

تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية

Effects of publishing financial reports on the Internet on the usefulness of accounting information

عطاالله عمر*

مخبر إدارة أعمال المؤسسات الاقتصادية المستدامة

جامعة الوادي - الجزائر

omarallah39@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/03/31

تاريخ القبول: 2023/03/29

تاريخ الإستلام: 2023/01/25

ملخص:

يهدف البحث إلى دراسة تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية منها تطوير الإفصاح المحاسبي وتطوير سوق الأوراق المالية وتخفيض تكلفة المخزون سواء خام أو نهائي وتطوير القياس وبالتالي إمكانية المقارنة بين المؤسسات وازدهار التجارة الإلكترونية. الكلمات المفتاحية: التقارير المالية، شبكة الانترنت، المعلومات المحاسبية. تصنيفات JEL: B26، B83.

Abstract:

The research aims to study the effects of publication of financial reports on the Internet to the benefit of accounting information, including the development of accounting disclosure and the development of the stock market and reduce the cost of inventory, whether raw or final and the development of measurement and therefore comparability between institutions and e-commerce boom.

Keywords: keywords: Financial reporting, the Internet, accounting information.

Jel Classification Codes: B26; B83.

* المؤلف المراسل.

لقد أصبحت تكنولوجيا شبكة الإنترنت هي أكبر شبكة في العالم وهي عبارة عن مجموعة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة معا وهي ليست شبكة قائمة بذاتها وإنما هي شبكة من الشبكات التي تتبادل المعلومات فيما بينها دون قيد أو رقيب. إنه من خلال تنظيم السياسة المحاسبية وما يتطلبه ذلك من تطوير نظم المعلومات المحاسبية وربطها بشبكة الانترنت، وتطوير أساليب المراجعة وذلك لتساير التطورات التكنولوجية الحديثة وتأمين نظم معلومات المؤسسات، سيؤدي ذلك إلي آثار إيجابية علي المؤسسات التي تقوم بنشر تقاريرها المالية علي شبكة الانترنت وكذلك علي المستخدمين في جميع دول العالم وتمثل هذه المنافع في:

- ❖ تطور شبكة الإنترنت؛
 - ❖ تطوير الإفصاح المحاسبي؛
 - ❖ تطوير سوق الأوراق المالية؛
 - ❖ تخفيض تكلفة المخزون سواء الخام أو النهائي؛
 - ❖ تطوير القياس وبالتالي إمكانية المقارنة بين المؤسسات؛
 - ❖ ازدهار التجارة الإلكترونية.
- وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هي تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية؟.

2. تطور شبكة الإنترنت:

1.2. مفهوم شبكة الإنترنت:

هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام وتكمن فائدة الإنترنت التي تسمي أيضا الشبكة في كونها وسيلة يستخدمها الأفراد والمؤسسات للتواصل وتبادل المعلومات. تعرف كذلك على أنها مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم أجهزة الحواسيب المرتبطة حول العالم والتي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبديل الحزم بإتباع بروتوكول الإنترنت الموحد (IP)، تقدم شبكة الإنترنت العديد من الخدمات مثل الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب)، وتقنيات التخاطب، والبريد الإلكتروني، وبرتوكولات نقل الملفات FTP، تمثل شبكة الإنترنت اليوم ظاهرة لها تأثيرها الاجتماعي والثقافي في جميع بقاع العالم، وقد أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم و التجارة و بروز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

2.2. خصائص شبكة الإنترنت:

لم تنل وسيلة من وسائل نقل ونشر المعلومات في تاريخ البشرية ما نالته شبكة الإنترنت من سرعة في الانتشار والقبول بين الناس، وعمق في التأثير في حياة الناس على مختلف أجناسهم وتوجهاتهم ومستوياتهم، وتنوع في طبيعة المعلومات التي توفرها، وضخامة في حجم هذه المعلومات التي يمكن الوصول إليها دون عقبات مكانية أو زمانية مما يميزها عن مثيلاتها من وسائل الاتصال الحديثة.

3.2. شبكة الإنترنت وعلاقتها بالتجارة الإلكترونية:

لقد غيرت شبكة الإنترنت الكثير من طرق عمل معظم النشاطات العلمية والتعليمية والتجارية، وبرزت مع الإنترنت مفاهيم جديدة فرضت على معظم القطاعات ضرورة التكيف معها، ومن القطاعات التي تأثرت كثيرا بتطور تقنية المعلومات

قطاع الأعمال في عدة مجالات مثل مجال إدارة الأعمال والتعليم والترجمة والهندسة والتصميم والتجارة والتسوق، ولهذا أصبحت شبكة الإنترنت هي العمود الفقري لكافة الأعمال وعلى رأسها التجارة الإلكترونية التي من المتوقع أن تنمو بسرعة رهيبه للنهابة بحيث تفيد المنتجين والموزعين والمستهلكين للبضائع والمعلومات كما يظهر دور البنوك في التجارة الإلكترونية بصفتها الوسيط بين المنتج والمستهلك سواء في الدفع الإلكتروني أو دراسات الجدوى أو التأمين أو السرية للمعلومات البنكية لكافة الفئات.

الحقيقة أن كثيرا من الآراء تستخدم تعبير التجارة الإلكترونية وتعبر شبكة الإنترنت كمترادفين في حين أن استخدام شبكة الإنترنت في العمليات التجارية يمثل وسيلة لإتمام صفقات التجارة الإلكترونية.

