دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية

د/بوعافية الرشيد– المركز الجامعي بتيبازة

الملخص:

يلعب التطور التكنولوجي دورا حيويا في حياة البشر وتمتد أثار هذا التطور إلى كافة قطاعات الحياة الاقتصادية والاجتماعية. ولقد أفرز التطور التكنولوجي في الآونة الأخيرة، وخاصة في نهاية القرن العشرين، العديد من الظواهر مثل التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وأخيرا النقود الالكترونية. وتعد النقود الالكترونية (النقود الرقمية) من أبرز مظاهر التطور في وسائل الدفع الالكترونية، والتي تم اختراعها خصيصا لتسوية معاملات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت. وتتمثل النقود الالكترونية في أنها وحدات رقمية الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى حساب شخص آخر، وتقوم النقود الالكترونية بالوظائف التي تقوم بها النقود القانونية، الأمر الذي يرشحها لان تحل محل النقود. كما أنه لا يمكن إعتماد وتطوير التجارة الالكترونية إلا قي ظل استعمال وتطوير وسائل الدفع الالكترونية خاصة النقود الالكترونية.

الكلمات الدالة: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التجارة الالكترونية، وسائل الدفع الالكترونية، النقود الالكترونية

Technological development plays a vital role in the life span of humans and has raised this development to all sectors of economic and social life. And has resulted in technological development in recent times, especially at the end of the twentieth century, many phenomena such as electronic commerce and electronic means of payment and finally electronic money.

The electronic money (digital cash) of the most prominent aspects of development in the electronic means of payment, which was invented specifically for the settlement of e-commerce transactions over the internet. The electronic money in it and a digital electronic units are moving in a certain way a person from the account to the account of another person, the electronic money functions carried out by the legal money, which as the nominee to replace the money. It can not be approved and the development of electronic commerce only valuable under the use and development of electronic means of payment and a private electronic money.

Key words: information and communication technology, electronic commerce, and electronic means of payment, electronic money

المنارة للاستشارات

مدخل:

مع بدايات التحول إلى عصر المعلومات والمعرفة، وفي ظل الاستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والاتصالات، قامت صناعة الخدمات المالية بتوفير نظم وتطبيقات جديدة تحقق الاستفادة القصوى مما تتيحه هذه التكنولوجيا الحديثة ومع ظهور التجارة الالكترونية وانتشارها أصبحت وسائل الدفع والسداد الإلكترونية تمثل حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة ، فقد اعتمد نجاح التجارة الالكترونية في مراحله الأولى على استخدام بعض نظم ووسائل الدفع والسداد المتاحة مع تطوير بعض أساليبها، إلى جانب استحداث وسائل جديدة تعد أكثر ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الالكترونية بمفهومها الشامل والذي يتضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية . بما فيها المعاملات صغيرة القيمة . باستخدام الطرق الالكترونية, ويحاول هذا البحث إبراز اثر النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية، من خلال العناصر التالية:

أولا: النقود الالكترونية،

ثانيا: التجارة الإلكترونية،

ثالثا: أهمية النقود الالكترونية في التجارة الالكترونية،

أولا: النقود الالكترونية:

الحديث عن النقود الالكترونية يقتضي علينا تعريفها ثم بيان التطور الذي طرأ عليها، و تحديد خصائصها الأساسية:

1- تعريف النقود الالكترونية: يشمل مصطلح النقود الالكترونية (**E- MONEY**) مجموعة متنوعة من المنتجات المصممة لتزويد المستهلكين ببدائل لطرق الدفع التقليدية و إزاء تنوع هذه المنتجات و التطور المتلاحق فيها، فانه من الصعب التوصل إلى تعريف جامع و مانع يتضمن كافة نظم النقود الالكترونية على نحو يميزها بدقة من النواحي القانونية و التقنية و الاقتصادية، حيث يكاد يتفق الخبراء على عدم جدوى تقديم تعريف دقيق للنقود الالكترونية في المرحلة الحالية، و رغم ذلك فان لا يوجد خلاف بين هؤلاء الخبراء على أن مصطلح النقود الالكترونية يشمل على وجه الخصوص على صورتين هما:

*الصورة الأولى هي البطاقات السابقة الدفع المعدة للاستخدام في أغراض متعددة و يطلق عليها أيضا تعبير البطاقات مختزنة القيمة أو محفظة النقود الالكترونية.

المنارة للاستشارات

*الصورة الثانية: هي آليات الدفع مختزنة القيمة أو سابقة الدفع التي تمكن من إجراء مدفوعات من خلال استخدام شبكات الحساب الآلي المفتوحة خاصة الانترنت ؛ و التي يطلق عليها أحيانا نقود الشبكة أو نقود السائلة الرقمية(**DIGITAL CASH**).

و قد عرفها البعض النقود الالكترونية بأنها التمثيل الاليكتروني للنقود التقليدية و وحدة النقود الالكترونية يشار لها عادة بالعملة الرقمية أو الالكترونية، و بالتالي فان القيمة الفعلية للعملة الرقمية في وحدات النقود التقليدية ليست لها علاقة بالموضوع. فالعملات الرقمية تولد بواسطة وسطاء سماسرة، فإذا أراد العميل شراء عملة رقمية فانه يتصل بوسيط و يطلب كمية محدودة من العملات و يدفع نقود فعلية حينئذ يمكن للعميل أن يقوم بالشراء من أي تاجر يقبل العملات الرقمية لذلك الوسيط، و كل تاجر يمكنه الاستيراد من عملات الوسيط التي تم الحصول عليها من العملاء، و بمعنى أخر فان الوسيط يأخذ العملات مرة واحدة و يضع في حساب التاجر نقود فعلية.

و يعرفها صندوق النقد الدولي على أنها "قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة في شكل الكتروني أو في ذاكرة الكترونية لصالح المستهلك.

فهي إذن نقود يتم تخزينها بواسطة الخوارزميات في المعالجات، و أجهزة كمبيوترية أخرى تستطيع أن تنفذ عمليات الوفاء عبر شبكة الانترنت كبديل للعملات المعدنية و الورقية التي لا نستطيع بالطبع أن نرسلها عبر الانترنت.

و عليه فالنقود الالكترونية هي النوع الجديد من العملة، أو بمعنى أدق هي البديل الالكتروني عن النقود الورقية و المعدنية ذات الطبيعة المادية.

مما سبق ذكره يتبين أن تعبير النقود الالكترونية يستخدم أساسا للإشارة إلى مجموعة متنوعة من آليات و طرق الدفع محدودة القيمة تتميز بأنها قد سبق تسديد قيمتها أو تختزن قيمتها بداخلها.

