

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الأسكندرية
كلية التجارة
قسم المحاسبة والمراجعة

دور مهنة المراجعة في الحكم على مصداقية المواقع التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية – مع دراسة تطبيقية .

رسالة لنيل درجة الماجستير في المحاسبة

مقدمة من الطالب

حسام محمد رجب مبارك

المعيد بقسم المحاسبة

كلية التجارة – جامعة الأسكندرية

إشراف

الأستاذ الدكتور

صلاح الدين عبد المنعم مبارك

أستاذ المحاسبة والمراجعة

كلية التجارة – جامعة الأسكندرية

وكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب

2005

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" قُلْ اللَّهُمَّ مَا لِكَ الْمُلْكُ تُؤْتِي الْمُلْكَ مَنْ تَشَاءُ وَتَنْزَعُ
الْمُلْكُ مِمَّنْ تَشَاءُ وَتُعْزِّزُ مَنْ تَشَاءُ وَتُذَلِّلُ مَنْ تَشَاءُ بِيَدِكِ
الْخَيْرِ ۝ إِنَّكَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ " ۝

صدق الله العظيم

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

"مشرفاً ورئيساً"

الأستاذ الدكتور / صلاح الدين عبد المنعم مبارك

أستاذ المحاسبة والمراجعة

وكيل كلية التجارة - جامعة الأسكندرية لشئون التعليم والطلاب.

"عضوأ"

الأستاذ الدكتور / أحمد حسين علي حسين

أستاذ المحاسبة والمراجعة

كلية التجارة - جامعة الأسكندرية.

"عضوأ"

الأستاذ الدكتور / عبده حسين على شطا

أستاذ المحاسبة والمراجعة

كلية التجارة جامعة القاهرة - فرع بنى سويف.

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين ، والصلوة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد النبي الأمين وعلى الله وصحبه أجمعين. بعد توجهي بالشكر لله تعالى أجد نفسي أكن الإمتنان والتقدير والعرفان بالجميل للأستاذ الدكتور / صلاح الدين عبد المنعم مبارك أستاذ المحاسبة والمراجعة ووكيل كلية التجارة – جامعة الأسكندرية لشئون التعليم والطلاب لما أحاطني به من رعاية وحسن توجيه ، فلم يدخل بالوقت والجهد رغم مشاغله الكثيرة في سبيل إخراج هذا البحث في صورته العلمية المتكاملة ، ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أدعوه بموفور الصحة والعافية ومديد العمر وأن يجعله الله ذخراً للعلم وطلابه وأن يثبّطه عنى على قدر عمله خير الجزاء.

وأتوجه بخالص شكري وتقديري وعرفاني بالجميل لأستاذى الجليل والمربى الفاضل الأستاذ الدكتور / أحمد حسين على حسين أستاذ المحاسبة والمراجعة بكلية التجارة – جامعة الأسكندرية ، على تفضل سيادته بقبول الإشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة رغم تعدد مسئoliاته ، ولا أذكر أحداً على الله حيث أحاطنى أستاذى بالرعاية وحسن التوجيه ووجه لي العديد من النصائح والإرشادات في كافة مراحل البحث وغمزني بعلمه وخلقه الطيب ، فلم يدخل بالوقت والجهد رغم مشاغله الكثيرة في سبيل إظهار هذا البحث في صورته الحالية ، لذا لا يسعني إلا أن أدعوه الله أن يجعله نبراً للعلم ، وأن يثبّطه عنى على قدر عمله خير الجزاء.

كما أنه لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتوجه بالشكر والتقدير للأستاذ الدكتور / عبده حسين على شطا أستاذ المحاسبة والمراجعة بكلية التجارة جامعة القاهرة – فرعبني سويف على تفضل سيادته بقبول الإشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة رغم تعدد مسئoliاته ، وكثير مشاغله ، وضخامة أعبائه ، وهو ما يعده الباحث شرفاً عظيماً له.

وإحقاقاً للحق وذكراً لكل من قدم لي يد العون يبقى العرفان للدكتور / سمير كامل محمد والدكتور / عبد الوهاب نصر على ، لما قدماه من عون وإرشاد فبارك الله فيهما بإذنه . ولا يفوتي أن أتوجه بخالص شكري إلى كل من ساهم في توفير البيانات للدراسة الإستطلاعية ، حيث كان لهم أهمية كبيرة في إتمام هذا البحث.

