتر بنك لغرفة المقاصة.

ويعتبر نظام**(CHIPS)** بمثابة نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف لنحو مائة بنك أمريكي وفروع أمريكية لبنوك تأسست خارج الولايات المتحدة الأمريكية في أكثر من خمسين قطر.

وتتبع ملكية نظام **(CHIPS)**القطاع الخاص المصرفي ويدار بواسطة البنوك الأعضاء في هيئة غرفة المقاصة بنيويورك ويتم الاتصال المباشر بين الأعضاء داخل النظام من خلال شبكة كمبيوتر حيث يتم تنفيذ نحو 3 تريليون دولار كمتوسط يومي وهي تعادل نحو 30 ضعف حجم عمليات التعامل منذ عقدين من الزمان وقد صمم النظام ليسهل تنفيذ أوامر الدفع بين البنوك الأعضاء فيه خصوصا المدفوعات الدورية المضمونة بواسطة معاملات الصرف الأجنبي[1].

وفي معظم الدول الأوربية نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف كان هو الاختيار السائد تاريخيا للمدفوعات كبيرة القيمة أما الآن كثير من البنوك المركزية في هذه الأقطار قد خططت إما لإدخال نظام **(RTGS)** أو تحويل الموجود من نظام (**NS)** إلى**(RTGS)** وذلك لمواجهة مخاطر التسوية بصفة خاصة الناجمة عن التفكك الشبكي في نظام التسوية الدوري متعدد الأطراف وفي النهاية يعتبر نظام (**CHIPS**) هو خليط من نظام التسوية الفورية ونظام التسوية الدورية.

[1] Leinonen, Harry e-Settlemen , **Financial Markets and Statistics**, Soon a reality ARTICLE PROPOSAL, 2005, p54.

المبحث الثاني: التعريف بالقرض الشعبي الجزائري

يعتبر القرض الشعبي الجزائري من أهم البنوك على المستوى الوطني لما له من أهمية اقتصادية واجتماعية، ويمكن تقديم القرض الشعبي الجزائري من خلال التطرق إلى نشأته وبعض المعلومات المتعلقة به.

المطلب الأول: التعريف بمجمع القرض الشعبي الجزائري ونشأته والهيكل التنظيمي له

سنتناول في هذا العنصر تعريف القرض الشعبي الجزائري وظروف نشأته وكذا هيكله التنظيمي[1].

أولا: تعريف مجمع القرض الشعبي الجزائري

يعتبر القرض الشعبي الجزائري CPA بنك ودائع يتم بإعطاء كل أشكال القروض بمختلف القطاعات، إن القرض الشعبي الجزائري يخضع للتشريع البنكي والتجاري، ويعتبر بنكا عاما وشاملا مع الغير، ويتخذ مقرا له في 02 نهج عميروش بالجزائر العاصمة، ولو فروع ووكالات أو مكاتب تبرر وتحقق نشاطه الاقتصادي.

يضم القرض الشعبي الجزائري 121 وكالة تشرف عليها 15 مجموعة استغلال، ويبلغ عدد الموظفين بالبنك 4515 عامل من بينهم 1259 متحصلين على شهادات جامعية من مدارس كبرى وقد تطور رأس ماله إلى 6.21 مليار سنة 2000 ورأسمالها الحالي 48 مليار دينار.

ومن بين الوكالات التي يضمها القرض الشعبي الجزائري المدية مقرها شارع كولونال بنعمار قصر البخاري المدية رأسمالها الحالي 52 مليار دينار.

ثانيا: نشأة القرض الشعبي الجزائري

أنشئ القرض الشعبي الجزائري CPA بمرسوم رقم 66 /366 الصادر بتاريخ 26 ديسمبر 1966 برأس مال قدره 15 مليون دج، حيث ورث النشاطات المصرفية عن:

- بنوك شعبية؛
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لجزائر BPCIA؛
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوران BPCIO؛

[1]- Source : http://www.cpa-bank.dz/ le 30 /04/2013, 09 :40

- البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة BPCIAN؛
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة BPCIC.
- شركة مارسيميا لإلقراض SMC؛
- الشركة الفرنسية لإلقراض والبنوك CFCB؛
- البنك الجزائري المصري.

وكانت مهامه عند إنشائه تتمثل في تمويل النشاطات الحرفية والفندقية والسياحية والصيد والنشاطات الملحقة به، والتعاونيات الإنتاجية غير الحرفية.

وفي سنة 1985 ساهم في إنشاء بنك التنمية المحلية، وذلك بتحويل 40 وكالة و550 عامل وإطار و89000 حساب عميل، وفي 24 أفريل 1990 تحصل بنك القرض الشعبي الجزائري على اعتماده بعد أن استوفى كل الشروط التي أقرها قانون النقد والقرض، ليصبح بذلك ثاني بنك شعبي يحصل على اعتماده من طرف مجلس النقد والقرض.

ثالثا: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري

يتكون الهيكل التنظيمي العام للقرض الشعبي الجزائري من:

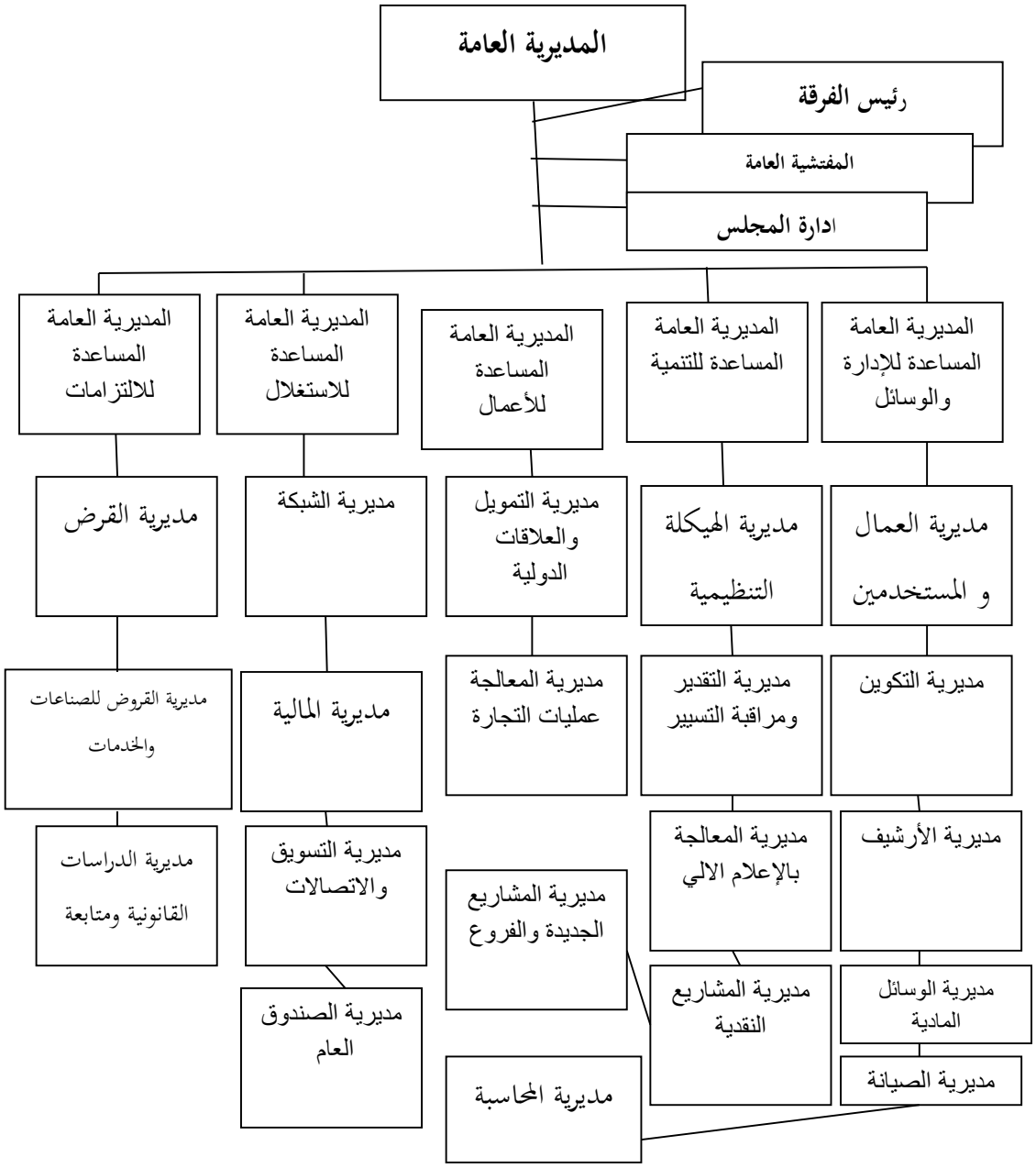
1. **رئاسة المديرية العامة:** إنَّ رئاسة المديرية العامة هي العضو المركزي في المديرية بحيث تقوم بعدة أدوار تتمثل في القيادة، التنسيق والمراقبة وفي الإطار فإنها تعمل على تطبيق استراتيجية المؤسسة وكذا مخططات العمل، فهي تتضمن لجنة المساهمة، رئاسة الفرقة إلى جانب المفتشية العامة، وكذا تحتوي على خمس مديريات مساعدة تتمثل في:
   - المديرية العامة المساعدة للإدارة والوسائل.
   - المديرية العامة المساعدة للتنمية.
   - المديرية العامة المساعدة للاستغلال.
   - المديرية العامة المساعدة للالتزامات.
   - المديرية العامة المساعدة للأعمال.
2. **رئاسة الفرقة:** هي هيئة استشارية تعمل لدى رئيس المديرية العامة.
3. **المفتشية العامة:** تقوم بالمراقبة الداخلية اتجاه هياكل البنك، وبمراعاة احترام الإجراءات والأوامر، وتقوم بتقديم

مختلف عمليات المراقبة الهرمية والوظيفية المعمول بها من طرف مختلف مراكز المسؤولية.

