

أثر التجارة الإلكترونية المصرفية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية بمدينة  
طرابلس

\*\* عثمان علي غيث

\* احمد جمعة نصر

المقدمة:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية من بين القطاعات الاسرع نمواً في الاقتصاد العالمي ويتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظراً لتأثيرها الفعال على الاسواق أداء المؤسسات و قدرتها التنافسية و لقد ساهمت الانترنت باعتبارها من أهم تقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير في تعزيز تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالمياً ( صراع ، 2014 ، ص 5 ).

ومما لاشك فيه بأن تبادل المعلومات أصبحت من الادوات التي تستخدمها الشركات و المؤسسات و خاصة المصارف التجارية حيث شهدت الصناعة المصرفية تقدماً ملموساً في مجال السماح للعملاء بتنفيذ العديد من العمليات المصرفية (عبدالهادي، 2017، ص 2 ).

مشكلة الدراسة:

شهدت الفترة الاخيرة تطوراً ملحوظاً للمصارف من خلال تقديم الخدمات المصرفية الجديد الإلكترونية التي تساهم في زيادة ثقة العملاء و تسهيل عملياتهم المصرفية ومع التطور الهائل في نظم المعلومات و خصوصاً نظم المعلومات المحاسبية و المعتمدة على الحاسوب بشكل خاص و ما صاحب هذا التطور من ضرورة وجود أنظمة فعالة للمعلومات ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة في السؤال التالي:  
(ما أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية العاملة في مدينة طرابلس؟).

فرضيات الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على الفرضيات الآتية:

1. توجد علاقة طردية بين التجارة الإلكترونية المصرفية إيجابية وبين جودة أنظمة المعلومات المحاسبية.
2. تؤثر التجارة الإلكترونية على جودة مخرجات النظام المحاسبي.

\* عضو هيئة تدريس كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة طرابلس . ليبيا

\* \* عضو هيئة تدريس كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة طرابلس . ليبيا

#### أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. بيان مدى تأثير مخرجات النظام المحاسبي بأنشطة التجارة الإلكترونية في المصارف.
2. تحليل طبيعة التحديات التي تعترض نظم المعلومات المحاسبية في تطبيق التجارة الإلكترونية.
3. الوقوف على طبيعة البرامج نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة و مدى ملاءمتها لبيئة التجارة الإلكترونية.

#### أهمية الدراسة:

يتضح أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. إبراز دور التي تلعبه نظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية.
2. اسهام نظم المعلومات المحاسبية في تعزيز انتشار التجارة الإلكترونية لدى المصارف التجارية.
3. الوقوف على نقاط القوة و الضعف في تطبيق نظم المعلومات المحاسبية

#### مجتمع و عينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المصارف العاملة في مدينة طرابلس وهي مصرف الجمهورية و مصرف الصحاري و مصرف الوحدة ، وستعتمد عينة الدراسة على العينة العشوائية البسيطة لدى المصارف وكان حجم العينة 112 مفردة.

#### منهجية الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي من خلال الكتب و المجالات العلمية و الندوات و الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.

#### أداة الدراسة:

تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات و تحليلها ، و قد تم استخدام الأدوات الاحصائية لتحليل مضمون الاستمارة و الوصول إلى التحقيق من أهداف الدراسة و اختبار الفرضيات.

#### حدود ت الدراسة:

**الحدود الزمنية:** اقتصر نتائج هذا البحث على الفترة الذي أنجز فيها و المتمثلة في الفترة 2021 / م .  
**الحدود الموضوعية:** تتمثل في التطرق إلى أثر التجارة الإلكترونية المصرفية على تطوير نظم المعلومات المحاسبية في المصارف.

### المصطلحات الإجرائية:

1. التجارة الإلكترونية: هي استخدام التقنيات البرمجية الحديثة في المعلومات و الإتصالات من أجل عقد الصفقات المبادلات التجارية بهدف تطوير التجارة العالمية و تنمية المبادلات العالمية.
2. كثافة المعلومات: هي جعل المعلومات كثيفة وذات جودة ممتازة وحديثة وقللت من مشاكل البحث و الاتصالات.
3. نظم المعلومات المحاسبية: هو أحد النظم الفرعية في الوحدة الاقتصادية يتكون من عدة نظم فرعية مع بعضها بعضاً بصورة مترابطة و متبادلة بهدف توفير المعلومات.

### الدراسات السابقة:

- 1- دراسة: صابرين ( 2017 ) بعنوان مدى ملاءمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية وفقاً لمتطلبات المعيار المحاسبي الدولي 18 " الاعتراف بالإيراد " وكانت أهم أهداف هذه الدراسة هي تحليل اليات و أساليب الاعتراف بالإيراد الناتج عن بيع السلع و الخدمات في التجارة الإلكترونية ومدى الانسجام مع المعيار الدولي ، و توصلت إلى النتائج العمليات التي تتم وفقاً لنظام التجارة الإلكترونية عمليات غير ملموسة و تقفد إلى التوثيق في أغلب مراحلها و أن هناك تأثيراً لعمليات التجارة الإلكترونية على مناهج الفكر المحاسبي كما خلصت إلى تأهيل كل من المحاسبين و المراجعين بالمزيد من تقنيات و اليات التعامل مع متطلبات التجارة الإلكترونية من قبل الهيئات المهنية المحاسبية و ضرورة عمل دورات و ورشات عمل بهدف زيادة وعي المستهلك بأسس و اليات العمل التي يجب مراعاتها لتحقيق عنصر الأمان في عمليات التجارة الإلكترونية.
- 2- دراسة: تامضر ( 2016 ) بعنوان " محددات قياس ضريبة أرباح أعمال التجارة الإلكترونية و أثرها في تحديد الوعاء الضريبي ، و هدفت هذه الدراسة إلى معرفة القصور في التشريعات الضريبة السودانية و طبيعة السلع و الخدمات المتداولة في التجارة الإلكترونية و البنية التحتية و الكوادر البشرية و تأثيرها في قياس وعاء ضريبة أرباح الأعمال لنشاطات التجارية الإلكترونية ، و تمثلت مشكلة الدراسة في وجود قصور في التشريعات الضريبة التقليدية وصعوبة تحديد السلع و الخدمات المتداولة إلكترونياً ، عدم وجود بنية تحتية ملائمة ، عدم وجود كوادر بشرية مؤهلة إلكترونياً ، واعتمدت هذه الدراسة المنهج التاريخي الوصفي التحليلي الاستنباطي. و توصلت إلى التعامل مع عمليات التجارة الإلكترونية يتطلب لوائح و إجراءات مختلفة عن التجارة التقليدية و صعوبة متابعة السلع و الخدمات المتبادلة إلكترونياً و خلصت إلى ضرورة تطوير التشريع الضريبي السوداني ليشمل التجارة الإلكترونية و يجب إلزام المنشآت البائعة المكلفة بتحصيل ضريبة أرباح الأعمال بضرورة تقديم الإقرار الضريبي السنوي متضمناً الصفقات الإلكترونية.