3. تطوير الإفصاح المحاسبي:

سيتم تناول الإفصاح المحاسبي من النقاط التالية:

3.1. مفهوم الإفصاح المحاسبي الإلكتروني:

يقصد بمفهوم الإفصاح المحاسبي الإلكتروني قيام المؤسسة بإنشاء موقع أو أكثر لها علي الشبكة الدولية للمعلومات كوسيط نقل سريع يهدف لنشر فوري للقوائم المالية وإيضاحاتها المرفقة والمعلومات المرتبطة بها علي شبكة معلومات إلكترونية متاحة للمستخدمين.

3.2. قواعد إعداد التقرير المالي لزيادة فاعلية الإفصاح المحاسبي عبر شبكة الانترنت:

إنه يلزم وجود قواعد ترشد المؤسسات ومستخدمي المعلومات وتلزم بحد مقبول من الكفاءة والفاعلية في ظل التكنولوجيا المتاحة حاليا، وقد وفرت عدة هيئات قواعد لإعداد التقرير المحاسبي عبر شبكة الإنترنت، وفيما يلي نوضح هذه القواعد.

3.2.1. مسؤولية المؤسسة:

❖ لمستخدمي المعلومات المنشورة علي المواقع الحق في افتراض أن المؤسسة تتحمل المسؤولية القانونية الخاصة بدقة واكتمال البيانات؛

❖ البيانات التي يعدها الآخرون يجب أن تحدد المؤسسة المعلومات التي أعدها آخرون ونشرها علي موقعها وأن تحدد مصدر تلك المعلومات.

3.2.2. إكتمال البيانات:

❖ مقتطفات من القوائم المالية: إذا تم نشر مقتطفات من القوائم المالية أو مجموعة من البيانات المختارة فيجب أن يحدد بوضوح أين يمكن الحصول على كاملة من تلك القوائم أو البيانات؛

❖ إذا سمحت المؤسسة بإنزال مجموعة كاملة من القوائم المالية وكذلك كل جزء من تلك القوائم باعتباره ملفات إلكترونية منفصلة فلا داعي لتقسيم القوائم المالية طالما أن مكوناتها الكاملة مدرجة علي الموقع؛

❖ نشر معلومات مالية إضافية: يجب أن يتوافق علي موقع المؤسسة أي معلومات مالية أصدرتها المؤسسة ولكن غير متاحة بشكل واسع؛

❖ تقرير المراجع: يجب تحديد أي صفحات التقرير تخضع لرأي المراجع وأي ملاحظات للمراجع يجب ذكرها.

3.2.3. لغة التقرير:

❖ يجب أن تقدم معلومات التقرير المالي علي المواقع ملفات أخرى بلغات أخرى، إضافة للغة الرئيسية للمؤسسة لزيادة الزيارات الممكنة للموقع وأي اختلاف نتيجة للترجمة يجب أن يذكر لضمان المساواة بين مستخدمي المعلومات؛

تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية

❖ إذا وفرت المؤسسة القوائم المالية بأكثر من لغة وكانت القوائم المالية المعروضة باللغة الرئيسية وهي فقط التي تم مراجعتها فيجب توضيح ذلك في النسخ المترجمة.

4.2.3. التوقيت المناسب:

❖ تاريخ الصفحات: يجب أن تؤرخ بوضوح كل الصفحات من أي مستند بالتاريخ الأصلي وتاريخ آخر تعديل.

❖ إتاحة بيانات الأسعار: يجب أن تتاح كل بيانات التسعير على موقع المؤسسة بمجرد إمكانية عرضها.

❖ يجب ذكر نوعية المعلومات المتاحة عن سعر السهم إذا كانت غير مكتملة.

5.2.3. الأخطاء: يجب نشر تحذير لأي خطأ سواء على الموقع أو أي روابط بالموقع وإظهار التصحيح بشكل واضح.

6.2.3. وسائل الإتصال الأخرى: يجب أن يشير الموقع لكيفية حصول المستخدمين لأي معلومات إضافية عبر قنوات الاتصال المختلفة، وأن تخضع هذه المعلومات للقانون ولحقوق المستخدم.

3.3. العوامل المؤثرة في الإفصاح المالي عبر شبكة الإنترنت:

يوجد عدة عوامل المؤثرة في الإفصاح المالي عبر شبكة الإنترنت من هذه العوامل

1.3.3. حجم المؤسسة: لقد أكدت الدراسات أن حجم المؤسسة يعتبر متغير تفسيري للإفصاح المالي عبر شبكة الإنترنت ولهذه العلاقة ما يبررها منطقيا فالمؤسسات كبيرة الحجم أقدر ماليا وإداريا على تكلفة إقامة موقع على شبكة الإنترنت يتضمن من المعلومات الخاصة بها ما يعود عليها بالمنافع التي تفوق تلك التكلفة.

2.3.3. نوع الصناعة أوضحت معظم الدراسات أن الصناعة كمتغير مؤثر على الإفصاح المالي عبر شبكة الإنترنت ووجود علاقة معنوية بينهما، ووجد أن المؤسسات المالية توفر بيانات ملخصة بينما تميل مؤسسات الخدمات والمنافع إلى تقديم بيانات تفصيلية.

