مجلة تنمية الرافدين

اسم المقال: حدود ومسؤولية مدقق الحسابات عن مدى الثقة في المعلومات المالية على الانترنت
اسم الكاتب: أ.د. علي سليمان النعامي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/3245
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 18:43 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تنمية الرافدين كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

كلية الإدارة والاقتصاد -جامعة الموصل تنمية الرافدين العدد ٩٥ مجلد ٣١ لسنة ٢٠٠٩
ص ص[٨٥ -١٠٩]

حدود ومسؤولية مدقق الحسابات عن مدى الثقة في المعلومات المالية على الانترنت

الدكتور علي سليمان النعامي
أستاذ المحاسبة والمراجعة المساعد
كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية-جامعة الأزهر
فلسطين

المستخلص

لا شك أن الانترنت ولاسيما الروابط المتفاعلة Hyperlinks التي أتاحتها لغة الترميز HTML وفرت العديد من الممارسات التي تقلل من الثقة في المعلومات المالية على الانترنت، لذلك استهدف البحث دراسة مدى الثقة في البيانات المالية على الانترنت وبيان حدود مسؤولية المدقق، من خلال دراسة أحدث التقارير و الدراسات الأوربية و الأمريكية، و اعتمد الباحث على الاستنتاج المنطقي خاصة عند تحديد مسؤولية المدقق عن محتويات موقع الشركة على الانترنت.

وبيّن الباحث أهم الممارسات التي تحد من مصداقية المعلومات المالية على الانترنت، وطرح بعض الحلول للتغلب عليها، واستنتج الباحث عدم مسؤولية المدقق عن سلامة وأمن موقع الزبون على الانترنت، في حين يعد المراجع مسؤولاً عن التحقق من أن القوائم المالية المدققة وتقرير المدقق المنشورين على موقع الزبون هما مطابقان للنسخ التي أقرها وعلى أسس مستمرة، ويجب أن تمتد مسؤولية المدقق عن التحديث الفوري للقوائم المالية من تاريخ انعقاد الجمعية العمومية، ويوصي الباحث بسرعة تطوير معايير جديدة واكتساب المدقق لمهارات جديدة لفحص البيانات المالية على الانترنت، وصياغة لغة تقرير جديدة تعكس مستوى التحقق ومقدار المسؤولية التي يتحملها المدقق.

Auditor's Liability Limits on Financial Information Credibility on Internet

Ali S. Al-Nuami (PhD)
Assistant professor of Accounting and Auditing
Al-Azhar University – Palestine

Abstract

The hyperlinks of HTML of Internet have certainly facilitated several practices that may reduce credibility of financial data on net. Thus, the current study aimed at discussing

تأريخ استلام البحث ٢٠٠٨/١١/٢٥ تأريخ قبول النشر ٢٠٠٨/٦/٢٤

the degree of financial data credibility on net and to show the liability limits of auditor. This has been done via studying one of the modern European and American reports. The researcher tackled he logical conclusion in determining the auditor liability on data of company's website. The researched showed the most essential practices that may limit the creditability of financial data on net as well. Some solutions have been proposed to over come such practices. The researcher referred in conclusion that there is non – liability of auditor of securing the customer's website. While the reviser may be considered as the liable for revising the financial lists and auditor's report released on customer's website. These can be true certified by the reviser himself. The auditor liability should specify the immediate updating to the financial lists due to the meeting of general assembly. The researcher recommends the rapid developing the skills of audition and liability.

المقدمة

تغيرت بيئة التقرير من الاعتماد على الورق إلى الاعتماد على الانترنت Internet، وبدأت الشركات في نشر تقاريرها المالية على الانترنت باستخدام برنامج A dope Acrobat .

إذ يقوم هذا البرنامج بحفظ الإطار الكامل للقوائم المالية من دون وجود أي روابط hyperlinks بين عناصرها، وتقرأ التقارير المالية كما لو كانت نسخة ورقية (Trites,1999)، وينحصر التغيير في أن القوائم المالية أصبحت في شكل الكتروني متاح على الانترنت لكل المستفيدين للاطلاع عليها من دون إمكانية تغيرها. وعند هذا المستوى من التكنولوجيا لم يشكل نشر المعلومات المالية على الانترنت أي تحد أو مشاكل تذكر لمهنة المحاسبة.

ومع ظهور الشبكة الدولية للمعلومات (الويب) The World Wide Web ولغة الترميز Hypertext Markup Language (HTML) وما توفره من الروابط المتفاعلة Hyperlinks، أخذت الشركات وبخطى سريعة في بناء مواقعها ونشر تقاريرها المالية على الانترنت باستخدام هذه اللغة.

وتسهل الروابط والقوائم المنسدلة Down Menus الدخول السريع للمعلومات المناسبة والتجول داخل مستندات الويب، حيث بالنقر على هذه الروابط يترك المستفيد الشاشة الحالية ليفتح شاشة أخرى وهكذا. والمعلومات التي تشير إليها الروابط قد توجد على الموقع أو الخادم نفسه أو أي مكان آخر على الانترنت. ويمكن استخدام الروابط مع القوائم المالية، على سبيل المثال، يمكن ربط أي عنصر بالقوائم المالية بملاحظات عن كيفية تطبيقه أو بأي مكان على الموقع خارج نطاق التقارير المالية، كما يمكن ربط القوائم المالية أيضاً بكل المعلومات الأخرى عن الشركة وأيضا بالشركات الأخرى وغيرها من المواقع التي قد توجد على نفسه الخادم نفسه أو خادم آخر في دولة أخرى (Lymr & Others, 1999).

ومع هذا التطور التكنولوجي بقدراته الفائقة والنمو السريع في نشر المعلومات المالية على الانترنت، ظهرت العديد من المشاكل الخاصة بمصداقية وأمن المعلومات المالية على الانترنت نذكر منها ما يأتي:

استخدام الروابط بين محتويات القوائم المالية والمعلومات الأخرى غير المدققة على موقع الشركة ومواقع الشركات الأخرى، قد يؤدي الى عدم إدراك المستفيد لحدود القوائم المالية المدققة، واعتماده على المعلومات ظناً منه أنها خضعت لفحص المدقق في الوقت الذي تكون كذلك. وقد يؤدي إلى انتقاله لمعلومات لا تتعلق بالشركة موضوع اهتمامه، الأمر الذي يؤدي إلى إرباكه وعدم تيقنه من الانتهاء من قراءة القوائم المالية التي خضعت لفحص المدقق.

ويوجد على مواقع الشركات كم هائل من المعلومات المالية التي تقع أساساً خارج نطاق القوائم المالية والتي لا يتم إعدادها وفقا لمعايير المحاسبة ولا تخضع لفحص المدقق، وتزداد الخطورة إذا صاحبها تقرير المدقق.

وأحيانا تعرض الشركات على مواقعها معلومات مالية جزئية أو ملخصة أو متقادمة، مما قد يوقع المستفيد في خطأ ناتج من إدراكه لحقيقة هذه المعلومات.

وعند نشر القوائم المالية على الانترنت تقوم غالبية الشركات بإعادة صياغة القوائم المالية وتقرير المدقق مع إضافة الروابط المتفاعلة للربط بينهما، مما قد يؤدي إلى تشويه الحقائق وتوصيل رسالة للمستفيد تخالف ما يقصده المدقق.

ولأن الانترنت وسيلة إلكترونية فإنه يمكن تحديث معلوماته في أي وقت، فإذا تم تحديث القوائم المالية المدققة فقد يعتمد المستفيد عليها ظناً منه أن المعلومات الحديثة يغطيها تقرير المدقق. ويمكن تحريف المعلومات المالية المدققة بهدف الغش والاحتيال بمهارات متواضعة من جانب بعض الهواة.

ومع ازدياد ظاهرة الدخول على المعلومات المالية على الانترنت، تزداد مخاطر رفع القضايا على المدقق بسبب اعتقاد المستفيدين بأن كل المعلومات لها مستوى الدقة والمصداقية نفسه، من هنا يجب على المهنة تحديد مسؤولية المدقق بوضوح في ظل بيئة التقرير الجديدة المعتمدة على الانترنت، وذلك بالإجابة على مثل هذه الأسئلة:

من المسؤول عن صحة ودقة المعلومات المالية على الانترنت؟ وهل المدقق مسؤول إذا اعتمد الطرف الثالث على معلومات مالية غير صادقة على موقع الشركة على الانترنت؟ وما هي مسؤولية المدقق إذا احدث الزبون تغييرات غير مرغوبة بالقوائم المالية المراجعة وتقرير المدقق؟ وما مسؤولية المدقق عندما يتم إحلال القوائم المالية المراجعة بقوائم مالية أحدث والتي لا ينطبق عليها التقرير؟ وما هي مسؤولية المدقق عن المعلومات المالية الأخرى الموجودة على الموقع الإلكتروني؟ وهل يجب على المدقق أن يرى كل معلومات الموقع بوصفها معلومات أخرى؟ وما هي الحدود التي يغطيها تقرير المراجعة؟ وأين ومتى تنتهي مسؤولية المدقق عندما يكون تقرير المراجعة جزءاً من القوائم المالية على موقع الزبون؟ وما النقطة الزمنية التي تنتهي عندها مسؤولية المدقق؟ وما الوزن الذي يعطي لتاريخ تقرير المراجعة في الوقت الذي يتم فيه تحديث المستندات على الانترنت باستمرار وبسرعة؟

ويرى الباحث أن إرشادات التدقيق الحالية لم تحدد مسؤولية المدقق بشكل جيد لمعظم هذه القضايا لأن هذه القضايا جديدة ومازالت في طور التكوين، وإذا لم تتحرك مهنة التدقيق بسرعة لدراسة وحسم هذه القضايا، ربما تتخلف المهنة عن تلبية احتياجات المستفيدين وعن مسايرة خطى التقدم في ثورة المعلومات والعولمة.

