

التجارة الإلكترونية

«الأثار الاقتصادية والحماية القانونية»

أ. د. خالد سعد زغلول حلمي

مقدمة البحث:

تعد التجارة الإلكترونية (Electronic commerce) إحدى نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يشهدها العالم حالياً، وقد لعبت التقنيات الحديثة دوراً هاماً في تغيير معالم الاقتصاد والتنمية والإدارة والتعليم والأمن القومي والمنظومة القانونية وغير ذلك من المجالات. ومن الملاحظ أن الأسواق العالمية تزداد اتصالاً يوماً بعد يوم، وتتلاشى الحدود مع تحرير التجارة وحرية حركة رأس المال، وقد دعم من ذلك التفاعل بين الأسواق العالمية التوسع في استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية، فمن الواضح أن هذه التقنيات الحديثة تساعد على اندماج الأسواق عن بعد دون الحاجة إلى الوجود الفعلي بالسوق نفسها، فكل ما نحتاج إليه هو موقع تفاعلي سهل الاستخدام يساعد على إتمام التعاملات التجارية ويقوم بتوفير صفقات آمنة و ضمانات كافية.

والتجارة الإلكترونية تعد مؤشراً لبداية الانضمام إلى الاقتصاد العالمي وفتح الباب على مصراعيه لأداء الأعمال عبر الحدود الإقليمية واتساع حلبة المنافسة بين الدول وتخطي حاجز الزمان والمكان، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعاً لا بديل عنه أمام كافة دول العالم المتقدم منه والنامي، ومن أجل الإسراع بخطى تحقيق التنمية والتقدم الاقتصادي وجذب الاستثمارات في ظل النظام العالمي الجديد، بل يمكن القول إن التجارة الإلكترونية ستكون بمثابة الجسر بين الدول النامية والمتقدمة على السواء.

تتطلب التجارة الإلكترونية لتحقيق أثارها الاقتصادية المرجوة إيجاد منظومة تشريعية متكاملة

* أستاذ الرياضة والتأمين، كلية التجارة - جامعة القاهرة، وحالياً كلية الدراسات التجارية - الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب - دولة الكويت.

من أجل تأمين وتسهيل المعاملات على الشبكة والتصدي للجرائم المعلوماتية والأنشطة غير القانونية وتحديد الجهات التي يعهد القانون إليها بالتصديق على التوقيعات الإلكترونية ووضع التنظيم القانوني الملائم لعملها، بل يمكن القول إن الجوانب القانونية في التجارة الإلكترونية تشكل العمود الفقري في تحقيق أهدافها على خريطة الاقتصاد العالمي.

وسوف يتناول هذا البحث التعرف على مفهوم التجارة الإلكترونية وكيفية التعامل معها وأهم الآثار الاقتصادية التي يمكن تحقيقها، وكذلك سبل الحماية القانونية لها. وسوف نقسم دراستنا هنا إلى أجزاء أربعة على النحو التالي:

الجزء الأول: 1- مفهوم التجارة الإلكترونية.

2- خصائصها.

الجزء الثاني: الوضع الحالي للتجارة الإلكترونية.

الجزء الثالث: استشراف الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية.

الجزء الرابع: الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية.

الجزء الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية وتطورها

تمهيد وتقسيم:

يتناول هذا الجزء مفهوم التجارة الإلكترونية من الجانب الاقتصادي والقانوني، والتعرف على الهيكل التنظيمي الحديث للتجارة الإلكترونية لتحديد أبعادها ومكوناتها وسبل إتمامها لتكوين رؤية واضحة عن هذا الأسلوب الجديد في المعاملات التجارية حتى نستطيع أن نكيف الأنظمة الاقتصادية والقانونية للتعامل معها مما يمكن من تعظيم الفوائد المتوخاة من دخول عصر اتساع الأسواق واشتداد حدة المنافسة بين كافة دول العالم، كما يتناول تطور هذه التجارة وأشكالها المختلفة.

وسوف يتناول هذا الجزء الموضوعات التالية:

- ١- مفهوم التجارة الإلكترونية.
- ٢- خصائص التجارة الإلكترونية.

1- مفهوم التجارة الإلكترونية:

انتشر في الآونة الأخيرة تداول مصطلح التجارة الإلكترونية أو المبادلات التجارية الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية على مستوى كافة دول العالم، وظهرت تعريفات متعددة للتجارة الإلكترونية يمكن أن نذكر منها:

أن التجارة الإلكترونية هي أي معاملة أعمال تتم بواسطة اتصال يستعمل تكنولوجيا المعلومات ويستعمل النمط المستندي الإلكتروني بدلاً من النمط الورقي، أي أنها لا تتعامل بأي ورق بل تتم من خلال سلسلة من النبضات الكهربائية، والنظرية أنها ليست شكلاً جديداً في التجارة بل وسيلة جديدة لنفس التجارة في البضائع والخدمات⁽¹⁾.

(1) طلال أبو غزالة، التجارة الإلكترونية «المستقبل القادم للثورة المعلوماتية، مقالة بجريدة القبس الكويتية، 2002، ص 7.
Htt:// www.alwalan.com/graphics/2000/oct/25.10/heads/it9.htm.

وذهب رأي آخر إلى أن التجارة الإلكترونية تستخدم وسائل غير تقليدية لإبرام العقود أو الوفاء بالقيمة أو إثبات المعاملات، فهي تقلل الحاجة إلى المستندات الورقية، ويمكن أن تستغني عن النقود التقليدية، وتحل بدلاً منها النقود الإلكترونية، وتقوم بتبادل المعلومات بواسطة وسائل إلكترونية يأتي في مقدمتها الإنترنت⁽²⁾.

ويذهب آخرون إلى تعريف التجارة الإلكترونية بأنها كافة أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكات الاتصالات، بما في ذلك التعاملات بين الشركات بعضها البعض، وبين الشركات وعملائها، أو بين الشركات والإدارات الحكومية⁽³⁾.

وعرف المشرع التونسي في القانون رقم 83 لسنة 2000 التجارة الإلكترونية بأنها العمليات التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية، وهذه المبادلات تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية⁽⁴⁾.

وعرف مشروع إمارة دبي⁽⁵⁾ في القانون رقم 2 لسنة 2002 التجارة الإلكترونية بأنها المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الإلكترونية، والمعاملات الإلكترونية هي أي تعامل أو عقد أو اتفاقية يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة المراسلات الإلكترونية.

وجاء القانون البحريني للتجارة الإلكترونية الصادر في 2002/9/14 وعرف كلمة إلكتروني بأنها تقنية استعمال رسائل كهربائية أو مغناطيسية أو كهرومغناطيسية أو أي شكل آخر من وسائل التقنية المشابهة. وقد عرف مشروع التجارة الإلكترونية المصري في مادته الأولى الخاصة بالتعريفات الإلكترونية بأنها «كل معاملة تجارية عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية» وبالتالي لم يحصرها في الإنترنت، وقد وفق المشرع في ذلك نظراً للتطور التكنولوجي السريع الذي يمكن أن يتجاوز يوماً ما الإنترنت، إلى وسائل أخرى أكثر تطوراً، من استقراء هذه التعريفات يتضح أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتسع ليشمل كافة المعاملات التجارية التي تتم عبر كافة الوسائل الإلكترونية، إلا أن المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة المعلومات (الإنترنت) تشكل النسبة الأكبر من تلك المعاملات، ورغم اتساع نطاق استخدام شبكة الإنترنت على مستوى العالم وارتباط معظم الدول النامية بتلك الشبكة إلا أنه مازال هناك تفاوت شديد بين الدول المتقدمة والنامية في كثافة الاتصال بالإنترنت سواء من حيث عدد المستخدمين أو عدد مواقع الاستقبال

(2) US department of treasury: An introduction to the Electronic Money issues, washington DC., 1996, p.12.
 (3) د. رأفت رضوان، رشاد عوض، ولاء الحسيني، الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، المجلد الثاني، العدد الثاني، يوليو 2000، ص 10.
 (4) انظر القانون التونسي رقم 83 الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، الفصل الثاني.
 (5) انظر قانون إمارة دبي رقم 2 لسنة 2002، الخاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية، المادة 2.

على الإنترنت، الأمر الذي جعل التفاوت الشديد بين الدول المتقدمة والدول النامية من حيث نصيب كل منها من التجارة الإلكترونية وعائداتها وهو إحدى السمات البارزة للتجارة الإلكترونية.

ويظهر التجارة الإلكترونية تغيير مفهوم السوق التقليدي المتعارف عليه بأنه «المكان الذي يلتقي فيه عدد من البائعين وعدد من المشترين لتبادل سلع أو خدمات معينة» إلى مفهوم آخر أكثر اتساعاً، حيث أصبح السوق ينصرف إلى مفهوم التنظيم أكثر منه إلى مفهوم الحيز المكاني أو المادي، فهو تنظيم لشبكة من المبادلات، بالنسبة للغالبية من السلع، والتي يتم تبادلها في أماكن قد تكون بعيدة كل البعد عن مكان إنتاجها وتكون منتشرة جغرافياً للدرجة التي لا يمكن أن تضع لها حدوداً⁽⁶⁾.

ويعتمد سوق التجارة الإلكترونية على معلومات إلكترونية، فالنص يتكون من معالجات الكلمات وتخزين في ذاكرة أجهزة الحاسب الآلي وينقل عن طريق الشبكات المحلية وخطوط الهاتف والأقمار الصناعية ويسجل على الطابعات وأجهزة الفاكس ميلي وأجهزة الحاسب الآلي، كما يتم التقاط الصور والأصوات بالكاميرات والمساحات والميكروفونات وغيرها من أجهزة الاستشعار وتخزن على شريط أو قرص وتذاع على الهواء، أو خلال كوابل محورية أو ألياف ضوئية وتعرض على التلفزيون أو شاشات أجهزة الحاسب الآلي أو تسمع من الإذاعة، ويتم الحصول على البيانات والإشارات الضوئية عن طريق الأسلاك النحاسية المزدوجة والألياف الصناعية والأقمار الصناعية أو تبث عبر الهواء، أما الوثائق فإنه يتم طبعها وتصويرها ضوئياً وإرسال صور منها بالفاكس ومسحها وتخزينها إلكترونياً⁽⁷⁾.

وتقسم التجارة الإلكترونية وفقاً لطبيعة المتعاملين بها إلى نوعين، التعامل بالتجارة الإلكترونية فيما بين الشركات، والتعامل بالتجارة الإلكترونية فيما بين الشركات والمستهلكين، النوع الأول: بدأ استخدامه منذ فترة من الزمن بين الشركات العملاقة بينما النوع الثاني يستخدم بين الشركة والمستهلك: وبدأ استخدامه منذ سنوات قليلة، وانتشر بسرعة كبيرة نظراً لزيادة عدد مستخدمي الإنترنت في العالم⁽⁸⁾.