3.3.3. جودة ممارسات الإفصاح التقليدي: أكدت الدراسات الخاصة بممارسات إعداد التقرير المالي أن المؤسسات المعترف بوجودها في إعداد التقرير التقليدي من الموقع أن تسعى إلى إفصاح قوي على موقعها عبر شبكة الإنترنت.

4.3.3. العوامل الاقتصادية والثقافية: أي أن نوع المستخدم الذي توجه له المعلومات المالية والذي تختلف أهميته بحسب العوامل الاقتصادية والثقافية للدولة يعتبر ضمنا عاملا مؤثرا على مستوى الإفصاح المالي عبر شبكة الإنترنت.

4.3. محتويات النشر الإلكتروني:

يقصد بالنشر الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال قيام المؤسسة بإنشاء موقع أو أكثر على الشبكة الدولية للمعلومات كوسيط نقل سريع بهدف نشر فوري لمعلومات مالية وغير مالية على قطاع واسع من المستخدمين المتصلين بالشبكة، وفيما يتعلق بمحتويات النشر الإلكتروني للمعلومات فيكون كالتالي:

1.4.3. معلومات مالية: هذه البيانات والمعلومات مثل قائمة المركز المالي وقائمة التدفق النقدي وقائمة توزيع الأرباح وقائمة التغيير في حقوق الملكية وغيرها من القوائم المالية السنوية والفترية وإيضاحاتها المرفقة مع تقرير مراقب الحسابات والنسب المالية وأسعار الصرف الأجنبي وأسعار الأسهم ومعلومات مالية عن صناديق الاستثمار.

2.4.3. بيانات ومعلومات وصفية غير مالية: مثل تشكيل مجلس الإدارة وتوصيف المنتجات والخدمات المقدمة ومنها الخدمات الإلكترونية والفروع والمراسلين وإحصاءات عامة وتقييم المؤسسات المالية العالمية لنشاط المؤسسة وأخبار عن المؤسسة كما صدرت في وسائل الإعلام وغيرها.

3.4.3. أدوات ربط سريعة: مع مواقع أخرى علي شبكة الإنترنت توفر للمتصل سرعة الحصول علي بيانات ومعلومات أخرى مكملة قد يحتاج إليها من هذه المواقع الأخرى.

4.4.3. أدوات علي الموقع: تتيح للمستخدم إجراء عمليات معينة مع المؤسسة صاحبة الموقع كخدمات التجارة الإلكترونية وخدمات البنك الفوري وغيرها وتنتهي بتقديم بيانات ومعلومات بهذا الشأن للمستخدم.

5.3. دافع استخدام التقرير المالي الإلكتروني:

تتعدد دوافع المؤسسات بشأن استخدام العرض والإفصاح الإلكتروني نظرا للتباين في التكاليف والمنافع المتعلقة به وأن المنافع المتوقع أن تحصل عليها المؤسسة إذا اختارت النشر الإلكتروني للتقارير المالية تتمثل فيما يلي:

❖ يوفر النشر الإلكتروني للتقارير المالية وسيلة نشر وتقرير فورية بين المؤسسة كمنتج للمعلومات وقطاعات عريضة من المستثمرين والمقرضين وغيرهم.

❖ يمكن أن يخفف النشر الإلكتروني للتقارير المالية تكاليف نشر المؤسسة لمعلوماتها، فإذا أمكن لتخذي القرار المعروفين وغير المعروفين الحصول على المعلومات المنشورة على صفحات الويب واستخدامها، فيمكن للمؤسسة أن تتخلص إلى حد بعيد من تكاليف وطباعة وإرسال تقاريرها التقليدية إلى مستخدميها المعروفين الذين يتعين أن تصلهم هذه التقارير.

❖ يمثل النشر الإلكتروني للتقارير المالية وسيلة للاتصال بعدد كبير من مستخدمي المعلومات المحاسبية، وبناءا عليه فإن إنشاء موقع الويب واستخدامه في التقارير المالية الإلكترونية يعني أن المعلومات المحاسبية قد أصبحت سلعة عامة يمكن الحصول عليها طوال أربع وعشرون ساعة في أي مكان في العالم ومن جانب قطاعات غير متجانسة من المستخدمين.

❖ يوفر النشر الإلكتروني للقوائم المالية للمستخدم القدرة على استخدام روابط (وصلات) مواقع شبكة إنترنت في دمج أقسام عديدة من القوائم المالية المنشورة على مع العديد من المعلومات الأخرى المتعلقة بها في مواقع أخرى، ومن إجراء المقارنات ودعم القرارات.

❖ يخفف النشر الإلكتروني للتقارير المالية التكاليف والوقت للذات يتحملها مستخدمي المعلومات المحاسبية، ذلك أن النشر الإلكتروني للتقارير المالية يمثل مصدر فوري للمعلومات التي تصدرها المؤسسة بصفة مستمرة على مدار فترات ومنية متقاربة، خصوصا في ظل الاتجاه المعاصر لتخفيض فترات دورة حياة المنتج والاتجاه نحو تطبيق نظم المخزون الفوري (JIT) Just-in-time.

❖ سيزيد استخدام المؤسسات للنشر الإلكتروني للتقارير المالية مع الاتجاه الراهن للتقرير عن الدخل الشامل ضمن القوائم المالية للمؤسسة.