وأخيراً ... اللهم إني أشهدك بأنني قد بذلت ما يسرت لي من جهد ، فإن كنت قد وفقت فمن عندك ، وإن كنت قد أخطأت أو قصرت فمن عندي ، اللهم إجعل عملي هذا مقبولاً ، وسعيي فيه مرضياً مشكوراً مبتغياً به وجهك الكريم ، واخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين .

الباحث

إهادء

إلى والدي :
أطآل الله عمرهما وأمدهما بالصحة والعافية بإذنه ، وأدخلهما
جنته بغير حساب وبارك لي فيهما وأرضاهما عنـي.

إلى كل من قدم لي يد العون :
اللهم إجزهم عنـي خـيرـ الـجـزـاءـ وـاجـعـلـ ماـقـدـمـوـهـ زـيـادـةـ فـيـ
موـازـيـنـ حـسـنـاتـهـمـ.

إلى السادة أعضاء هيئة التدريس بالكلية :
جعلـهـمـ اللهـ نـبـرـاسـاـ لـلـخـلـقـ وـالـعـلـمـ وـالـمـعـرـفـةـ ،ـ وـهـدـاـهـمـ وـهـدـيـ
بـهـمـ النـاسـ بـفـضـلـهـ.

محتويات البحث

أ.....	المحتويات
٥.....	قائمة الجداول
و.....	قائمة الأشكال
1.....	مقدمة البحث
2.....	مشكلة البحث
3.....	هدف البحث
3.....	أهمية البحث
3.....	منهج البحث

4.....	حدود البحث
4.....	خطة البحث

الفصل الأول : التجارة الإلكترونية : ماهيتها ، مزاياها ، مخاطرها ، وأزمة الثقة.		
5.....	مقدمة	
7.....	ماهية التجارة الإلكترونية	1 / 1
16.....	مزايا التجارة الإلكترونية عن الأسواق التقليدية	2 / 1
16.....	1 – مزايا التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات	1 / 1
17.....	2 – مزايا التجارة الإلكترونية للمستهلكين	1 / 2
20.....	المخاطر الأساسية للتجارة الإلكترونية	3 / 1
20.....	1 – مخاطر الإختراق	1 / 1
23.....	مخاطر الفيروسات	2 – 3 / 1
26.....	ملفات التجسس (كوكيز) Cookies	3 – 3 / 1
28.....	مخاطر انهيار الموقع	4 – 3 / 1
29.....	5 – مخاطر وقف الخدمة Denial of Service	5 – 3 / 1
32.....	6 – الشبكة الوهمية Internet Spoofing	6 – 3 / 1
34.....	7 – البرامج ذاتية التحميل	1 / 1
37.....	أزمة الثقة	4 / 1
38.....		الخلاصة

الفصل الثاني : خدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية .

39.....	مقدمة	
1 / 2.....	ماهية خدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية	
40.....	والخدمات الأخرى المقدمة من قبل هيئات أخرى	
40.....	1 – البرامج	2 / 1
47.....	2 – مخاطر التجارة الإلكترونية من منظور خدمة WebTrust	1 / 2
50.....	3 – ماهية خدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية	2 / 1
51.....	4 – مبادئ ومعايير خدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية WebTrust	2 / 2

خدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية و مهنة	2/2
المراجعة	
57.....	
57 - المنظمات المهنية وتنمية خدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية ..	2 / 2
58.....	2 / 2
58 - إستقلالية المراجع وخدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية ..	2 / 2
59.....	2 / 2
59 - المسئولية المهنية للمحاسب القانونى تجاه خدمة إضفاء الثقة على	
61.....	
61 - التأهيل المهني للمحاسب القانونى وخدمة إضفاء الثقة على المواقع	2 / 2
64.....	
64 - التوصيف المهني لخدمة إضفاء الثقة على المواقع التجاريه عبر شبكة المعلومات	3/2
71.....	
71 - الدولية الخلاصة	الخلاصة

الفصل الثالث : مبادئ ومعايير خدمة إضفاء الثقة على المواقع التجارية . WebTrust	
72.....	مقدمة
75.....	1/3
76.....	1 - 1/3
76.....	2 - 1/3
85.....	2/3
87.....	1 - 2/3
87.....	2 - 2/3
97.....	3/3
98.....	1 - 3/ 3
98.....	2 - 3/3
108.....	4/3
108.....	1 - 4/3
109.....	2 - 4/3
117.....	5/3
118.....	6/3
118.....	7/3
119.....	الخلاصة

الفصل الرابع : الدراسة التطبيقية .