وللمساهمة في إلقاء الضوء على بعض هذه القضايا، يهدف البحث لدراسة مصداقية المعلومات المالية على الانترنت، وحدود مسؤولية المدقق من خلال الإجابة على الأسئلة الآتية:

- إلى أي حد تستخدم الانترنت وسيلة لنشر المعلومات المالية، مع الإشارة لبيئة الأعمال الفلسطينية؟
- ما هي الممارسات التي تحد من مصداقية المعلومات المالية المنشورة على الانترنت، وما هي الحلول اللازمة للتغلب عليها؟
- ما هي حدود مسؤولية المدقق تجاه المعلومات المالية المنشورة على الانترنت؟

قد تم إعداد البحث من خلال دراسة أحدث التقارير التي أعدتها أشهر المنظمات المهنية الأمريكية والكندية والدولية، واستعراض أهم الدراسات التي قدمت إحصاءات وصفية عن استخدام الانترنت وسيلة لنشر التقارير المالية وتقارير الأعمال في العديد من الدول، فضلاً عن مسح مواقع الشركات المساهمة الفلسطينية الكبرى التي تتداول أسهمها في سوق المال لرصد الظاهرة في بيئة الأعمال الفلسطينية، كما اعتمد الباحث على الاستنتاج المنطقي خاصة عند تحديد مسؤولية المدقق عن محتويات موقع الشركة على الانترنت.

ويكتسب البحث أهميته من أنه يقع في منطقة غير مسبوقة ويتصدى لقضية شائكة تحتاج لجهود كبيرة من الباحثين لتدعيم قدرة المهنة على فهم بيئة التقرير الجديدة ووضع المعايير والإرشادات المناسبة لها وبالسرعة التي يتطلبها المستفيدون.

ولتحقيق هدف البحث والإجابة على الأسئلة المطروحة ثم تقسيم بقية البحث على أربعة أجزاء، يكشف الجزء الأول عن النمو السريع في نشر المعلومات المالية على الانترنت، ويلقى الجزء الثاني الضوء على الممارسات التي تحد من مصداقية المعلومات المالية على الانترنت مع تقديم بعض الحلول للتغلب عليها، ويحدد الجزء الثالث مسؤولية المدقق تجاه محتويات موقع الشركة على الانترنت، وأخيراً يقدم الجزء الرابع خلاصة وتوصيات البحث.

أولاً - نشر المعلومات المالية على الانترنت

على الرغم من أن عمر تكنولوجيا الانترنت قد يكون أكثر من ثلاثين سنة، إلاّ أن قطاع الأعمال بدأ الاهتمام بفاعلية بالانترنت مع ظهور الشبكة الدولية للمعلومات (الويب) The World Wide Web في عام ١٩٩٥ (Lymer, 1999, 290) وعلى الرغم من الاختلافات الفنية إلاّ أن الويب أداة أساسية من أدوات الانترنت، وفي معظم الدراسات المشار إليها في هذا البحث يذكر الانترنت والويب، على أن

كل منهما مرادف للآخر، وفي هذا البحث تستخدم كلمة الانترنت للدلالة على أي منهما.

وتعد الانترنت وسيلة اتصال عالمية فريدة في نوعها نظراً لسرعة وسهولة الاتصال وانخفاض تكلفة تداول المعلومات عبر الشبكة، بسبب التطور السريع في التكنولوجيا والبرامج واللغات ذات الصلة بالانترنت، كما أن الانترنت وسيلة اتصال تفاعلية Interactive، وتوفر إمكانيات الوسائط المتعددة Multimedia لعرض المعلومات، الأمر الذي يجعلها تختلف عن كثير من وسائل الاتصال الأخرى، ولكل هذه الأسباب وغيرها تنمو شبكة الانترنت يومياً ويزداد عدد الذين يدخلون عليها عبر العالم بمعدلات عالية، فقد نشرت مجلة Fortune في أكتوبر ١٩٩٩م أن ٢٤ مليون من البيوت الأمريكية التي لديها حاسب شخصي يدخلون على الانترنت، ويجرون نصف مليون عملية تجارية في اليوم، وأن ١٢,٥% من المستثمرين الأمريكيين يتاجرون من خلال الانترنت (FASB,2000, 2)، و أجريت دراسة على ٣٠٠ شركة مسجلة في هيئات سوق المال في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا، وجدت أن ٩٥% من الشركات الأمريكية لها موقع على الانترنت، في حين كانت النسبة في بريطانيا ٨٥%، وفي ألمانيا ٧٦% (Deller, Stubenrath, & Weber, 1999)

وعلى الرغم من أن منظمات الأعمال تستخدم الانترنت بصفة أساسية أداة للإعلان والتجارة الالكترونية E-Commerce، إلاّ أن العديد منها بدأت تدرك أهمية استخدام الانترنت بوصفه قناة توزيع بديلة لمعلوماتها المالية، بدافع خفض تكلفة ووقت نشر وتوزيع المعلومات، والاتصال بمستخدمين للمعلومات غير معروفين من قبل، وتدعيم ممارسات الإفصاح التقليدية، وزيادة كمية البيانات المفصح عنها ونوعيتها، وتحسين فرص الوصول إلى المستثمرين المحتملين. وقد وجدت إحدى الدراسات أن فلسفة وأهداف الشركات من النشر الإلكتروني للمعلومات المالية تتمثل في أنه مكمل للمواد المطبوعة، أو بديل للمواد المطبوعة أو ابتكار أدوات جديدة لعرض وتوصيلها المعلومات (FASB, 2000, 39).

وتعرض الشركات المعلومات المالية غالباً على جزء منفصل بمواقعها يسهل الدخول عليه من خلال صفحة البداية Home Page تحت عنون "علاقات المستثمرين Investor Relations" وقد وجدت دراسة (Deller, Stubenrath, & Weber, 1999) أن ٩١% من الشركات الأمريكية تستخدم الانترنت لأغراض علاقات المستثمرين بالمقارنة بـ ٧٢% في بريطانيا و ٧١% في ألمانيا، وللوقوف على درجة استخدام الانترنت كوسيلة لنشر المعلومات المالية، نستعرض أهم الدراسات السابقة في العديد من الدول.

الدراسات ٧٦٥ السابقة

أجريت العديد من الدراسات على الشركات الكبرى في أمريكا الشمالية وأوروبا منذ عام ١٩٩٦ لتوفير إحصاءات وصفية عن استخدام الانترنت لنشر المعلومات المالية، ويلخص الجدول ١ أهم هذه الدراسات.

الجدول ١
ملخص بالدراسات السابقة

الدراسة	الدولة	عدد الشركات الدراسة	الشركات التي لها مواقع	المواقع التي عليها معلومات مالية	المواقع التي عليها معلومات مالية كاملة	المواقع التي عليها معلومات مالية جزئية
Ptervick & Gillet, 1996	الولايات المتحدة	١٥٠	%٩٦	%٥٤	%٣١	%٢٣
Gray & Debreeceny,1997	الولايات المتحدة	٥٠	%٩٨	%٦٨	%٣٦	%٣٢
Debreceny, Gray,&Barry 1998	الولايات المتحدة	١٠٠	%٩٦	%٧١	%٣٤	%٣٧
Ashbaugh, Johnstone, &Warfied, 1999	الولايات المتحدة	٢٩٠	%٨٧	%٨٦	%٦٠	%٢٦
FASB, 2000.	الولايات المتحدة	١٠٠	%٩٩	%٩٣	%٦٠	%٣٣
Trites,1999	أمريكا الشمالية	٣٧٠	%٧٠	%٥١	%٢٥	%٢٦
Lymer,1997	المملكة المتحدة	٥٠	%٩٢	%٦٨	%٥٣	%١٣
Graven & Marston,1999	المملكة المتحدة	٢٠٦	%٧٤	%٥٣	%٣٢	%٢١
Lymer & Tallbery, 1997	فنلندا	٧٢	%٩٠	%٨٢	%١١	%٧١
Deller, Stubenrath, & Weber, 1999	ألمانيا	٣٠	%٨٧	%٨٣		
Hedlin ,1999	السويد	٦٠	%٩٥	%٨٣		
Debreceny & Gray, 1999	المملكة المتحدة وألمانيا وفرنسا	٥٠	%٨٨	%٧٢		
Lymer&Others,1999	٢٢دولة	٦٦٠	%٨٦	%٦٢	%٣٥	%٢٧

المصدر: من إعداد الباحث وتجميعه (٢٠٠٧)

وكما يتضح من الجدول ١، تشير الدراسات السابقة إلى أن أغلبية الشركات لها مواقع Web Site على الانترنت، وأكثر من نصف هذه الشركات تنشر معلومات مالية كاملة (القوائم الأساسية بالإضافة لتقرير المدقق)، والبعض الآخر ينشر معلومات مالية جزئية، وأن هناك تزايداً مستمراً وسرعة كبيرة في استخدام الانترنت لأغراض نشر التقارير المالية في معظم دول العالم المتقدم التي فيها أسواق نشطة لرأس المال وشبكات اتصال متقدمة، وهذا يدل على أن الشركات تنظر للانترنت على أنها منفذ مهم لنشر تقاريرها.

وتدل الدراسات السابقة كذلك على أن الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية هي التي طبقت هذا مبكراً، وهناك نسبة عالية من الشركات تستخدم الانترنت لأغراض نشر التقارير المالية وغيرها بالمقارنة بالدول الأوروبية، إلا أن هذه الشركات تتباين فيما بينها من حيث طبيعة ومحتوى وطريقة عرض تقاريرها على الانترنت.