6.3. مميزات الإفصاح الإلكتروني:

تتحق للمؤسسة المستخدمة للإفصاح الإلكتروني المزايا التالية:

- ❖ خفض التكاليف والزمن اللازم لتوزيع المعلومات؛
- ❖ القدرة علي التعامل مع قطاع واسع من المستخدمين لم يسبق للمؤسسة التعرف عليهم؛
- ❖ زيادة حجم ونوعية وسرعة المعلومات المعروضة إلكترونياً؛
- ❖ تحسين القدرة علي الوصول للمستثمرين المرتقبين للمؤسسات الصغيرة؛

تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية

- ❖ إن استخدام الشبكة الدولية للمعلومات سيترتب عليه أن تتغير دورات إعداد القوائم المالية للمؤسسة من شهرية - ربع سنوية - سنوية إلى نظام للتقارير الفورية؛
- ❖ إن اتساع تقرير الأعمال يسمح باستخدام أدوات التحليل للمعلومات المالية للمستخدمين؛
- ❖ إمكانية التحديث السريع أولاً بأول للعرض والإفصاح على الشبكة ووصوله إلى المستخدمين بسرعة وتلقيهم له في أي وقت من أي اتصال بشبكة الانترنت؛
- ❖ عرض التقرير المالي وإيضاحاته المتممة وتقرير مراقب الحسابات مباشرة على صفحات الويب مع تمكين المستخدمين من الشبكة على التقارير المطلوبة في صورة إنزال ملفات.

4. تطوير سوق الأوراق المالية:

1.4. تعريف سوق الأوراق المالية:

انه مكان منظم داخل المجتمع يعمل على تداول الأوراق المالية بيعا وشراء الخاصة بالمؤسسات باختلاف أنواعها سواء عند إصدارها أو عند تداولها بين العديد من فئات المستثمرين الذين تتنوع وتختلف مصالحهم فيما يتعلق بقرارات استثماراتهم في تلك الأوراق المالية. بحيث يؤدي إلى انتقال رأس المال من وحدات الادخار الرئيسية إلى وحدات الاستثمار الرئيسية المحتاجة لها، وإن الاستثمار في أسهم عن طريق أسواق الأوراق المالية يعتمد اعتمادا أساسيا على التقارير المالية لتلك المؤسسات المنشورة على شبكة الانترنت.

2.4. إجراءات ربط سوق الأوراق المالية بشبكة الانترنت:

تتمثل تلك الإجراءات في:

1.2.4. بدء تطبيق نظام الحفظ المركزي: يعتبر نظام الحفظ المركزي هو بداية الانتقال الفعلي للعالمية. يؤدي تطبيق نظام الحفظ المركزي إلى تحقيق المزايا التالية:

❖ سهولة إعداد بيانات بأسماء المساهمين لأحكام الرقابة وسرعة إتمام عملية توزيع الأرباح من قبل المؤسسات المصدرة للأوراق المالية؛

❖ إمكانية البيع دون التقيد بفئات الأسهم والسندات، حيث يمكن طباعة صك واحد بإجمالي الأسهم وإيداعه في مؤسسة المقاصة والتسوية؛

❖ تنفيذ عمليات التسوية والمقاصة بين المحترفين في السوق وإدارة حسابات الأوراق المالية لمؤسسات إدارة سجلات الأوراق المالية وانتهاء مشاكل نقل الملكية.

2.2.4. بدء تطبيق نظام التداول الإلكتروني: يتضمن نظام التداول الإلكتروني عدة نظم فرعية تشمل نظم التداول والتسوية والمقاصة والحفظ المركزي والرقابة على السوق بالإضافة إلى نظام متطور للأسس التقنية الذي يستخدم أحدث التطبيقات والأجهزة وشبكة المعلومات. وتتمثل المزايا المترتبة على ربط أسواق الأوراق المالية بشبكة الانترنت في:

❖ ربط الأسواق الأوراق المالية بمختلف الأسواق العالمية؛

❖ زيادة الوعي الاستثماري لدي المتعاملين في تلك الأسواق؛

❖ زيادة الطلب على شراء وتداول الأوراق المالية للمؤسسات المخصصة؛

❖ إن نشر بيانات وافية عن الأسهم سوف يجذب استثمارات العديد من المستثمرين.

5. أسلوب التوقيت المحدد:

يتم استخدام شبكة الانترنت في تقديم المعلومات في حالة استخدام التصنيع الآلي حيث يسمح بتحقيق الاتصال الفوري المباشر مع الموردين بشأن كمية المواد الخام التي يجب توريدها بحيث تصل إلى المؤسسة الكميات المطلوبة فقط وفي الوقت المحدد لعمليات التصنيع، وتوفر شبكة الانترنت فرصة كبيرة للمشتريين للاتصال والتفاعل مع الموردين وسوف يتيح للعملاء فرصة أكبر للحصول على معلومات عن المنتجات التي يتعاملون معها من خلال موقع المؤسسات المنتجة لها عبر شبكة الانترنت، ويمكن استخدام شبكة الانترنت في استطلاع آراء العملاء والتعرف على رغباتهم بشأن التعديلات المتوقعة أو المطلوب تنفيذها على المنتجات، ويضاف كذلك على أن شبكة الانترنت ستوفر تنظيم فعال لخدمات ما يبيع البيع، وعن طريق شبكة الانترنت يمكن توسيع دائرة الموردين للمؤسسة بالإضافة إلى أن بعض الموردين المرتبطين بالمؤسسة بعقود طويلة الأجل سوف يكون لهم اتصال مباشر وفوري بالمؤسسة عن طريق شبكة الانترنت وسوف يكون مسموح لهم بالوصول إلى موقع المؤسسة على شبكة الانترنت للحصول على معلومات عن جداول الإنتاج حتى يمكنهم وضع جداول التوريد في المواعيد المناسبة وكذلك عرض منتجات المؤسسة على شبكة الانترنت مما يساعد على جذب عملاء جدد للمؤسسة لبيع منتجاتها في جميع أنحاء العالم.

