

الفصل السادس

نظام المحاسبة النظرية

في ظل عمليات التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية وآثارها.

مفهوم التجارة الإلكترونية :

التجارة الإلكترونية كمفهوم، هي إدارة الأنشطة التجارية وتنفيذ العمليات المتعلقة بالسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية المشابهة. وبشكل عام تعرّف بأنها أنشطة تلبي احتياجات المستهلك في المكان والتوقيت المناسبين وبالسعر المناسب ، ومن ثم فإن التجارة الإلكترونية هي ذلك النوع من التجارة الذي يتم باستخدام وسيط إلكتروني سواء داخل الحدود السياسية لدولة ما أو خارجها بصرف النظر عن نوعية السلعة محل التجارة أو مدى مشروعيتها أو القانون الذي تخضع له ، وتستخدم فيها وسائل دفع وتعاقد إلكترونية.

ويختلف مفهوم التجارة الإلكترونية عن مفهوم الأعمال الإلكترونية ، فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاقاً وأشمل من التجارة الإلكترونية ، فهي تقوم على فكرة الأداء الإلكتروني في العلاقة بين إطارين من العمل وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية ، ولا تتعلق فقط بعلاقة المورد بالعميل بل تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها وإلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه ، في حين أن التجارة الإلكترونية نشاط تجاري يهتم بتعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية ضمن بيئة

تقنية خاصة به ، وأن التجارة الإلكترونية هي مجرد وجه رئيسي من أوجه الأعمال الإلكترونية مثل : التسويق الإلكتروني ، المصارف الإلكترونية ، التوريد الإلكتروني ، وما إلى ذلك من أنشطة الأعمال الإلكترونية . وبالتالي فإن علاقة الأعمال الإلكترونية بالتجارة الإلكترونية هي علاقة الكل بالجزء والعام بالخاص والتكنولوجيا المتكاملة وتطبيقاتها.

وهناك العديد من التعريفات التي يحاول كل منها أن يصف ويحدد طبيعة هذه التجارة وما يتعلق بها من ممارسات، ويرجع ذلك إلى تنوع واختلاف تطبيقات التجارة الإلكترونية. ونستعرض فيما يلي نماذج من هذه التعريفات:

- عرّفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية"¹.
- عرّفت التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي بأنها: "مبادلة مال بمال على وجه مشروع بالوسائل الإلكترونية الحديثة"².
- التجارة الإلكترونية: "هي استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في عقد صفقات تجارية سواء داخل الدولة أو بين عدة دول مختلفة"³.

1 عبد الوهاب، أكرم، التجارة الإلكترونية، مكتبة ابن سينا، القاهرة 2004، ص 10.
2 أبو مصطفى، سليمان، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، إشراف الدكتور ماهر الحولي، الجامعة الإسلامية، غزة، عام 2005.
3 عبد العظيم ، حمدي ، " التجارة الإلكترونية" أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، القاهرة 2001 ، ص 9.

- **التجارة الإلكترونية:** مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات اتصال ومن ضمنها شبكة الإنترنت.
- **التجارة الإلكترونية هي:** استخدام التقنيات الحديثة في المعلومات والاتصالات؛ من أجل إبرام الصفقات وعقد المبادلات التجارية؛ من أجل تطوير التجارة العالمية وتنمية المبادلات¹.
- **في عالم الاتصالات تُعرف التجارة الإلكترونية بأنها:** وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الاتصالات أو عبر أي وسيلة تقنية أخرى.
- **من وجهة نظر الأعمال التجارية فهي:** عملية تطبيق التقنية من أجل سرعة وتلقائية المعاملات التجارية.
- **في مجال الخدمات تعرف التجارة الإلكترونية بأنها :** أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على سرعة إيصال الخدمة.
- **التجارة الإلكترونية:** "هي تنفيذ عمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات من خلال شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى"².

1 الزبيدي ، وليد ، "التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت - الموقف القانوني" دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004، ص 11.

2 كتانه، خيرى مصطفى " التجارة الإلكترونية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، طبعة أولى، عمان، 2009، ص 51.

- **التجارة الإلكترونية :** "هي تمازج كل من التكنولوجيا والبنية التحتية والمقايضة والسلع ، وتعتبر عن عملية يتم من خلالها توظيف الصناعة لإستنباط تطبيقات عملية ومنتجين ومستخدمين وتبادل معلومات ونشاطات اقتصادية وتوظيفها من خلال عملية تكاملية في سوق عالمي يسمى الشبكة العنكبوتية أو سوق الإنترنت"¹.
 - **التجارة الإلكترونية:** عبارة عن أداء العملية التجارية بين شركاء تجاريين، وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا معلومات متطورة من أجل رفع كفاءة وفاعلية الأداء.
 - **التجارة الإلكترونية:** هي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المنتجين والمستهلكين أو بين مؤسسات الأعمال بعضهم بعضاً، وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
 - **التجارة الإلكترونية:** عبارة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات من أجل إيجاد روابط فعّالة بين مؤسسات الأعمال في العمليات التجارية.
 - **" التجارة الإلكترونية: "**هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات باستخدام الوسائل الإلكترونية"².
- ونرى أن التعريف الأنسب للتجارة الإلكترونية هو أنها: عملية تسويق وتوزيع وتبادل المنتجات والسلع والخدمات من خلال سوق إلكتروني عالمي.

1 الخريجي، عبد الله بن علي، " التجارة الإلكترونية الآفاق والأبعاد " ، مكتبة الرشد للنشر، طبعة أولى، الرياض ، 2003، ص1.

2 حماد، طارق عبد العال ، " التجارة الإلكترونية" الدار الجامعية، الإسكندرية 2009، ص 7.

أهداف التجارة الإلكترونية :

- تهدف التجارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي¹:
- زيادة نطاق السوق وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع والخدمات والمعلومات.
 - زيادة معدلات الوصول إلى العملاء وبناء علاقات قوية فيما بينهم.
 - تخفيض وتقليل تكاليف الإنتاج والتسويق والتوزيع.
 - تحقيق السرعة والكفاءة في أداء الأعمال.
 - البحث عن عملاء جدد والوصول إليهم وترغيبهم في الشراء.
 - القيام بعمليات التسويق والبيع والشراء عبر الإنترنت.
 - تحسين الخدمات المقدّمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة.

أهمية التجارة الإلكترونية :

تتبع أهمية التجارة الإلكترونية من أهمية الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والتي يمكن من خلالها تحقيق معدلات أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها في ظل التجارة التقليدية. وتتمثل أهمية التجارة الإلكترونية في الآتي:

- **انخفاض التكلفة:** حيث كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدًا في السابق؛ لأن الإعلان عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والصحف، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الإنترنت وبتكلفة ضئيلة جدًا.
- **تجاوز حدود الدولة :** حيث كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق ، وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبّد تكاليف كبيرة وغير مضمونة العائد ، أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن

1 كتنانه، خيري مصطفى " التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق، ص 57.

اطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر خاصة أن شبكة الإنترنت دخلت جميع الدول.

- **التحرر من القيود:** ففي السابق كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص معين، والخضوع لقوانين عديدة، وتحمل تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل آخرين في الدولة الأجنبية؛ حتى تتمكن من بيع منتجاتها. أما الآن لا تحتاج الشركة لأي من تلك الإجراءات.

- **الوجود الواسع:** من خلال تواجد التجارة الإلكترونية في كل مكان وفي كل الأوقات، فالتجارة التقليدية بحاجة إلى سوق ملموس يستطيع المتعامل الذهاب إليه للشراء. أما التجارة الإلكترونية فإنها لا تحتاج إلى سوق ملموس، ويستطيع المتعامل من خلالها الدخول إلى هذا السوق غير الملموس في أي وقتٍ ومن أي مكان.

- **التداول العالمي:** حيث تُمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها في تخطي حدود الدول والوصول إلى أي مكان بالعالم ودون تكلفة تذكر، على العكس من التجارة التقليدية التي يقتصر التعامل بها محلياً ويصعب على المتعاملين زيارة الأسواق العالمية للتسوق.

ونرى أن ما يؤكد أهمية التجارة الإلكترونية المزايا التي تتمتع بها وتتميز بها عن التجارة التقليدية ، حيث يمكن تلخيص هذه المزايا في جملة واحدة وهي: " يمكن للتجارة الإلكترونية زيادة المبيعات وخفض التكلفة"¹. وسوف يتم استعراض تلك المزايا بالتفصيل لاحقاً ؛ نظراً لأهميتها.

1 حماد، طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ص 27.

أنواع التجارة الإلكترونية :

تتم عملية التبادل التجاري الإلكتروني ما بين أربعة أطراف هي: الأفراد، والمؤسسات، والشركات بمختلف أنواعها وأحجامها، والأجهزة المنظمة أو الإدارات الحكومية المختلفة. ويتم تقسيم التعامل التجاري الإلكتروني ما بين هذه الأطراف إلى أربعة أنواع رئيسية على النحو الآتي¹:

- التجارة بين مجموعات قطاع الأعمال التجارية وبعضها أي من شركة إلى شركة، ويعد هذا النوع أكثر الأطراف تعاملًا بالتجارة الإلكترونية.
- التجارة بين مجموعات قطاع الأعمال التجارية والأفراد أي من شركة إلى عميل وتشمل التسوق على الخط.
- التجارة بين مجموعات قطاع الأعمال التجارية والحكومية أي من شركة إلى حكومة وتشمل المشتريات الحكومية الإلكترونية.
- التجارة بين قطاع الحكومة والأفراد وتشمل الخدمات والبرامج الحكومية على الخط.

ونرى أنه مع التطور السريع في صناعة الاتصالات وتقنية المعلومات وتطور مفاهيم التسويق ونمو عمليات التجارة الإلكترونية وانتشارها سوف يكون هناك إمكانية لظهور أنواع جديدة من التجارة الإلكترونية بخلاف الأنواع القائمة حاليًا.

1 كنانة، خيرى مصطفى " التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق، ص 55 - 56.

أثر التجارة الإلكترونية على بيئة الأعمال.

أحدثت التجارة الإلكترونية تغيرات في بيئة الأعمال التي يعمل بها كل من المحاسب والمُدقّق. ويمكن تلخيص هذه التغيرات فيما يلي¹:

1. **هيكلية المنشأة.** لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تغييراً جذرياً على هيكلية المنشأة وجعلتها ذات طابع تكنولوجي بالكامل. ففي السابق كانت تتم عمليات المنشأة بشكل تقليدي دون النظر إلى عامل الوقت كما هو الآن حيث تتم عملية الشراء في لحظة. ولمواكبة السرعة الكبيرة كان لا بد أن تشمل هيكلية المنشأة الآليات الكفيلة التي تمكنها من ملاحقة العملية والتأكّد منها وتنفيذها.

2. **موقع الأعمال.** تعد هذه النقطة من أهم وأخطر التغيرات التي حدثت في ظل التجارة الإلكترونية ، ففي النظام التقليدي كانت الأعمال تتم في أماكن وأسواق محددة وعند حدوث أي خطأ أو أية مشكلة كان من السهل تداركها . أما الآن وبواسطة التكنولوجيا العالية يستطيع أي شخص من أي مكان إتمام الجزء الأكبر من الصفقة ، وفي كثير من الأحيان تكون عملية تعقب العملية والشخص صعبة للغاية وخصوصاً إن لم تكتشف المشكلة أو التلاعب في لحظة انتهاء العملية.

