

## أثر التجارة الإلكترونية على إجراءات تخطيط التدقيق من وجهة نظر مدققي الحسابات الخارجيين الأردنيين\*

د. غسان فلاح المطارنة

أستاذ مشارك – قسم المحاسبة

كلية إدارة المال والأعمال

جامعة آل البيت

المملكة الأردنية الهاشمية

### ملخص:

هدف البحث إلى التعرف على أثر التجارة الإلكترونية على إجراءات تخطيط عملية التدقيق من وجهة نظر مدققي الحسابات الخارجيين الأردنيين، وذلك من خلال التعرف على أثر التجارة الإلكترونية على إجراءات التخطيط وأثرها على التعرف على أعمال العميل، وكذلك الأثر على عملية التوجيه والإشراف وعلى تطبيق مفهوم الأهمية النسبية في التخطيط. ولتحقيق أهداف البحث تم إعداد الاستبانة التي تم الحصول على فقراتها من معيار التخطيط (300)، وقد تم توزيعها على عينة الدراسة المكونة من (72) مدقق حسابات ممن يدقون أعمال شركات تمارس التجارة الإلكترونية، وقد تم تحليل بيانات الدراسة واستخراج النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي Spss.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها أن هناك تغييراً في العوامل التي يأخذها المدقق بعين الاعتبار عند القيام بعملية التخطيط للتدقيق في ظل التجارة الإلكترونية عنها في ظل التجارة التقليدية، كذلك عدم تغير عملية التعرف على العميل ونشاطه محل التدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية. وقد أوصت الدراسة بعدد من التوصيات، أهمها قيام جمعية مدققي الحسابات الأردنيين بعقد الدورات للمدققين الذين ليس لديهم المعرفة بالتدقيق الإلكتروني حتى يتسنى لهم القيام بالتدقيق الإلكتروني عند الضرورة، وضرورة التعاون بين المؤسسات الأكاديمية، مثل الجامعات والجمعيات المهنية التي تعنى بالتدقيق لتطوير المناهج الدراسية للطلبة بما يتلاءم والتطورات التكنولوجية في مجال التدقيق.

### مقدمة:

نظراً للتطور التكنولوجي الذي أدى إلى إحداث الكثير من التغييرات في بيئة الأعمال، ومنها ظهور التجارة الإلكترونية التي تتم بوسائل إلكترونية حديثة عبر شبكة الإنترنت، إذ تتم عمليات البيع والشراء خلال دقائق معدودة – أصبحت التجارة الإلكترونية في العالم حقيقةً تمارسها شركات كثيرة عبر دول العالم الذي يضم سوقاً مفتوحاً لا يتقيد بحدود جغرافية، وكان السبب في ذلك التطور التكنولوجي الذي أدى إلى دخول الإنترنت إلى كل دول العالم مما جعله قاعدةً سهلةً لممارسة التجارة الإلكترونية، وبالتالي أدى إلى ظهور أحد أهم التحديات لممارسة المحاسبة التي كانت لزمن طويل تعمل في ظل نظام التجارة التقليدية أصبح من الضروري إحداث تغييرات على عمليات القياس المحاسبي، ومن ثم الإفصاح المحاسبي.

\* تم تسلّم البحث في ديسمبر 2011، وقُبل للنشر في فبراير 2012.

نتيجة تلك التطورات الاقتصادية والتكنولوجية التي ساهمت بدورها في تغيير الأنظمة المحاسبية، أدى ذلك إلى تطور مهنة التدقيق ومواكبة هذه المستجدات، وذلك من خلال القيام بتدقيق حسابات المنشآت التي تستخدم التجارة الإلكترونية. ونظرًا لأهمية عملية التخطيط في عمل المدقق وفي حياته المهنية، فقد وضعت لجنة معايير التدقيق الدولية معيارًا خاصًا بالتخطيط حدد فيه النقاط الأساسية لعملية تخطيط التدقيق، وذلك لفهم أعمال العميل محل التدقيق، سواء من الخبرة السابقة أو من مصادر المعرفة المتوفرة، كما أكدت اللجنة على مفهوم الأهمية النسبية وأثر الحذف والتحرير في البيانات المالية على القرار الاقتصادي، وأهمية معرفة مخاطر التدقيق واستخدامه أثناء عملية التخطيط (لطي، 2007: 115). بذلك أصبح لا بد للمدقق من أخذ هذه التطورات بعين الاعتبار عند القيام بعملية التخطيط لعملية التدقيق،

لذلك جاء هذا البحث لتسليط الضوء على مدى تأثير إجراءات عملية تخطيط التدقيق عند قيام مدقق الحسابات بتدقيق أعمال شركة تتعامل بالتجارة الإلكترونية ومعرفة الإجراءات التي تتغير في ظلها والإجراءات التي لا تتغير.

### مشكلة البحث:

يعتمد الجانب الأكبر من عمل المدقق على التخطيط لعملية التدقيق قبل البدء بها لمعرفة سير عملية التدقيق وكيفية الحصول على الأدلة والقرائن، وتحديد حجم الاختبارات الواجب القيام بها، لذلك تكمن المشكلة الرئيسة لعملية التدقيق في ظل ممارسة العميل للتجارة الإلكترونية في مدى تأثير عملية التخطيط بتلك التجارة لذلك يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

- 1- هل تتأثر العوامل التي يأخذها المدقق بعين الاعتبار عند القيام بعملية التخطيط للتدقيق بالتجارة الإلكترونية؟
- 2- هل تتأثر عملية التعرف على العميل ونشاطه محل التدقيق بالتجارة الإلكترونية؟
- 3- هل تتأثر عملية التوجيه والإشراف على فريق عملية التدقيق بالتجارة الإلكترونية؟
- 4- هل تتأثر عملية تطبيق مفهوم الأهمية النسبية عند التخطيط للتدقيق بالتجارة الإلكترونية؟

### أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في أنه يسلط الضوء على أحد أهم معايير التدقيق الذي يعتبر المفتاح لعملية التدقيق والذي يساعد المدقق في التعرف على نواحي التعثر التي قد تواجهه في عمله، ومساعدة المدقق في تحقيق الأهداف بأقل التكاليف وهو معيار التخطيط لعملية التدقيق، كذلك تتبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الإلكترونية التي أصبحت واقعًا ملموسًا يمارس في الكثير من الشركات حول العالم ومعرفة مدى تأثيرها على عملية التخطيط للتدقيق،

### أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على مدى تأثير إجراءات عملية تخطيط التدقيق بالتجارة الإلكترونية.
- 2- التعرف على مدى تأثير عملية التعرف على أعمال العميل بالتجارة الإلكترونية.
- 3- التعرف على مدى تأثير عملية التوجيه والإشراف على فريق عملية التدقيق بالتجارة الإلكترونية.
- 4- التعرف على مدى تأثير عملية تطبيق مفهوم الأهمية النسبية عند التخطيط للتدقيق بالتجارة الإلكترونية.

## الدراسات السابقة:

**دراسة دهمش والقشي (2003)**، والتي هدفت إلى التعرف على بيئة التجارة الإلكترونية، ومقارنة بيئة التجارة التقليدية ببيئة التجارة الإلكترونية، ومن ثم تحديد ما إذا كانت السياسات المحاسبية المعمول بها تلائم البيئة التجارية الجديدة المتمثلة في التجارة الإلكترونية، وتحديد المشكلات التي تحدد مهنة المحاسبة مع التعامل مع البيئة التجارية الجديدة، ومحاولة حل تلك المشكلات إن وجدت.

وقد توصل الباحثان إلى أن التجارة الإلكترونية تؤثر على مهنتي المحاسبة والتدقيق، وتعمل التجارة الإلكترونية في بيئة غير ملموسة وفريدة من نوعها. وعدم وجود آلية محددة للتخصيص الضريبي. وقد تمكن الباحثان من اقتراح نقطة جديدة للاعتراف بايرادات التجارة الإلكترونية، وأسمياها "نقطة الاعتراف عند تحقق الأمان لعمليات النظام والتي يمكن تليتها إذا تمكنا من تحقيق أمان العمليات، وذلك من خلال تطوير نظام، يربط نظام المعلومات المحاسبي الخاص بالشركة مع موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت، بحيث يتضمن نظام الربط كلاً من السياسات والإجراءات المحاسبية الكفيلة بتوفير كل من الأمان، والموثوقية، والتوكيدية لمخرجات نظام المعلومات المحاسبي. وإجراءات تأكيد الأمان، وذلك من خلال تعيين جهة خارجية مؤهلة لتدقيق السياسات والإجراءات التي يفترض بها توفير الأمان، والتوكيدية، والموثوقية لمخرجات نظام المعلومات المحاسبي.

**دراسة المعموري (2006)**، والتي هدفت إلى التعرف على أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة نتيجة نمو عمليات التجارة الإلكترونية، والتعرف على خصائص التجارة الإلكترونية وتوضيح التحديات والفرص التي تفرضها على مهنة المراجعة. وقد توصلت الدراسة إلى أن مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية تتطلب من المراجع الأخذ بالاعتبار المخاطر المرتبطة بنظم الرقابة الداخلية، وأن تصميم نظام التجارة الإلكترونية يجب أن يمكن من حفظ المستندات المتعلقة بالعمليات التي تتم إلكترونياً حتى يقوم المراجع بالموافقة عليها وبما يتيح له استرجاعها عند الحاجة لها.