وعلاوة على الفوائد التي تعود على المؤسسات من خلال مواقعها على شبكة الانترنت وانعكاس ذلك على أسلوب التوقيت المحدد في الإنتاج IT وأثره على تخفيض تكاليف التخزين بالمؤسسة وكذلك عرض منتجات المؤسسة بالمواقع الخاصة بها على شبكة الانترنت وذلك لتوفير فرص البيع في جميع أنحاء العالم.

6. التجارة الإلكترونية:

1.6. مفهوم التجارة الإلكترونية:

تمثل التجارة الإلكترونية نتيجة مباشرة لاستثمار الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للعنصر البشري، حيث يتم إعداد صفحات على شبكة الانترنت تعرض فيها المؤسسات والشركات المختلفة منتجاتها من سلع وخدمات وتستخدم كل فنون وأدوات العرض الحركي التي تتيحها تقنيات جهاز الحاسوب والوسائط المتعددة بحيث توضح خصائص المنتجات ومزاياها وتتيح للمشتريين فرص استعراض مزايا استخدام السلعة، ثم يتم الاتصال بين البائع والمشتري عبر شبكة الانترنت. وتعرف أيضا التجارة الإلكترونية بأنها ممارسة النشاط التجاري من خلال موقع مؤسسة أو أكثر على شبكة الويب ويتضمن ذلك التصفح لاختيار المنتج والتعرف على خصائصه وإصدار أمر الشراء وتجميع البضاعة في عربة المشتريين الإلكترونية والاستئصال من المخزون وترتيبات الشحن والمحاسبة والسداد بوسائل دفع النقود الإلكترونية لتسوية المعاملات وتعرف أيضا التجارة الإلكترونية بأنها تتمثل في القيام بالتبادل الإلكتروني للبيانات باعتباره أحد المكونات الأساسية لها ويتطلب اتفاق بين اثنين أو أكثر من الشركاء لإتمام صفقات المعاملات التجارية الروتينية، ومن أبرز سماتها عدم الاعتماد على استخدام الأوراق أو المستندات التقليدية مثل أوامر الشراء أو فواتير التحصيل في شكل الكتروني.

2.6. مراحل التجارة الإلكترونية: يتم تنفيذ التجارة الإلكترونية طبقاً للمراحل التالية

1.2.6. مرحلة توفير المعلومات: يعتبر توفير المعلومات من أهم معالم التطور التكنولوجي ويظهر ذلك في حجم وسرعة تبادل المعلومات وتداولها بين مختلف الأفراد والدول من خلال شبكة الانترنت بما يمكن من توفير المعلومات اللازمة للعرض والطلب أمام المشتريين والبائعين، وتتم عملية التبادل تبعاً للمعلومات المتوفرة عالمياً في جميع الأسواق وليس السوق المحلية فقط، ومن ثم فإن التبادل يتم مع أي سوق تتوافر فيه السلعة الأقل ثمناً والأعلى جودة.

تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية

2.2.6. مرحلة عقد الصفقات: يمثل عقد الصفقات وإبرام الاتفاقات بين المؤسسات والعملاء من الأهمية بمكان التجارة الالكترونية، حيث توفر شبكة الانترنت وسيلة اتصال سريعة بين المتعاملين حيث يتم الاتصال بين المشتري والبائع ويتم الاتفاق علي عقد الصفقات وإرسال جميع العقود القانونية والأوراق والرسومات والصور والمستندات بسرعة فائقة بالمقارنة بالوسائل الأخرى.

3.2.6. مرحلة التبادل التجاري: يمكن نظام التجارة الالكترونية من التبادل لبعض أنواع معينة من السلع والخدمات مثل الكتب والبحوث والرسومات الهندسية وبرامج الحاسب الآلي، أما بقية السلع فلا بد من تبادلها من خلال الحدود الجمركية. وأن تبادل أنواع معينة من السلع والخدمات مثل الكتب والبحوث والرسومات الهندسية وبرامج الحاسب الآلي ضمن نظام التجارة الالكترونية علي شبكة الانترنت يوجد مشكلة التهرب الضريبي علي مثل هذه السلع والخدمات مما يستوجب وجود تشريع قانوني تصدره هيئة دولية تابعة لهيئة الأمم المتحدة يكون ملزم لجميع الدول والمتعاملين بشبكة الانترنت وذلك لإخضاع هذه السلع والخدمات للضريبة.