120.....	مقدمة
120.....	منهج الدراسة	1/4
120.....	تصميم قائمة الإستقصاء	2/4
120.....	1 – عينة الدراسة	2/4
121.....	2 – إسلوب جمع البيانات	2 – 2/4
121.....	3 – صياغة قائمة الإستقصاء	3 – 2/4
121.....	تحليل نتائج الإستقصاء	3/4
122.....	أقسام قائمة الإستقصاء وفقا لترتيب الأسئلة متمشية مع ترتيب الدراسة النظرية	4/4
1 – 4 /4	نتائج الإستقصاء فيما يخص الأفراد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية على مستوى	
122.....	جمهورية مصر العربية بشكل عام ومحافظة الأسكندرية بشكل خاص	
130.....	2 – نتائج الإستقصاء فيما يخص مكاتب المحاسبة والمراجعة في محافظة الأسكندرية	4/4
135.....	3 – نتائج الإستقصاء فيما يخص الشركات التجارية صاحبة المواقع عبر شبكة المعلومات	4/4
143.....	الدولية في محافظتي الأسكندرية والقاهرة	
	الخلاصة	

الخلاصة والنتائج والتوصيات

145.....	خلاصة البحث	1/5
145.....	1 – خلاصة الدراسة النظرية	1 – 1/5
147.....	2 – خلاصة الدراسة الإستطلاعية	2 – 1/5
148.....	النتائج	2/5
148.....	1 – نتائج الدراسة النظرية	1 – 2/5
152.....	2 – نتائج الدراسة الإستطلاعية	2 – 2/5
157.....	التوصيات	3/5
159.....	مجالات البحث المقترحة	4/5

160..... قائمة المراجع

قائمة الجداول

الصفحات	اسم الجدول	رقم الجدول

24	أنواع الفيروسات وما تسببه من أضرار.	(1-1)
45	أمثلة مختلفة لخدمات تأكيد الثقة في المواقع التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية.	(1-2)
65	مقارنة بين خدمات المراجعة وإبداء الرأى والتأكدات.	(2-2)
67	مقارنة بين خدمة WebTrust التأكيدية المعاصرة والخدمات التأكيدية التقليدية.	(3-2)

قائمة الأشكال

الصفحات	إسم الشكل	رقم الشكل

9	زيادة عدد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية منذ عام 1995 حتى عام 2005.	(1-1)
10	توزيع مستخدمي شبكة المعلومات الدولية لعام 2000.	(2-1)
11	توزيع مستخدمي شبكة المعلومات الدولية لعام 2005.	(3-1)
12	مستخدمي شبكة المعلومات الدولية في بعض الدول العربية لعام 2000 كنسبة من إجمالي تعداد السكان في كل دولة .	(4-1)
12	الدول العربية من حيث إنتشار شبكة المعلومات الدولية كنسبة مئوية.	(5-1)
31	هجوم Denial of Service لوقف الخدمة .	(6-1)
66	العلاقة ما بين خدمات المراجعة وإبداء الرأي والتأكيدات.	(1-2)
70	الخدمات التي يقدمها المراجع.	(2-2)
122	مدى معرفة مستخدمي شبكة المعلومات الدولية بأهمية التجارة الإلكترونية ومزاياها.	(1-4)
123	ترتيب مخاطر التعامل مع الواقع التجارية من وجهة نظر مستخدمي شبكة المعلومات الدولية.	(2-4)
124	إستخدامات الأفراد لشبكة المعلومات الدولية.	(3-4)
125	موقف الأفراد عند تقديم بيانات شخصية عبر شبكة المعلومات الدولية لأحد الواقع.	(4-4)
126	رؤية الأفراد لشبكة المعلومات الدولية.	(5-4)
127	أسباب رفض تقديم بيانات شخصية إلى الواقع التجارية.	(6-4)
128	تأثير قرارات الأفراد بتقديم بيانات شخصية إلى الواقع التجارية في حالة وجود طرف ثالث يؤكّد الثقة في الموقع التجاري عبر الشبكة.	(7-4)
129	رؤية مستخدمي شبكة المعلومات الدولية لمقدمي خدمة إضفاء الثقة على الواقع التجارية.	(8-4)
130	مدى معرفة المحاسبين القانونيين لأهمية التجارة الإلكترونية ومزاياها.	(9-4)

