

تحديث نظام المعلومات المحاسبي ودوره في تحقيق الثقة والأمان للتجارة الإلكترونية دراسة ميدانية على عينة من القطاع المصرفي السوداني

محي الدين محمد إبراهيم عثمان¹ و هلال يوسف الصالح²

1- كلية الاقتصاد والدراسات التجارية - جامعة نيالا ، mohyee20@gmail.com

2- كلية الدراسات التجارية - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

المستخلص :

تناولت الدراسة مشكلة المعوقات والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية وذلك لفقدان السيطرة على المدخلات التي تأتي نتيجة التعامل بالتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت ، وهدفت الدراسة الى تحديث نظام المعلومات المحاسبي لمواجهة تحديات التجارة الإلكترونية ، إتبعته الدراسة المنهج التاريخي لعرض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة ، والمنهج الإستنباطي لاختبار الفرضيات ، وتم إعداد وتوزيع إستبانة للفئة المستهدفة المتمثلة في أقسام التقنية بالبنوك ، وتوصلت الدراسة الى أن نظام الرقابة الداخلية الإلكتروني يتناسب مع نظام العمل في ظل التجارة الإلكترونية ويحقق الأمان في تعاملات التجارة الإلكترونية كما أن التوقيع الإلكتروني يعد أكثر ضماناً وأمناً لتوفير الثقة في معاملات التجارة الإلكترونية ، وأوصت الدراسة بضرورة تأمين شبكة الإنترنت وحمايتها من الاختراق بتحديث نظام الرقابة الداخلية الإلكترونية ليتناسب مع التجارة الإلكترونية .

ABSTRACT:

The study examined the challenges and obstacles that face Electronic commerce resulting from the inability to manage the net-work electronic commerce income. This study aimed at promoting the accounting information system to face the challenges in the field of electronic commerce. In order to achieve its goals the study adopted the historical method in reviewing the related previous studies. It also adopted the deductive method for testing the study hypotheses. The study conducted a designed questionnaire survey which was distributed to the target sample represented by the employees in the banks' technical departments. The study came out with the fact that the internal electronic monitoring adopted by the banks suits the work system followed in the field of the electronic commerce in a way that provides security in the electronic commerce processes. Moreover, the electronic signature is more secure to guarantee trust in electronic commerce processes. The study recommended the necessity of securing and protecting the network from penetration (hi-jacking) through promoting the system of internal electronic monitoring in a way that suits the electronic commerce.

الكلمات المفتاحية: الإنترنت- التوقيع الإلكتروني-الأمان-الثقة.

تمهيد :

بدأت الشركات استخدام التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، والتي يمكن بواسطتها تسويق وبيع المنتجات والوصول للمستهلك أينما كان وبتكلفة قليلة ، ألغت الشبكة الحدود بين الدول، وتقوم حالياً كثير من الشركات بإنشاء موقع لها على تلك الشبكة يسمى (Web Page) تسوق من خلالها منتجاتها ، ويمكن للعميل إتمام عملية الشراء باستخدام بطاقات الاعتماد والشراء على الحساب وذلك وفقاً لقيود وقوانين وروابط مصممة من قبل الشركة صاحبة الموقع.

بالرغم من إيجابيات شبكة الإنترنت إلا أنه هناك سلبيات تعد خطيرة على نظام المعلومات المحاسبي والتي تؤثر على فاعليته وكفاءته ومن هذه المعوقات عدم توفر ما يلي:

1-الأمان :إجراءات تكنولوجية معينة تمنع الأخرين من اختراق نظام المعلومات المحاسبي عبر الموقع الإلكتروني للشركة عبر شبكة الانترنت .

2-الثقة : الإجراءات الواجب إتباعها لجعل المعلومات موثوقا بها من قبل أصحاب المصالح بشكل عام ومتخذي القرار بشكل خاص ، وقناعهم بأهميتها".

من دون توافر (الأمان والثقة) ، يصبح نظام المعلومات المحاسبي مختلاً تماماً وقد تصبح فاعليته وكفاءته موضع شك وفي أسوأ الحالات قد يؤدي لانتهيار الشركة تماماً. ولهذا فان الشركات تسعى بشتى الطرق لنقادي تلك المعوقات .

يحاول الباحث من خلال الدراسة والبحث والتحليل بشكل معمق في التجارة الإلكترونية ، وكيفية ترابطها مع نظام المعلومات المحاسبي ، كما سيحاول الباحث بوضع آليات رقابية يمكن بواسطتها تقادي عدم توفر (الأمان والثقة).

المبحث الأول : المقدمة والدراسات السابقة

1-1 مشكلة الدراسة : Study Problem :

ركزت الدراسة على معرفة المشاكل التي تواجه نظام المعلومات المحاسبي في ظل التجارة الإلكترونية ومحاولة تقديم مقترحات تؤدي إلى بناء نظام معلومات محاسبي سليم وتحديد الإجراءات الواجب إتباعها لتحقيق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية ، وأن الشركات لا ترغب ربط أنظمتها المحاسبية بالتجارة الإلكترونية ، بالرغم من المكاسب العظيمة التي يمكن أن تحققها من خلال تلك الشبكة . وذلك لفقدان السيطرة على المدخلات التي تأتي نتيجة التعامل بالتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت . وقد يؤدي ذلك إلى اختراق نظام المعلومات المحاسبي ، ومن ثم سرقة أو تسرب بعض المعلومات المهمة لجهات غير مرغوب فيها، مما يفقد المتعاملون مع الشركة ثقتهم بها إذا ما تسربت بعض المعلومات المهمة.

تأسيساً على ما تقدم تتمثل مشكله الدراسة بالاتي:

1. هل تطبيق الرقابة الداخلية عند تصميم نظام المعلومات المحاسبي في ظل التجارة الإلكترونية يؤدي إلى إحكام الرقابة على أي تعديلات علي البرامج ويحقق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية ؟
2. هل يؤثر إستخدام المعلومات المحاسبية بنظام المعلومات المحاسبي على الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية
3. هل إستخدام التوقيع الإلكتروني وطرق الدفع الإلكترونية يساعد على توفير الحماية للأطراف المتعاملين ويحقق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية ؟

2-1 أهداف الدراسة : Study Objectives:

تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية :

- 1- معرفة المشاكل التي تواجه نظام المعلومات المحاسبي في ظل استخدام التجارة الإلكترونية.
- 2- دراسة وتحديث نظام المعلومات المحاسبي لمواجهة تحديات التجارة الإلكترونية.
- 3- دراسة أثر المعلومات المحاسبية على تحقيق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية .
- 4- دراسة الطرق والاساليب التي تستخدم في تطبيق نظام الرقابة الداخلية الإلكترونية بنظام المعلومات المحاسبي بغرض تحقيق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية .
- 5-الإستفادة من الميزات التي تجنيها الدولة من تطبيق التجارة الإلكترونية .

6- معرفة المعوقات التي يمكن أن تحد من قدرة المصارف السودانية على استخدام التجارة الإلكترونية أو التوسع في استخدامها

3/1- أهمية الدراسة : Study Importance

تبرز أهمية الدراسة من الآتي :

أ. الأهمية العلمية

تكمن أهمية الدراسة العلمية في :

1. إيجاد طرق وآليات لحماية نظام المعلومات المحاسبي للمصارف المستخدمة للإنترنت.
2. المساهمة في إبراز نظام المعلومات المحاسبي كوسيلة لتوفير الأمن والثقة في التجارة الإلكترونية .
3. تساهم الدراسة في لفت إنتباه الاكاديميين ومراكز الابحاث لمشكلة عدم توفر الثقة والأمان في التجارة الإلكترونية ومعالجتها والحد منها باجراء المزيد من الدراسات في هذا المجال .

ب. الأهمية العملية :

1. تتبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في تأهيل الشركات العاملة، وضمان بقائها ومقدرتها على المنافسة .
2. جذب إهتمام الشركات السودانية لمواكبة عصر العولمة في مجال الأنظمة المعلوماتية والتطورات التقنية الحديثة ، والمساهمة في تطوير النظم المحاسبية .
3. تحقيق عوائد كبيرة تساهم في تنمية المصارف في شتى المجالات.
4. الحفاظ على المصارف من قرصنة الإنترنت ، وتعزيز ثقة أصحاب المصالح.

4/1- منهجية الدراسة Study Method

إتبعنا هذه الدراسة المنهج التاريخي من خلال عرض الدراسات السابقة والتي لها علاقة بموضوع الدراسة والإطلاع على الكتب والمراجع التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة ، والمنهج الإستباضي بوضع الفرضيات واستخدام التبرير المنطقي وتحديد المحاور الأساسية التي لها علاقة بموضوع الدراسة والعلاقة بين المتغيرات المستقلة (الرقابة الداخلية ، المعلومات المحاسبية ، التوقيع الإلكتروني وطرق الدفع الإلكترونية) والمتغير التابع تحقيق الثقة والأمان للتجارة الإلكترونية ، كما إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الإستقرائي من خلال تجميع البيانات من مجتمع الدراسة عن طريق عينة عشوائية بواسطة إستمارة إستبيان وتحليل هذه البيانات والتوصل إلى نتائج تحقيق الفرضيات ، وأسلوب التحليل الإحصائي لحساب الوسيط ، وحساب إختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين الإجابات ومعادلة ألفا - كرونباخ لقياس الثبات الإحصائي ونظراً لافتقار السوق السوداني للشركات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية سوف يعتمد الباحث على برنامج SPSS ، وعلى البحوث والدراسات العالمية عبر شبكة الإنترنت للوصول لأهم العقبات.

5/1- فرضيات الدراسة Study Hypothesis

تختبر الدراسة صحة الفرضيات التالية :

الفرضية الأولى : تطبيق نظام الرقابة الداخلية الإلكترونية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر على تحقيق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية.

الفرضية الثانية : استخدام المعلومات المحاسبية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر على تحقيق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية .

الفرضية الثالثة: التوقيع الإلكتروني وطرق الدفع الإلكترونية يؤثر على تحقيق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية

6/1 - حدود الدراسة: Study Limits

تتخصر الحدود المكانية في عينة من مؤسسات القطاع المصرفي السوداني ، أما الحدود الزمانية : تتمثل في بيانات الأستبانة 2013م.

7/1 - هيكل الدراسة: Structure of Study

تتكون الدراسة من ثلاثة مباحث يتناول المبحث الأول المقدمة وتعرض المبحث الثاني للأطوار النظرى للتجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي ، أما المبحث الثالث فقد تناول الجانب العملى وأخيراً النتائج والتوصيات

8/1 - الدراسات السابقة

1. دراسة (Amad Alwia Asaaf) ، 1983 هدفت الدراسة إلى تطبيق الأنظمة الإلكترونية بالأسلوب العلمي المحقق للاستفادة القصوى من إمكانيات الحاسب الإلكتروني ، نظراً لما يحققه من سرعة فائقة في التشغيل المحاسبي مع الدقة المتناهية . تناولت الدراسة مشكلة عدم إمكانية مسايرة البنوك الوطنية للبنوك الأجنبية ، الأمر الذي أفقدها عملائها لانتقالهم للبنوك المنافسة وبالتالي انخفاض حجم ودائعها مما يؤثر على حجم الاستثمارات الوطنية والدخل القومي للدولة . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، عدم وجود سياسات واضحة لتحويل الأنظمة الإلكترونية ، عدم وجود التنسيق التام بين الأقسام المختلفة للخدمات المصرفية . أوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في السياسات الإدارية واللوائح والتنظيم الداخلي للبنوك التجارية ، والعمل على حل مشاكل العاملين بالجهاز المصرفي لتوقف هجرة العاملين المستمرة للبنوك الوطنية ، وضرورة تحويل الأنظمة المصرفية للنظام الإلكتروني ، مع مراعاة العوامل النفسية والإنسانية عند التحول للنظام الجديد (Amad Alwia Asaaf-1983).