ويرى الباحث إن التحسّن المستمر في مقدرة الانترنت والانخفاض الكبير والمستمر في تكلفة إنتاج ونشر المعلومات باستخدام الانترنت، والوصول الدائم والفوري للمعلومات، وعالمية الانترنت، كل ذلك من المتوقع أن يسهم في زيادة نسبة الشركات التي تنشر معلوماتها المالية على الانترنت، ومن المتوقع أيضاً أن يتغير أسلوب تقديم التقرير إلى الأطراف المهتمة من الأنموذج المبني على الورق إلى استخدام الانترنت كقناة أساسية لنشر المعلومات المالية، وإذا كانت هذه هي الحال في دول أمريكا الشمالية وأوروبا، فما هو الوضع في فلسطين؟

نشر المعلومات المالية على الانترنت في فلسطين

لرصد مستوى نشر المعلومات المالية على الانترنت في فلسطين قام الباحث في يوم ١٩ فبراير ٢٠٠٦م بمسح لكل مواقع الشركات المساهمة الكبرى التي تتداول أسهمها في سوق المال (٦٩ شركة) والتي تبلغ ٣٤ موقعاً حتى هذا التاريخ، وتبين للباحث أن هناك ٥ مواقع تحت الإنشاء، ٢٣ موقعاً عليها معلومات تاريخية وترويجية عن الشركة ومنتجاتها، ٦ مواقع عليها معلومات مالية تقع كلها في قطاع البنوك، ويعرض الجدول ٢ أهم خصائص مواقع قطاع البنوك في فلسطين وخصائصها.

الجدول ٢
أهم خصائص مواقع قطاع البنوك في فلسطين وخصائصها

اسم البنك	قوائم مالية	معلومات مالية أخرى	السنة	تقرير المراجعة	الروابط	إمكانية السحب
فلسطين المحدود	نعم	نعم	٢٠٠٦م	نعم	نعم	نعم
العربي المحدود	نعم	نعم	٢٠٠٦	نعم	نعم	نعم
القاهرة عمان	نعم	نعم	٢٠٠٦	نعم	نعم	نعم
الأردن	نعم	نعم	٢٠٠٦	نعم	نعم	نعم
الإسكان	نعم	نعم	٢٠٠٦	نعم	نعم	نعم
الاستثمار	نعم	نعم	٢٠٠٦	نعم	نعم	نعم
الإسلامي الفلسطيني	نعم	نعم	٢٠٠٦	نعم	نعم	نعم
الإسلامي العربي	نعم	نعم	٢٠٠٦	نعم	نعم	نعم

المصدر: نشرة هيئة سوق المال الفلسطيني٢٠٠٧/١/٢٤

ويتضح من الجدول ٢ أن جميع البنوك تعرض القوائم المالية مع تقرير المراجع (معلومات مالية كاملة). وعلى الرغم من سبق قطاع البنوك غيره من القطاعات في استخدام الانترنت لأغراض نشر المعلومات المالية، إلاّ أن درجة استخدام الانترنت لنشر المعلومات المالية في فلسطين تظل أقل منها في دول أمريكا الشمالية وأوروبا، وربما يرجع السبب لحداثة تعميم شبكة الانترنت وللنشاط المتواضع لسوق المال في فلسطين.

وعلى الرغم من النمو السريع في عرض المعلومات المالية على الانترنت، إلاّ أن نمو الطلب على هذه المعلومات يتوقف على مصداقيتها.

ثانياً - مصداقية المعلومات المالية على الانترنت

تعد المعلومات المالية عادلة عندما يفحصها المدقق المستقل، إذ يوفر المدقق رأياً مستقلاً بشأن عدالة الأرقام المفصح عنها بالقوائم المالية وفقا لمبادئ المحاسبة المتعارف عليها، والتي لا يمكن للطرف الثالث التحقق منها بنفسه. ومن وجهة نظر المستفيد تعد المعلومات صادقة عندما يستطيع الاعتماد عليها لفهم الظروف والأحداث الاقتصادية للمنشأة. وتتوقف المصداقية على ثلاث خصائص هي أمانة العرض، والقابلية للتحقق والإثبات، وحدية المعلومات.

ويجب على مهنة المراجعة أن تعترف بحق المجتمع المالي في تحديد مطالبه من مهنة المحاسبة والمراجعة، وبأهمية أن يقوم المراجعون بدراسة هذه المطالب ومحاولة تلبيتها في أطر خطة متكاملة لتطوير الأداء المهني عند المراجعين، كما أن عليهم أن يتحملوا مسؤوليات أكثر لتلبية توقعات المستفيدين من نتائج أعمال المراجعة (عبد الله،٢٠٠٠).

وتعد الملاءمة والمصداقية خاصتين أساسيتين للمعلومات المالية، وعلى الرغم من أن الانترنت أحدثت نقلة نوعية كبيرة في ملاءمة المعلومات المالية من حيث كمية ونوعية ووقتية المعلومات وعرضها بأشكال مختلفة، إلاّ أن تكنولوجيا الانترنت أتاحت العديد من الممارسات التي أثرت على مصداقية المعلومات المالية وإمكانية الاعتماد عليها.

الممارسات التي أثرت على المصداقية

يمكن أن يولد نشر التقارير المالية على الانترنت معلومات مالية تنقصها المصداقية بعدة طرائق نعرض هنا لأهمها:

١. الربط بين المعلومات المالية المدققة والمعلومات غير المدققة

يتميز التقرير السنوي الورقي أن له حدوداً واضحة ومدركة للمعلومات المحاسبية. وعلى الرغم من اختلاف المحتوى المعلوماتي للتقارير الورقية إلاّ أنها مألوفة ومعيارية ويمكن التنبؤ بها (Trites,1999). وعند تسلم المعلومات الورقية يكون هناك شيئاً من التحقق بأن المستفيد حصل على المطلوب كاملاً.

وفي ظل استخدام الانترنت لأغراض التقارير المالية واستخدام الروابط بين محتويات القوائم المالية والمعلومات الأخرى على موقع الشركة ومواقع الشركات الأخرى، ظهرت العديد من المشاكل أهمها عدم وجود حدود للقوائم المالية يقف عندها المستفيد، وبذلك لا يستطيع تحديد حدودها الرسمية ولا الحكم على مصداقية البيانات التي حصل عليها، كذلك صعوبة الوصول إلى ما يريده لكثرة التفاصيل المرتبطة ببعضها البعض. كما أنه من الصعب معرفة بالضبط من أين أتت المعلومات المالية الموجودة على الشاشة، إن النافذة التي تعرض العنوان الحالي سوف توفر دليلاً ما، ومع ذلك لا يعني العنوان الكثير للمستفيد، وقد لا يعطيه مؤشراً على أنه دخل على خادم أو موقع جديد، والنتيجة هي أنه لو نقر المستفيد على رابط أدى به إلى خارج القوائم المالية، فربما لا يدري بذلك، لأن حدود الموقع ليست واضحة، وهذا يؤثر في مصداقية المعلومات التي يراها (Trites,1999, 11-20).

ولأن الموقع في العادة ضخم وغير محدود وأحياناً غامض فإن فحص الموقع يؤدي إلى إحساس مستمر بعدم الاقتناع بأنه قد تم الاطلاع على كل شيء، كما أن المستفيد قد يعتمد على معلومات ظناً منه أنها جزء من القوائم المالية المراجعة في حين أنها في الواقع غير ذلك، أو ربما يفوته الاطلاع على معلومات أساسية لفهم المركز المالي ونتائج العمليات.

إن ربط المعلومات يطرح قضية أخرى هي ما إذا كانت المعلومات المربوطة حديثة وجارية، إذ يصعب على المستفيد الحكم على مدى حداثة المعلومات، وربما يقع المستفيد في خطأ عندما يعتقد أن المعلومات المتقادمة هي مثل المعلومات الأخرى الحديثة التي شاهدها عندما يكون هناك ربط بين موقع حديث وآخر قديم للمعلومات.

وقد وجد تقرير (FASB,2000,20-26) أن ٥٨% من الشركات تعرض قوائمها المالية باستخدام لغة الترميز HTML ، و٢١% تعرض قوائمها باستخدام برنامج Adobe Acrobat، والنسبة الباقية تستخدم معالج الكلمات وصفحات الانتشار. كما تبين أن ٣٦% من القوائم المالية، و ٣٨% من الملاحظات على هذه القوائم تتضمن روابط متفاعلة، و٢٢% من تقارير المراجعة بها روابط للربط بالملاحظات الواردة بتقرير المراجعة.

ووجد (Debreceny & Gray,1999) أن من بين ٣٦ شركة لها تقرير مالي سنوي على الموقع، هناك ١٢ شركة تنشر قوائمها باستخدام HTML، و ٥ شركات تستخدم كلا من ADOBE ، HTML معا، و ١٥ شركة تستخدم Adobe فقط، و٤ شركات يستخدمون التمثيل البياني Scanned Graphic Representation للحسابات المطبوعة. كما وجد أن ١١ من ١٨ تقرير مراجعة يحتوي على توقيع شركة المراجعة، ٧منها بها على الأقل رابطة واحدة من تقرير المراجعة إلى العناصر الأخرى بالقوائم المالية، و٣ يقدمون أكثر من رابطة واحدة، لكن لم يوجد أي رابطة بين تقرير المراجعة وموقع شركة المراجعة.

٢. استخدام الوسائط المتعددة في عرض المعلومات

توفر مهنة المحاسبة مبادئ محاسبية تحدد كيفية المعالجة والوصول إلى لمعلومات المالية والإفصاح عنها، لكن المهنة لم تعط الاهتمام ذاته لتوفير مبادئ ترشد و تحكم كيفية عرض المعلومات المالية، لذلك وجدت الشركات أنها في حل من القيود لتعرض معلوماتها بأشكال وصور مختلفة. فقد اختلفت طريقة العرض من المعلومات الساكنة إلى مواقع الانترنت المفعمة بالصوت والفيديو والتفاعل والخصائص الحركية(Lymr&others,1999,7)، ولم توفر الشركات فقط إمكانية أكبر للدخول للمعلومات التي كانت تعرضها في شكل ورقي، بل استفادت أيضا من التطور التكنولوجي لتوفير المعلومات بالصوت والصورة المتدفقة على مواقعها، وبذلك يمكن للشخص الاستماع ومشاهدة المؤتمرات و الاجتماعات وغيرها مباشرة. وقد وجد تقرير (FASB, 2000, 9) أن ١٠٠% من الشركات التي لها مواقع تستخدم شكلاً ما من الرسوم الساكنة، و ٤٧% من المواقع فيها رسوم متحركة Animated Graphics، ٧% فيها ملفات صوت Sound Files ، ٦% فيها ملفات فيديو Video Files.