3.6. النقود الالكترونية:

يقصد بالنقود الالكترونية المدفوعات من خلال قنوات الاتصال الالكترونية، ويقصد بالنقود الالكترونية أيضا تقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها علي المشاركين فيها وفعالشروط العضوية التي تحددها البنوك، وتتجه العديد من الدول للتوسع في استخدام النقود الالكترونية وتسوية الحسابات فيما بين العملاء والبنوك من خلال شبكة الانترنت، وأن التوسع في استخدام النقود الالكترونية يؤدي إلي سهولة وسرعة تسوية المدفوعات مما ينعكس بدوره علي تشجيع انتشار التجارة الالكترونية.

3.6. أهمية التجارة الالكترونية:

- تعتبر التجارة الإلكترونية ذات أهمية كبيرة فقد ساهمت في رفع وزيادة حجم التبادل التجاري وتطويره كما أسهمت في دعم الاقتصاد الدولي وفتحت آفاق واسعة للنهوض بمستوي الأمم، حيث تتمثل أهمية التجارة الإلكترونية فيما يلي:
- ❖ تعتبر وسيلة متميزة وغير مسبوقه للوصول إلى الأسواق العالمية في وقت واحد وبأقل التكاليف، حيث تساعد البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسواق بعيدة ومتنوعة، كما تساعد المشتريين على التمتع بنفس الخواص وبالوسيلة ذاتها وفي الوقت، وهي بذلك تعتبر تطبيقا حقيقيا لفكرة العولمة وتحرير التجارة، وأن العالم ليس سوي قرية صغيرة لا تتقيد بحاجز الزمان والمكان وهي بذلك توفر فرصا وإمكانيات لا نهائية لعرض السلع والخدمات.
 - ❖ التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات كما تساهم في تخفيض التكاليف الكلية سواء أكانت تكاليف المراسلات البريدية أم تكاليف التشغيل أم الإعلان أم تكاليف التوزيع والتصميم والتصنيع ومصاريف الاتصال وغيرها من النفقات التي تصاحب التجارة الحالية حيث تبلغ نسبة الوفرة في هذا المجال لا يقل عن 70%.
 - ❖ تعمل التجارة الالكترونية علي ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما يتميز به من تدفق للمعلومات بينهم في الوقت المناسب.
 - ❖ تساعد المؤسسات علي إتباع نظم التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الآلي من حيث تخطيط الاحتياجات من المواد والتوقيت المحدد (JIT).

- ❖ تغيير صور المؤسسات وتحولها من مؤسسات ضخمة تعاني من تعقد الهياكل التنظيمية وكبر أعداد العاملين بها إلي مؤسسة صغيرة الحجم بها عدد قليل من العاملين كما يلي:
 - اختفاء المباني الضخمة والمكاتب المكتظة بالموظفين وآلاف الملفات؛
 - تتعامل مع أنواع لا نهائية من السلع والخدمات؛
 - يعمل عدد محدود من البشر؛
 - تكاد تختفي منها المخازن والمخزون، حيث يمكن توجيه طلبات العملاء واستيفاؤها مباشرة من مراكز الإنتاج والموردين.
- 4.6. بناء الأعمال الإلكترونية:

يتحمس الكثير من المؤسسات للحاق بركب التجارة الإلكترونية قبل أن تعي طبيعة شبكة الإنترنت كوسيلة لتوفير المعلومات والمعرفة قبل كل شيء، والتي يجب استغلالها على هذا النحو لتأسيس وجود مؤثر على الشبكة ضمن إطار عام إستراتيجية التجارة الإلكترونية، لذلك يجب تأسيس ما يعرف بالأعمال الإلكترونية قبل البدء في أنشطة التجارة الإلكترونية لتكامل وجودهما على شبكة الإنترنت، ومن منافع الأعمال الإلكترونية أن المؤسسة تستطيع أن تحصل على رد فعل العملاء بشكل حقيقي بواسطة الشبكة الدولية للمعلومات وتستطيع تأسيس علاقات معهم على الشبكة، والتي تتحول مع مرور الوقت إلى نوع من الولاء للمؤسسة أو العلامة التجارية، وفي الوقت الحاضر فإن المعلومات تساوي المال الكثير، لذلك على المؤسسات أن توفر معلومات قيمة لعملائها حيث أنه عند مرور أي عميل بتجربة مفيدة له عند زيارته لموقع المؤسسة فعلى الأرجح أنه سيعود لذلك الموقع، لذلك فإنه لتأسيس حضور قوي على الشبكة فإنه من الضروري صيانة موقع المؤسسة وتحديثه باستمرار وتدعيم مستوي التفاعل الذي يوفره الموقع للمستخدمين وإذا توفر ما سبق فإنه سوف يؤدي إلى وجود أعمال إلكترونية ناجحة مما يسهل البدء بالقيام بالتجارة الإلكترونية.

5.6. التجارة الإلكترونية والتسويق من خلال شبكة الإنترنت:

يشهد العالم الآن تحولا كبيرا من ناحية الاتجاه لإبرام الصفقات والاتفاق على عقود لتوريد شحنات البضائع وإتمام الصادرات والواردات فيما بين المتعاملين على امتداد أنحاء العالم وذلك باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة عبر شبكات الإنترنت وأقراص الكمبيوتر دون اللجوء للأساليب القديمة التي كانت تعتمد على خطابات فتح الاعتماد في البنوك ومستندات الشحن وأفون التوريد عبر الموانئ والمطارات وغير ذلك من الإجراءات الورقية ولن يقتصر الأمر في تداول تلك السلع على الصفقات الضخمة بل سيمتد ذلك إلى الوفاء بالاحتياجات الشخصية لدي المستهلك الذي سيصبح في طلب السلع المعروضة في أي مكان في العالم.