4. **خيمة المجلس**: تقوم بتطوير طرق قياس درجة الفعالية وأمن الدوائر ومعالجة المعلومات والعمليات والقرارات.

والمخطط التالي يوضح الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري:

شكل رقم(3-1): الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري CPA



المصدر:وكالة CPAالمدية

المطلب الثاني: التعريف بوكالة CPA المدية وخدماتها

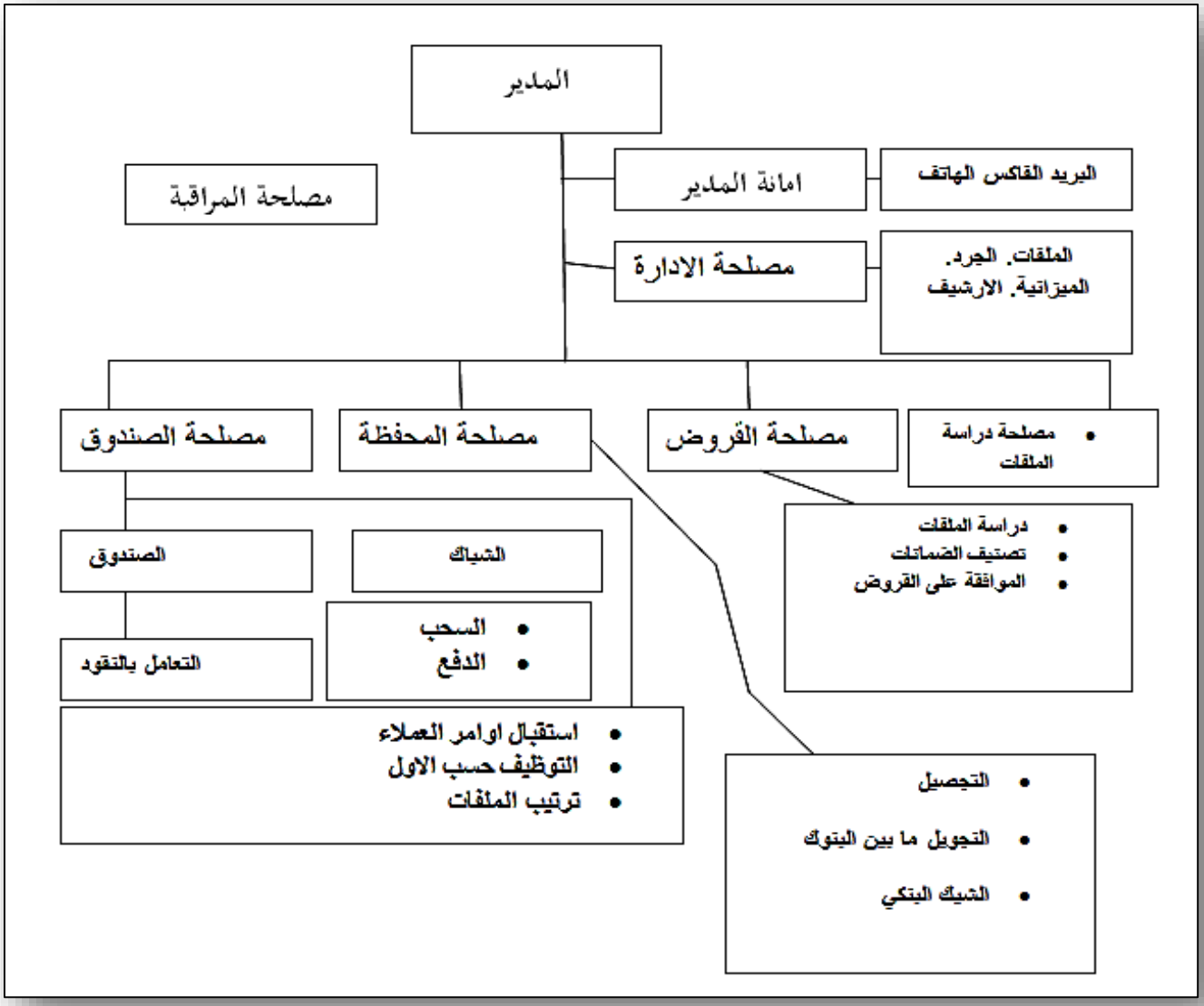
سوف نتعرض في هذا العنصر إلى التعريف بالوكالة وأهم الخدمات التي تقدمها.

1. **التعريف بالوكالة:** أنشئت وكالة القرض الشعبي الجزائري لولاية المدية سنة 1976، ومع التحولات الحاصلة في الاقتصاد الجزائري ومروره باقتصاد السوق، تطورت الوكالة من حيث حجمها وتنوع منتجاتها وانتقلت من الدرجة الثانية إلى الدرجة الأولى فأصبحت تقدم جميع الخدمات التي تقدمها البنك الأم، وتوظف الوكالة نحو 32 عامل وإطار.
2. **مهام القرض الشعبي الجزائري للمدية:** من أجل تحقيق الأهداف التي يسعى للوصول إليها القرض الشعبي الجزائري، يقوم بمجموعة من المهام أهما:

- توسيع نشاطات البنك فيما يخص التعاملات خاصة التجارة الخارجية تمويل جميع القطاعات ما عدا القطاع الفلاحي؛
- تقديم قروض بجميع أنواعها؛
- تقديم الخدمات البنكية الإلكترونية؛
- توفير خدمة البطاقات البنكية والبنك الإلكتروني؛
- توفير خدمة الحجز عبر الأنترنيت في الفنادق؛
- مواكبة التطورات الجديدة التي يشيدها العالم، وذلك بتطوير منتجات مصرفية، والاعتماد على التكنولوجيا في انتاج منتجات وخدمات مصرفية جديدة؛
- تنفيذ جميع العمليات المصرفية وفقا للقوانين المعمول بها؛
- توفير وتطوير شبكات جديدة، ووضع وسائل حديثة، وأجهزة وأنظمة معلوماتية،
- دراسة السوق المصرفية وتجزئتها حسب سلوك واحتياجات ورغبات زبائنه؛
- العمل على زيادة وتنمية الموارد بأقل التكاليف في ظل الإمكانيات المالية والنقدية المتاحة؛
- تحسين العلاقات مع الزبائن خاصة من خلال اللباقة، وحسن المعاملة من طرف موظفي البنك لهم؛
- تحسين نظام المعلومات من خلال توسيع استخدام الإعلام الالي.

ويقوم البنك بهذه المهام وفق المخطط التالي:

شكل رقم (3-2): الهيكل التنظيمي لوكالة CPA المدية



المصدر: وكالة CPA المدية

المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف وكالة القرض الشعبي الجزائري

بادر بنك القرض الشعبي الجزائري في تقديم الخدمات الإلكترونية عبر الإنترنت والمتمثلة في البطاقات البنكية عبر الصرفات الآلية، وخدمة البنك الإلكتروني.

أولا: البطاقات البنكية المقدمة من طرفCPA

يقدم بنك **CPA** مجموعة من البطاقات البنكية كبطاقة **CIB** بطاقة ما بين البنوك بنوعيها الكلاسيكية والذهبية وبطاقة فيزا الدولية[1].

1. بطاقة CIB بين البنوك: هي عبارة عن بطاقة سحب ودفع بين البنوك التي تعمل داخل التراب الوطني، يتم التعامل بها بالعملة المحلية الوطنية وهي كما قلنا نوعان الكلاسيكية تمنح لأصحاب الأعمال محدودة الدخل والموظفين الذين يتراوح دخلهم بين 18000 دج و70000 دج، أما الذهبية فتمنح للتجار و الأشخاص الذين يفوق دخلهم 80000 دج.

فالبطاقة البنكية CIB تسمح لصاحبها بالقيام بعمليات السحب والدفع معا وذلك على النحو التالي:

- **عمليات السحب:**
  - ✓ تتم عمليات سحب السيولة النقدية عن طريق أجهزة خاصة يوفرها البنك على مستوى الجدران الخارجية للوكالات مثل **GAB[2]،DAB[3]** وهي أكشاك تعمل على مدار 24 ساعة؛
  - ✓ عمليات السحب تتم في حدود المبالغ المتوفرة والمسموح بها من قبل البنك؛
  - ✓ على صاحب الحساب امتلاك الرصيد الكافي الذي يغطي عمليات السحب؛
  - ✓ في حالة امتلاك العميل لعدة بطاقات فإن البنك لا يشترط نوع البطاقة التي قام بالسحب من خلالها ولا رقمها، بل يشترط معرفة المبالغ المسحوبة فقط.
- عمليات الدفع:

[1] ياسمين فوضيلي، **دور النظام البنكي في تعميم استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر–دراسة حالة وكالة القرض الشعبي الجزائري**، مذكرة ماستر، جامعة أم البواقي، 2012–2013، ص ص 94–95.