3 - دراسة : هاني ( 2014 ) بعنوان تقييم مدى التوافق بين نظم المعلومات المحاسبية و متطلبات التجارة الإلكترونية في قطاع الخدمات ، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التوافق بين نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة المطبقة في قطاع الخدمات الاردني و متطلبات التجارة الإلكترونية المتمثلة بالمبادي المنصوص عليها في المشروع الكندي الامريكي المشترك ، و البحث عن المعوقات التي تحد من عملية التوافق و تقديم الحلول المناسبة لتذليل تلك المعوقات مما قد ينعكس إيجابياً على قطاع الخدمات بشكل خاص و على الاقتصاد الاردني بشكل عام ، و توصلت إلى وجود توافق بين نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة و متطلبات التجارة الإلكترونية في الشركات الخدمية و الإدارة مهتمة بتدريب الكوادر الفنية في مجال التجارة الإلكترونية ، وخلصت إلى التركيز على أهم المخاطر التي تواجه الإدارة في مجال التجارة الإلكترونية و الاستعداد لها و الاهتمام بكل ما هو جديد في مجال التجارة الإلكترونية.

4 - دراسة: القطاونة ( 2005 ) بعنوان أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على فاعلية نظام المعلومات المحاسبي ، و هدفت هذه الدراسة إلى أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على فاعلية نظام المعلومات المحاسبي في المصارف و شركات التأمين في بورصة عمان ضمن السوق الاول وقد بلغ عدد المصارف التي أجريت عليها الدراسة 13 مصرفاً و عدد منشآت التأمين 10 وتوصلت إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات أثرا على فاعلية نظم المعلومات المحاسبي و أهم العوامل المؤثرة هو استخدام شبكات الاتصالات يليه الاجهزة و البرمجيات

و خلصت إلى ضرورة زيادة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية و وجود متخصصين ضمن الكادر الوظيفي لمواجهة أي خلل.

5 - دراسة: عبدالهادي ( 2017 ) بعنوان تأثير التجارة الإلكترونية على تطوير نظم المعلومات المحاسبية ، و هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر ممارسة التجارة الإلكترونية على تحسين معايير الجودة لأنظمة المعلومات المحاسبية و توصلت إلى تؤثر الحوالات الإلكترونية الممارسة في البنوك التجارية الفلسطينية على جودة أنظمة المعلومات المحاسبية وتساهم التجارة الإلكترونية في تحسين معايير الجودة لأنظمة المعلومات المحاسبية ، و خلصت إلى إعطاء المحاسبين دورات في التعامل مع الحوسبة الإلكترونية بالتنسيق مع إدارة قسم تكنولوجيا المعلومات من أجل برمجة و عمل تقارير تقيد في عملية القياس الكمي بشكل أكبر.

التعليق على الدراسات السابقة:

توجد العديد من الدراسات السابقة تتكلم عن المواضيع تخص التجارة الإلكترونية و أيضاً نظم المعلومات المحاسبية وكذلك النظام المحاسبي حيث تحدثت الدراسات السابقة عن قدرة النظام المحاسبي في التعامل مع اساليب التجارة الالكترونية و أيضاً تحدثت عن المشاكل التي يمكن أن تواجه مهنة المحاسبة في استخدام عمليات التجارة الالكترونية ومدى امكانية التعامل مع أساليب التجارة الالكترونية بالجودة المناسبة و تلبية احتياجات و رغبات المستخدمين و الاثر الناتج عن استخدام التجارة الالكترونية ونظم المعلومات المحاسبية على التقارير و أنظمة دعم القرار وقد تم ذلك من خلال التطبيق على مجموعات قطاعات لعدة دول كقطاع الشركات و المصارف ، و تتميز هذه الدراسة في أنها تهدف إلى توضيح إلى أي مدى يمكن للتجارة الالكترونية أن تساهم في تطوير نظم المعلومات المحاسبية و الاثار الناتجة عن ذلك من خلال فرضيات تركز على مكونات نظم المعلومات المحاسبية و بعض الخدمات الالكترونية التي تقدمها المصارف على جودة هذه النظم المحاسبية.

## 1. الإطار النظري التجارة الإلكترونية

### أولاً - تعريف التجارة الإلكترونية:

في الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الإلكترونية حتى الان وذلك بسبب تعدد الجهات و المنظمات الدولية ، حيث اهتمت منظمة الأمم المتحدة ممثلة في لجنة الأمم للقانون التجاري الدولي الأونسترال بوضع مشروع قانون التجارة الإلكترونية وقد تم لها في السادس عشر من ديسمبر 1996 حيث وافقت لجنة الأونسترال على إصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية.

فالتجارة الإلكترونية هي: استخدام التقنيات البرمجة الحديثة في المعلومات و الإتصالات من أجل عقد الصفقات المبادلات التجارية ، بهدف تطوير التجارة العالمية و تنمية المبادلات العالمية ( السيد ، 2012 ، ص 31 ).

### ثانياً - أهمية التجارة الإلكترونية:

تظهر أهمية التجارة الإلكترونية من خلال تحقيق المنافع التالية:

1. انخفاض التكلفة: حيث كانت عملية التسويق للمنتج عالية التكلفة في السابق ، لأن الإعلان كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية المعروفة مثل التلفاز و الصحف ، أما في العصر الحديث فيمكن التسويق عبر شبكة الإنترنت و بتكلفة ضئيلة جداً.

2. تجاوز حدود الدولة: حيث كانت الشركات تتعامل سابقاً مع عملاء محليين فقط ، أما الان فيمكن للشركات أن تضمن تعرف الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة زائدة تذكر .
  3. التحرر من القيود: كانت الشركات قديماً تحتاج إلى تراخيص خاصة ، أما الان لا تحتاج الشركة لأي من تلك الإجراءات المعقدة و المرهقة.
  4. التواصل و الاستهداف الشخصي: تعد التجارة الإلكترونية الية تواصل ذات فاعلية عالية ، حيث إنها وسيلة إتصال سهلة بين العملاء و الشركة ، وتمكن الشركة من إستهداف فئة معينة من العملاء ( أمجد ، 2018 ، ص 41 ).
  5. الوجود الواسع: من خلال وجود التجارة الإلكترونية في أي مكان وفي كل الأوقات على مدار الأربع و العشرين ساعة.
  6. التداول العالمي: حيث تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها في تخطي الحدود بين الدول و الوصول إلى أي مكان بالعالم دون أي تكلفة و الحصول على المنتج.
  7. كثافة المعلومات: جعل الانترنت المعلومات كثيفة وذات جودة ممتازة وحديثة ، وقللت من مشاكل البحث و الاتصالات ( صلاح ، 2010 ، ص 61 ).
- ثالثاً - خصائص التجارة الإلكترونية:**
- شهد العصر الحديث ثورة في مجال التجارة الإلكترونية ، ولهذا نجد تهاافت المتعاقدين على الانخراط و التعامل بها لما تميزت به من خصائص وهي:
1. عدم وجود علاقة مباشرة بين البائع و المشتري ، حيث يتم التلاقي بينهما عن طريق شبكة الاتصالات.
  2. القدرة على التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت بحيث يمكن للعائد إرسال رسالة إلى عدد من الجهات المختلفة.
  3. التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة سيما في الدول النامية ، فالتعامل من خلالها يتم بلا حدود من حيث الزمان و المكان.
  4. توفر في النفقات فهي تعمل على تخفيض جزء كبير من رأس المال لإقامة علاقات مستمرة بين البائعين و المشتريين.
  5. تقلل من الحاجة لزيارة العاقد لمكان السلع ، حيث يمكن تنفيذ عملية البيع من داخل البيت.
  6. غياب المعاملات الورقية في استخدامها ، فالمعاملات تتم بطريقة إلكترونية بدون استخدام أي أوراق.
  7. تعد التجارة الإلكترونية من العقود القائمة على عنصر الرضا ( حسين ، 2001 ، ص 81 )