2. تقسيمات النقود الالكترونية: هناك تقسيمات عديدة مقترحة للنقود الالكترونية، فمن حيث متابعتها والرقابة عليها نفرق بين ما يلي:

*نقود الكترونية قابلة لتعرف عليها: و تتميز باحتوائها على معلومات عن الشخص الذي قام بسحب النقود من المصرف في بداية التعامل، ثم الاستمرار كما هو الشأن بالنسبة لبطاقات الائتمان في متابعة حركة النقود داخل النظام الالكتروني و حتى يتم تدميرها في نهاية المطاف.

المنارة للاستشارات

*نقود الكترونية(غير اسمية مغفلة الهوية): و هي تستخدم تماما كالأوراق النقدية من حيث كونها مثبتة الصلة بمن يتعامل بها، فلا تترك وراءها أثرا يدل على هوية من انتقلت منه أو إليه.

كما يمكن تقسيمها حسب أسلوب التعامل بها و يمكن أن نميز بين ما يلي:

*نقود الكترونية عن طريق الشبكة و هي نقود رقمية يتم في بداية سحبها من مصرف أو مؤسسة مالية أخرى، و تخزينها في أداة معدنية داخلية توضع في جهاز الحاسوب الشخصي و بالضغط على الفأرة الخاصة لهذا الجهاز ترسل النقود الرقمية عبر الانترنت إلى المستفيد في ظل إجراءات تضمن لهذا التعامل قدرا كبيرا من الأمان و السرية، فهي نقود حقيقية و لكنها رقمية و ليست مادية و تتطلب معظم الأنظمة المطروحة حاليا و التي تستخدم هذا الأسلوب اتصال طرفي التعاقد إلكترونيا بالمصدر للاستثاق من سلامة النقود المتداولة و هو ما يقلل من احتمالات الغش و التزييف.

*نقود الكترونية خارج الشبكة و هنا تتم التعاملات دون الحاجة للاتصال مباشرة بالمصدر، فهي تتخذ عادة صورة بطاقة يحوزها المستهلك و تتضمن مؤشرا يظهر له التغيرات التي تطرأ على قيمتها المختزنة بعد إجراء كل تعامل نقدي، و هي تثير قدرا اكبر من المشاكل خاصة فيما يتعلق بالأمان من مخاطر الصرف المزدوج.

3.خصائص النقود الالكترونية:

و مما سبق ذكره يمكن استنتاج الخصائص التي تميز النقود الالكترونية كما يلي:

– **النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً**: فهي خلافاً للنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي،

– **النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد**: إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود،

– **النقود الإلكترونية ليست متجانسة**: حيث أن كل مصدر يقوم بخلق وإصدار نقود إلكترونية مختلفة، فقد تختلف هذه النقود من ناحية القيمة وقد تختلف أيضاً حسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود،

المنارة للاستشارات

– **سهلة الحمل:** تتميز النقود الإلكترونية بسهولة حملها نظراً لخفة وزنها وصغر حجمها، ولهذا فهي أكثر عملية من النقود العادية،

– **النقود الإلكترونية هي نقود خاصة:** على عكس النقود القانونية التي يتم إصدارها من قبل البنك المركزي، فإن النقود الإلكترونية يتم إصدارها في غالبية الدول عن طريق شركات أو مؤسسات ائتمانية خاصة.

4. النقود الالكترونية والنقود العادية: في الواقع، فإن النقود الإلكترونية تتشابه مع النقود العادية في صلاحية كلا منهما كوسيلة للدفع، علاوة على تمتعهما بقدر واسع من القبول وإن كانت النقود العادية تتمتع بقبول أكثر نظراً لحداثة النقود الإلكترونية واعتمادها على تكنولوجيا متقدمة ربما لا تكون متوافرة إلا في الدول المتقدمة، من ناحية أخرى، فإن هذه التكنولوجيا قد تتباين داخل الدولة الواحدة مما يقلل من اعتماد السكان على النقود الإلكترونية كوسيلة للدفع ويدفعهم إلى استخدام النقدية Cash Money، ومع هذا فإن النقود الإلكترونية تختلف عن النقود العادية في عدة أمور، فالبنك المركزي في كل دولة هو الجهة العامة المنوط بها إصدار وطبع النقود القانونية بكل فئاتها وتحديد حجم هذه النقود التي يتم تداولها بالقدر الذي لا يؤثر في السياسة النقدية للدولة، و على العكس من هذا فإن مصدر النقود الإلكترونية هي مؤسسات ائتمانية خاصة قد تخضع لرقابة الأجهزة الحكومية المعنية، من ناحية أخرى،ن فإن النقود الإلكترونية – على عكس النقود العادية – لا تستطيع أن تغل فائدة وذلك لعدم قابلية وضعها كوديعة مما يتعارض مع ما تذهب إليه النظرية النقدية من اعتبار النقود أصل مربح.

و للحصول على النقد الالكتروني، يذهب العميل لفتح حساب في بنك، و عندما يرغب العميل في سحب النقد الالكتروني، للقيام بعملية الشراء، فإنه يدخل للبنك من خلال الانترنت و يقدم دليل لإثبات شخصيته و التي عادة تكون شهادة رقمية تصدرها سلطة اعتماد، و بعد التحقق من شخصيته يصدر المبلغ الخاص بالعميل من النقد الالكتروني و يخصم نفس المبلغ من حسابه، و يقوم العميل بتحميل النقد الالكتروني في محفظة على ديسك جهاز الكمبيوتر الخاص به أو على بطاقة الكترونية.

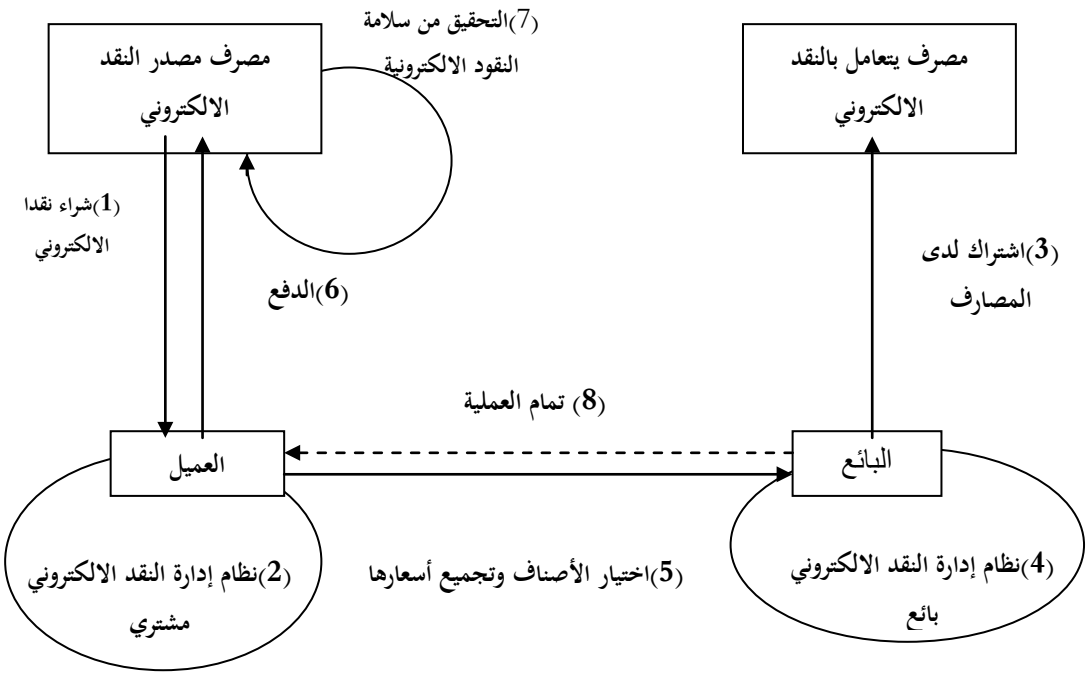
5– كيفية عمل النقد الالكتروني:

للحصول على النقد الالكتروني [*] يذهب العميل شخصيا لفتح حساب في المصرف، مع الادلال ببعض التعاريف لإثبات شخصيته. و عندما يريد العميل أن يسحب النقود

المنارة للاستشارات

الالكترونية للقيام بعملية شراء، فانه يدخل إلى المصرف من خلال شبكة الانترنت أو شبكة الاتصالات اللاسلكية و يقدم دليل شخصيته و التي تكون عادة شهادة رقميّة التوقيع الالكترونيّ تصدرها سلطة الاعتماد و بعد تحقق المصرف من شخصية العميل فانه يصدر المبلغ الخاص للعميل من النقد الالكتروني و يخصم نفس المبلغ من حسابه، كذاك قد يحمل المصرف العميل مبالغ عمولات و رسوم جهاز على العملية و يقوم العميل بتخزين النقد الالكتروني في محفظة على ديسك جهاز الحاسوب الخاص به أو على جهاز بطاقة الالكترونية خاصة تسمى البطاقة الذكية، و يمكن توضح ذلك وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (01): كيفية عمل النقد الالكتروني



المصدر: رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، القاهرة:المنظمة العربية للتنمية الإدارية 1999، ص(66).

وقصد إيجاد النقود الالكترونية كمنتوج لا بد من تدخل أربع أطراف، من مقدمي الخدمة، مصدر النقد الالكترونية، مشغلو الشبكة بائعوا المكونات(NARDWARE) و البرامج المتخصصة المستخدمة في تداول النقود الالكترونية، و أخير المؤسسات التي تتولى تسوية المعاملات التي تتم باستخدام النقود الالكترونية. و يمكن للمستهلكين صرف نقودهم الالكترونية

المنارة للاستشارات

في مواقع التجارة الالكترونية التي تقبل النقد الالكتروني كوسيلة للسداد، و باختصار يرسل الحاسوب نقدا الالكترونيا (طبعا يكون الحاسوب على شبكة الانترنت أو شبكة الاتصالات اللاسلكية المجهزة) إلى التاجر مقابل الإجمالي المحدد من السلع أو الخدمات ، حينئذ يتأكد من سلامة النقد الالكتروني وعندما تشحن السلع أو الخدمات فعلا إلى المستهلك يمكن للتاجر أن يقدم النقد الالكتروني إلى المصرف للإيداع، و حينئذ فان المصرف يقيده دائنا في حساب التاجر بمبلغ ناقصا مقابل الخدمة.

6- الإطار المؤسسي للإصدار النقود الالكترونية : يثور التساؤل حول الجهة التي يمكنها إصدار النقود الالكترونية و هل يلزم أن تكون مصرفا تجاريا معتر به؟ أم يكفي جهة تتولى هذا الإصدار و يقبلها المتعاملون دون أن تكون بالضرورة مؤسسة مصرفية ، فلا جدال في أن المصارف أقدر من غيرها على القيام بهذه المهمة حيث تتمتع بالدعم الحكومي و بالأهلية القانونية لإصدار أدوات الدفع ذات القيمة النقدية و لذلك نجد أن العديد من المصارف المركزية تنادي بقصر حق إصدار النقود الالكترونية على المصارف وحدها كما هو الرأي الأوروبي و خاصة في ألمانيا.

7. مزايا وعيوب النقود الرقمية" الإلكترونية"

يمنح النقد الالكتروني العديد من المزايا ، كما له عيوب منها :

. المزايـــا:

-الكفاءة: إن صفقات النقد الالكتروني أقل تكلفة من الطرق الأخرى وهذا ما يشجع على زيادة أنشطة الأعمال ،حيث تحويل النقد الالكتروني على الانترنت يكلف أقل من إجراءات عمليات بطاقات الائتمان ،لأن التحويل يتم عبر بنية أساسية متواجدة وهي الانترنت، ومن خلال نظم الكمبيوتر الموجودة. لذلك فإن التكلفة الثابتة للعناصر المادية للقيام بعملية النقد الالكتروني تكاد تكون صفراً، ولأن الانترنت ذات مجال عالمي فإن المسافة التي على العملية الالكترونية قطعها لا تؤثر في التكلفة؛

- سهولة الحيازة: يستطيع كل فرد استخدام النقود الالكترونية، فالتجار يمكنهم الدفع لتجار آخرين في علاقة شركة بشركة، والمستهلكون يمكنهم الدفع من واحد لآخر. والنقد الالكتروني لا يستلزم أن يكون لدى أحد الطرفين ترخيص خاص مثلما يلزم الأمر في الصفقات التي تتم ببطاقات الائتمان؛

المنارة للاستشارات

– لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم، وفي أي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الإنترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا السياسية؛

– بسيطة وسهلة الاستخدام: تُسهِّل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تُغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف؛

– تُسرِّع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادُل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة، مما يعني تسريع هذه العملية؛

– تُشجِّع عمليات الدفع الآمنة: تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة (Secure Electronic Transactions– SET)، كما تستخدم مستعرِضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأمنية SSL (Secure Socket Layers)، مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر أماناً.