(6) د. خالد زغلول حلمي، الاقتصاد السياسي، الطبعة الثانية 2002، الكويت، ص 297.

(7) د. محمد عبدالفتاح عزب، تنمية الموارد البشرية إلكترونياً، دراسة مقدمة لمركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بجريدة الأهرام، القاهرة، في 2002/10/7.

(8) انظر في ذلك: Teltscher, Susanne, Electronic commerce and development: Fiscal implication of digitized goods trading, World development (IWDA) vol 30, 7 Jule, p. 1140. وأيضاً:

2- خصائص التجارة الإلكترونية

تتسم التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية وتتطلب وضع تنظيم قانوني خاص للتعامل بها وبما يضمن ثموها وتحقيق آثارها الاقتصادية المرجوة ويمكن إيجاز أهم هذه الخصائص فيما يلي:

1- عدم وجود مستندات ورقية للمعاملات: إن أهم ما يميز التجارة الإلكترونية عدم وجود مستندات ورقية لإثبات المعاملات وإتمامها، وإنما تتم بطرق ووسائل إلكترونية عالية التقنية، وتعد هذه الوسائل هي السند القانوني لإثبات المعاملة التجارية أو عقد التجارة الإلكترونية، وهو ما يجعل التجارة الإلكترونية ذات طبيعة قانونية خاصة تتطلب تنظيمًا قانونياً يحمي هذه التجارة.

2- التعامل عن بعد: ويقصد بذلك أن التجارة الإلكترونية تتم دون أن يرى الأطراف بعضهم البعض دون معرفة سابقة فيما بينهما، ودون أن يرى المتعاقد الشيء محل التعاقد قبل إتمام الصفقة، وإنما تتم المعاملة عبر الوسائل الإلكترونية وبصفة خاصة شبكة الإنترنت بين مختلف دول العالم وهذا يتطلب وسيلة قانونية لإثبات التعامل الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والتحويل الإلكتروني حتى يشعر المتعاملون بالأمان من استخدام هذه الوسائل.

3- تعدد مراحل التجارة الإلكترونية: تمر المعاملة الإلكترونية بثلاث مراحل وهي (الدعاية وجمع المعلومات - الاتفاق والشراء والدفع الإلكتروني - وأخيراً مرحلة تسليم السلعة) وهذا النوع من المعاملات التجارية يشمل كافة السلع والخدمات التي يمكن تبادلها أو تحويلها إلى ملفات إلكترونية في شكل بيانات أو معلومات رقمية Digital Information، مثل برامج الكمبيوتر والموسيقى والأفلام أو ما يطلق عليه بشكل عام «المواد الإعلامية»، إلا أن هناك نوعاً آخر من التجارة الإلكترونية يشمل السلع والخدمات التجارية التي تقتصر فيها المعاملات الإلكترونية على مرحلتين الأولى والثانية فقط، حيث لا يمكن تسليمها إلكترونياً بسبب عدم إمكان تحويلها إلى ملفات أو معلومات وبيانات رقمية، وتظل الوسائل التقليدية هي الوسائل المناسبة لمرحلة التسليم في هذه الفئة، وقد يقتصر التعامل الإلكتروني في تلك السلع على المرحلة الأولى فقط على أن تتم عملية الدفع مع التسليم⁽⁹⁾.

- Webb, Kevin L, Managing channels of distribution in the age of electronic commerce, industrial marketing = management (IMM) vol 3, 2 Feb, 2002, p.98.

Kumar, Akhil; Zhao, Jeon workflow support for electronic commerce applications, decision supports systems (9) (DSS), vol 32, iss:1, Jan 2002, p.42.

4- عدم وجود حدود مكانية للتجارة الإلكترونية: فمن أهم سمات التجارة الإلكترونية أنها تتم عبر العالم ولا يوجد لها حدود مكانية، فالتجارة الإلكترونية تفترض انعدام الاتصال المادي بين التاجر والعميل اللذين قد يتواجدان في ذات الدولة، كما قد يتواجدان في دولتين مختلفتين، الأمر الذي يجعل العلاقة تدخل في نطاق القانون الدولي الخاص، مما يثير مشكلة تنازع القوانين، وهذا يتطلب تحديد القانون الذي ينبغي الاعتماد به من بين القوانين ذات الصلة بالعلاقة فيصبح هو القانون واجب التطبيق على تلك العلاقة⁽¹⁰⁾.

ويرتب على ذلك أيضاً تعارض المصالح الاقتصادية القومية وانفتاح الباب على مصراعيه لمشاكل الولاية القانونية واختلاف النظم الضريبية وسبل الإثبات⁽¹¹⁾.

الجزء الثاني

الوضع الحالي للتجارة الإلكترونية

بدأت التجارة الإلكترونية منذ بضعة عقود على شكل شبكة المعلومات الإلكترونية⁽¹²⁾ Electronic date interchange (EDI)، واستخدام من أجل إتمام التحويلات الإلكترونية -Elec- tronic funds transfer (EFT) والعمليات المصرفية والتعاملات البنكية، كما استخدمت شركات الطيران هذه الوسائل من أجل تنظيم معاملتها مع بعضها البعض ومع العملاء، وهذه الأشكال

(10) د. أشرف وفا، عقود التجارة الإلكترونية في القانون الدولي الخاص، المجلة المصرية للقانون الدولي القاهرة، المجلد السابع والخمسون، 2001، ص 198.

(11) د. رأفت رضوان، رشا عوض، ولاء الحسيني، الضرائب في عالم الأعمال الإلكتروني، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، مرجع سابق، ص 12.

وأيضاً:

- Burns, Andrew Stewart, An overview of electronic commerce, competitiveness review (CVRV) vol 21, 2002, p.122.

(12) جدير بالذكر أن أول كمبيوتر تم اختراعه بمعرفة العالم (ENIAC) وهي اختصار للعبارة الإنجليزية -Electronic Numerical Integrator and Computer، وكان جهازاً عملاقاً يزيد ارتفاعه عن ثلاثة أمتار وبلغت تكلفته ملايين الدولارات، لمزيد من التفصيل انظر:

- Ngai, EWT, wat, FKT, Aliterature review and classification of electronic commerce research, information & management (IFM), vol39, Mar 2002, p.430.

الأولى من التعاملات الإلكترونية كانت محدودة النطاق، وكانت إجراءاتها معقدة وكانت تتم بنظم معينة للمعلومات مقتصرة على أصحابها فضلاً عن كونها مكلفة، لذلك كان استخدامها محدوداً وقاصراً على معاملات معينة.

وفي السبعينيات من القرن الماضي استخدم الفرنسيون التجارة الإلكترونية استخداماً محدوداً حيث اقتصر على المعاملات داخل المجتمع الفرنسي، ولم يرق هذا الاستخدام ليصبح استخداماً دولياً، وفي أعقاب ذلك تبنت الولايات المتحدة الأمريكية نظام التجارة الإلكترونية وعملت على تطوير البنية التحتية المعلوماتية، وكانت نتيجة ذلك حدوث تطور مذهل في مجال التجارة الإلكترونية، وأصبح هذا النوع من التجارة محل اهتمام كافة المحافل الدولية والإقليمية.

وقد نجحت الولايات المتحدة الأمريكية في إدراج موضوع التجارة الإلكترونية على جدول أعمال منظمة التجارة العالمية WTO وكان ذلك في إطار اتفاقية متعددة الأطراف، وعلى أثر ذلك أصدرت منظمة التجارة العالمية WTO في مايو 1998 إعلاناً عن التجارة الإلكترونية، وقرر المؤتمر الوزاري في دورته الثانية حث المجلس العام على وضع برنامج عمل متكامل لدراسة الجوانب المتعلقة بالتجارة الخاصة بالتجارة الإلكترونية الكونية، أخذاً بعين الاعتبار الآثار الاقتصادية والمالية واحتياجات الدول النامية وتقديم تقرير عن سير العمل إلى الدورة الثالثة.

وفي سبتمبر من نفس العام وضع المجلس العام لمنظمة التجارة العالمية برنامج عمل التجارة الإلكترونية لكل من مجلس التجارة في السلع ومجلس التجارة في الخدمات ومجلس لجنة التجارة والتنمية في المنظمة.

وقدمت المجالس الأربعة في يوليو 1999 تقريرها عن اتفاقية التجارة الإلكترونية إلى المجلس العام في منظمة التجارة العالمية، الذي قام بدوره بعرض هذه التقارير على المؤتمر الوزاري في دورته الثالثة في سبتمبر 1999 والمعقد في سياتل.

وقد أسفرت هذه الجهود عن وضع القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية لتستعين به الدول في صياغة قوانينها الوطنية.

ونظراً لحدثة موضوع التجارة الإلكترونية نسبياً وكون التشريعات الخاصة به لم تعتمد في بلدان كثيرة جاء قانون لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الإنسيترال) ليكون نموذجاً للجهد الدولي المشترك لوضع إطار قانوني مشترك للتجارة الإلكترونية، ويضع هذا القانون قواعد محددة بشأن التوقيعات الإلكترونية، ويعتبر هذا القانون مرجعاً استرشادياً لدول العالم

التي تعتمزم إصدار قانون خاص بها كونه لا يشمل كل التفاصيل من حيث الأحكام القانونية واللوائح الضرورية لتطبيق هذه التقنيات في الدول المختلفة، وينص القانون على السماح للدول بتعديل تشريعاتها المحلية المطبقة على المعاملات التجارية والشركات والبنوك حتى تتلاءم مع التطورات الحديثة في تقنية الاتصالات، وأمام الانتشار الكبير للتجارة الإلكترونية فإن الأمر يحتاج إلى إطار قانوني ينظم عملها ويضبط التعاملات التجارية التي تعتمد هذا الأسلوب، ويجب أن ينظم هذا القانون كيفية إثبات صحة المستندات المستخدمة في تعاملات التجارة الإلكترونية وينظم التوقيع الإلكتروني ووسائل الدفع الإلكتروني⁽¹³⁾.

حجم التجارة الإلكترونية:

على الرغم من أن التجارة الإلكترونية مازالت في مهد طفولتها إلا أنها شهدت نمواً متسارعاً منذ بدء تطورها وفي الواقع لا توجد تقديرات دقيقة حول قيمتها سواء فيما يتعلق بالقيمة الإجمالية لتلك التجارة أو فيما يتعلق بتوزيعها الجغرافي والقطاعي، أو فيما يتعلق بنصيب أنماطها المختلفة من القيمة الإجمالية.