[2] GAB : Guichet automatique bancaire.

[3] DAB : Distributeur automatique bancaire.

- ✓ البطاقة CIB هي بطاقة تسمح أيضا بدفع ثمن المشتريات من السلع والخدمات في حدود السقف المسموح به؛
- ✓ يشترط في عملية الدفع أن يكون التاجر منخرطا في الشبكة النقدية ما بين البنوك؛
- ✓ من خلال البطاقة يسمح صاحب الحساب للبنك بالتصرف في حسابه حسب التسجيلات والكشوفات والفواتير الواردة له من طرف التاجر بهدف تسويتها؛
- ✓ يقوم البنك شهريا بإرسال تقارير لصاحب الحساب تتضمن جميع التغيرات الحاصلة في حسابه.

2. بطاقة فيزا الدولية: هي بطاقة دولية للسحب والدفع وهي تحمل على وجهها علامة فيزا ونوع البطاقة ورقم اثباتها واسم ولقب صاحبها وتاريخ صلاحيتها، والاسم التجاري للقرض الشعبي الجزائري ورمزه وكذا لحمة مجسمة يكرر فيها رمز البنك، أما على ظهرها فتحمل إمضاء صاحبها ومساراتها المغناطيسية وعبارة استرجاعها في حالة ضياعها. وهي نوعان: بطاقة فيزا الذهبية وبطاقة فيزا الكلاسيكية.

تخول هذه البطاقة لصاحبها:

- ✓ داخل التراب الوطني بتسديد قيمة المشتريات من السلع والخدمات لدى المحلات الموضوعة تحت الرقابة الجمركية داخل التراب الوطني؛
- ✓ في الخارج بتسديد قيمة المشتريات من السلع والخدمات لدى التجار المعلنين بلافتات عن انخراطهم في شبكة فيزا الدولية؛
- ✓ القيام بسحوبات نقدية لدى شبابيك البنوك المنخرطة في شبكة فيزا الدولية وذلك حتى الحد الأقصى الذي يسمح به القرض الشعبي الجزائري لقاء عمولة تحسم من صاحب البطاقة؛
- ✓ يجب على صاحب البطاقة وقبل كل عملية سحب أو تسديد أن يتأكد وعلى مسؤوليته، من وجود مقابل وفاء كاف ومتوفر في حسابه حتى لا يتم تقييده في الجانب المدين؛
- ✓ هذه البطاقة تمنح لأصحاب الحسابات بالعملة الصعبة وهي صالحة لمدة سنة قابلة للتجديد ذكر تاريخ الاستحقاق على وجهها؛
- ✓ هذه البطاقة ملك للقرض الشعبي الجزائري ويحق له سحبها في أي وقت أو عدم تجديدها دون تقديم مسوغ لذلك.

ثانيا: خدمات E-Banking

هي عبارة عن الخدمات البنكية عن بعد، يتم توفيرها من قبل AEBS للقرض الشعبي الجزائري ويسمح للعملاء الاستفادة من الخدمات البنكية مثل: فحص الحسابات، الأرصدة والحركات المالية..

هذه الخدمة بسيطة وسهلة الوصول إليها، ومتوفرة على الانترنت (24/24 ساعة) لتجنب العملاء عناء الانتقال إلى الوكالة وربح الوقت وبالتالي يمكنهم من أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم وفي بيئة آمنة تماما تنفيذ العديد من الخدمات البنكية والاستشارات المالية، ويمكن لأي شخص الحصول على الخدمات البنكية الإلكترونية بعد إثبات شرعيته بتشكيل رقم التعريف المسلم له بالبنك؛ كلمة السر الشخصية.

يوفر البنك الإلكتروني لبنك القرض الشعبي الجزائري العديد من الخدمات الالكترونية وبتكاليف جد منخفضة تتمثل في[1]:

- ✓ الاطلاع على الرصيد من خلال الصفحة على الموقع الإلكتروني وذلك بإدخال رقم الحساب وكلمة السر ثم النقر على الدخول؛
- ✓ الاطلاع على حركات الحساب ابتداء من يوم الاطلاع إلى 99 يوما سابقا؛
- ✓ خدمة تبادل المعطيات الآلية، وهي خدمة خاصة بالشركات ذات الطبيعة الاقتصادية.

[1] المرجع السابق، ص 96.

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية واختبار فرضيات الدراسة

يتم التطرق في هذا المبحث إلى عرض مفصل للمنهجية والإجراءات التي تم الاعتماد عليها في تنفيذ الدراسة حالة وجهة نظر عينة موظفي البنك محل الدراسة حيث تحديد عينة الدراسة، وأداة الدراسة لإجابات بيانات العينة على محاور الاستبيان، والأساليب المعتمدة في المعالجة الإحصائية، وفي النهاية اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: عينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستعملة

سنتطرق من خلال هذا المطلب لعينة وأدوات جمع البيانات "الاستبيان "وكذا الأساليب الإحصائية المستعملة.

أولا: عينة الدراسة

تمثلث عينة الدراسة في موظفي بنك القرض الشعبي الجزائري، حيث تم توزيع 37 استمارة على شكل ورقي بعنوان أثر المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على الأداء المالي، وبعد استرجاع الاستمارات وفرزها تبين لنا أنه 30 استمارة فقط قابلة للمعالجة الإحصائية في حين 07 استمارات تم الغاءها لأنها لم تستوف البيانات اللازمة للدراسة، وتم توزيع الاستبانات مباشرة باليد وجمعت بنفس الطريقة، ثم قمنا بتحليل النتائج على أساس هذا العدد.

ثانيا: أدوات جمع البيانات

ومن أجل تيسير إجراءات الدراسة الميدانية والحصول على البيانات وجمعها وتحليلها لاستكمال الجانب الميداني للدراسة تم إعداد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات ودقة في تصميمه ما تم تناوله في الجانب النظري، وأيضا الدراسات السابقة التي تناولت محاسبة التجارة الإلكترونية والأداء المالي، بالإضافة إلى اقتراحات الأستاذة المشرفة وبعض الأساتذة المختصين، ومدى وضوح أسئلة وعبارات الاستبيان لتمكن أفراد العينة المستجوبين من الإجابة عنه بكل موضوعية، وخلصنا إلى بناء الاستبيان الذي تضمن الأجزاء التالية:

الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية المتعلقة بالخصائص الشخصية والوظيفية عن أفراد عينة الدراسة حيث الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة المهنية والوظيفة.

الجزء الثاني: يشتمل على متغيرات الدراسة، وبدورها تم تقسيمها إلى محورين كما يلي:

المحور الأول: يتعلق بالمتغير المستقل للدراسة المتمثل في المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية الذي يضم 08 فقرات.

المحور الثاني: يتعلق بالمتغير التابع للدراسة المتمثل في الأداء المالي والذي احتوى على06 عبارات. وقد تم الاعتماد في إعداد الاستبانة على السلم الترتيبي الذي يحدد الإجابات المحتملة لكل عبارة، وذلك باستخدام مقياس ليكارت **Likert Scale** المتدرج ذي النقاط الخمس لقياس العبارات، حيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل الاختبارات التالية: (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) والمتناسبة مع الأوزان (1، 2، 3، 4، 5) على التوالي.

ثالثا: أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

يعتمد أسلوب التحليل الإحصائي على نوع المشكلة محل القياس والتحليل ونوع البيانات وفيما يلي توضيح أهم الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة.

- **الأساليب الوصفية**: تتمثل في:

التكرار والنسب المئوية: للتعرف بالتفصيل على السمات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

المتوسط الحسابي: وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل عبارة.

الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل عبارة.

- **الأساليب الاستدلالية**: نوجزها فيما يلي:

معامل الثبات ألفا كرونباخ: وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.

معامل الارتباط سبيرمان براون: لتأكيد الصدق وإثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، كما تم استخدام معامل الارتباط لتحديد العلاقة والارتباط بين متغيرات الدراسة.

معامل الانحدار الخطي البسيط: لحساب الأثر أو مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع.

المطلب الثاني: الثبات والاتساق الداخلي لأداة الدراسة

يتم في هذا المطلب معرفة مدى الاعتماد على استبيان الدراسة من خلال اختبار ثبات وصدق الاستبيان.

أولا: صدق فقرات الاستبانة

تم التأكد من صدق فقرات الاستبانة بطريقتين:

صدق المحكمين: تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري للتحقق من صدق الاستبيان كأداة لجمع البيانات، عن طريق التحكيم من خلال عرضه على مجموعة من الأساتذة المتخصصين بجامعة المدية كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، وذلك للتأكد من دقة صياغة فقرات الاستبيان وصحة العبارات المستخدمة ووضوح عناصرها ومصطلحاتها.

