

التجارة الالكترونية - دراسة مفاهيمية-

د. بوجادي صليحة- جامعة محمد البشير الابراهيمي- برج بوعريبرج

ملخص:

ظهر مصطلح جديد لم يكن معروفا لا في عالم التجارة المال ولا في عالم الاقتصاد إلا في السنوات الأخيرة، ألا وهو مصطلح التجارة الالكترونية، التي تعتبر واحدة من أهم مستجدات التطور التكنولوجي في هذا القرن، منبثقة عن وسائل الاتصال الحديثة فذاع صيتها كالنار في الهشيم ولأن شأنها شأن أي ابتداء غريب عن المؤلف، أحيطت بالكثير من التساؤلات التي تمس ماهيتها إنها نشاط تجاري بحت بلا قيود زمانية أو مكانية. يستعرض هذا البحث التطور التاريخي للتجارة الالكترونية وماهيتها المتضمنة تعريفها، خصائصها، مقوماتها، بالإضافة إلى مشاكلها وغيرها والسؤال هنا، هل سيكون هناك يوم تقضي فيه التجارة الالكترونية نهائيا على التجارة التقليدية؟

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، الاقتصاد، التطور التكنولوجي، تكنولوجيا

الاتصالات الحديثة

Résumé:

A new term that has shown lately that was not known nor in the world or trade and money, or in the economy world until the very previous years; it is electronic commerce, also known as E-Commerce. It is considered as one of the most important technological apdations in this century, that was spread via modern means of communication. And because it is an abnormal invention, it had been questioned about a lot, especially its meaning. It is unlimited commercial activity. This research shows the historical development of electronic commerce, its meaning, properties, components, in addition to its problems and other related things. And the question here is; Will there be a day when E-Commerce beat the traditional commerce permanently ?.

مقدمة:

إننا نعيش اليوم في عصر رقمي فائق التطور تنتشر فيه وسائل الترفيه على مدار جد واسع. وتعتبر الإنترنت أحد أهم تلك الوسائل حاليا نظرا لعدة عوامل متدخلة .

لعل الموضوع الذي ينال اهتمام الكثير من البشر اليوم هو موضوع التجارة الالكترونية التي ساهمت بشكل كبير في تسهيل عملية التسوق من كل الجوانب. فبالنسبة لرجال الأعمال، أصبح من الممكن تجنب اللقاءات مع الشركاء و العملاء، و أصبح ممكنا أيضا الحد من الوقت و المال لترويج بضائعهم وعرضها في السوق. أما بالنسبة للمستهلكين، فقد أعفتهم التجارة الالكترونية من التنقل بعيدا و طويلا في سبيل التبضع، وحتى استخدام العملة التقليدية. وعليه، بات كل ما في الأمر هو مجرد حاسوب برنامج مستعرض الإنترنت، و اشتراك إنترنت .

لطالما عاجلت التجارة الالكترونية، إلى جانب البيع و الشراء، حركات هذه الأخيرة و إرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، و مشكلة المستندات الورقية و غيرها .

فبناء على ذلك، ما هي التجارة الالكترونية؟ و ما هو التطور التاريخي لها ؟ و ما مقوماتها ؟

و أشكالها؟ و ما هي ماهيتها عموما؟

للإجابة على هذه التساؤلات و غيرها من ذلك، كانت الخطة الآتية:

أولا: التطور التاريخي للتجارة الالكترونية.

ثانيا: التعريف بالتجارة الالكترونية.

1- اللغة.

2- تشريعا.

3- فقها و عند بعض المنظمات.

4- المصطلحات المشابهة بمصطلح التجارة الالكترونية.

ثالثا: خصائص و معوقات التجارة الالكترونية و عوامل نجاحها.

1- خصائص التجارة الالكترونية.

2- معوقات التجارة الالكترونية.

3- عوامل نجاح التجارة الالكترونية.

رابعا: أشكال التجارة الالكترونية.

خامسا: مجالات التجارة الالكترونية و مقوماتها.