إن استخدام الوسائط المتعددة في عرض التقارير المالية يظهر ليس فقط إمكانيات جديدة وكبيرة لعرض المعلومات المفيدة، ولكن أيضاً مماثلة لتشويه الحقيقة، فالرسوم المتحركة يمكن أن تستخدم لتشويه الحقائق وخلق تصورات مقصودة تتعارض مع الرسائل المقصودة بسبب نقص المعايير التي تحدد كيفية العرض (Trites,1999, 56-68).

٣. عرض معلومات مالية غير مدققة

تعرض الكثير من الشركات على مواقعها قوائمها المالية من دون تقرير المدقق، فقد وجد الباحث أن أربعة مصارف في بيئة الأعمال الفلسطينية تعرض قوائمها المالية من دون تقرير المدقق، ووجد (Gray & Debreceny, 1997) من خلال مسح لأكبر خمسين شركة في الولايات المتحدة الأمريكية، أن ٦٨% تنشر تقاريرها المالية السنوية على موقعها، و ٣٦% تضع تقرير المدقق إلى جانب القوائم المالية. ويستنتج من ذلك أن ٣٢% لا توفر تقرير المراجعة مع القوائم المالية. وفي المسح الثاني الذي قام به، (Debreceny & Gray, & Barry 1998) على أكبر مائة شركة أمريكية عام ١٩٩٧م، وجد أن ٧١% منها تنشر تقاريرها المالية السنوية على موقعها، و٣٤% تضم تقرير المدقق، ويستنتج من ذلك أن ٣٧% لا تضم تقرير المدقق لقوائمها المالية. وفي المسح الذي أجري تحت إشراف لجنة لمجلس معايير المحاسبة المالية، (FASB, 2000) على أكبر مائة شركة في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٩٨م، كشف عن أن ٩٣% منها تنشر تقاريرها المالية السنوية على موقعها، و ٦٠% تنشر تقرير المدقق مع التقرير المالي. معنى ذلك أن ٣٣% لا تنشر تقرير المدقق.

ولاشك أن تخصص مكاتب وشركات المراجعة في قطاعات معينة في ظل السوق التنافسية للمراجعة يحقق مزايا عديدة لها مثل خفض تكلفة أداء عمليات المراجعة نتيجة التخصص (حلس،٢٠٠٣).

إن عرض قوائم مالية غير مدققة لا يفيد كثيراً حتى لو أعدها محاسب كفء وخضعت للمراجعة الداخلية، لأن المستفيد ينظر للمراجعة الخارجية على أنها تضفي الثقة والمصداقية على أرقام القوائم المالية، لأسباب عديدة أهمها مستوى الاستقلال التي تتمتع به. وسينتهي المستفيد الى النتيجة نفسها إذا عرضت القوائم المالية المراجعة من دون تقرير المدقق.

٤. عرض معلومات طوعية خارج نطاق القوائم المالية

استجابة للتوصيات التي أعدتها لجنة تقرير Jenkins (AICPA,1994) بأن توفر الشركات معلومات أكثر عن أعمالها ولاسيما المعلومات عن المستقبل مثل الخطط الإدارية والفرص والمخاطر ومقاييس عدم التأكد والمقاييس غير المالية، وقامت العديد من الشركات طوعاً بتقديم البيانات المالية من خلال الانترنت لتشمل المعلومات التي كانت تعد أساساً للمحللين الماليين وجمعيات المستثمرين لتصبح المعلومات متاحة لقطاع عريض من الجمهور. بل ذهبت الشركات لأبعد من ذلك بتقديم معلومات غير مالية ومستقبلية لمساعدة المستفيدين على فهم الحالة الحقيقية لأعمالها، وهو ما يطلق عليه تقارير الأعمال Business Reporting.

وبينما تستمر الشركات في البحث عن طرائق جديدة لتعظيم الاستفادة من القدرات المتاحة على الانترنت، فإنه من المحتمل إتاحة المزيد من المعلومات المالية بأشكال غير مهيكلة Unstructured وغير مجمعة Disaggregated وغير

معيارية والتي تختلف تماماً عن الأشكال المعيارية المألوفة للقوائم المالية، كما أنه من المتوقع زيادة كمية المعلومات المتاحة غير المالية التي تقع خارج نطاق التقارير المالية.

إن مستقبل التقارير المالية على الانترنت لن يقتصر على تقديم المعلومات المالية التقليدية، فمن المحتمل أن يضيف الإفصاح المالي على الانترنت مزايا معينة أكثر من التقارير المالية التقليدية. وقد وجد الباحث من المسح الذي أجراه على بيئة الأعمال الفلسطينية أن ثلاثة بنوك تعرض معلومات مالية أخرى خارج نطاق القوائم المالية.

إن عرض القوائم المالية والمعلومات المالية الأخرى على الانترنت يضيف خطراً يتمثل في أن المعلومات سوف تفرض خارج نطاق القوائم المالية المعدة وفقاً لمبادئ المحاسبة المتعارف عليها، وهذه المعلومات المعدة وفقاً لمبادئ المحاسبة المتعارف عليها (Trites,1999,66) وما دامت هذه المعلومات غير مدققة وغير صادقة فلن تكون ذات فائدة كبيرة للمستفيد.

إن احتواء مواقع الشركات على معلومات كثيرة ترويجية ومعلومات أخرى غير مالية يمكن إن يربك المستفيد، فالمعلومات التي يراها المستفيد قد لا تكون جزءاً من المعلومات المالية الرسمية، وقد لا تكون صادقة أو مدققة أو معدة وفقاً لمبادئ المحاسبة، وقد لايرى المستفيد كل المعلومات المطلوبة أو التي تحقق العرض العادل (أبو طالب،٢٠٠١).

ويمكن لأي شركة أن توفر طوعاً معلومات لم تكن تستطيع توفيرها من قبل، ولكن من الممكن أيضاً أن تكون هذه المعلومات متحيزة للإدارة، وذلك بتجاهلها أي سلبيات عن بعض أمور الشركة (Molerof others,1999, 75)

٥. توفير معلومات جزئية

تنشر بعض الشركات المعلومات المالية على الانترنت من دون إحدى القوائم المالية الأساسية أو الملاحظات المكملة لها، ويؤدي ذلك لتجزئة الحقيقة و عدم عرض المعلومات التي قد تسيء لسمعة الإدارة. وقد وجد (Pteravick & Gillet,1996) أن من بين ١٥٠ شركة، تنشر ٣١% تقارير مالية كاملة، و٢٣% تنشر تقارير مالية جزئية. ووجد (Lymer & Tallbery, 1997) أن من بين ٧٢ شركة، تنشر ١١% تقارير مالية كاملة، و٧١% تنشر تقارير مالية جزئية. ووجد (Craven & Marston,1999) أن ١٠٩ شركات تنشر معلومات مالية على موقعها، منها ٦٧ شركة تنشر تقارير مالية كاملة، و ٤٢ شركة تنشر معلومات جزئية أو ملخصة.

ووجدت دراسة (Trites,1999) أن ٥١% (١٢٩ شركة) تنشر معلومات مالية على موقعها، و أن ٧٤% (٩٥ شركة) منها تنشر معلومات مالية كاملة، في حين تنشر ١٦% (٣٤ شركة) معلومات جزئية. ووجد الباحثون (Ashbeugh,

(Johnstone, & Warfied 1999 أن من بين ٢٩٠ شركة هناك ٨٧% لها موقع على الإنترنت، وتنشر ٧٠% منها معلومات مالية كاملة و٣٠% معلومات جزئية.

ويتناقض نشر معلومات جزئية مع مبادئ المحاسبة المتعارف عليها، لأن هذا قد يحمل تضليلاً للقارئ بأن القوائم المالية التي يراها تتماشى مع مبادئ المحاسبة، في حين أنها غير ذلك، والأخطر من ذلك إذا تم وضع تقرير المراجعة على موقع الزبون مع القوائم المالية غير الكاملة أو التي تفتقد للملاحظات مما يؤدي إلى فقدان مصداقية القوائم المالية، وينعكس ذلك على فقدان المصداقية في بيانات القوائم المالية (لطفي،٢٠٠٤).

٦. التحديث الفوري والاتصال التفاعلي

أحدثت الانترنت تغييراً مهماً في تدفق المعلومات، فأصبحت متاحة مباشرة وفي شكل رقمي Digital Form لتسمح للمستفيدين بالحصول عليها وقراءتها وتفسيرها وتحليلها (Lymr & others, 1999, 18). ونظراً لأن الانترنت وسيلة إلكترونية فإنه يمكن تحديث المعلومات عليه في أي وقت بحيث توفر معلومات وقتية. والآن تسمح تكنولوجيا المعلومات للشركات بالتقرير عن المعلومات على أساس وقتي Timely Manner وتوفيرها بشكل أكثر تكرارية لكل المهتمين (FASB, 2000, 2).

وتتيح الانترنت للمستفيدين إمكانية الدخول إلى المعلومات بأسلوب معقول وفعال، وتحميل Download وتخزين المعلومات للرجوع إليها في المستقبل أو معالجتها باستخدام نماذج خاصة. وبذلك وفرت الانترنت بيئة تفاعلية يمكن للمستفيد النهائي من خلالها إعداد مخرجاته بالأسلوب الذي يناسب نماذج قراراته.