وقد وافق المحكمون على فقراتها، مقترحين إجراء بعض التعديلات، وهو ما قمنا به رفقة الأستاذة المشرفة، واعتبرت موافقة غالبية المحكمين على الفقرات مؤشراً على صدق الأداة.

صدق الاتساق البنائي للمحاور: تم إيجاد معامل الارتباط بين معدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لفقرات الاستبانة، لمعرفة مدى صدق المحاور لقياس أهداف الدراسة، وأ ن محتوى كل محور من محاور الاستبيان له علاقة قوية بهدف الدراسة عند مستوى دلالة **0.05**، كما يوضح الجدول الموالي:

جدول رقم (3-1): يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول في الدراسة

بنود المحور	الارتباط مع الدرجة الكلية	
	معامل الارتباط سبيرمان	Sig
1. استخدام المعلومات المحاسبية المالية يساهم بشكل كبير في زيادة فعالية التجارة الإلكترونية في البنك التجاري.	0.571**	0.001
2. اعتماد الإدارة في البنك التجاري على المعلومات المحاسبية المالية للجارة الإلكترونية يزيد من فعالية عملية التخطيط في البنك.	0.788**	0.000

3. تهتم إدارة البنوك بتوفير جميع المستلزمات المطلوبة لتشغيل النظم المحاسبية بكفاءة وفعالية عالية.	0.556**	0.001
4. تساعد المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في توفير بيانات محاسبية تتصف بقابلية المقارنة من خلال القوائم والتقارير المالية.	0.647**	0.000
5. يساعد تبويب العمليات المالية المصرفية في شكل حسابات مستقلة الى السرعة فى العمل.	0.660**	0.000
6. يتم عرض نتائج العمليات المالية في الحسابات الختامية في الوقت المحدد في نهاية الفترة المالية وفي وقتها المناسب وبدرجة عالية من الفعالية.	0.398*	0.030
7. يساعد استخدام المعلومات المحاسبية في البنك على تحويل الأهداف والسياسات العامة إلى إجراءات وبرامج تنفيذية في صورة موازنات تخطيطية.	0.505**	0.004
8. تساهم نظم المعلومات المحاسبية للتجارة الإلكترونية في السرعة والدقة فى إعداد التقارير المالية التي تساعد على تقييم أداء البنك لاتخاذ قراراته.	0.537**	0.002
*: دال عند 0.05، **: دال عند 0.01: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحو		

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

من خلال معاملات الارتباط الثنائية المبينة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن فقرات المحور الأول: المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية، تمتاز بالاتساق الداخلي حيث أن علاقة الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الأول دالة إحصائيا، إذ أن قيمة Sig (مستوى المعنوية) لمعاملات الارتباط سبيرمان المحسوبة في كل فقرة هي أقل

من مستوى الدلالة **0.05**، ومنه بنود المحور الأول المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية، متسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (3-2): يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني في الدراسة

بنود المحور	الارتباط مع الدرجة الكلية	
	معامل الارتباط سبيرمان	Sig
1. تحرص الإدارة العليا للبنك على رفع مستوى التأهيل العملي والعلمي من خلال التدريب لاكتساب مهارات والخبرات اللازمة للتطوير والتحديث المستمر.	0.364*	0.048
2. يعتبر الأداء المالي من الأمور المهمة في المؤسسة حيث يعتبر أداة تعطي صورة واضحة عن الوضع المالي القائم في المؤسسة الاقتصادية	0.495**	0.005
3. توفير كوادر بشرية مؤهلة وذات خبرة مهنية عالية يؤثر على توفير المعلومات المحاسبية للتجارة الالكترونية.	0.564**	0.001
4. تساعد المعلومات المحاسبية في تحديد أهداف البنوك التجارية والبدائل المتعددة للقيام بوظيفية التخطيط والرقابة معا.	0.513**	0.004
5. استخدام التجارة الالكترونية يزيد من فعالية الأداء المالي.	0.694**	0.000
6. من مزايا استخدام التجارة الالكترونية فى المصارف التجارية زيادة الدقة وتحسين الأداء المالي.	0.617**	0.000
*: دال عند 0.05، **: دال عند 0.01: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحو		

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

من خلال معاملات الارتباط الثنائية المبينة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن فقرات المحور الثاني: الأداء المالي، تمتاز بالاتساق الداخلي حيث أن علاقة الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الأول دالة إحصائيا، إذ أن

قيمة Sig (مستوى المعنوية) لمعاملات \الارتباط سبيرمان المحسوبة في كل فقرة هي أقل من مستوى الدلالة **0.05**، ومنه بنود المحور الثاني: الأداء المالي، متسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

ثانيا: حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ

سنحاول من خلال هذا الجزء أن نبين مدى ثبات الاستبيان ومصداقيته للعمل في الموضوع من خلال حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ حيث كلما كان معامل ألفا أكبر من 0.7 كلما كان الاستبيان صالحا للدراسة.

جدول رقم (3-3): معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

عدد عبارات الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ
14	**0.854**

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

لقد تبين من الجدول رقم (3-3) أن معامل الثبات (Cronbach's alpha) يساوي **0.854** أي 85.4% بالنسبة لكل الاستبيان، وهو أكبر من المعامل 0.60 ما يدل على ثبات أداة الدراسة، هذا يعني أن هناك صدق وثبات في المحاور وبالتالي يمكن القول أن الاستبيان يتمتع بالثبات، ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة.

المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج إجابات عينة الدراسة

يتم في هذا المطلب حساب الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة من خلال عرض وتحليل البيانات العامة لعينة الدراسة، بالإضافة إلى عرض عبارات محاور الدراسة.

أولا: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

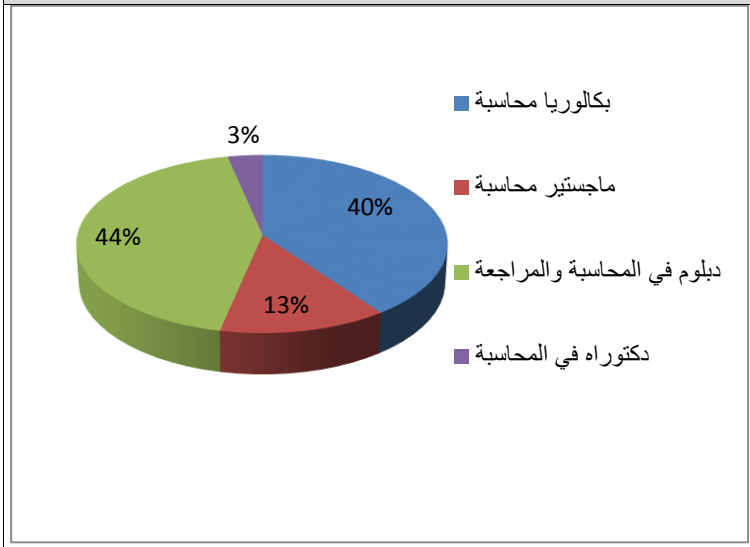
سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق لعرض وتحليل الخصائص العامة والوظيفية لعينة الدراسة كما يلي:

1. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي: نوضح المؤهل العلمي لعينة البحث بالجدول والشكل التالي:

جدول رقم (3-4): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة %
بكالوريا محاسبة	12	%40
ماجستير محاسبة	4	%13.33
دبلوم في المحاسبة والمراجعة	13	%43.33
دكتوراه في المحاسبة	1	%3.33
المجموع	**30**	**%100**

شكل رقم (3-3): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3-4) أن نسبة 40**%** من موظفي البنك (من مجموع 30 موظف) متحصلون على بكالوريا محاسبة، و13.33**%** ماجستير محاسبة، كما نجد 43.33**%** لصالح "دبلوم المحاسبة، بينما 3.33**%** فقط لصالح "دكتوراه في المحاسبة" من المجموع الإجمالي.

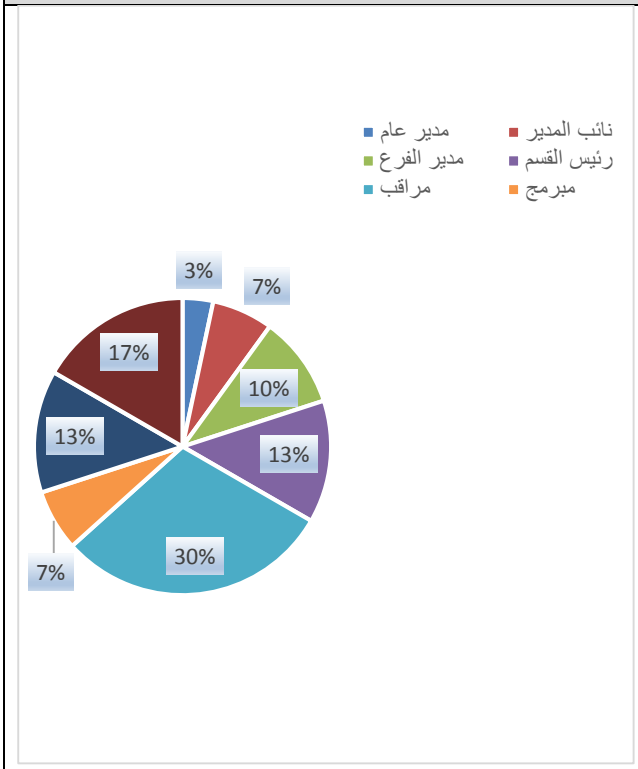
وبناء على ما سبق يمكننا القول أنَّ غالبية موظفي عينة الدراسة داخل بنك القرض الشعبي الجزائري جامعيين على اعتبارهم الأكثر طلبا في سوق العمل.