ويجسد هذه الحقائق اختلاف التقديرات المتوقعة مستقبلاً لحجم التجارة الإلكترونية بين عام وآخر للفترة الزمنية نفسها، ومما يزيد من تعقيدات تقديم تقديرات دقيقة لحجم التجارة الإلكترونية في العالم أن كافة تلك التقديرات لم تميز بشكل واضح بين المعاملات التجارية الإلكترونية المحلية وتلك عابرة الحدود أو الدولية.

ووفقاً لتقديرات عام 1998 تراوحت القيمة الإجمالية لعائدات التجارة الإلكترونية في العام 1997 بين 8 مليارات دولار (وفق تقديرات مؤسسة البيانات الدولية (IDC International data corporation) و9 مليارات دولار (وفق تقديرات مؤسستي فورستر للبحوث Forrester of research وسيمبا للمعلومات Simba information - وارتفعت في عام 1998 لتصل إلى 28,80 مليار وفق تقديرات مؤسسة سيمبا، وتراوحت التقديرات المتوقعة لإجمالي تلك العائدات في عام 2002 بين 102 مليار دولار فقط وفق تقديرات مؤسسة سيمبا و400 مليار دولار وفق تقديرات مؤسسة البيانات الدولية، وتحتل التجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال أو ما يعرف

(13) انظر في ذلك النادي العربي لتقنية المعلومات والإعلام 2002- file name 2002- http://www.ac4mit.org/ecommerce.asp?file name 2002- 1110192739.

بنمط الأعمال - إلى الأعمال Business-to-Business B-TO-B النسبة الأهم من التجارة الإلكترونية، حيث بلغت قيمة هذا النمط في عام 1998 حوالي 19 مليار دولار (وفق تقديرات سيمبا) أي حوالي 66% من إجمالي عائدات التجارة الإلكترونية في ذلك العام، ومن المتوقع أن ترتفع وفق التقديرات نفسها إلى 58 مليار دولار في عام 2002، بينما تصل تقديراتها المتوقعة (وفق تقديرات مؤسسة فورستر) إلى 327 مليار دولار في عام 2002⁽¹⁴⁾.

فضلاً عن هذه التقديرات، هناك تقديرات أخرى لبعض الشركات والمؤسسات المعنية بالتجارة الإلكترونية، تشير إلى أن إجمالي حجم التجارة الإلكترونية قد تراوح خلال الفترة 1995 - 1997 بين 70 مليون دولار فقط (وفق تقديرات input) و8 مليارات دولار وفق تقديرات مؤسسة فورستر، كما تراوح إجمالي القيمة المتوقعة للتجارة الإلكترونية خلال الفترة 2000 - 2002 بين 10 مليارات دولار (وفق تقديرات Eland) إلى أكثر من 1,5 تريليون دولار (وفق تقديرات Activ Media).

ووفق تقديرات برنامج الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد Unctad) فقد بلغ إجمالي قيمة المعاملات الاقتصادية والتجارية الإلكترونية في عام 1995 حوالي 0,1 مليار دولار، ارتفعت في عام 1996 إلى 3 مليارات دولار ثم إلى 74 مليار دولار في عام 1998، ويقدر أن تصل إلى ما يزيد عن 1,2 تريليون دولار في عام 2002، ويتضح من الإحصاءات السابقة مدى تسارع معدلات نمو التجارة الإلكترونية، حيث ارتفعت خلال سبع سنوات فقط (1995 - 2002) بما قيمته 1233,9 مليار دولار أي بنسبة 1233900%، أي بمتوسط سنوي قدره حوالي 1762%⁽¹⁵⁾.

نخلص مما تقدم إلى أن هناك غموضاً وعدم اتفاق بين المؤسسات المعنية في تقدير الحجم الحقيقي لإجمالي التجارة الإلكترونية العالمية نظراً للنمو المتسارع لشبكة المعلومات الدولية وتقدم البنية الأساسية في مجال الاتصالات في الدول النامية وتزايد ارتباطها بشبكة المعلومات الدولية، إلا أن القدر المتبقي من هذه التقديرات أن هناك نمواً متسارعاً في حجم التجارة الإلكترونية بكافة صورها وأشكالها، مما يفرض على حكومات الدول ضرورة التعرف على التجارة الإلكترونية لتعظيم آثارها الاقتصادية وصياغة التشريعات اللازمة لحماية الاقتصاد القومي، وتوفير مظلة قانونية للمتعاملين بالتجارة الإلكترونية.

Montury found and world bank report 2002 (14)

وأيضاً: Saleh, Kassem, documenting electronic commerce systems and software using the unified modeling language, information & software technology (DTP) vol 44, APR2002, p315.

Unctad Report 2000, p.19 (15)

الجزء الثالث

الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

للتعرف على الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية يجب التعرف على موقف الدول العربية من التجارة الإلكترونية من حيث التوزيع الجغرافي للتجارة الإلكترونية والتركيب السلعي لها، ومدى توافر المقومات الأساسية لدى الدول النامية ومنها الدول العربية لانتزاع موقع منافسة مناسب بين دول العالم وذلك في المطلب الأول ثم نتعرف على أثر التجارة الإلكترونية على النشاط التجاري والاقتصاد القومي .

1- موقف الدول العربية من التجارة الإلكترونية

ونتناول في هذا الجزء التوزيع الجغرافي للتجارة الإلكترونية والتركيب السلعي لها ومدى توافر المقومات الأساسية لدى الدول النامية ومنها الدول العربية .

أولاً: التوزيع الجغرافي للتجارة الإلكترونية⁽¹⁶⁾:

تشير الإحصاءات الأولية إلى هيمنة الدول المتقدمة على حقل التجارة الإلكترونية وقدرتها على غزو أسواق العالم بما تقدمه من تقنيات حديثة وتكنولوجية متقدمة في كافة فروع العلم والمعرفة . ووفقاً لتقديرات صندوق النقد الدولي والبنك الدولي تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في المرتبة الأولى من حيث توزيع التجارة الإلكترونية العالمية، تليها أوروبا الغربية، بينما لا تزال تحتل منطقة آسيا الباسيفيك نسبة متواضعة .

فقد تراوح نصيب الولايات المتحدة الأمريكية بمفردها من إجمالي التجارة الإلكترونية العالمية في عام 1997 بين 76-87% مقابل حوالي 5-24% لأوروبا الغربية، بينما تراوح نصيب اليابان بين

Montury Foug, World bank report 2002 (16)

وأيضاً:

- Barney, Jay B, Strategies for electronic commerce and the internet, Academy of management review (AMR), vol.27, Oct 2002, P.715.

1-4% فقط مقابل حوالي 1% لباقي دول العالم .

وفيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي يلاحظ أن كلاً من ألمانيا والمملكة المتحدة تأتي في مقدمة الدول الأوروبية، حيث تشير التقديرات إلى ارتفاع نصيب ألمانيا من التجارة الإلكترونية العالمية من صفر في عام 95 - 1996 إلى 73 مليون دولار مقارنة بحوالي 26 مليون دولار للمملكة المتحدة في عام 1995، (4)، (9) ملايين دولار لكل من فرنسا والمملكة المتحدة على الترتيب في عام 96 - 1997، بينما لم يتجاوز نصيب كل من إيطاليا وهولندا والسويد وإسبانيا (1)، (2)، (3)، (1) مليون دولار على الترتيب في عام 96 - 1997، ووفق التقديرات ذاتها قدر نصيب كل من ألمانيا والمملكة المتحدة وفرنسا في عام 2001/2000 بحوالي 9.7، 11، 6.1 مليار دولار على الترتيب، ارتفعت تلك التقديرات لعام 2002/2001 إلى حوالي 16.1، 12.9، 8.4 مليارات دولار للدول الثلاث على الترتيب .

وفي استبيان أجري على 900 من وحدات الأعمال من مختلف الأحجام في عام 1998، اتضح أن أكثر من نصف مديري تلك الوحدات قد عبروا عن ثقتهم بأن التجارة الإلكترونية هي الخيار الأفضل لإتمام معاملاتهم التجارية، كما عبر قيادات 25% من تلك الوحدات التي تعتمد على الإنترنت في إجراء معاملاتهم التجارية أنهم يحققون أرباحاً من خلال التجارة الإلكترونية، وعبر 58% عن أهمية التوفير في التكلفة التي توفرها المعاملات التجارية الإلكترونية، كما تبين أن 54% من الشركات صغيرة الحجم و33% من الشركات متوسطة الحجم تتمتع بالحضور على شبكة الإنترنت سواء من خلال البريد الإلكتروني أو من خلال امتلاك مواقع إلكترونية خاصة بها، فضلاً عن هذا النمو المتسارع لحجم التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة، فإنه من المتوقع أن ترتفع تلك القيمة في السنوات القادمة ليس فقط بسبب ارتفاع نسبة السكان المستخدمين للإنترنت، ولكن أيضاً بسبب الإدراك المتزايد للوحدات الإنتاجية صغيرة ومتوسطة الحجم لأهمية التجارة الإلكترونية وحضورها المتزايد على شبكة الإنترنت (17).

وفيما يتعلق بحجم التجارة الإلكترونية بالدول النامية، يلاحظ أنه رغم التحسن النسبي الذي شهدته البنية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية في الدول النامية خلال النصف الثاني من التسعينيات إلا أنها مازالت أقل من المستويات المطلوبة لنمو التجارة الإلكترونية أو الاستفادة من إمكانات تلك التجارة (18)، فقد ارتفع عدد مواقع الاستقبال على الإنترنت في الدول النامية

Montury fund and work Bank repot, 2002. (17)

Lawson, catherine L, Product quality in electronic commerce and old problem recast, mid-American Journal of Business (MAJB) vol.17, spring 2002. p.31. (18)

من 0.1 لكل ألف نسمة من السكان في عام 1999 إلى موقع واحد في عام 2000، وتركز التحسن بشكل خاص في منطقة أمريكا اللاتينية والكاريبي، حيث ارتفع عدد مواقع الاستقبال في تلك المناطق من 0.2 لكل ألف نسمة في عام 1995 إلى 5.6 في عام 2000، بينما ارتفع متوسط هذا المعدل في دول شرق آسيا والباسيفيك من 0.1 إلى 0.6 مقابل ارتفاعه في منطقة جنوب آسيا من صفر إلى 0.1⁽¹⁹⁾ ومازالت الدول النامية تعاني من العديد من المعوقات أمام نمو وازدهار التجارة الإلكترونية خاصة ارتفاع تعريفات الاتصال بشبكة الإنترنت بالمقارنة بالأسعار العالمية وبالنسبة لدخول الأفراد في هذه الدول.