. العيـوب :

–الضريبة: في الو.م.أ تثار فكرة ضريبة الانترنت التي تطرح مشكلات وأسئلة كثيرة فهل يستطيع تاجر في الو.م.أ تحميل وتحصيل ضريبة انترنت على سلعة مباعة لمشتري في زيمبابوي؟ وهل على زيمبابوي أن تتلقى نصيبا من الضريبة؟،وللأسف فإن استخدام النقد الالكتروني لسداد أي ضريبة لا يتيح مجالا للمراجعة، فالنقد الالكتروني ما هو إلا مثل النقد الحقيقي لا يمكن تتبعه بسهولة؛

–غسيل الأموال: من السهل وقوعه من خلال شراء سلع وخدمات بالنقد الالكتروني الذي يمكن صرفه بدون إظهار اسم الشخص بالنسبة لسلع ذات قيمة، وتباع السلع مقابل نقد حقيقي في السوق المفتوحة، وبالطبع يمكن شراء السلع في دولة أخرى بما يزيد من تعقيد الأمور الخاصة بالولاية القضائية؛

–التزوير: ومثلما هو الحال بالنسبة للعملة الحقيقية فإن النقد الالكتروني عرضة للتزوير، فمن الممكن رغم أن هذا بالغ الصعوبة إيجاد وصرف نقد الكتروني مزيف (مثل أي نوع من النشاط على أساس الانترنت)، فبدون إجراءات وقائية ومضادة قوية فإن التزوير الالكتروني يمكن حدوثه، وبعد التزوير هناك عوامل اقتصادية رقمية مدمرة عديدة محتملة؛

–سيطرة البنوك المركزية على إصدار النقود، و التي يمكن أن تتحول في حالة التوسع في النقد الالكتروني إلى بنوك الكترونية؛

المنارة للاستشارات

– يرتبط بذلك أيضا المشاكل الناجمة عن استنساخ العملات الالكترونية وما قد يؤدي ذلك إليه من مشاكل ومتطلبات الحماية الخاصة بعمليات الاستنساخ؛

–تعرض القرص الثابت للتعطل، وما قد يؤدي إليه من فقدان مبالغ نقدية الكترونية، إلا أن ذلك قد يتماثل مع أي مشاكل تحدث في التعامل مع أوراق النقد بالنسبة للغسيل أو الفقد أو ما إلى ذلك.

8. آثار النقود الالكترونية على الدور النقدي للبنك المركزي وعمليات تبييض الأموال:

يثور اهتمام كبير بين الاقتصاديين والسلطات النقدية والمصرفية المسؤولة على النظامين المحلي والدولي بشأن تاثير النقود الإلكترونية، وهذا ما سنوضحه فيما يلي :

– آثار النقود الالكترونية على الدور النقدي للبنك المركزي : لإنشاء النقود الالكترونية آثار عديدة على المصارف المركزية نوجزها في النقاط التالية :

-انخفاض عرض النقد من قبل البنك المركزي : إن رغبة الأفراد في الاحتفاظ بأرصدة قابلة للتسييل تشكل نقودا رقمية، فإن مجموع الودائع تحت الطلب التي يحتاجها الأفراد ينخفض، و بالتالي يؤدي إلى خفض عرض النقد من قبل البنك المركزي .

-انخفاض عائدات إصدار النقد : إن انخفاض الطلب على النقد المصدر من قبل البنك المركزي سيؤدي إلى خفض عائدات إصدار النقد.

-تقلص دور البنك المركزي كمقرض أخير : إن توسيع استعمال النقود الرقمية سيؤدي إلى الحد من إجراء البنك المركزي لعمليات السوق المفتوحة وبهذا تقلص ميزانية البنك المركزي.

– الآثار المحتملة للنقود الرقمية على عمليات تبييض الأموال والجريمة : أن أنظمة النقود الرقمية وبالتحديد تلك التي تخفي هوية المتعاملين قصد تسهيل عمليات تبييض الأموال فإن استخدام النقود الإلكترونية سيؤدي إلى انتشار ظاهرة تبييض الأموال حيث في سنة 1998 تم في الو.م.أ إدانة 1932 شخص فقط بتهمة تبييض الأموال بينما كلفت الجهود المضادة لهذه الظاهرة القطاعين العام والخاص أكثر من 10 ملايير دولار أمريكي.

ثانيا: التجارة الإلكترونية

إن ضبط ماهية التجارة الإلكترونية يجرنا إلى التطرق لمفهوم التجارة الإلكترونية ومتطلبات إنشاء التجارة الالكترونية وكل الوسائل المتعلقة بها، بالإضافة إلى حماية وتأمين المعاملات التجارية الإلكترونية.

المنارة للاستشارات

1. تعريف التجارة الإلكترونية :

قبل التطرق إلى المفاهيم التجارة الإلكترونية نعود إلى نشأتها، فيعود ظهور النشاط التجاري الإلكتروني إلى الستينات من القرن العشرين وكانت تعرف باسم التبادل الإلكتروني وإقتصرت في البداية على التبادل بيانات البيع والشراء بين بعض المؤسسات الكبيرة على الشبكات الإلكترونية الخاصة، أما المصارف فقد إستعملت ما يعرف بنظام تحويل الأموال إلكترونيا بهدف تحسين خدماتها المصرفية وفي أواخر القرن العشرين عوضت الانترنت شيئا فشيئا نظام تبادل الإلكتروني للبيانات المستعلمة من طرف المؤسسة ،ثم تطورت التجارة الإلكترونية إلى أن وصلت إلى ماهية عليه. هناك عدة تعار يف للتجارة الإلكترونية، وإن تنوعت فهي تصب في مضمون واحد، وهو استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في التجارة ونذكر منها:

* التجارة الإلكترونية :هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت، والشبكات التجارية العالمية الأخرى، سواء تعلق الأمر بالإعلان أوعقد الصفقة أو سداد الالتزامات المالية.

* التجارة الإلكترونية : هي عملية بيع وشراء السلع والخدمات ،من خلال الشبكات الحاسوبية المفتوحة كالانترنت.

* التجارة الإلكترونية : هي إجراء العمليات التجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الإقتصاديين عن طريق تقنية الإتصال الحديثة المتمثلة في الانترنت بما يتضمن الفعالية والسرعة في الأداء.

* التجارة الإلكترونية: هي التجارة التي تتم بين المتعاملين فيما بينهم من خلال إستخدام أجهزة ووسائل الإلكترونية مثل الانترنت وغيرها أو الشبكات الالكترونية الخاصة.

ونلاحظ من خلال ما سبق، أن بعض التعاريف اقتصرت على شبكة الانترنت كالوسيلة الوحيدة للتعامل في التجارة الإلكترونية دون غيرها من الشبكات، ويمكن صياغة تعريف شامل للتجارة الإلكترونية فهي شكل متطور للتجارة تتميز بإستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات (شبكات وسائل الإلكترونية..)، من أجل تحقيق و إبرام الصفقات، سواء من خلال الشبكات العالمية والتي أبرزها شبكة الانترنت أو الشبكات الاخرى .

2. أشكال التجارة الإلكترونية:

تأخذ التجارة الإلكترونية ثلاثة أشكال قطاعية مهمة وهي:

المنارة للاستشارات

– بين المؤسسة والمؤسسة:(Business to Business) ويرمز لها بالرمز (B to B) وتشير إلى العمليات البيع والشراء التي تجري بين الشركات عبر شبكة الانترنت أو عبر الشبكات الاتصال الأخرى ،بالإضافة إلى عمليات التحويل الالكتروني للمعلومات وإجراء الصفقات الالكترونية وإجراء مختلف التحويلات المالية إلكترونيا، فتتيح التجارة الالكترونية التحكم في عمليات التسويق وتفتح أسواق جديدة.

– التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمستهلك : (Business to consumer) وبرمز لها بالرمز(B to B) وذلك من خلال العروض المختلفة التي تقدمها المؤسسة للمستهلكين من ما يسمى بمراكز التسويق على الأنترنت حيث تعرض كل أنواع السلع والخدمات ويتم أيضا الدفع من خلال الشبكة أما الإستلام فحسب طبيعة السلعة و صيغة الاتفاق.

وتطرح التطبيقات القطاعية لنموذج (B to B) عدة تقنيات وهي:

- التسويق الإلكتروني: يشير التسويق الالكتروني إلى تطبيق نظرية التسويق باستخدام إمكانيات الأنترنت لتقديم المنتجات أو الخدمات إلى السوق المستهدفة، وتبقى أسس التسويق نفسه ، لكن الانترنت توفر قنوات تزويد جديدة تصل إلى تشكلة واسعة من الزبائن.

- البيع الإلكتروني: يشير البيع الإلكتروني إلى شراء من متاجر التجارة الإلكترونية الآنية على الويب، وتعرف بالمحلات الإفتراضية، وقد أدى البيع الإلكتروني إلى تطوير أدوات برمجية لتجارة الإلكترونية مهمتها إنشاء الفهارس الآنية وإدارة الأعمال التجارية الإلكترونية.

بالإضافة إلى المصرف الإلكتروني من خلال ما يقدمه من خدمات الدفع الإلكتروني وتأمين العمليات المالية بأقل تكلفة وأكبر فعالية.

– بين المؤسسة والإدارة (Business to Administrations): أو ما يرمز لها بالرمز (B to B) وتشمل جميع التحويلات والتعاملات التي تتم بين المؤسسات والهيئات الإدارة العامة، من خلال ما يعرف بالحكومة الإلكترونية، حيث تسعى الحكومة إلى إستخدام وسائل التي أنتجتها التكنولوجيا المتقدمة في تقديم الخدمات الحكومية إلى قطاع المؤسسات، كما يستفيد قطاع المؤسسات من استخدام للتجارة الإلكترونية في تعامله مع الإدارة العمومية.

– التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة: (Administration to customets) والتي يرمز إليها بالرمز (A to C) حيث يمكن هذا الشكل من التجارة الإلكترونية الإدارة من تقديم الخدمة الواجب أدائها للمستهلكين ويستفيد المستهلكين من السهولة والسرعة عند تلقي

المنارة للاستشارات

الخدمة المقدمة من الإدارة ،وبدأ هذا الشكل من التجارة الإلكترونية يتطور مع ظهور الحكومات الإلكترونية وظهور ما يسمى بمجتمع المعلوماتية.

3.مجالات التجارة الالكترونية:

قبل التطرق إلى مجالات التجارة، نحاول إبراز مراحل تنفيذ التجارة الإلكترونية والتي تمر بثلاث مراحل أساسية على النحو التالي:

– مرحلة الإعلان والبحث: من خلال التعرف على البضاعة المطلوب شراؤها والتفاعل بين المنتج والمستهلك أو البائع والمشتري .

– مرحلة طلب الشراء والدفع: وذلك بعد الإتفاق على صيغة وعملية الشراء.

– مرحلة التسليم: ترتبط بنوع البضاعة، فقد يتم إستلام البضاعة إلكترونيا أو عن طريق صيغة أخرى لابد من الاتفاق عنها.

أما مجالات استخدام التجارة الإلكترونية فهي تستخدم في كل القطاعات الخاصة والعامة، الكبيرة والصغيرة ويمكن حصر كل ذلك في القطاعات التالية:

-في قطاع المؤسسات المتوسطة والصغيرة:من خلال البيع بالتجزئة مثل تجارة الكتب والمجالات، ويتم الدفع بطريقة إلكترونيا، أما الإستلام فيكون عن بعد أو من خلال مؤسسات النشر.

-قطاع المصارف والتمويل: من خلال تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي أدت إلى ظهور المصارف الإلكترونية، والأسواق الإلكترونية المالية، ولعل ابسط هذه الخدمات منها، كشف الحساب وبطاقة القرض، ومتابعة أسعار البورصة والاستثمار عن بعد.

-قطاع الهندسة:من خلال الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه، من خلال مجموعة عمل.

بالإضافة إلى قطاع الحكومات من خلال الحكومة الإلكترونية وقطاعات أخرى.

4. مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية:

تطرح التجارة الإلكترونية عدة مزايا وعيوب، وذلك على كل المستويات، سنحاول التطرق إلى مزايا التي تنتجها التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى العيوب التي تفرزها.

– مزايا التجارة الإلكترونية: يمكن إبراز عدة مزايا للتجارة الإلكترونية وهي:

المنارة للاستشارات

*التجارة الإلكترونية أداة زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات، فهي توفير أدوات و وسائل أخرى لترويج وتسويق المنتجات مما يمكن أن يحقق زيادة في الصادرات وذلك من خلال الوصول السهل إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية وإمكانية تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة.

*التجارة الالكترونية تعتبر أداة فعالة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتي تعتبر محورا أساسيا للتنمية الاقتصادية.

*مكنت التجارة الإلكترونية الأفراد عدة فوائد وتسهيلات نذكر منها:

- توفير الوقت والجهد من خلال التسوق عبر الأسواق الإلكترونية بشكل دائم، ولا يحتاج الزبائن إلى السفر والتنقل أو الانتظار؛
- توفير حرية الاختيار بين المحلات والمنتجات ؛
- خفض الأسعار السلع والخدمات، فالمؤسسة من خلال تسويق منتجاتها عبر الانترنت ويساهم في تخفيض تكلفة أو سعر المنتوج بالإضافة إلى دخول المؤسسة المنافسة القوية؛

– عيوب التجارة الإلكترونية :

بالرغم من المزايا التي توفرها التجارة الإلكترونية في مختلف المستويات، لها عيوب و إنعكاسات هامة، يمكن الإشارة إليها من خلال العناصر التالية:

* مخاطر القرصنة: فدخول القراصنة إلى مواقع الشركات سواء يتم تخربها أو إلصاق الفيروسات بهذه المواقع قد يشكل خطر على التعاملات الإلكترونية، فضلا عن مخاطر السمعة؛

* زيادة التكلفة بالنسبة للمؤسسة: من خلال عمليات الصيانة و التجديد وتكوين الإطارات المتخصصة؛

* فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسويق من خلال التفاعل الإجتماعي بين البائع والمشتري؛

* تورط البعض بالاندفاع نحو شراء سلع قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقة الائتمان؛