#### رابعاً - مزايا التجارة الإلكترونية:

يمكن إبراز مزايا التجارة الإلكترونية من خلال الآتي:

1. حرية الاختيار: فهي توفر فرصة لزيارة مختلف أنواع المجالات ، بالإضافة إلى تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن السلع.
2. تخفيض التكلفة على العاقدين: طباعة الكتاب مثلاً تحتاج إلى الورق وإلى شاحنات نقل و مستودعات تخزين بينما نشر الكتاب على الانترنت لا يحتاج إلى هذه الإجراءات وعليه تنخفض تكلفة الانتاج ومن ثم تنخفض سعر السلعة.
3. النفاذ للسوق العالمي: فهي تفتح المجال لتوسع الأسواق أمام عدد من الشركات لتتمكن من عرض منتجاتها على مواقع شبكة الانترنت.
4. توفر الوقت و الجهد: فالصفقات التجارية تتم دون حاجة لانتقال العاقدين أو التقائهما في مكان معين كما تساعد على تبسيط إجراءات العقد مما يضمن سرعة الإجراءات الخاصة بالبيع و الشراء ( ياسر ، 2005 ، ص 53 ).

#### خامساً - عيوب التجارة الإلكترونية:

يمكن بيان عيوب التجارة الإلكترونية في الآتي:

1. عدم ملائمة القوانين القائمة ، والتشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية.
2. ترويج وعرض سلع و خدمات محرماً شرعاً.
3. عدم معاينة السلعة من قبل المشتري ، فاطلاع المشتري على السلعة يدفع الغرر وينفي الخصومة المتوقعة.
4. عدم الفصل بين التجارة الإلكترونية واستخدام الانترنت الأخرى ، فالإنترنت أصبح البنية التحتية الأساسية لتعاملات كثيرة غير تجارية ، مثل الأبحاث و الترفيه و الاتصالات و الأخبار .
5. المخاطرة ، وذلك من خلال ما يلي:
  - تسرب البيانات الشخصية للأفراد و المعلومات الخاصة بالشركات ، مما يجعلها أداة في أيدي المنافسين المتربصين.
  - غياب الضمانات الكافية لحماية المستهلك من الغش و الاعلانات المضللة عن السلع و الخدمات ( زكي ، 2017 ص 53 ).

#### سادساً - أنواع التجارة الإلكترونية:

1. التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و منشأة تجارية و يرمز لها بالرمز ( B2B ) و يقصد بها تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة و منظمات الأعمال المشتريّة عبر شبكة الانترنت.
2. التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و مستهلك و يرمز لها بالرمز ( B2C ) وهذا الشكل إنتشر بشكل كبير و يستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات و الخدمات عن طريق الويب.
3. التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و الإدارة الحكومية و هو ما يعبر عنها بالرمز ( C2C ) وهي تعطي جميع التعاملات التي تتم بين وحدات الاعمال و الإدارات الحكومية من خلال عملية دفع الضرائب و الرسوم التجارية و رسوم الجمارك.
4. التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك و هو ما يعبر عنه ( C2C ) وقد ظهر هذا الشكل مع ذبوع إستخدام الانترنت و ظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الانترنت.
5. التعاملات فيما بين المستهلكين و الشركات و هو ما يعبر عنه بالرمز ( C2B ) ، وتشير إلى تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين مستهلكين أفراد بائعين و منظمات أعمال مشتري ( عبدالرحيم ، 2004 ، ص 84 ).
6. التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض وترمز بالرمز ( G2G ) ، ويمكن أن تشمل هذه التعاملات بين الاجهزة الحكومية.
7. التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و الشركات ما يعبر عنها بالرمز ( G2B ) وتتمثل في المبادلات في المعلومات بين الحكومة و الشركات بإستخدام الانترنت ، كالمعلومات التي ترسلها الحكومة الخاصة بالضرائب و الجمارك و الأوضاع النقدية وما إليها.
8. التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و المستهلكين و يرمز لها بالرمز ( G2C ) ، وتتمثل في الخدمات الإلكترونية التي تقدمها للأفراد كإستخراج بطاقات الهوية و رخص السياقة و دفع الضرائب إلكترونياً.
9. التعاملات من المستهلك إلى الحكومة و يرمز لها بالرمز ( C2G ) مثل قيام الأفراد بسداد الضرائب أو رسوم تجديد لرخص السيارات للحكومة عن طريق الانترنت (الخريجي ، 2002 ، ص51 ) .

#### سابعاً - مقومات التجارة الإلكترونية:

تقوم التجارة الإلكترونية على عدة مقومات أهمها:

1. تأسيس البنية التحتية التي تتطلب مايلي:
  - أ - بنية تحتية متينة للاتصالات تتم عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات طبقاً لمبادي ونظم و تصميمات ورموز متفق عليها. مع توفر الثقة الكاملة في هذا التبادل بين كل المتعاملين.
  - ب - تعاملات تجارية إلكترونية آمنة وفق معايير مقبولة عالمياً.

- ج - إجراء تعديلات تشريعية لضمان إتمام العمليات بدرجة عالية من الأمان.
- د - إنشاء موقع حكومي كبير على شبكة الإنترنت لترويج التجارة الإلكترونية يتضمن كافة القوانين و التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية ( عبد الهادي ، 2017 ، ص 93 ).
- ذ - إطلاق حملة إعلامية واسعة ، وتنظيم ندوات ومؤتمرات لشرح أهمية التجارة الإلكترونية و الفوائد التي تعود بها على الشركات و الاقتصاد القومي.
2. وجود نظام إداري ينسق ويراقب عملية المدفوعات النقدية الإلكترونية التي تعتبر أحد العناصر الأساسية للتجارة الإلكترونية.
3. وجود وسائل امانة من التكنولوجيا التي تحافظ على سرية التعاملات و حصول المتعاملين في التجارة الإلكترونية على حقوقهم.
4. تضم شبكة الانترنت ملايين المواقع التجارية مما يجعل تأسيس و إطلاق موقع تجاري إلكتروني عملاً يحتاج لعناية تامة و تخطيط مفصل و مدروس ( السيد ، 2012 ، ص 101 ).
- ثامناً - مخاطر التجارة الإلكترونية:**
1. عدم الموثوقية خاصة في هذا النوع من التجارة ما بين الأطراف غير المعروفة بالنسبة لبعضهم البعض و التي لا تتمتع بالشهرة التجارية الكافية.
2. ليست في مأمن من القرصنة و التطفل في الشبكات العالمية و الذي يحصل في مثل هذه المواقع من أجل سرقة المعلومات و الوصول للأرقام السرية للحسابات و بطاقات الائتمان.
3. وجود التجسس الدولي من قبل بعض الحكومات و الشركات الكبيرة و متعددة الجنسيات على أعمال و تجارة بعض الشركات و الأفراد تحت ذريعة الأسباب الامنية ( صابرين ، 2017 ، ص 112 ) .
4. عدم وجود الانظمة و القوانين الملزمة لكافة الدول في العالم.
5. عدم توفر البنية التحتية التي تحتاج إليها شبكات الاتصالات و المعلومات في جميع الدول.
6. تحتاج إلى الكادر الفني و التقني الذي يقوم على إدارتها بالإضافة إلى الكادر المتخصص في إدارتها ، مما يحملها أعباء إضافية ( تماضر ، 2016 ، ص 97 ).
- 2 - نظم المعلومات المحاسبية:**
- أولاً - تعريف نظم المعلومات المحاسبية: نجد أن نظم المعلومات المحاسبية تعتبر جزءا لا يتجزأ من التنظيم الإداري المعروف بنظام المعلومات الإدارية حيث يمكن القول أن نظم المعلومات المحاسبية أحد مكونات نظم المعلومات الإدارية الذي يعني بتوفير البيانات و المعلومات التي تؤثر على نشاطات المؤسسة ككل ، وجميع