3. **قنوات التوزيع.** في السابق كانت قنوات توزيع منتج الشركة محددة ومعروفة بشكل واضح وغير معقد مما يمكن الشركة من تحديد مصدر العملية والتعامل. أما في ظل التجارة الإلكترونية وتعدد أنواعها أصبحت

1 القشي ، ظاهر، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية ، أطروحة دكتوراه محكمة بإشراف د. نعيم دهمش، جامعة عمان العربية للدراسات العليا ، عام 2003.

قنوات التوزيع عديدة ومتشابكة ومعقدة، وفي حالة حدوث أي خطأ قد ينقضي وقت كبير قبل إمكانية تحديد قناة التوزيع التي حدث فيها الخطأ.

4. **تعدد أشكال وسائط البيع.** وهي تختلف عن قنوات التوزيع حيث كانت في السابق وسائط البيع عبارة عن أشخاص مؤهلين لذلك ، لكن في ظل التجارة الإلكترونية أصبحت وسائط البيع عبارة عن برامج محوسبة وبأشكال متعددة منها الصوتية والمرئية وأنظمة كثيرة تقوم بعمليات البيع المبنية على برمجيات تم إعدادها مسبقاً والمشكلة تكمن بأن جميع هذه البرمجيات لا تملك الحس البشري ويمكن التلاعب بها.

5. **العلاقة مع الشركاء والعملاء.** وهذه تعد من النقاط الهامة ، ففي الأسلوب التقليدي كانت العلاقة مع الشركاء والعملاء علاقة مباشرة لكن الآن أصبحت العلاقة ذات طابع تكنولوجي رقمي وفي أغلب الأحيان العلاقة الشخصية معدومة ، وبالتالي أصبح التعامل أشبه بالشكل ذي الطابع الوهمي مع أنه حقيقة واقعة ولكن هذه الحقيقة قد يتم التلاعب بها بشكل لا يمكن تصوره.

6. **الاعتراف بالإيراد.** في التجارة التقليدية يتم الاعتراف بالإيراد وفقاً لشروط محددة وتحقق الإيراد يمكن الجزم به في كثير من الأحيان ، وكانت نقطة البيع مرتكزاً لا يمكن تجاوزه إلا في بعض الحالات المحددة ، ولكن في عمليات التجارة الإلكترونية وفي ظل غياب الأمان والتوثيق وإمكانية اختراق الشركة من قبل الآخرين جعل عملية تحقق الإيراد عملية مشكوك فيها وذلك وفقاً لما يلي:

- يُعترف بالإيراد محاسبياً عند إتمام عملية إثباته في السجلات المحاسبية والتعبير عنه بالقوائم المالية وذلك متى توافر شرطان أساسيان فيه هما¹:
 - تمام عملية الاكتساب أو الاقتراب منها بدرجة معقولة.
 - الانتهاء من عملية المبادلة التجارية.
- وفي ظل عمليات التجارة الإلكترونية فإن هناك صعوبة في تحقق هذين الشرطين ؛ نظراً لأن عملية الدفع غير آمنة ، بالإضافة إلى أن عملية المبادلة التجارية قد تتعرض للتلاعب ؛ نظراً لأنها تتم من خلال طرق غير تقليدية مثل الشحن ، وبالتالي عدم وصول السلعة للمشتري.
- الإيراد المتولد عبر قنوات التجارة الإلكترونية لا يتماشى مع بعض شروط الاعتراف بالإيراد الحالية الواردة بمعيار المحاسبة الدولي الثامن عشر ، حيث أفادت الفقرة رقم (18) من هذا المعيار أنه يُعترف بالإيراد فقط إذا كان من المتوقع أن تحصل المنشأة على المنافع الاقتصادية المرتبطة بالعملية ، وهذا الشرط يجعل الاعتراف بالإيراد عند نقطة البيع أمراً مستحيلاً ؛ لأن عملية الدفع ضمن آلية التجارة الإلكترونية غير آمنة.
- في حالة الاعتراف بالإيراد عن وصول النقد بدلاً من نقطة البيع هناك مشكلة أيضاً حيث يمكن التلاعب في عملية التحويل وبالتالي عدم وصول النقد.
- أفاد معيار المحاسبة الدولي رقم 18 ضمن الفقرة رقم (14) أنه يتعين الاعتراف بالإيراد الناتج عن بيع السلع عند توافر كافة الشروط الآتية:

1 الحياىلى، وليد، " نظرية المحاسبة" منشورات الأكاديمية العربية بالدمنرك، كوبنهاغن 2007، ص184-185.

- تحويل المنشأة معظم المخاطر والعوائد المتعلقة بالملكية إلى المشتري.
 - ألا تحتفظ المنشأة بأي دور إداري بالطريقة التي عادة ما تتواجد في حالة الملكية، أو أي رقابة فعلية على السلع المباعة.
 - إمكانية قياس مقدار الإيراد بطريقة موثوق بها.
 - من المتوقع حصول المنشأة على المنافع الاقتصادية المرتبطة بالعملية.
 - إمكانية قياس التكاليف التي ترتبت؛ نتيجة للعملية أو سوف تترتب عليها بدرجة موثوق بها.
- وفى آلية التجارة الإلكترونية نجد أن المشتري قد يكون وهمياً وفي حالة التلاعب سيتحمل المخاطرة البائع وليس المشتري حيث لم يتم تحويل معظم المخاطر والعوائد إلى المشتري.
7. آلية التسديد. في ظل التجارة الإلكترونية ظهرت آلية تسديد جديدة لم تكن موجودة سابقاً وهي التسديد عبر شبكة الإنترنت. وتختلف هذه الآلية عن آلية التسديد عبر شبكات البنوك الإلكترونية ، فالبنوك تستخدم شبكات خاصة بها عبر نظم الاتصالات وهي شبكات محمية وغير متاحة للجمهور ، لكن التسديد عبر شبكة الإنترنت محفوف بمخاطر كبيرة وعديدة وخصوصاً عندما يتمكن قراصنة الإنترنت من استخدام حسابات غيرهم بتسديد مشترياتهم ، وفي هذه الحالة يصبح من المستحيل إلغاء العملية ويكون الخاسر الأول والأخير كل من الشركة البائعة والشخص الذي تم اختراق حسابه.
8. احتساب ودفع الضرائب.

يمكن حصر أهم مشكلات فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية في التالي¹.

• **المشكلة الأولى: الإعفاء أم الإخضاع.**

تتجه بعض الآراء إلى إعفاء صفقات التجارة الإلكترونية من الضريبة لمدة معينة لتشجيع المنشآت على الدخول في عمليات التجارة الإلكترونية وكذلك تلافى الازدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرض ضرائب على عمليات التجارة الإلكترونية.

كما تتجه بعض الآراء إلى فرض ضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية أسوة بالتجارة التقليدية لعدم الإخلال بمبدأ العدالة وهو أحد المبادئ الأساسية لفرض الضرائب أو الإعفاء منها.

ونرى أنه يجب فرض ضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية لتحقيق مبدأ العدالة الضريبية ومن ثم تكون عملية مقارنة البيانات للشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية مع نظيرتها التي تمارس عمليات التجارة التقليدية وفي ذات النشاط مقارنة عادلة وموضوعية.

• **المشكلة الثانية: تحديد أساس فرض الضريبة.**

يثور حول فرض الضرائب على الدخل على صفقات التجارة الإلكترونية الكثير من الجدل الذي ينصب على المبدأ الذي تفرض على أساسه هذه الضرائب ويوجد مبدآن لفرض الضريبة هما:

- مبدأ الإقليمية ويعنى فرض الضريبة على جميع الأشخاص المواطنين والأجانب على الدخل الذي يتحقق من مصادر داخل الدولة.

¹ حماد، طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ص 689 - ص 696.

- مبدأ عالمية الإيراد ويعنى فرض الضريبة على دخول المواطنين أو الأجانب المقيمين التي تتحقق من مصادر داخل الدولة أو خارجها.

ونرى أن تطبيق مبدأ عالمية الإيراد أقرب إلى تحقيق مبدأ العدالة الضريبية حيث أن مبدأ الإقليمية يعنى تطبيق الضريبة على الدخل الذي يتحقق داخل دولة معينة وبالتالي يكون هناك تفاوت في معدلات الضريبة المطبقة من دولة إلى أخرى ومن ثم اختلاف الضرائب المستحقة على الشركات التي تمارس نشاطا متشابها ولكن من خلال دول مختلفة.

• المشكلة الثالثة: كيفية تقسيم الدخل الخاضع للضريبة.

يمتد نشاط المنشأة التي تمارس عمليات التجارة الإلكترونية إلى دول أخرى وتحقق تبعا لذلك أرباحا ترجع إلى أكثر من دولة مما يخلق تنازعا ما بين الدولة المتواجدة فيها المنشأة الدائمة والدول التي حققت أرباحا من مزاوله النشاط فيها على الحق في فرض ضرائب على هذه الأرباح.

وهناك نظريتان في الفقه الضريبي لتحديد مقدار الأرباح أو الدخل الذي يمكن أن ينسب إلى منشأة دائمة في دولة ما وبالتالي يكون لهذه الدولة الحق في فرض ضريبة على هذه الأرباح أو الدخل وهما كالتالي:

- النظرية الأولى هي قوة جذب المنشأة وتقوم على أن الدولة التي توجد فيها المنشأة الدائمة تعتبر هي مصدر الدخل الذي يتحقق منها سواء كانت عناصر هذا الدخل قد تحققت داخل هذه الدولة أو خارجها.

- النظرية الثانية هي ارتباط الربح بنشاط المنشأة وتقوم على أن الدولة المتواجدة فيها المنشأة الدائمة لها الحق في أن تفرض الضرائب على

عناصر الدخل التي يكون مصدرها هذا البلد أو التي يمكن ردها لنشاط المنشأة الموجودة في تلك الدولة.

ويُثار التساؤل عن كيفية تحديد حصة كل دولة من الدخل الذي تحققه المنشأة التي تعمل في التجارة الإلكترونية على نطاق عالمي بحيث يكون لكل دولة فرضا ضريبيا على الجزء من الدخل الذي تحقق من مصادر ترجع إليها وبما يضمن عدم تعرض هذه المنشأة لإزدواج ضريبي.

• المشكلة الرابعة: صعوبة الحصر والإعداد والفحص الضريبي.

يتم الجزء الأساسي من صفقة التجارة الإلكترونية باستخدام البريد الإلكتروني وموقع الويب ووسائل الدفع الإلكترونية ويؤدي ذلك إلى صعوبات كثيرة من أهمها:

- صعوبة الحصر والإعداد الضريبي خاصة للصفقات التي تتم في دول مختلفة وبدون وسطاء.
- معرفة هوية الممول والقدرة على إخفاء أو تغيير البيانات الإلكترونية وقدرة الفاحص على فحص السجلات الإلكترونية.
- ونرى ضرورة تأهيل فاحصي الضرائب تقنيا لكي يكون لديهم القدرة على فحص السجلات الإلكترونية وحصر الصفقات الإلكترونية من خلال الوسائل المختلفة.