* هدر الوقت والإصابة بالإدمان والذي يؤدي بدوره إلى فقدان علاقات اجتماعية جوهرية؛

* المنافسة التي تواجهها المؤسسات، فأصبحت المؤسسة من خلال تواجدها على شبكة الانترنت التي تفتح السوق العالمي على أبوابه، وبالتالي دخول المؤسسة للتعامل فيه بكل مخاطره وامتيازاته؛

5.مسائل متعلقة بإنشاء التجارة الإلكترونية:

المنارة للاستشارات

هناك العديد من المسائل الهامة الملازمة لانطلاق التجارة الإلكترونية، و أن كل مسألة من هذه المسائل ترتبط وبصفة أكيدة بزيادة مستويات الثقة والحفاظ عليها والتي تعتبر الأشخاص سواء كان عاديون أو اعتباريون كأساس لانجاز أي معاملة إلكترونية تجارية، وزيادة على ذلك المسائل المتعلقة بالبيئة الإجتماعية، وأخرى متعلقة بالبنية التحتية، ومسائل متعلقة بالإطار القانوني والتشريعي، وكل هذه المسائل مرتبطة ببعضها البعض، ويمكن إبراز أهم هذه المسائل وفق النقاط التالية:

6. حماية المستهلك عبر التجارة الإلكترونية :

حماية خصوصية المستهلك في التجارة الإلكترونية أمر ضروري ومهم ،يفرض إيجاد الآليات التي تمنع إستعمال المعلومات الناتجة عن التعاملات التجارية لأهداف وأغراض غير معلنة، ومن أهم عوائق استعمال التجارة الإلكترونية من وجهة المستهلك تكمن في صعوبة تحديد مصدر المنتجات وتحديد المسؤوليات، عندما يتضح أن هذه المنتجات لا توافق النوعية المعلن عنها أو غير ملائمة، هنا تكون الوضعية أكثر تعقيدا خصوصا إذا تعلق الأمر بمنتجات مادية، هذه المسألة تتضح بأنها حرجة بوجه خاص بالنسبة لأولئك المتعاملين الجدد داخل السوق عندما لا يكونون قد حصلوا بعد على المكانة المرموقة على مستوى السوق الإلكتروني خاصة عندما يتعلق الأمر بمنتجات مادية. لذلك من الضروري إيجاد إطار قانوني لحماية المستهلك مع وضع أنظمة حمائية إلكترونية تحمي المستهلك .

7. مسألة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية:

يمثل فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية تحديا كبير لإدارة الضرائب، فأما التحدي الأول يتمثل في البعد المكاني للضريبة أو ما يعرف إصطلاحا بإقليمية الضريبة، فالتجارة الإلكترونية لا تتطلب وجود مكان محدد لممارستها وما يترتب عن ذلك أن الربح الناتج عن الصفقة الإلكترونية التجارية، لا ينتمي إلى مكان محدد وهنا تطرح إشكالية إقليمية الضريبة، أما التحدي الثاني فيتمثل في اختلال مبدأ من مبادئ الضريبة وهو العدالة ويتجلى ذلك في كون بعض السلع التي يتم تداولها عبر شبكة الأنترنت مثل الكتب، الإقراض، المجالات...الخ، لا تمر عبر الحواجز الجمركية على خلاف السلع الأخرى التي تعبر الحدودية بطريقة تقليدية عبر نقاط المراقبة الجمركية العادية في الحدود.

المنارة للاستشارات

أما التحدي الثالث يتمثل في الصعوبات التي تواجه الإدارة الضريبية لإثبات المعاملات التجارية التي تتم الكترونيا، لان الشكل التقليدي كان يعتمد على الوثائق الإدارية ،كما لا يمكن تحديد حجم المعاملات التجارية عبر الانترنت والتي من المفروض إخضاعها للضريبة تطبيقا لمبدأ المساواة في فرض الضريبة وعموما هناك نموذجين في التعامل مع الضريبة ففي حين تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أن فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية عائقا، لذلك لا يجب فرض الضرائب عليها ، فحين يرى الاتحاد الأوروبي عكس ذلك.

. حماية حقوق الملكية الفكرية :

المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية هي محل إهتمام كبير من طرف كل أطراف التجارة الالكترونية فهي تشمل حماية برامج الحاسوب ،الملكية الفكرية لموقع، أسماء وعناوين الانترنت والنشر الإلكتروني، الحماية القانونية لبراءات الاختراع والعلامات والأسماء والأسرار التجارية...إلخ. لذلك لابد على الحكومة صياغة و وضع إطار تشريعي كامل لحماية هذه الحقوق من السرقة والقرصنة عليها.

. وضع الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية:

تثير أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقة القانونية الناشئة في بيئتها العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة، تتمحور حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية ويتوسط كل نشاط من أنشطة التجارة الإلكترونية ، الكمبيوتر و الانترنت أو شبكة المعلومات، إن أثر وجود التقنية وهيمنتها على آلية التجارة الإلكترونية اوجد تحديا أمام النظم القانونية القائمة ونحاول أن نعرج على أهم قانون في هذه القوانين التي وجدت لتنظيم التجارة الالكترونية ، وهو القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية المقترح من طرف لجنة القانون الدولي بالأمم المتحدة (اليونسيترال) .

اليونسيترال هي لجنة قانون التجارة الدولية بالأمم المتحدة، وتظم في عضويتها غالبية دول العالم الممثلة لمختلف النظم القانونية الرئيسية وغرضها الأساسي تحقيق الإنسجام والتوافق بين القواعد القانونية الناظمة للتجارة الإلكترونية وتحقيق وحدة القواعد المتبعة وطنيا في التعامل مع الوسائل التجارة العالمية ،فقد كانت "اليونسيترال" الأكثر وعيا لأهمية توحيد القواعد القانونية الناظمة للتجارة الإلكترونية، ويسجل لها الريادة في التعامل مع هذا الهدف، ففي 1996 وإستنادا إلى دراسات شاملة بدأ البعض منذ عام 1985 لواقع النظم القانونية ومواقفها من مسائل التعاقد

المنارة للاستشارات

عن بعد ومشكلات الإثبات في القوانين الوطنية، حيث أطلقت"اليونسيترال" القانون النموذجي المذكور من سائل الدول لما يحققه من إنسجام وتوافق خاصة أن مواضع التجارة الإلكترونية وتحديدا الإجرائية منها ذات طبيعة دولية لا تتأثر في الغالب بالقواعد القانونية الوطنية المتباينة بين الدول، وتحليل محتوى القانون النموذجي يظهر أن اليونسيترال تسعى إلى إيجاد توازن بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية وتحديدا فما يتعلق بأنشطة التحويل النقدي عبر الشبكات والتعاقد بإستخدام وسائل تقنية، ويعالج القانون موضوع العقود وإبرامها ومسائل التواقيع الإلكترونية وتحديدا فما يتعلق بأنشطة الأمن والحماية اللازمة للبيانات الشخصية وغيرها من الموضوعات.