1- مجالات التجارة الالكترونية.

2- مقومات التجارة الالكترونية.

سادسا: فوائد التجارة الالكترونية و مشاكلها و آفاقها و مستقبلها.

1- فوائد التجارة الالكترونية.

2- مشاكل التجارة الالكترونية.

3- آفاق ومستقبل التجارة الالكترونية.

أولاً: التطور التاريخي للتجارة الالكترونية.

عرفت التجارة في العصور الماضية تطوراً هائلاً، فقد بدأ بنظام المقايضة التي واجهت مشكلة أن من لديه سلعة يرغب بمبادلتها بسلعة أخرى قد لا يجد دائماً من يرغب بسلعته تلك. ثم افترنت بنظام البيع والشراء، و تنوعت أساليب تنفيذ عمليات التجارة في أطر قانونية تميزت باعتماد الوسائل والظواهر المادية أساساً لتنظيم التجارة وجوداً و تنفيذاً، وعلى وجه التحديد المستند الكتابي و التسليم المادي للأموال محل التعامل التجاري

إن وسائل الاتصال الحديثة قد قلصت المسافات و الصعوبات و أيضاً الخلافات، إذ يشهد العالم اليوم تطوراً هائلاً غير معهود في عالم الاتصالات، حيث ظهرت الوسائل التقنية الحديثة بدءاً بالتلكس ثم ، و هو أشهرها آنذاك. و بعد ظهور الحاسوب، جاءت (facsimile) جهاز نقل الصورة بالهاتف الفاكسميل و هو اختصار لعبارة أعمال الشبكة الدولية أو العالمية و عليه ، (internet) أيقونة عالم الاتصالات، الإنترنت (Electronic Commerce) ظهرت التجارة الالكترونية وقد صار لهذا التطور التقني لعالم الحاسوبية أثر واضح في علاقات التجارة الدولية، و أصبح التنافس الحالي في العالم هو من أجل الوصول السريع إلى المعلومات و استخدام الطرق السريعة في التداول والتحليل من أجل اتخاذ قرار سليم مبني على الدقة و هكذا أصبح على الساحة العالمية ثورة جديدة تسمى ثورة تقنية المعلومات و الاتصالات التي تسهم بقدر كبير في تكوين التيار الجارف لمفهوم العولمة والتي اتسعت لتشمل اقتصاديات العالم خلال العقدتين السابقتين .

إن الأبعاد الجديدة لبيئة الأعمال و المتعاملين التي ظهرت بالتطور التقني المحرز تؤثر تأثيراً جذرياً في المعاملات التجارية. و بناء عليها برزت تغييرات حديثة تنطوي على أساليب وتقنيات تضمنها التجارة الالكترونية.

لوحظ مؤخراً انتشار استعمال الوسائل الالكترونية لعرض البضائع و الخدمات، مع تنفيذ عمليات الدفع المالي بالبطاقات الالكترونية عادةً. و منها ظهرت البنوك الالكترونية وخدمات الإنترنت للسياحة والنقل، الحجز، و الاستقبال.

ومع تزايد عدد مستعملي شبكة الإنترنت، و احتمال تبني آخرين لهذه التكنولوجيا المتطورة التي توغلت في كافة مجالات الحياة، فإنه يتوقع أن يأتي معظم النمو في استخدام الشبكة من خارج الولايات المتحدة وعليه فإن تطور التجارة الالكترونية صاحبه تطور المصادر القانونية الدولية المتعلقة بالتجارة الالكترونية وكذا تمت صياغة القانون النموذجي لها من قبل لجنة الأمم المتحدة المعنية بقانون التجارة الدولي.

ثانيا: التعريف بالتجارة الالكترونية.

1-تعريف التجارة الالكترونية لغة.