2. توزيع عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي: وهذا مبين في الشكل الآتي:

جدول رقم (3-5): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب المسمى الوظيفي

المسمى الوظيفي	التكرار	النسبة %
مدير عام	1	%3.3
نائب المدير	2	%6.67
مدير الفرع	3	%10
رئيس القسم	4	%13.3
مراقب	9	%30
مبرمج	2	%6.67
محاسب مالي	4	%13.3
أخرى	5	%16.7
المجموع	**30**	**%100**

شكل رقم (3-4): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

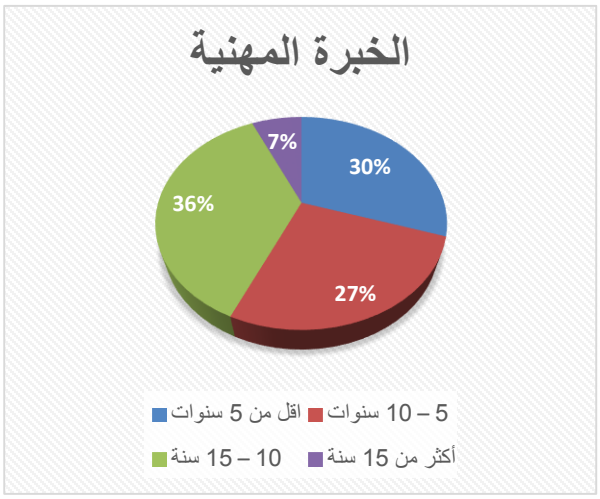
نلاحظ من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الفئات المستجوبة محل الدراسة هي الفئة "مراقب" بعدد 09 وبنسبة 30%، تليها الفئة "أخرى" بعدد 5 ونسبة 16.7% في حين الفئة "رئيس قسم" والفئة "محاسب مالي" تلتها بعدد 4 ونسبة 13.3% من المجموع الإجمالي للنسب كما هو مبين في الشكل أعلاه، وبعدها جاءت الفئة "مدير فرع" بنسبة 10%، تلتها الفئتان "نائب المدير" و"مبرمج" بنسبة 6.67%، وفي الأخير جاءت فئة "مدير عام" بنسبة 03.3%.

3. توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة المهنية: تبين من خلال تفريغ البيانات نسب الخبرة المهنية في المصرف كما هو موضح في الجدول أدناه.

جدول رقم (3-6): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة المهنية

سنوات الخبرة المهنية	التكرار	النسبة %
اقل من 5 سنوات	9	30%
5 – 10 سنوات	8	26.67%
10 – 15 سنة	11	36.67%
أكثر من 15 سنة	2	6.67%
المجموع	**30**	**100%**

شكل رقم (3-5): التمثيل البياني لتوزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

تتوزع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة المهنية بأغلبية من الفئة 10-15 سنة بعدد 11 ونسبة **36.67**% تليها فئة أقل من 5 سنوات بنسبة 30%، تليها الفئة "5-10 سنوات" بنسبة 26.67% وفي الأخير الفئة "أكثر من 15 سنة" بنسبة6.67% من المجموع الإجمالي للنسب.

وبشكل عام يمكن القول أن معظم موظفي عينة الدراسة لديهم خبرة مهنة معتبرة وهذا يدل على وجود استقرار وظيفي داخل بنك القرض الشعبي الجزائري، والشكل رقم (3-5) يؤكد ذلك.

ثانيا: عرض وتحليل محاور الدراسة

نقدم من خلال هذا الجزء تقدير الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة وذلك من خلال حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة. والجداول التالية توضح ذلك، وقبل التطرق لتحليل جميع عبارات المتغير المستقل نوضح مقياس الاستبيان الذي تم استعمال مقياس ليكارت الخماسي الذي من خلاله نبين الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

جدول رقم(3–7): مقياس ليكارت الخماسي

الاتجاه العام للعينة	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	1.79 - 1.00
غير موافق	2.59 - 1.80
محايد	3.39 - 2.60
موافق	4.19 - 3.40
موافق بشدة	5.00 - 4.20

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على كتاب عبد الفتاح عز، **مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام spss**، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 450.

1. تحليل عبارات المحور الأول " المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية "

سنحاول من خلال هذا الجزء تحليل عبارات المحور الأول "المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية" من خلال تحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

جدول رقم (3–8): يبين الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الأول

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
1. استخدام المعلومات المحاسبية المالية يساهم بشكل كبير في زيادة فعالية التجارة الإلكترونية في البنك التجاري.	4.40	0.77	**2**	**موافق بشدة**
2. اعتماد الإدارة في البنك التجاري على المعلومات المحاسبية المالية للتجارة الإلكترونية يزيد من فعالية عملية التخطيط في البنك.	2.74	1.57	**8**	**محايد**
3. تهتم إدارة البنوك بتوفير جميع المستلزمات المطلوبة لتشغيل النظم المحاسبية بكفاءة وفعالية عالية.	3.50	1.43	**6**	**موافق**
4. تساعد المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في توفير بيانات محاسبية تتصف بقابلية المقارنة من خلال القوائم والتقارير المالية.	4.00	1.17	**5**	**موافق**
5. يساعد تبويب العمليات المالية المصرفية في شكل حسابات مستقلة الى السرعة فى العمل.	2.87	1.50	**7**	**محايد**
6. يتم عرض نتائج العمليات المالية في الحسابات الختامية في الوقت المحدد في نهاية الفترة المالية وفي وقتها المناسب وبدرجة عالية من الفعالية.	4.43	0.97	**1**	**موافق بشدة**
7. يساعد استخدام المعلومات المحاسبية في البنك على تحويل الأهداف والسياسات العامة إلى إجراءات وبرامج تنفيذية في صورة موازنات تخطيطية.	4.23	0.82	**3**	**موافق بشدة**
8. تساهم نظم المعلومات المحاسبية للتجارة الإلكترونية في السرعة والدقة فى إعداد التقارير المالية التي تساعد على تقييم أداء البنك لاتخاذ قراراته.	4.03	1.35	**4**	**موافق**

الدرجة الكلية	3.78	/	/	موافق

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18.

نلاحظ من الجدول أعلاه الذي يتضمن عبارات المحور الأول المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية، وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي(3.78) وبدرجة موافق حيث متوسطه الحسابي جاء ضمن مجال الموافقة (3.40 – 4.19)؛ حيث "العبارة رقم 06 احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي4.43 أي أنهم موافقون بشدة على انه يتم عرض نتائج العمليات المالية في الحسابات الختامية في الوقت المحدد في نهاية الفترة المالية وفى وقتها المناسب وبدرجة عالية من الفعالية، أما العبارة رقم 01 جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي 4.40 ما يدل على أن استخدام المعلومات المحاسبية يساهم بشكل كبير في زيادة فعالية عملية التخطيط في البنك التجاري.، في حين جاءت بالمرتبة الثالثة العبارة رقم 07 "يساعد استخدام المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الجزائرية على تحويل الأهداف والسياسات العامة للبنك إلى إجراءات وبرامج تنفيذية في صورة موازنات تخطيطية" بمتوسط حسابي 4.23، تليها العبارة رقم 08، بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.03 ما يدل على أنه تساهم نظم المعلومات المحاسبية في السرعة والدقة فى إعداد التقارير المالية التي تساعد على تقييم أداء البنك لاتخاذ قراراته، تليها العبارة رقم 04 في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 4.00، دالا على موافقتهم على "مساعدة المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في توفير بيانات محاسبية تتصف بقابلية المقارنة من خلال القوائم والتقارير المالية"، وبعدها جاءت العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي 3.50، دالا على موافقتهم على انه "تهتم إدارة البنوك بتوفير جميع المستلزمات المطلوبة لتشغيل النظام المحاسبية بكفاءة وفعالية عالية"، وفي المرتبة السابعة جاءت العبارة رقم 05 بمتوسط حسابي قدره 2.87 وهي تدخل ضمن المجال "محايد" دالا على عدم ابداء موافقتهم من عدمها حول "مساعدة تبويب العمليات المالية المصرفية في شكل حسابات مستقلة الى السرعة فى العمل"، وأخيرًا نجد العبارة رقم 02 بالمرتبة الثامنة وبمتوسط حسابي 2.74 وهو بقع أيضا ضمن المجال "محايد" أي انهم محايدون فيما يخص "اعتماد الإدارة في البنك التجاري على المعلومات المحاسبية يزيد من فعالية عملية التخطيط في البنك".