وأصبح الاتصال التفاعلي بين الانترنت وقواعد البيانات المحاسبية حقيقة راسخة، وقد تنبأت العديد من المنظمات المهنية بأن مستخدم المعلومات سوف يتفاعل مباشرةً مع قواعد البيانات المحاسبية للشركات، والمشاكل المتعلقة بهذه الوسيلة هو سرية البيانات وإمكانية تغييرها من جانب المستفيد (Lymr & others, 1999).

ومع زيادة وقتية المعلومات، فإن هناك احتمالاً لنقص المصداقية، لأن هذه المعلومات التي تقدم بشكل فوري لا تخضع للتدقيق من طرف محايد ولا يتوفر دليل للتأكد من صحتها، وإذا تم تحديث القوائم المالية المراجعة فقد يعتمد المستفيد عليها ظناً منه أن المعلومات الحديثة يغطيها تقرير المدقق (Gothorpef Amat 1999,358).

٧. التزييف والغش

من الصعب تغيير تقرير المراجعة أو توقيع شركة التدقيق عندما يكون ضمن القوائم المالية المطبوعة، إذ يظهر تقرير المراجعة بالشكل نفسه وفقاً لمعايير التدقيق لكل المستفيدين، ولكن عند نشر القوائم المالية على الانترنت قد يقوم الزبون بإعادة

عرض القوائم المالية وتقرير المراجعة على موقعه وتزويدهما بالروابط منهما وإليهما بعيداً عن رقابة المدقق، ولتحقيق أغراض لا يقصدها المدقق وعلى خلاف ما تقضي به معايير المحاسبة والتدقيق المتعارف عليها، الأمر الذي قد يهدر الثقة في مصداقية القوائم المالية وتقرير المراجعة لاحتمال التغيير والتضليل الذي قد يرتكبه الزبون، مما يزيد فجوة التوقعات بين المجتمع المالي ومدققي الحسابات والمستثمرين (جربوع،٢٠٠٤).

ويمكن أن تؤدي إجراءات أمن المعلومات غير الملائمة إلى تحويل المعلومات المالية الموثوق بها إلى معلومات مالية غير موثوق بها. إذ من الممكن تغيير صياغة ملف على الانترنت من دون معرفة من الفاعل أو الملف الذي أصابه التغيير، وبمجرد أن يتاح للمستفيد الدخول على نظم الكمبيوتر التي يوجد عليها الموقع، فإنه يستطيع بمهارة متواضعة تغيير الملفات بدقة من دون ترك أي أثر لذلك (Dabreceny & Grey, 1999)، وما نسمعه ونشاهده من اختراق وتدمير لبعض المواقع المهمة للمنشآت المالية مثل بنك الرياض في المملكة العربية السعودية والبنك المركزي بجمهورية مصر العربية (صحيفة الأخبار، مصر، عدد الخميس ٨ فبراير ٢٠٠١) لدليل على إن نقص الأمن على الانترنت يشكل عقبة في استخدامها في مجال الأعمال خاصة التجارة الالكترونية.

ولقد زادت التكنولوجيا المتاحة من إمكانية التلاعب في القوائم المالية المراجعة المنشورة على الانترنت ومن الممكن أيضاً إجراء مسح Scan لتوقيع المدقق وتقريره المرفق بالقوائم المالية ووضعه لشركة أخرى أو تغيير تقرير المراجعة ذاته.

ويمكن أن تقوم شركات بإعداد تقرير مراجعة وهمي يشتمل على توقيع مزيف لشركة مراجعة حقيقية أو وهمية (Stevens, Michael G, 1999).

وتوجد بعض المواقع المزيفة على الانترنت والتي تؤسس بغرض الغش التجاري الالكتروني ولتشويه عرض القوائم المالية (Trites,1999,20)، ونشر معلومات مضللة عن الأداء المالي والتشغيلي للشركة.

وقد فرضت هذه الممارسات تحديات على كل من المحاسب وواضعي المعايير والمستفيد وشركات البرامج على حد سواء تتطلب تقديم حلول مبتكرة لمثل هذه المشاكل، وإلا تخلفت مهنة المحاسبة عن مسايرة خطى التغيير والتطور.

الحلول المستخدمة والمقترحة

إن التغلب على مشاكل مصداقية المعلومات على الانترنت يقع جانب كبير منه على التكنولوجيا، إلاّ أن التكلفة تظل قيداً على الحلول التكنولوجية التي يمكن أن تحسن من مصداقية المعلومات المالية على الانترنت. ونعرض هنا لأهم الحلول المستخدمة والمقترحة للتغلب على الممارسات التي تحد من المصداقية.

١. وضع علامات الكترونية تخبر المستفيد عند الانتقال خارج نطاق القوائم المالية وكذلك عند الانتقال من المعلومات المدققة إلى غير المدققة، إلاّ أن ذلك قد

لايكون أمراً سهلاً بسبب تكلفة البرمجة والصيانة لهذه العلامات. وقد وجدت دراسة مجلس معايير المحاسبة المالية بالولايات المتحدة الأمريكية (FASB,2000,23) أن ٣١% من المواقع تستخدم أطراً ملونة لمساعدة المستفيد على معرفة ما إذا كان داخل أو خارج التقرير السنوي، و٢٣% تستخدم خلفية ملونة، و٤% تستخدم صناديق محاورة لتنبيه المستفيد.

٢. وجود توثيق على الموقع يصف المعلومات وكيفية تحديثها، وهذا المدخل يمتاز بتوفير معلومات لإخبار المستفيد، إلا أن ذلك قد يؤدي إلى زيادة حجم المعلومات بأكثر مما ينبغي، فضلاً عن أن هذه المعلومات قد لا تكون حديثة أو دقيقة.

٣. تضمين أدوات بحث فعالة بمواقع الشركات مثل البرامج الذكية Intelligent Agent، إذ توفر هذه البرامج وسائل يمكن للمستفيد البحث بها عن المعلومات الملائمة ضمن المجلدات الضخمة للمعلومات على الانترنت. كذلك المساعدة في تصنيف وتحديد أولوياته (Baldwin & Williams, 1999).

٤. استخدام الوسائل الرقابية التكنولوجية للتغلب على أمن المعلومات وحماية تقرير المراجعة مثل استخدام شركة المراجعة التوقيع الرقمي Digital Signature والعلامة المائية Watermark (Stevens, Michael G,1999).

٥. تقييم مصداقية الموقع إذ يقوم محاسب قانوني كل ثلاثة شهور بتقييم الموقع للتحقق من الالتزام بمعايير الممارسة الجيدة للأعمال (مصداقية الويب)، فإذا كانت النتيجة إيجابية يصدر تقريراً بذلك ويمنح الموقع ختم "مصداقية الويب"، ويمكن للزبون النقر على هذا الختم ليرى التقرير ومعايير مصداقية الويب (Trites, 1999, 38)، لكن لا يعني مصداقية الويب التحقق من أمانة ودقة البيانات على الموقع.

٦. أن يظهر تقرير المراجعة على موقع شركة المراجعة أو أن يكون هناك ربط بين تقرير المراجعة بموقع الزبون وموقع شركة المراجعة ليسيطر ويراقب المدقق على شكل تقريره ومحتواه (Dabreceny & Grey, 1999).

ويضيف الباحث إلى الحلول السابقة الآتي:

١. يجب أن ينص خطاب التعاقد بين المدقق والزبون على ما إذا كان العميل ينوي نشر التقارير المالية على الانترنت، وتحديد عناوين المواقع التي سيتم النشر عليها ليسهل على المدقق متابعة ومراقبة أي تعديلات قد تتعارض مع رأي المدقق.

٢. يجب أن يؤسس مجلس إدارة الشركة لجنة للتقرير عن أنشطة وأمن المعلومات بموقع الشركة على الانترنت، فضلاً عن تضمين موقع الانترنت ضمن اهتمام المراجعة الداخلية.

٣. في حالة نشر معلومات جزئية أو غير مدققة يجب التنصل منها ببيان حالتها وليكن بختمها بعبارة "هذه معلومات جزئية غير مدققة".

٤. إصدار المعايير ووضع الإرشادات التي تحدد كيفية عرض المعلومات المالية باستخدام الوسائط المتعددة، ومتى وأين تستخدم الروابط المتفاعلة، وكيفية التحقق من المعلومات الفورية والتقارير المستمرة.

ثالثاً - حدود المدقق ومسؤوليته

إن أحد أهم خصائص الأنموذج التقليدي للتقارير المالية هو اتسامه بقدر كبير من التحديد إذ يشمل الأنموذج القوائم المالية والتي لها شكل ومحتوى مفهوم وواضح، ويشمل الأنموذج أيضاً محتويات أخرى – إذا لم تكن محددة بشدة – فهي مفهومة ويسهل التعرف عليها، ومن ثم كانت مسؤولية المدقق محددة، وإذ يطلب من المدقق مراجعة القوائم المالية المعدة وفقاً لمبادئ المحاسبة والتي تتخذ أساساً للحكم على عدالة هذه القوائم. ومع التحولات في بيئة التقرير الجديدة لم يعد هناك وزن يذكر للقوائم المالية، إذ ظهرت تقارير أكثر أهمية للمستفيد تحمل إليه بيانات أولية أو معلومات مالية أقل تلخيصاً وتحديداً، وربما لا تعد حسب مبادئ المحاسبة المقبولة، وهو ما أصبح يطلق عليه التقارير الموجهة للمستفيد (Trites, 1999, 56) User – Designed Reports، كذلك من السهل التعرف على تقرير المراجعة المرفق بالقوائم المالية الورقية، إذ يأخذ تقرير المراجعة شكلاً ولغة متشابهة عند عرض آراء المراجعة. ولكن في بيئة التقرير الجديدة واجه المدقق تحديات جديدة لعرض ونشر تقرير المراجعة وأنشطة المراجعة ذات الصلة بتقرير المراجعة، وبدلاً من أن يكون تقرير المراجعة عنصراً خاضعاً للرقابة الشديدة على مستند طبيعي ومحدد أصبح تقرير المراجعة جزءاً من المعلومات المنشورة على الانترنت (Dabreceny & Grey, 1999). ويناقش الباحث مسؤولية المدقق في ظل بيئة التقرير الجديدة.