مزايا ومعوقات التجارة الإلكترونية.

أولا: مزايا التجارة الإلكترونية.

يتم تبويب أهم مزايا التجارة الإلكترونية في ثلاث مجموعات رئيسية كالآتي:

1. مزايا التجارة الإلكترونية على المستوى القومي.

- التجارة الإلكترونية تعد من المداخل الرئيسية للشركات لزيادة حجمها في التسوق ومن ثم زيادة المزايا التنافسية لها، وهذا بدوره يزيد الصادرات؛

- نظراً لما تحقّقه التجارة الإلكترونية من سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية إضافة إلى السرعة في عقد وإنهاء الصفقات.
- مكّنت التجارة الإلكترونية من تسويق السلع والخدمات عالمياً بإلغائها للحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية ، وتحول العالم بذلك إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري ، وهذا الإسقاط للأبعاد الجغرافية في التعاملات التجارية يساعد في زيادة خبرات المستهلكين والمنتجين ؛ نظراً لأنه بإمكان أي مستهلك في أقصى شرق العالم الاستفادة من خدمة الاتصالات التي تقدّمها شركات معينة بأقصى غربه عبر الشبكة الإلكترونية دون قيود.
 - تساهم التجارة الإلكترونية في تنشيط المشاريع الصغيرة والمتوسطة إذ تمثل هذه المشروعات محور التنمية الاقتصادية لكنها تعاني من نقص الموارد للوصول إلى الأسواق العالمية ، فالتجارة الإلكترونية توفر إمكانية المشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية وكفاءة بما تقدّمه من تخفيض لتكاليف التسويق وترويج وتوفير في الزمان والمكان المطلوبين لأداء المعاملات.
2. مزايا التجارة الإلكترونية على مستوى الشركات 1:
- السرعة: حيث يتم إنشاء موقع، ثم الإعلان عن هذا الموقع، ثم شراء المنتجات وعرضها، ثم إتمام عمليات البيع دون الحاجة لعقارات وديكورات وخلافه.

1 حماد، طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ص 770، 769.

- **توسيع نطاق البحث:** حيث يستطيع العميل التجول عبر الإنترنت في مواقع كثيرة حول العالم، والتعرف على المنتجات والخصائص والأسعار وطريقة الشراء.
- **إمكانية عمل برنامج تسويقي ناجح:** وذلك من خلال التسويق والبيع عبر الإنترنت دون توقف، وبالتالي الوصول إلى أكبر عدد من العملاء بسهولة.
- **تخفيض التكلفة:** فعملية إنشاء موقع إلكتروني أقل تكلفة من إنشاء المواقع الفعلية التقليدية كما يتم الإعلان عن البضائع بموجب رسائل إلكترونية وبالتالي يتم تخفيض تكاليف الإعلان.
- **التواصل المستمر مع جميع العاملين.** حيث الغى الإنترنت المسافات بين الأطراف المتعاملة وتخطى الحدود الجغرافية وساعد على التواصل المستمر بين العملاء والشركاء.
- **أداه تسويقية فعّالة.** حيث يعتبر الإنترنت وسيلة متميزة للوصول إلى أسواق العالم في وقت واحد وبأقل تكلفة.
- **التعامل بالتجارة الإلكترونية يحقق خفض التكلفة وتنمية الأرباح.**
- **الحصول على المعلومات الخاصة بالأسواق أو الأسعار أو الشركاء المحتملين أو المنافسين بسرعة وبدقة كبيرة.**
- 3. **مزايا التجارة الإلكترونية على مستوى الأفراد:**
 - **خدمة مستمرة.** حيث تعمل الأسواق والمتاجر الإلكترونية بشكل مستمر ويمكن للعميل الدخول إلى هذه الأسواق من أي مكان وفي أي وقت دون مشقة النزول والذهاب إلى المتاجر.

1 حماد، طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ص 771.

- **سهولة إجراء المقارنات وحرية الاختيار.** حيث يستطيع المستهلك إجراء المقارنات بين السلع والأسعار والجودة والخصائص في مختلف أنحاء المتاجر حول العالم وكذلك حرية الاختيار بما يحقق مستوى الجودة المناسب والسعر المناسب.

- **انخفاض أسعار المنتجات.** حيث تؤدي المنافسة بين المتاجر حول العالم إلى عدم المبالغة في الأسعار وكذلك تخفيض التكلفة نتيجة عدم وجود وسطاء بالإضافة إلى تخفيض التكاليف الثابتة وتكاليف الإعلانات.

- **تحقيق رضا العملاء.** حيث تؤدي التجارة الإلكترونية إلى إحداث التفاعل بين العملاء والشركات وإتاحة المجال أمام العميل للحصول على كافة المعلومات عن السلع وخصائصها وأسعارها بالدخول على المواقع المختلفة.

ونرى أنه نظرا لما تتمتع به التجارة الإلكترونية من مزايا تتميز بها عن التجارة التقليدية سواء على المستوى القومي أو مستوى الشركات أو مستوى الأفراد فإن الأمر يستحق تكثيف البحث والدراسة سواء من الجمعيات المهنية أو المراكز الأكاديمية للتغلب على المشكلات التي تواجه تطبيق عمليات التجارة الإلكترونية وإيجاد حلول مناسبة لها تساعد في نمو عمليات التجارة الإلكترونية والاستفادة بمزاياها.

ثانياً: معوقات التجارة الإلكترونية.

على الرغم مما تحققه التجارة الإلكترونية من مزايا عديدة على النحو السابق ذكره فإن هناك معوقات تقف في طريق التوسع فيها بالصورة التي تجعلها البديل الحديث للتجارة التقليدية ، ومن هذه المعوقات ما يرجع إلى

طبيعة هذا النوع من التجارة ، ومنها ما يرجع إلى الظروف المحيطة بها .
وتتمثل هذه المعوقات فيما يلي:

- ارتفاع معدل المخاطرة في التجارة الإلكترونية؛ نتيجة لضعف الثقة في التعامل بهذه الطريقة؛ نظراً لسهولة التلاعب في المعاملات التي تتم وفقاً لها.

- عدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد.

- صعوبة التعامل في كثير من الأحيان ؛ نتيجة لتعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها الدول المختلفة في هذا الشأن.

- الخوف من اختراق المواقع التجارية من جانب قرصنة الإنترنت وهو ما يحدث الآن بشكل واسع.

- تأثير التجارب السلبية لبعض عمليات النصب من جانب الشركات أو حتى من جانب بعض المستهلكين على الشبكة.

- القصور في تطبيق قواعد حماية الملكية الفكرية في العديد من التشريعات.

- عدم وجود تشريعات متكاملة تنظم عمليات التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من إجراءات.

- التعارض بين تشريعات الدول في هذا الشأن مما يتعارض مع طبيعة هذا النوع من التجارة.

- الأمية المعلوماتية عند كثير من التجارة والمستهلكين أو ضعف معلوماتهم عن الشبكة العالمية وفوائدها.

- عدم توافر المواصفات القياسية التي يجب أن تلتزم بها التجارة الإلكترونية¹.

- مشكلات توزيع المنتج من صعوبة شحن بعض المنتجات، أو وجود قيود على دخول بعض المنتجات إلى دول معينة².

- شدة المنافسة، حيث شجعت سهولة الانضمام إلى السوق الإلكترونية على اشتداد حدة المنافسة بين الشركات لجذب انتباه مستخدمي الإنترنت.

نظم الدفع والسداد للتجارة الإلكترونية.

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح هناك احتياج كبير لنوعية جديدة من الخدمات المصرفية غير التقليدية تتجاوز نمط الخدمات التقليدية ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد. ونتيجة للنمو السريع لتكنولوجيا الاتصالات جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة مختصرة الزمان والمكان.

ويقصد بالدفع الإلكتروني : أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع والتي تتمثل في الآتي³:

1. **النقود البلاستيكية:** وتتمثل في البطاقات البلاستيكية المغناطيسية: كالكارت

الشخصي أو الفيزا أو الماستر... إلخ . ومن أمثلة تلك النقود ما يلي:

- **بطاقات الدفع:** وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة للعميل .

1 عبد الوهاب، أكرم، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 51.

2 عبد الوهاب، أكرم، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 52.

3 الصيرفي، محمد، التجارة الإلكترونية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، طبعة أولى، الإسكندرية،

2009، ص 210 - ص 215.

وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الجهد والوقت للعملاء، بالإضافة إلى أنها مصدر إيراد للبنك المصدر لها.

- **البطاقات الائتمانية:** وهي أشهر وسيلة تستخدم في التجارة الإلكترونية وتصدرها البنوك للعملاء بالتعاون مع شركات الدفع الدولية ، ويتم استخدامها كأداة وفاء وائتمان ، ويتم سداد قيمتها لاحقاً حيث يمكن للعميل إما تسديد إجمالي المبلغ أو تسديد الحد الأدنى من إجمالي المبلغ ، وبالتالي احتساب نسبة فائدة على الرصيد القائم المتبقي حسب الاتفاقية مع البنك المصدر .

2. **النقود الإلكترونية:** وتمثل صورة متطورة من النقود والتي يترتب عليها استخدام الطرق الإلكترونية الحديثة ، وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على جهاز الكمبيوتر الخاص بالعمل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية ، ويمكن للعمل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل .

ونرى أن من أهم المشكلات التي تترتب على استخدام النقود الإلكترونية في عمليات التجارة الإلكترونية هي عدم وجود معيار أو آلية للقياس المحاسبي لهذه النقود ؛ فهي تعد نمطا جديدا وغير ملموسة ومختلفة عن النقود التقليدية والتي لا تتطلب معالجتها أية مشاكل في القياس .

التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية.

من المقومات الأساسية لزرع الثقة والأمان لدى المتعاملين في التجارة الإلكترونية هو وجود تنظيم قانوني ملائم ومناسب يضع القواعد المنظمة لمختلف جوانبها على المستوى المحلي والدولي. وقد تم استحداث تشريعات جديدة مثل: إمكانية التوقيعات الرقمية والمدفوعات الإلكترونية، وتكوين

العقود والضمانات التعاقدية لهذه التجارة¹. ونعرض فيما يلي ما تم استحداثه من تشريعات في هذا المجال:

- العقود الإلكترونية:

العقد الإلكتروني: " هو كل عقد يتعلق بمنتجات أو خدمات، معقود بين بائع ومستهلك في إطار نظام بيع أو تقديم خدمة عن بعد، منظم بواسطة البائع، الذي من أجل هذا العقد، يستعمل حصراً وسائل الاتصال عن بعد لإبرام العقد"².

كما يعرفه بعضهم بأنه " اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول عبر شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد بوسيلة مسموعة ومرئية بفضل التفاعل بين الموجب والقابل"³.

ونرى أنه يمكن تعريف العقد الإلكتروني بأنه: عقد يتم إبرامه والتوقيع عليه عن بعد من خلال شبكات الاتصال الدولية؛ بغرض بيع سلع أو تقديم خدمات.