نظم المعلومات تهدف إلى نفس الغرض ألا هو توفير المعلومات الملائمة و الموضوعية من أجل اتخاذ قرارات صحيحة تساعد الشركة على تحقيق الأهداف ، وتعرف على أنها: " هيكل متكامل داخل المؤسسة باستخدام الموارد المتاحة و الأجراء الاخرى لتحويل البيانات الاقتصادية إلى محاسبية بهدف اشباع احتياجات المستخدمين المختلفين من المعلومات ( محمود ، 2019 ، ص 31 ) .

#### ثانياً - أهمية المعلومات المحاسبية:

وقد ازدادت أهمية المعلومات المحاسبية في الوقت الحاضر لوجود عوامل متعددة أدت إلى تلك الزيادة مجملة فيما يلي:

1. النمو في حجم الشركة: يؤدي إلى ضرورة إنتاج المعلومات بصورة مستمرة.
2. ازدياد قنوات الاتصال في الشركة: ما يتطلب توفير المعلومات بصورة رأسية و أفقية.
3. تعدد أهداف الوحدة الاقتصادية: و يتطلب توفير معلومات تخدم الأهداف المختلفة.
4. التأثير بالبيئة الخارجية: تتأثر الشركة بالبيئة وتؤثر بها ، وقد ازدادت هذه العلاقة نتيجة كثرة التغيرات التي تحدث في البيئة ، وهذا يتطلب قدراً كبيراً من المعلومات ( الحديدي ، 2014 ، ص 42 ) .

#### ثالثاً - الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية:

أولاً: الخصائص الرئيسية: وتتمثل هذه الخصائص معايير الجودة التي ترتبها باستمرار وهي:

1. أي يجب أن تكون المعلومات المحاسبية ملائمة و مناسبة لاستخدامات متخذي القرار ، فالملاءمة هي معيار أساسي يحكم منفعة الخصائص الأخرى للمعلومات ويمكن توثيق خاصية الملاءمة من خلال:
  - أ - التوقيت الزمني المناسب: أي يجب توفير المعلومات المحاسبية في فترة زمنية مناسبة لاتخاذ قرار معين ( القطاونة ، 2005 ، ص 61 ) .

ب - القيمة التنبؤية: أي أن يكون للمعلومات المحاسبية علاقة بالتنبؤات المستقبلية.

ج - التغذية الراجعة: أي أن يكون للمعلومات المحاسبية إمكانية الاستخدام في الرقابة و التقييم من خلال التغذية العكسية.

2. الموثوقية: تتعلق الثقة بمدى إمكانية خلق حالة الاطمئنان لدى مستخدم المعلومات المحاسبية لكي يعتمد عليها في اتخاذ قراراته المختلفة. ويمكن تحقيق هذه الخاصية من خلال الاتي: صدق التعب ، الحيادية ، قابلية التحقق ( عبدالحق ، 2011 ، ص 94 ) .

#### ثانياً: الخصائص الثانوية للمعلومات المحاسبية:

1. الثبات وهي تعني الثبات على استخدام نفس الطرق والأساليب المعتمدة في قياس و توصيل المعلومات المحاسبية من فترة لأخرى.
  2. قابلية المقارنة أي أن يكون للمعلومات المحاسبية القدرة على إجراء المقارنات بين فترة مالية وأخرى لنفس الوحدة الاقتصادية أو المقارنة مع وحدات اقتصادية أخرى ض من نفس النشاط ومن الواضح أنه كلما كانت الطرق و الاساليب المحاسبية متميزة بالثبات فائدة أكبر من المعلومات المحاسبية لأغراض المقارنة ( هاني ، 2014 ، ص 124 ).
- رابعاً - تصنيف المعلومات المحاسبية:**
- تصنف المعلومات من حيث المحتوى إلى ثلاثة أنواع:
- أ - المعلومات الاستراتيجية: وهي التي تغطي فترة زمنية طويلة نسبياً ، وتتعلق بصياغة أهداف الشركة ، والخطط طويلة الأجل للوصول إلى هذه الأهداف.
  - ب - المعلومات التكتيكية: تتعلق بتنفيذ الإدارة الوسطى للإستراتيجيات الموضوعية من قبل الإدارة العليا مثل جدولة الانتاج وخطط الصيانة وتدريب الافراد.
  - ج - المعلومات التشغيلية: هي التي تتعلق بعمليات الشركة اليومية مثل المعلومات المتعلقة بحضور الموظفين وأنواع وكميات السلع المنتجة و المباعه ( طارق ، 2012 ص 84 ).
- حامساً - مكونات نظم المعلومات المحاسبية:**
1. وحدة المعالجة وتمثل الوسيلة التي يتم من خلالها تحويل البيانات الاولية بحيث تكون قابلة لإستخدام وقد تتم من خلال الحاسب أو من خلال التسجيل بالدفاتر المحاسبية.
  2. قاعدة البيانات وتتضمن قاعدة البيانات كل البيانات التي تم تخزينها من قبل سواء على الاقراص وأسطوانات ممغنطة أو في السجلات المحاسبية ( باسم 2008 ، ص 95 ).
  3. الإجراءات و تمثل تتابع خطوات معالجة البيانات داخل نظم المعلومات المحاسبي وقد يتم إنجازها عبر الحاسب اليدوي.
  4. وحدة تخزين واسترجاع البيانات وتختص هذه الوحدة بتخزين البيانات في حالة عدم استخدامها مباشرة و الحفاظ عليها لاستخدامها مستقبلاً أو لإدخال بعض العمليات عليها قبل إرسالها إلى صانعي القرار ( عبدالفتاح ، 2005 ، ص 105 ) .
- سادساً - وظائف نظم المعلومات المحاسبية:**