١. المسؤولية عن سلامة وأمن المعلومات على الانترنت

تعتبر إدارة الشركة مسؤولة عن سلامة وأمن موقعها على الانترنت ومحتوياته من المعلومات المالية وغير المالية، من هنا يجب أن تصمم وسائل رقابية فعالة لتحقيق أمانة ومصداقية وحداثة معلوماتها على الانترنت، كما يجب أن تطبق الإدارة مقاييس للتحقق من أن مواقع الانترنت تتفق مع معايير الممارسة الجيدة للأعمال، وأن تعطي الاهتمام لوضع معايير للتحقق من جودة المعلومات على الانترنت.

وقد وجدت دراسة (Ashbaugh Johnstone & Warfield, 1999) أن ٣٥% من الشركات توفر تأكيدات بأن محتويات مواقعها دقيقة، وتعطي التأكيدات عن طريق الامتناع عن إبداء الرأي Disclaimers وتسجل حقوق النشر Copyrights والمراجعة بوساطة المسؤولين عن الويب Web Masters أو بوساطة جهة مهنية Regulatory Agency.

ويرى الباحث عدم مسؤولية المدقق في حالة تأسيس مواقع مزيفة بغرض الغش التجاري والإلكتروني، وفي حالة اختراق موقع الشركة للعبث بمحتوياته،

وفي حالة تشويه عرض القوائم المالية باستخدام الوسائط المتعددة التي يوفرها الانترنت، وفي حالة نشر معلومات جزئية غير مراجعة عن الأداء المالي والتشغيلي للشركة.

٢. المسؤولية عن القوائم المالية المراجعة وتقرير المراجعة

أجرى معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPA عام ١٩٩٨م استقصاء على أعضائه لمعرفة ما إذا كان المدقق مسؤولاً عن التقارير المالية المنشورة إلكترونياً، وأفاد ٣٢% من الأعضاء أن المدقق يجب أن يتحمل مسؤولية إضافية عن المعلومات المالية المدققة المنشورة على موقع الزبون، في حين يرى ٨٨% أن المدقق مسؤولاً إذا علم أن المعلومات المالية المراجعة وتقرير المراجعة على موقع الزبون تعرضا للتغيير أو التنقيح. ويرى ٨٥% بأن المدقق لا يتحمل مسؤولية عن الروابط بين القوائم المالية المراجعة والمستندات الأخرى أو المواقع الأخرى (Dabreceny & Grey, 1999).

ويرى الباحث أن على المدقق أن يتحقق من أن القوائم المالية المراجعة وتقرير المراجعة المنشورين على موقع الزبون لم يتغيروا ومطابقين للنسخ التي أقرها وعلى أسس مستمرة. وفي حالة قيام الزبون بإعادة صياغة القوائم المالية وتقرير المدقق مع إضافة الروابط المتفاعلة، على المدقق أن يتحقق من أن ذلك لم يغير من الرسالة التي يقصدها، وأن الزبون يستخدم الوسائل التكنولوجية المناسبة لتنبيه المستفيد في حالة الانتقال خارج القوائم المالية المراجعة. ولكن هذا الرأي قد يكلف الزبون المزيد من الأتعاب، ويضيف أعباء ومسؤوليات أكبر على المدقق بسبب الحاجة للمراقبة المستمرة على موقع الزبون، ناهيك عن أن المدقق لا يملك السلطة الفعلية على موقع الزبون. وقد يكون البديل هو نشر شركة التدقيق نسخة من القوائم المالية المراجعة وتقرير المراجعة على موقعها مع الربط بتقرير المراجعة الظاهر على موقع الزبون.

وتخصص مكاتب وشركات المراجعة في الأداء المهني في صناعات معينة أو قطاعات معينة في ظل السوق التنافسية للمراجعة تحقق مزايا لها مثل خفض تكلفة أداء عمليات المراجعة نتيجة للتخصص، وكذلك رفع مستوى جودة الأداء لعمليات المراجعة، وكذلك فإن التخصص يتيح لمكاتب وشركات المراجعة زيادة عدد الزبائن وزيادة الأرباح مع توضيح الاختلافات في مستويات الجودة بين أداء المراجعين ترجع إلى التخصص المهني في صناعة العميل، وأنه يجب التركيز على التخصص في صناعة عميل المراجعة بوصفه عاملاً مؤثراً في الجودة وتحديد الأتعاب ومسؤولية التقاضي ضد المراجعين (النعامي، ٢٠٠٧).

كما يجب على المدقق أخذ التعهدات المناسبة على العميل بعدم إساءة استخدام تقرير المراجعة، في حالة نشره على الانترنت، بوضعه مع معلومات مالية جزئية أو غير مراجعة.

٣. المسؤولية عن المعلومات التي تقع خارج نطاق القوائم المالية

تتطلب المعايير المهنية الحالية من المدقق الوفاء بمسؤوليات معينة بشأن المعلومات الأخرى التي تقع خارج نطاق القوائم المالية الأساسية، وهذه المسؤوليات تتوقف على طبيعة المعلومات، فقد تكون معلومات تكميلية ملزمة Required Supplementary Information، وقد تكون معلومات اختيارية يتم الإفصاح عنها Voluntary Information. ونظرا لعدم وجود معايير فلسطينية تتعلق بالمعلومات المنشورة على الانترنت، فإن الباحث يقصر دراسته على المعايير الأمريكية والبريطانية.

وتعد المعلومات التكميلية جزءاً أساسياً من التقرير المالي للمنشآت التي تحددها المنظمات المهنية FASB, GASB، وعلى الرغم من أن هذه المعلومات لايجب أن تخضع للمراجعة بوصفها ليست جزءاً من القوائم المالية الأساسية إلا أن نشرة معايير المراجعة "SAS52"Required Supplementary Information (Balley, Larry 10-18) تتطلب تطبيق إجراءات محدودة معينة Certain Limited Procedures وهي:

- التأكد من أن المنظمات المهنية FASB, GASB تطلب من المنشأة الإفصاح عن المعلومات التكميلية.
- الاستفسار من الإدارة بشأن طرائق إعداد هذه المعلومات.
- تحديد مدى اتساق هذه المعلومات مع المعلومات المالية المراجعة والمعلومات الأخرى التي حصل عليها المدقق.

أما المعلومات الاختيارية التي تفصح عنها المنشآت، فإن الأصل أن المدقق ليس مسؤولاً عن مراجعة هذه المعلومات، ولكن عليه أن يطبق بشأنها معايير مهنية معينة، حيث يطبق المدقق إرشادات نشرة معايير التدقيق SAS_8"Other Information in Documents Containing Audited Financial Statements" عندما تعرض هذه المعلومات مع القوائم المالية في مستند أعده العميل، في حين يطبق المراجع إرشادات نشرة معايير المراجعة SAS_29"Reporting on Information Accompanying the Basic Financial Statements in Auditor-Submitted Documents" عندما تعرض هذه المعلومات مع القوائم المالية في مستند خضع لفحص المدقق Auditor-Submitted Documents.

وتنص نشرة معايير التدقيق SAS_8 على أن المدقق ليس مطالباً بمراجعة المعلومات الأخرى، إلا أنه يجب أن يقرأها ليحدد ما إذا كانت هناك حالات عدم اتساق جوهري، أو أخطاء جوهرية تخالف الواقع بالمقارنة مع المعلومات المالية المراجعة.

وعلى الرغم من صعوبة الحكم على المعلومات الأخرى لأن معظم هذه المعلومات غير محاسبية وبعيدة عن تخصص أو خبرة المدقق إلا أن النشرة SAS_8 تذكر أن على المدقق أن يستخدم حكمه الشخصي وتقديره المهني، وإشعار

العميل كتابة عن الأخطاء الجوهرية بالمعلومات الأخرى وطلب المشورة القانونية بشأن الخطوات الأخرى واجبة الإتباع (Balley, Larry11-43).

وتتطلب نشرة معايير التدقيق SAS-29 أن يقرر المدقق عن المعلومات الأخرى التي حوتها المستندات التي خضعت لفحصه، ويجب أن يحدد التقرير بوضوح هذه المعلومات ويذكر أنها ليست جزءاً من القوائم المالية الأساسية، وأنها معروضة بوصفها بيانات إضافية للمستفيد، ويجب الإشارة إلى أن هذه المعلومات عادلة في علاقتها بالقوائم المالية الأساسية أو التحفظ في تقريره إذا استنتج أنها مضللة، أو الامتناع عن إبداء الرأي عنها في حالة عدم القدرة على فحصها (Balley, Larry11-49).

ولا يلزم المعيار UK APBS 160 "Other Information in Documents Containing Audited Financial Statements" بالمملكة المتحدة المدقق بإبداء الرأي عن المعلومات الأخرى التي يتضمنها التقرير السنوي المتضمن للقوائم المالية المدققة، ولكن إذا وجد المدقق أي تضليل أو حالات عدم اتساق مع المعلومات المدققة يجب أن يعمل على إزالتها، لأن مصداقية القوائم المالية وتقرير المراجعة ربما تنخفض بوجود مثل هذه الحالات (Dabreceny & Grey, 1999)

ولكن التفسير الصادر في مارس ١٩٩٧ لنشرة معاير المراجعة SAS_8 يذكر أن الموقع على الانترنت ليس مستنداً بالمعنى المذكور في هذه النشرة، لذلك لا يطلب من المدقق قراءة المعلومات الأخرى على الموقع الإلكتروني أو تأمل اتساقها مع المستندات الأصلية (Stevens, 1999).