2. دراسة (جمال عبد العزيز زيدان ، 1996م) تمثلت مشكلة الدراسة في فقدان نظم التكاليف للمعلومات المحاسبية الملائمة في اتخاذ القرارات الإدارية نتيجة لعدم التزام بين هذه النظم والبيئة التي تهدف تلك النظم لخدمتها ودعمها ، أي قصور نظم التكاليف التقليدية عن تقديم معلومات دقيقة لإدارات منشآت الأعمال التي تعمل في ظل التقنيات الحديثة . هدفت الدراسة إلى محاولة التغلب على هذا القصور من خلال دراسة الأساليب والنظريات المستخدمة التي تعمل على سد أوجه القصور في نظم التكاليف بما يعمل على توافقها مع البيئة الصناعية الحديثة . توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها ، إن نظام التكاليف التقليدي المصمم لدعم متطلبات إعداد التقارير المالية يعد مصدراً غير كافياً للمعلومات اللازمة لمساعدة الإدارة في تخطيط ورقابة عمليات المنشأة واتخاذ القرارات الإدارية الاستراتيجية ، فشل نظم التكاليف التقليدية في التقرير عن الجودة وزمن الإنتاج الكلي والوقت المخصص لتلبية طلبات الإنتاج والمرونة الصناعية ومستوى رضا العملاء . أوصت الدراسة بشمول نظم تكاليف الجودة وتقدير عناصرها المختلفة سواء الصريحة أو المستترة ، وتوفير التقارير عن كافة التكاليف ومقاييس الأداء التي ترتبط بالجودة ، وضرورة ملائمة أسلوب وقت التعادل كمعيار للمفاضلة بين المقترحات البديلة للمنتجات ذات التقنية العالية التي يكون الوقت المستغرق لدخولها إلى الأسواق من العوامل الهامة للمنافسة (جمال عبدالعزيز صابر زيدان-1996)

3. دراسة (محمد جلال صالح السيد ، 1998م) تناولت مشكلة الدراسة مدى تأثير مجالات المحاسبة بتطبيق العولمة وما سبقها من خطوات ، سواء منها الاتفاقيات العامة مثل اتفاق تحرير التجارة العالمية GAT وغيرها . هدفت الدراسة إلى تطوير وتحديث نظم المعلومات المحاسبية لمواجهة التحديات التي يفرضها تطبيق العولمة في مجال الخدمات المحاسبية . توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها ، إن تطبيق العولمة سيؤدي إلى ظهور العديد من المشكلات المحاسبية المتعلقة بنظم المعلومات المحاسبية سواء من الناحية العلمية والمهنية في المنشآت

المحلية والشركات متعددة الجنسيات ، وإن التغلب على مشكلات تطبيق تطوير وتحديث نظم المعلومات بما يوفر النظم والإجراءات المحاسبية السليمة التي تضمن المعالجات الموضوعية في مجالات المحاسبة والمراجعة والضرائب على مستوى المشروعات الوطنية والأجنبية . أوصت الدراسة بضرورة تصافر جميع الجهود من أجل الاستعداد الفوري للتعامل بنجاح مع آليات العولمة (محمد جلال صالح السيد، 1998)

4. دراسة (زياد أحمد الزغبى ، 2001م) هدفت الدراسة إلى قياس مدى فاعلية وكفاءة نظم المعلومات المحاسبية المطبقة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في الأردن ، من خلال التعرف على مدى اعتماد متخذ القرار في تلك الشركات على ما يقدمه النظام المحاسبي من معلومات . تمثلت مشكلة الدراسة في عدم اهتمام الشركات الصناعية في الأردن بنظم المعلومات المحاسبية ، لإنتاج المعلومات التي تساعد في اتخاذ القرارات المختلفة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها ، تعتبر نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة قادرة إلى حد كبير على منع الإدارات من التلاعب في المعلومات المحاسبية بهدف التحيز أو إخفاء عيوب تلك الإدارات ، كما إنها قادرة على إنتاج معلومات ملائمة وموضوعية ذات قيمة مضافة الأمر الذي يساعد في سرعة اتخاذ القرارات في الشركات الصناعية الأردنية بتوفير المعلومات المحاسبية بسرعة ودقة وذلك بتطبيق واستخدام التكنولوجيا الحديثة أوصت الدراسة بضرورة العمل على تدريب العاملين في نظم المعلومات المحاسبية على كيفية تنفيذ الأعمال بشكل ملائم والعمل على تحديث الوسائل والأجهزة الحاسوبية ، واستخدام وسائل الحماية والأمن عند إدارة نظم المعلومات المحاسبية باستخدام الحاسوب (زياد احمد الزغبى، رسالة غير منشورة ، 2001)

5. دراسة (السيد عبد المقصود ديبان ، وليد كاشك 2002م) هدفت الدراسة إلى تحديد الأخطار التي تهدد أمن نظام المعلومات في ظل التجارة الإلكترونية . تمثلت مشكلة الدراسة في ظهور العديد من الأخطار على أمن نظم المعلومات واستحداث أدوات ووسائل رقابة داخلية ملائمة لمواجهة تلك الأخطار . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، تعارض أدوات وإجراءات وممارسات الرقابة الداخلية على أمن نظم المعلومات مع التشغيل الكفاء والفعال لنظم المعلومات . أوصت الدراسة بتحديد الدور الذي يجب أن تلعبه معايير أمن المعلومات الدولية (السيد عبدالمقصود ديبان ، 2002) .

6. دراسة (Mohammed Ibrahim Mansor ، 2002م) هدفت الدراسة إلى تحديد المشاكل المحاسبية للتعامل عن طريق التجارة الإلكترونية ، وتقديم إطار مقترح لنظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية . تمثلت مشكلة الدراسة في معالجة مشاكل التجارة الإلكترونية من خلال إيجاد حلول تشريعية للتجارة الإلكترونية تتفق مع القانون المصري. توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، تمكن شبكة الإنترنت من توفير مجال كبير للإمام بالمعرفة والمعلومات من خلال ملخصات الدوريات العلمية . وأوصت الدراسة بضرورة تطوير المعلومات المحاسبية حتى يمكن التكيف والتعامل مع نظم التجارة الإلكترونية (Mohammed Ibrahim -) 2002).

7. دراسة (أحمد عبد السلام أبو موسى ، 2004م) هدفت الدراسة إلى التعرف على المخاطر الرئيسية التي تهدد أمن نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية واكتشافها واختبارها في المنشآت السعودية ، واختبار الفروق الجوهرية بين تلك المنشآت المختلفة فيما يختص بمدى إدراكها لدرجة أهمية وخطورة تلك التهديدات في حالة الأمن في نظم معلوماتها المحاسبية الإلكترونية . تمثلت مشكلة الدراسة في أن كثير من المنشآت قد عانت من وجود خسائر مالية كبيرة على أمن نظم المعلومات المحاسبية بواسطة أشخاص من داخل المنشأة وخارجها . توصلت الدراسة إلى أن أهم المخاطر التي تهدد أمن المعلومات الإلكترونية في المنشآت السعودية تتمثل في الإدخال المتعمد وغير المتعمد لبيانات غير سليمة ، وكذلك إدخال فيروسات إلى النظام المحاسبي ، وتدمير أو طمس

بعض مخرجات النظام المحاسبي. أوصت الدراسة بضرورة تدعيم الضوابط الرقابية ، وزيادة الوعي داخل المنشآت السعودية فيما يتعلق بأمن نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية لكي توفر الحماية اللازمة والكافية ضد المخاطر الحالية والمحتملة التي تهدد أمن تلك النظم (احمد عبدالسلام ابو موسى ، 2004)

8. دراسة (فياض حمزة محمد رملي ، 2004م) هدفت الدراسة إلى محاولة تقديم أسلوب علمي لتطبيق استخدام نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في ترشيد قرارات الإدارة ، وتأكيد صلاحية المفاهيم العلمية وثبات إمكانية استخدامها للتطبيقات الإدارية . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، استخدام نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة بالشركة موضع الدراسة ساعد في تحقيق التنسيق بين الأقسام المختلفة بالشركة بشكل جيد ، أدى إلى تحقيق انسيابية التدفق المعلوماتي بشكل مرضي بين تلك الأقسام . أوصت الدراسة بضرورة إنشاء كيان فعلي بصورة علمية لنظم المعلومات الإدارية يجمع كل هذه النظم المتفرقة (فياض حمزة محمد ، 2005)

9. دراسة: (عقيل محمد أحمد الصديق محمد ، 2005م) تمثلت مشكلة الدراسة في تأخر السودان وبعض دول المنطقة العربية عن اللحاق بركب منظومة (التجارة الإلكترونية) وذلك نتيجة لقصور جوانب تطبيق التجارة الإلكترونية ، بالإضافة إلى أن المصارف لم تواكب الزحف الرقمي التكنولوجي ، الشيء الذي يؤدي إلى عدم الصمود والبقاء أمام التكتلات والتحالفات في هذا المجال ، مما يؤدي إلى تلاشيها وعدم قدرتها على المنافسة في ظل دخول السودان في منطقة التجارة الحرة عام 2005م ، هدفت الدراسة إلى معرفة التجارة الإلكترونية من حيث المفهوم والتطبيق والأثر الفعلي لها على فعالية النظام المصرفي ، توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، ضعف مقومات التجارة الإلكترونية بالسودان والوطن العربي ، بطء انتشار الاتصالات وقلة كفاءتها ، مع ضعف انتشار الإنترنت وارتفاع تكلفة امتلاكه وتشغيله ، وعدم وجود بيئة قانونية للتجارة الإلكترونية . أوصت الدراسة بضرورة دعم برامج التجارة الإلكترونية . والمساعدة في تطوير برامج الإنترنت والتجارة الإلكترونية (عقيل محمد الرملي ، 2005).

10. دراسة (أمل عبد الفضيل عطية محمد ، 2006م) هدفت الدراسة إلى محاولة توسيع نطاق عمل المراجع ليشمل مراجعة أنشطة التجارة الإلكترونية ، وذلك من خلال وضع إطار مقترح لمراجعة التجارة الإلكترونية . تمثلت مشكلة الدراسة في زيادة دور المراجع إلى المجالات المختلفة التي تحتاج إليها الطوائف المتعددة من مستخدمي المعلومات المحاسبية في الأغراض المختلفة ، وإضافة مزيد من الثقة فيما يوفره إفصاح المراجع لمستخدمي المعلومات المحاسبية . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، هناك العديد من التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية منها الخاص بالبنية الأساسية ، والخاص بالعوامل الاجتماعية والنفسية ، والخاص بالمنافسة الشديدة ، والخاص بوسائل الرفع ، والخاص بالأمن والخصوصية ، يمكن مراجعة أنشطة التجارة الإلكترونية في إطار المراجعة المالية ، أوصت الدراسة بضرورة رفع مستوى التأهيل الحالي للمراجعين حتى يمكنهم من أداء دورهم في مجال مراجعة أنشطة التجارة الإلكترونية ، ضرورة إعادة تشكيل وتطوير المحتوى المعلوماتي للمواد في المعاهد والجامعات ليشمل التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات ، والمحاسبة عن أنشطة التجارة الإلكترونية (أمل عبدالفضيل ، 2006).

11. دراسة (إصلاح عمر حاج نور عمر ، 2006م) هدفت الدراسة إلى تحليل نظم المعلومات المحاسبية وتوضيح مدى إسهام هذه النظم في صنع وترشيد عملية اتخاذ القرار ومحاولة التعرف على أوجه القصور التي تواجه الإدارات في مجال تطبيق الأنظمة الإلكترونية ودور الخبرة البشرية القائمة على هذه النظم . تمثلت مشكلة الدراسة في الصعوبات التي تواجه الإدارات المختلفة في مجال اتخاذ القرارات مع عجز المحاسبة عن الوفاء

باحياجات الإدارة من المعلومات المحاسبية في الوقت المناسب . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة في شركات المساهمة السودانية توفر معلومات ذات كفاءة تتيح الموازنة بين المنافع والمخاطر للبدائل المتاحة مما يسهل عملية الاختيار الأفضل لمتخذ القرار ، عدم الوعي بأهمية التقنية وقلة الكوادر البشرية المتخصصة في مجال الحوسبة المالية عقبه تواجه التطوير المحاسبي . أوصت الدراسة بضرورة إنشاء بنية متكاملة من شبكات الاتصالات تعمل على تدفق المعلومات بين الشركة والعالم الخارجي ، والعمل على تأهيل الكوادر البشرية وتنقيتها تكنولوجياً (اصلاح عمر حاج ، 2006).

12. دراسة (إسماعيل عثمان شريف ، 2006م) تمثلت مشكلة الدراسة في عدم وجود إطار نظري وعلمي للتأثيرات التي يمكن أن يحدثها تبني الأنظمة المختلفة للتجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية . هدفت الدراسة للتعرف على التأثيرات أن تحدثها الأنظمة لنظم المعلومات المحاسبية وذلك من خلال دراسة بعض نماذج المصارف السودانية التي لها موقع على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، استخدام التجارة الإلكترونية يؤدي إلى زيادة تنوع نمط المخرجات وشمولها لتقارير فورية من خلال شبكة الإنترنت . أوصت الدراسة بضرورة إصدار مجموعة من الضوابط والمعايير المحاسبية المنظمة لتنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية والمحاسبية عن مختلف عمليات وسائل الدفع بنقود إلكترونية (اسماعيل عثمان شريف، 2006).