**دراسة العميري والمعتاز (2006)**، والتي هدفت إلى التعرف على مدى تأثير تخطيط عملية المراجعة بتحول المنشآت من النظام التقليدي إلى نظام التجارة الإلكترونية، وكذلك مدى معنوية هذا التأثير، ومدى وجود فروق معنوية بين الآراء حسب الخصائص الشخصية. وقد توصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تؤثر على بيئة الأعمال، وبالتالي على معايير المراجعة، نظراً للارتباط الوثيق بين العمليات التجارية والمحاسبة، عدم وجود أثر لاختلاف الخصائص الشخصية على اختلاف الإجابات، كذلك بينت الدراسة أن سبع عبارات من أصل عشرين عبارة تمثل واجبات تقليدية يقوم بها المراجع عند التخطيط لعملية التدقيق ستتغير إذا استخدمت المنشأة التجارة الإلكترونية.

**دراسة Zhao and Yen (2004)**، والتي هدفت إلى بيان تأثير عملية التدقيق بالتجارة الإلكترونية، وقد أوضح الباحثان أن التجارة الإلكترونية قد أثرت على البيانات المالية للشركات التي تمارسها، وبالتالي أدى ذلك إلى تأثير عملية التدقيق لتلك البيانات، كذلك بينت الدراسة أن التجارة الإلكترونية تعتبر من التهديدات التي يواجهها مدققو الحسابات، وذلك لكونهم مطالبين بمواكبة هذا التطور الذي يتطلب الكثير من العمل والجهد، وقد دلت نتائج الدراسة على أن النموذج القديم لتقرير مدقق الحسابات أصبح أقل أهمية في عصر التجارة الإلكترونية عما كان عليه في السابق، لذلك على المدققين اكتساب المهارات التقنية اللازمة لتلبية البيئة التجارية الإلكترونية الجديدة.

دراسة **Shaikh (2005)**، والتي هدفت إلى تسليط الضوء على الأهمية الكبيرة التي تستوجب من مدققي الحسابات تحسين نوعية عملهم في ظل التطورات التكنولوجية الكبيرة، مثل التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، وكذلك استخدام تقنيات التدقيق باستخدام الحاسوب، وإعطائها أهمية كبرى في ظل المستجدات الحالية، وقد توصل الباحث إلى تحديد أساليب تكنولوجية لتسهيل عمل المدققين في ظل التطورات التكنولوجية، مثل تحديد أهداف عملية التدقيق الإلكتروني بشكل دقيق، وتطوير تكنولوجيا أمن الإنترنت، كذلك توصل الباحث إلى وجود بعض المعوقات الإلكترونية، مثل مدى توفير العميل للبيانات الإلكترونية، كذلك مدى استخدامه لشبكة الاتصالات العالمية، ومدى تطور معايير التدقيق الدولية بما يواكب التطورات التكنولوجية العالمية. وفي حالة توافر هذه المتطلبات، فإن ذلك يؤدي إلى إمكان المدققين لمواكبة تلك التطورات في عملية التدقيق.

دراسة **Nikoloyun (2005)** والتي هدفت إلى بيان أثر التجارة الإلكترونية على ممارسة التدقيق في القطاع العام الكندي، وقد تمت الاستعانة بالدراسات السابقة لإعداد الاستبانة التي تم استخدامها في الدراسة والتي وزعت على عينة مكونة من 20 مكتب تدقيق ممن استجابوا للدراسة من أصل 42 مكتباً. وقد توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف بين الذي ورد في الدراسات النظرية وما هو موجود على الواقع، ولم يلاحظ المدققون أي تأثير للتجارة الإلكترونية على ممارسات التدقيق في القطاع العام الكندي ولكن تبين أن التجارة الإلكترونية هي مجرد شكل من أشكال التكنولوجيا، كذلك أبدى مدققو الحسابات المقدر على التعلم ومواكبة ما هو جديد في تكنولوجيا المعلومات.

دراسة **Laura and Alexandru (2008)**، والتي هدفت إلى التعرف على أثر تطبيق التجارة الإلكترونية على تخطيط عملية التدقيق في مكاتب التدقيق الرومانية، وما هي التغييرات التي أدخلت على عملية التخطيط في ظل التجارة الإلكترونية. وقد توصلت الدراسة إلى أن التوسع في استخدام التجارة الإلكترونية له تأثير كبير على تخطيط عملية التدقيق في مكاتب التدقيق الرومانية، كذلك تتطابق أهداف عملية التدقيق في ظل التجارة الإلكترونية مع أهداف التدقيق في ظل التجارة التقليدية، كذلك توصلت الدراسة إلى أن عملية التخطيط في ظل التجارة الإلكترونية تتطلب الكثير من العمل والجهد من قبل المدقق لكي يتمكن من إنجاز عملية التدقيق بالشكل المطلوب.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في الآتي:

1- تعتبر الدراسة الأولى في الأردن التي تبين أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط التدقيق، حيث إن جميع الدراسات التي تمت في الأردن أخذت تكنولوجيا المعلومات وأثرها على التدقيق من عدة جوانب، ولم يتم التطرق للتجارة الإلكترونية، كذلك تمت الدراسات السابقة في بيئات مختلفة عن بيئة التدقيق في الأردن، حيث إن التدقيق في الأردن يتميز بسرعة المواكبة للمستجدات التشريعية ومعايير التدقيق الدولية والتي تتم ترجمتها في الأردن بشكل سريع بعد صدور تلك المعايير.

2- أخذت هذه الدراسة إجراءات التخطيط لعملية التدقيق كما هي في المعيار (300) معيار التخطيط، وتمت دراسة أثر التجارة الإلكترونية على تلك الإجراءات، بينما الدراسات السابقة لم تأخذ الإجراءات كما هي في المعيار وإنما تم وضع أسئلة في شكل استمارة استبيان لدراسة أثر التجارة الإلكترونية على مهنة التدقيق بشكل عام وتمت تغطية عملية التخطيط بشكل جزئي في الدراسة.

## فرضيات البحث:

يهدف هذا البحث إلى اختبار الفرضيات التالية:

- 1- لا تتغير العوامل التي يأخذها المدقق بعين الاعتبار عند القيام بعملية التخطيط للتدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية.
- 2- لا تتغير عملية التعرف على العميل ونشاطه محل التدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية.
- 3- لا تتغير عملية التوجيه والإشراف على فريق عملية التدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية.
- 4- لا تتغير عملية تطبيق مفهوم الأهمية النسبية عند التخطيط للتدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية.

## مصادر جمع البيانات:

- أ- المصادر الأولية: تم الحصول على البيانات والمعلومات الأولية اللازمة لاختبار الفرضيات بواسطة استبانة تم إعدادها لتتلاءم مع طبيعة الدراسة.
- ب- المصادر الثانوية: تم الرجوع إلى الكتب والدوريات والمجلات العلمية والمنشورات وأطروحات الدكتوراه والمجستير التي تبحث في موضوع الدراسة وتخدمها، خاصة في مجال إعداد الإطار النظري.

## مجتمع وعينة البحث:

يتكون مجتمع البحث من مكاتب التدقيق الأردنية التي تقوم بتدقيق حسابات عملاء يمارسون التجارة الإلكترونية، وقد بلغ عدد تلك المكاتب (18) مكتباً تم توزيع (85) استبانة، تم استرداد (75) استبانة منها، وهي تشكل ما نسبته (88.23%) من الاستبانات الموزعة، خضع منها للتحليل (72) استبانة.

## أداة البحث:

تم الاعتماد في إعداد الاستبانة على معيار التخطيط (300) ووضع سؤال لكل فقرة من فقرات المعيار، وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في تصميم الاستبانة، وتم ترميز خيارات الإجابة كما يلي (5 يتغير تماماً، 4 يتغير جزئياً، 3 لا أدري، 2 لا يتغير، 1 لا يتغير إطلاقاً)، لذلك فإن الوسط الموزون الفرضي هو (3)، لذلك إذا كان متوسط الفقرة 3 أو أكثر، فهو يدل على قبول عينة الدراسة لتلك الفقرة، وكلما زادت الدرجة على 3، زادت درجة القبول، أما إذا قل متوسط الفقرة عن 3، فهذا يدل على أن أفراد العينة لا تقبل الفقرة، وكلما قلت عن 3، زادت درجة عدم القبول.

## مفهوم وميزات التجارة الإلكترونية:

قامت جمعية رقابة ومراجعة نظم المعلومات (ISACA) بتعريف التجارة الإلكترونية بأنها تلك العمليات التي تجري فيها المنظمات عملاً إلكترونياً مع الزبائن أو الموردين، أو عامة الناس الذين يستعملون الإنترنت كتقنية تمكنهم من ذلك (ISACA,2003: p.2).