2. تحليل عبارات المحور الثاني "الأداء المالي في بنك القرض الشعبي الجزائري"

جدول رقم (3–9): يبين الاتجاه العام لإجابات افراد العينة على فقرات المحور الثاني

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
1. تحرص الإدارة العليا للبنك على رفع مستوى التأهيل العملي والعلمي من خلال التدريب لاكتساب مهارات والخبرات اللازمة للتطوير والتحديث المستمر.	4.30	0.99	**1**	**موافق بشدة**
2. بعتبر الأداء المالي من الأمور المهمة في المؤسسة حيث يعتبر أداة تعطي صورة واضحة عن الوضع المالي القائم في المؤسسة الاقتصادية.	4.10	1.23	**4**	**موافق**
3. توفير كوادر بشرية مؤهلة وذات خبرة مهنية عالية يؤثر على توفير المعلومات المحاسبية للتجارة الالكترونية.	3.20	1.47	**5**	**محايد**
4. تساعد المعلومات المحاسبية في تحديد أهداف البنوك التجارية والبدائل المتعددة للقيام بوظيفية التخطيط والرقابة معا.	1.80	1.13	**6**	**غير موافق**
5. استخدام التجارة الالكترونية يزيد من فعالية الأداء المالي.	4.20	1.19	**3**	**موافق بشدة**
6. من مزايا استخدام التجارة الالكترونية فى المصارف التجارية زيادة الدقة وتحسين الأداء المالي.	4.22	1.03	**2**	**موافق بشدة**
الدرجة الكلية	**3.64**	/	/	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

تشير معطيات الجدول أعلاه أن عبارات المحور الأداء المالي في البنك، وحسب وجهة نظر أفراد العينة المستجوبين نجد المتوسط الحسابي 3.64 و بدرجة "موافق" حيث متوسطه الحسابي جاء ضمن مجال الموافقة (3.40 – 4.19)؛ حيث "العبارة رقم 01 احتلت المرتبة الأولى "بمتوسط حسابي 4.30 أي أنهم موافقون بشدة على انه "تحرص الإدارة العليا للبنك على رفع مستوى التأهيل العملي والعلمي من خلال التدريب لاكتساب مهارات والخبرات اللازمة للتطوير والتحديث المستمر"، أما العبارة رقم 06 جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي 4.22 ما يدل على أنهم موافقون بشدة على انه "من مزايا استخدام التجارة الالكترونية فى المصارف التجارية زيادة الدقة وتحسين الأداء المالي"، في حين جاءت بالمرتبة الثالثة العبارة رقم 05 " استخدام التجارة الالكترونية يزيد من فعالية الأداء المالي" بمتوسط حسابي 4.20، تليها العبارة رقم 02 بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.10 ما يدل على أنه "بعتبر الأداء المالي من الأمور المهمة في المؤسسة حيث يعتبر أداة تعطي صورة واضحة عن الوضع المالي القائم في المؤسسة الاقتصادية"، تليها العبارة رقم 03 في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 3.20، دالا على حيادهم فيما يخص "توفير كوادر بشرية مؤهلة وذات خبرة مهنية عالية يؤثر على توفير المعلومات المحاسبية للتجارة الالكترونية"، وأخيرًا نجد العبارة رقم 04 بالمرتبة السادسة وبمتوسط حسابي 1.80 وهو بقع أيضا ضمن المجال "غير موافق" أي انهم غير موافقون فيما يخص "تساعد المعلومات المحاسبية في تحديد أهداف البنوك التجارية والبدائل المتعددة للقيام بوظيفية التخطيط والرقابة معا".

المطلب الرابع: عرض وتحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة

بعد تحليل البيانات الأولية من الاستبيان سيتم في هذا المبحث اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال تبيان مدى قبولها أو رفضها، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

أولا: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

بهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار التوزيع الاعتدالي للبيانات، هذا الأخير الذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، والذي يؤثر بدوره على اختيار الاختبارات المطلوبة لاختبار الفرضيات، لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا.

H°: تتبع البيانات التوزيع الطبيعي عند مستوى ثقة 95%.

H1: لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي عند مستوى ثقة 95%.

وقاعدة أخذ القرار هي قبول فرضية العدم H° إذا كان مستوى الدلالة المحسوب أقل من 5%، وترفض فرضية العدم إذا كان مستوى الدلالة المحسوب أكبر من 5% وتقبل الفرضية البديلة H1، ولذلك نعطي الجدول التالي رقم (3-10) الذي يلخص أهم النتائج:

جدول رقم (3-10): اختبار كلمجروف-سميرنوف (*K-S*) للتحقق من التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

محاور الدراسة	اختبار كولمجروف-سميرنوف Kolmogorov-smirnov test (*K-S*)	
	قيمة Z	SIG
المحور الأول: المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية	0.485	0.768
المحور الثاني: الأداء في البنوك	0.663	0.874

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

من خلال الجدول أعلاه نجد مستوى المعنوية لكل من المحور الأول 0.76 والمحور الثاني: 0.874 أكبر من 0.05، وبالتالي فإن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي، ومنه نستنتج أن بيانات جميع فقرات الاستبيان تتوزع طبيعيا، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعلمية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعلمية للإجابة على الفرضيات الموضوعة.

ثانيا: نتائج اختبار فرضية الدراسة

بعد الانتهاء من مناقشة نتائج التحليل الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة، ننتقل الآن إلى اختبار مدى قبول أو رفض فرضية الدراسة الميدانية باستخدام تحليل الانحدار المتعدد وتحليل التباين الأحادي.

تنص الفرضية للدراسة الحالية على ما يلي:

H0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية على الأداء المالي عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) داخل بنك القرض الشعبي الجزائري؛

H1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية على الأداء المالي عند مستوى دلالة (0.05 $\alpha =$) داخل بنك القرض الشعبي الجزائري؛

فإذا كان مستوى الدلالة أقل أو يساوي **0.05**، فإننا نرفض فرضية العدمH0 ونقبل الفرضية البديلة H1، ومن أجل التأكد من صحة هذه الفرضية قمنا باستخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد لانحدار الأداء المالي كمتغير تابع على المتغير المستقل المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية والنتائج مبينة في الجدول رقم (3-11).

جدول رقم (3-11): ملخص الارتباط الخطي البسيط

معامل الانحدار (B)	معامل التفسير R^2	قيمة F	مستوى الدلالة (sig)	قرار الاختبار
0.408	0.143	5.841	0.022	(H_1)

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 18

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الانحدار B قد بلغت 0.408، كما نلاحظ معامل التفسير R^2 قد بلغ 0.143 وهذا يدل أن على أن المحاسبة المالية في التجارة الالكترونية تساهم بنسبة 14.3% في تحسين الأداء المالي بالبنك محل الدراسة حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية 5.841 بمستوى دلالة أقل من 0.05.

بناءا عليه، فقرار اختبار الفرضية: نرفض الفرضية الصفرية ($\mathbf{H_0}$) ونقبل الفرضية البديلة ($\mathbf{H_1}$): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية على الأداء المالي عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) داخل بنك القرض الشعبي الجزائري، ولكن بنسبة قليلة.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تعرفنا على "مساهمة المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية في الأداء المالي للبنك" – دراسة حالة البنك القرض الشعبي الجزائري–من خلال التعريف بالبنك من حيث النشأة وتقسيمات الهيكل التنظيمي والخدمات الإلكترونية المقدمة من طرفه. واعتمدنا في هذه الدراسة على الاستمارة التي تم توزيعها على عينة الدراسة، بشكل ورقي تم معالجة إجابات عينة الدراسة عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ال SPSS لنتوصل في الأخير على نتائج اختبار الفرضيات التي أظهرت على أنه: تساهم المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية في تحسين الأداء المالي بالبنك القرض الشعبي الجزائري.

خاتمـــــة

أضحت التجارة الالكترونية من سمات العصر الحديث مع انتشار الانترنت وسهولة التواصل به من طرف الأفراد، لذلك استغلت الشركات هذا الفضاء من أجل توسيع نشاطها وزيادة الطلب على سلعها وخدماتها، حيث أنشأت معظم الشركات تقريبا مواقع لها عبر الأنترنت للتواصل مع المستهلكين لعرض منتجاتها حيث أصبحت المواقع وسيلة اتصالية مفيدة واسعة الانتشار وكذلك منصة لبيع المنتجات والخدمات عبر الانترنت، وهذا أيضا ما قامت بها الشركات التي تعمل على التراب الوطني محاولة منها في مواكبة التطورات واستغلال الانترنت في أعمالها، حيث أحدثت التجارة الالكترونية تغير كبير في علم التجارة وفي آلية العمليات التجارية مما جعل من الضروري أن يلم كل من المحاسب و المراجع بتلك التغيرات وأثرها على مهنتيهما.