130	مدى وعي المحاسبين القانونيين لمخاطر التجارة الإلكترونية.	(10-4)
131	مدى إطلاع المحاسبين القانونيين على دوريات أو نشرات أو مبادئ ومعايير مصدراً متعلقة بالتجارة الإلكترونية وعلاقتها بالمحاسبة أو مهنة المراجعة بشكل خاص.	(11-4)
132	حجم خدمات إضفاء الثقة على الواقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية في مصر.	(12-4)
133	رؤية مكاتب المحاسبة والمراجعة المصرية لتقديم خدمات إضفاء الثقة على الواقع التجاري بصورة مستقلة عن الهيئات الأجنبية ، أم تقديم تلك الخدمات تحت إشراف أجنبي مستمر.	(13-4)
134	رؤية مكاتب المحاسبة والمراجعة المصرية لحجم وتطور السوق المتوقع لخدمات إضفاء الثقة على الواقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية.	(14-4)
135	مدى معرفة الشركات صاحبة الواقع التجاري بأهمية التجارة الإلكترونية ومزاياها.	(15-4)
136	أولويات اهتمام الواقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية بمخاطر التجارة الإلكترونية.	(16-4)
137	حجم المعاملات التجارية للشركات صاحبة الواقع التجاري عبر الشبكة.	(17-4)
138	رؤية الواقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية لأسباب الإحجام عن إتمام المعاملات التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية.	(18-4)
139	مدى إطلاع الواقع التجاري على الجوانب المختلفة لتأمين الواقع التجاري عبر الشبكة.	(19-4)
140	مدى احتياج الواقع التجاري إلى خدمات إضفاء الثقة على الواقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية.	(20-4)
141	رؤية الواقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية لمقدمي خدمة إضفاء الثقة على الواقع التجاري.	(21-4)
142	رؤية الواقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية لمدى تأثير خدمة إضفاء الثقة على الواقع التجاري ، على تنشيط عمليات	(22-4)

	التجارة الإلكترونية وزيادة عمليات الشراء سواء من عملاء داخل مصر أو من دول أخرى.	
--	---	--

مقدمة البحث :

تعتبر ممارسة الأعمال التجارية من خلال شبكة المعلومات الدولية من الظواهر الحديثة في عالم الاقتصاد والتجارة ، حيث مكنت هذه الشبكة العديد من المنشآت من مزاولة نشاطها على نطاق دولي واسع دون تكبد نفقات باهظة في صورة تجهيزات ومنشآت دائمة خارج حدود الدولة الأم ، وقد أدى ذلك إلى تسابق العديد من الشركات العالمية إلى استخدام تلك الشبكة كوسيلة إعلانية مبتكرة لجذب المستهلكين من مستخدمي شبكة المعلومات الدولية في جميع أنحاء العالم لترويج التجارة الإلكترونية .

أما عن تطور عمليات شراء السلع والخدمات من قبل الأفراد عبر شبكة المعلومات الدولية (Business to Customer) ، فعلى مستوى العالم يلاحظ أن هناك زيادة في تلك العمليات ولكن بنسب منخفضة للغاية لا تتناسب مع الزيادة الكبيرة في عدد الأفراد المستخدمين لشبكة المعلومات الدولية (Primoof 1998) ، حيث تشير العديد من الدراسات إلى أن نسبة تتراوح ما بين 20 % إلى 25 % فقط من المتعاملين عبر شبكة المعلومات الدولية لديهم الرغبة في إتمام عمليات الشراء عبر الشبكة (Carlton & Tam 2000) ، ويرجع السبب في ذلك إلى أن غالبية الأفراد يمارسون التجارة الإلكترونية بشكل جزئي وغير كامل ، بمعنى أنهم يستخدمون شبكة المعلومات الدولية في البحث ومقارنة السلع ثم يتبعون عمليات البيع والشراء بالطرق التقليدية ، وعلى مستوى جمهورية مصر العربية فقد أكد المشرف العام على مركز المعلومات التابع لمجلس الوزراء أنها تعاني من الممارسة الجزئية للتجارة الإلكترونية (رضوان 1999) .

ويرجع السبب الحقيقي للممارسة الجزئية للتجارة الإلكترونية ، إلى عدم الثقة في المعاملات التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية والتي من شأنها عدم الثقة في الواقع التجاري ذاتها من حيث إجراءاتها المتتبعة لإتمام العمليات التجارية ومدى حماية المعلومات الخاصة بالعملاء وإحترام خصوصيتها .