1. جمع وتخزين البيانات المتعلقة بالأنشطة و عمليات المؤسسة بكفاءة وفعالية ، حصر العمليات و الأحداث التي تتعلق بنشاط المؤسسة في صورة المواد الأولية.
  2. تشغيل معالجة البيانات عبر عمليات الفرز و التصنيف و التلخيص.
  3. توليد معلومات محاسبية مفيدة إلى الاطراف المستفيدة ذات العلاقة لاتخاذ القرار مع إعادة التقارير الإدارية.
  4. تأمين الرقابة الكافية التي تؤكد تسجيل و معالجة البيانات المتعلقة بالأنشطة و الأعمال بدقة وتؤكد أيضاً حماية هذه البيانات و أصول المنشأ الأخرى ( كريم ، 2018 ، ص 71 ).
- سابعاً – تأثير أنظمة التجارة الإلكترونية على نظام المعلومات المحاسبية:**
- 1 – التأثيرات العامة للتشغيل ولممارسة أنظمة التجارة الإلكترونية على نظام المعلومات المحاسبية:
    - أ – تمتع الانظمة الالية وبصفة خاصة أنظمة البنك الفوري بالمصرفية منها ، بخاصية المحاسبة الإلكترونية.
    - ب – انخفاض مدة التأخير المرتبطة بخاصية التوقيت الملائم فيما يتعلق بالافصاح الالكتروني على الشبكة.
    - ج – ارتفاع تكلفة إنشاء المواقع وصيانتها و تحديثها و تزويدها بكل أدوات تنفيذ المتجر الالكتروني.
    - د – ارتفاع تكلفة تطوير و تحديث البرامج اللازمة لتشغيل الاجهزة المستخدمة بأنظمة البنك الفوري.
    - هـ – تطوير العديد من البرمجيات و صفحات مواقع الانترنت المتخصصة في المحاسبة .
    - و – يتحمل البنك و العميل العديد من المسؤوليات الاسترشادية عند توفير و تلقي خدمات عبر الشبكة.
    - ز – التوسع في إدخال تكنولوجيا نظم الخبرة الناتجة عن نظم الذكاء الالكتروني ضمن نظام المعلومات المحاسبية ( عبدالرحمن ، 2012 ، ص 88 ).
    - ي – زيادة كفاءة أداء البنك وخفض تكاليف التشغيل بالبنوك و تكاليف عمليات التجزئة محليا و دولياً.
  - 2 – أثر تطبيق أنظمة التجارة الإلكترونية على مدخلات نظام المعلومات المحاسبية:
 

يؤدي تطبيق أنظمة التجارة الإلكترونية على مدخلات نظام المعلومات المحاسبية إلى انخفاض حجم المدخلات و تغييرها بشكل شبه كامل في الانظمة الفورية.
  - 3 – أثر أنظمة التجارة الإلكترونية على مخرجات وتقارير نظام المعلومات المحاسبية:
 

يؤدي تطبيق أنظمة التجارة الإلكترونية على مخرجات نظام المعلومات المحاسبية إلى:

    1. التوسع في تطبيق الافصاح الالكتروني على كل التقارير المالية ذات الغرض العام وشمولها لكل من التقارير المالية السنوية و الفترية.
    2. زيادة و تنوع نمط المخرجات وشمولها لتقارير فورية من خلال الشبكة بأنماط مختلفة ( محمد ، 2008 ، ص 143 ).

ثامناً - متطلبات نظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية:

1. تكامل المعلومات.
2. إمكانية تحقيق تبادل الخدمات والمعلومات بين مختلف نظم المعلومات في الشركات و الهيئات المشاركة.
3. إجراء هذا التبادل للخدمات والمعلومات في وقت يعد ملائماً لكافة الاطلافا المشاركة.
4. إشراك أكبر عدد ممكن من المستخدمين من مختلف أنحاء العالم حتى يتحول الامر في النهاية إلى ما يقترب من حالة السوق الكفاء (محمود 2007، ص 162).

المحور الأول: التجارة الإلكترونية.

جول (1) متوسط ونتائج اختبار حول العبارات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		غير متأكد		لا أوافق		لا أوافق على الإطلاق	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
يؤدي إدخال عمليات التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى تطوير و تحسين أساليب الرقابة والتقييم.	40	35.7	42	37.5	30	26.8	0	0.0	0	0.0
يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى مواكبة النظام للأظمة العاملة بالمصارف على تصعيد الدولي.	62	55.4	43	38.4	7	6.3	0	0.0	0	0.0
يساهم إدخال عمليات التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إطفاء صفة السهولة بالتعامل مع اليات النظام المحوسبة.	0	0.0	0	0.0	22	19.6	80	71.4	10	8.9
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى تقليل الأخطاء في إدخال البيانات المحاسبية.	0	0.0	72	64.3	22	19.6	18	16.1	0	0.0
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الي إدخال بيانات محاسبية تساهم في عمل المقارنات.	19	17.0	5	4.5	0	0.0	63	56.3	25	22.3
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الي سهولة إجراءات إدخال البيانات المحاسبية.	10	8.9	0	0.0	8	7.1	65	58.0	29	25.9
توجد اختلافات جوهرية في أساليب المحاسبية المتبعة في التطبيق العملي للجارة الإلكترونية عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية	11	9.8	0	0.0	44	39.3	7	6.3	50	44.6

38.6	32	25.0	28	3.6	4	7.1	8	35.7	40	هناك صعوبة في الالتزام بمبدأ الإفصاح الشامل في مجال التجارة الإلكترونية.
52.7	59	10.7	12	0.0	0	25.0	29	10.7	12	لا يوجد المام كافي لدى القائمين على أمر الضرائب بأساليب التحاسب الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية.
55.4	62	15.2	17	13.4	15	10.7	12	5.4	6	هناك صعوبة في الاطلاع على بيانات الممولين ذات العلاقة بالسلع و الخدمات المتبادلة في التجارة الإلكترونية نتيجة لامكانية اخفاء تلك البيانات إلكترونياً أو تعديلها.
8.9	10	3.6	4	0.0	0	15.2	17	72.3	81	هناك قصور في الحصول على عناصر قوائم مالية تتمتع بخصائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية.
0.0	0	7.1	8	28.6	32	13.4	15	50.9	57	توجد ثقة في نظام التحويل من العميل إلى الشركة والعكس في بيئة التجارة الإلكترونية.
72.3	81	7.1	8	20.5	23	0.0	0	0.0	0	يمكن قياس نسبة انجاز الخدمة بتاريخ إعداد الميزانية بشكل موثوق في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.
0.0	0	5.4	6	60.7	68	20.5	23	13.4	15	هناك ضعف في عدد المهنيين و الكوادر الفنية و القانونية و التنظيمية العاملة في مجال التجارة الإلكترونية
8.9	10	17.0	19	8.0	9	12.5	14	53.5	60	هناك امكانية اختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك و الشركات و تعرضهم للخسائر في ظل أسلوب التعامل بالتجارة الإلكترونية.
13.4	15	20.5	23	60.7	68	5.4	6	0.0	0	يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال بيانات محاسبية تكلفتها أقل من منفعتها.
15.2	17	61.6	69	12.5	14	0.0	0	10.7	12	يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى استخدام نظم معلومات محاسبية وموحدة في جميع المصارف.