وفيما يتعلق بحجم التجارة الإلكترونية في الدول العربية، ففي واقع الأمر لا توجد تقديرات محددة بشأن نصيب الاقتصادات العربية من التجارة الإلكترونية العالمية، حيث تأتي تلك التقديرات أما في إطار التقديرات الخاصة بنصيب الدول النامية من تلك التجارة، أو في إطار التقديرات الخاصة بمنطقة الشرق الأوسط، ويرجع ذلك إلى التواضع الشديد لحجم مساهمة الاقتصادات العربية في التجارة الإلكترونية العالمية وأن تلك المساهمات كانت لا تتعدى صفرًا تقريباً في فترات معينة، وتشير تقديرات شركة أنتل إلى أن حجم التجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط في عام 1999 قد بلغ حوالي 100 مليون دولار، وبلغت التقديرات المتوقعة وفقاً للمصدر نفسه لعام 2001 حوالي مليار دولار، على أن تصل إلى حوالي 4 مليارات دولار مع نهاية عام 2004، كما قدر نصيب أفريقيا والشرق الأوسط معاً من التجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال في عام 2000 بحوالي 1.7 مليار دولار فقط، بينما بلغت التقديرات المتوقعة لعام 2004 حوالي 17.7 مليار دولار بنسبة لا تتجاوز 6% من الإجمالي العالمي.

وفي ضوء ما تقدم يلاحظ أن نصيب الاقتصادات العربية من التجارة الإلكترونية العالمية مازال محدوداً جداً، إذ لم تتجاوز وفقاً لبعض التقديرات في عام 1998 حوالي 11.5 مليون دولار زادت وفقاً لتقدير آخر إلى 95 مليون دولار في عام 1999 بالنسبة للمعاملات الائتمانية مقابل 11%

(19) جدير بالذكر في هذا الصدد أن متوسط التكلفة السنوية للاتصال بالإنترنت في القارة الأفريقية على سبيل المثال تتراوح بين 136 دولاراً أمريكياً في (بوتسوانا) إلى 1740 دولاراً في (أنغولا) بمعدل 5 ساعات فقط شهرياً، بينما تبلغ التكلفة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا والمملكة المتحدة 780, 888, 348 دولاراً سنوياً بمعدل 20 ساعة شهرياً أي حوالي 195, 222, 87 دولاراً سنوياً في الدول الثلاث على الترتيب بمعدل 5 ساعات شهرياً، وعلى الرغم من الارتفاع النسبي لتكلفة استخدام الإنترنت في بعض الدول المتقدمة بالمقارنة ببعض الدول الأفريقية، إلا أنه في ضوء انخفاض مستويات المعيشة ومستوى الدخل في الدول الأفريقية فإن التكلفة النسبية للدخول على شبكة الإنترنت تظل أعلى من معدلها العالمية بدرجة كبيرة.

لمزيد من التفاصيل انظر: Montury fund report, 2002 p.24.

للتحويل البنكي و9% معاملات الدفع عند التسليم، 3% من خلال الشيكات⁽²⁰⁾. وتعد تلك التقديرات بمثابة مرآة تعكس خطورة تأخر تنمية البنية الأساسية والتشريعية المتعلقة بتنمية التجارة الإلكترونية في الاقتصادات العربية وتنمية الوعي بأهمية تلك التجارة، وربط تنمية التجارة الإلكترونية باستراتيجيات تنمية الصادرات، وتصبح للتجارة الإلكترونية آثار سلبية مطلقة على اقتصادات الدول العربية، من خلال زيادة عجز موازين مدفوعات هذه الدول مما يدفعها للدخول في مديونيات جديدة محلية ودولية، وتعمل بالجملة على تراجع خطط التنمية بها.

ثانياً: التركيب السلمي للتجارة الإلكترونية:

إن تحقيق الاستفادة من التجارة الإلكترونية وتعظيم آثارها الإيجابية في تنمية الصادرات يتطلب التعرف على طبيعة السلع والخدمات التي تشكل الأساس المادي الرئيسي لتلك التجارة، وبمعنى آخر ما هي السلع والخدمات الأكثر تأثراً وتوافقاً مع طبيعة التجارة الإلكترونية.

من هذا المنظور يمكن تقسيم السلع والخدمات وفقاً لمدى ملاءمتها لكي تكون محلاً للتجارة الإلكترونية إلى فئتين رئيسيتين، الفئة الأولى تشمل السلع والخدمات التي يمكن التعامل بها إلكترونياً في جميع مراحلها، وتمثل هذه الفئة في كافة السلع والخدمات التي يمكن تبادلها أو تحويلها إلى ملفات إلكترونية في شكل بيانات أو معلومات رقمية digital information، وتعرف بالسلع غير المادية intangible كالبرمجيات بأنواعها التي تتم عبر الإنترنت والتسجيلات الصوتية والمرئية وتجارة الخدمات. أما الفئة الثانية وتشمل السلع والخدمات التي تقتصر فيها المعاملات التجارية الإلكترونية على مرحلة أو مرحلتين للمعاملة الإلكترونية، حيث لا يمكن تسليمها إلكترونياً بسبب عدم إمكان تحويلها إلى ملفات أو معلومات وبيانات رقمية، وتظل الوسائل التعليمية التقليدية هي الوسائل المناسبة لمرحلة التسليم في هذه الفئة، أي تلك التي يكون محلها السلع المادية tangible goods⁽²¹⁾.

وباستقراء مؤشرات حجم التجارة الإلكترونية، يلاحظ أن التأثير الأكثر للتجارة الإلكترونية يقع في مجال منتجات الفئة الأولى (السلع غير المادية) intangible goods وعلى الرغم من صعوبة تحديد حجم التجارة العالمية في هذه الفئة بسبب اعتماد تصنيفات لا تسمح بتحديد نصيبها

Montury fund report, 2002 p. 51 (20)

Shin, Kitae, Leem, Choon seong, Arference system for internet based inter. Enterprise electronic com-merce, Journal of system, Softwar (JSS) vol.60, feb. 15, 2000, P.197. (21)

من التجارة العالمية وتضمينها ضمن فئات أوسع ، إلا أن كافة التقديرات تشير إلى محدودية نسبة تلك الفئة من التجارة العالمية . ووفقاً لبعض التقديرات لم تتعد قيمة الصادرات العالمية من هذه الفئة حوالي 43.7 مليار دولار في عام 1996 ، بنسبة تقل عن 1% من إجمالي الصادرات العالمية ، إلا أنه يلاحظ في الوقت نفسه أن التجارة العالمية في تلك المنتجات حوالي 10% سنوياً خلال الفترة من 1996/90 بما يعني وصول حجم الصادرات العالمية من هذه الفئة إلى حوالي 100 مليار دولار في عام 2004 في حالة استمرار معدل النمو نفسه ، وأن تصل إلى 150 مليار دولار في حالة ارتفاع هذا المعدل إلى نسبة 15% (22) ، وتعكس هذه التقديرات ضعف التأثيرات السلبية المحتملة لنمو التجارة الإلكترونية في هذه الفئة على الدخل الحكومي من الرسوم الجمركية في حالة تبني سياسة التحرر الكامل للمعاملات الإلكترونية في تلك الفئة من الرسوم الجمركية ، وتفسير ذلك هو انخفاض نسبة هذه الفئة من إجمالي الواردات المحلية ، حيث لا تتجاوز نسبة الواردات من تلك الفئة 1% في معظم دول العالم بمتوسط عالم قدره حوالي 8% تقريباً وفقاً لتقديرات 1996 هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى هو انخفاض متوسط التعريفات الجمركية على الواردات من هذه الفئة إلى أقل من 10% في المتوسط باستثناء عدد محدود من الدول (مثل تايلاند ، والمغرب وكوريا والهند) التي يزيد فيها هذا المتوسط عن 20% . وبصفة عامة فقد بلغ المتوسط العالمي للتعريفات الجمركية على الواردات من تلك الفئة حوالي 4.3% (23) .

وفيما يتعلق بالفئة الثانية (السلع المادية) Tangible goods ، يلاحظ أن خدمات النقل والسفر تحتل أهمية خاصة بين الخدمات التجارية التي تعتمد على التجارة الإلكترونية ، وعلى الرغم من أن المعاملات التجارية الإلكترونية في تلك الخدمات تتم إلكترونياً في المرحلة الأولى والثانية فقط (أي مرحلة الدعاية وجمع المعلومات ، ومرحلة الاتفاق والشراء والدفع الإلكتروني) دون مرحلة التسليم ، فقد بلغت قيمة الصادرات العالمية من النقل والسفر في عام 2000 حوالي 795 مليار دولار بنسبة 10.4% من إجمالي الصادرات العالمية وحوالي 55.4% من إجمالي الصادرات العالمية من الخدمات التجارية .

Montury fund report 2002, P.32 (22)

(23) جدير بالذكر في هذا الصدد أن متوسط التعريفات الجمركية على الواردات من تلك الفئة في عام 1996 بلغ حوالي 3.1% في الاتحاد الأوروبي ، 4.2% في نيوزيلندا ، بينما تراوحت بين صفر في اليابان و0.5% في الولايات المتحدة الأمريكية ، و1.4% في أستراليا و2.9% في كندا بمتوسط بلغ حوالي 1.6% في الدول المتقدمة ، ورغم ارتفاع هذا المتوسط نسبياً في الاقتصادات النامية والمتحولة إلا أنها تراوحت حوالي 11.4% في المتوسط باستثناء عدد محدود (الصين 17.2% ، الأرجنتين 18.5% ، وكوريا 21.1% وتايلاند 24.2% ، الهند 26% ، المغرب 29.2%) .

انظر في ذلك : Montury fund report 2002 p.32

وهذه التقديرات تعد مؤشراً جيداً لحكومات الدول النامية والدول العربية نحو رسم استراتيجيات فاعلة لتنمية التجارة الإلكترونية وتعظيم الآثار الإيجابية لتلك التجارة في مجال تنمية الصادرات.

ثالثاً: مدى توافر المقومات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية في الدول العربية:

تتطلب التجارة الإلكترونية للقيام بدورها في تنمية اقتصادات الدول العربية عدداً من المقومات الأساسية تتمثل في مدى توافر بنية أساسية للاتصالات، وربط هذه الشبكة بالنظم الرقمية واتخاذ العديد من السياسات مثل خصخصة قطاع الاتصالات، وإدخال خدمة التليفون المحمول، ومدى انتشار أجهزة الحاسبات الشخصية وتكلفة خدمة الدخول على شبكة الإنترنت، ومدى توافر إجراءات الحماية الفنية لتأمين بيانات ومعلومات هذه التجارة وحمايتها من مخاطر العبث بها، ومدى توافر منظومة تشريعية قادرة على حماية التجارة الإلكترونية والمتعاملين بهذا الأسلوب الجديد في التجارة، تضمن تحقيق المساواة بين المحرر الورقي كمستند قانوني يحافظ ويصون الحقوق، وبين التوقيع الإلكتروني الذي يتم بمجرد النقر على أيقونة icon click الكمبيوتر.