13. دراسة (أبو بكر عوض حسنين أبو بكر ، 2007م) تمثلت مشكلة الدراسة في أن عملية اتخاذ القرار تعتبر علم وفن لأنها تحتاج إلى الجوانب الموضوعية فيما يتعلق بالمعلومات المتوافرة بالإضافة إلى الجوانب الشخصية المتمثلة في المقدرة الحقيقية والخبرة لمتخذ القرار وأن قرار الإنتاج والتخطيط في الشركات الصناعية السودانية يتخذ دون الاعتماد على المعلومات المحاسبية المتعلقة بذلك . هدفت الدراسة إلى بيان أثر المعلومات المحاسبية في ترشيح قرارات التخطيط والإنتاج . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، إن للمعلومات دور فاعل في اتخاذ قرارات التخطيط والإنتاج في المنشآت الصناعية السودانية ، إن المنشآت التي تهتم بالمعلومات المحاسبية قد حققت جودة في مجال الإنتاج والتسويق للمنتجات . أوصت الدراسة بضرورة تطوير نظم المعلومات المحاسبية بالمنشآت السودانية حتى يتحقق مفهوم تعظيم قيمة المنشأة ، وتخفيض تكلفة الإنتاج باستخدام نظم المعلومات المحاسبية ونظم دعم القرار (ابو بكر عوض ، 2007).

14. دراسة (نادية موسى خالد ، 2008م) تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة مدى استفادة البنوك السودانية من أنظمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على مستوى نجاحها في أداء أعمالها المصرفية المختلفة في ظل تطور واستخدام التكنولوجيا وأنظمة الاتصالات المتطورة ، وهل هناك علاقة بين تطوير تكنولوجيا المعلومات والحصول على منفعة من هذا التطور وهل هناك علاقة بين تطوير أنظمة الاتصالات وتلبية احتياجات العملاء في حصولهم على خدمات مصرفية متطورة . هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التطور الخاص بالتكنولوجيا في البنوك السودانية وتأثير ذلك التطور على كفاءة الأنظمة المستخدمة ، وإلى أي مدى تساهم التكنولوجيا في رفع كفاءة النظم المحاسبية في مجالات العمل المصرفي المختلفة . توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، استخدام تكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى تخفيض التكلفة التشغيلية ، والرضا التام الذي ينعكس على العميل . أوصت الدراسة بضرورة تشجيع الاستثمار في الأنظمة المعلوماتية الحديثة وتطوير شبكات الاتصال داخل البنوك وخارجها على مستوى الدولة ، تشجيع الاستثمار في تطوير سبل الحماية والأمان للحاسبات المركزية وشبكات الاتصال ، والعمل على تخفيض أسعار المعلوماتية (نادية موسى، 2008)

15. دراسة (نبيل سعيد عبده المعمرى ، 2009م) هدفت الدراسة إلى التعرف على نظم المعلومات التكنولوجية من حيث مفاهيمها وأهميتها وأنواعها ومكونات تصميمها واستخداماتها في دعم القرارات الإستراتيجية على اعتبار أنها أنظمة تدعم معالجة المعلومات الإستراتيجية وتخدم الإدارة في بيئة الأعمال . تمثلت مشكلة الدراسة في حماية المنشآت التي تعمل في ظل عصر المعلومات والتي تتعرض أنظمتها إلى تغيرات مستمرة ولضمان البقاء والنمو والمنافسة يستوجب عليها التركيز على البعد الإستراتيجي باستخدام نظم المعلومات التكنولوجي والتي تعد نظاماً يخدم أغراض الإدارة الإستراتيجية . توصلت الدراسة إلى نتائج منها، يقتصر استخدام نظم المعلومات التكنولوجي في بيئة التصنيع بهدف تحسين خصائص المنتجات وجودتها دون ربط ذلك في كافة المجالات والأنظمة التي تعد أكثر أهمية كنظام محاسبة التكاليف والنظام المحاسبي . أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنظم المعلومات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات في كافة المجالات ، والأنشطة بهدف دعم الإستراتيجية التنافسية في بيئة أعمال المصنع ، وبما يخدم الإدارة الإستراتيجية ويساعد في بناء الاستراتيجيات (نبيل سعيد المعمرى، 2010).

16. دراسة (الهادي آدم محمد إبراهيم ، 2010م) هدفت الدراسة إلى معرفة أهم الأسباب التي تؤدي إلى ندرة عمليات التجارة الإلكترونية عبر المصارف السودانية ، والتعرف على الخدمات المصرفية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية والتي تقدم عبر المصارف السودانية . تمثلت مشكلة الدراسة في أن عمليات التجارة الإلكترونية في السودان تعتبر الأقل حجماً مقارنة بالدول العربية ، توصلت الدراسة إلى نتائج منها ، لا تمتلك المصارف السودانية الخبرة والكفاءة اللازمة في خدمة الإنترنت المصرفي . أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالبرامج التدريبية اللازمة لتأهيل الموظفين بالمصارف السودانية على ممارسة التجارة الإلكترونية (الهادي آدم محمد إبراهيم، 2010).

يتضح للباحث من عرض الدراسات السابقة انها لم تتعرض لأثر نظام المعلومات المحاسبي على تحقيق الأمان والثقة للتجارة الإلكترونية ، ودلل الباحث على تركيز الدراسات على معرفة المعوقات والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية ولم يقدموا الحلول لتلك المعوقات إلا في جوانب إرشادية ، اما دراستي فانها ركزت على معرفة المشاكل التي تواجه نظام المعلومات المحاسبي في ظل التجارة الإلكترونية ومحاولة تقديم مقترحات تؤدي إلى بناء نظام معلومات محاسبي سليم وتحديد الإجراءات الواجب إتباعها لتحقيق الثقة والأمان بالتجارة الإلكترونية ، وأن الشركات لا ترغب ربط أنظمتها المحاسبية بالتجارة الإلكترونية ، بالرغم من المكاسب العظيمة التي يمكن أن تحققها من خلال تلك الشبكة . وذلك لفقدان السيطرة على المدخلات التي تأتي نتيجة التعامل بالتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت . وقد يؤدي ذلك إلى اختراق نظام المعلومات المحاسبي ، ومن ثم سرقة أو تسرب بعض المعلومات المهمة لجهات غير مرغوب فيها، مما يفقد المتعاملون مع الشركة ثقتهم بها إذا ما تسربت بعض المعلومات المهمة.

المبحث الثاني : الإطار النظري للتجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبي

1/2- تعريف التجارة الإلكترونية definition of E- Commerce:

تم إشتقاق التجارة والإلكترونية Electronic Commerce من كلمتين الأولى "التجارة" Commerce وهي تعبر عن نشاط إقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد ونظم متفق عليها ، أما الثانية وهي " الإلكترونية " Electronic وهو نوع من التوصيف لمجال أداء النشاط المحدد ، ويقصد بها أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية والتي تدخل الإنترنت كواحدة من أهم هذه الوسائط (بسيوني، 2003م) عرفت التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات

عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية. (فشقوش، 2002م) كما عرفت بأنها إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة الإتصالات (رضوان، 2003م). عرفت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية "OECD" بأنها تشمل صفقات بين الشركات أو الأفراد ، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات ، سواء أكانت مكتوبة ، أم مرئية أم مسموعة . هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً ، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة (حامد، 2003م) كما عرفت بأنها نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين ، أو بين الشركات بعضهم البعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات يستطيع الباحث تعريف التجارة الإلكترونية بأنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت ، والشبكات التجارية العالمية الأخرى .

2/2- أنواع التجارة الإلكترونية E- Commerce Kinds of

تتمثل أنواع التجارة الإلكترونية في :

1. التجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال (Business-to-Business): تصف التعاملات بين شركات الأعمال من خلال التطبيقات بواسطة شبكات الإتصال الإلكترونية، حيث تمثل شركات الأعمال في هذه الحالة كل من العميل والتاجر .
2. التجارة الإلكترونية بين الشركة والمستهلك (Business-to-Consumer): تصف التعاملات بين الشركة والمستهلكين ، حيث تمثل شركة الأعمال في هذه الحالة دور التاجر، ويمثل المستهلك دور العميل ، أو بين المستهلك والشركة ، وفي هذه الحالة (Consumer-to-Business) فإن المستهلك يمثل دور التاجر ، بينما تمثل الشركة دور العميل .
3. القطاع العام يمثل التعاملات بين الجهات الحكومية والأطراف الأخرى، حيث تمثل المؤسسة الحكومية دور التاجر أما الطرف الآخر فيمثل دور العميل (Government-to-Business or Consumer) ، أو تمثل المؤسسة الحكومية دور العميل، أما الطرف الآخر فيمثل دور التاجر (Business or Consumer-to-Government) (عبد الهادي ، 2006م) .

2/3- أهداف التجارة الإلكترونية Objectives of E- Commerce

تسعى التجارة الإلكترونية إلى تحقيق الأهداف التالية :

1. إنخفاض التكلفة ، حيث إن الإعلان عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجرائد ، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الإنترنت وبتكلفة ضئيلة جداً .
 2. تجاوز حدود الدولة ، كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد .
 3. التحرر من القيود ، سابقاً كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها .
- يتضح للباحث إن التجارة الإلكترونية تهدف إلى إيجاد وسائل تجارية حديثة لتحقيق أعلى عائد عن طريق استخدام القنوات الدولية وشبكات التوزيع العالمية مما يؤدي إلى تقليل التكلفة ، كما ألغت الحواجز الجغرافية والسياسية والقانونية بين الدول وساعدت على التواصل المستمر بين العملاء والشركاء (اسميس وآخرون، 2000م).

4/2- مراحل التجارة الإلكترونية **Stages of E – Commerce** تتم التجارة الإلكترونية من خلال المراحل التالية :

المرحلة الاولى : الترويج للسلع والخدمات:

promotion for goods and services Stage

يقوم المنتج أو البائع (العارض) بعرض السلعة أو الخدمة التي يود بيعها مستخدماً أياً من الوسائل الإلكترونية المتنوعة للعرض، وذلك بعد أن يحدد الأوضاع السائدة في السوق وفق دراسات الجدوى ، وقد تكون هذه الوسائل استخدام شاشات عرض كبيرة ، أو الكتالوج الرقمي ، وتصحب عملية العرض توظيف الوسائل الإلكترونية للإعلان عن السلعة والترويج لها بطريقة سهلة وواضحة يستطيع المستهلكون تفهمها ، بهدف إقناعهم بالسلعة أو الخدمة ، وحثهم على شرائها . وعادة تشمل المرحلة تعريف المستهلكين بكيفية الحصول على المنتج، وكيفية إستلامه ، وسداد قيمته التي تكون عادة بإستخدام وسائل إلكترونية (حماد، 2007م) .
يتضح للباحث من خلال هذه المرحلة بأن المشروعات تقوم بالإعلان عن منتجاتها وخدماتها عبر الشبكة من خلال توفير المعلومات المختلفة عن هذه المنتجات والخدمات على مواقع المشروع على الشبكة ، ويتم توفير هذه المعلومات من خلال الوسائل الإلكترونية المتنوعة بطريقة مناسبة .

المرحلة الثانية : التفاوض Negotiation Stage

يتم التفاوض بين الأطراف المتعاقدة ، حيث يتم تبادل المعلومات الضرورية لإتمام الصفقة الإلكترونية، فإذا كانت تلك الصفقة بين مشروع وأحد عملائه ، فإن العميل يقوم بإبداء رغبته في شراء أحد المنتجات أو الحصول على إحدى الخدمات المتاحة من خلال الموقع ، ثم يطلب منه إدخال بعض المعلومات الشخصية الضرورية لإتمام الصفقة كالإسم ، والعنوان ، ورقم التليفون، ورقم ونوع بطاقة الإئتمان ، وتاريخ صلاحيتها ، وعنوان البريد الإلكتروني الخاص به ، كذلك يتم الإتفاق بين المشروع والعميل على خطة محددة للتشغيل تحكم عملية الإتصال بينهما ، وذلك من أجل توفير الأمن للصفقة المبرمة (الغنام، 1999م) .
يتضح للباحث من خلال مرحلة التفاوض يتم عقد الصفقات الإلكترونية بين المشروعات والعملاء بغرض شراء المنتجات وتقديم الخدمات .