من خلال الجدول (1) نلاحظ أن:

درجات الموافقة عالية جداً على العبارات التالية:

1. يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى مواكبة النظام للأنظمة العاملة بالمصارف على تصعيد الدولي.
2. هناك صعوبة في الالتزام بمبدأ الإفصاح الشامل في مجال التجارة الإلكترونية.
3. هناك قصور في الحصول على عناصر قوائم مالية تتمتع بخصائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية.

4. توجد ثقة في نظام التحويل من العميل إلى الشركة والعكس في بيئة التجارة الإلكترونية
  5. هناك إمكانية اختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك و الشركات و تعريضهم للخسائر في ظل أسلوب التعامل بالتجارة الإلكترونية .
- درجات الموافقة عالية على العبارات التالية:
1. يؤدي إدخال عمليات التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى تطوير و تحسين أساليب الرقابة والتقييم.
  2. يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى تقليل الأخطاء في إدخال البيانات المحاسبية.
- درجات الموافقة منخفضة على العبارات التالية:
1. يساهم إدخال عمليات التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إطفاء صفة السهولة بالتعامل مع البيانات النظام المحوسبة.
  2. يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الي إدخال بيانات محاسبية تساهم في عمل المقارنات.
  3. يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الي إدخال بيانات محاسبية تساهم في عمل المقارنات.
  4. يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الي سهولة إجراءات إدخال البيانات المحاسبية. توجد اختلافات جوهرية في أساليب المحاسبية المتبعة في التطبيق العملي للتجارة الإلكترونية عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية .
  5. لا يوجد المام كافي لدى القائمين على أمر الضرائب بأساليب التحاسب الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية.
  6. يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى استخدام نظم معلومات محاسبية وموحدة في جميع المصارف.
- ولاختبار معنوية درجة الموافقة على كل عبارة من العبارات المتعلقة بمدى تأثير استخدام التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية تم استخدام اختبار T حول المتوسط (3) وكانت النتائج كما في الجدول (1) حيث كانت الفرضية الصفرية: متوسط درجة الموافقة على العبارة لا يختلف معنوياً عن (3)، مقابل الفرضية البديلة: متوسط درجة الموافقة على العبارة يختلف معنوياً عن (3).

جدول (2) متوسط ونتائج اختبار T حول العبارات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	95%فترة ثقة للمتوسط		T	مستوى الدلالة
			الحد الأدنى	الحد الأعلى		
يؤدي إدخال عمليات التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى تطوير و تحسين أساليب الرقابة والتقييم.	3,49	2,19	2,72	2,93	0,697	1,000
يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى مواكبة النظام للأنظمة العاملة بالمصارف على تصعيد الدولي.	2,54	1,32	2,80	2,84	0,751	0,683
يساهم إدخال عمليات التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إطفاء صفة السهولة بالتعامل مع البيانات النظام المحوسبة.	2,53	0,62	2,73	2,07	0,482	0,570
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى تقليل الأخطاء في إدخال البيانات المحاسبية.	2,33	0,93	3,65	3,88	-2,16	0,983
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الي إدخال بيانات محاسبية تساهم في عمل المقارنات.	3,49	0,97	3,10	2,80	-1,71	0,432
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية الي سهولة إجراءات إدخال البيانات المحاسبية.	3,36	2,01	2,20	0,84-	1,81	0,628
توجد اختلافات جوهرية في أساليب المحاسبية المتبعة في التطبيق العملي للتجارة الإلكترونية عن تلك المتبعة في التجارة التقليدية	3,40	1,80	2,82	5,70-	0,632	0,731
هناك صعوبة في الالتزام بمبدأ الإفصاح الشامل في مجال التجارة الإلكترونية.	3,29	1,01	4,50	1,21	3,271	0,596
لايوجد المام كافي لدى القائمين على أمر الضرائب بأساليب التحاسب الضريبي لمعاملات التجارة الإلكترونية.	2,21	0,74	3,20	2,50	-6,19	0,000
هناك صعوبة في الاطلاع على بيانات الممولين ذات العلاقة بالسلع و الخدمات المتبادلة في التجارة الإلكترونية نتيجة لامكانية اخفاء تلك البيانات إلكترونيا أو تعديلها.	3,91	0,84	2,10	9,32	-2,90	0,004
هناك قصور في الحصول على عناصر قوائم مالية تتمتع بخصائص نوعية في ظل عمليات التجارة الإلكترونية.	1,65	0,91	2,20	1,74	-0,76	0,672
توجد ثقة في نظام التحويل من العميل إلى الشركة و العكس في بيئة التجارة الإلكترونية.	3,47	0,79	2,20	2,90	-2,50	1,000

1.000	2.40	3.42	2.20	0.58	1.61	يمكن قياس نسبة انجاز الخدمة بتاريخ إعداد الميزانية بشكل موثوق في ظل بيئة التجارة الإلكترونية.
1.211	3.43	2.14	2.12	0.82	2.51	هناك ضعف في عدد المهنيين و الكوادر الفنية و القانونية و التنظيمية العاملة في مجال التجارة الإلكترونية
0.916	3.19-	2.21	1.62	1.14	4.18	هناك امكانية اختراق الغير للمعلومات الخاصة لكل من المستهلك و الشركات و تعرضهم للخسائر في ظل أسلوب التعامل بالتجارة الإلكترونية.
0.552	2.52-	0.40-	2.63	1.51	3.42	يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال بيانات محاسبية تكلفتها أقل من منفعتها.
0.462	0.672	1.90	2.11	1.93	2.31	يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى استخدام نظم معلومات محاسبية وموحدة في جميع المصارف.

ومن خلال الجدول (2) نلاحظ أن نسبة الاجابة سبب عدم الملاءمة هو 4 يساوي 75.0 % وهي نسبة عالية و أن الاجابة سبب عدم الملاءمة يعود إلى السبب 1 يساوي 38.1 % وهي نسب منخفضة و أن نسبة الاجابة سبب عدم الملاءمة يعود إلى الاسباب 2 ، 3 يساوي 22.6 % و 15.6 % على الترتيب وهي نسب منخفضة جداً.

يبين الجدول (2) 95% فترة ثقة لنسبة الاجابة نعم حول أسباب عدم مناسبة الاسعار في مجتمع الدراسة، و وجد أن فترة الثقة حول العبارة 3 تضم 3.0 مما يشير إلى أن درجة موافقة المجتمع على ما ورد في تلك العبارة متوسط غير متأكد وهذا يشير إلى ضعف يمثل هذا النوع و وجد أن الحد الأدنى إلى فترة الثقة حول العبارة أكبر من الرقم 3 مما يشير إلى أن درجة أن موافقة المجتمع على ما ورد في تلك العبارة عال أكبر من غير متأكد. ولاختبار الفرضية أن متوسط درجة الموافقة حول العبارات المتعلقة التجارة الإلكترونية أكبر من 3.5 غير متأكد تم إجراء اختبار T وحيث أن قيمة الاختبار المقابلة إلى جميع العبارات أقل من قيمة - 1.53 مما يشير إلى أنها العبارات التي تم الموافقة عليها بدرجة منخفضة غير متأكد.