وفي إطار هذه المؤشرات، أوضحنا من قبل أن تواضع حجم التجارة الإلكترونية في العالم العربي يرجع إلى أنه يتسم بعدد من السمات يأتي في مقدمتها أنها تأتي في صورة بعض المحاولات الفردية لإنجاز بعض الصفقات على الإنترنت أكثر منها في إطار استراتيجية قومية لتنمية القدرات التنافسية لقطاع التجارة أو في إطار منظم للتجارة الإلكترونية، كما أن معظم تلك الصفقات تعقد من خلال مواقع إلكترونية تقع خارج نطاق الاقتصادات العربية وليست من خلال مواقع تجارة إلكترونية عربية، ويجري الدفع الخاص بنسبة مهمة من تلك الصفقات عن طريق بنوك أجنبية، خاصة التجارة الإلكترونية بين الشركات، ومرجع ذلك أنها تتم في إطار بيئة تخلو من وجود بنية أساسية وتشريعية متكاملة فقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن المواقع الأجنبية تمثل المرتبة الأولى في المعاملات التجارية الإلكترونية العربية، حيث بلغ نصيب المواقع الأجنبية حوالي 82% من إجمالي المشتريات العربية على الإنترنت مقابل 18% للمواقع المحلية، كما تركزت وسائل الدفع في البطاقات الائتمانية⁽²⁴⁾.

(24) انظر في ذلك: التقرير الاستراتيجي العربي، 2001، ص 27.

الأمر الثاني : يلاحظ أن أغلب الاقتصادات تعاني من تخلف البنية الأساسية في مجالات الاتصالات، على الرغم من التحسن النسبي لهذه البنية خلال السنوات القليلة الماضية بالمقارنة ببداية منتصف التسعينيات، إلا أنها مازالت تطورات غير كافية للدخول في مجال التجارة الإلكترونية بشكل يسمح بتطوير قطاع منظم لتلك التجارة أو الاستفادة من إمكاناتها، فعلى الرغم من ارتفاع قيمة الاستثمارات الموجهة إلى قطاع الاتصالات إلا أن متوسط نصيب الفرد من تلك الاستثمارات ظل محدوداً، إذ لم يتجاوز هذا المتوسط في عام 1998 حوالي 10.70 دولار بالمقارنة بمتوسط حوالي 90 دولاراً للفرد في الدول الصناعية، الأمر الذي حافظ على استمرار المستويات المتواضعة لكافة مؤشرات الاتصالات في الدول العربية، فضلاً عن ذلك يلاحظ ضعف مؤشرات استخدام الإنترنت بالدول العربية بالمقارنة بالمستويات العالمية، سواء من حيث عدد مستخدمي الإنترنت أو نسبتهم إلى السكان، وعلى الرغم من أن دول الخليج العربي استطاعت تحقيق تقدم ملحوظ فيما يتعلق بعدد مستخدمي الإنترنت بالمقارنة بباقي الدول العربية إلا أنها تظل هي الأخرى ذات مستويات متواضعة بالمقارنة بالمستويات العربية .

كما يلاحظ ضعف استخدام الإنترنت، حيث يقتصر استخدامه على عدد محدود من مواطني الدول العربية، كما أنها تنطوي أيضاً على ضعف كثافة الإنترنت أو ما يطلق عليه معدل التغلغل أو اختراق الإنترنت Internet Penetration وهو ما يعرف عنه بنسبة مستخدمي الإنترنت إلى إجمالي عدد السكان .

وفي هذا الاتجاه أيضاً يلاحظ تدني باقي المؤشرات الأخرى مثل عدد أجهزة الحاسبات الشخصية لكل ألف نسمة أو عدد خطوط التليفون الرئيسية أو عدد المشتركين في خدمة التليفون المحمول، مع ملاحظة أن نسبة كبيرة من الحاسبات الشخصية تستخدم في البلاد العربية كمخزن للمعلومات أو كبديل للألات الكاتبة وليس كوسيلة للارتباط بشبكات الاتصال الدولية⁽²⁵⁾ .

الأمر الثالث : ارتفاع أسعار خدمة الدخول على الإنترنت بالمقارنة بالأسعار العالمية، ويرجع ارتفاع تلك الأسعار في الدول العربية إلى التمييز بين تكلفة الخدمة التليفونية التي تعد مرتفعة أصلاً بالقياس إلى المستويات العالمية وتكلفة تقديم خدمة الإنترنت ذاتها والتي يتم توفيرها مجاناً في الدول المتقدمة .

الأمر الرابع : افتقار الدول العربية إلى بيئة تشريعية وقانونية محفزة للتجارة الإلكترونية

Dogac, Asuman, Tumer, Arif, Issues in Mobile electronic, journal of database management (DAN) vol.13, (25) jan 2002, p.36.

وقادرة على حماية حقوق الملكية الفكرية بمد شبكات الإنترنت، وحماية التوقيع الإلكتروني ومساواته بالتوقيع الكتابي، وحماية المستهلك والبيانات الشخصية⁽²⁶⁾. فضلاً عن عدم توافر المعايير المرنة من أجل توفير الثقة والأمان في وسائل الاتصال المستخدمة في التجارة الإلكترونية، بما يتواءم مع المتغيرات السريعة في تقنية الاتصال.

نخلص مما تقدم إلى أن التجارة الإلكترونية لها العديد من الآثار الاقتصادية الإيجابية على الدول التي تستطيع أن تتكيف مع هذه التجارة وتعمل على دعم مقومات التعامل مع التجارة الإلكترونية بنجاح، حيث تعتبر التجارة الإلكترونية البوابة الذهبية لزيادة حجم الصادرات وتحسين وضع ميزان المدفوعات.

2- أثر التجارة الإلكترونية على النشاط التجاري والاقتصاد القومي:

وفي ضوء ما تقدم فإن التجارة الإلكترونية سوف يكون لها العديد من الآثار الاقتصادية بالنسبة للنشاط التجاري (المستهلكون والمتجرون) والاقتصادي القومي، وسوف نشير إلى أهم هذه الآثار:

أولاً: آثار التجارة الإلكترونية على النشاط التجاري:

تلعب التجارة الإلكترونية دوراً هاماً في رفع معدلات النشاط التجاري وتنميته من خلال عدد من الحقائق تتمثل فيما يلي:

1- اعتماد التجارة الإلكترونية على عمل أرقام المنتجات Product numbering system وهي أكواد تتم طبقاً لمعايير دولية، واستخدام كتالوج إلكتروني يتضمن جميع البيانات والمعلومات الدقيقة بكل التفاصيل الخاصة باسم وبلد المنتج، ووصف السلعة ونوعها وماركتها، مع بيان كيفية استخدامها، وأسعارها ونسب الخصم، ومصاريف النقل والشحن والرسوم الجمركية والتأمين وطرق التسليم، وكيفية تسوية المعاملات المالية. ومعنى ذلك أن التجارة الإلكترونية تخلق سوقاً محلية وعالمية تعتمد على تكنولوجيا المعلومات، وحماية قانونية فعالة وتقنيات حديثة للتعامل الإلكتروني، تلتزم البنوك بإدخالها وتعتمد على الترميز

(26) جدير بالذكر أن هناك عدداً محدوداً من الدول العربية أصدرت قانوناً للتجارة الإلكترونية ومنها تونس، إمارة دبي، البحرين، ومازالت الدول العربية الأخرى في طريقها لإصدار مثل هذا التشريع.

وتحويل المعلومات إلى أكواد⁽²⁷⁾.

2- تعمل التجارة الإلكترونية على اتساع نطاق المنافسة بين المنتجين الأمر الذي ينعكس في صورة اجتهد كل منتج من أجل ابتكار وسائل جديدة تمكن من تحسين مواصفات السلع وتخفيض تكاليف الإنتاج، وهو ما يؤدي إلى تخفيض أسعار المنتجات وتحقيق رفاهية المستهلكين وزيادة دخولهم، ويعمل في نفس هذا الاتجاه أن التجارة الإلكترونية تقوم على تبادل السلع بشكل مباشر بين المنتج والمستهلك، وبالتالي تقل خطوات التداول وتكلفته⁽²⁸⁾، ويؤدي ذلك أيضاً إلى خفض في أسعار المنتجات محل التبادل الإلكتروني بالمقارنة بمثيلاتها في التجارة التقليدية.

3- تسهم التجارة الإلكترونية في زيادة معدلات الطلب الفعلي على السلع والخدمات، حيث أصبح في استطاعة كل فرد أن يدير العالم من مفاتيح تحت أصابعه، مادام يملك حاسباً آلياً متصلاً بشبكة نقل المعلومات Internet ومن خلال هذه المفاتيح تعقد الصفقات في سهولة ويسر، حيث تعقد الصفقات دون أن يتطلب الأمر الانتقال إلى محال البيع والتجول بين المعارضين، كما أن المشتري لا يحتاج إلى وقت طويل لاتخاذ قرار الشراء حيث إنه قد فاضل بين المعروض على مواقع المعارض واختار أفضلها، مما يزيد من الطلب الفعلي على السلع والخدمات ويؤدي ذلك إلى زيادة الاستثمارات وزيادة الإنتاج وزيادة أرباح المنتجين وقدرتهم على اختراق أسواق جديدة، والأشترك في المعارض والأسواق الدولية، وكل ما يلزم هو توفير سلع تتوافر لها مقومات القدرة التنافسية للسلع العالمية، مما ينعكس إيجابياً على تنشيط الطلب الفعلي ونمو معدلات إنتاج المشروعات.

4- تسهم التجارة الإلكترونية أيضاً في تنمية تطوير أداء الخدمات البنكية ورفع الوعي المصرفي حتى تستطيع المواءمة مع أساليب التطور التكنولوجي التي تعتمد عليه التجارة الإلكترونية، فمع تعاظم استخدام الحواسيب الآلية سوف تتغير أنماط التعامل وتسوية المعاملات واختصار الجهد والوقت وتوفير نفقات إعداد المستندات واختصار الدورة المستندية في يومية التعامل

(27) انظر في ذلك، حمدي حسن موسى، التجارة الإلكترونية، مقالة بجريدة الأهرام، القاهرة، العدد 42091، السنة 126، الصادر في 4 مارس 2002.