المرحلة الثالثة : عقد الصفقات وإتمام عملية البيع:

Marketing and Completing Sell Process Stage

قد يقرر المشتري قبول العرض ، وينعقد العقد ، ويقوم بطلب المزيد من المعلومات والبيانات عن السلعة أياً كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها بليستخدام وسائل إلكترونية ، ويستطيع أن يعبر المشتري عن ذلك مستخدماً ذات الوسائل ، بعد التأكد من أنها مؤمنة (Secured) بوسائل متطورة تحافظ على سلامة وصحة البيانات من جهة ، وعلى السرية Privacy والمصادقية Trust ، ويتم إستخدام الوسائل المتعلقة بالتنبث والتحقق من الطرف الآخر Authentication ، ومن أن المعلومات والبيانات التي يتضمنها العقد ستصله دون إعتراض أو دون الإخلال بها أو دون القرصنة عليها ويتم عقد الإتفاق النهائي بسرعة فائقة مع الحفاظ على السرية ، علاوة على تخفيض الوقت والتكاليف(عبد العال، 2001م) .

يتضح للباحث من هذه المرحلة بأنه يتم إجراء التعاقد وإتمام البيع بين المشروعات وبعضها البعض ، أو بين المشروعات والعملاء بوسيلة إتصال سريعة ، حيث يتم نقل جميع العقود القانونية والأوراق والرسوم والصور عبر الشبكة بطريقة إلكترونية.

المرحلة الرابعة : السداد الإلكتروني E- Payment Stage

يتم دفع قيمة المنتجات أو الخدمات التي تم التعاقد عليها ، ويمكن للباحث عرض وسائل الدفع المستخدمة في مجال التجارة الإلكترونية بالاتي (أدم 2010م) .

1. الدفع النقدي عند التسليم Cash payment in delivery

تقتصر هذه الوسيلة عبر البضائع والمنتجات المادية التي يتم تسليمها خارج نطاق الشبكة ، حيث يتم تسليم هذه البضائع والمنتجات المادية عبر المنافذ الجمركية للدول ، وعند التسليم يتم سداد قيمة تلك البضائع والمنتجات بصورة نقدية حسب الإتفاق المسبق بين أطراف الصفقة .

2. الدفع من خلال بطاقات الإئتمان Credit Cards Payment

تعتبر هذه الوسيلة الأكثر إنتشاراً في المعاملات التجارية عبر شبكة الإنترنت ، وعلاقة الإئتمان تكون بين حامل البطاقة ومصدرها ، ومن مزايا إستخدام بطاقات الإئتمان أنه لم يعد يتعين على المستخدمين حمل الأموال النقدية معهم لسداد قيمة أي منتج.

في البداية كان يتم تقديم أرقام بطاقات الإئتمان وأسماء المستخدمين وتاريخ الإئتمان في إستثمارات غير آمنة بالإنترنت ، وتشمل هذه العملية إجراءات لضمان أن البيانات الخاصة ببطاقة الإئتمان لا تظهر أمام المستخدمين الآخرين ، وذلك من خلال إجراء عملية التشفير لتلك البيانات ، ولضمان أن المشروع الذي يتم إرسال البيانات إليه هي الجهة الوحيدة التي تتلقاها (شنايدر ، 2008م) .

3. الدفع عن طريق النقود الإلكترونية E- Money Payment

يقصد بالنقود الإلكترونية المدفوعات من خلال قنوات الإتصال الإلكترونية كالإنترنت ، وتتجه العديد من الدول للتوسع في إستخدام النقود الإلكترونية وتسوية الحسابات فيما بين العملاء والبنوك من خلال شبكة الإنترنت. عند إستخدام النقود الإلكترونية في إتمام صفقات التجارة الإلكترونية يقوم العميل بشراء عملات إلكترونية من البنك حيث يتم تحميل هذه العملات على الحاسب الخاص به فتحل هذه العملات محل العملات العادية وتكون بنفس قيمتها ، وعند إتمام صفقة التجارة الإلكترونية يقوم العميل بإصدار أمر عن طريق الحاسب الإلكتروني بدفع قيمة مشترياته بإستخدام العملات الإلكترونية المسجلة عليه، حيث يتم نقلها للبنك المصدر الذي يتأكد من صلاحية العملات وعدم تزيفها أو نسخها ، ثم يقوم بتحميلها على الحاسب الخاص بالبائع الذي تظهر لديه زيادة في قيمة النقود الإلكترونية بقيمة الصفقة المبرمة ، ويمكن للبائع تحويل العملات الإلكترونية المتاحة لديه إلى عملات حقيقية من خلال البنك المصدر كل فترة محددة (ملش، 2001م) .

المرحلة الخامسة : مرحلة التسليم Delivery Stage

وضع الإلتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ، ويقوم العارض بتوفير السلعة وإعدادها وتجهيئتها لتسليمها بالشكل والطريقة المتفق عليها بينهما ، سواء كانت سلعة مادية يلزم أن يتم تسليمها في شكل مادي Physically وبشكل مباشر ، أم هي سلعة غير مادية يمكن تحويلها إلى ملفات وأرقام ، بحيث يستطيع المشتري إنزالها من على الوسائل الإلكترونية ، كالكتب وتذاكر السفر، وقد يكون المنتج محل التعامل خدمة ، كالإستشارات القانونية أو الطبية أو دروس تعليمية وخدمات حكومية ، و بعد إتمام عملية التسليم ، فإن المشروعات توفر للعملاء خدمات ما بعد البيع وذلك من أجل ضمان إستمرار تعاملهم معها(مصطفى، 2002م) يتضح للباحث أن مرحلة التسليم تتوقف على طبيعة المنتجات أو الخدمات المتعاقد عليها ، فإذا كان التعاقد ينص على منتجات غير ملموسة أو خدمات مقدمة أو معلومات ، فإن التسليم يتم إلكترونياً من خلال شبكة الإنترنت ، حيث يقوم العميل بتحميل هذه المنتجات الرقمية مباشرة من الشبكة إلى الحاسب الشخصي له، أما

إذا كان التعاقد ينص على منتجات ملموسة ، فإن التسليم يتم خارج الشبكة عبر المنافذ الجمركية للدول ، حيث يتم الإتفاق على مكان التسليم من خلال البريد الإلكتروني e-mail.

5/2- معوقات التجارة الإلكترونية Constraints to E- Commerce

يمكن إستعراض المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية بالاتي :

1. معوقات العوامل الإجتماعية والنفسية Constraints related to socio psycholocial factors

تتمثل معوقات العوامل الإجتماعية والنفسية التي تواجه إنتشار التجارة الإلكترونية فى الاتي:

أ. مقاومة التغيير Change resistance

تعد مقاومة التغيير من العقبات التي تواجه التجارة الإلكترونية ، فلقد إعتاد المستهلكون رؤية السلع عند الشراء ، وفي بعض الأحيان يتاح لهم إمكانية تجربتها قبل الشراء ، أما في ظل التجارة الإلكترونية فلا يتاح لهم ذلك لإختلاف أسلوب الشراء فيفضل المستهلكون إتباع الأسلوب الذي إعتادوا عليه عند الشراء، فالناس عادة لا يميلون إلى التغيير بسهولة لذلك يلزم التعرف بخصائص التجارة الإلكترونية والتوعية بمميزاتها(البنك الأهلي 2000م).

ب. الفروق الثقافية Cultural differences

تمثل الفروق الثقافية بين بلدان العالم مشكلة تواجه إنتشار التجارة الإلكترونية ، فاللغة تمثل أحد المعوقات ، لإن حوالي 82% من المواقع الموجودة على الشبكة تستخدم اللغة الإنجليزية ، وتلك اللغة قد لا يجيدها العديد من سكان العالم، كذلك يثار التساؤل عن كيفية حماية قيم الدول وعاداتها وتقاليدها من السلع المعروضة على شبكة الإنترنت (عطية ، 2006م).

يرى الباحث إن الشركات التي تمارس أنشطة التجارة الإلكترونية أن تأخذ في الإعتبار تلك الفروق الثقافية عند الإعلان عن السلع والخدمات ، لكي تستطيع أن تلقى القبول من أكبر عدد ممكن من المستهلكين على مستوى العالم .

ج. الخوف من البطالة Fear of Unemployment

أن الإستغناء عن الكثير من العاملين عند إحلال الوسائل الإلكترونية محل الوسائل التقليدية ، وبعد من العوامل الإجتماعية التي تعوق إنتشار التجارة الإلكترونية ، حيث إن تطبيق التجارة الإلكترونية يمثل تهديداً بالإستغناء عن العمالة في بعض التخصصات ، وأن تنفيذ الصفقات التجارية من خلال التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت يتم باليات تقوم بكل هذه الوظائف بالدقة والسرعة الفائقتين وبالكلفة الأقل عنها في العمليات التقليدية ، لذا تتضاءل الحاجة إلى وظائف المبيعات والمشتريات التقليدية(عثمان ، 2004م).
يتضح للباحث أن إعادة هيكلة العمالة عن طريق عقد دورات تدريبية مكثفة للعمالة في التخصصات التقليدية من أجل توفير الخبرات والمهارات اللازمة في مجال تكنولوجيا المعلومات الإتصالات .

د. نقص الوعي Lack of awareness

يعتبر نقص الوعي أحد أهم معوقات إنتشار التجارة الإلكترونية في العالم ، فالعديد من المستهلكين لا يعرفون الكثير عن خصائصها والأسلوب المتبع سواء في التعاقد أو الدفع ، مما يحد من الإقبال على التعامل في أنشطة التجارة الإلكترونية ، حيث أنه بالرغم من أن التجارة الإلكترونية أصبحت منتشرة في كافة أشكالها ، إلا أن ما يحدث خلف شاشة الكمبيوتر مازال أقل وضوحاً بالنسبة للكثيرين(الصباغ ، 2010م).
يستنتج الباحث إن نشر معلومات كافية عن التجارة الإلكترونية عبر كافة وسائل الإعلام ، وذلك لزيادة الوعي لدى المستهلكين ، بهدف ترغيبهم في التعامل من خلال التجارة الإلكترونية .

هـ. فجوة الثقة Confidence gap

أن التعامل في أنشطة التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت يتم في كافة أنحاء العالم دون التواجد في مكان محدد لإتمام عملية التعاقد ، لذلك فإن هناك نقصاً في الثقة بين تلك الأطراف مما ينظر لشبكة الإنترنت بخوف وعدم ثقة كأي تكنولوجيا جديدة. فمن المستهلكين هناك نقص في الثقة فيما يتعلق بالمشروعات التي يتم التعاقد معها وتخوف من أن تكون مشروعات وهمية ، وتخوفاً من إعطاء أرقام بطاقات الإئتمان خوفاً من سحب الرصيد . كما أن هناك نقصاً في الثقة فيما يتعلق بجودة السلع المقدمة عبر الشبكة ، وأن المستهلكين مازالوا مترددين في الإقدام على الشراء من خلال شبكة الإنترنت بسبب إحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة السلعة أو الخدمة ، بالإضافة إلى أن هناك نقصاً في الثقة في إتمام الصفقة ، أما البائعين ، فهناك نقص في الثقة فيما يتعلق بتحصيل قيمة السلع والخدمات المباعة ، ولا يزال إنعدام الثقة بالتسديد عبر الوسائل الإلكترونية يشكل عقبة عالمية (السديري ، 2009م) .

يتضح للباحث أن نقص الثقة بين الأطراف المتعاملة في أنشطة التجارة الإلكترونية ونقص المعلومات المحاسبية الموثوق فيها عن تلك الأنشطة يمثل فجوة ثقة ، وأنه من الضروري وجود طرف ثالث موثوق فيه ، يقوم بدور الوسيط بين المستهلكين والبائعين ، حيث يمد المستهلكين بمعلومات موثوق فيها عن البائعين ، ويدعم الثقة بين الطرفين .

3. معوقات المنافسة الشديدة Constraints related to high competition

في ظل التجارة الإلكترونية تزداد حدة المنافسة بين المشروعات على المستوى العالمي ، وتخترق المشروعات العالمية الأسواق المحلية فتصبح المنافسة عالمية حتى داخل الأسواق المحلية ، وتتوافر بالأسواق العديد من المنتجات بمستويات جودة مختلفة ، وبأسعار مختلفة ، و يظهر في ظل التجارة الإلكترونية شكل جديد من المنافسة الشديدة ، حيث توجد منتجات متشابهة بمستويات مختلفة من الجودة وبأسعار مختلفة ، وأن يكون الإقبال على المنتجات ذات مستوى الجودة الأعلى والسعر الأقل ، ولن تستطيع العديد من المشروعات الإستمرار لعدم قدرتها على الصمود أمام تلك المنافسة الشديدة ، فبالإضافة لعدم قدرتها على الحصول على نصيب من السوق الجديد ، فهي أيضاً سوف تتعرض لمخاطر فقد المستهلك التقليدي الذي إعتاد شراء منتجاتها ، فالمنافسة الشديدة قد تحد من قدرة المشروع على الإستمرار خاصة إذا لم يقم المشروع برفع مستوى جودة منتجاته وتقديم أسعار تنافسية (أحمد ، 1999م) .