والانتقال من عصر العقد المكتوب بين أشخاص حاضرين نحو عصر العقد غير المكتوب وغير المادي المبرم عن بعد بين غائبين قد حدث؛ نتيجة لتطور تقنيات التسوق ووسائله المختلفة. وشبكة الإنترنت ليست سوى وسيط أو أداة جديدة لإبرام العقود المختلفة، لذا فإن العقد على الإنترنت هو عقد عادي ولكن بوسيلة جديدة، ويخضع لجميع قواعد العقد في القوانين المدنية⁴.

1 الزبيدي، وليد، "التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت - الموقف القانوني" مرجع سابق، ص 28، 29.

2 الزبيدي، وليد، "التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت - الموقف القانوني" مرجع سابق، ص 39.

3 زريقات، عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، طبعة أولى، عمان، 2007، ص 65.

4 الزبيدي، وليد، "التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت - الموقف القانوني" مرجع سابق، ص 40 - ص 41.

وتتطبق نظرية العقود في الشريعة الإسلامية على العقود التجارية التي تتم عبر التجارة الإلكترونية ؛ نظراً لتوافر شروط العقد فيها ، ومن أهمها : الصيغة المتمثلة في صورة الطلب الذي يقدمه المشتري برغبته في شراء سلعة معينة ويقوم بإرساله إلكترونياً إلى البائع الذي يرد بالموافقة إلكترونياً وبذلك يتحقق الإيجاب والقبول¹.

- التوقيع الإلكتروني:

يعرف التوقيع الإلكتروني بأنه: " عبارة عن مجموعة من الأرقام التي تتجم عن عملية حسابية مفتوحة باستخدام الكود السري الخاص"². وقد عرفه قانون اليونسترال الأنموذجي بشأن التجارة الإلكترونية بأنه: " بيانات في شكل إلكتروني ، مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقياً ، يجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات ولبيان موافقته على المعلومات الواردة في رسالة البيانات"³. وتأتي حجية التوقيع الإلكتروني من كفاءة التقنيات المستخدمة في تأمين مضمون المحرر المدون إلكترونياً من ناحية، وتأمين ارتباطه بشكل لا يقبل الانفصال عن التوقيع من ناحية أخرى.

- التحكيم عبر الإنترنت :

وهو ما يعرف بفض المنازعات عن بعد. ومراكز التحكيم ذات فاعلية وأهمية كبرى في فض المنازعات بطرائق عصرية حديثة لم يألفها

1 أمداح، أحمد، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير إشراف الدكتور صالح بوشيش، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2006.

2 زريقات، عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 247.

3 زريقات، عمر خالد، عقود التجارة الإلكترونية، مرجع السابق ص 248.

المتقاضون من قبل ، حيث يقع على عاتقهم عبء مواجهة هذا التطور في ثورة الإتصالات بما يتفق مع القواعد القانونية الملزمة للتطور في مجال التحكيم عن بعد وما فيه من إشكالات وخصائص قانونية تميّزه عن التحكيم التقليدي . ويشمل نطاق التحكيم الإلكتروني : النظم ، والتقنية المعلوماتية ، والحوسبة التطبيقية ، والمعاملات الإلكترونية وما يتصل بها.

التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية.

خلق استخدام التجارة الإلكترونية عدة إشكاليات، بعضٌ منها بصدد طريقه للحل وبعضها الآخر مازال يحتاج إلى الاهتمام والبحث لإيجاد حلول مناسبة. ومن أهم تلك الإشكاليات ما يلي¹:

- إشكالية دفع ورفع الرسوم الجمركية والأداء على القيمة المضافة . وهذه الإشكالية توجد في التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والمستهلك ومازالت دون حل.
- إشكالية الأدلة الثبوتية في التجارة الإلكترونية . وهذه الإشكالية متواجدة في كل أنواع التجارة الإلكترونية . ولمواجهة هذه المشكلة في الوقت الراهن يتعين على المشتري أن يحتفظ بجميع الأدلة للعمليات التي قام بها عبر الإنترنت وذلك لحين توصل الجهات المعنية لحل مناسب.
- إشكالية حماية العلامة التجارية والملكية الفكرية. وهذه الإشكالية ناتجة من خلاف تشريعي حول معنى العلامة التجارية واسم النطاق على الإنترنت والعلاقة بينهما.

1 كتنانه، خيري مصطفى، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ص 79 - ص 82.

- إشكالية حماية المستهلك. هذه الإشكالية تستحوذ على اهتمام ورعاية كافة الدول سواء المتقدمة أو النامية؛ بهدف حماية المستهلك عبر الإنترنت أينما وجد. وعلى الصعيد العالمي هناك مدرستان: الأولى ترى أن سوق التجارة الإلكترونية سيخلق آليات بنفسه لحماية المستهلك ولا سبيل لوضع قوانين قد تعوق التجارة الإلكترونية، والمدرسة الثانية ترى فرض آليات وقوانين لحماية المستهلك.
- إشكاليات الدفع الزماني (الحالي أو المستقبلي). وتظهر هذه المشكلة خصوصاً في حالة مؤسسة أعمال ومستهلك أجنبي ، فالتاجر يريد ضمان الدفع. ويوجد في الوقت الحالي عدة بروتوكولات تستطيع أن تضمن عملية الدفع وهي مبنية على برمجيات متقدمة تعتمد على التشفير والترميز.
- إشكاليات تسليم البضائع. يقوم الويب التجاري بعد إتمام عملية الدفع بتسليم البضائع ، وهذه العملية تتم عن طريق عدة وسطاء خاصة إذا كان المستهلك في بلد ليست له علاقة اقتصادية مع البلد الآخر ، ولحل هذه الإشكالية يجب التعاون بين البريد الخاص ببلد المستهلك مع وسطاء إرسال البضائع المعروفين فنياً وتجاريًا.
- إشكالية تبادل المعلومات بأمان عبر الإنترنت. حيث تشهد شبكة الإنترنت من حين لآخر أعمالاً تخريبية من طرف فئة من المشاغبين في شكل بث برامج فيروسية تنتقل بسرعة فائقة وسط الشبكة فينتج عن ذلك إتلاف بعض السجلات الإدارية ، وهذه الإشكالية مطروحة في استعمال البريد الإلكتروني ؛ لنقل الوثائق الإلكترونية التجارية بصفة آمنة.

الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.

لا تختلف التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية في العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات ولكن تختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر ، فالتجارة التقليدية مرتفعة التكاليف الثابتة : كالإيجار والديكورات ومصاريف الماء والكهرباء والنظافة ومكاتب وأوراق ورواتب الموظفين والمصاريف الإدارية ومصاريف التسويق الباهظة والتي عادة ما تكون تسويقاً محلياً على مستوى المدينة التي تتواجد فيها المنشأة أو على مستوى الدولة . أما التجارة الإلكترونية فإنها تتبع أسلوباً غير تقليدي في الوصول إلى العملاء غير أن طريقة ونوع التسويق فيها يكون على مستوى العالم ، وهي أيضاً تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية ، فالتجارة الإلكترونية تتم من خلال سوق لربط العملاء بالتجار يتمثل في شبكة الإنترنت.

ومن الناحية المحاسبية نجد أن عملية البيع والشراء هي جوهر الاختلاف بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية حيث إن الإجراءات الرقابية في بيئة التجارة التقليدية تختلف عن الإجراءات الرقابية في بيئة التجارة الإلكترونية . والاختلاف الرئيسي يكمن في أن التجارة التقليدية ذات طابع موثق مستندياً ، بينما التجارة الإلكترونية ذات طابع غير موثق مستندياً. ونرى أنه يمكن تحديد الفروق في الآتي:

1. القياس المحاسبي.

يعرّف القياس المحاسبي الموضوعي بأنه "ذلك القياس الذي يتوفر له دليل إثبات يمكن التحقق منه"¹. فالتجارة التقليدية يتوفر لها دليل إثبات يمكن

1 الشيرازي، عباس مهدي، نظرية المحاسبة، دار السلاسل للطبع والنشر، طبعه أولى، الكويت، 1990، ص69.

التحقق منه حيث إن عملياتها موثقة مستندياً ، أما التجارة الإلكترونية فالقياس فيها لا يتوفر له دليل إثبات يمكن الرجوع إليه حيث إن عملياتها تتم إلكترونياً وأدلة الإثبات فيها غير تقليدية وتحتاج إلى مهارات خاصة قد لا تتوفر لدى المراجع للتحقق منها ، بالإضافة إلى إمكانية فقد الأدلة الإلكترونية في حالة عدم الاحتفاظ منها بنسخ احتياطية أو تعرض جهاز الحاسب المحفوظة عليه إلى فيروسات إلكترونية . وعليه يكون القياس المحاسبي في التجارة التقليدية قياساً موضوعياً ، وفي التجارة الإلكترونية القياس غير موضوعي.

2. الدخل المحاسبي.

يختلف الدخل المحاسبي في ظل عمليات التجارة الإلكترونية عن عمليات التجارة التقليدية وفقاً للآتي:

- يتحدد الدخل المحاسبي عن طريق مقابلة إيرادات الفترة بمصروفاتها، ولتطبيق هذه المقابلة يستلزم الأخذ بأساس الاستحقاق وما يستوجبه من ضرورة تحديد توقيت الاعتراف بالإيرادات والمصروفات وفي عمليات التجارة الإلكترونية توجد مشكلة في توقيت الاعتراف بالإيراد الأمر الذي يجعل عملية مقابلة الإيرادات بالمصروفات غير موضوعية وغير عادلة، ويترتب على ذلك عدم إمكانية قياس الدخل المحاسبي بصورة عادلة في ظل تلك العمليات، وعليه يكون قياس الدخل المحاسبي في التجارة التقليدية قياساً موضوعياً ، وفي التجارة الإلكترونية القياس غير موضوعي.

- تتميز عمليات التجارة الإلكترونية عن عمليات التجارة التقليدية بالسرعة في الأداء وانخفاض التكاليف الإدارية والتسويقية الأمر الذي يؤثر إيجاباً عند تحديد الدخل المحاسبي لتلك الشركات، فالشركات التي

تمارس نشاط التجارة الإلكترونية تحقق دخلاً محاسبياً يفوق ما تحققه شركات التجارة التقليدية.

3. فروق أسعار الصرف.

في عمليات التجارة الإلكترونية ونظراً لسرعة أداء الأعمال فإن ذلك يؤدي إلى تقليل فروق تقلب أسعار الصرف عند التعامل بالعملات الأجنبية، أما في عمليات التجارة التقليدية فينتج عن أعمالها بالعملات الأجنبية فروقا كبيرة لتقلب أسعار الصرف نتيجة لبطء تنفيذ الأعمال واضطرار الشركات إلى التحوط بعقود آجلة للعملات الأجنبية.

4. أدلة الإثبات في عملية المراجعة.

نظراً لتعدد الأدلة ودرجة الوثوق فيها يجب على المراجع الخارجي أن يتعرف إلى الأساليب والوسائل التي تؤثر على كفاية ومدى الوثوق والنوعية التي يحصل عليها من تلك القرائن ، لذلك يتعين عليه ضرورة الإلمام بمفهوم وطبيعة وأنواع أدلة الإثبات¹.