#### المحور الثاني: نظم المعلومات المحاسبية.

جدول (3) متوسط ونتائج اختبار حول العبارات المتعلقة بنظم المعلومات المحاسبية

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		غير متأكد		لا أوافق		الإجمالي على لا أوافق	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة		
وضع اليات وخطوط عمل خاص بشيكات الربط لجعل عمليات النظام متكاملة.	17	15.1	22	19.6	26	23.2	41	36.6	6	5.3
وضع إجراءات معينة لتطبيق و تأكيد تعامل عمليات النظام.	9	8.1	5	4.4	61	54.4	14	12.5	23	20.5
وضع سياسات خاصة لتأمين خصوصية التعامل ضمن النظام المعلومات.	0	0.0	7	6.2	49	43.7	23	20.5	33	29.4
وضع اليات وخطوات عمل خاصة بشيكات الربط التي تساهم في تأمين حماية سرية البيانات و المعلومات.	5	4.4	31	27.6	0	0.0	55	49.1	21	18.7
استخدام أقسام متخصصة في المصرف تناط بها وضع السياسات الخاصة بربط نظام المعلومات المحاسبي بمعاملات التجارة الإلكترونية و تطبيق تلك السياسات و مراقبتها.	18	16.0	25	22.3	17	15.1	13	11.6	39	34.8
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال بيانات محاسبية تساهم في توليد خاصية الموثوقية في المعلومات المحاسبية.	61	54.4	17	15.1	18	16.0	4	3.5	12	10.7
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال البيانات المحاسبية بشكل متكامل.	0	0.0	33	29.4	10	8.9	51	45.5	18	16.1
يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى إيصال مخرجات المعلومات المحاسبية في الوقت المناسب لمتخذي القرارات.	7	6.2	63	56.2	9	8.1	19	16.9	14	12.5
يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى توفير مخرجات معلومات محاسبية دقيقة.	17	15.7	28	25.0	49	43.1	18	16.1	11	9.8
يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى توفير الوقت و الجهد في جودة نظم المعلومات المحاسبية.	71	63.3	5	4.4	20	17.8	3	2.6	13	11.6
يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى توفير معلومات محاسبية قابلة للقياس الكمي.	50	44.6	17	15.1	0	0.0	21	18.7	24	21.4

13.3	15	72.3	81	9.8	11	4.4	5	0.0	0	يؤدي استخدام القنوات الإلكترونية إلى توفير الأيدي العاملة من أجل الوصول إلى بيانات محاسبية سليمة
11.6	13	25.0	28	0.0	0	57.1	64	6.2	7	يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى الوصول إلى تقارير سليمة خاصة بالبيانات المحاسبية الخاصة بالحوالات.
16.1	18	20.5	23	5.3	6	40.1	45	16.1	18	يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى توفير مخرجات معلومات محاسبية شاملة.

من خلال الجدول (3) نلاحظ أن:

درجات الموافقة عالية جداً على العبارات التالية:

1. يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية.
2. يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى توفير الوقت و الجهد في جودة نظم المعلومات المحاسبية.
3. يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى توفير معلومات محاسبية قابلة للقياس الكمي.

درجة الموافقة عالية على العبارات التالية:

1. يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى الوصول إلى تقارير سليمة خاصة بالبيانات المحاسبية الخاصة بالحوالات.
2. يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى إيصال مخرجات المعلومات المحاسبية في الوقت المناسب لمتخذي القرارات.
3. يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى توفير مخرجات معلومات محاسبية شاملة.

درجات الموافقة المنخفضة على العبارات التالية:

1. وضع اليات وخطوط عمل خاص بشبكات الربط لجعل عمليات النظام متكاملة.
2. وضع اليات وخطوات عمل خاصة بشبكات الربط التي تساهم في تأمين حماية سرية البيانات و المعلومات.
3. يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال البيانات المحاسبية بشكل متكامل.
4. يؤدي استخدام القنوات الإلكترونية إلى توفير الأيدي العاملة من أجل الوصول إلى بيانات محاسبية سليمة ولاختبار معنوية درجة الموافقة على كل عبارة من العبارات المتعلقة بمدى تأثير نظم المعلومات المحاسبية تم استخدام اختبار T حول المتوسط 3 وكانت النتائج كما في الجدول (3) حيث كانت الفرضية الصفرية: متوسط درجة الموافقة على العبارة لا يختلف معنوياً عن 3 ، مقابل الفرضية البديلة: متوسط الموافقة على العبارة يختلف معنوياً عن 3.

جدول (4) متوسط ونتائج اختبار T حول العبارات المتعلقة بنظم المعلومات المحاسبية

العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	95%فترة ثقة للمتوسط		T	مستوى الدلالة
			الحد الأدنى	الحد الأعلى		
وضع الياث وخطوط عمل خاص بشبكات الربط لجعل عمليات النظام متكاملة.	3.2	1.12	3.20	2.70	0.649	1.561
وضع إجراءات معينة لتطبيق و تأكيد تعامل عمليات النظام.	3.69	2.20	2.92	3.31	0.871	0.884
وضع سياسات خاصة لتأمين خصوصية التعامل ضمن النظام المعلومات.	2.93	1.83	2.1	2.01	0.631	0.534
وضع الياث وخطوط عمل خاصة بشبكات الربط التي تساهم في تأمين حماية سرية البيانات و المعلومات.	2.49	0.59	3.10	2.19	1.19-	0.943
استخدام أقسام متخصصة في المصرف تناط بها وضع السياسات الخاصة بربط نظام المعلومات المحاسبي بمعاملات التجارة الإلكترونية و تطبيق تلك السياسات و مراقبتها.	2.24	1.57	1.50	0.72-	2.86	1.000
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال بيانات محاسبية تساهم في توليد خاصية الموثوقية في المعلومات المحاسبية.	3.9	2.12	3.17	6.60-	2.210	0.000
يؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال البيانات المحاسبية بشكل متكامل.	3.11	1.79	2.29	8.13-	5 4.2-	0.637
يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى إيصال مخرجات المعلومات المحاسبية في الوقت المناسب لمتخذي القرارات.	3.21	0.70	1.71	0.72-	2.25-	0.860
يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى توفير مخرجات معلومات محاسبية دقيقة.	2.23	1.63	3.07	2.10	0.611	0.801
يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى توفير الوقت و الجهد في جودة نظم المعلومات المحاسبية.	3.01	1.84	1.94	2.18	1.98	0.375
يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى توفير معلومات محاسبية قابلة للقياس الكمي.	3.19	1.18	2.1	1.84	2.91	1.90
يؤدي استخدام القنوات الإلكترونية إلى توفير الأيدي العاملة من أجل الوصول إلى بيانات محاسبية سليمة	2.51	1.26	3.82	0.75-	2.72-	0.732
يؤدي استخدام الحوالات الإلكترونية إلى الوصول إلى تقارير	2.85	1.91	2.32	2.69	1.91	0.252

						سليمة خاصة بالبيانات المحاسبية الخاصة بالحوالات.
0.349	4.32-	3.60	1.80	1.13	3.16	يؤدي استدام التجارة الإلكترونية إلى توفير مخرجات معلومات محاسبية شاملة.