يتضح مما سبق أن المعايير الحالية تحمل المدقق مسؤولية محدودة عن مصداقية المعلومات التي تقع خارج نطاق القوائم المالية في ظل بيئة التقرير المعتمدة على الورق بقراءتها – وليس تدقيقها – ليحدد ما إذا كانت متوافقة مع المعلومات المدققة، ولكن لا تحمل الإرشادات الحالية المدقق شكلاً ما من المسؤولية في حالة نشر المعلومات الأخرى على الإنترنت.

ويرى الباحث أنه يجب تطبيق المعايير والإرشادات الحالية على بيئة التقرير المعتمدة على الإنترنت إلى أن تطور المهنة معايير خاصة بنشر المعلومات المالية على الإنترنت. كما يرى أن الموقف المهني الحالي ولاسيما التفسير الأخير لنشرة معاير التدقيق SAS-8، يتعارض مع اعتقاد ورغبة المستفيدين بأن المدقق يتحمل شيئاً من المسؤولية عن سلامة المعلومات على الموقع. ويدل على ذلك الاستقصاء الذي أجراه معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي AICPA عام ١٩٩٨م السابق الإشارة إليه، حيث تبين أن ١٢% يوافقون على أن المدقق مسؤولاً عن تحديد ما إذا كانت المعلومات الأخرى على الموقع تتسق مع القوائم المالية المراجعة.

كما يرى الباحث أنه يجب على المهنة أن تتفاعل مع المتغيرات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وأن توسع نطاق خدمات التدقيق لتشمل أنواع من المعلومات لم تخضع للمراجعة حالياً، ولو تطلب ذلك الحاجة لظهور مفاهيم أخرى بخلاف التدقيق Audit والفحص Review، لتلبية توقعات المستفيدين، إذ كشف

المسح الذي أجرته لجنة Jankins (AICPA,1999) أن ٥٧% من المستجوبين يـــروا أن على المدقق أن يقدم مستوى معيناً من التحقق بشأن الإفصاح عـــن المعلومـــات المستقبلية Forward – looking Information، في حين يرى ٥٢% أن المدقق يجب أن يقدم مستوى معيناً من التحقق بشأن معلومات الأعمال غير المالية التي تفـــصح عنها الإدارة، وبناءً على ذلك أوصت اللجنة أن تستعد مهنة التدقيق للارتباط بكـــل أنواع المعلومات الواردة في تقارير الأعمال إلى الحـــد الـــذي يـــراه المـــستفيدون والشركات ضرورياً.

والواقع أن مواقع الشركات على الإنترنت تـــضم حاليـــاً كمـــاً هـــائلاً مـــن المعلومات المحاسبية وغيـــر المحاســـبية، التاريخيـــة والمـــستقبلية، الموضـــوعية والشخصية، مما يشكل صعوبة كبيرة للتحقق من هذه المعلومات. وفي هذا الـــصدد يرى الباحث أن المدقق يحتاج لشيئين للحكم على مصداقية المعلومات على الإنترنت هما: أدلة موضوعية للتحقق من صحة المعلومات ومعايير للحكم على مـــصداقيتها لتشمل كل المعلومات التي يتوافر لها هذان الشرطان بغض النظر عن كونها ناتجة من النظام المحاسبي أم لا. أما إذا كانت المعلومات غير قابلة للفحص الموضوعي لفقدان أحد الشرطين أو كلاهما مثل الكثير من المعلومات الشخصية التـــي تعتمـــد بالكامل على معتقدات وتنبؤات الإدارة، فإنه يمكن تقديم مستوى أقل من التحقق عن ذلك المستوى الذي يقدم بالنسبة للمعلومات القابلة للتحقق موضوعياً. وهذا يتطلـــب تطوير معايير جديدة واكتساب مهارات جديدة لفحص مثل هذه المعلومـــات. ولغـــة تقرير جديدة تعكس مستوى التحقق ومقدار المسؤولية التي يتحملها المدقق.

٤. المسؤولية عن التحديث الفوري للقوائم المالية

يتيح الإنترنت كأي وسيلة إلكترونية إمكانية التحديث الفوري للمعلومات، لكن من غير العملي التحديث الفوري للمعلومات المحاسبية على أساس الوقت الحقيقـــي Real Time ، لأن المحاسبة بها تقديرات وتسويات تحتاج لفتـــرة زمنيـــة مناســـبة لمعالجتها، وإذا كان بالإمكان تحديث القوائم المالية باستمرار فإنـــه يجـــب تحديـــد النقطة التي تنتهي عندها مسؤولية المدقق.

وفي ظل بيئة التقرير الورقية فإن مسؤولية المدقق تنتهي عند تاريخ تقرير المراجعة. وفي ظل بيئة التقرير المعتمدة على الإنترنت فإن نشرة معايير التـــدقيق UK_APBS 150"Subsequent Events" بالمملكة المتحدة توجب أن يراقب المدقق موقع الزبون حتى تاريخ تقرير المراجعة، وأيضاً يجب أن يتخذ المدقق الإجـــراء المناسب عندما يرى أي شيء على الموقع يمكن أن يؤثر على القوائم المالية المدققة حتى تاريخ تقرير المراجعة. وهناك اتجاه لجعل المـــدقق مـــسؤولاً حتـــى انعقـــاد الاجتماع السنوي للجمعية العمومية، إذ قسم المعيار UK APBS 150"Subsequent Events بالمملكة المتحدة الأحداث إلى ثلاثة، الأولى تلك التي تقع من انتهاء المـــدة المالية إلى تاريخ تقرير المراجعة، والثانية من تاريخ إصدار تقرير المراجعة إلـــى

نشر القوائم المالية، والثالثة من إصدار القوائم المالية حتى الاجتماع السنوي (Debreceny & Gray,1999).

ويميل الباحث الى توسيع مسؤولية المدقق في ظل بيئة التقرير الجديدة، بأن يقدم المدقق تقريراً آخر يؤكد فيه عدم إجراء أي تغيير على القوائم المالية المدققة حتى تاريخ انعقاد الجمعية العمومية لحضور المدقق في العادة هذه الاجتماعات، ولأن المساهم في العادة يدخل على موقع الشركة للإطلاع على القوائم المالية قبل وقت قصير من الاجتماع السنوي للجمعية العمومية، ولإدارة النقاش على أساس معلومات حديثة وصادقة. ويتوقع الباحث أن تتطلب بيئة التقرير المعتمدة على الإنترنت الحاجة لخدمات المراجعة المستمرة وإصدار تقارير مراجعة على فترات متقاربة بسبب السرعة التي تتسم بها بيئة الأعمال وحاجتها لمعلومات فورية موثوق بها.

رابعاً - الخلاصة والتوصيات

مع ظهور الويب The World Wide Web ولغة الترميز Hypertext Markup Language (HTML) وما توفره من الروابط المتفاعلة Hyperlinks، أخذت الشركات، وبخطى سريعة، في بناء مواقعها ونشر تقاريرها المالية على الإنترنت باستخدام هذه اللغة، وصاحب ذلك ظهور العديد من المشاكل الخاصة بمصداقية وأمن المعلومات المالية على الإنترنت، لذلك استهدف البحث دراسة مصداقية البيانات المالية على الإنترنت وبيان حدود مسؤولية المدقق.

وتم تحقيق هدف البحث من خلال ثلاثة أجزاء رئيسة، في الجزء الأول حاول الباحث بيان إلى أي حد تستخدم الإنترنت وسيلة لنشر المعلومات السابقة منذ عام ١٩٩٦م التي توفر إحصاءات وصفية عن استخدام الإنترنت لنشر المعلومات المالية في أمريكا الشمالية وأوروبا، وتؤكد هذه الدراسات أن هناك تزايداً مستمراً وسرعة كبيرة في استخدام الإنترنت لأغراض نشر التقارير المالية وغيرها من المعلومات غير المالية في معظم دول العالم ومنها فلسطين، وهذا يدل على أن الشركات تنظر للإنترنت على أنها منفذ مهم لنشر تقاريرها، إلاّ أن الشركات في فلسطين تتباين فيما بينها من حيث طبيعة ومحتوى وطريقة عرض تقاريرها المالية على الإنترنت. ومن خلال المسح الذي أجراه الباحث لمواقع لشركات المساهمة الفلسطينية التي تتداول أسهما في سوق المال، تبين أن قطاع البنوك فقط ينشر معلومات مالية، إلاّ أن مستوى نشر المعلومات المالية في فلسطين يظل أقل منه في دول أمريكا الشمالية وأوروبا.

وفي الجزء الثاني حاول الباحث بيان أهم الممارسات التي تحد من مصداقية المعلومات المالية على الإنترنت، وعرض الحلول للتغلب عليها. وتمثلت أهم الممارسات في:

- الربط بين المعلومات المالية المراجعة وغير المراجعة مما قد يؤدي لاعتماد المستفيد على معلومات ظناً منه أنها خضعت للتدقيق في الوقت الذي لا تكون كذلك.
- استخدام الوسائط المتعددة في عرض المعلومات مما وفر إمكانية كبيرة لتشويه الحقيقة وخلق تصورات مقصودة تتعارض مع الرسائل المقصودة بسبب نقص المعايير التي تحدد كيفية العرض للقوائم المالية في فلسطين.
- عرض معلومات مالية غير مدققة تفتقر للمصداقية حتى لو أعدها محاسب كفء وخضعت للمراجعة الداخلية، لأن المراجعة الخارجية تضفي الثقة والمصداقية على أرقام القوائم المالية.
- عرض معلومات اختيارية خارج نطاق القوائم المالية المعدة وفقاً لمبادئ المحاسبة المتعارف عليها، مما قد يضلل المستفيد، وفي الغالب تكون هذه المعلومات غير صادقة ومتحيزة للإدارة.
- توفير معلومات مالية جزئية من دون عرض القوائم المالية الأساسية أو الملاحظات المكملة لها، مما قد يضلل القارئ بأن القوائم المالية التي يراها تتماشى مع مبادئ المحاسبة المتعارف عليها في حين أنها غير ذلك.
- التحديث الفوري والاتصال التفاعلي. فإذا تم تحديث القوائم المالية المراجعة فقد يعتمد المستفيد عليها ظناً منه أن المعلومات الحديثة يغطيها تقرير المدقق، كما يسبب الاتصال التفاعلي مشاكل تتعلق بسرية المعلومات وإمكانية تغييرها.
- التزييف والغش بالعديد من الطرائق أهمها التغيير المتعمد في القوائم المالية المدققة وتقرير المراجعة، وتأسيس مواقع مزيفة بغرض الغش التجاري، واختراق وتدمير بعض المواقع.