وفي مجال التجارة الإلكترونية نجد أن أدلة الإثبات ذات مفهوم وطابع إلكتروني يحتاج إلى أن يكون المراجع الخارجي على درجة عالية من الإلمام بتقنية المعلومات؛ لكي يتمكن من التعامل مع هذه الأدلة والوثوق بها. ويرى الباحث أن هناك مشكلات تواجه المراجع الخارجي عند قيامه بمراجعة أعمال الشركات التي تتعامل في مجال التجارة الإلكترونية تتمثل في الآتي:

1 الصبان، محمد سمير، الأصول العلمية للمراجعة بين النظرية والممارسة، دار النهضة للطباعة والنشر، بيروت، 1988، ص 259.

- التحقق من وجود العناصر المادية:

ومن أمثلة ذلك النقدية، المخزون، الأصول الثابتة الملموسة. ويواجه المراجع هنا مشكلة في التأكد من وجود النقود الإلكترونية والتي يحتفظ بها ضمن محفظة النقود الإلكترونية على جهاز الحاسوب الخاص بالشركة ، وهذه تقنية حديثة تحتاج إلى مراجع على درجة عالية من المعرفة بالتقنيات الحديثة.

- التحقق من وجود العناصر غير المادية:

وهي تمثل أصولاً وخصوماً ليس لها وجود مادي ملموس مثل حسابات العملاء، حسابات الموردين، وعلى المراجع أن يتحقق من هذه الحسابات ويواجه المراجع مشكلة في التحقق من أرصدة العملاء ؛ نظراً لوجود بعض العملاء من دول مختلفة ، بالإضافة إلى أن عمليات البيع وتحويل القيمة تتم جميعها إلكترونياً ، وبالتالي سوف يواجه المراجع صعوبة في التحقق من ذلك إذا لم يكن لديه مستوى جيد من المعرفة بالتقنيات الحديثة.

أما في مجال التجارة التقليدية فلا توجد مشكلة تواجه المراجع الخارجي بخصوص أدلة الإثبات ؛ نظراً لأن عمليات التجارة التقليدية جميعها تتم بموجب مستندات ورقية موثقة يستطيع المراجع التعامل معها والحصول على القرائن المناسبة لعملية المراجعة.

5. مبدأ الإفصاح التام:

يقضى هذا المبدأ بضرورة شمول التقارير المالية على جميع المعلومات اللازمة الضرورية لإعطاء مستخدمي هذه التقارير صورة واضحة صحيحة عن الوحدة المحاسبية.

ويتحدد دور المحاسب في الإفصاح عن المعلومات الملائمة
للاحتياجات الخارجية في إعداد وعرض القوائم الأربعة الآتية كحد أدنى¹:

- قائمة المركز المالي.

- قائمة الدخل.

- قائمة التغير في حقوق الملكية.

- قائمة التدفُّق النقدي.

والمعلومات التي يمكن إثباتها في صلب القوائم المالية تخضع لمعايير
منها معيار الملائمة والذي يقضى بأن يكون للمعلومات أثر على تصرفات
مستخدمي هذه القوائم.

وبالإضافة إلى القوائم المالية الأساسية يتسع نطاق التقرير ليشمل
معلومات أخرى كمية ووصفية يتم الإفصاح عنها في إيضاحات مرفقة
بالقوائم المالية.

ونرى أن الشركات المتعاملة في مجال التجارة الإلكترونية غير ملتزمة بهذا
المبدأ وذلك من حيث الآتي:

○ عدم الإفصاح عن قيمة تعاملاتها في التجارة الإلكترونية.

○ عدم الإفصاح ببند مستقل عن قيمة إيراداتها من عمليات التجارة
الإلكترونية.

○ عدم الإفصاح ببند مستقل عن قيمة الأرباح أو الخسائر الناتجة عن
عمليات التجارة الإلكترونية.

1 الشيرازي، عباس مهدي، نظرية المحاسبة، مرجع سابق، ص 323.

○ عدم الإفصاح عن عمليات الاحتيال التي تتعرض لها أو اختراق موقعها الإلكتروني.

وعليه فإن المعلومات التي يتم الإفصاح عنها في عمليات التجارة التقليدية تتمتع بالملائمة، أما في عمليات التجارة الإلكترونية فالمعلومات لا تتمتع بالملائمة.

ولعلاج المشكلات التي سبق إيضاحها نرى انه من الضرورة تأهيل المحاسب والمراجع تقنيًا ، وتفعيل الخدمات الجديدة لمهنة المحاسبة والمراجعة والمتمثلة في الآتي:

- الخدمات التوكيدية:

وهي خدمات مهنية مستقلة تهدف إلى تحسين وضمان جودة المعلومات ومحتواها لأغراض اتخاذ القرارات . ويوجد نوعان من الخدمات التوكيدية يمكن للمحاسب القانوني القيام بهما وهما كما يلي:

- إضفاء الثقة في موقع العميل على الإنترنت.

حيث تضيف هذه الخدمة أمن وسلامة الموقع الإلكتروني وما يحتويه من معلومات وذلك بدون إضافة أية ضمانات لجودة السلعة أو الخدمة المعروضة.

- الثقة والاعتماد على النظام الخاص بشركة التجارة الإلكترونية.

وهي خدمة إضفاء الثقة في النظام القائم في شركات التجارة الإلكترونية من خلال تأكيد المحاسب القانوني بوجود تأمين وسلامة ومتابعة للنظام، مع وجود الإجراءات الرقابية التي تضمن الثقة في النظام الخاص بالشركة.

• المراجعة المستمرة (الإلكترونية):

إن التحول من النظام المحاسبي التقليدي إلى النظم المحاسبية الفورية يتطلب إجراء مراجعة تتماشى مع طبيعة النظم المحاسبية والمستندات الإلكترونية ، وهذا التحول يتطلب تغييرا في إجراءات المراجعة . وتهتم المراجعة المستمرة بتوكيد المعلومات المالية وغير المالية الموجودة على موقع العمل الإلكتروني في وقت معاصر لحدوث العمليات والأحداث وبشكل مستمر.

ونرى أنه في حالة تفعيل هذه الخدمات سوف يترتب عليها الآتي:

1. إمكانية الإعتراف بالإيراد المتولد من خلال عمليات التجارة الإلكترونية عند نقطة البيع في حال أمن وسلامة الموقع الإلكتروني وما يحتويه من معلومات، بالإضافة إلى الثقة في النظام القائم في الشركة من خلال تأكيد المحاسب القانوني بوجود تأمين وسلامة ومتابعة للنظام.
2. تحديد الدخل المحاسبي بصورة موضوعية نتيجة مقابلة دقيقة لإيرادات الفترة بمصروفاتها والتي تعتمد في مقابلتها على توقيت الإعتراف بالإيراد.
3. نتيجة للمراجعة المستمرة وتوكيد المعلومات المالية وغير المالية الموجودة على موقع العمل الإلكتروني في وقت معاصر لحدوث العمليات والأحداث وبشكل مستمر يمكن تحديد حالات التلاعب واختراق موقع الشركة ، وبالتالي يكون هناك إمكانية لوضع معيار أو معدل لاحتساب الديون المشكوك في تحصيلها ، وبالتالي تحديد الخسائر التي تتحملها الفترة بصورة موضوعية مما يؤدي إلى تحديد للدخل المحاسبي بصورة عادلة.

4. نتيجة لتأهيل المحاسبين والمراجعين تقنيًا سوف يترتب على ذلك إجراء عمليات مراجعة دقيقة وموضوعية لحسابات الشركات التي تتعامل في التجارة الإلكترونية ، والاستناد على أدلة الإثبات الإلكترونية وبما يؤدي إلى الإفصاح عن معلومات تكون ملائمة لمستخدميها.

من خلال ما تقدّم نرى أنه يمكن حصر المشكلات ذات العلاقة بموضوع الدراسة في الآتي:

1. مشكلة الضرائب والرسوم الجمركية ومعايير التعامل في كل منهما.
2. مشكلة القياس المحاسبي.
3. مشكلة السداد وتوقيت الاعتراف بالإيراد.
4. مشكلة الدخل المحاسبي.
5. مشكلة أدلة الإثبات في المراجعة.
6. مشكلة ملائمة المعلومات التي يتم الإفصاح عنها.
7. مشاكل الأمان والخطر في نظم التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: دراسات سابقة عن التجارة الإلكترونية.

هناك العديد من الدراسات السابقة ذات علاقة بعمليات التجارة الإلكترونية وبموضوع الأطروحة ، نعرض لأهمها فيما يلي:

1. دراسة دهمش والقشي (2004) 1" مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى بيئة التجارة الإلكترونية ومقارنة بيئة التجارة التقليدية ببيئة التجارة الإلكترونية ، ومن ثم تحديد فيما إذا كانت

1 دهمش، نعيم "مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية" مجلة إربد للبحوث العلمية، المجلد الثامن، العدد الثاني، جامعة إربد الأهلية.

السياسات المحاسبية المعمول بها تلائم البيئة التجارية الجديدة المتمثلة بالتجارة الإلكترونية ، وتحديد المشاكل التي يمكن أن تهدد مهنة المحاسبة عند التعامل مع البيئة التجارية الجديدة . وقد خلصت الدراسة إلى أن ما للتجارة الإلكترونية من أهمية بالغة في عصرنا الحاضر وما يرافقها من بيئة غير ملموسة ، وغياب التوثيق المستندي لأغلب عملياتها بأن مهنة المحاسبة لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب ؛ كي تتفاعل مع البيئة المحيطة بأعمال التجارة الإلكترونية.

2. دراسة توفيق (2003)¹ " أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية" دراسة اختبارية بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع لنقود إلكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري (الإلكتروني). وتهدف هذه الدراسة إلى الآتي:

- التعرف إلى الإطار النظري لأهم التأثيرات التي يمكن أن يحدثها تبني أنظمة التجارة الإلكترونية على نظام المعلومات المحاسبية بالمنشأة.
- إجراء دراسة اختبارية على المنشآت المصرية التي تمارس التجارة الإلكترونية في القطاع المصرفي ؛ للتعرف إلى أهم خصائصها ، وتقييم أهم آثارها على مدى تطوير أنظمة معلوماتها المحاسبية خصوصا من خلال تشغيل أنظمة البنك الفوري باستخدام وسائل النقود الإلكترونية.

- تقييم إلى أي مدى نفذت البنوك المصرية المستخدمة لأنظمة البنك الفوري عام 2003 الضوابط الرقابية التي تطلبها البنك المركزي

1 توفيق، محمد شريف، أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية، كلية التجارة جامعة الزقازيق، مصر.

المصري بشأن العمليات المصرفية الإلكترونية وإصدار وسائل دفع
لنقود إلكترونية في مطلع عام 2002.

• اقتراح ما يلزم في هذا الشأن محاسبياً لتطوير أنظمة المعلومات
المحاسبية ؛ لاستيعاب التوسع المنتظر والمشاهد بوضوح حالياً بشأن
اتجاه المنشآت محلياً وعالمياً لتبني أنظمة التجارة الإلكترونية
المصرفية ووسائل الدفع بنقود إلكترونية.