كما أن المحاسبة المالية هي تقنية كمية لجمع، معالجة وترجمة المعلومات المطبقة على الأحداث المادية الاقتصادية والتي لها أثر على الذمة المالية لأي وحدة اقتصادية، والمحاسبة المالية هي فرع من فروع المحاسبة وتعتبر فن للتسيير المحكم والمضبوط تهتم بمتابعة ومعاينة جميع الحركات المالية، لا تقتصر المحاسبة على توفير المعلومات وتقييمها فحسب وإنما تعادها الى مرحلة تحليلها بالدرجة التي تخدم المؤسسة وتجعلها أكثر دراية بجوهر نشاطها وسيرها، وهذا ما أدى بها الى لعب دور هام وفعال في مجال التسيير.

تعد عملية تقييم الأداء المالي طريقة يمكن من خلالها مراقبة نشاط المؤسسة الاقتصادية، واتخاذ مختلف القرارات التي من شئنها أن تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة بكفاءة وبفعالية، انطلاقا من أن للجانب المالي في المؤسسة أهمية كبيرة وذلك لما له من تأثير على مستقبل المؤسسة واستمرار نشاطها، وهذا ما **يُجيب عن الإشكالية الرئيسية**. ثُمَّ سنقوم باختبار فرضيات الدراسة وأهم النتائج المتوصل إليها، بالإضافة إلى مجموعة من الاقتراحات.

اختبار الفرضيات:

بالنسبة لاختبار فرضيات الدراسة، يمكن تلخيصها من خلال النقاط التالية:

1. بالنسبة للفرضية الأولى المتمثلة في: " التجارة الإلكترونية هي ظاهرة حديثة يصعب تحديد مجالها الجغرافي وهي عملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة الاتصال من ضمنها الإنترنت، وتتمثل مخاطر التجارة الإلكترونية في أنها غير مؤمنة من اختلاسات وعمليات القرصنة" فقد ثبتت عملية التجارة الالكترونية عن تبادل السلع والخدمات من خلال شبكة الانترنت، ونقول **صحة** الفرضية الأولى؛

2. بالنسبة للفرضية الثانية المتمثلة في: " يعتبر الأداء المالي من الامور المهمة في البنوك حيث يعتبر أداة تعطي صورة واضحة على الوضع المالي القائم في بنك القرض الشعبي الجزائري" فقد ثبت الأداء المالي لأنه هو الذي يعطي الوضع المالي في البنوك بصفة عامة، ونقول **صحة** الفرضية الثانية؛

- بالنسبة للفرضية الثالثة المتمثلة في: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري" فقد ثبت من خلال استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد وحساب معامل التحديد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية والأداء المالي، وهو ما **يؤكد صحة الفرضية؛**

نتائج الدراسة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة لمجوعة من النتائج:

1. يتأثر الأداء المالي للمؤسسة بمجموعة من العوامل هي: الهيكل التنظيمي، المناخ التنظيمي، التكنولوجيا حجم الشركة؛

2. أن مراجعو الحسابات في الجزائر غير مؤهلين لممارسة مهنة المحاسبة في ظل عمليات التجارة الالكترونية وهذا ما يجبرهم الى الاستعانة بخبراء؛

3. ضرورة اصدار المشرع الجزائري لبعض القوانين والتشريعات تنظم مهنة المراجعة في بيئة التجارة الالكترونية؛

4. توجيه الشركات الى مكننة العمل المحاسبي وتدريب المحاسبين للعمل على الحاسب؛

اقتراحات الدراسة:

بناء على كل ما سبق يمكن طرح الاقتراحات التالية:

1. ضرورة قيام البنك بإنشاء نظام رقابي فعال يتم من خلاله الرقابة على جميع عمليات التبادل التجاري الالكتروني؛
2. ضرورة وضع قواعد وأسس وإجراءات محاسبية تحكم عمليات التبادل التجاري الالكتروني؛
3. ضرورة إعداد نظام محاسبي أمن يتم من خلاله تنفيذ عمليات التبادل التجاري الالكتروني وذلك لتلافي أخطار الدخول غير المشروع؛
4. زيادة النشرات التثقيفية تزيد الطمأنينة للعميل يتم من خلالها شرح مميزات التعامل بنظام التجارة الالكترونية؛

5. على البنك أن يقوم بإعداد كادر بشري يكون مهنيا وخبيرا في مجال التجارة الالكترونية وذلك عن طريق إعداد دورات يتم من خلالها فهم فعالية المحاسبة المالية لعمليات التبادل التجاري الالكتروني وممارسة ذلك عمليا وذلك عن طريق إنشاء قسم في البنك يدعى التعليم المستمر.

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

- **الكتب:**

1. أحمد فريد مصطفى، محمد عبد المنعم عفر، **الاقتصاد النقدي والمصرفي بين النظرية والتطبيق**، مؤسسة شباب الجامعة، مصر،2000.
2. ادريس ثابت عبد الرحمان و المرسي جمال الدين محمد، **الإدارة الاستراتجية مفاهيم و نماذج تطبيقية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
3. أسعد حميد العلي، **الادارة المالية أسس العملية والتطبيقية**، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2012.
4. بوعتروس عبد الحق، **الوجيز في البنوك التجارية**، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر
5. الدليمي عوض فاضل، **النقود والبنوك**، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق،2014.
6. دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، **التجارة الالكترونية**، دار وائل للنشر، طبعة الأولى، عمان، 2013.
7. رشاد العصار، رياض الحلبي، **النقود والبنوك**، الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن،2003.
8. رضوان حلوة حنان، **تطور الفكر المحاسبي مدخل نظرية المحاسبية**، دار الثقافة للنشر، عمان،2009.
9. طاهر فاضل البياتي، ميرال روحي سماره، **النقود والبنوك والمتغيرات الاقتصادية المعاصرة**، الطبعة الأولى، دار وائل لطباعة والنشر،2012.
10. الطاهر لطرش، **تقنيات البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2005 .
11. عبد الستار مصطفى الصياح، سعود جايد مشكور العامري، **الادارة المالية أطر نظرية وحالات عملية**، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2003.
12. عبد المطلب عبد الحميد، **اقتصاديات التجارة الالكترونية**، دار الجامعية، الإسكندرية، 2014 .
13. عبد الوهاب نصر علي، شحاتة السيد شحاتة، **المرجعة الالكترونية في أسواق المال**، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2014.
14. عدادي الحسيين فلاح حسن، **الإدارة الاستراتيجية**، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر، عمان، الاردن، 2000.

15. عدنان نايه النعيمي وآخرون، **الادارة المالية النظرية والتطبيق**، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن2007.

16. فؤاد مجيد كرخي، **تقويم الأداء في الوحدات الاقتصادية لمستخدم البيانات المالية**، دار المنهج للنشر، عمان، الاردن، الطبعة الاولى 2001.

17. محمد الفاتح محمود، بشير المغربي، **التجارة الإلكترونية**، عمان، دار الجنان للنشر والتوزيع، 2016.

18. محمد عادل عبد العزيز، **التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي**، الطبعة الأولى، شركة الوسيط التجاري، مصر، 2005.

19. محمد عباس حجازي، **المحاسبة نظام للمعلومات وأداة للاتصال وأساس اتخاذ القرارات**، عين شمس، مصر، 1977.

20. محمد عبد حسين الطائي، **التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة**، دار المسيرة، الطبعة الأولى، عمان، 2015.

21. حمد عمر الشويرف، **التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.

22. محمد محمود الخطيب، **الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات**، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط 01، الأردن، 2010.

23. محمد مطر، **مبادئ المحاسبة المالية**، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

24. مرعي عبد الحميد، **أصول القياس والاتصال المحاسبي**، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1988.

25. مصطفى كتانه خيري، **التجارة الإلكترونية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.

26. مصطفى يوسفي الكافي، **التجارة الإلكترونية**، دار رسلان للطباعة والنشر، سوريا، 2010.

27. نعيم دهمش، محمد أبو نصار، محمود الخلايله، **مبادئ المحاسبة**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر، الأردن، 1997 .

28. نور الله كمال، **وضائف القائد الإداري**، دار طلا للدراسات والنشر، دمشق الطبعة الاولى، 1992.

29. وليد ناجي الحيالي، مجدي احمد السيد الجعبري، **الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2015.

30. سوزي عادل ناشد، **مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي**، مشوار الحلبي الحقوقية، لبنان،2013.