نتيجة لهذا التحول الإستراتيجي ظهر التسويق عبر شبكة الإنترنت الذي يعد تطبيقا حقيقيا لفكرة العولمة، حيث أن التسويق عبر شبكة الإنترنت أصبحت سوقالاتصال المؤسسات بعملائها بكفاءة، الأمر الذي أدى تحول شكل التجارة العالمية من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني.

إن شبكة الإنترنت أصبحت تمثل القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في كل دول العالم، وأصبح التسويق عبر شبكة الإنترنت هو الأداة الفعالة لتحقيق ذلك النمو في ظل العولمة وما يصاحبها من تطورات سريعة ومتلاحقة.

من ذلك يتضح أن أسواق التجارة العالمية تعتمد الآن على شبكة الإنترنت في تسويق منتجاتها، حيث إن للعديد من المؤسسات ومصانع العالم المتقدم موقعا في شبكة الإنترنت وتعرض في المواقع صفحات من جميع منتجات المؤسسات وتضم هذه الصفحات صور ملونة وتسجيلات صوت وفيديو لشرح معلومات كاملة وتفصيلية عن كل منتج منهم ويزيد على ذلك أن

تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية

المستهلك يستطيع أن يقوم بالتسوق وشراء المنتجات التي يحتاجها ويقوم بالدفع باستخدام كروت الائتمان البنكي Credit Cards أو أي أسلوب آخر وهو يبحر في شبكة الإنترنت أمام شاشة الكمبيوتر.

7. تحليل النتائج:

ضع النتائج المتحصل عليها هنا، بدء بتلخيص وتحليل المعطيات المتحصل عليها ذات الصلة بموضوع البحث. مع تقديم تفسير لهذه النتائج خاصة ما تعلق بالفرضيات المطروحة ومدى صحتها.

8. خاتمة:

تتصف الممارسات المحاسبية بالدينامكية، وقد ساعد علي مقابلة هذه الدينامكية استخدام أجهزة الحاسبات الآلية واستخدام تقنية الإنترنت، وقد نلخص نتائج دراسة تأثيرات نشر التقارير المالية علي شبكة الإنترنت علي منفعة المعلومات المحاسبية إلى:

❖ يمثل النشر الإلكتروني للتقارير المالية وسيلة للاتصال بعدد كبير من مستخدمي المعلومات المحاسبية، وبناءا عليه فإن إنشاء موقع الويب واستخدامه في التقارير المالية الإلكترونية يعني أن المعلومات المحاسبية قد أصبحت سلعة عامة يمكن الحصول عليها طوال أربع وعشرون ساعة في أي مكان في العالم ومن جانب قطاعات غير متجانسة من المستخدمين؛

❖ يخفض النشر الإلكتروني للتقارير المالية التكاليف والوقت اللذان يتحملهما مستخدمي المعلومات المحاسبية، ذلك أن النشر الإلكتروني للتقارير المالية يمثل مصدر فوري للمعلومات التي تصدرها المؤسسة بصفة مستمرة على مدار فترات ومنية متقاربة، خصوصا في ظل الاتجاه المعاصر لتخفيض فترات دورة حياة المنتج والاتجاه نحو تطبيق نظم المخزون الفوري (Just-in-time)؛

❖ يوفر النشر الإلكتروني للقوائم المالية للمستخدم القدرة على استخدام روابط (وصلات) مواقع شبكة إنترنت في دمج أقسام عديدة من القوائم المالية المنشورة على مع العديد من المعلومات الأخرى المتعلقة بها في مواقع أخرى، ومن إجراء المقارنات ودعم القرارات؛

❖ تطوير الإفصاح الإلكتروني وسوق الأوراق المالية؛

❖ تخفيض تكلفة المخزون من المواد الخام وتامة الصنع وظهور التجارة الإلكترونية؛

❖ المعلومات المحاسبية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية سوف يتم الإفصاح عنها بصفة فورية علي شبكة الإنترنت دون التدخل من المؤسسات التي تتم بها هذه التجارة؛

❖ نتيجة الإفصاح الفوري للقوائم المالية علي شبكة الإنترنت، سيكون هناك ضرورة لسرعة تطبيق معايير المحاسبة الدولية حتى يكون هناك قدر كبير من التجانس بين القوائم المفصح عنها؛

❖ حدث تغيير في شكل التقارير التقليدية حيث أصبحت التقارير دينامكية وأخذت شكل الرسوم وأرقام جاهزة؛

❖ تسمح شبكة الإنترنت للمستثمرين والعملاء، والحكومة من التعرف علي نشاط المؤسسة.