وقد أدى ذلك إلى قيام معهدي المحاسبين القانونيين الأمريكي والكندي (/ AICPA CICA) ، بتطوير خدمة جديدة يؤديها المراجعين الخارجيين وذلك لإضفاء الثقة على المعاملات التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية ، حيث ظهرت هذه الخدمة في 16 سبتمبر عام 1997 في كل من الولايات المتحدة وكندا ، ثم انتشرت للتطبيق في نيوزيلاندا -mania -بورتريكو - إنجلترا - اسكتلندا - ايرلندا - فرنسا - استراليا . وتقوم هذه الخدمة على أساس اختبار المراجعين الخارجي - المؤهل من أحد معهدي المحاسبين القانونيين الأمريكي أو الكندي - للموقع التجاري عبر شبكة المعلومات الدولية من حيث التزامه على الأقل بواحد من سبعة مبادئ تحددها تلك الخدمة ، عن طريق إسترشاد المراجعين الخارجيين بمعايير خاصة لكل مبدأ ، والموقع الملزם على الأقل بواحد من تلك المبادئ ومعاييره يحصل على ختم الثقة في الموقع التجاري ، ويظهر هذا الختم أعلى الموقع التجاري بشكل مميز بحيث إذا ضغط عليه العميل بممؤشر الفأرة يظهر تقرير المراجعين الخارجيين عن ذلك الموقع وأى المبادئ ملزمه بها ، وإنتمادا على الإدراك العام بأن المراجعين الخارجيين توافر فيه صفات مثل الموضوعية والإستقلالية وانه يقدم خدمة

المراجعة للتحقق من مصداقية وعدالة ودقة أنواع عديدة من البيانات سواء كانت قوائم مالية أو غيرها ، فإن العملاء سوف يتعاملون بشكل أكبر مع الواقع التي تضع ختم الثقة وذلك يساعد على نمو العمليات التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية .

مشكلة البحث :

أصبح 29% من المنازل في الولايات المتحدة الأمريكية مرتبطة بشبكة المعلومات الدولية في عام 1999 مقارنة بـ 15% عام 1997 ، وفي عام 2006 من المتوقع أن تصل هذه النسبة إلى 80% ، ومن ناحية أخرى في عام 1997 كان عدد الأفراد المتعاملين مع شبكة المعلومات الدولية والذين تزيد أعمارهم عن 16 سنة في حدود 45 مليون نسمة ، 10% منهم فقط قاموا بشراء سلع وخدمات عبر الشبكة (Center for Democracy and Technology) 1999).

وقد أوضحت دراسة أجراها معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي عام 2001 ما يلي : 91% من الأفراد المتعاملين مع شبكة المعلومات الدولية في الولايات المتحدة الأمريكية يرفضون تقديم بيانات متعلقة بدخولهم عند الشراء عبر الشبكة .

85% من المتعاملين يرفضون تقديم بيانات خاصة ببطاقاتهم الإنترانيمانية .

74% من المتعاملين يرفضون تقديم بيانات خاصة بأرقام هواتفهم الشخصية .

67% من المتعاملين يرفضون تقديم بيانات خاصة بعنوانينهم المنزليه أو المتعلقه بالعمل .

وقد أوضحت الدراسات أن نقص الأمان والثقة في الواقع التجارية هو السبب الرئيسي لإنخفاض تعاملات الأفراد تجاريًا عبر شبكة المعلومات الدولية حيث أن الأفراد يعطون أهمية كبيرة لبياناتهم الشخصية ، وبالتالي فإنهم لن يقوموا بالإفصاح عن بيانات خاصة بهم إذا لم يتم إعلامهم بحدود استخدام تلك البيانات وكيفية حمايتها والحفاظ عليها .

وبالتالي يمكن تحديد مشكلة البحث ، في أن إحساس الأفراد بنقص الأمان وعدم ثقتهم في المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة المعلومات الدولية ، قد أدى إلى إنخفاض مشتريات الأفراد المتعاملين مع شبكة المعلومات الدولية ، ويوضح ذلك من أن الزيادة الكبيرة في أعداد الأفراد المتعاملين مع شبكة المعلومات الدولية لا تتناسب إطلاقاً مع حجم مشتريات الأفراد من السلع والخدمات عبر الشبكة ، فضلاً عن أن حجم المعاملات التجارية فيما بين الشركات وبعضها البعض (Business 2 Business) أعلى بكثير من حجم المعاملات التجارية فيما بين الأفراد والمواقع عبر الشبكة (Business 2 Customers) ، والسبب الجوهرى لذلك كما سبق القول هو عدم ثقة المتعاملين تجاريًا عبر شبكة المعلومات الدولية في إمكانية إتمام المعاملات التجارية بأمان عبر الشبكة ، الأمر الذي يمثل عائقاً أمام نمو التجارة الإلكترونية وما يتربى على ذلك من عدم الإستفادة الكاملة بمزاياها .