كما عرف (بلقاسم ولوباشي، 2002: 35) التجارة الإلكترونية بأنها المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة البيانات الرقمية ونقلها ، بما فيها الصوت والصورة، من خلال شبكات مفتوحة مثل الإنترنت أو مغلقة والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة. ويعرفها (Zwass, 2007: 6) بأنها المشاركة في المعلومات المتعلقة بالأنشطة التجارية والمحافظة على العلاقات وعقد الصفقات التجارية من خلال وسائل شبكات الاتصالات. وقد وصف (Turban and Others, 2004: 3) التجارة الإلكترونية بأنها نموذج التقدّم والتطور في عمليات الشراء والبيع، والتمويل وتبادل المنتجات، والخدمات و/أو الإعلام عن طريق شبكات الكمبيوتر بما في ذلك الإنترنت.

هناك العديد من الميزات للتجارة الإلكترونية، سواء على مستوى الشركة أم على مستوى العملاء والتي اتفقت عليها عدد من الدراسات مثل ( مروة أحمد، 2002)، (محمد سليمان، 2003)، (محمد شريف، 2003)، (خالد قاسم، 2006) ومن هذه الميزات:

- 1- الامتداد الشاسع للشبكات الرقمية العالمية الذي يؤدي إلى الوصول إلى أكبر عدد من الزبائن.
- 2- عدم وجود صعوبات جغرافية في التجارة الإلكترونية الدولية كما هي في التجارة التقليدية، وبالتالي فهي تساهم في زيادة تدفق المنتجات وتخفيض تكلفة المبادلات.
- 3- تقليل زمن توريد البضائع وتبسيط إجراءات وعمليات أوامر الشراء .
- 4- توفير بدائل أكثر لاحتياجات المشروعات ومستهلكي التجزئة من السلع والخدمات في عدد متزايد من الأسواق، حيث يتيسر لهم عقد المقارنات التفضيلية للمعروض منها.
- 5- تعزيز الشفافية في الأسواق نظرًا لتدفق المعلومات وانسيابها عبر الشبكات.
- 6- تتيح شبكة الإنترنت عددًا من المزايا في مجال التمويل وبدائل الدفع، فيمكن للشركات أن تستخدم شبكة الإنترنت في أن تحدد بسهولة أفضل مقدمي هذه الخدمات، كما يمكنها تبادل المعلومات بشأن الصفقات أثناء الاتصال مباشرة.
- 7- تتطوي تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في التجارة الدولية على إمكانات هائلة فيما يتعلق بخفض التكاليف التشغيلية والتعجيل بدورة المعاملات والدفع، وهذه المزايا تترجم إلى زيادة في التجاوب من جانب المصدرين إلى عملائهم، والقدرة على التنافس على الأعمال التجارية.
- 8- عدم الحاجة لعدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية.
- 9- تخفيض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية لأن الإنترنت أرخص بكثير من شبكات الاتصال الأخرى.
- 10- تخفيض تكاليف المخزون السلعي، من خلال اعتماد نظام الإنتاج حسب الطلب (Just in Time)، الأمر الذي يسمح للشركة بإنتاج السلعة أو الخدمة وفقًا لحاجات العميل.
- 11- تشجع التجارة الإلكترونية على انفتاح الأسواق الدولية ، الأمر الذي يساهم في زيادة القدرة التنافسية للصادرات الوطنية للدول المختلفة، وبالتالي تطوير القطاعات الصناعية والخدمية.

### مجالات التجارة الإلكترونية:

تعد التجارة الإلكترونية مفهومًا واسعًا يشمل أي نشاط أو تعاملات تجارية تتحقق بين أطراف متعددة عبر الوسائل الإلكترونية، وأهمها شبكة الإنترنت، لذلك فإن أي نموذج للتجارة الإلكترونية يشتمل على الأطراف الأساسية المعنية

بالتعامل التجاري، وعليه يمكن تقسيم التجارة الإلكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري كآتي: (Kenneth, 2002).

1- التعامل بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى (Business to Business) (B2B): هذا النوع من التجارة الإلكترونية تتم فيه المعاملات من بيع وشراء وتبادل للمعلومات في مساحة سوقية إلكترونية (Market Space) بين الشركات التجارية. ويشكل هذا النوع من المعاملات التجارية بين قطاعات الأعمال (B2B) أغلب معاملات التجارة الإلكترونية، حيث تستحوذ على ما يقارب 80 % من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم (عابد العبدلي، 2005).

2- التعامل بين الشركة أو المؤسسة التجارية والمستهلك (Business to Consumer) (B2C): هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم فيه التعامل من بيع وشراء بين المؤسسات التجارية والأفراد أو المستهلكين، ويشمل هذا السوق قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات والخدمات للمستهلكين عبر شبكة الإنترنت. ويتم التعامل بين الشركة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي، حيث يقوم المستهلك بطلب السلعة أو الخدمة من موقع الشركة في الإنترنت ويدفع ثمنها بالبطاقة مثلاً، ثم بعد ذلك يحصل على السلعة أو الخدمة مباشرة إذا كانت منتجاً رقمياً أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان غير قابل للتسليم إلكترونياً، كما يشمل هذا النوع الاتجاه العكسي، أي المستهلك إلى الشركة (C2B) عندما يقوم الأفراد ببيع خدماتهم للمؤسسات التجارية وإن كانت تمثل نسبة ضئيلة (خالد قاسم، 2006).

3- التعامل بين المؤسسة التجارية والحكومة (Business to Government) (B2G): هذا الجانب من التجارة الإلكترونية لا يزال في مراحله الأولية في معظم الدول، كما إن أغلب هذا النشاط يتركز على التفاعل الإلكتروني بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية، مثل عمليات الإثبات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع منها، بالإضافة إلى ما تقوم به المؤسسات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية إلكترونياً.

4- فئات من التعاملات التجارية الإلكترونية الأخرى مثل التعامل بين المستهلك والمستهلك (Consumer to Consumer) (C2C)، حيث يكون التعامل التجاري الإلكتروني بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك ومستهلك آخر، من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الإنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها التعاملات التجارية بين الأفراد.

5- تعاملات إلكترونية بين الأفراد والمؤسسات الحكومية (Government to Consumer) (G2C)، وهذا يشمل التفاعل الإلكتروني في مجال الخدمات والمعاملات الرسمية بين الأفراد والحكومة. ويمكن اعتبار التعامل ما بين المؤسسات الحكومية من جهة والأفراد والمؤسسات التجارية من جهة أخرى جزءاً من مفهوم الحكومة الإلكترونية (Electronic Government).

6- تعاملات إلكترونية بين المؤسسات الحكومية بعضها مع بعض (Government to Government) (G2G)، وهذا يشمل التفاعل الإلكتروني في مجال الخدمات والمعاملات الرسمية بين الدوائر والمؤسسات الحكومية من حيث تنسيق المعاملات فيما بينها والتخفيف من الإجراءات الروتينية واختصار الوقت والجهد وضبط المعاملات لتقليل احتمالات التلاعب وتسرب المال العام، وهو أيضاً جزء من مفهوم الحكومة الإلكترونية.

- 7- التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال Mobile Commerce ويعد من أحدث الأنواع، حيث يتم بوساطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال بشبكة الإنترنت من خلال مزود الخدمة والوصول إلى أي موقع معين والإطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء (القشي، 2003).
- 8- التجارة الإلكترونية داخل المنظمة الواحدة Intra-organizational E-commerce وتتمثل في التجارة الإلكترونية البينية في إطار الشركات الدولية التي تتبادل السلع ومستلزمات الإنتاج الأولية والوسيلة بين الفروع أو الشركات التابعة لها (Eldridge, 2001).

### أثر التجارة الإلكترونية على تدقيق البيانات المالية:

بين معيار التدقيق الدولي رقم 1013 أثر التجارة الإلكترونية على تدقيق البيانات المالية، وذلك عن طريق توفير الإرشاد لمساعدة مدقي الحسابات للشركات التي تمارس التجارة الإلكترونية، بحيث يحدد البيان إجراءات تساعد مدق الحسابات على معاينة أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة لأنشطة المنشأة التجارية وتأثير التجارة الإلكترونية على تقديرات المدققين للمخاطر، وذلك لأغراض تكوين رأي حول البيانات المالية، (الاتحاد الدولي للمحاسبين القانونيين، 2007).

ويختلف مستوى المهارات والمعرفة المطلوبة لاستيعاب تأثير التجارة الإلكترونية على عملية التدقيق بمدى تعقيد الأنشطة التجارية للشركة، ويأخذ المدققون في اعتبارهم فيما إذا كان فريق عمل المدققين المعين لتدقيق الشركات التي تمارس التجارة الإلكترونية لديه المعرفة المناسبة بتقنية المعلومات والإنترنت من أجل:

- 1- إدراك ما يلي (في حالة تأثير ذلك على البيانات):
  - استراتيجية وأنشطة التجارة الإلكترونية للشركة.
  - التقنية المستخدمة لتسهيل أنشطة التجارة الإلكترونية للشركة ومهارات ودراسة تقنية المعلومات الخاصة بشؤون الموظفين.
  - المخاطر المتعلقة باستخدام الشركة للتجارة الإلكترونية ومنهاج الشركة لمعالجة تلك المخاطر، وبخاصة كفاية نظام الرقابة الداخلي، بما في ذلك بنية الأمن التحتية والضوابط الرقابية ذات العلاقة، حيث إنها تؤثر على عملية الإفصاح والإبلاغ المالي.