يرى الباحث أن تحاول المشروعات الوصول بمنتجاتها إلى أعلى مستوى ممكن من الجودة ، وأن تتبع كافة الوسائل التي تمكنها من تخفيض أسعارها ، وذلك حتى يمكنها الصمود أمام تلك المنافسة الشديدة ، ومن ثم تستطيع الإستمرار في ظل التجارة الإلكترونية .

4. معوقات طرق الدفع Constraints related to payment

الأساليب المستحدثة لدفع قيمة المنتجات والخدمات المشتراة من خلال التجارة الإلكترونية كبطاقات الإئتمان، والشيكات الإلكترونية، والنقود الإلكترونية وغيرها من وسائل الدفع تمثل معوقات تواجه التجارة الإلكترونية ، وهو عدم تعود المستهلكين التعامل بإستخدام تلك الوسائل الإلكترونية للدفع ، بالإضافة للخوف المصاحب لإستخدامها ولعل ذلك يبرز أهمية دور البنوك من حيث تعزيز التعامل بإستخدام تلك الوسائل الحديثة (العامري ، 2010م) .

يرى الباحث أن تهتم البنوك بمجال التجارة الإلكترونية وأن تعمل على تعزيز التعامل من خلالها بإستخدام الوسائل الحديثة للدفع .

5. معوقات الجهود التشريعية Constraints related to legislative efforts

صدر القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية سنة 1997م الذي أعدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري ، إلا أن العديد من الدول لم تكتمل فيها الجهود التشريعية التي تدعم التجارة الإلكترونية وآلياتها ، فهناك العديد من المشاكل القانونية التي تواجه نمو وتطور التجارة الإلكترونية منها :

أ. مشكلة غياب المستندات الورقية Absence of Paper Document Problem

إن الإثبات قانوناً هو إقامة الدليل أمام القضاء بالطرق التي حددها القانون على وجود واقعة قانونية ترتبت عليها آثارها . والكتابة هي أقوى طرق الإثبات ولها قوة مطلقة بحيث يمكن أن تثبت عن طريقها كافة مصادر الحقوق ، ومجال المعاملات التجارية أن يتم تسجيل الصفقات من خلال الكتابة في مستندات ورقية ، والتي تعتبر الأساس في إثبات أي معاملات تجارية ، ومن ثم إثبات الحقوق ، والتي تستند إليها الأطراف المتنازعة إذا تم إقامة دعوى أمام القضاء ، وأن النظم القانونية تعتبر الدليل الكتابي من خلال المستندات الورقية هو أقوى أدلة الإثبات على الإطلاق ، الأمر الذي يمثل عبء كبير في طريق تطور التجارة الإلكترونية ونموها ، ففي ظل التجارة الإلكترونية كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق ، مما يشكل صعوبة في إثبات العقود والتعاملات وتصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما ، وبالتالي فإن ذلك يفتح المجال أمام قضية الإثبات القانوني وأثرها كحقائق أمام نمو التجارة الإلكترونية ، حيث أن الجهات القضائية قد تتردد في الاعتراف بهذه الصفقات من خلال الرسائل الإلكترونية ، حيث تعتبرها أقل في حجيتها من المستندات الورقية (معروف، 2010م) .

ب. مشكلة التوقيع الإلكتروني E- Signature Problem

تواجه التجارة الإلكترونية مشكلة الإثبات المادي بالنسبة للتوقيع على الرسائل الإلكترونية المتبادلة عند إتمام عمليات البيع أو الشراء ، أي مدى الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني أمام القانون والقضاء ، ففي ظل التجارة التقليدية ، يقوم المتعاقدون بعد كتابة العقد بالتوقيع عليه ، وذلك لإضفاء الشرعية على هذا العقد وحتى يمكن الإحتجاج به أمام القضاء إذا لزم الأمر ، حيث أن التوقيع يدل على هوية صاحبه ويفيد إلتزامه بما وقع عليه ، وقد يكون هذا التوقيع في شكل إمضاء أو ختم أو حتى بصمة إصبع ، أما في ظل التجارة الإلكترونية ، فإن التوقيع يتخذ شكلاً مختلفاً ، حيث يكون في شكل توقيع رقمي، ولا يضمن التوقيع الإلكتروني إضفاء الشرعية على الرسائل المتبادلة تماماً كما يفعل التوقيع التقليدي على المستندات الورقية وأن الحاسبات يمكن أن تقدم بديلاً مقبولاً لمسألة التوقيع بحيث تعطي ضمانات أكيدة فيما يتعلق بشخصيات الأطراف المعنية ، ومن ثم إضفاء الشرعية اللازمة على البيانات المتبادلة ، ويتم ذلك عن طرق العمل بنظام النداء العكسي أو مفاتيح الإختبار ، وشفرة إضفاء الشرعية ، بهدف التأكد من هوية مصدر الرسالة ، ولعل ذلك يعد أكثر ضماناً وأمناً من مجرد التوقيع على محرر ورقي قد يسهل تزويره (ابوالفتح، 2001م) .

يتضح للباحث من خلال مشكلة التوقيع الإلكتروني بضرورة الإعتراف به وصلاحيته وقوة حجيته في إثبات الحقوق بين الأطراف المتعاقدة ، وأن يكون هناك تعاون في وضع تشريع قانوني دولي يحكم التعامل من خلال التجارة الإلكترونية ، لأن تعدد التشريعات وتضاربها يعوق إنتشار التجارة الإلكترونية ونموها .

وبعد إستعراض المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية يستنتج الباحث بأنه بالرغم من وجود تلك المعوقات إلا أنها لا تقف عبء في سبيل نمو وازدهار التجارة الإلكترونية وذلك بإيجاد الوسائل المناسبة للتغلب عليها ، وذلك من أجل الإستفادة بالمزايا العديدة التي تحققها التجارة الإلكترونية ، وبالرغم من الصعوبات المصاحبة للتجارة الإلكترونية في الوقت الحالي إلا أن المؤشرات ترجح إرتفاع معدلات إستخدامها بإستمرار ، وخاصة بعد إنتشار

وتكثيف التكنولوجيا ، ويتوقع الخبراء بأن مزايا التجارة الإلكترونية في طريقها للتغلب على المعوقات التي تواجهها.

6/2- تعريف نظام المعلومات المحاسبي:

هو مجموعة من الموارد تصمم من اجل تحويل البيانات المحاسبية لمعلومات محاسبية يتم نقلها للعديد من متخذي القرار بواسطة شبكات الحاسب الآلي (حفناوى، 2001م). عرف أيضاً إحدى مكونات التنظيم الإداري يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتحليل وتوصيل المعلومات المالية لاتخاذ القرارات إلى الأطراف الخارجية (عرف أيضاً بأنه إطار يتم من خلاله تنسيق الموارد لتحويل المدخلات إلى مخرجات لتحقيق أهداف المشروعات (ديبان، 1991م) عرف أيضاً بأنه نظام يقوم بتقديم المعلومات اللازمة للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات الإدارية بجانب إعداد القوائم المالية للأطراف خارج المشروع عرف أيضاً بأنه وحدة تتكون من أنظمة فرعية متداخلة تهدف إلى تحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف عرف أيضاً بأنه هيكل متكامل داخل الوحدة يقوم باستخدام الموارد المتاحة والأجزاء الأخرى وذلك عن طريق تحويل البيانات المحاسبية إلى معلومات محاسبية يستطيع الباحث تعريف نظام المعلومات المحاسبي بأنه أحد عناصر المنظمة يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتحليل وتوصيل المعلومات المالية للاستفادة منها في التخطيط والرقابة وإعداد القوائم المالية للأطراف خارج المشروع بغرض تحقيق أهداف المنشأة (القباى ، 2003).

7/2- أهداف نظام المعلومات المحاسبي

يهدف نظام المعلومات المحاسبي إلى الآتي :

1. صياغة الاستراتيجيات والخطط طويلة الأجل وتخطيط ورقابة العمليات والأنشطة.
2. قرارات تخصيص الموارد ، القرارات الخاصة بربحية المنتجات أو غيرها .
3. قياس وتقويم الأداء ويشمل المقارنة بين النتائج الفعلية والمخططة .
4. توفير المعلومات والنتائج اللازمة لمقابلة احتياجات الأشخاص في جميع المستويات يهدف التعرف على نتائج الأعمال والمركز المالي للوحدة الاقتصادية .
5. شمول النظام على مقومات الرقابة بنوعها ، الرقابة التنظيمية ورقابة المعايير .
6. توفير البيانات والمعلومات التي تطلبها الجهات الخارجية ولا بد أن تتسم بالدقة والتوقيت السليم
7. القدرة على التعامل مع المستقبل بما يميز به من ظروف عدم التأكد .
8. اعتماد المحاسب على المقاييس الكمية كمطلب أساسي لتوفير المعلومات المحاسبية التي تمكنه من توجيه الموارد النادرة نحو الاستخدام الأمثل .
9. تساعد على تقديم أساليب الرقابة (محمود ودغيم ، 1989 م)

يتضح للباحث إن نظام المعلومات المحاسبي يحقق مجموعة من الأهداف تتمثل في توفير المعلومات اللازمة لمقابلة احتياجات الأشخاص والتعرف على نتائج الأعمال والمركز المالي للوحدة الاقتصادية ، توفير البيانات والمعلومات التي تطلبها الجهات الخارجية ، إنتاج التقارير اللازمة لخدمة أهداف المنشأة ، وتوفر في بياناته وتقاريره الدقة في الإعداد ، وتقدم في الوقت المناسب ، يحقق الرقابة الداخلية اللازمة لحماية أصول المنشأة ورفع كفاءة أدائها .

8/2- وظائف نظام المعلومات المحاسبي

يؤدي نظام المعلومات المحاسبي وظائف أساسية يمكن تلخيصها فيما يلي :

1. تجميع البيانات

تشمل عملية تجميع البيانات استخلاص البيانات لإدخالها إلى النظام (بيانات كمية) ثم يتم قيد البيانات على مستند وهو المستند المصدري ويتم التحقق من صحتها ثم تبويبها في مجموعات من نقطة الحصول عليها إلى نقطة تشغيلها .

2. تشغيل البيانات

يمكن تجميع البيانات في دفعات ذات طبيعة متشابهة ثم يتم ترتيب كل دفعة حسب خاصية بالبيانات.

3. إدارة البيانات

تتكون وظيفة إدارة البيانات من عملية التخزين وعملية حفظ البيانات في ملفات أو قواعد بيانات ، وعملية التحديث ، بحيث تعكس ما يستجد من أحداث اقتصادية أو عمليات أو قرارات ، كما يشمل استرجاع البيانات التي سبق تخزينها والتقرير .

4. رقابة البيانات وسرعتها

تحقق وظيفة الرقابة على البيانات هدفان رئيسيان هما:

أ. حماية الأصول من الضياع .

ب. التأكد من تمام ودقة البيانات والتشغيل الصحيح لها .

وتتعدد الأساليب والإجراءات المستخدمة في ظل نظام المعلومات المحاسبي لأغراض فرض الرقابة على البيانات كعمليات الفحص والاختبار للمدخلات ومراجعة البيانات المخزنة بالحاسب واستخدام كلمات السر .

5. إنتاج المعلومات

هي عملية وضع المعلومات بين يدي مستخدميها، وهي مكمله لوظيفتي إدخال وتشغيل المعلومات(منصور،2003م) .

يستنتج الباحث من وظائف نظام المعلومات المحاسبي بأنها تبدأ بعملية تجميع البيانات وإدخالها إلى النظام بعد التحقق من صحتها ثم يتم ترتيبها كل دفعة على حسب خاصية البيانات وتخزينها وحفظها في ملفات أو قواعد بيانات ، إنتاج معلومات مفيدة وعلى درجة من الثقة والسرية من خلال تأمين الرقابة الكافية التي تؤكد تسجيل ومعالجة البيانات المتعلقة بأنشطة الأعمال بدقة .

9/2- العوامل التي تؤثر على نظام المعلومات المحاسبي

يمكن حصر العوامل التي تؤثر على نظم المعلومات المحاسبية في الآتي:

1. التحليل السلوكي

قدرة المحاسب على فهم الأفراد أثناء قيامهم بعملهم آخذاً بعين الاعتبار العوامل السلوكية (النفسية) لديهم مع مراعاة تلك العوامل عند تشجيعهم والرفع من مستوياتهم بالسماح لهم بالمشاركة وطرح آرائهم ومقترحاتهم حول وضع النظام المحاسبي والخروج بنظام فعال .