(28) إن اختصار خطوات ومراحل تداول السلعة بين المنتج والمستهلك تؤدي إلى انخفاض التكاليف، نظراً لاستبعاد أرباح الوسطاء والحد من الاستعانة بالمخازن ومعارض البيع وخفض نفقات التسويق والإعلان، ووفر في الوقت والمكان المطلوبين لأداء المعاملات التجارية:

انظر: Burns, Andrew Stewart, An overview of electronic commerce, op. Cit, p.121

المصرفي، الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية، مما يمكن من تيسير التسويات للحسابات والمدفوعات في التجارة الإلكترونية.

تلعب التجارة الإلكترونية دوراً هاماً كمحرك للتقدم الاقتصادي لكافة دول العالم المتقدم منه والنامي⁽²⁹⁾، وذلك من خلال ما يلي:

1- التجارة الإلكترونية ستصبح بوابة التصدير في المستقبل القريب حيث إنها وسيلة جيدة للقفز فوق حواجز القيود التي تحد من انطلاق التجارة بين الدول. وزيادة الصادرات يعد مطلباً لكل دولة من أجل تحسين وضع ميزان مدفوعاتها، فضلاً عما تخلقه من طلب متزايد على السلع والخدمات، وهذا يترجم في صورة زيادة الاستثمارات والإنتاج والوصول إلى مرحلة التشغيل الكامل، وتقليل معدلات البطالة، وزيادة الدخل القومي، وهكذا تيسر الدورة الاقتصادية من نمو إلى نمو وفقاً لمعدل مضاعف الاستثمارات.

2- توفر التجارة الإلكترونية البيانات والمعلومات للمستثمرين في إطار من الشفافية الكاملة، كما توفر المعلومات الكافية عن أفضل الأسواق في المجتمع الدولي بما يساعد على زيادة القوة الإنتاجية للاقتصاد الوطني، والنهوض بنوعية الواردات في ضوء المنافسة الدولية، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على مستوى الاقتصاد القومي.

3- تسهم التجارة الإلكترونية في تغيير نظريات العمل والإنتاج من خلال فتح الباب أمام مجموعة من الحوافز الجديدة والمدخلات المتميزة والآراء المعارضة التي تشكل المادة الخام لعملية الابتكار والإبداع وتكنولوجيا المعلومات التي تعد إحدى الأدوات لعرض المعرفة وتنظيمها ونقلها، كما أنها تستطيع أن تزيد الإدراك العلمي والفني، ولكل إنسان نصيب في فضاء المعلومات بسبب أن هذه التكنولوجيا الجديدة تؤدي إلى تحسين نوعي في الأساس الذي يتعاون حوله الناس وتزيد من قدرة كل شخص على اكتساب الرؤية واقتسام المعرفة والاستفادة من نطاق واسع من التجارة الإلكترونية وأن يتأمل ويطور أوسع مجموعة ممكنة من الأفكار⁽³⁰⁾.

(29) د. خالد سعد زغلول حلبي، الاقتصاد السياسي، مطبوعات جامعة الكويت، 2001، ص 115.

(30) انظر هذا المفهوم في: Tan, Yao-Hua; Thoen, walterm formal aspects of a generic model of trust for electronic commerce, precision support systems (DSS), vol 33, June 2002, p.235.

الجزء الرابع

الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

إن الجوانب القانونية في التجارة الإلكترونية تشكل العمود الفقري للتجارة، وتوفير حماية للتجارة الإلكترونية يعتبر شرطاً ضرورياً لنمو التجارة الإلكترونية وتحقيق آثارها الاقتصادية السابق ذكرها، وتسعى الحكومات والمؤسسات لإيجاد القواعد والنظم الضرورية في الوقت المعاصر وتحديد الأهداف المرجوة بدقة على كل الأصعدة وخاصة الصعيد القانوني، وعلى الرغم من أن بعض الدول قد وضعت إطاراً لعمل تشريع للتجارة الإلكترونية من خلال إعطاء وصفة قانونية للعقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني إلا أن الشركات العالمية مازالت تواجه تحديات قانونية كبيرة يجب الوصول معها إلى حلول وتشريعات.

وسوف نعرض أولاً لبعض المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية ثم نشير إلى سبل مواجهة هذه المعوقات.

أولاً: معوقات التجارة الإلكترونية:

يتفق فقهاء القانون على أن التجارة الإلكترونية لا تختلف عن التجارة بمفهومها التقليدي، وأن الاختلاف يرجع للوسيلة المستخدمة لإجراء المفاوضات وإبرام العقود، ومحور الاختلاف هو أن إتمام هذه الصفقات يكون عبر شبكة ذات طبيعة دولية، كما لا يمتنع أن تكون محلية.

وتواجه التجارة الإلكترونية العديد من المشكلات الفنية والتقنية الخاصة بحماية مواقع وصحف الإنترنت من الاختراق أو التعديل والتبديل، فإنها تثير بعض التساؤلات القانونية المتعلقة بحماية الموقع واسمه وعنوانه، وصحة البيانات الواردة، وحقوق الملكية الأدبية، بما تحويه من صور وقطع موسيقية إن وجدت والبيانات المتبعة خصوصاً إذا أخذنا في الاعتبار الطابع الدولي الغالب في مثل هذه المعاملات وتحديد المحكمة المختصة بنظر المشكلات المترتبة على تنفيذ العقود وتفسيرها ومنازعات تطبيقها، فضلاً عن ذلك فإن التجارة الإلكترونية تواجه مشكلات تتعلق بوسائل وصور حماية المستهلك سواء ببياناته الخاصة أو المتعلقة بتعاملاته البنكية، وأرقام

بطاقة الائتمان وحماية المستهلك سواء بياناته الخاصة أو المتعلقة بتعاملاته البنكية، وأرقام بطاقة الائتمان وحماية استعمال هذه البيانات من قبل الأشخاص للنصب أو السرقة أو خيانة الأمانة وحمايتها من الغش، وجميعها تتعرض لفروع القانون المختلفة، خصوصاً المدني والتجاري والدولي الخاص والجنائي والعام⁽³¹⁾.

طرق اختراق مواقع التجارة الإلكترونية:

هناك عدد من الطرق يستخدمها القراصنة من أجل اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وانتهاك نظم الحماية والسرية، وتمثل فيما يلي⁽³²⁾:

- 1- استخدام أجهزة التصنت لتسجيل كافة الاتصالات عبر خطوط الهاتف .
 - 2- الحصول على المعلومات والبيانات المتواجدة على أجهزة الحاسب الآلي عن طريق توصيل خطوط تحويلية ترسل إشارات إلكترونية مكبرة، تمكن من إرسال المعلومات المسروقة إلى النهاية الطرفية التي تقوم بالتجسس .
 - 3- التقاط الإشعاعات الصادرة عن الأجهزة المعلوماتية وترجمتها إلى معلومات عن طريق أجهزة خاصة بذلك .
 - 4- نسخ أو تدمير بعض المعلومات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، الأمر الذي يؤدي إلى تعرض أطراف التجارة إلى أضرار مادية جسيمة، ويتم ذلك عن طريق استخدام الفيروس المعلوماتي، ومن خصائصه أنه معد فهو عبارة عن مجموعة من المعلومات والأوامر المتعارضة والممنوعة وغير المشروعة . وقد توصل العلم إلى إنتاج برامج مضادة لذلك الفيروس تسمى Anti-Virus وهي برامج توقف انتشاره وتمنعه من تدمير المعلومات، وللتغلب على الفيروسات المدمرة، يتم استخدام برامج مسح الفيروس Virus Scan، وذلك للتأكد من أن البرامج سليمة، وذلك قبل تحميل البرامج على القرص الصلب، والحرص على شراء البرامج الأصلية المغلقة بخلاف الشركات المنتجة .
- ولمواجهة مثل هذه الأفعال الضارة، فقد اتجهت أغلب التشريعات إلى تجريم كافة صور

(31) د. مدحت رمضان، التجارة الإلكترونية، مقالة بجريدة الأهرام القاهرية، الصادرة في 2002/12/15، ص 24.
 (32) د. عبدالفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول، نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنياً، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص 80 وما بعدها.

الاعتداء على المعلومات، واستخدام الفيروسات المدمرة، بوصفه إتلافاً لقيم معنوية جديدة أو إتلافاً لأموال⁽³³⁾.

ثانياً: وسائل الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية:

إن الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية لها أبعاد متعددة، فهي تتطلب تنظيمًا قانونياً لكافة مراحل التجارة الإلكترونية من أجل توفير الثقة والأمان في وسائل الاتصال المستخدمة في التجارة الإلكترونية، على أن تشمل هذه الحماية بيانات التجارة الإلكترونية وأموال هذه التجارة.

وسوف نتناول توضيح بعض جوانب الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية وهي حماية التوقيع الإلكتروني وحماية المعلومات والبيانات، وحماية المستهلك وحماية وسائل الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية.

1- حماية التوقيع الإلكتروني:

كثير في الآونة الأخيرة تداول مصطلح التوقيع الإلكتروني كأثر لانتشار التجارة الإلكترونية في المعاملات الدولية والمحلية، وأصبح التوقيع الإلكتروني بمثابة وثيقة أساسية لإثبات هذه المعاملات، كما أنه يحدد هوية المرسل والمستقبل إلكترونياً والتأكد من مصداقية الأشخاص والمعلومات والحفاظ على سرية المعلومات وعدم تداولها، وتستخدم وسيلة لإثبات وجود العقد في حالة نشوب منازعة قضائية بين أطراف المعاملة التجارية.

ويعرف التوقيع الإلكتروني بأنه وحدة قصيرة من البيانات تحمل علاقة رياضية مع البيانات الموجودة في محتوى الوثيقة، وللتوقيع الإلكتروني صورتان، الأولى: التوقيع الرقمي أو الكودي، وذلك عن طريق استعمال عدة أرقام يتم تركيبها لتكون في النهاية «كوداً يتم التوقيع به» والثانية: التوقيع بالقلم الإلكتروني ويسمى التوقيع بطريقة Pen-op⁽³⁴⁾، وما زال العلم يكشف لنا عن صور جديدة لمثل هذه التوقيعات.

Henphilk, Thomas A, Electronic commerce and consumer privacy: Establishing online trust in the u.s. digital (33) economy, Business & society review (BUS) vol. 107, summer 2002, p.225.

(34) د. هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة عبر الإنترنت، دار النهضة العربية، 2000، ص 75 وما بعدها.

وقد عرف القانون التونسي رقم 83 الصادر في 2000/8/9 التوقيع الإلكتروني تحت مسمى شهادة المطابقة الإلكترونية، «وهي الوثيقة الإلكترونية المؤمنة بواسطة الإمضاء الإلكتروني للشخص الذي أصدرها والذي يشهد من خلالها أثر المعاينة على صحة البيانات التي تتضمنها».