2- تحديد طبيعة وتوقيت ونطاق إجراءات عملية التدقيق وتقييم أدلة التدقيق.

3- التفكير في تأثير اعتماد الشركة على أنشطة التجارة الإلكترونية بقدرتها على الاستمرار كشركة تحقق الربح.

في بعض الحالات قد يقرر المدقق أن يستخدم خبيراً ليقوم بالعمل، مثلاً استخدام خبير لفحص محاولات الاختراق للحواسيب الأمنية لنظام الشركة الأمني (اختبار قابلية الاختراق أو الدخول)، ويجب على المدقق أن يأخذ بعين الاعتبار كيفية دمج عمل الخبير مع أعمال الآخرين المشتركين في عملية التدقيق، وما هي الإجراءات التي تم التمسك بها فيما يتعلق بالمخاطر التي تم تحديدها من خلال عمل الخبير. (الاتحاد الدولي للمحاسبين القانونيين، 2007).

تعتبر دراية المدقق بالعمل أساسية لتقييم أهمية التجارة الإلكترونية ومخاطر التجارة الإلكترونية، ويستخدم المدقق الدراية بالعمل لتحديد تلك الأحداث والعمليات التجارية والممارسات المتعلقة بمخاطر العمل التي تثيرها أنشطة التجارة الإلكترونية للشركة والتي قد تؤدي إلى بيانات كاذبة جوهرياً أو تأثير واضح على إجراءات المدقق أو تقرير عملية التدقيق.

وغالبًا يستخدم المدقق ضوابط الرقابة الداخلية للتخفيف من تلك المخاطر ولضمان الدخول للقيود ذات العلاقة باحتياجات الشركة ولأغراض عملية التدقيق، وأيضًا لصيانة نزاهة إجراءات الرقابة في بيئة التجارة الإلكترونية والتي تتصف بالتغير السريع (البدائية، 2010).

### تخطيط عملية التدقيق:

تتبع أهمية عملية تخطيط التدقيق من أنها تعتبر أداة مساعدة لمدقق الحسابات للحصول على أدلة وقرائن، وذلك لغرض إبداء رأيه في القوائم المالية، ومعرفة ما إذا كانت هذه القوائم المالية خالية من أخطاء ذات أهمية نسبية، حيث إن على مسئول فريق التخطيط أن يهتم بعملية التخطيط قبل مباشرة فريقه لعملية التدقيق (الدوسري، 2005).

كذلك تبرز أهمية تخطيط عملية التدقيق وفقًا لما جاء في نص الفقرة 4 من معيار التدقيق الدولي (300) من أنه يساعد في التأكد من تحقيق الأهداف التالية: (الاتحاد الدولي للمحاسبين، 2007).

- 1- إن العناية الملائمة قد أعطيت للمجالات المهمة في عملية التدقيق، وأن المشكلات المحتملة قد شخصت، وتم حلها في الوقت المناسب.
  - 2- إن عملية التدقيق منظمة وتوزع الأعمال بشكل ملائم على المساعدين.
  - 3- التوجيه والإشراف على المساعدين ومراجعة عملهم.
  - 4- إنه قد تم تنسيق العمل الذي يتم من قبل المدققين والخبراء الآخرين.
  - 5- تمكين المدقق من الحصول على الأدلة الكافية والمناسبة، وتقييم هذه الأدلة، والخروج بنتائج مناسبة من عملية التدقيق، وتجنب التعرض للمساءلة القانونية.
  - 6- توجيه الموارد الاقتصادية المتاحة لتنفيذ عملية التدقيق بشكل مناسب، مما يساعد في تحقيق الكفاءة والفاعلية، وذلك عن طريق تقليل تكاليف التدقيق والتركيز على الأمور المهمة، والحد من إمكانية حصول خلاف بين المدقق والعميل، وذلك عن طريق توضيح الأمور الضرورية.
- تمر عملية تخطيط التدقيق بالمراحل التالية:

### 1- الاتصال بالمدقق السابق:

يتطلب بيان معايير التدقيق رقم (300) في الفقرة رقم 28، أن على المدقق الاتصال مع المدقق السابق، عندما يكون هناك تغيير للمدقق امتثالًا لمتطلبات أخلاقيات المهنة (IFAC, 2007, ISA.NO 300). والغرض من هذا الاتصال هو أن يحصل المدقق الجديد على معلومات عن واقع عملية التدقيق، بحيث تساعد هذه المعلومات على قبول أو رفض عملية التدقيق. ويطلب المدقق الجديد من العميل أن يصرح للمدقق السابق بإعطاء جميع المعلومات الضرورية التي تفيده في عملية التدقيق. والاتصال بالمدقق السابق يفيد في تخطيط عملية التدقيق، ويسهل على المدقق الجديد الكثير من الأمور والظروف الغامضة.

### 2- الحصول على معلومات عن العميل محل التدقيق:

يجب على المدقق الحصول على معلومات عن القطاع الذي يعتبر العميل جزءًا منه، وعن مدى تأثره بالأحداث الاقتصادية والتعليمات والقرارات الحكومية. كذلك فإن على المدقق الحصول على المستوى اللازم من المعلومات عن نشاط المشروع، والذي يمكنه من تخطيط وأداء عملية التدقيق.

### 3- دراسة السياسات والإجراءات المحاسبية:

تعتمد كل شركة - قبل مزاولتها للعمل - على وضع نظام مالي لها تحدد بموجبه السياسات والإجراءات المحاسبية التي ستعتمد عليها في القيام بالعمل. واهتمام المدقق بدراسة سياسات العميل المالية يساعده على تحديد مدى التزامه بمعايير المحاسبية المالية.

#### متطلبات تخطيط عملة التدقيق:

من المعروف أن عملية التدقيق ما هي إلا عملية منتظمة لجمع الأدلة وتقييمها، للوصول إلى رأي حول عدالة القوائم المالية في المنشأة، وتتكون عملية التدقيق من خطوات محسوبة. لذلك تتلخص متطلبات تخطيط عملية التدقيق كما جاء في معيار التدقيق الدولي (300) القيام بأنشطة التخطيط الآتية (الاتحاد الدولي للمحاسبين، 2007: 333).

#### 1- التمهيد لتخطيط عملية التدقيق:

يتوجب على المدقق قبل أن يقوم بعملية اتخاذ قرار بالموافقة على تدقيق حسابات شركة أو الاستمرار مع عميل معين أن يقوم بالحصول على درجة معقولة من الفهم لطبيعة نشاطه، وأن يقوم بجمع المعلومات المناسبة التي تساعده في اتخاذ هذه القرارات. ونظرًا لأهمية هذه الخطوة فقد نص معيار التدقيق الدولي رقم (300) في الفقرة رقم 6، أن على مدقق الحسابات القيام بإجراءات فيما يتعلق باستمرار العلاقة مع العميل بالنسبة لعملية التدقيق الحالية، وتقييم الامتثال للمتطلبات الأخلاقية بما في ذلك الاستقلالية، بالإضافة إلى ذلك الاتفاق مع العميل على شروط التعاقد، والاتصال بالمدقق السابق إن كان هناك تغيير للمدقق، وذلك امتثالاً لأخلاقيات المهنة. وتختلف هذه المعلومات في حالة كون عملية التدقيق لعميل جديد أو كونه مستمرًا.

أما في حالة قبول عميل جديد فيجب اتخاذ إجراءات فيما يتعلق بتقييم وضعية المنشأة في السوق من ناحية سمعتها وقدرتها التنافسية وقدرة الشركة على الاستمرار، وكذلك تقييم علاقة الإدارة مع المدقق السابق لمعرفة مدى قدرة المدقق على الحفاظ على استقلاليتة وعدم ممارسة الإدارة أيه ضغوط عليه (الذنيبات، 2006: 142).

أما في حالة الاستمرار مع عميل قديم فإن مدقق الحسابات يقوم بتقييم مدى إمكانية استمرار التعامل وتقديم خدمة التدقيق، حيث تمثل المنازعات السابقة مع العملاء بخصوص المجال الملائم للتدقيق ونوع الرأي الذي سيتم إصداره، وكذلك الأتعاب - أهم أسباب عدم الاستمرار مع العملاء. وقد يرى المدقق أن العميل يفتقر للأمانة، وبالتالي لا يجب الاستمرار في التعامل معه، وحتى إذا لم تحدث الحالات السابقة الذكر، فقد يقرر عدم الاستمرار مع العميل لوجود خطر كبير في النشاط الذي يعمل فيه، مثل الخلاف بخصوص القواعد التنظيمية مع إحدى الهيئات الحكومية (أرينز ولوبك، 2005: 289).