2. الأساليب الكمية

استخدام الأساليب الكمية وغيرها من الأساليب يساعد في تحليل النتائج وزيادة كفاءة عملها وعليه فإن استخدام نظام المعلومات المحاسبي لهذه الأساليب يقوم على إخراج معلومات جيدة تساعد على اتخاذ القرارات المختلفة بشكل أفضل .

3. الحاسوب

استخدام الحاسوب يؤدي إلى السرعة في إدخال البيانات ومعالجتها واستخدام النتائج وسهولة استرجاع المعلومات في الوقت المناسب وبتكاليف قليلة مما يزيد من كفاءة وفاعلية نظام المعلومات المحاسبي.

4. البيئة

تتمثل البيئة في المجال المحيط بالنظام والمجتمع الذي يعمل فيه ويتعامل معه ، لذلك يتأثر نظام المعلومات المحاسبي تأثيراً مباشراً بالبيئة المحيطة به وتتأثر به (موسوكوف و سيكمن 1989م) . يستنتج الباحث من العوامل التي تؤثر على نظام المعلومات المحاسبي أن الإلمام بمجالات المعرفة يحتاج تقارير إلى الجهات المستخدمة للمعلومات وتحتوي هذه التقارير على التحليل السلوكي المناسب لتوصيل المعلومات للأطراف التي تحتاجها ، كما يتطلب قدرة المحاسب على فهم الأفراد ومراعاة العوامل النفسية لديهم وتشجيعهم ورفع روحهم المعنوية وفتح الفرصة لهم بالمشاركة وطرح آراؤهم حول وضع النظام المحاسبي ، كما يجب استخدام الأساليب العلمية الحديثة في تحليل البيانات بالاعتماد على الحاسوب، مع مراعاة البيئة التي يعمل فيها نظام المعلومات المحاسبي .

المبحث الثالث : تحليل الاستبانة واختبار الفرضيات :

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بقسم التقنية ببنك فيصل الإسلامي وبنك التضامن وبنك الجزيرة الارزنى وبنك السودان المركزى ، ويبلغ حجم العينة فى هذه البنوك 100 فرد أما عينة البحث فقد تم إختيارها بطريقة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة المتمثل فى جميع البنوك حيث بلغت (79) فرداً تم توزيع (100) إستبانة لهم، وقد بلغ عدد الإستبانات المسترجعة والتي لم يتم ملؤها كاملة (21) إستبانات عليه فإن عينة الدراسة الأصلية بلغت (79) إستبانة والتي تمثل ما نسبته (79%) من عدد الإستبانات الموزعة، وتعتبر هذه العينة كبيرة نسبياً من الناحية الإحصائية بما يؤدي إلى القبول بنتائج الدراسة وتعميمها على مجتمع الدراسة ، وللخروج بنتائج دقيقة حرص الباحث على تنوع أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) وأن هذا التنوع فى خصائص المبحوثين له علاقة بأرائهم حول أثر نظام المعلومات المحاسبي على تحقيق الامان والثقة للتجارة الإلكترونية .

أولاً: البيانات الشخصية للمبحوثين:

العمر :

أن غالبية المبحوثين كانت أعمارهم فى المدى من (31 إلى 40) سنة حيث بلغ عددهم (46) من المبحوثين بنسبة (59%)، وعدد (24) كانت أعمارهم فى المدى من (41 إلى 50) بنسبة (30.8%) . و (8) كانت أعمارهم فى المدى اقل من 30 سنة بنسبة (10.3%) . ونلاحظ أن فئة الأعمار من (31- 40) حصلت على غالبية المبحوثين من العينة وهذا طبيعياً لأنها تمثل قمة العطاء الممزوجة بالخبرة والمعرفة، وبلغت نسبة (59%).

المؤهل العلمي:

أن غالبية المبحوثين من حملة البكالوريوس حيث بلغ عددهم (37) من عينة المبحوثين بنسبة (47.4%)، و (29) من حملة الماجستير بنسبة (37.2%) . و (10) من حملة الدبلوم فوق الجامعي بنسبة (12.8%) . و (1) من حملة الدكتوراه بنسبة (1.3%) . (1) من أخرى بنسبة (1.3%) . مما يدل على أن هؤلاء المبحوثين مؤهلين أكاديمياً .

التخصص العلمي:

أن غالبية المبحوثين تخصصهم محاسبة حيث بلغ عددهم (22) من عينة المبحوثين بنسبة (28.2%)، و (4) من ادارة الأعمال بنسبة (5.1%) . و (3) إقتصاد بنسبة (3.8%) . و (1) تجارة الكترونية بنسبة (1.3%) . و (9)

نظم المعلومات المحاسبية بنسبة (11.5%) . بينما التخصصات الأخرى (39) بنسبة 50% مما يدل على أن إقسام التقنية بالبنوك تخصصاتهم مختلفة كمتابين للباحث وجود عدد كبير من المهندسين في مجال الحاسوب .
الوظيفة:

أن غالبية الباحثين من موظفي قسم التقنية حيث بلغت عددهم (39) بنسبة (50%). وعدد (15) من الأخرى بنسبة (19.2%) . وعدد (9) محاسب بنسبة (11%) . وعدد (6) رئيس قسم التقنية بنسبة (7.7%) . وعدد (5) مدير مالي بنسبة (6.4%) . وعدد (3) رئيس حسابات بنسبة (3.8%) . وعدد (1) مدير تقنية بنسبة (1.3%).
سنوات الخبرة :

أن عدد (12) من الباحثين كانت خبرتهم أقل من 5 سنوات بنسبة (15,4%) ، وعدد (39) كانت خبرتهم في المدى (من 6- 10 سنوات) بنسبة (39%). و(14) كانت خبرتهم في المدى (من 11 الي 15 سنة) بنسبة حوالي (18%)، و(9) كانت خبرتهم في المدى (من 16 الي 20 سنة) بنسبة حوالي (11.5%) و(4) كانت خبرتهم في المدى (من 21 الي 25 سنة) بنسبة حوالي (5%) نلاحظ هذه النسب قريبة من بعض مما يدل على أن هؤلاء الباحثين لديهم خبرة في هذا المجال ويمكن الاستفادة من أرائهم.

إختبار الصدق والثبات:

تم إجراء إختبار للإستبانة قبل صياغتها النهائية للتأكد من ملائمتها لقياس أهداف الدراسة والتأكد من ثبات الفقرات الواردة فيها، ومدى وضوحها بالنسبة للباحثين، وذلك عن طريق تحكيمها من قبل أساتذة مختصين في مجال البنوك والاقتصاد والمحاسبة والتجارة الإلكترونية حيث أبدوا ملاحظاتهم على الإستبانة وتمت دراسة هذه الملاحظات وأخذت بعين الإعتبار لإخراج الإستبانة بصورتها النهائية، ومن أجل إختبار ثبات الأداة (الإستبانة) نحو إعطاء نفس النتائج أو نتائج قريبة منها فيما لو كررت عملية القياس في ظروف مشابهة على نفس العينة أو على عينة مماثلة من مجتمع الدراسة، فقد تم إستخدام معامل ألفا من أجل إختبار ثبات الإجابات على فقرات الإستبانة حيث يقيس هذا المعامل مدي الثبات الداخلي لفقرات الإستبانة ومقدرته على إعطاء نتائج متوافقة لإجابات الباحثين تجاه فقرات الإستبانة، وتتراوح قيمة معامل ألفا بين (0 - 100) ، وتكون مقبولة إحصائياً إذا زادت عن (60%) فعندها يكون ثبات الأداة جيداً ويمكننا تعميم النتائج.

جدول رقم (1) : نتيجة إختبار المصدقية لفرضيات الدراسة

رقم	الفرضيات	عدد الأسئلة	معامل ألفا
1	تطبيق نظام الرقابة الداخلية الالكترونية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية .	10	97.7%
2	إستخدام المعلومات المحاسبية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية .	10	98.3%
3	التوقيع الالكتروني وطرق الدفع الالكترونية يؤثر على تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية	10	98.1%
4		30	98%

المصدر : بيانات الدراسة الميدانية 2013م

يبين الجدول أعلاه إختبار ألفا لفقرات فرضيات الدراسة كل على حده ولجميع الفقرات معاً حيث بلغت قيمة ألفا لجميع الفقرات (98%) وتعتبر هذه النسبة عالية وبالتالي يمكن الإعتماد على مصداقية أداة القياس وتعميم نتائج الدراسة، وأن قيمة معامل ألفا للإجابات على فقرات الاستبانة الخاصة بكل فرضية من فرضيات الدراسة كانت

أكبر من الحد الأدنى المقبول لمعامل الثبات (60%). ويعني هذا توفر درجة من الثبات في الإجابات، وبالتالي فإنه يمكن تعميم النتائج على مجتمع الدراسة.

التوزيع النسبي للمبحوثين واختبار فرضيات الدراسة:

تم إختبار فرضيات الدراسة من خلال إيجاد الأوساط الحسابية الموزونة "قوة الإجابة"، والإنحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الإستبانة، وجميع هذه الفرضيات هي أسئلة وصفية وذلك حسب مقياس ليكرت الخماسي: "أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة". ولإيجاد المتوسطات الحسابية الموزونة تم إعطاء وزن لكل إجابة وأعطى الرقم "1" لإجابات المبحوثين (أوافق بشدة)، أعطى الرقم "2" لإجابات المبحوثين (أوافق)، أعطى الرقم "3" لإجابات المبحوثين (محايد)، أعطى الرقم "4" لإجابات المبحوثين (لا أوافق)، أعطى الرقم "5" لإجابات المبحوثين (لا أوافق بشدة). من ثم تم حساب المتوسطات الحسابية بضرب إجابات المبحوثين في أوزانها كالآتي:

(أوافق بشدة×1) (أوافق×2) (محايد×3) (لا أوافق×4) (لا أوافق بشدة×5). ثم يقسم الناتج على مجموع إجابات المبحوثين. وبعد حساب الأوساط الحسابية الموزونة يمكن تقريبها إلي أقرب قيمة للوسط الحسابي الموزون، وذلك حسب الصيغة التالية:

الوزن	5.5-4.5	الإجابة أقرب إلي الوزن لا أوافق بشدة "5"
الوزن	4.5-3.5	الإجابة أقرب إلي الوزن لا أوافق "4"
الوزن	3.5-2.5	الإجابة أقرب إلي الوزن محايد "3"
الوزن	2.5-1.5	الإجابة أقرب إلي الوزن أوافق "2"
الوزن	1.5-0.5	الإجابة أقرب إلي الوزن أوافق بشدة "1"

كذلك تم حساب الإنحرافات المعيارية لجميع بنود الإستبانة، وذلك لمعرفة درجة التجانس بين إجابات المبحوثين حول فقرات الفرضية المعنية. فإذا كانت النتيجة أقل من الواحد دل ذلك على التجانس الكبير بين إجابات المبحوثين، وان التجانس بين إجابات المبحوثين، لا يدل على أن جميع المبحوثين متفقين على فقرات الفرضية، وإنما هنالك آراء مخالفة، لذلك يمكن حساب الفروقات ما بين متوسط إجابات المبحوثين فإذا كانت الفروقات معنوية، دل ذلك على قبول الفرضية. لذلك يمكن حساب القيم ومستوي دلالتها لإختبار (t) مقارنة مع مستوي الدلالة 5%. فإذا كانت القيمة المحسوبة لإختبار (t) مرتفعة ومستوي دلالتها أقل من 5% دل ذلك على وجود فروق معنوية (أي رفض العدم (H0)). وقبول فرض البديل (أي قبول (H1)).

إختبار الفرضية الأولى:

نصت الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة على (تطبيق نظام الرقابة الداخلية الالكترونية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية). لمعرفة إتجاهات آراء المبحوثين في عينة الدراسة نحو مدى تحقق هذه الفرضية تم حساب الأوساط الحسابية الموزونة (قوة الإجابة) والإنحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين وذلك لإجراء إختبار (t) على كل عبارة من عبارات الفرضية الأولى.