ومن خلال الجدول (4) نلاحظ أن متوسط الموافقة على العبارات 1. 2.8 يساوي 3.83 و 3.43 على الترتيب أكبر من غير متأكد ، و متوسط الموافقة على العبارات 5 ، 9 على الترتيب بين لا أوافق و غير متأكد ومن خلال اجابات عينة الدراسة تم التنبؤ 95 % فترة ثقة لمتوسط درجة موافقة المجتمع الدراسي على العبارات المتعلقة بنظم المعلومات المحاسبية و وجد أن الحد الأعلى إلى فترة الثقة حول العبارات 11. 16 أقل من 3.0 مما يشير إلى أن درجة موافقة المجتمع على ما ورد في تلك العبارات منخفضة أقل من غير متأكد. ولاختبار الفرضية أن متوسط درجة الموافقة حول العبارات المتعلقة بنظم المعلومات المحاسبية أكبر من 3.5 غير متأكد تم إجراء اختبار T وحيث أن قيمة الاختبار المقابلة إلى جميع العبارات أقل من قيمة 1.64 مما يشير إلى أنها العبارات التي تم الموافقة عليها بدرجة منخفضة غير متأكد.

#### النتائج:

1. تؤثر الحوالات الإلكترونية الممارسة في مصارف التجارية الليبية على جودة أنظمة المعلومات المحاسبية.
2. تساهم التجارة الإلكترونية في تحسين معايير الجودة لأنظمة المعلومات المحاسبية.
3. تؤثر القنوات الإلكترونية الممارسة في المصارف الليبية على جودة أنظمة المعلومات المحاسبية
4. تؤدي إدخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية إلى إدخال بيانات محاسبية تساهم في توليد خاصية الموثوقية في المعلومات المحاسبية.
5. ضعف في وضع اليات و خطوط عمل خاص بشبكات الربط لجعل عمليات النظام متكاملة.
6. قلة الاهتمام بأقسام متخصصة في المصرف تتاطب بها وضع السياسات الخاصة بربط نظام المعلومات المحاسبية بمعاملات التجارة الإلكترونية.

#### التوصيات:

1. زيادة الاهتمام بجانب الحوالات الإلكترونية لأنها تزيد من جودة أنظمة المعلومات المحاسبية.
2. ضرورة توفير وضع سياسات وإجراءات عملية تساهم في تحقيق الامان و الموثوقية لمخرجات النظام المحاسبية المتعامل بالتجارة من قبل النظام المصرفي.
3. ضرورة عمل دورات و ورشات عمل بهدف زيادة وعي المستهلك بأسس واليات العمل التي يجب مراعاتها لتحقيق عنصر الامان في عمليات التجارة الإلكترونية.

4. ضرورة الاهتمام بقسم مختص يناط له وضع السياسات الخاصة بربط نظام معلومات محاسبي بمعاملات التجارة الإلكترونية .
5. الاهتمام بوضع اليات و خطوط عمل خاص بشبكات الربط لجعل عمليات النظام متكاملة .

#### المراجع:

أولاً - الكتب:

1. السيد، ياسر، ( 2012 ) التجارة الالكترونية: القاهرة ، دار السحاب للنشر و التوزيع.
2. الحديدي ، محمد عبدالحق ، ( 2014 ) ، نظم المعلومات و معالجة البيانات ، الدار الجامعية للنشر و التوزيع.
3. الخير، ناجي عبدالفتاح ، ( 2009 ) ، التجارة الالكترونية والعولمة: غزة مكتبة افاق للنشر و التوزيع.
4. الخريجي ، عبدالله ، ( 2002 ) ، التجارة الالكترونية الافاق و الابعاد ، الرياض: مكتبة الرشد للنشر و التوزيع.
5. أمجد ، مصطفى عواد ، ( 2018 ) ، التسويق عبر الانترنت ، عمان: دار الباروني للنشر و التوزيع ، الاردن.
6. باسم ، جلال ، ( 2008 ) ، ، ط3 ، نظم المعلومات المحاسبية ، القاهرة: دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان: الاردن.
7. حسين ، عبدالفتاح ، ( 2001 ) التجارة الالكترونية ، ط3 الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة ، مصر.
8. زكي ، فتح الله ، ( 2017 ) ، الإدارة الإلكترونية الاستراتيجية ، ط2 ، السيسان للطباعة و النشر ، بغداد ، العراق.
9. صلاح ، عبدالكريم محمود ، ( 2010 ) ، الحكومة الإلكترونية الواقع و الافاق ، القاهرة ، القاهرة ، مجموعة النيل العربية للنشر .
10. طارق ، غالي عبدالرزاق ، ( 2012 ) ، نظم إدارة المعلومات ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
11. عبدالرحيم ، أحمد ، ( 2004 ) ، التجارة الالكترونية ، افاق الحاضر و تطلعات المستقبل.
12. عبدالفتاح ، عمار ، ( 2001 ) ، نظم المعلومات المحاسبية ، الرياض: دار المريخ للنشر.
13. ياسر ، علي غالب ، ( 2005 ) ، التجارة الإلكترونية وافاق تطبيقاتها العربية ، الرياض: معهد الإدارة العامة.
14. كريم ، عبدالحميد: مرزوق ، عبدالعزيز علي ، نظم المعلومات المحاسبية، ( 2018 )
15. عبدالرحمن ، أسعد عودة ، ( 2012 ) ، نظم المعلومات المحاسبية ، عمان: الاردن ، دار وائل للنشر .

16. محمد ، عبدالحفيظ ، ( 2008 ) ، الضوابط الرقابية في نظم المعلومات المحاسبية ، الاسكندرية: مصر دار الكتب و الدراسات العربية.
17. محمود ، سلامة ، ( 2007 ) ، تطوير نظم المعلومات المحاسبية ، الرياض ، مكتبة الملك فهد الوطنية.
18. عبدالحق ، فتح الله ، ( 2011 ) ، ط 1 ، نظم المعلومات المحاسبية لاتخاذ القرارات ، مصر الجديدة مركز تطوير الاداء .
19. محمود ، سعود ، ( 2019 ) نظم المعلومات المحاسبية: الاسس و الوظائف ، ط 6 ، الرياض ، مطابع الفرزدق التجارية.
- ثانياً – رسائل الماجستير:

1. صابرين ، محيسن ، (2016) رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان مدى ملاءمة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية وفقاً لمتطلبات المعيار المحاسبي الدولي 18 ، الجامعة الاسلامية ، غزة ، كلية التجارة.
2. تماضر ، محمد ، (2016) رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان محددات قياس ضريبة أرباح أعمال التجارة الالكترونية و أثرها في تحديد الوعاء الضريبي ، جامعة السودان.
3. هاني ، ليث ، 2014 رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان تقييم التوافق بين نظم المعلومات المحاسبية ز متطلبات التجارة الالكترونية ، جامعة عمان العربية ، الاردن.
4. القطاونة ، أيمن ، 2005 ، رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على فاعلية نظام المعلومات المحاسبي ،الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، عمان ، الاردن.
5. عبدالهادي ، التتر ، (2017) رسالة ماجستير غير منشورة بعنوان تأثير التجارة الالكترونية على تطوير نظم المعلومات المحاسبية ، الجامعة الاسلامية ، غزة ، كلية التجارة.