➢ الأطروحات والرسائل:

1. إيمان أنجرو، **التحليل الائتماني ودوره في ترشيد عمليات الإقراض**، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص محاسبة، جامعة تشرين، سوريا، 2014/2013.
2. بلعطار زوليخة، **أثر إدراج الشركات في البورصة على أداءها المالي**، رسالة ماجستير، كلية العلوم اقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيي، جيجل، 2015/2014.
3. حمزة بوكفة، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال على أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة**، مذكرة ماجستير، جامعة أم البواقي، 2008.
4. خوصة يوسف، **واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة ماستر، جامعة مستغانم، الجزائر، 2017.
5. دادن عبد الغني، **قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية نحو إرساء نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية حلة بورصتي الجزائر و باريس**، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، غير منشورة، 2006-2007.
6. زاوي وفاء، **اشكالية تقويم الأداء الشامل في المؤسسة**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإقتصادية و التسيير، جامعة العربي بن المهيدي، أم البواقي، 2013.
7. زبيدي البشير، **دور التقارير المالية في تحسين الأداء للمؤسسة دراسة ميدانية في مجمع صيدال**، رسالة ماجستير تخصص محاسبة و تدقيق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم و علوم التسيير، جامعة البليدة، غير منشورة، أكتوبر 2011.
8. زياد هاشم السقا، **متطلبات تدقيق عمليات التجارة الالكترونية في ضوء معايير التدقيق**، مجلة الدراسات محاسبية و المالية، جامعة الموصل، المجلد السابع العدد20، الفصل الثالث لسنة2012.
9. سحر طلال ابراهيم، **تقويم بطاقة اداء الوحدات الاقتصادية باستعمال بطاقة الأداء المتوازن**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد الخامس و الثلاثون، 2013.
10. شايب محمد، **أثر تكنولوجيا الإعالم والإتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية**، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاديات المالية بنوك ونقود، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر،2007/2006 .
11. شوقى السيد فوده، سيد عبدالفتاح سيد، **أثر كفاءة وفعالية نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية**،

مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد السادس يناير 2019.

12. صالح حميداتو، مسعود صديقي، **أثر التجارة الإلكترونية على المحاسبة والمراجعة**، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، العدد الخامس.

13. عادل عشي، **الأداء المالي للمؤسسة الإقتصادية**، مذكرة نبيل شهادة الماجستبير، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2002 .

14. عطا الله عمر، **تكنولوجيا شبكة الانترنت وتجارة الالكترونية وتأثيرها على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبة**، أطروحة دكتوره في علوم التسيير شعبة محاسبة، جامعة باتنة1، الجزائر،2017.

15. علي عبد الله، **أثر البيئة على أداء المؤسسات العمومية الإقتصادية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر, 2001.

16. عمر تيمجغدين، **دور استراتجية التنويع في تحسين اداء المؤسسة الصناعية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.

17. قلو رفيق، **دراسة أثر التمويل الإسلامي على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة دراسة حالة الجزائر**، مذكرة ماجستير تخصص محاسبة و مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة المدية، غير منشورة، 2010-2011.

18. محمد شريف توفيق، **أثر التجارة الالكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية**، مجلة، العراق، 2004.

19. منهل مجيد أحمد، **إعادة هندسة مهنة مراقبة الحسابات في اطار تكنولوجا المعلومات**،أطرحة دكتورة، جامعة سانت كلمنتس العالمية، مكتب الموصل، العراق، 2011.

20. نعيم دهمش وظاهر شاهر الفش، **مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية**، مجلة اربد للبحوث العلمية، المجلد الثاني، جامعة اربد الأهلية،2004 .

21. نوبلي نجلاء، **استخدام أدوات المحاسبة الادارية في تحسين اداء المالي للمؤسسة الاقتصادية**، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014.

- **المؤتمرات:**

1. الدكتور محمد إبراهيم منصور، **تأثير التجارة الالكترونية على تصميم نظم المعلومات المحاسبية**,مؤتمر التجارة الالكترونية الافاق والتجديات، المجلد الأول, جامعة الأسكندرية،2002.

2. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، **قياس و تقييم الأداء كمدخل لتحسين جودة الأداء المؤسسي**، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة،2009.

3. سعدي يحي و اوصيف لخضر، **أثر ادارة الجودة الشاملة على رفع أداء و فعالية المنظمات**، الملتقى الدولي حول أداء ة فعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، 10/ 11 نوفمبر 2009 .

4. عبادي محمد و سليم حمود، **استخدام المؤشرات الدولية لقياس الأداء و الفعالية في أداء البنوك التجارية الجزائرية**، الملتقى الدولي حول اداء و فعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 11/10 نوفمبر 2009.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Danielle kiasergruber et josee landrieu, **tout n'est pas economique**, édition l'aube, paris, 2000,
2. Ecosid «**dialogue autour de la performance en entreprise** » édition harmattan, paris, 1999 ,
3. Ph. Lorrino, **comptes et récits de la performance**, Editions d'organisations, Paris, 1996,
4. Wolfgang Dick, **Franck Missonier-Piera, Comptabilité Financier en IFRS** , 2e édition, Person Education, France,2009,

الملاحـــق

الملحق رقم 01: استبانـــة

جامعة يحي فارس بالمدية

قسم :محاسبة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع : استمارة استبان

يقوم الباحثين بإجراء دراسة بعنوان (أثر المحاسبة المالية للتجارة الالكترونية على الأداء المالي) متطلبات شهادة ماستر في المحاسبة ويتطلب ذلك الحصول على مجموعة من البيانات بالإضافة لخبرتكم من خلال إبداء آرائكم العلمية والعملية ويشرفنا جداً مساهمتكم ومشاركتكم القيمة فى الإجابة الواضحة والشفافة على أسئلة الاستبيان المرفقة ونؤكد لسيادتكم أن الآراء التي تدلون بها سيقتصر استخدامها فقط لأغراض البحث العلمي

وجزاكم الله خيرا

الباحثين:

-ولد خاوة محمد رفيق

- قربوسي

البيانات الشخصية للمستقصي منه:

1- (اسم المستقصي منه) ..... : اختياري

2- جهـة العمـل : .....

3- المؤهل العلمي:

- بكالوريا (شعبة محاسبة) * دبلوم فى المحاسبة والمراجعة
- ماجيستير في المحاسبة. * دكتوراه في المحاسبة

حاصل على شهادة في مجال المحاسبة والمراجعة (برجاء ذكر اسم الشهادة)

..... ما هو المسمى الوظيفي لعملك الحالي بالبنك:

- مدير عام. * مراقب.
- نائب المدير. * مبرمج.
- مدير الفرع. * محاسب مالي.
- رئيس قسم. * أخرى.....

4- سنوات الخبرة:

- أقل من 5 سنوات. * من 10 إلى 15 سنة.
- من 5 إلى 10 سنوات. * أكثر من 15 سنة.

5- عدد الدورات التدريبية التي ألحقت بها في مجال العمل البنكي:

- لا يوجد.
- أربع دورات أو أقل.
- أكثر من أربع دورات.

أسئلة فئوية وفقا لمقباس ليكرت الخماسي : Likert Scale

القسم الأول: يحتوي على الأسئلة التي تتناول المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1. استخدام المعلومات المحاسبية يساهم بشكل كبير في زيادة فعالية عملية التخطيط في البنك التجاري.					
2. اعتماد الإدارة في البنك التجاري على المعلومات المحاسبية يزيد من فعالية عملية التخطيط في البنك.					
3. تهتم إدارة البنوك بتوفير جميع المستلزمات المطلوبة لتشغيل النظام المحاسبية بكفاءة وفعالية عالية.					
4. تساعد المحاسبة المالية للتجارة الإلكترونية في توفير بيانات محاسبية تتصف بقابلية المقارنة من خلال القوائم والتقارير المالية.					
5. يساعد تبويب العمليات المالية المصرفية في شكل حسابات مستقلة الى السرعة فى العمل.					
6. يتم عرض نتائج العمليات المالية في الحسابات الختامية في الوقت المحدد في نهاية الفترة المالية وفى وقتها المناسب وبدرجة عالية من الفعالية.					
7. يساعد استخدام المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الجزائرية على تحويل الأهداف والسياسات العامة للبنك إلى إجراءات وبرامج تنفيذية في صورة موازنات تخطيطية.					

8. تساهم نظم المعلومات المحاسبية في السرعة والدقة في إعداد التقارير المالية التي تساعد على تقييم أداء البنك لاتخاذ قراراته.					

القسم الثاني : يحتوي على الأسئلة التي تتناول الأداء المالي

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1. تحرص الإدارة العليا للبنك على رفع مستوى التأهيل العملي والعلمي من خلال التدريب لاكتساب مهارات والخبرات اللازمة للتطوير والتحديث المستمر.					
2. تحرص الإدارة العليا للبنك على تطوير كافة الوسائل التقنية بشكل دوري ومستمر وفقا للمستجدات وصولا الى نظم معلومات محاسبية ذات فعالية وكفاءة.					
3. توفير كوادر بشرية مؤهلة وذات خبرة مهنية عالية يؤثر على توفير المعلومات المحاسبية للتجارة الالكترونية.					
4. تساعد المعلومات المحاسبية في تحديد أهداف البنوك التجارية والبدائل المتعددة للقيام بوظيفية التخطيط و الرقابة معا.					
5. استخدام التجارة الالكترونية يزيد من فعالية الأداء المالي.					
6. من مزايا استخدام التجارة الالكترونية فى المصارف التجارية زيادة الدقة وتحسين الأداء المالي.					

الملحق رقم 02: مستخرجات spss

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415[a]	.173	.143	

a. Predictors: (Constant), الاداء

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.051	1	1.051	5.841	.022[a]
	Residual	5.040	28	.180		
	Total	6.091	29			

a. Predictors: (Constant), الاداء

b. Dependent Variable: المحاسبة

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.416	.583		4.145	.000
	)	.408	.169	.415	2.417	.022

a. Dependent Variable: المحاسبة