جدول رقم (2): التوزيع النسبي و نتائج اختبار t للأوساط الحسابية لعبارات الفرضية الأولى

م	الفقرات	النسبة %					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيم t	مستوى الدلالة
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة				
1	إستخدام إجراءات تكنولوجية معينة تمنع الآخرين من إختراق النظام المحاسبي عبر موقع الشركة الإلكتروني .	64.6	27.8	7.6	--	--	1.43	0.63	-50.03	0.00
2	أستخدام التقنية الحديثة في عمليات الرقابة الداخلية تساعد في توفير معلومات محاسبية أكثر مصداقية.	65.6	25.6	3.8	5.1	--	1.49	0.80	-38.70	0.00
3	إجراءات الرقابة الداخلية على البيانات والتشغيل الإلكتروني تمكن المنشأة من التأكد من صحة البيانات التي تم إدخالها , وضمان عدم إختراق موقع المنشأة.	49.4	36.7	10.1	3.8	--	1.68	0.81	-36.42	0.00
4	عدم وجود رقابة داخلية الكترونية فاعلة بنظام المعلومات المحاسبي يؤدي الى معاملات الكترونية غير أمته.	46.8	38	8.9	2.5	3.8	1.78	0.98	-29.08	0.00
5	أن تطبيق إجراءات الرقابة الداخلية عند تصميم نظام المعلومات المحاسبي في ظل التجارة الإلكترونية يؤدي إلى إحكام الرقابة على أي تعديلات علي البرامج الخاصة بالتشغيل الإلكتروني بالمنشأة.	29.1	62	7.6	1.3	--	1.81	0.62	-45.60	0.00
6	نظام الرقابة الداخلية الإلكتروني يتناسب مع نظام العمل في ظل التجارة الإلكترونية ويحقق الامان في تعاملات التجارة الإلكترونية .	34.2	44.3	10.1	11.4	--	1.99	0.95	-28.07	0.00
7	نظام الرقابة الداخلية الإلكتروني قادر على حماية المنشأة من الإختراقات الخارجية	30.4	40.5	19	10.1	--	2.09	0.95	-27.24	0.001
8	وضع إجراءات الرقابة الداخلية الإلكترونية بالمنشأة يساعد في تصميم نظام متكامل لأمن المعلومات من خلال بيئة أمنة تعمل فيها الأطراف جميعاً.	38	55.7	2.5	2.5	1.3	1.73	0.75	-38.91	0.00
9	إستخدام الأساليب الذكية لتأمين المعلومات بالتجارة الإلكترونية يوفر الأمن بين الأطراف المتعاملة بالشبكة بسرعة فائقة وبسهولة.	39.2	41.8	17.7	--	1.3	1.82	0.81	-34.75	0.00
10	عدم تأمين شبكة الإنترنت وحمايتها من الإختراق يحد من إقبال الأفراد والمشروعات على التعامل من خلال التجارة الإلكترونية .	46.8	45.6	7.6	--	--	1.61	0.63	-47.96	0.00
	المتوسط العام						1.93	0.80	-37.68	0.0001

المصدر: بيانات الباحث الميدانية 2013م

يلاحظ من الجدول أعلاه الآتي:

أن الأوساط الحسابية لإجابات المبحوثين على فقرات الفرضية الأولى تراوحت بين (1.43-2.09) وهذه الأوساط جميعها أقل من المتوسط الفرضي ($\text{Test- Value} = 3$) وهذا يمثل درجة تقدير منخفضة و معنوية عند مستوى دلالة (0.05)، أي إنهم موافقون أو موافقون بشدة علي أن تطبيق نظام الرقابة الداخلية الالكترونية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية ، فهي تمثل درجة تقدير مرتفعة و معنوية ، كما تراوحت قيم الإنحراف المعياري للإجابات على فقرات الفرضية الأولى بين (0.62-0.98) وهذه القيم تشير إلى التجانس الكبير في إجابات المبحوثين على هذه الفقرات، أي أنهم متفقون بدرجة كبيرة عليها، كذلك أن المتوسط الحسابي العام قد جاء مرتفعاً، وقد بلغ (1.93) وهو اصغر من المتوسط الفرضي ($\text{Test- Value} = 3$). أي أن تطبيق نظام الرقابة الداخلية الالكترونية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية ، وذلك استناداً إلي ارتفاع قيمة (t) المحسوبة البالغة (-37.68) للجدول ككل وهي معنوية عند مستوى دلالة (0.05).

مما تقدم نخلص إلي نتيجة مفادها قبول فرضية الدراسة التي تنص علي أن تطبيق نظام الرقابة الداخلية الالكترونية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية.

الفرضية الثانية:

نصت الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على (استخدام المعلومات الحاسبية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية).

جدول رقم (3): التوزيع النسبي و نتائج اختبار t للأوساط الحسابية لعبارات الفرضية الثانية

م	الفقرات	النسبة %					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيم t	مستوى الدلالة
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق				
1	توافر المرونة في نظام المعلومات المحاسبي يساهم في تحسين نوعية المعلومات مما يؤدي الي توفير الأمان والثقة التجارة الإلكترونية .	25.6	66.7	5.1	2.6	--	1.85	0.63	-44.51	0.00
2	تقديم معلومات عامة عن منتجات الشركة وخدماتها يوفر الامن والثقة بين الأطراف المتعاملة بالشبكة بسرعة فائقة وبسهولة .	30.4	41.8	24.1	3.8	--	2.02	0.84	-31.62	0.00
3	تقديم معلومات متخصصة عن مواصفات المنتجات التي تقدمها الشركة يؤدي الي توفير الأمان والثقة للتجارة الإلكترونية .	26.6	48.1	24.1	1.3	--	2	0.75	-35.50	0.00
4	توفير نظام للأستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل توفر الإمن والحماية لمواقع التجارة	32.9	31.6	26.6	7.6	1.3	2.13	1	-25.42	0.00

									الإلكترونية .
0.00	- 31.47	0.85	2	--	7.6	12.7	51.9	27.8	5 توفير نظام لكيفية طلب العملاء لمنتجات الشركة وخدماتها إلكترونيا يساعد في الحفاظ على سرية وخصوصية المعلومات التي يتم تداولها عبر الشبكة
0.00	- 29.93	0.83	2.21	--	7.6	24.1	50.6	17.7	6 الجهود الترويجية التي تقوم بها الشركات توفر الثقة في معاملات التجارة الإلكترونية .
0.00	- 36.70	0.71	2.05	--	1.3	24.1	53.2	21.5	7 النصات التي يقدمها مزود خدمات التجارة الإلكترونية والإنترنت تحافظ على الثقة في البيانات المالية والمحاسبية
0.00	- 28.93	0.86	2.19	1.3	6.3	21.5	51.9	19	8 عدم استخدام المعلومات بنظام المعلومات المحاسبية يؤدي الى عدم توفر الثقة والامان بالتجارة الإلكترونية .
0.00	- 28.74	0.86	2.17	--	9.1	19.5	50.6	20.8	9 توفير نظام للاستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل توفر الأمن والثقة بين الأطراف المتعاملة بالتجارة الإلكترونية .
0.00	- 27.53	0.85	2.38	--	10.1	30.4	45.6	13.9	10 توفير نظام للاستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل يساعد على تقوية السياسات الأمنية لمنع محاولات الأختراق غير المصرح بها .
0.00	- 32.04	0.82	2.1						المتوسط العام

المصدر: بيانات الباحث الميدانية 2013م .

يلاحظ من الجدول أعلاه الآتي:

أن الأوساط الحسابية لإجابات الباحثين على فقرات الفرضية الثانية تراوحت بين (1.85-2.38) وهذه الأوساط جميعها أقل من المتوسط الفرضي ($\text{Test- Value} = 3$) وهذا يمثل درجة تقدير منخفضة و معنوية عند مستوى دلالة (0.05)، أي إنهم موافقون أو موافقون بشدة على أن استخدام المعلومات المحاسبية بنظام المعلومات المحاسبية يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الإلكترونية، كما تراوحت قيم الإنحراف المعياري للإجابات على فقرات الفرضية الثانية بين (1-0.63) وهذه القيم تشير إلى التجانس الكبير في إجابات الباحثين على هذه الفقرات، أي أنهم متفقون بدرجة كبيرة عليها، كذلك أن المتوسط الحسابي العام قد جاء مرتفعاً، وقد بلغ (2.1) وهو أقل من المتوسط الفرضي ($\text{Test- Value} = 3$). أي أن استخدام المعلومات المحاسبية بنظام المعلومات المحاسبية يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الإلكترونية، وذلك استناداً إلى ارتفاع قيمة (t) المحسوبة البالغة (-32.04) للجدول ككل وهي معنوية عند مستوى دلالة (0.05).

مما تقدم نخلص إلى نتيجة مفادها قبول فرضية الدراسة التي تنص على أن استخدام المعلومات المحاسبية بنظام المعلومات المحاسبي يؤثر في تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية .
إختبار الفرضية الثالثة:

نصت الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة على (التوقيع الالكتروني وطرق الدفع الالكترونية يؤثر على تحقيق الثقة والامان بالتجارة الالكترونية).

جدول رقم (4): التوزيع النسبي و نتائج اختبار t للأوساط الحسابية لعبارات الفرضية الثالثة

م	الفقرات	النسبة %					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيم t	مستوى الدلالة
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة				
1	عدم وجود أوراق ثبوتية تبين هوية الأشخاص يؤدي الى إختراق موقع الشركة الإلكتروني على شبكة الإنترنت.	39.2	20.3	17.7	21.5	1.3	2.25	1.22	19.94-	0.00
2	أن فقدان التوثيق المادي يؤدي إلى إنكار المعاملات التي تمت بين العميل والشركة وعدم الاعتراف بالنتائج المترتبة عليها.	35.4	32.9	16.5	15.2	--	2.11	1.06	24.15-	0.00
3	إنعدام الخصوصية بالتجارة الإلكترونية ينتج عنها آثار سلبية بالنسبة للعميل والشركة المتعاملة بالتجارة الإلكترونية .	44.3	32.9	12.7	8.9	1.3	1.90	1.06	27.09-	0.00
4	بروتوكولات السداد الإلكتروني يوفر نظام أمن للسداد الإلكتروني للعميل والمنشأة .	35.9	47.4	11.5	5.1	--	1.86	0.82	33.94-	0.00
5	التوقيع الرقمي الإلكتروني يساعد على توفير الحماية للأطراف المتعاملين بالتجارة الإلكترونية .	26.6	59.5	6.3	7.6	--	1.95	0.80	33.54-	0.00
6	عدم توافر المسؤولية القانونية والتشريع التي تدعم تطبيقات التجارة الإلكترونية والإعتماد على التوقيع الإلكتروني أدى إلى زيادة جرائم الحاسوب وعدم الثقة بين المتعاملين .	36.7	48.1	13.9	1.3		1.80	0.72	39.38-	0.00
7	الإعتماد على التوقيع الإلكتروني أدى إلى زيادة جرائم الحاسوب وعدم الثقة بين المتعاملين .	13.9	34.2	24.1	25.3	2.5	2.68	1.08	19.05-	0.00
8	التحقق من مصداقية بطاقة الإئتمان يؤدي الى تقليل جرائم الحاسوب وعدم الثقة بين المتعاملين .	20.3	46.8	17.7	6.3	8.9	2.37	1.15	20.43-	0.00
9	إستخدام وسائل الدفع التقليدية غير ملائم في ظل المعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً .	30.4	41.8	17.7	8.9	1.3	2.09	0.98	26.50-	0.00
10	التوقيع الإلكتروني يعد أكثر ضماناً وأمناً لتوفير الثقة في معاملات التجارة الإلكترونية .	15.2	57	24.1	3.8	--	2.16	0.72	34.82-	0.00
	المتوسط العام						2.12	0.96	-27.88	0.00

المصدر: بيانات الباحث الميدانية 2013م

يلاحظ من الجدول أعلاه الآتي:

أن الأوساط الحسابية لإجابات المبحوثين على فقرات الفرضية الثالثة تراوحت بين (1.80-2.68) وهذه الأوساط جميعها أقل من المتوسط الفرضي ($\text{Test- Value} = 3$) وهذا يمثل درجة تقدير منخفضة و معنوية عند مستوى دلالة (0.05)، أي إنهم موافقون أو موافقون بشدة علي أن التوقيع الإلكتروني وطرق الدفع الإلكترونية يؤثر على تحقيق الثقة والامان بالتجارة الإلكترونية ، كما تراوحت قيم الإنحراف المعياري للإجابات على فقرات الفرضية الثانية بين (0.72-1.22) وهذه القيم تشير إلى التجانس الكبير في إجابات المبحوثين على هذه الفقرات، أي أنهم متفقون بدرجة كبيرة عليها ،كذلك أن المتوسط الحسابي العام قد جاء منخفضاً، وقد بلغ (2.12) وهو أقل من المتوسط الفرضي ($\text{Test- Value} = 3$). أي أن التوقيع الإلكتروني وطرق الدفع الإلكترونية يؤثر على تحقيق الثقة والامان بالتجارة الإلكترونية ، وذلك استناداً إلى ارتفاع قيمة (t) المحسوبة البالغة (-27.88) للجدول ككل وهي معنوية عند مستوى دلالة (0.05).