واعتمدت غالبية قواعده بشكل مطابق في الكثير من الحالات من قبل الدول التي سنت تشريعات متصلة بالتجارة الإلكترونية كاسبانيا والولايات المتحدة الامركية. وبعض الدول العربية منها الأردن، مصر ، ولبنان وينبغي الإشارة في هذا المقام أن قانون "اليونسيترال" النموذجي لم يتعرض لعدد من مسائل التجارة الإلكترونية لما تثره من تناقضات بخصوص المعايير المعني إعتمادها، كمسائل الإختصاص القضائي والملكية الفكرية وامن التعامل التجاري وغيرها، كما تجدر الإشارة إلى استمرار لجنة "اليونسيترال" في تناول عدد من المسائل المتصلة بالتجارة الإلكترونية والأسواق الإلكترونية وجاري العمل على إستكمال بناء القسم الثاني من النموذج الخاص بتطبيقات التجارة الإلكترونية ،متوافقا مع جهد موازي من قبل هيئات أوروبية تعمل في حقل التجارة الإلكترونية، كما قدمت على الصعيد الإقليمي والدولي هيئات متخصصة مثل منظمة التعاون الآسيوي لمنطقة الباسيفيك ومنطقة التجارة الأمريكية (نافتا) وغرفة التجارة الدولية (ICC) عدة اقتراحات وتوصيات ونظمت عدة مؤتمرات طرحت فيها قضايا التجارة الإلكترونية ؛وقدمت عدة مشاريع قانونين ملائمة لتنظيم التجارة الإلكترونية أما على مستوى الوطني فقد قامت كل دول منها والولايات المتحدة الأمريكية دول الاتحاد الأوروبي ودول شرق آسيا وبعض الدول العربية بوضع قانون ينظم المعاملات الالكترونية والتجارة الإلكترونية شأنه أن يساهم في تطوير الجهود الدولية المبذولة في هذا الإطار.

. حماية وتأمين التعاملات في التجارة الإلكترونية :

تطرح التعاملات في التجارة الإلكترونية عدة مسائل ومنها على الخصوص أمن التعاملات وسريتها، لذلك من الواجب حماية هذه المعاملات ولا سيما التحويلات المالية

المنارة للاستشارات

الإلكترونية عبر شبكة الانترنت والشبكات الأخرى، ونحاول التطرق إلى كل ذلك من خلال العناصر الموالية.

. سرية وتأمين التعاملات في التجارة الإلكترونية :

بالرغم من المزايا الواضحة التي تحققها التجارة الإلكترونية في الوقت الحالي وخاصة في الدول المتقدمة، إلى أنها مزالة تعاني من قصور في مجالات سرية تأمين المعلومات والخصوصية المتعلقة بيانات المشتركين المتداولة عبر الانترنت في حالة إستخدامها دون نظام سرية وتأمين خاص، وذلك انه يمكن من خلال ما يسمى بالاختراق (Eavesdropping) سرقة المعلومات والحسابات الشخصية مثل أرقام بطاقة الائتمان أو أرقام حسابات العميل أو موازين المراجعة ومعلومات الفواتير ،كما يمكن اكتشاف كلمات السر مما يؤدي إلى نفاذ إلى النظم تضم بيانات خاصة مما يعرض هذه البيانات للفقدان الخصوصية، كما يمكن أن يحدث إختراق يتم فيه تعديل البيانات وهو ما يمثل خطورة عالية إذا شمل تعديل بيانات خاصة بالمعاملات التجارية مثل: تغير اسم المدفوع لأمره في الشيكات الإلكترونية أو المبلغ المحول إلى الحساب المصرفي، أما أخطر أنواع الاختراق فيسمى الاختراق الخداعي حيث يتنكر أحد الأشخاص في شخصية طرف آخر، يمثل مؤسسة مالية أو بطاقة مصرفية يمكن من خلالها تحصيل أموال من المستهلكين والتجار، ومن المؤكد أن انتشار الانترنت ودخولها جميع القطاعات ولد انفتاح كبير في تداول المعلومات وتدفقها عبر الشبكة، إلا أن التحول إلى التجارة الإلكترونية قد يستغرق مدة أطول، بسبب المشاكل الناتجة عن انفتاح الشبكة والذي كان سبب نجاحها الكبير، فكثير من الناس مازالوا يعتقدون أن ممارسة التجارة الإلكترونية ضربا من المخاطرة وهكذا تحولت قضية تأمين التعامل عبر شبكة الانترنت لتصبح من أهم قضايا المطروحة في التجارة الإلكترونية، لأن ممارسة التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت أو شبكات الأخرى، تكون عن بعد أو حتى خارج الدولة، وبالتالي كبيرة المخاطر وحاليا هناك أنظمة لتشفير المعلومات من بينها نظام المفتاح المتماثل ونظام التشفير بالمفتاح العام والتشفير من خلال المزج بين النظامين وهناك نظام المعلومات الإلكترونية الآمنة (Secure elctronic transation SET) حيث تم تطور هذا النظام بالتعاون بين اكبر شركات بطاقة الائتمان العالمية، هما شركة "فيزا" وشركة "كارد" وذلك بغرض تأمين المعاملات المالية على شبكة الأنترنت باستخدام بطاقة الائتمان وتجاوز عملاؤها معا أكثر من 800 مليون عميل ،كما أنضمت أمريكان اكسبريس، لهذا التحالف ليصبح بذلك أكبر تحالف

المنارة للاستشارات

لتأمين المعاملات إلكترونيا وتم تطوير مستوى التشفير في نظام المعاملات الالكترونية الآمنة (SET) وذلك بإستخدام مستويات التشفير، وإستخدام البصمة أو التوقيع الإلكتروني.

. حماية وتأمين مقار المعلومات على شبكة الأنترنت:

إرتبط نجاح الانترنت لكونها شبكة مفتوحة لا توجد فيها أي قيود على تدفق البيانات وكانت الميزة للنظام الإتصالات الأساسي لهذا الشبكة وهو نظام " IP" أي انه نظام حر بلا قيود أمنية أو درجات سرية؛ويعزي نجاح إستخدام الأنترنت إلى هذه السهولة والبساطة وهذا الإنفتاح في بروتوكول الإتصال الخاص بها.

إن انتشار إستخدام الانترنت قد أفرز تحديات منها تأمين وسرية المعاملات التجارية عبر شبكة وبات من الواضح أن نجاح التجارة الإلكترونية على شبكة الانترنت يرتبط في المقام الأول بالقدرة على توفير نظام حماية وتأمين المعاملات عبر شبكة الانترنت.