#### 2- استراتيجية التدقيق الشاملة:

طبقاً لمعيار التدقيق (300) فقد أوجب وضع استراتيجية تدقيق شاملة والتي بموجبها يتم تحديد أهداف التدقيق وطبيعة ونطاق إجراءات التدقيق وتوقيت تنفيذها والموارد اللازمة - مادية أو بشرية - وجميع الترتيبات الإدارية الأخرى. كما يجب على المدقق أن يضع هذه الاستراتيجية ويوتقها ويشرح نطاق العمل والتنفيذ المتوقع لعملية التدقيق، وكلما كانت هذه الاستراتيجية مفصلة، أدت إلى المساعدة في وضع خطة التدقيق.

### 3- وضع خطة التدقيق:

بعد وضع استراتيجية التدقيق الشاملة، يجب وضع خطة تدقيق بناءً على المعلومات التي تم الحصول عليها، وطبقاً لمعيار التخطيط الدولي رقم 300 في الفقرة 13 يتعين على المدقق تطوير خطة التدقيق من أجل تقليل مخاطر التدقيق وبالشكل المقبول وتطبيق الاستراتيجية الشاملة للتدقيق. ويجب أن تشمل خطة التدقيق توضيحاً للإجراءات التفصيلية التي تتعلق بكل هدف من أهداف عملية التدقيق، فعند وضع خطة التدقيق يجب على مدقق الحسابات الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الإجراءات التخطيطية التي سيقوم بها والتوقيت المناسب لكل إجراء (الذنيبات، 2006: 156). وكما هو معروف، فإن إجراءات التدقيق الأساسية تقوم على الاختبارات الموسعة للعمليات وتفاصيل الأرصدة، ويتم تصميم خطة التدقيق من ثلاثة أجزاء وتتكون من: الاختبارات الأساسية للعمليات، الإجراءات التحليلية، الاختبارات التفصيلية للأرصدة (حماد، 2004: 110).

4- تنفيذ عملية التدقيق: نص معيار التدقيق الدولي (300) في الفقرة 16 أنه على المدقق أثناء سير عملية التدقيق تحديث استراتيجية التدقيق الشاملة وخطة التدقيق وتغييرهما حسب الضرورة. وقد نصت الفقرة 17 من المعيار نفسه أنه من الممكن أن يحصل المدقق على أدلة تتعارض مع الأدلة التي حصل عليها أثناء قيامه بتقييم فاعلية الرقابة الداخلية، وبناء على ما سبق يجب عليه إعادة تقييم إجراءات التدقيق المخططة بناءً على التقييم المعدل للمخاطر، وتعديل طبيعة وتوقيت وإجراءات التدقيق نتيجة للظروف المستجدة.

### 5- التوجيه والإشراف والمتابعة:

تتضمن هذه العملية توجيه المساعدين القائمين على تنفيذ وتحقيق أهداف الفحص، وتحديد ما إذا كانت هذه الأهداف قد تحققت في النهاية أم لا. أما عن معيار التدقيق الدولي (300) فقد تضمن في الفقرة 18 والفقرة 20 أن على مدقق الحسابات التخطيط لطبيعة وتوقيت ومدى التوجيه والإشراف على أعضاء فريق عملية التدقيق ومراجعة عملهم. كما ورد في الفقرة 19 من المعيار نفسه على أن التوجيه والإشراف والمتابعة على أعضاء فريق عملية التدقيق ومراجعة عملهم تعتمد أساساً على عدد من العوامل، منها حجم وتعقيد المنشأة، ومجال التدقيق، ومخاطر الأخطاء الجوهرية، وقدرة وكفاءة المكلفين بمهمة التدقيق (الاتحاد الدولي للمحاسبين، 2007: 337).

### 6- توثيق عملية التدقيق:

على المدقق عند جمع الأدلة المؤيدة لرأيه استخدام وسيلة للرجوع إلى هذه الأدلة، وهذه الوسيلة هي توثيق عملية التدقيق، ويتم ذلك من خلال أوراق العمل، وهي الوسيلة التي يستعملها المدقق لتجميع الأدلة التي يحتاج إليها لتأييد رأيه في القوائم المالية (خضير، 1996: 259).

وقد أُلزم المعيار الدولي رقم (300) في الفقرة رقم 22 مدقق الحسابات بتوثيق استراتيجية التدقيق وخطة التدقيق بما في ذلك أي تغيير قد يحدث أثناء عملية التدقيق. والهدف من عملية توثيق عملية التخطيط هو مساعدة المدقق على تقديم ما يؤكد أن عملية التدقيق قد تمت وفقاً للمعايير المتعارف عليها، وأن الرأي الذي قام بإبدائه هو واقعي وغير متحيز.

### أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط عملية التدقيق:

ورد في معيار التدقيق الدولي (300) أن تخطيط عملية التدقيق يشمل وضع استراتيجية تدقيق شاملة للعملية وتطوير خطة التدقيق بهدف تقليل مخاطر التدقيق إلى مستوى منخفض بشكل مقبول، ويشمل التخطيط شريك العملية والأعضاء الرئيسيين الآخرين ذوي الكفاءة ضمن فريق العملية للاستفادة من خبرتهم ومعرفتهم المتعمقة، من أجل زيادة كفاءة وفاعلية عملية التدقيق (IFAC, 2007 ; ISA. NO. 300).

إن استراتيجية التدقيق الشاملة تعتبر هي المدخل العام لتخطيط مهمة التدقيق، وهذا يتطلب الأخذ بعين الاعتبار معلومات التخطيط، ومن ثم وضع استراتيجية للتدقيق تقوم على الاعتماد بدرجة عالية على الرقابة الداخلية أو الاختبارات الأساسية لفحص الحسابات. وتعتبر استراتيجية التدقيق منهجاً ضمن خطة شاملة توضح الاتجاه العام الذي سوف يسير عليه المدقق وكيفية تحقيق أهداف مهمته وتحديد مجموعة الوسائل والأساليب للوصول إلى تحقيق أهدافها بفاعلية (الرباعي، 2007: 14).

وعملية التخطيط التي يجب أن يقوم بها المدقق يمكن أن تشمل تخطيط عملية تقييم نظام الرقابة الداخلية ومتابعتها، وكذلك التحقق من أصول وخصوم المنشأة، والفحص المستندي، وكذلك قائمة نتيجة الأعمال. لذلك يجب على مدقق الحسابات أخذ الأمور التالية بعين الاعتبار عند القيام بالتخطيط لتدقيق أعمال شركة تتعامل بالتجارة الإلكترونية:

- الحصول على معلومات أولية عن العميل، والتي تؤدي إلى كفاءة وفعالية المهمة.
- التعرف على مواضع المشكلات التي تتطلب اهتماماً خاصاً من المدقق.
- فهم أثر التجارة الإلكترونية على استراتيجية العميل وعلى النشاط التجاري له.
- فهم التكنولوجيا التي يستخدمها العميل والمخاطر المرتبطة بها.
- تحديد طبيعة الإجراءات والأدلة التي يجب الحصول عليها في ظل التجارة الإلكترونية، خاصةً في حالة عدم توافر مستندات تؤيد العمليات التجارية الإلكترونية.
- تحديد المخاطر المحتملة لنظام الرقابة لدى العميل وأثرها على استمرارية عمله.

مما سبق يتضح أن عملية التخطيط للتدقيق تبين للمدقق حجم العمل المطلوب، وكذلك الوقت المستهدف، والطاقت الذي سيقوم بعملية التدقيق من مدققين ومساعدين وشركاء مكتب التدقيق، وما يترتب عليه من اختلاف الكفاءات التي تحتاجها عملية التدقيق (Gray and Manson, 2005; Pickett, 2005).

### تحليل النتائج واختبار الفرضيات:

استخدمت الأساليب الإحصائية الملائمة لتحليل البيانات التي جمعت من خلال الاستبيان، وذلك بالاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية: (SPSS) البرنامج الإحصائي

1- مقاييس النزعة المركزية، من خلال حساب المتوسطات الحسابية من أجل معرفة متوسط الحسابات الخاصة بكل سؤال على حدة ولجميع الأسئلة الخاصة بكل فرضية، كذلك حساب النسب المئوية لكل فقرة من الفقرات لمعرفة درجة التغير أو عدم التغير .

2- اختبار الثبات (Cronbach Alpha) لقياس مدى ثبات أداة القياس.

### الثبات والمصدقية لأداة الدراسة :

يقصد بثبات الأداة إمكانية الحصول على البيانات نفسها عند إعادة الدراسة باستخدام أداة الدراسة نفسها على الأفراد أنفسهم في ظل ظروف واحده (Sekaran, 2005). لذلك تم استخدام اختبار المصدقية ألفا لبيان الاتساق الداخلي لأفراد عينة الدراسة وإجاباتهم على أسئلة الاستبانة، حيث كانت قيمة ألفا (0.849) وهي أعلى من الحد الأدنى وهو 60% لذلك فهي نسبة تعطي ثباتاً لنتائج وتوصيات هذه الدراسة.