مما تقدم نخلص إلي نتيجة مفادها قبول فرضية الدراسة التي تنص علي أن التوقيع الإلكتروني وطرق الدفع الإلكترونية يؤثر على تحقيق الثقة والامان بالتجارة الإلكترونية .

النتائج:-

أولاً: النتائج المتعلقة بالفرضية الاولى:

1. استخدام التقنية الحديثة في عمليات الرقابة الداخلية تساعد في توفير معلومات محاسبية أكثر مصداقية.
2. تقديم معلومات متخصصة عن مواصفات المنتجات التي تقدمها الشركة يؤدي الى توفير الأمان والثقة للتجارة الإلكترونية
3. عدم وجود رقابة داخلية إلكترونية فاعلة بنظام المعلومات المحاسبي يؤدي الى معاملات إلكترونية غير آمنة.
4. تقديم معلومات عامة عن منتجات الشركة وخدماتها يوفر الامن والثقة بين الأطراف المتعاملة بالشبكة بسرعة فائقة وبسهولة .
5. أن تطبيق إجراءات الرقابة الداخلية عند تصميم نظام المعلومات المحاسبي في ظل التجارة الإلكترونية يؤدي إلى إحكام الرقابة على أي تعديلات علي البرامج الخاصة بالتشغيل الإلكتروني بالمنشأة.
6. أن فقدان التوثيق المادي يؤدي إلى إنكار المعاملات التي تمت بين العميل والشركة وعدم الاعتراف بالنتائج المترتبة عليها.
7. إستخدام وسائل الدفع التقليدية غير ملائم في ظل المعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً.
8. نظام الرقابة الداخلية الإلكتروني قادر على حماية المنشأة من الإختراقات الخارجية .
9. عدم إستخدام المعلومات بنظام المعلومات المحاسبي يؤدي الى عدم توفر الثقة والامان بالتجارة الإلكترونية
10. التوقيع الإلكتروني يعد أكثر ضماناً وأمناً لتوفير الثقة في معاملات التجارة الإلكترونية .
11. عدم وجود أوراق ثبوتية تبين هوية الأشخاص يؤدي الى إختراق موقع الشركة الإلكتروني على شبكة الإنترنت.
12. عدم توافر المسؤولية القانونية والتشريعية التي تدعم تطبيقات التجارة الإلكترونية والإعتماد على التوقيع الإلكتروني أدى إلى زيادة جرائم الحاسوب وعدم الثقة بين المتعاملين .

التوصيات:

من خلال تقييم النتائج السابقة توصى الدراسة بالاتي :

1. ضرورة استخدام التقنية الحديثة في عمليات الرقابة الداخلية لانها تساعد في توفير معلومات محاسبية اكثر مصداقية.
2. ضرورة تطبيق إجراءات الرقابة الداخلية عند تصميم نظام المعلومات المحاسبي في ظل التجارة الإلكترونية .
3. ضرورة إستخدام الأساليب الذكية لتأمين المعلومات بالتجارة الإلكترونية لانها توفر الأمن بين الأطراف المتعاملة بالشبكة بسرعة فائقة وبسهولة.
4. ضرورة تأمين شبكة الإنترنت وحمايتها من الإختراق.
5. ضرورة توفير نظام للأستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل .
6. ضرورة أيجاد أوراق ثبوتيه تبين هوية الأشخاص يؤدي الى إختراق موقع الشركة الإلكتروني على شبكة الإنترنت .

مراجع الدراسة :

1. Amad Alwia Asaaf (1983). The Role of Computer in Preparing Accounting Date for Commercial Banks, (Cairo: El- Mansora University, Requirement for The Degree of Master, Unpublished, 1983).
2. جمال عبد العزيز صابر زيدان (1996)، تطوير نظم المعلومات المحاسبية لمواجهة التغيرات في التقنية الصناعية ، (القاهرة : جامعة القاهرة ، رسالة دكتوراه غير منشورة .
3. محمد جلال صالح السيد (1998)، تأثيرات العولمة على نظم المعلومات المحاسبية ، القاهرة: جامعة عين شمس ، كلية الاقتصاد والتجارة ، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، العدد الأول ، يناير .
4. زياد أحمد الزغبى ،(2001) نظم المعلومات المحاسبية وتأثيرها على ملاءمة موضوعية المعلومات المحاسبية ، (الخرطوم: جامعة النيلين ، رسالة دكتوراه غير منشورة .
5. السيد عبد المقصود دبيان ، (2002) ولید كشك ، الاتجاهات الحديثة في الرقابة الداخلية على أمن نظم المعلومات في التجارة الإلكترونية ودور المعايير الدولية ، (القاهرة : مجلة جامعة الإسكندرية ، كلية التجارة ، مؤتمر التجارة الإلكترونية ، الآفاق والتحديات ، المجلد الثاني ، يوليو .
6. Mohammed Ibrahim Mansor (2002). The Impact of Electric Commerce on Design of Accounting Information System, *Journal of El- Alexandria University, College of Commerce, 1: page No.....*
7. أحمد عبد السلام أبو موسى ،(2004) مخاطر أمن نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية السعودية ، (الرياض : معهد الإدارة العامة ، مجلة الإدارة العامة ، المجلد الرابع والأربعون ، العدد الثالث ، سبتمبر .
8. فياض حمزة محمد رملي ،(2005) مساهمة نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في ترشيد قرارات الإدارة ، (الخرطوم : جامعة السودان للعلوم التكنولوجيا ، رسالة ماجستير غير منشورة .
9. عقيل محمد احمد الصديق محمد ،(2005) التجارة الإلكترونية ودورها في فاعلية النظام المصرفي ، (الخرطوم : جامعة أم درمان الإسلامية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، فبراير .
10. أمل عبد الفضيل عطية محمد ، (2006) إطار مقترح لمراجعة التجارة الإلكترونية ، (القاهرة: جامعة بنها ، رسالة دكتوراه غير منشورة .

11. إصلاح عمر حاج نور عمر ،(2006) دور نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية في صنع القرار ، (الخرطوم : جامعة النيلين ، رسالة ماجستير غير منشورة .
12. إسماعيل عثمان شريف ، (2006) أثر التجارة الإلكترونية في تطوير نظم المعلومات المحاسبية ، (الخرطوم : جامعة أم درمان الإسلامية ، رسالة ماجستير غير منشورة .
13. أبو بكر عوض حسنين أبو بكر ، (2007) دور نظم المعلومات المحاسبية في تخطيط الإنتاج واتخاذ القرارات ، (الخرطوم : جامعة النيلين ، رسالة ماجستير غير منشورة .
14. نادية موسى خالد موسى ،(2008) أثر نظم وتكنولوجيا المعلومات على النظام المحاسبي وترتيب البنوك السودانية باستخدام سلاسل ماركوف ، الخرطوم : جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، رسالة ماجستير غير منشورة .
15. نبيل سعيد المعمري ، (2009) استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير نظم المعلومات المحاسبية لترشيد قرارات الإدارة الإستراتيجية لدعم الميزة التنافسية في بيئة التصنيع ، القاهرة : جامعة حلوان ، كلية التجارة وإدارة الأعمال ، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية ، العدد الثالث.
16. الهادي آدم محمد إبراهيم ، (2010) معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية ، القاهرة : جامعة حلوان ، كلية التجارة وإدارة الأعمال ، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية ، العدد الأول.
17. عبد الحميد بسيوني ، عبد الكريم عبد الحميد بسيوني (2003). التجارة الإلكترونية ، (القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، ص 53.
18. هدى حامد قشقوش (2002). الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت ، (القاهرة : دار النهضة العربية ، ص 6.
19. رافت رضوان ، (2003). عالم التجارة الإلكترونية ، (القاهرة : الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، ص7.
20. هند محمد حامد ، (2003). التجارة الإلكترونية في المجال السياحي ،الإسكندرية : الدار الجامعية ص13.
21. زين عبد الهادي ، (2006). الانترنت العالم على شاشة الكمبيوتر ، (القاهرة : المكتبة الأكاديمية ص 2.
22. روب اسميس وآخرون ، (2000). التجارة الإلكترونية ، القاهرة : دار الفاروق للنشر والتوزيع ص 224 .
23. طارق عبد العال حماد ، (2007). التجارة الإلكترونية ، (الإسكندرية : الدار الجامعية ،ص 20 .
24. صابر حسن الغنام ، (1999). دور التجارة الإلكترونية في خفض التكاليف بالموانئ البحرية المصرية ، بنها بجامعة بنها : كلية التجارة بنها ، مجلة الدراسات والبحوث التجارية ، السنة التاسعة عشر ، العدد الثاني ، ص 602 .
25. نادية عبد العال ، (2001) التجارة الإلكترونية والبنوك القاهرة : البنك المركزي المصري ، ص 12 ، 13.
26. الهادي آدم محمد إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 10.
27. جارى شنيدر ، (2008) التجارة الإلكترونية ، تعريف سرور على إبراهيم (الرياض : ، دار المريخ ، ص47.
28. فاروق ملش ، (2001) التجارة الإلكترونية وأهم المشاكل القانونية التي تواجهها، القاهرة : الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ، مجلة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ، مجلد 26 ، عدد51 يناير،ص 6 .

29. مروة كامل مصطفى أحمد، (2002) الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية العربية من وجهة نظر أصحاب المتاجر الإلكترونية العربية ، الرياض : جامعة الملك سعود ، كلية العلوم الإدارية ، مجلة العلوم الإدارية ، المجلد الرابع عشر ، مارس ، ص 296.
30. البنك الأهلي المصري ، (2000) النشرة الإقتصادية ، مشروع قانون التجارة الإلكترونية ، المجلد الثالث والخمسون ، العدد الرابع، ص 11 .
31. أمل عبد الفضيل عطية ، (2006م) ، مرجع سابق ، ص 159.
32. علي سيد عثمان ،(2004) تأثير التجارة الإلكترونية في مجال العمل الجمركي ، الزقازيق : جامعة الزقازيق ، كلية التجارة ، المؤتمر العلمي السنوي الرابع ، آليات التنمية في مصر في ضوء المستجدات العالمية والمحلية ، في الفترة من 8 – 9 مايو ، ص 189.
33. على عبدالرحمن الصباغ ،(2010) اساسيات واستخدام الانترنت ، (القاهرة : الدار القومية للكتاب ، ص46.
34. محمد أحمد السديري ، (2009). التجارة الإلكترونية: تقنياتها ولستراتيجيات تطبيقها ، القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية التجارة ، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين ، السنة الثامنة والأربعون ، العدد 73 ، ص 823.
35. أبو القاسم محمد أحمد.(1999). التسويق عبر الإنترنت ، (القاهرة : دار الأمين للنشر والتوزيع)ص12.
36. خالد العامري ، (2010). التجارة الإلكترونية ، القاهرة : دار الفاروق ، ص 22 – 23 .
37. هوشيار معروف ،(2010). الاستثمارات والاوراق المالية ،الاردن : دار الصفاء ، ص176.
38. سمير أبو الفتوح صالح ، (2001). الأعمال الإلكترونية كمنطلق لتحديث ودعم القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال العربية في ظل العولمة ، (القاهرة : جامعة المنصورة ، كلية التجارة ، المؤتمر العلمي السنوي السابع عشر لإستراتيجيات التحديث والجودة للإقتصاديات العربية في إطار المنافسة العالمية ، مايو، ص 48 .
39. محمد يوسف حفناوي ،(2001) نظم المعلومات المحاسبية ، عمان : دار وائل للنشر ، ص 51 .
40. السيد عبد المقصود ديبان ، ود. محمد الفيومي ، (1991) تصميم نظم المعلومات المحاسبية ، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ص 18.
41. ثناء علي القباني ، (2003) نظم المعلومات المحاسبية ، (الإسكندرية : الدار الجامعية ، ص 19.
42. منير محمود ، د. رمضان غنيم ، (1989) نظم المعلومات المحاسبية ، القاهرة : وحدة الطبع والتصوير، ص 22 ، 23 .
43. محمد محمد منصور ،(2003) نظم المعلومات المحاسبية ، (الإسكندرية : الدار الجامعية ، ص 6.
44. ستيفن أ. موسوكوف- مارك ج سيكمن ، (1989م) ترجمة د. أحمد حامد حجاج ، نظم المعلومات المحاسبية لاتخاذ القرارات ، (الرياض: دار المريخ للنشر ، ص 22 ، 23 .