وعرف قانون إمارة دبي رقم 2 لسنة 2002 الصادر في 2002/2/13 التوقيع الإلكتروني بأنه «توقيع مكون من حروف أو أرقام أو رموز أو صوت أو نظام معالجة ذي شكل إلكتروني ملحق أو مرتبط منطقياً برسالة إلكترونية وممهور بنية توثيق أو اعتماد تلك الرسالة - والتوقيع الإلكتروني المحمي هو التوقيع الإلكتروني المستوفي لشروط المادة (1) من هذا القانون».

وقد عرف مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري في مادته الأولى التوقيع الإلكتروني بأنه «بيانات تتخذ شكل حروف أو رموز أو إشارات، أو أرقام مدرجة بطريقة إلكترونية ضوئية أو رقمية تتيح تحديد شخصية الموقع وتمييزه عن غيره». كما أصدرت فرنسا بتاريخ 29 فبراير 2000 قانوناً يسمح باستخدام التوقيع الإلكتروني في الإثبات⁽³⁵⁾.

ويفهم من ذلك أن تشريعات الدول المختلفة اعترفت بحجم التوقيع الإلكتروني وقوته في الإثبات مثل قوة الكتابة على دعامة ورقية⁽³⁶⁾، ولاشك أن مثل هذه القوانين من شأنها إسباغ حماية خاصة لوسائل الإثبات الإلكترونية، ومن المتوقع أن تنهج باقي الدول العربية ذات النهج فيما يتعلق بالتوقيع الإلكتروني.

وتتطلب الحماية القانونية للتوقيع الإلكتروني حتى تحقق هدفها نوعاً من الحماية الفنية تتمثل في تشفير المعلومات بهدف إخفاء محتوياتها والحيلولة دون تعديلها أو استخدامها بصورة غير مشروعة، ويسهم نظام التشفير في زيادة ثقة المتعاملين بالتجارة الإلكترونية، حيث يضمن هؤلاء أن المعلومات التي تسلمها المرسل إليه هي تلك البيانات التي قام المرسل بالتوقيع عليها.

ولاستكمال حلقات حماية التوقيع الإلكتروني فإن هناك ضرورة لوجود طرف ثالث في

(35) انظر المادة 1/1316 من القانون الفرنسي الصادر في 2000/2/29.

(36) هناك العديد من المواثيق الدولية التي اعترفت حديثاً بالتوقيع الإلكتروني من أهمها: القرار الصادر من المجلس الأوروبي المتعلق بالتوقيع الإلكتروني والصادر بتاريخ 13 ديسمبر 1999، كما أن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري قد تبنت مشروعاً متعلقاً بالتوقيع الإلكتروني في اجتماعها بتاريخ 25 فبراير 2000.

انظر: Wan, William. Interview: United parcel service's director of electronic commerce, Alan amling, on the opportunities and challenges of global electronic commerce, Thundebird international business review (IBEX) vol.44, Jul 2002, p.450.

عملية التجارة الإلكترونية يكون محل ثقة المتعاملين، ويتمثل في هيئة يتم إنشائها لهذا الغرض يكون لها سلطة إشهار وتوثيق التوقيع الإلكتروني تماماً كما هو الحال في التوقيع التقليدي، وتعرف هذه المرحلة بمرحلة التصديق على التوقيع تلك المرحلة يكون لها دور هام في إثبات تكوين العقد وصحة التوقيع عليه، حيث يكون لكل طرف في العقد شهادة لصلاحيته الموقع للتوقيع، وأن هذا التوقيع صدر سليماً دون حدوث ثمة تزوير، كما يكون للتصديق ضرورة مهمة أخرى وهي إثبات وجود العقد مما يحتويه من بنود، وذلك في حالة نشوب أي نزاع بين طرفيه، وبذلك يكون التصديق هو الإجراء الذي يعطي للعقد بما يشمله من توقيع حجته وأثاره القانونية، ويكون التصديق بموجب ترخيص يمنح من بعض الجهات التي يحددها القانون ولائحته التنفيذية إلى جهات أخرى تتوافر فيها عدة شروط خاصة لمزاولة التصديق بعد منحها الترخيص بذلك، ومن أبرز هذه الشروط ضرورة تقديم ضمانات مالية تغطي مسؤولية المرخص له في مواجهة الموقع أو الغير، كذلك حصوله على شهادة من الجهة المانحة للترخيص والتي يحددها القانون وتحمل هذه الشهادة فئة الترخيص الممنوح له وتحديد مدة صلاحية هذا الترخيص مع أخذ جميع التدابير والضمانات للمحافظة على سرية البيانات والمعلومات والتي تكون على عاتق المرخص له بالتصديق.

وقد أحسن المشرع المصري صنعاً عندما قرر في مشروع القانون المزمع إصداره إنشاء مكتب للتشفير يكون جهة لإيداع مفاتيح الشفريات، ودعماً لهذا الاتجاه استحدثت البنوك نظاماً لإثبات التوقيع الإلكتروني بموجب اتفاق مع حامل بطاقة ائتمان، وأدرجت في الاتفاق شرطاً يقضي بإقرار العمل مقدماً بصحة المعلومات الواردة في الشرط الورقي الناتج عن عملية السحب واستخدام بطاقات الائتمان في تعاملات التجارة الإلكترونية.

وقد حرصت تشريعات الدول المختلفة على تقرير عقوبات لكل من يعتدي على التوقيع الإلكتروني بالتزوير أو فض شفرته⁽³⁷⁾، ومثال ذلك القانون الفرنسي والتونسي، ومشروع القانون المصري الذي خصص فصلاً كاملاً للعقوبات تنحصر في الحبس والغرامة لكل من يصدر شهادات تصديق قبل الحصول على ترخيص من الجهة المختصة بذلك، وكل من توصل بطريقة غير مشروعة (الغش والتدليس) للحصول على توقيع إلكتروني لا يحق له الحصول عليه وذلك بواسطة بيانات غير صحيحة، وكل ما قام بتزوير توقيع إلكتروني وذلك باصطناعه أو تعييبه أو إتلافه أو بأي طريقة أخرى تؤدي إلى تغيير الحقيقة في بياناته.

(37) د. عبدالفتاح بيومي حجازي، حماية التوقيع الإلكتروني، مرجع سابق، ص 181، وما بعدها.

2- حماية المعلومات والبيانات :

تعد حماية المعلومات والبيانات إلكترونياً من أهم مظاهر حماية التجارة الإلكترونية ، فقد صاحب انتشار المعاملات الإلكترونية ظهور فيروسات تؤدي إلى تلف المعلومات أو تغيير مضمونها ، وتزداد خطورة هذه الفيروسات نظراً لأنها سريعة الانتشار ، وهذه الفيروسات عبارة عن مجموعة من المعلومات والأوامر المتعارضة والممنوعة وغير المشروعة تؤدي إلى إتلاف أو تدمير المعلومات الإلكترونية .

وقد استطاع العلم أن يتوصل إلى برامج مضادة لذلك الفيروس تسمى Anti-Virus وتتميز هذه البرامج بوقف انتشار مثل هذه الفيروسات ، فضلاً عن ذلك توصل العلم إلى وسائل تمكن من تشفير البيانات بما يمكن من حفظ سرية المعلومات في التجارة الإلكترونية بما تتضمن من حجم الصفات ونوعها والنقود المتداولة في إطار التجارة الإلكترونية⁽³⁸⁾ .

وقد عرف مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري مصطلح التشفير «بأنه تغيير في شكل البيانات عن طريق تحويلها إلى رموز أو إشارات لحماية هذه البيانات من اطلاع الغير عليها أو من تعديلها أو تغييرها .

ووفقاً لهذا التعريف يعد التشفير وسيلة حماية فنية تمنع الغير من التقاط الرسائل أو المعلومات أو قيام بوصول المعلومات مشوّهة للطرف الآخر في المعاملة التجارية .

وجاء الفصل الرابع من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري منظماً لأحكام التشفير وذلك بالنسبة للمحركات والبيانات الإلكترونية بشرط خضوعها لضوابط معينة ، كما حدد مشروع القانون الإجراءات والقواعد المنظمة لاستيراد وتصنيع الأجهزة الخاصة بالتشفير ونص على إنشاء مكتب لإيداع مفاتيح التشفير ، وقد أحسن المشرع المصري صنفاً لتقنين وسائل الحماية الفنية للتجارة الإلكترونية ، الأمر الذي يكون له أكبر الأثر في تحقيق أكبر حماية قانونية ممكنة لهذا النوع من التجارة .

كما نص المشرع المصري في مشروع القانون على عقوبات توقع على مرتكبي جرائم الاعتداء على البيانات المشفرة بهدف فض شفرتها دون مسوغ قانوني ، وأسند مشروع القانون إلى مركز المعلومات ، ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء مهمة الإشراف على عملية تشفير البيانات ،

Yen, Benjamin P-C., Electronic commerce front-end in apparel supply chain, computers & industrial engineering (CiE) vol. 42, Jun 2002, P.480.

واستيراد أدوات التشفير أو الترخيص باستيرادها من الخارج (39).

3- حماية المستهلك :

تقوم التجارة الإلكترونية على أساس تبادل المعلومات والبيانات عبر الوسائل الإلكترونية، ودون أن يلتقي المستهلك بالمنتج أو يعاين السلع محل العقد معاينة طبيعية وإنما عبر الوسائل الإلكترونية، الأمر الذي يجعل المستهلك في وضع ضعيف يحتاج إلى حماية حتى لا يقع في شرك خداعية.

فمن فنون الدعاية أن يصور المنتج ما يقدمه من سلع في أفضل صورة ممكنة حتى يجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، وقد يتطلب ذلك إظهار السلع في صورة أفضل من حقيقتها، فطبيعة التجارة الإلكترونية تمكن المنتجين من تقديم خدمات التسويق وإنهاء الصفقات الخاصة بهم دون الحاجة إلى وجود محل تجاري أو استخدام دليل في بلد أجنبي استناداً إلى وسائل التسويق الإلكترونية.

وفي ضوء ذلك تصبح حماية المستهلك ضرورة هامة ومبدأ أساسياً في التجارة الإلكترونية، حتى يمكن بث الثقة لدى المستهلكين وتشجعهم على شراء متطلباتهم بهذا الأسلوب الجديد، وإذا كانت وسائل حماية المستهلك تعد عنصراً هاماً للمستهلك فإنها في نفس الوقت تعد أيضاً عنصراً هاماً لتنشيط حركة التجارة الإلكترونية وزيادة معدلاتها، الأمر الذي يعود بالفائدة على كافة أطراف المعاملة الإلكترونية، وعلى الاقتصاد القومي بصفة عامة.