وقد خلصت الدراسة إلى أنه يمكن القول: إنه لا تتوافر أية معايير
محاسبية دولية ولا محلية لتنظيم مختلف العمليات المحاسبية التي تتم بوسائل
دفع بنقود إلكترونية ، وذلك باستثناء المعيار المحاسبي الأمريكي رقم 91
الصادر عام 1986 والذي اقتصر فقط علي معايير المحاسبة - وباختصار
شديد - عن نفقات بطاقات الائتمان. وفي ضوء ذلك، ومع التوسع المضطرد
في شبكات الاتصالات الإلكترونية والتطور المستمر في مجالات التقنية
المصرفية يوصي الباحث بأن يصدر البنك المركزي المصري ووزارة
التجارة مجموعة الضوابط والمعايير المحاسبية لتنفيذ العمليات المصرفية
الإلكترونية والمحاسبة عن مختلف عمليات وسائل دفع بنقود إلكترونية ، مع
حث البنوك المطبقة علي تنفيذ الضوابط الرقابية التي أصدرها البنك
المركزي المصري في هذا الشأن وتاريخ بدء سريانها وإلا خضعت لجزاءات
محددة.

3. دراسة مطاحن والقشى (2009)¹ "مدى قدرة مدققي الحسابات

الخارجيين على تدقيق الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية

" وهدفت هذه الدراسة إلى الآتي:

- التعريف بأهمية مهنة تدقيق الحسابات بشكل عام.
- توضيح أهمية وتطور التجارة الإلكترونية.
- توضيح المشروع الأمريكي الكندي المشترك الخاص بتدقيق تعاملات التجارة الإلكترونية وتحليله ومناقشته.
- التعرف إلى مدى إدراك مدققي الحسابات الخارجيين في الأردن للمشروع الأمريكي الكندي المشترك وفهمه وتطبيقه.
- التعرف إلى أي معوقات أو عقبات تواجه مدققي الحسابات الخارجيين للقدرة على تدقيق حسابات الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية.

وقد خلصت الدراسة إلى تطوير نظام ربط بين نظام الشركة المحاسبي وموقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت والمكوّن من عدة سياسات وإجراءات توفر الأمان والموثوقية والتوكيدية لتعاملات العملاء والزبائن مع الشركة وعبر موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت. كما توصّلت الدراسة إلى اقتراح مجموعة من التوصيات التي قد تساهم في تأهيل مهنة المحاسبة والتدقيق للتعامل مع تقنية التجارة الإلكترونية الحديثة.

1 مطاحن، ريم، مدى قدرة مدققي الحسابات الخارجيين على تدقيق الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا عام 2009.

4. دراسة زيود وآخريين (2007)¹ "التحديات الضريبية للتجارة الإلكترونية

العربية وإمكانية تطويرها". وتهدف هذه الدراسة إلى الآتي:

- دراسة إمكانية تطوير النظام الضريبي الحالي بما يجعله ذا كفاءة مناسبة بحيث يصبح قادرا على موازنة ومواكبة سرعة انتشار نظام التجارة الإلكترونية، وأن نظام التجارة الإلكترونية يعتبر تحديًا تواجهه الدول العربية بصورة متباينة.

- ضرورة دراسة الهيكلية الضريبية اللازمة لانتشار التجارة الإلكترونية من جهة وضمان حقوق الدولة في الإيرادات الضريبية من جهة أخرى.

وبعد تحليل الجانب الميداني للدراسة واختبار الفرضيات التي قامت عليها توصلت الباحثة للعديد من الاستنتاجات يمكن إيجازها في الآتي:

- يواجه النظام الضريبي السوري الحالي العديد من المشاكل المحاسبية والإدارية والسلوكية التي ترتبط بطبيعة النظام وتؤثر على كفاءته ، حيث بلغ الوسط الحسابي للمشاكل المحاسبية (4.16) ونسبته 83.11 %، ومن أبرز هذه المشاكل استغلال ثغرات قانون الضرائب؛ بقصد تخفيف المبالغ الواجبة الاستحقاق. أما المشاكل الإدارية فكان الوسط الحسابي لها (4.03) ونسبته 80.6% ومن أهمها : عدم توفر العناصر الفنية والإدارية المؤهلة علميًا وعمليًا في المصلحة وعدم تناسبها مع حجم التهرب الضريبي . وبالنسبة للمشاكل السلوكية فكان وسطها الحسابي (4.15) ونسبته 83% وكان أهمها : عدم صدق المكلفين في تقديم البيانات اللازمة المطلوبة منهم.

1 زيود، لطيف، وآخرون، التحديات الضريبية للتجارة الإلكترونية العربية وإمكانية تطويرها، جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 1.

- يواجه النظام الضريبي السوري الحالي مجموعة من المشكلات التي تعود إلى طبيعة التجارة الإلكترونية ، وهذه المشكلات تعيق قدرة هذا النظام الضريبي على مواكبة التجارة الإلكترونية كثورة تقنية جديدة. وبلغ الوسط الحسابي لهذه المشكلات (4.03) . وكان أهمها : عدم قدرة التشريعات الضريبية المحلية الحالية على مواكبة النمو السريع في التجارة الإلكترونية.

- توجد مجموعة من التدابير التي تسهم في تطوير النظام الضريبي الحالي وتعالج المشاكل التي يواجهها هذا النظام وبدرجة كبيرة ، فقد بلغ الوسط الحسابي لهذه التدابير (4.42) . ومن أبرزها : العمل على تأهيل البني التحتية للدوائر المالية السورية وأتمنتها ، وربطها بشبكة الإنترنت منعاً للازدواج الضريبي المحلي والعالمي.

5. دراسة القشى ودهمش (2003)¹ "مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية

في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية" وهدفت هذه الدراسة إلى الآتي:

- التعرف إلى المشاكل التي تواجه أنظمة المعلومات المحاسبية في ظل استخدام التجارة الإلكترونية.

- الوصول إلى نموذج لنظام يربط بين نظام المعلومات المحاسبي والتجارة الإلكترونية.

- تقديم التوصيات المناسبة والكفيلة بتقوية النظام المحاسبي الذي يتم ربطه بالتجارة الإلكترونية.

1 القشى، ظاهر ، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عمان العربية للدراسات العليا ، عام 2003.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- إن التجارة الإلكترونية كتقنية متطورة جدًا أثرت على جميع المجالات المهنية بشكل عام، وعلى مهنتي المحاسبة والتدقيق بشكل خاص.
- إن التجارة الإلكترونية تعمل في بيئة فريدة من نوعها، حيث إن جميع العمليات التي تتم من خلالها عمليات غير ملموسة الطابع تقتقد لآلية التوثيق في أغلب مراحلها.
- إن الطبيعة غير الملموسة للتجارة الإلكترونية وغياب التوثيق لأغلب عملياتها ساهما بشكل مباشر في إيجاد مشكلتين رئيسيتين واجهتا مهنتي المحاسبة والتدقيق يمكن تلخيصهما بالآتي:
- آلية التحقق والاعتراف بالإيراد المتولّد من عمليات التجارة الإلكترونية.
- آلية تخصيص الضرائب على مبيعات وإيرادات التجارة الإلكترونية.
- أن بعض هيئات المحاسبة والتدقيق قد تنبّهت لمشاكل التجارة الإلكترونية وضرورة تأهيل منتسبيها بالتقنيات الفنية لمواجهة المشاكل الجديدة المرافقة لبيئة التجارة الإلكترونية.
- توصل الباحث إلى حقيقة مفادها أن نظرية المحاسبة وبشكلها الحالي لم تستطع معالجة آلية التحقق والاعتراف بالإيرادات المتولدة عبر عمليات التجارة الإلكترونية.
- توصل الباحث إلى حقيقة أخرى مفادها أنه يمكن حلّ كثير من المشاكل المرافقة للتجارة الإلكترونية بشكل عام ومشكلتي الاعتراف بالإيراد والتخصيص الضريبي بشكل خاص إن تم توفير سياسات وإجراءات

عملية تساهم في تحقيق الأمان والموثوقية والتوكيدية لمخرجات النظام المحاسبي المتعامل بالتجارة الإلكترونية.

- وجد الباحث بأن توفير كلّ من الأمان والموثوقية والتوكيدية لا يمكن تحقيقه إلا من خلال إنشاء وتطوير نظام ربط بين نظام الشركة المحاسبي وموقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت ، وذلك ضمن سياسات وإجراءات تقنية ومحاسبية تعتمد عليها الشركة ، ويتم التدقيق عليها من جهة خارجية مؤهلة محاسبياً وتكنولوجياً.

6. دراسة يحيى¹ "تأثير التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية" وهدفت هذه الدراسة إلى الآتي:

- توضيح طبيعة التجارة الإلكترونية وعلاقتها بعمل نظم المعلومات المحاسبية في الشركات التي تعمل في ظلها.
- تحديد أهم تأثيرات التجارة الإلكترونية على مكونات نظم المعلومات المحاسبية.
- تحديد أهم تأثيرات التجارة الإلكترونية على مقومات نظم المعلومات المحاسبية.
- تحديد أهم تأثيرات التجارة الإلكترونية على طبيعة نظم المعلومات المحاسبية.

وقد خلصت الدراسة إلى الآتي:

- لكي تحقق نظم المعلومات المحاسبية وتساهم في تحقيق أهداف الشركات التي تعمل فيها لابد أن تأخذ بعين الاعتبار كل التغيرات والتطورات التي

1 يحيى، زياد هاشم، تأثير التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

تحدث في المجالات المتعددة المحيطة ببيئتها وخاصة ما يتعلق بالتطورات المستجدة في مجال استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة والتي تمثل التجارة الإلكترونية إحداها.

- إن انضمام العديد من الشركات للعمل في ظل التجارة الإلكترونية يتطلب من نظم المعلومات المحاسبية إعادة وتقييم مكوناتها وأساليبها المستخدمة في تجميع البيانات وتخزينها ومعالجتها ومن ثم توصيلها إلى الجهات التي يمكن أن تعتمد عليها في اتخاذ القرارات المتعددة.

- إن عمل نظم المعلومات المحاسبية في الشركات التي تعمل في ظل التجارة الإلكترونية يتطلب الاهتمام بالكادر البشري (المتمثل بالأفراد القائمين على عمل نظم المعلومات المحاسبية) ، وتطوير مهاراته المعرفية في مجالات استخدام أساليب تقنيات المعلومات ؛ لكي يكون بمقدوره التعامل معها وتحقيق الفائدة من استخدامها في مجال عمل نظم المعلومات المحاسبية.

- إن العمل في ظل التجارة الإلكترونية سوف يؤثر على المقومات الأساسية لنظم المعلومات المحاسبية والمتمثلة بكل من المجموعة المستندية ، المجموعة الدفترية ، دليل الحسابات، مجموعة التقارير والقوائم المالية . الأمر الذي يتطلب ضرورة الأخذ بعين الاعتبار هذه التأثيرات وانعكاساتها على عملية تصميم نظم المعلومات المحاسبية.

- إن طبيعة نظم المعلومات المحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية سوف تؤدي إلى ضرورة اعتماد الوسائل الإلكترونية في عملية تصميمها ، إضافة إلى ضرورة الأخذ بعين الاعتبار علاقات التنسيق والترابط مع

نظم المعلومات الأخرى التي تعمل في الشركة المعنية وخاصة نظم المعلومات الإدارية وصولاً إلى تحقيق نظام متكامل للمعلومات المحاسبية والإدارية يعمل من خلال وجود قاعدة بيانات مركزية يمكن من خلالها تحقيق أكبر فائدة في عمل النظام ، وكذلك سرعة البيانات وتوصيل المعلومات الناتجة عنها ، إضافة إلى المساهمة في تحقيق الجدوى الاقتصادية من عملية تصميم وعمل النظام.