### تحليل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة :

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف إجابات العينة فيما يتعلق بالخصائص الديموغرافية للمجيبين من خلال الجدول التالي رقم (1) وهي كما يلي:

المتغير	الفئة	العدد	النسبة %
المؤهل العلمي	بكالوريوس	40	55.6
	ماجستير	28	38.9
	دكتوراه	4	5.6
	<b>المجموع</b>	<b>72</b>	<b>100</b>
التخصص العلمي	محاسبة	60	83.3
	إدارة أعمال	9	12.5
	علوم مالية ومصرفية	3	4.16
	<b>المجموع</b>	<b>72</b>	<b>100</b>
الخبرة العملية	أقل من 5 سنوات	4	5.6
	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	24	33.3
	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	16	22.2
	من 15 سنة إلى أقل من 20 سنة	16	22.2
	20 سنة فأكثر	12	16.7
	<b>المجموع</b>	<b>72</b>	<b>100</b>
المسمى الوظيفي	شريك	20	27.8
	مدقق رئيس	34	47.22
	مدير تدقيق	16	22.2
	مدقق	2	2.7
<b>المجموع</b>	<b>72</b>	<b>100</b>	
الشهادة المهنية	محاسب قانوني أردني	36	50.0
	محاسب قانوني أمريكي	12	16.7
	محاسب قانوني بريطاني	12	16.7
	أكثر من شهادة مهنية	12	16.7
	<b>المجموع</b>	<b>72</b>	<b>100</b>

يبين الجدول رقم (1) أن معظم عينة الدراسة من حملة درجة البكالوريوس حيث يشكلون ما نسبته 55.6%، وأن حملة الماجستير يشكلون 38.9% والدكتوراه ما نسبته 5.6%، ولا يوجد من لا يحمل مؤهلاً علمياً من عينة الدراسة، وهذا يمكن عينة الدراسة من الإجابة عن أسئلة الاستبانة بشكل موثوق.

كذلك يبين الجدول أن ما نسبة 83.3% من عينة الدراسة هم من تخصص المحاسبة وأن 12.5% هم من إدارة الأعمال و 4.16% علوم مالية ومصرفية، ولا توجد تخصصات أخرى، ويعد ذلك أمرًا طبيعيًا لكونهم مدققين، والذي يعني الثقة والدقة في إجاباتهم لكونهم ممن درس مساقات المحاسبة والتدقيق.

أما فيما يتعلق بسنوات الخبرة فنجد أن 94.4% من عينة الدراسة يتمتعون بخبرات تزيد على خمس سنوات، ويعد هذا مؤشرًا إيجابيًا على أن غالبية عينة الدراسة من ذوي الخبرة، مما يُعزز القدرة على استيعاب أسئلة الاستبانة والإجابة عنها بصورة مناسبة.

فيما يتعلق بالمسمى الوظيفي نجد أن نسبة 47.22% من العينة هم من فئة مدقق رئيس، وأن 27.8% من فئة شريك، و 22.2% من العينة هم من فئة مدير تدقيق وأن المدققين يشكلون 2.7%، وهذا يدل على أن الاستبانة وزعت على أشخاص ذوي مستويات وظيفية عليا مهمتها الأساسية القيام بالتخطيط لعملية التدقيق.

أما بخصوص الشهادات المهنية لعينة الدراسة فنجد أن 50.00% هم ممن يحملون شهادة محاسب قانوني أردني، وأن 16.7% منهم يحملون شهادة محاسب قانوني أمريكي، كذلك ما نسبته 16.7% من العينة يحملون شهادة محاسب قانوني بريطاني، ونسبة 16.7% يحملون أكثر من شهادة مهنية، وهذا يعني أن جميع عينة الدراسة هم ممن يحملون شهادات مهنية في مجال التدقيق، وهذا يعزز الثقة في إجاباتهم.

#### عرض البيانات وتحليل نتائج الفرضيات:

**الفرضية الأولى:** لا تتغير العوامل التي يأخذها المدقق بعين الاعتبار عند القيام بعملية التخطيط للتدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية.

تم استخراج النسب المئوية والأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة نحو الفقرات محل الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (2).

الرقم	السؤال	يتغير تمامًا %	يتغير جزئيًا %	لا أدرى %	لا يتغير %	لا يتغير إطلاقًا %	المتوسط الحسابي
1	تقوم بالتخطيط بالشكل الكافي بما يغطي المشكلات المحتملة.	5.6	55.6	00	38.9	00	3.27
2	تأخذ بعين الاعتبار أثناء التخطيط حجم وتعقيد عملية التدقيق.	27.8	55.6	00	16.7	00	3.94
3	تقوم بوضع خطة تدقيق شاملة حول المنشأة تصف فيها نطاق ووقت القيام بالعمل.	5.6	27.8	5.6	50	11.1	2.66
4	تعمل على توثيق وتفصيل كل فقرة من فقرات برنامج التدقيق بحيث تبين الإجراءات اللازمة لتنفيذ خطة التدقيق.	11.1	33.3	5.6	33.3	16.7	2.89
5	الاتصال مع المدقق السابق.	00	22.2	5.6	55.6	16.7	2.33
6	تقوم بإعطاء الأهمية نفسها أثناء تخطيط عملية التدقيق للمنشأة بغض النظر عن تصنيف تلك المنشأة.	00	22.2	11.1	50	16.7	2.39
7	مصادر وأدلة وقرائن الإثبات التي يجب الاعتماد عليها.	44.4	44.4	00	11.1	00	4.22
	<b>المجموع</b>						3.10

نلاحظ من الجدول السابق أن اتجاهات عينة الدراسة حول مدى تغير العوامل التي يأخذها المدقق بعين الاعتبار عند القيام بعملية التخطيط للتدقيق في ظل التجارة الإلكترونية عنها في ظل التجارة التقليدية تبين أن هناك تغيراً في معظم هذه الإجراءات كما هو واضح من النسب المئوية لتلك العوامل ما عدا بعض العوامل لا تتغير بتغير التجارة التي يستخدمها العميل مثل، قيام المدقق بوضع خطة تدقيق شاملة حول المنشأة يصف فيها نطاق ووقت القيام بالعمل، حيث إن ما نسبته 61% من العينة ترى أنها لا تتغير، كذلك فإن الاتصال مع المدقق السابق لا يتغير، حيث بلغت نسبة عدم الموافقة 72.3%، وأخيراً إعطاء الأهمية نفسها أثناء تخطيط عملية التدقيق للمنشأة، بغض النظر عن تصنيف تلك المنشأة، حيث كانت نسبة عدم الموافقة 66.7%. أما ما يتعلق بالمستويات الحسابية، فنلاحظ أن أعلى متوسط حسابي كان للسؤال الأخير، وهو الحصول على مصادر وأدلة وقرائن الإثبات التي يقوم المدقق بجمعها، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.22، يليه أخذ المدقق بعين الاعتبار حجم وتعقيد عملية التدقيق بمتوسط حسابي 3.94، ثم قيام المدقق بالتدقيق بالشكل الكافي بما يغطي المشكلات المحتملة بمتوسط حسابي 3.27، أما فقرات الفرضية جميعها فنلاحظ أن المتوسط العام لها يبلغ 3.10، مما يعني أن تلك الإجراءات تتغير باستخدام العميل للتجارة الإلكترونية.

**الفرضية الثانية: لا تتغير عملية التعرف على العميل ونشاطه محل التدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية:**

تم استخراج النسب المئوية والأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة نحو الفقرات محل الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (3)،

المتوسط الحسابي	لا يتغير إطلاقاً %	لا يتغير %	لا أدري %	يتغير جزئياً %	يتغير تماماً %	السؤال	
2.72	11.1	55.6	00	16.7	16.7	نقوم بالحصول على معلومات أولية عن المنشأة وإدارتها قبل قبول عملية التدقيق.	1
2.55	33.3	16.7	11.1	38.9	00	تحصل على معلوماتك حول المنشأة من خلال الخبرة السابقة مع تلك المنشأة.	2
2.67	27.8	16.7	16.7	38.9	00	تحصل على معلوماتك حول المنشأة من خلال زيارة المنشأة وفروعها المختلفة.	3
2.78	16.7	33.3	5.6	44.4	00	تحصل على معلوماتك حول المنشأة من خلال التقارير المحاسبية والإدارية.	4
2.89	22.2	16.7	11.1	50	00	تحصل على معلوماتك حول المنشأة من خلال أشخاص ذوي اطلاع من خارج المنشأة مثل اقتصاديي القطاع أو العملاء أو المنافسين.	5
2.72	11.1	55.6	00	16.7	16.7	المعلومات التي يتم جمعها حول المنشأة تساعدك في تخطيط وإنجاز التدقيق بكفاءة وفعالية.	6
2.28	38.9	27.8	5.6	22.2	5.6	المعلومات التي يتم جمعها حول المنشأة تساعدك في تمكّنك من تقييم الأدلة بصورة جيدة.	7
2.72	22.2	33.3	00	38.9	5.6	المعلومات التي يتم جمعها حول المنشأة تساعدك في تحديد المشكلات وتقييم المخاطر.	8
2.67						المجموع	

نلاحظ من الجدول السابق أن جميع اتجاهات عينة الدراسة نحو الفقرات التي تخص تعرف المدقق على العميل محل التدقيق وطبيعة نشاطه ومدى تغيرها في ظل التجارة الإلكترونية سلبية، مما يعني تلك الإجراءات لا تتغير بتغير نوع التجارة التي يمارسها العميل، حيث إن جميع متوسطات الفقرات الحسابية أقل من متوسط أداة الدراسة (3)، حيث بلغ أقل

## أثر التجارة الإلكترونية على إجراءات تخطيط التدقيق ...

متوسط حسابي للسؤال السابع 2.28، وكان أعلى متوسط حسابي 2.89، وهو لسؤال حصول المدقق على معلومات حول المنشأة من خلال أشخاص ذوي اطلاع من خارج المنشأة، مثل اقتصادي القطاع أو العملاء أو المنافسين. كذلك نجد أن المتوسط العام لأسئلة الفرضية قد بلغ 2.67، وهو أقل من متوسط أداة الدراسة الذي يعني عدم تغيير إجراءات التعرف على العميل ونشاطه في ظل التجارة الإلكترونية.