وتتعاظم أهمية دور تأمين والحماية للمعاملات التجارية على شبكة الأنترنت ،عندما يتبادر للمؤسسة أن تنشئ موقع لها على شبكة الأنترنت سواء استخدمت للتجارة الإلكترونية أو لغير ذلك من الأغراض فإن عليها أن تعرف أن تأمين وحماية مقر عبر شبكة الأنترنت ضرورة فهي تتعرض إلى عدة مخاطر ومن بينها:

-تغير محتوى المقر؛

-هجمات المخترقين؛

-إغلاق المقر أمام المتصفحين؛

-استخدام مقر المؤسسة كقاعدة لتنفيذ أعمال خارجية؛

-تخريب مقر معلومات الشركة؛

-الدخول إلى الشبكة الداخلية للمؤسسة؛

وقصد مواجهة هذه المخاطر تلجأ المؤسسة إلى تأمين مقر المعلومات وذلك في عدة مستويات:

-مستوى حوائط المنع أي يتم النفاذ إلى المعلومات المؤسسة وفقا لقواعد منظمة وحاكمة تحددها المؤسسة؛

-مستوى شبكة الإتصالات وذلك بوضع الحوائط الواقعية بالنسبة للشبكة؛

-تأمين مقار المعلومات على مستوى الملفات؛

المنارة للاستشارات

-تأمين مقار المعلومات من خلال معلومات المقر ذاته؛

-تأمين مقار المعلومات ضد الفيروسات؛

-التأمين على مستوى الأفراد العاملين بالمؤسسات والشركات بالإضافة إلى ذلك الشركات المتخصصة في مجال الحماية بإنتاج برامج ونظم متطورة يمكن من خلالها تحليل مستوى التأمين بالنظام ومعرفة نقاط الضعف والإحتراف، وعلى المؤسسات و وضع سياسة تأمين وحماية خاصة وذلك بوضع وإتخاذ الإجراءات الخاصة بالتأمين والحماية.

ثالثا: أهمية النقود الالكترونية في التجارة الالكترونية

منذ تسعينات القرن الماضي تمت الاستفادة من الإمكانيات الهائلة لاستعمال شبكة الانترنت في التسويق و المعاملات التجارية على نطاق واسع، و هو ما أطلق عليه اصطلاحا بالتجارة الالكترونية.

و التي يمكن تعريفها بأنها "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية، حيث أصبحت شبكة الإنترنت سوقا مفتوحا للبيع و الشراء، فيمكن للتاجر الإعلان عن سلعته بالصوت و الصورة و لديه الفرصة لإجراء مقارنة بين كل السلع المتاحة في كل أنحاء العالم، و للمشتري أن يختار ما يريده و تصله السلعة إلى منزله.

و إن كانت العلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب و القبول بخصوص أي تعاقد، و هي أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي، و أن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما نقدا **أو** باستخدام أدوات الدفع البديل و هي وسائل الدفع التقليدية.

فإن التجارة الالكترونية كونها تعبر عن تبادل السلع و الخدمات و معلومات ما بين أطراف متباعدة مكانيا عبر شبكة الانترنت، استوجبت تطوير طرق و وسائل الدفع و قد كان ظهور وسائل الدفع الالكترونية من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الالكترونية، فالتجارة الالكترونية تقوم على أربعة عناصر: بائعون، مشترون، شبكة الانترنت و وسائل الدفع الالكترونية.

و بذلك استدعت الضرورة إلى استحداث وسائل دفع تكون ملائمة لطبيعة و متطلبات التجارة الالكترونية، و قد استفادت الشركات بدورها نتيجة لظهور شبكة الانترنت و التجارة الالكترونية و بالتالي وسائل السداد الالكترونية، من انخفاض التكاليف مقارنة بطريقة إرسال الفواتير الورقية ثم بعدئذ إجراء تسليم المدفوعات.

المنارة للاستشارات

خاتمـة :

إن نمو التجارة الإلكترونية وآثارها على المصارف ونشاطها ، أدت إلى وجود أنظمة دفع إلكترونية ووسائل دفع إلكترونية تتلاءم مع متطلبات التجارة الإلكترونية ، فبادرت المصارف إلى إنشاء الخدمات المصرفية الإلكترونية وتطورها إلى أن أصبحت بشكل كامل في صيغة المصرف الإلكتروني .

وتم تطوير وسائل الدفع الإلكترونية بمختلف أنواعها ،إلى النقود الإلكترونية والشيك الإلكتروني، المحفظة الإلكترونية ، مما زاد من أهمية إستعمال هذه التكنولوجيات المصرفية، فأصبحت هذه التكنولوجيا من سميات تقدم أي نظام مصرفي في أي بلد وذلك من حيث إستعماله لهذه التكنولوجيا المصرفية .

وقد فرض هذا التوجه على المصارف المركزية عدة تحديات ، سواء تعلق الأمر بالرقابة والإشراف وفعالية السياسة النقدية ، فإنشاء النقود مثلاً: كان منحصرًا على المصارف المركزية، فأصبحت المصارف التجارية وحتى الشركات تصدر هذه النقود الإلكترونية مما فرض توجه جديد للسياسة النقدية .

المنارة للاستشارات

المراجـــع:

- رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، القاهرة:المنظمة العربية للتنمية الإدارية 1999.
- طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، الإسكندرية الدار الجامعية، 2004/2003.
- فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية و تأمينها، القاهرة :هلا للنشر و التوزيع، 2001.
- مدحت صادق، "أدوات و تقنيات مصرفية", دار غريب للطباعة و النشر, القاهرة, 2001.
- غنام شريف محمد، "محفظة النقود الالكترونية"، دار النهضة العربية، مصر، 2003.
- الهندي عدنان, "التجارة الالكترونية و الخدمات المصرفية و المالية عبر الانترنت", اتحاد المصارف العربية, لبنان, 2000.
- أحمد جمال الدين موسى، النقود الالكترونية و تأثيرها على المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، الجزء الأول، الجديد في التقنيات المصرفية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت2002.
- بن رجدال جوهر, "الانترنت و التجارة الالكترونية", رسالة ماجستير, قسم علوم تسيير, كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير, جامعة الجزائر, 2002.
- عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية دراسة حالة الجزائر جامعة الجزائر كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير،2007.2008،
- يونس عرب، "الدفع الالكتروني و تحديات النظامين الضريبي و الجمركي"، أوراق عمل حول التجارة الالكترونية بالخرطوم، تاريخ الإطلاع: 27 جوان 2005، على الموقع الالكتروني www.arablam.org.

-MASTAFA 61. Hashem, sherif, la monnaie électronique, édition roolles, Paris 2000.

-.MICHEL Aglietta et LAURENCE Scialam, seconde génération de monnaie electronque, nouveaux défis. Problèmes économiques, la documentation française, N **:** 2785, 2002.

-. JAEN- Pierre ptatat, monnaie , système,.Financier et politique monétaire, Paris2002, Ed.economica.

المنارة للاستشارات