9. قائمة المراجع:

- 1- ناظم حسن رشيد، دور مراقب الحسابات في إضفاء الثقة بالبيانات المحاسبية المنشورة علي الإنترنت في بيئة التجارة الإلكترونية، مجلة تكرير للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكرير، كلية الإدارة، المجلد 07، العدد 24، 2011، ص 178.
- 2- صلاح عبد المنعم مبارك، نشوي شاكرا علي رجب، الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت، مؤتمر التجارة الإلكترونية الأفق والتحديات، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، 2002، ص 548.
- 3- محمد شريف توفيق، التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بالتطبيق علي القطاع المصرفي وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن التجارة الإلكترونية، 2002، ص 16-17.
- 4- محمد شريف توفيق، أثر التجارة الإلكترونية علي تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية- دراسة إختبارية بالتطبيق علي استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود الإلكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري (الإلكتروني)، 2003، ص 20.
- 5- محمد شريف توفيق، نعيم فهيم حنا، تقييم مدي الحاجة إلي معيار محاسبي مصري عن الأعمال المصرفية المتعلقة بالعمليات المرتبطة بوسيلة دفع إلكترونية، دراسة إخبارية، مؤتمر الاستثمار والتنمية وتحديات القرن الحادي والعشرين، كلية التجارة جامعة الإسكندرية، 11-13 سبتمبر 2003، ص 39.
- 6- يوسف مسعداوي، كفاءة الأسواق المالية العربية دراسة تحليلية لتجربة بورصة كل من الجزائر والسعودية ومصر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 42، 2014، ص 119.
- المصدر: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=742>
- 7- حلا سامي خضير، تقييم أداء سوقي العراق والسعودية للأوراق المالية والمقارنة فيما بينهما للمدة 2004-2007، جامعة تكرير، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 05، العدد 06، 2009، ص 35.
- 8- مني محمود حنفي، المنهج المحاسبي لتحديد وتحقيق القيمة العادلة لأسهم الشركات المخصصة في أسواق الأوراق المالية في ظل استخدام شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 2000، ص 157 – 158.
- 9- انسام عوني رشيد، التجارة الإلكترونية (دراسة قانونية)، المجلد 01، العدد 134، مجلة الأستاذ، جامعة النهين، كلية العلوم السياسية، 2015، ص 605 المصدر: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=742>
- 10- شاكر تركي إسماعيل، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية، المؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم المالية والإدارية، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 2007، ص 10.
- 11- عيساني عامر، سلالى بوبكر، دور التجارة الإلكترونية في التنمية المستدامة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك، 2014، ص 209.
- 12- أحلام علي الشيخ، الدخل الخاضع للضريبة في مجال التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، دمشق، كلية الاقتصاد، 2006، ص 8.
- 13- ناظم حسن رشيد، دور مراقب الحسابات في إضفاء الثقة بالبيانات المحاسبية المنشورة علي الإنترنت في بيئة التجارة الإلكترونية، مجلة تكرير للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكرير، كلية الإدارة، المجلد 07، العدد 24، 2011، ص 178 المصدر: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=742>
- 14- صلاح عبد المنعم مبارك، نشوي شاكرا علي رجب، الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت، مؤتمر التجارة الإلكترونية الأفق والتحديات، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، 2002، ص 548.
- 15- محمد شريف توفيق، التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بالتطبيق علي القطاع المصرفي وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن التجارة الإلكترونية، 2002، ص 16-17. المصدر: <http://mstawfik.tripod.com>.
- 16- محمد شريف توفيق، أثر التجارة الإلكترونية علي تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية- دراسة إختبارية بالتطبيق علي استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود الإلكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري (الإلكتروني)، 2003، ص 20. المصدر: <http://mstawfik.tripod.com>
- 17- محمد شريف توفيق، نعيم فهيم حنا، تقييم مدي الحاجة إلي معيار محاسبي مصري عن الأعمال المصرفية المتعلقة بالعمليات المرتبطة بوسيلة دفع إلكترونية، دراسة إخبارية، مؤتمر الاستثمار والتنمية وتحديات القرن الحادي والعشرين، كلية التجارة جامعة الإسكندرية، 11-13 سبتمبر 2003، ص 39.
- 18- يوسف مسعداوي، كفاءة الأسواق المالية العربية دراسة تحليلية لتجربة بورصة كل من الجزائر والسعودية ومصر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 42، 2014، ص 119.
- المصدر: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=742>

تأثيرات نشر التقارير المالية على شبكة الانترنت على منفعة المعلومات المحاسبية

- 19- حلا سامي خضير، تقييم أداء سوقي العراق والسعودية للأوراق المالية والمقارنة فيما بينهما للمدة 2004-2007، جامعة تكبير، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 05، العدد 06، 2009، ص 35.
- 20- مني محمود حنفي، المنهج المحاسبي لتحديد وتحقيق القيمة العادلة لأسهم الشركات المخصصة في أسواق الأوراق المالية في ظل استخدام شبكة الانترنت، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 2000، ص 157 – 158.
- 21- انسام عوني رشيد، التجارة الإلكترونية (دراسة قانونية)، المجلد 01، العدد 134، مجلة الأستاذ، جامعة النهرين، كلية العلوم السياسية، 2015، ص 605.
- 22- شاكر تركي إسماعيل، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية، المؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم المالية والإدارية، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 2007، ص 10.
- 23- عيساني عامر، سلاي بويكر، دور التجارة الإلكترونية في التنمية المستدامة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك، 2014، ص 209.
- 24- أحلام علي الشيخ، الدخل الخاضع للضريبة في مجال التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، دمشق، كلية الاقتصاد، 2006، ص 8.