**الفرضية الثالثة: لا تتغير عملية التوجيه والإشراف على فريق عملية التدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية:**

تم استخراج النسب المئوية والأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة نحو الفقرات محل الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (4)،

الرقم	السؤال	يتغير تماماً %	يتغير جزئياً %	لا أدرى %	لا يتغير %	لا يتغير إطلاقاً %	المتوسط الحسابي
1	تحديد مدى الإشراف اللازم على أعضاء فريق التدقيق.	00	33.3	11.1	33.3	22.2	2.56
2	وصف المنشأة ونشاطها وتنظيمها وصفًا واضحًا مفصلاً.	16.7	16.7	11.1	44.4	11.1	2.83
3	الطرق والأساليب والإجراءات التي سيتم اتباعها من قبل فريق التدقيق.	22.2	27.8	11.1	38.9	00	3.34
4	الأخذ بعين الاعتبار نوعية وعدد ومقدرة المساعدين الذين ستم الاستعانة بهم.	22.2	27.8	11.1	38.9	00	3.61
5	الأخذ في الاعتبار توقيت زيارتهم الميدانية لمنشأة العميل، مع الأخذ بعين الاعتبار توقيت إعداد قوائمهم المالية.	27.8	33.3	11.1	27.8	00	3.67
6	تقوم بالتأكد من أن المدققين الآخرين والمساعدين قد حصلوا على جميع المعلومات المهمة لأجل تنفيذ الأعمال المنوطة بهم.	16.7	50	16.7	16.7	00	3.00
	<b>المجموع</b>						3.17

نلاحظ من الجدول السابق أن اتجاهات عينة الدراسة ايجابية حول مدى تغير عوامل التوجيه والإشراف على فريق عملية التدقيق في ظل التجارة الإلكترونية عنها في ظل التجارة التقليدية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للأسئلة 3.17، وكان أعلى متوسط حسابي لأخذ فريق التدقيق في الاعتبار توقيت زيارتهم الميدانية لمنشأة العميل، مع الأخذ بعين الاعتبار توقيت إعداد قوائمهم المالية، وكانت بمتوسط حسابي بلغ 3.67، وقد كان أقل متوسط حسابي لتحديد مدى الإشراف اللازم على أعضاء فريق التدقيق، حيث بلغ المتوسط الحسابي له 2.56. مما سبق نجد أن التجارة الإلكترونية تؤثر على عملية التوجيه والإشراف على فريق التدقيق.

**الفرضية الرابعة: لا تتغير عملية تطبيق مفهوم الأهمية النسبية عند التخطيط للتدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية:**

تم استخراج النسب المئوية والأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة نحو الفقرات محل الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (5)،

الرقم	السؤال	يتغير % تماماً	يتغير جزئياً %	لا أدري %	لا يتغير %	لا يتغير إطلاقاً %	المتوسط الحسابي
1	تأخذ بعين الاعتبار تأثير المعلومات التي تم جمعها عن البيانات المالية ككل ومن جميع جوانبها المادية.	00	44.4	16.7	33.3	5.6	3.23
2	تقوم بعملية التدقيق لإبداء الرأي فيما إذا كان البيانات المالية قد أعدت حسب المعايير.	5.6	55.6	00	33.3	5.6	2.23
3	تأخذ بعين الاعتبار احتمال وجود انحرافات في المبالغ الصغيرة التي ربما يكون لها عند تجميعها تأثير مادي على البيانات المالية.	5.6	16.7	5.6	38.9	33.3	2.17
4	تأخذ بعين الاعتبار المتطلبات القانونية التي تؤثر على البيانات المالية.	5.6	11.1	5.6	50	27.8	1.83
5	تقوم بإجراء التحليل والتدقيق التفصيلي لأي بند من بنود القوائم المالية ذات التأثير المادي.	00	11.1	00	50	38.9	2.83
6	إذا رفضت الإدارة تعديل البيانات المالية وكانت إجراءات التدقيق الإضافية لا تمكنك من الاستنتاج بأن الانحرافات المتراكمة غير مادية، فإنك تقوم بالأخذ بعين الاعتبار تعديل تقريرك حسب المعيار الدولي الخاص بالتقرير.	11.1	38.9	00	22.2	27.8	2.33
7	تعتبر الانحرافات المتراكمة غير المصححة المكتشفة أثناء التدقيق مادية بحيث تؤثر على عملية الإفصاح العادل للبيانات المالية.	00	16.7	16.7	38.9	27.8	2.22
	<b>المجموع</b>						2.41

نلاحظ من الجدول السابق أن اتجاهات عينة الدراسة حول مدى تغير تطبيق مفهوم الأهمية النسبية عند التخطيط للتدقيق في ظل التجارة الإلكترونية عنها في ظل التجارة التقليدية تدل على أن هناك تغييراً في معظم هذه الإجراءات كما هو واضح من النسب المئوية لتلك العوامل، ما عدا بعض العوامل لا تتغير بتغير التجارة التي يستخدمها العميل، مثل تأثير المعلومات التي يتم جمعها عن البيانات المالية ككل ومن جميع جوانبها المادية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.23، وكان أقل متوسط حسابي لأخذ المدقق بعين الاعتبار المتطلبات القانونية التي تؤثر على البيانات المالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 1.83، مما يعني أن هذا البند أكثر البنود تأثراً بالتجارة الإلكترونية، أما فيما يتعلق بالمتوسط الحسابي العام لأسئلة الفرضية، فقد بلغت 2.41، وهذا يعني أن تطبيق مفهوم الأهمية النسبية لا يتغير في ظل التجارة الإلكترونية.

### النتائج والتوصيات:

بناءً على تحليل بيانات الدراسة فقد توصلت إلى النتائج التالية:

1- بينت الدراسة أن هناك تغييراً في العوامل التي يأخذها المدقق بعين الاعتبار عند القيام بعملية التخطيط للتدقيق في ظل التجارة الإلكترونية عنها في ظل التجارة التقليدية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لفقرات الفرضية 3.10، لكن هناك بعض العوامل التي لا تتغير بتغير نوع التجارة، مثل وضع خطة تدقيق شاملة حول المنشأة لوصف نطاق ووقت القيام بالعمل، كذلك الاتصال مع المدقق السابق.

2- اتضح من الدراسة أن عملية التعرف على نشاط العميل محل التدقيق لن تتغير بتغير نوع التجارة التي يستخدمها سواء أكانت تجارة إلكترونية أم تقليدية، ويتضح ذلك من خلال العديد من الإجراءات، مثل الحصول على معلومات أولية عن المنشأة وإدارتها قبل قبول عملية التدقيق، والحصول على المعلومات حول المنشأة من خلال زيارة المنشأة وفروعها المختلفة.

3- توصلت الدراسة إلى تغيير عملية التوجيه والإشراف على فريق عملية التدقيق في ظل استخدام التجارة الإلكترونية عنها في ظل استخدام التجارة التقليدية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لأسئلة تلك الفرضية 3.17، وذلك يعني أن عملية التوجيه والإشراف على أعضاء فريق التدقيق في ظل ممارسة العمل للتجارة الإلكترونية تتطلب نوعاً مختلفاً من الإجراءات والمتطلبات، كما هو واضح من بعض الإجراءات، مثل عدد ومقدرة المساعدين، وكذلك توقيت الزيارات الميدانية للعمل وغيرها.

4- كذلك بينت الدراسة أن تطبيق مفهوم الأهمية النسبية لا يتغير في ظل التجارة الإلكترونية عنه في ظل التجارة التقليدية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتلك الفرضية 2.41، هذا يعني أن مفهوم الأهمية النسبية لا يعتمد على نوع التجارة التي يمارسها العميل، ويتضح ذلك من خلال العديد من العناصر، مثل عدم تغيير أخذ المدقق بعين الاعتبار المتطلبات القانونية التي تؤثر على البيانات المالية، وكذلك وجود انحرافات في المبالغ الصغيرة التي ربما يكون لها عند تجميعها تأثير مادي على البيانات المالية.

#### التوصيات:

بناءً على النتائج التي توصل لها البحث يوصي بما يلي:

1- ضرورة مشاركة المدققين المساعدين في وضع خطة التدقيق حتى لا يصبح عمل المدققين المساعدين عملاً روتينياً، على الرغم من أن المدقق الرئيس يعد مسؤولاً عن أعمالهم، وهذا يتطلب ضرورة تنظيم العمل وتحسين نظام الإشراف في مكتب التدقيق.