ومن أجل تحقيق حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية ذهبت الاتفاقات الدولية وقوانين التجارة الإلكترونية (40) إلى وضع الشروط اللازمة لتأمين المستهلك ضد صور الغش أو التدليس التي يمكن أن يتعرض لها في عقود التجارة الإلكترونية، ومن أهم هذه الشروط إلزام البائع بأن يقدم للمستهلك البيانات الجوهرية التي تتعلق بالشيء المبوع وكذلك شروط التعاقد وطريقة الشحن وهذا ما اتبعته قوانين التجارة الإلكترونية التي صدرت في الدول العربية حتى الآن.

(39) انظر في ذلك مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري.

Ton, Yoo-Hua: Thoen, Walter, Formal aspects of a generic model of trust for electronic commerce, op.cit, (40) p.244.

4- حماية وسائل الدفع الإلكترونية:

وسيلة الدفع الإلكترونية هي الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات، ويتوقع نجاح التجارة الإلكترونية على مدى وجود أساليب ونظم للدفع والسداد تتلاءم مع طبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية، وقد ظهر العديد من وسائل الدفع الإلكتروني. من أهم هذه الوسائل: استخدام البطاقات البنكية (البلاستيكية والممغنطة)، الدفع عن طريق التحويلات البنكية، الدفع من خلال استخدام البطاقات الذكية والتي يتم تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها إلكترونياً، وأوامر الدفع المصرفية، ومقاصة الدفع الإلكترونية، والإنترنت المصرفي، والشيكات الإلكترونية، والنقود الرقمية (النقود الإلكترونية) التي تعتبر أحدث ما توصل إليه العلم كوسيلة للدفع الإلكتروني، ولذلك سوف نتعرض لها بشيء من الإيجاز.

النقود الرقمية (الإلكترونية):

النقود الرقمية هي نوع من النقود ظهر لأداء متطلبات السوق عبر الإنترنت، وهي عبارة عن معلومات رقمية ترسل عبر الشبكات الإلكترونية حيث يدفع الشخص قيمة مشترياته بإرسال مجموعة أرقام من جهاز الكمبيوتر إلى كمبيوتر المستحق وهناك أشكال عديدة لهذا النوع من النقود بعضها متداول والبعض مازال في طور الفكرة أو في حالة التجريب على نطاق محدود.

وتبدأ معظم نظم النقود الإلكترونية ببنك مشترك في إصدار مثل هذه النقود، أي الأرقام الدالة على رقم معين ولحصول أي شخص على هذه الأرقام يجب أن يكون هناك حساب لدى هذا البنك وعندما يتم شراء شهادات النقد الرقمي يقوم البنك بسحب المبلغ المقابل من حساب المشتري.

وتتميز النقود الرقمية بخاصيتين: الأولى: أن أي شخص مستخدم للنقود الرقمية يبقى مجهولاً، والثانية: أنه يمكن إعادة استخدام النقود الرقمية مرات متعددة⁽⁴¹⁾.

وتتطلب النقود الرقمية حتى تكون شائعة الاستخدام، أن تكون سهلة الاستعمال ومنتجة بالقبول العام ومتجانسة وصالحة للاستعمال دائماً وقابلة للتقسيم وتوفر الأمان ضد مخاطر

Barney, Jay B, Strategies for electronic commerce and the internet, op.cit, p.640. (41)

السرقه أو إفشاء المعلومات الخاصة لمستخدميها أو إفلاس الشركات المصدرة لها .
وما زال التعامل بالنقود الرقمية على مستوى الدول العربية محدوداً للغاية ، ولا شك أن توفير
بيئة قانونية وتنظيمية أمر مهم لسير التجارة الإلكترونية واستقرار المعاملات فيها وشيوع الثقة بين
الأطراف المتعاملة بها .

الخلاصة

تعد التجارة الإلكترونية من أهم نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث تعتمد التجارة الإلكترونية على وسائل الاتصالات الحديثة والشبكات الدولية متعددة الأطراف وتمثل التجارة الإلكترونية البوابة الذهبية لزيادة حجم الصادرات ومن ثم إحداث موجة من التوسع والانتعاش على كافة مستويات الاقتصاد العالمي، وفي ضوء ذلك سوف نشير إلى بعض التوصيات والمقترحات بهدف تفعيل دور التجارة الإلكترونية في تنشيط حركة التجارة سواء على المستوى المحلي أو الدولي، وتحقيق أهدافها المرجوة.

أولاً: تطوير صناعة المعلومات والبرمجيات، التي تعد القاطرة الرئيسية لتنمية التجارة الإلكترونية في العالم العربي، ليس فقط للأهمية الخاصة التي تتمتع بها السلع الافتراضية بما تشمله من برامج الكمبيوتر، ولكن تكتسب أهمية تطوير هذه الصناعة في العالم العربي بالنظر إلى عاملين هامين، الأول: هو الدور الذي يمكن أن يلعبه تطوير هذه الصناعة في تخفيض حجم التوسع المتوقع في الواردات العربية من تلك المنتجات من التوسع في التجارة الإلكترونية في العالم العربي، أما العامل الثاني: فيتمثل في كون تطوير تلك الصناعة يمثل أحد الآليات الهامة لتنمية الجوانب الفنية للتجارة الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بتنفيذ البرامج الخاصة بضمان حماية سرية البيانات والمعلومات الشخصية.

ثانياً: على الدول العربية أن تتبع سياسات تمكنها من تضييق فجوة المعرفة التي تنقصها عن البلدان المتقدمة، ومن الأمثلة على تلك السياسات، إجراء استثمارات حكومية نزعية من فرص التعليم طول العمر، والحرص على الانفتاح على العالم، والقضاء على الحواجز التي تعترض المنافسة في قطاع الاتصالات.

ويجب أن ندرك أن المعرفة Known هي لب جميع جهودنا الإنمائية، لقد انتقل موضوع اهتمام التاريخ البشري من التربة والمطر والحديد والفحم، وأصبح الآن هو كيمياء العقل، والأشخاص الذين تنطلق خلاياهم العصبية أسرع وأفضل من غيرهم، إننا ننتقل من الاهتمام بالجوانب الفيزيائية والمالية إلى الاهتمام بأمور بشرية بحتة، الخيال والإلهام والبراعة والإبداع.

ثالثاً: ضرورة توفير بنية تحتية قوية أساسها توفير خدمة الإنترنت مجاناً للمواطنين ودخولها إلى مراحل التعليم المختلفة لخلق بنية بشرية جديدة تخدم التجارة الإلكترونية ولا بد من وجود

إرادة سياسية قوية لتطبيقها بصورة عاجلة حيث تفتح التجارة الإلكترونية نافذة جديدة لتوفير فرص عمل كسر الحواجز بين الحكومات والمواطنين وإتاحة الفرصة أمام الشركات لتطوير سياسات تجارية فضلاً عن تنشيط عمليات التصدير بين الدول العربية والخارج من ناحية والشركات العربية ببعضها البعض من ناحية أخرى، خاصة في مجال التعريف بالمنتجات والترويج والسير في عمليات التفاوض والتعاقد.

رابعاً: تطوير البنوك المحلية حتى يمكنها القيام بمجموعة من الوظائف الهامة في مجال التجارة الإلكترونية، منها تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية للعملاء عبر شبكة الإنترنت، وضمان تسوية المدفوعات بين العملاء والمعاملين من خلال الشبكة الدولية، واستخدام أحدث النظم التقنية لحماية المعاملات التجارية عبر الشبكات المفتوحة عالمياً.

ومن أهم مظاهر تطور المصارف ضرورة استخدام بيولوجيا الإحصاء⁽⁴²⁾ للحماية الداخلية التقليدية ولربط فروعهم بمراكز إصدار البطاقات ومعالجة المعلومات، فلاشك أن بيولوجيا الإحصاء أصبحت الطريقة الوحيدة لحماية من يشارك في التعامل التجاري والمجموعات التجارية.

خامساً: عقد الاتفاقات الدولية لحماية التجارة الإلكترونية والتصدي للجرائم التي تقع عليها ويكون ذلك من خلال:

(1) إنشاء شبكة دولية لتبادل المعلومات الأمنية في مجال التجارة الإلكترونية.

(2) اعتماد التوقيع الإلكتروني في الدول المختلفة، نظراً لأن شبكة الإنترنت التي يتم من خلالها إبرام عقود التجارة الإلكترونية تعد شبكة عالمية لا تعترف بالحدود بين الدول، فإن نجاح التوقيع الإلكتروني كوسيلة للإثبات أمر يتوقف على تبني كافة دول العالم لهذه الوسيلة الجديدة في الإثبات حتى تتوافر لدى المعاملين في مجال التجارة الإلكترونية الطمأنينة الكافية من الناحية القانونية.

(42) يمكن لبيولوجيا الإحصاء قياس قمم رؤوس الأصابع وخطوطها الدائرية وهندسة اليد والوجه والأصابع واختيار نوع الصوت وقزحة العين والحلقة الملونة للنسيج المحيط لبؤبؤ العين وانحناءات التوقيع، وتلتقط آلة التصوير أو جهاز الإحساس أو أي آلة أخرى الصورة الرقمية وتحول الصفات المميزة إلى سلسلة من الأرقام وتخزينها في القالب الذي يتلاءم مع الأشخاص الباحثين عن منفذ، ولهذا تقدم بيولوجيا الإحصاء الأمن والحماية للمعاملين بالتجارة الإلكترونية. لمزيد من التفاصيل حول هذه التقنية الحديثة انظر:

- Martinsons, Maris G, Electronic commerce in china: Emerging success stories, Information & Management, vol.39, 1 Jul 2002, p.573.

(3) إنشاء هيئة قضائية دولية تختص بنظر جرائم التجارة الإلكترونية والدولية .

سادساً: ضرورة إصدار تشريعات ترتبط بالتجارة الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق بتنظيم مراحل التعامل الإلكتروني، ومكافحة الاحتيال وحماية المستهلك والبيانات الشخصية وتحديد الجهات التي يعهد القانون إليها بالتصديق على التوقيعات الإلكترونية ووضع التنظيم الملزم لعملها. وقد قام الاتحاد الأوروبي بوضع هيكل قانوني أساسي للتجارة الإلكترونية من أجل تأمين وتسهيل المعاملات على الشبكة ومساعدة المبادرات الجديدة ضد الجرائم المعلوماتية والأنشطة غير القانونية داخل القضاء المعلوماتي، لذلك فإن التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية ضرورة لتنظيم هذا المجتمع الجديد.