7. دراسة "أبا زيد" (2004)¹ "واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً"

وتهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على موضوع التجارة الإلكترونية بشكل عام وواقعها في الوطن العربي بشكل خاص وذلك من أجل كشف أسباب تأخر استخدام هذه التجارة وأهم الاقتراحات التي قد تساعد على سرعة تطور هذا الأسلوب الجديد في إتمام العمليات التجارية المختلفة. وقد خلصت الدراسة إلى الآتي:

- هناك انخفاض واضح في استخدام التجارة الإلكترونية عربياً ؛ وذلك لعدة أسباب منها : عدم وجود مواقع كافية باللغة العربية حيث يجب تشجيع إقامة هذه المواقع واستخدامها من خلال البحث عن مصادر تمويل مناسبة للمشروعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.
- إن الضعف الواضح في مؤشرات التجارة الإلكترونية العربية بالمقارنة مع مؤشرات هذه التجارة في الدول المتقدمة يمكن رده إلى عدة أسباب

1 أبا زيد، ثناء، واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً، جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27 ، العدد 4.

من أهمها : ضعف أو عدم وجود التشريعات والقوانين المنظمة لعمل التجارة الإلكترونية.

- عدم وجود نظم دفع إلكترونية متطورة بالشكل المناسب في الوطن العربي مما سبب محدودية الأنشطة الاقتصادية المتعاملة بالتجارة الإلكترونية عربياً (حيث تقتصر أغلبها على تجارة الكتب والهدايا).

- انخفاض حجم الأموال العربية المستثمرة في الوطن العربي لتوطين الصناعات الإلكترونية وتطبيقاتها التي تعود بأغلبها إلى السياسات المالية والنقدية المتبعة في الدول العربية والتي لا تساعد على جذب هذه الأموال.

- عدم وجود تعاون وتنسيق بين الدول العربية في مجال الصناعة الإلكترونية واستثمار المعلومات.

- عدم توفر البنية المالية والنقدية المناسبة لتسهيل عمليات الدفع والتسويات الناجمة عن التعاملات في التجارة الإلكترونية ، حيث لا بدّ من تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية ، حتى يمكن تيسير التسويات للحسابات والمدفوعات الناجمة عن التجارة الإلكترونية.

- ضعف استخدام المحتويات والمواقع العربية والذي يعود إلى قلة مصادر تمويل المشروعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

- عدم تشجيع معظم الدول العربية للتجارة الإلكترونية؛ تخوفاً من انخفاض الضريبة في بعض المهن التي يتم التعامل معها من خلال التجارة الإلكترونية.

- ضعف الاستثمار للمواقع الحكومية العاملة بالتجارة الإلكترونية : كالقيام بعمليات التصدير عن طريق الإنترنت.
- محلياً نلاحظ أن هناك ضعفاً واضحاً في تمويل التجارة الإلكترونية ؛ وذلك ناتج بسبب قلة مساهمة القطاع الخاص والمشارك ورجال الأعمال في تمويل هذه التجارة ، وخير دليل على ذلك أن المشروع الأكبر الذي قُدم لتمويل هذه التجارة والتي بلغت قيمته 2 مليون يورو قد غطّته المفوضية.
- قلة عدد الاختصاصيين والكوادر الفنية والقانونية والتنظيمية العاملة في هذا المجال.
- من نتائج ضعف تطبيق التجارة الإلكترونية عربياً زيادة الهدر في الوقت والجهد والروتين الإداري مما يسبب بدوره زيادة في التكاليف.
- لا بد من تدريب وتأهيل الأفراد الذين سيفقدون وظائفهم؛ نتيجة التعامل مع التجارة الإلكترونية لأداء أعمال أخرى مطلوبة في قطاعات تحول من قبل الحكومات العربية لجذب هؤلاء الأفراد.
- أن التعامل مع شبكة الإنترنت لشراء المنتجات التي تطرحها شركات الأعمال بأسلوب التجارة الإلكترونية يتطلب من المواطن العربي معرفة طرق التعامل، وامتلاك حاسب آلي، ومعرفة القراءة والكتابة. لذلك يجب على الحكومة والشركات الخاصة تيسير إنتاج وبيع الحواسيب الآلية بأسعار معقولة وبمواصفات جيدة ، وتسهيل عملية الدخول إلى شبكة الإنترنت برسوم مُحَفَّضة.

- أخيراً ضرورة إيمان القائمين على إدارة القطاعات المختلفة في الدولة بأهمية التجارة الإلكترونية ، وأن الدخول في هذا المجال لم يعد خياراً اقتصادياً فقط بل ضرورة لا بد منها ، وأن التأخير في تطبيق استراتيجيات متكاملة للتجارة الإلكترونية لا يؤدي إلى التهميش الاقتصادي - في ظل اقتصاد عالمي تتزايد فيه حجم المعاملات التجارية الإلكترونية - فحسب ، وإنما إلى المزيد من التدهور والتنافس الاقتصادي بسبب تناقص نصيب صادرات الدول العربية من الصادرات العالمية.

8. دراسة العميري والمعتاز (1427 هـ - 1) "أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط أعمال المراجعة" - دراسة ميدانية على مكاتب المراجعة في المملكة العربية السعودية .

وتهدف هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف إلى ما يلي:

- مدى تأثر تخطيط عملية المراجعة بتحول المنشآت من النظام التقليدي إلى نظام التجارة الإلكترونية من خلال الإستبانة.
- مدى وجود فروق جوهرية بين الآراء حسب الخصائص الشخصية لأفراد العينة.

وقد خلصت الدراسة إلى الآتي :

- توصّل الباحثان إلى أن ممارسة التجارة الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في دنيا الأعمال من خلال تخطّي الحواجز الجغرافية وبالتالي زيادة عدد العملاء. ومما لا شك فيه أن مباشرة التجارة الإلكترونية سوف تلقى أثراً متعددة على نظام المعلومات المحاسبية للمنشأة، ويمكن أن تشمل تطويراً

1 العميري، محمد فوز ، أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط أعمال المراجعة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة، ص: 151 - 182 عام 2007 .

للنظام وأغلب مدخلاته ومخرجاته والرقابة عليها، وتأكيد الثقة في البيانات المالية من خلال مكاتب المراجعة.

- أوضحت الدراسة أن التجارة الإلكترونية ظاهرة معاصرة حولت جزءاً من أداء الأعمال من الطرق التقليدية إلى الطرق الآلية ، وهذا بدوره أوجد نوعاً من الإجراءات الجديدة التي تحتاج إلى الكثير من البحوث ؛ لكي تتأصل وتصبح مألوفة ويتم التعامل معها بالطرق التي تجعلها أكثر قابلية وأكثر شيوعاً.

- هناك مجموعة من الأطراف تشمل تعاملات بين المنشآت الاقتصادية والمستهلكين، وتعاملات بين المنشآت الاقتصادية مع بعضها بعضاً، وتعاملات بين المنشآت الاقتصادية والأجهزة الحكومية، وتعاملات بين الأفراد والأجهزة الحكومية.

- فيما يتعلق بأثر التجارة الإلكترونية على معايير المراجعة فقد خلصت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تؤثر على بيئة الأعمال وبالتالي على معايير المراجعة ؛ نظراً للارتباط القوي بين العمليات التجارية والمحاسبة حيث يعتقد أن للتجارة الإلكترونية آثاراً على معايير المحاسبة والمراجعة تؤدي إلى تغيير في النظم المحاسبية المستخدمة ، بالإضافة إلى قضية أخرى تؤدي إلى زيادة أعمال المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية ، حيث كان الشائع في السابق في ممارسة المراجعة أن المراجع يقوم بتنفيذ عملية المراجعة بإتباع أسلوب المراجعة النهائية التي كانت تبدأ عادة عملها الرئيسي بعد انتهاء السنة المالية للشركات ، ولكن في ظل ظروف التجارة الإلكترونية فقد أصبح من الضروري اللجوء إلى المراجعة المستمرة.

- ركّز البحث على تخطيط أعمال المراجعة والتجارة الإلكترونية كهدف رئيسي ، وهي تشمل ما يقوم به المراجع في المراحل الأولى من عملية التعاقد ، وهي من أهم مراحل عملية المراجعة إذا ما أريد لها أن تؤدي بكفاءة مهنية واقتصادية وكذلك لضبط الوقت المخصص والتكلفة المحددة. ويجب على المراجع فهم عميله ونوع صناعته والظروف المحيطة به والتي يلزم فهمها من قبل جميع أفراد طاقم المراجعة ، ويمكن تلخيص ما سبق بأنه حصول المراجع على الفهم التام للعميل ونشاطه.

9. دراسة العبدلي¹ " التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية (الواقع - التحديات - الآمال)"

وهدفّت الدراسة إلى معرفة مدى أهمية ظاهرة التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات والاتصالات على نواحي الحياة المعاصرة لاسيما الجوانب الاقتصادية منها، مع التركيز على تحليل واقع الدول الإسلامية ، أعضاء منظمة المؤتمر الإسلامي، وكذلك مناقشة أبرز التحديات والمعوقات التي تواجهها في تطبيق هذه التقنيات، واستعراض أهم المجالات التي يؤمل من البلدان الإسلامية أن تستفيد من تطبيقات التجارة الإلكترونية فيها. وقد توصلت الدراسة إلى الآتي:

- ظهور ثورة تقنية المعلومات والاتصالات وظاهرة التجارة الإلكترونية كأحد أبرز المنجزات في تاريخ البشرية مع دخوله الألفية الثالثة، واعتبارها أداة مهمة في تغيير أنماط الحياة اليومية لاسيما الاقتصادية

1 العبدلي، عابد بن عابد، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، دراسة مُقدّمة للمؤتمر العالمي الثالث للإقتصاد الإسلامي كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.

سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات أو الأمم، والدخول فيها في عصر الاقتصاد الجديد أو ما يطلق عليه الاقتصاد الرقمي.

- تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية بين مختلف الوحدات والقطاعات الاقتصادية.

- الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات بصفتها البنية التحتية اللازمة لها.

- بالرغم من صعوبة قياس كافة أنشطة التجارة الإلكترونية إلا أنه من الأهمية بمكان استحداث طرائق وأساليب لقياس حجمها ؛ لما له من أهمية بالغة لصناع السياسات الاقتصادية ومتخذي قرارات الاستثمار.

- أهمية توفر المتطلبات الأساس لقيام التجارة الإلكترونية وأهمها: البنية التحتية الإلكترونية والمتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال وأجهزة الاتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحواسيب الآلية وبرامج التطبيقات، وانتشار استخدام الإنترنت والحاسبات المضيضة ومزودي خدمات الإنترنت. إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الإنترنت وحقوق الملكية الفكرية. وكذلك أهمية توفر الكوادر البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات.

- تأثير التجارة الإلكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته سواء على مستوى قطاعات الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو على مستوى الاقتصاد القومي ككل.