2- أن تهتم مكاتب التدقيق الأردنية بالأخذ بالحسبان الاعتبارات الإدارية عند التخطيط لعملية التدقيق، نظراً لأن المعايير الدولية تلزم المكاتب باتباعها وتضع مخالفات لعدم تدقيقها.

3- ضرورة العمل على زيادة التأهيل العلمي لدى المدققين في مكاتب التدقيق الأردنية، نظراً لأن هذه المكاتب تقوم بالتدقيق لشركات مساهمة ذات عمليات متشعبة، إذ اتضح من الدراسة الميدانية أن أكثر من 50% هم من حملة درجة البكالوريوس فقط.

4- ضرورة الاهتمام بالعوامل التي يجب أخذها بالاعتبار عند التخطيط لعملية التدقيق في ظل التجارة الإلكترونية.

5- ضرورة الاهتمام بعملية الاتصال مع المدققين السابقين عند التخطيط لعملية التدقيق، نظراً لأن القوانين الدولية وآداب المهنة تقضي بأن يقوم المدقق الحالي بالاتصال مع المدقق السابق في حالة قبوله تدقيق الشركة التي كان يدققها، حيث إن ذلك يوفر الجهد والتكلفة في عملية التخطيط وجمع الأدلة والقرائن.

6- زيادة توعية المدققين الأردنيين - ممن لا يستطيعون تدقيق أعمال الشركات التي تمارس التجارة الإلكترونية - بأهمية التعرف على كيفية التدقيق لمثل تلك الشركات، حيث تبين من المسح المبدئي للمكاتب أن هناك مدققين لا يعرفون كيفية التدقيق الإلكتروني، خاصة أن هناك توجهاً عند الكثير من الشركات لممارسة التجارة الإلكترونية بدلاً من التجارة التقليدية.

7- القيام بدراسات أخرى حول التجارة الإلكترونية ودورها في تطوير معايير التدقيق، كذلك أثرها على مصداقية تقرير المدقق ومدى اعتماد المستثمرين في اتخاذ قراراتهم الاستثمارية على تقرير المدقق.

## المراجع

### أولاً- المراجع باللغة العربية:

- أرينز ألفين، لوبك جميس (2005). *المراجعة مدخل متكامل*. ترجمة/ محمد عبد القادر الديسبي. الرياض: دار المريخ للنشر والتوزيع.
- البداينة، جمانة. (2010). "تقييم متطلبات الإفصاح المحاسبي في ظل مخاطر التجارة الإلكترونية"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.
- الاتحاد الدولي للمحاسبين القانونيين. (2007). *إصدارات المعايير الدولية لممارسة أعمال التدقيق والتأكد وقواعد أخلاقيات المهنة*. ترجمة/ جمعية المجمع العربي. الأردن.
- بلقاسم زايري، ولوياشي علي. (2002). "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة"، *المجلة الاقتصادية والعلوم الإدارية*، الأردن: جامعة الزيتونة.
- توفيق، محمد شريف. (2003). *أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية: دراسة اختبارية بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود إلكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري (الإلكتروني)*. مركز البحوث والدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق. <http://www.financialmanager.wordpress.com>.
- حماد، طارق. (2004). *موسوعة معايير المراجعة: شرح معايير المراجعة الدولية والأمريكية والعربية*. الأسكندرية: الدار الجامعية.
- خضير، مصطفى عيسى. (1996). *المراجعة: المفاهيم والمعايير والإجراءات*. ط 2. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- دهمش، نعيم، وظاهر القشي. (2004). "مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية"، *مجلة إربد للبحوث العلمية*، مجلد 8، عدد 2، جامعة إربد الأهلية.
- الدوسري، محمد. (2005). "التخطيط لعملية التدقيق"، *مجلة الرقابة*، ديوان المحاسبة، الكويت، عدد 2، مجلد 42.
- الذنبيات، علي. (2006). *تدقيق الحسابات في ضوء معايير التدقيق الدولية والأنظمة والقوانين المحلية: نظرية وتطبيق*. ط4. الأردن.
- الرباعي، يوسف عبده. (2007). "استراتيجية المراجعة: دراسة تطبيقية على مراجعة الحسابات في الجمهورية اليمنية". *رسالة دكتوراه غير منشورة*، جامعة دمشق، سورية.
- العبدلي، عابد بن عابد. (2005). "التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع - التحديات - الآمال"، *المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي*، السعودية: جامعة أم القرى.
- العميري، فواز محمد، وصالح المعتاز. (2007). "أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط أعمال المراجعة: دراسة ميدانية على مكاتب المراجعة في المملكة العربية السعودية، *مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة*، مجلد 21، عدد (2).
- عواد، محمد سليمان. (2003). "تطوير استراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية". *رسالة دكتوراه غير منشورة*، الأردن: جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان.
- قاسم، خالد. (2002). "دور آليات التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة العربية البينية"، *المجلة العلمية للتجارة والتمويل*، عدد 2، طنطا، مصر.

- قشي، ظاهر. (2003). "مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية". رسالة دكتوراه غير منشورة، الأردن: جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان.
- لطفي، أمين السيد. (2007). *التطورات الحديثة في المراجعة*. الأسكندرية: الدار الجامعة للنشر والتوزيع.
- مجلس الاتحاد الدولية للمحاسبين. (2007). *المعايير الدولية لممارسة أعمال التدقيق والتأكد وأخلاقيات المهنة*. ترجمة/المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، الأردن.
- مروة، كامل مصطفى. (2002). "الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية العربية من وجهة نظر أصحاب المتاجر الإلكترونية العربية"، *مجلة جامعة الملك سعود، العلوم الإدارية*، مجلد 14، عدد 2، السعودية، ص ص. 112-130.
- المعموري، أحمد. (2006). "أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة: دراسة ميدانية في اليمن"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، سوريا، جامعة دمشق.

#### ثانياً - المراجع باللغة الأجنبية:

- Eldridge, Margaret. (2001). *Security Privacy for E-business*. John Wiley, Canada.
- Gray, L. and S. Manson. (2005). *The Audit Process, Principles, Practice and Cases*, Thomson Learning, 3<sup>rd</sup> Ed.: London.
- IFAC. (2007). *Hand Book of International Auditing, ISA, NO.300, Audit Planning, Ethics Pronouncements*.
- ISACA. (2003). *Is Auditing Guideline Business Consumer (B2C)*, E- Commerce Reviews.1<sup>st</sup> May, web:isaca.org/glossary.htm to
- Kenneth, C. Laudon. (2002). *Management Information Systems*. 7<sup>th</sup> Ed., New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Laura, Diana and Alexandru, Tugui. (2008). *Particularities of Audit Planning in E-commerce*, IBIMA, Volume 6.
- Nikoloyuk, Gerald. M. (2005). "E-commerce Impact on Canadian Public Sector Audit Practice", *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 18 No. 1, pp.18-30.
- Pickett, K. (2005). *The Essential Handbook of Internal Auditing*. 2<sup>nd</sup> Ed. John Wiley & Sons, UK.
- Sekaran, Uma. (2005). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 7<sup>th</sup> Ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Shaikh, Junaid, M. (2005). "E-commerce Impact: Emerging Technology Electronic Auditing", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 20, No. 4, pp. 408-42
- Turban. King, D.; J. Lee and D. Viehland. (2004). *Electronic Commerce A Managerial Perspective*. New Jersey: Pearson Education, Inc, Upper Saddle River.
- Zhao, Ning and David Yen. (2004). "Auditing in the E-commerce era", *Information Management & Computer Security*, Vol. 12, No. 5, pp. 389-400.
- Zwass, V. (2007). "Electronic Commerce: Structures and Issues", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 1, pp. 42-55.

**The Impact of Electronic Commerce  
On the Audit Planning Process  
From the Viewpoint of Jordanians External Auditors**

**Dr. Ghassan Falah AL Matarneh**

Associate Professor, Accounting Department

Faculty of Business and Finance

Al Al-Bayt University

Hashemite Kingdom of Jordan

**ABSTRACT**

The research aims to identify the impact of electronic commerce on the audit planning procedures from the viewpoint of Jordanians external auditors, and identifying the impact of electronic commerce on the planning process and its impact on the recognition of the client, as well as the impact on the direction, supervision and the application of the concept of relative importance in the planning.

To achieve the objectives of the research questionnaire was prepared which was obtained from the paragraphs of the standard layout (300) and have been distributed to the study sample which consisting of (72) auditor who go through the work of companies doing electronic commerce. The study data were analyzed and extracting the results by using the statistical program Spss.

The study found a number of results was most important that there is a change in the factors that is taken by the auditor into account when doing the planning process to scrutiny in light of e-commerce than in the traditional trade, as well as no change in the process of identifying the client and his place of scrutiny in light of the use of e-commerce.

The study recommended a number of recommendations including the Jordanians Association of Certified Public Accounts holding sessions for auditors who do not have the knowledge of electronic audit that they can do the electronic audit when necessary, and the need for cooperation between academic institutions such as universities and professional associations concerned with audit for the development of curricula for students in line and developments technology in the field of auditing.