ومن بين الحلول للتغلب على هذه الممارسات، وضع علامات إلكترونية تخبر المستفيد عند الانتقال خارج القوائم المالية، ووجود توثيق على الموقع يصف المعلومات وكيفية تحديثها، واستخدام الوسائل الرقابية المناسبة، وتقييم مصداقية الموقع بمعرفة جهة مهنية، وإصدار المعايير ووضع الإرشادات التي تحدد كيفية عرض المعومات المالية باستخدام الوسائط المتعددة، ومتى وأين تستخدم الروابط المتفاعلة، وكيفية التحقق من المعلومات الفورية والتقارير المستمرة.

وفي الجزء الثالث حاول الباحث تحديد مسؤولية المدقق تجاه المعلومات المنشورة على الإنترنت، وقد استنتج عدم مسؤولية المدقق عن سلامة وأمن موقع الزبون على الإنترنت، في حين يعد المدقق مسؤولاً عن التحقق من القوائم المالية المدققة وتقرير المراجعة المنشورين على موقع الزبون قد تم عرضها من دون تغيير ومطابقين للنسخ التي أقرها وعلى أسس مستمرة، كما يجب أن تمتد مسؤولية المدقق لتشمل المعلومات التي تقع خارج نطاق القوائم المالية سواء كانت مالية أو غير مالية حتى لو تطلب الأمر طرح مفاهيم أخرى للتصديق بخلاف التدقيق والفحص، كما يجب أن تمتد مسؤولية المدقق عن التحديث الفوري للقوائم المالية إلى تاريخ انعقاد الجمعية العمومية.

وفي ضوء ما سبق يوصي الباحث (على مستوى فلسطين) بما يأتي:

١. الاعتراف بالانترنت وسيلة رسمية لنشر التقارير المالية، لأنه في المستقبل القريب قد لا توزع التقارير المالية على الورق خاصة في سوق المال الفلسطيني.
٢. يجب أن تقبل المهنة المزيد من المسؤوليات وتوسع نطاق التقرير ليشمل المعلومات غير المحاسبية القابلة للفحص الموضوعي، وأن تطور مفاهيم تصديق أخرى غير التدقيق والفحص تناسب وتلبي الطلب على خدمات التصديق في ظل بيئة التقرير المعتمدة على الانترنت مما ينهض بالاقتصاد الفلسطيني ويدعمه.
٣. يجب إعادة النظر في الكيفية التي تؤدي بها أعمال التدقيق في فلسطين، لأنه من غير العملي في ظل بيئة التقرير الجديدة أن تستمر أعمال التدقيق ثلاثة أشهر أو أكثر بعد انتهاء الفترة المالية، لذلك يجب تأهيل المدققين على كيفية تدقيق الأرقام الحية Live Numbers، وإصدار تقارير مراجعة حركية تساير التحديث الفوري للمعلومات، على وفق لغة تقرير جديدة تعكس مستوى التحقق ومقدار المسؤولية التي يتحملها المدقق.
٤. إعداد دليل للسلوك المهني ومعايير تفصيلية على مستوى فلسطين توضح كيفية عرض التقارير المالية على الانترنت مع مراعاة عدم تقييدها للقدرة على استخدام التكنولوجيا الجديدة في العرض والإفصاح، ونظراً لعالمية الانترنت فإن لجنة معايير المحاسبة الدولية هي الجهة المناسبة لوضع المعايير بالاشتراك مع شركات البرامج والهيئات المهنية المحلية وغيرها.
٥. يجب إعادة النظر في مفاهيم وإطار التقارير المالية الحالية في فلسطين لتسمح بالمرونة والحركية لتلبية رغبات المستفيدين من البيانات الخام أو المعلومات الأقل تلخيصاً وتحديداً، كما يجب توسيع نطاق التقارير المالية لتشمل المعلومات غير المالية والمستقبلية.
٦. توجيه البحث العلمي المحاسبي نحو فهم ومعالجة أثر الانترنت على مهنة المحاسبة والتدقيق نظراً للنمو السريع في نشر التقارير المالية على الانترنت، وذلك يقع على عاتق جمعية المحاسبين والمراجعين الفلسطينية وجمعية مدققي الحسابات الفلسطينية وأقسام المحاسبة في الجامعات والمعاهد الفلسطينية.

المراجع

أولاً - المراجع باللغة العربية

١. جربوع، يوسف محمود، ٢٠٠٤، "فجوة التوقعات بين المجتمع المالي ومراجعي الحسابات القانونيين وطرق معالجة تضييق هذه الفجوة"، مجلة الجامعة الإسلامية -سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد ١١، العدد ٢، غزة، فلسطين.

٢. حلس، سالم عبد الله، ٢٠٠٣، "العوامل المؤثرة في تحديد أتعاب المراجعة في فلسطين"، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد ١١، العدد ٢، غزة، فلسطين.

٣. طالب، يحيى محمد، ٢٠٠١،"المعايير المحاسبية في ضوء نظرية المحاسبة"، بدون ناشر، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

٤. عبد الله، خالد أمين، ٢٠٠٠، "العقود غير النظامية والغش والخطأ، تدقيق الحسابات من الوجهة النظرية والعلمية"، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

٥. لطفي، أمين السيد، ٢٠٠٤، "مسئوليات وإجراءات المراجع في التقرير عن الغش والممارسات المحاسبية الخاطئة"، دار المكتبات الكبرى، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

٦. النعامي، علي سليمان، ٢٠٠٧، "مجالات مساهمة التخصص المهني للمراجع الخارجي في جودة وإدارة عملية المراجعة"، مجلة جامعة الأزهر -الدراسات الإنسانية، المجلد ٤، العدد ١، غزة، فلسطين.

ثانياً - المراجع باللغة الأجنبية

1. AICPA. "Improving Business Reporting-A Customer Focus (a.k.a. The Jenkins Report)."1999, available At (ttp://www.aicpa.org)12/15/2000.
2. Ashbaugh, H., K., Johnstone & T. Warfield. "Corporate Reporting on the Internet." Accounting Horizons, September1999.
3. Baldwin, A.A. & S. Williams. "The Future of Intelligent Internet Agents in European Financial Reporting. "The European Accounting Review, Vol.8, No. 2. 1999.
4. Bally, Larry P. "Miller GAAS GUIDE." Harcourt Brace & company, 1998.
5. Craven, B.M. & C.l. Marston. "Financial Repoting on the Internet By Leading UK Companies. "The European Accounting Review, Vol.8, No.2,1999.
6. Debreceny, R.,G.Gray, & T.Barry. "Accounting Information in A Networked World – Resource Discovery, Processing And Analysis. "Paper Presented At A.A.A Annual Meeting, New Orleans, 1998.
7. Deller, D., M. Stubenrath & C. Weber. "A Survey on The Use of the Internet for Investor Relations In The USA, The UK And Germany. "The European Accounting Review, Vol.8,No.2,1999.
8. FASB."BRRP Electronic Distribution of Business Reporting Information."2000. available At (ttp://www.fasb.org)1/18/2001.
9. Gowthorpe, C. & O. Amat. "External Reporting of Accounting And Financial Information Via the Internet in Spain." The European Accounting Review, Vol.8,No. 2,1999.
10. Gray, G., & R. Debreceny. "Corporate Reporting on the Internet."Paper Presented at the Asia – Pacific Conference on the International Accounting Issues, Bangkok, Nov. 1997.
11. Hedlin, P. "the Internet as A Vehicle for Investor Relations: The Swedish." The European Accounting Review, Vol.. 8,No.2,1999.
12. Hussey, R,J. Guliford & A. Lymer, "UK Corporate Financial communications on the Internet. "Deliotte Touche Tohmatsu, 1999.

13. Lymer, A. "The Use of the Internet in Company Reporting." Paper Presented At the British Accounting association Annual Conference Birminghem, 1997.
14. Lymer, A, & A.Talberg. "Corporate Reporting and The Internet." Paper presented at the 20th Annual Congress of the European Accounting Association, Graz, Austria, April 1997.
15. Lymer, A. & others."Business Reporting on the Internet" IASC, November 1999.
16. Lymer, A. "the Internet and the Future of Corporate Reporting in Europe." The European Accounting Review, Vol.8, NO, 2, 1999.
17. Molero, L., M. Prado, & F. Sevillano. "the Presentation of Financial Statement through the Internet." Paper presented at the 22nd Annual Congress of the European Accounting Association, Bordeaux, France, 1999.
18. Peravick, S. & J. W. Gillet. "Distributing Earnings Reports on the Internet." Management Accounting Vol.80, No. 4,1998.
19. Peravick, S. & J. W. Gillet. "Financial Reporting on the World Wide Web." Management Accounting, Jul.1996.
20. Stvens, Michael G. "Financial Information is Flooding the Internet." The Practical Accounting Feb.1999.
21. Trites, Gerald D. "the Impact of technology on Financail and Business Reporting." CICA, 1999.