- تدني نسبة المحتوى التكنولوجي في صادرات الدول الإسلامية والذي يُعدُّ مؤشراً مهماً في المقدرة التكنولوجية لاقتصادياتها. وهذا يشير إلى انخفاض إسهام عنصري البحث والتطوير في القطاعات الإنتاجية لدى الدول الإسلامية.

- ضعف انتشار واستخدام تقنية المعلومات في معظم الدول الإسلامية؛ نتيجة لتدني نسبة الإنفاق على تقنية المعلومات من الناتج المحلي، وغياب الاستثمارات المخصصة في قطاع تقنية المعلومات. وهذا كان له أثره في محدودية انتشار استخدام الحاسبات الآلية في المجتمعات الإسلامية ، وبالتالي انخفاض فرص الدخول في الإنترنت والتي تُعدُّ وسيلة للتجارة الإلكترونية.

- بالرغم من أهمية دور البحث والتطوير في التقدُّم والتوطين التكنولوجي، إلا أن الدول الإسلامية من خلال مؤشرات البحوث والتطوير لم تظهر اهتماماً بها يتناسب مع أهميتها كأحد المتطلبات لبناء مجتمعات ذات ثقافة ومعرفة تكنولوجية ، ويظهر ذلك من خلال المؤشرات المتدنية عن الإنفاق على البحوث والتطوير وتوفر المتخصصين والطلاب والعلماء في المجالات الهندسية والتطبيقية.

- ضعف مؤشر الاتصالات، مثل الخطوط الهاتفية الثابتة والنقالة وتكلفة الاتصال وفترات الانتظار للحصول على خدمات هاتفية في كثير من الدول الإسلامية لاسيما الدول الأقل نمواً مع أنه مهمٌ في دعم تطور التجارة الإلكترونية. كما أن كثيراً من الدول الإسلامية تقتصر إلى أسواق تنافسية في هذا القطاع؛ نتيجة لامتلاك واحتكار الحكومات تقديم هذه الخدمات.

- تواجه الدول الإسلامية تحديات مهمة في استخدام التجارة الإلكترونية، ومن أبرز هذه التحديات : عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية، ضعف الثقافة والوعي التقني والإلكتروني بين عامة أفراد المجتمع، قصور الطاقات البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية، ضعف إمكانيية وقدرات المؤسسات التجارية في الدول الإسلامية للتحويل إلى الأنماط الإلكترونية، ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة قطاعات المجتمع للدخول في عصر تقنية المعلومات. إضافة إلى تحديات اجتماعية وثقافية في بعض البلدان الإسلامية مثل : الخوف من الغزو الثقافي والفكري ، والانفتاح على العالم الخارجي ، وعقبات تشريعية تتمثل في غياب الأنظمة والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

- هناك مجالات عديدة تستطيع الدول الإسلامية استغلالها في تطبيق التجارة الإلكترونية ، وتشمل هذه المجالات قطاعات الخدمات المصرفية والتمويلية والتي تعد أكثر القطاعات استخدامًا لتقنية المعلومات. وكذلك قطاع الصادرات من السلع والخدمات أو القطاعات الإنتاجية ذات النزعة التصديرية ؛ وذلك للوصول إلى الأسواق الدولية بأقل التكاليف. إضافة إلى قطاعات المنشآت الصغيرة والمتوسطة؛ نظرًا لكبر حجمها في الدول الإسلامية، وكذلك قطاع النشر والمطبوعات؛ لأهميته في نشر المعرفة ونقل تكنولوجيا العلوم والصناعة. وبجانب ذلك المجال الواسع الذي تقدمه شبكة الإنترنت للمرأة المسلمة سواء في إنشاء المشروعات الصغيرة عبر شبكة الإنترنت أو الإفادة والانخراط في الوظائف المصاحبة لتقنية المعلومات.

10. دراسة البحيطي¹ " المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية كأحد التحديات التي تواجه النظم المصرفية"

وهدفـت الدراسة إلى بحث تطور نظم الدفع والتسوية في مجال التجارة الإلكترونية في النظم المصرفية المختلفة ، وإمكانية تجنب أو الإقلال من الأخطار المالية الناجمة عنها بما يسمح بالتوسع في حجم ومجالات التجارة الإلكترونية والإستفادة من مزاياها على مستوى الجهاز المصرفي والاقتصاد المحلي والعالمي . وقد خلصت الدراسة إلى الآتي:

أدى التوسع في حجم التجارة الإلكترونية ومن ثم التوسع في نظم المدفوعات الإلكترونية كبيرة القيمة التي تستخدمها البنوك في تحويل المدفوعات والأوامر فيما بينها إلى الكثير من المخاطر المالية التي تواجه النظم المصرفية والتي تتمثل في الآتي :

- مخاطر فشل إتمام التسويات بين البنوك المختلفة وتعرض بعضها للإنهيـار.
- الآثار النظامية الناجمة عن هذا الإنهيـار التي قد تساعد على انتشار الأزمات المالية وتدويلها.
- ما تسببه نظم الدفع الإلكتروني من آثار سلبية على أسواق الصرف الأجنبي وقيمة العملة الوطنية في بعض الدول التي تعاني من ندرة شديدة في رصيد الصرف الأجنبي لديها.

1 البحيطي ، عبد الرحيم الشحات، المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية كأحد التحديات التي تواجه النظم المصرفية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة، ص 45 - 79 عام 2007 المملكة العربية السعودية.

وقد أوصت معظم الدراسات السابقة بضرورة إعادة النظر بنظرية المحاسبة وتحديث مفاهيمها بشكل يتماشى مع بيئة التجارة الإلكترونية ، وأيضًا إعادة النظر بمعايير المحاسبة الدولية وصياغتها بشكل يتلاءم مع التغييرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية مع تكثيف الدراسات في هذا المجال.

11. دراسة العمودي¹ " أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة"

وهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى تأثير مراجعة الحسابات ؛ نتيجة لنمو عمليات التجارة الإلكترونية ، وذلك من خلال التعرف إلى خصائص هذا النوع من النشاط ، وإيضاح التحديات والفرص التي تفرضها على مهنة المراجعة وما تستوجبه من إلمام المراجع الكافي بتقنيات التجارة الإلكترونية وبأحدث الإجراءات والأساليب المستخدمة في مجال مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية ، ووضع هذه الإجراءات في إطار يعكس متطلبات مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية . وقد خلصت هذه الدراسة إلى الآتي:

- أن مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية تتطلب من المراجع الأخذ في الاعتبار مجموعة من المخاطر المرتبطة بنظم الرقابة الداخلية وبطبيعة عمليات التجارة الإلكترونية، إلى جانب الحاجة إلى عدد من المهارات العلمية والمهنية التي يجب توافرها في المراجع الخارجي، والتي يتطلب صدور تعليمات بها سواء من جانب جمعية المحاسبين القانونيين في اليمن، أو من جانب الجهاز المركزي للرقابة والمحاسبة والوزارات المختصة.

1 العمودي، أحمد عبد الله عمر " أثر التجارة الإلكترونية على المراجعة - دراسة ميدانية باليمن" أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق، كلية الاقتصاد قسم المحاسبة ، عام 2006.

- أن تصميم نظام التجارة الإلكترونية يجب أن يمكن من حفظ المستندات المتعلقة بعمليات التجارة الإلكترونية إلى أن يقوم المراجع بالموافقة عليها خلال مدة محددة، وبما يمكنه من استرجاعها عند الحاجة إليها.
- يجب السماح للمراجع الخارجي بالوصول إلى قاعدة البيانات في أي وقت، وعدم إخفاء أي بيانات عنه، ويجب توافر البيانات التفصيلية للعملية لفترات ملائمة.
- إن أهم إجراءات الأمن أو الحماية من الوصول غير المصرح به ، من وجهة نظر المراجعين، هي إغلاق الفجوات الأمنية التي تمكن المخترقين من الدخول، وهي الفجوات التي تكتشف في البرامج أو يُعلن عنها من الجهة المصنعة. يأتي بعدها تحديث برامج مكافحة الفيروسات، لحماية البيانات والأجهزة، بل النظام كله من التدمير.
- يوافق مراجعو الحسابات بدرجة كبيرة جدًا على أن من المهام الحالية لقيام المراجع بمراجعة عمليات التجارة الإلكترونية، ضرورة التحقق من وجود إجراءات رقابية تحقق أمن المنشأة من التهديدات الخارجية أو الداخلية، أو ما أطلق عليه الحماية من الوصول غير المخول ، وتقييم ما إذا كانت الإجراءات الوقائية المطبقة لمواجهة هذه التهديدات تتناسب مع مستوى الخطر الأمني المقدر.
- أن مراجعي الحسابات يوافقون بدرجة كبيرة جدًا على أن هناك حاجة إلى التدريب، وتطوير المهارات الحالية لدى المراجع؛ ليتمكن من مراجعة البيانات المالية لصفقات التجارة الإلكترونية بالكفاءة المطلوبة.
- أن مراجعي الحسابات في اليمن يوافقون تمامًا على متطلبات البيان الدولي (1013) في المهارات المطلوب توفرها لدى المراجع لمراجعة عمليات

التجارة الإلكترونية ، وأنهم يعتبرون أن القدرة على فهم مدخل المنشأة في إدارة الأخطار (أي كفاية الإجراءات الرقابية) أكثر المتطلبات أهمية، وقد حصلت هذه الفقرة على أكبر متوسط من بين جميع فقرات الاستبيان بشكل عام.

- موافقة مراجعي الحسابات بدرجة كبيرة جداً، على أنه أصبح من الضروري قيام المراجع بالتحقق من وجود الإجراءات والسياسات التي تحقق تواجد متفاعل للموقع مع الزوار والعملاء على الشبكة ، وأن مراجعي الحسابات يميلون إلى أهمية الإفصاح عن شروط وقواعد (المدد الزمنية) إجراء صفقات التجارة الإلكترونية.

- موافقة مراجعي الحسابات بدرجة كبيرة جداً، على أن المراجع أصبح مطالباً بالتحقق من حماية سرية المعلومات الشخصية للمورد أو العميل، من خلال التحقق من أن لدى الشركة إجراءات رقابية كفيلة بتحقيق السرية للمعلومات الشخصية للعميل ، وأن مراجعي الحسابات يميلون إلى أهمية التحقق من أن المعلومات الشخصية تستخدم فقط للأهداف المحددة مسبقاً.

- موافقة مراجعي الحسابات بدرجة كبيرة على أنه أصبح من الضروري قيام المراجع بالتحقق من وجود الإجراءات المطلوبة لتحقيق سلامة الصفقة في إطار متطلبات مراجعة عمليات التجارة الإلكترونية، وأن المراجعين يميلون إلى أهمية التحقق من أن البضاعة المباعة قد سُحِنت بالكميات الصحيحة من بين هذه الإجراءات.

- أهمية التفويض في كل الإجراءات تقريباً، مثل : تقنيات الأمن المستخدمة وتطويرها، وإجراءات وسياسات السرية المتبعة وتحديثاتها، والبيانات والمعلومات المفصح عنها على الموقع ، والتغييرات التي تتم عليها ، واعتماد إجراءات سلامة الصفقة وتحديثاتها.