بالرجوع إلى الأصل اللغوي للمصطلح يتبين أنه يتكون من Electronic / commerce كلمتين انجليزييتين هما:

التجارة: وتعني مجموع النشاطات المنظمة والممتدة على الشبكات المفتوحة (كالبيع commerce الأولى و الشراء، الإعلان، التجارة)، و كذلك شتى الأعمال التجارية، و التي تعمل على تبادل القيم بين طرفين، الشبكات التي يمكن استخدامها من قبل الجميع networks open مع أنه يقصد بالشبكات المفتوحة دوّما إتباع أية بروتوكولات معينة

إن مصطلح التجارة إذن يعبر عنه نشاط تجاري و اقتصادي معروف لدى الجميع، و يتم من خلاله تبادل السلع والخدمات باستعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة عبر الانترنت و خدمات ما بعد البيع والإعلان والتسويق و التعامل في الأصول المالية و الأعمال المصرفية مثل: تحويل النقود والمزايدات و المناقصات و أنواع عديدة أخرى من المعاملات الاقتصادية، وفقا لقواعد ونظم متبعة و متفق عليها

إلكترونية: وتعني الشبكة الالكترونية العالمية و المكونة من الحاسبات و وسائل electronic الثانية الاتصال التي يتم تبادل البيانات من خلالها .

إن مصطلح "الالكترونية" إذن يعني القيام بأداء النشاط الاقتصادي التجاري باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل: شبكة الإنترنت و الشبكات و الأساليب الالكترونية و آليات الاتصال عن بعد télécommunication مثل: التلفون و الفاكس، و شبكات تربط بين أعضائها في مجالات محددة و هي شبكات الاتصال.

ومما سبق يمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها الأعمال والنشاطات التجارية التي تتم ممارستها من خلال الشبكة المعلوماتية الدولية (الإنترنت). فهي عمليات الإعلان والتعريف للبضائع و

الخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات التجارية مثل: عمليات البيع و الشراء للبضائع و الخدمات و إبرام العقود ثم سداد الأثمان الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أم غيرها من الشبكات التي تربط بين البائع و المشتري.

وبذلك تعد التجارة الالكترونية نشاطا سياسيا من الأنشطة التي تمارس عبر الإنترنت و ما يتبعها من الوسائل الخاصة بالبنية التحتية كالحواسيب أو الشبكات الدولية، و تشمل أنشطة مختلفة كالإعلان و الترويج و التسويق و تبادل رسائل البيانات الخاصة بعقد الصفقات و غيرها.

2- تعريف التجارة الالكترونية تشريعا.

تم التطرق إلى التعريف التشريعي في مختلف الدول تقريبا، و نذكر منها:
المشرع الفرنسي الذي عرفها في الفقرة الأولى من المادة 14 من تشريع الثقة في الاقتصاد الرقمي بأنها " النشاط الاقتصادي الذي بمقتضاه يعرض شخص، أو ينجز عن بعد، و بالطريق الالكتروني التزويد بسلع أو خدمات "، أما عن قانون التجارة التونسي فقد عرفه " العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية" و عرف المبدلات الالكترونية بأنها "المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الالكترونية"

وقد نص المشرع الإماراتي أنها "الأعمال المنفذة بالوسائط الالكترونية، و بشكل خاص الإنترنت"، أما قانون المعاملات الأردني لسنة 2001 فقد عرفها على أنها " المعاملات التي تنفذ بوسائل إلكترونية

أما عن المشرع الجزائري فقد خصص لها مادة تنص على أنها " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية."

3- تعريف التجارة الالكترونية فقها و عند بعض المنظمات.

لقد تباينت وتعددت التعريفات التي رصدت في شان التجارة الالكترونية سواء منها: التعريفات الفقهية أو تلك التي خصتها بها بعض المنظمات، ومن ذلك ما يلي: " أنها جميع العمليات التجارية التي تتضمن وسيطا الكترونيا هو الإنترنت ."

ويذهب جانب آخر من الفقه إلى أن التجارة الالكترونية هي: " تنفيذ و إدارة الأنشطة التجارية بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت و الأنظمة التقفية الشبيهة، كأنظمة الدفع الالكتروني، و وسائل الحوسبة المدججة بالاتصالات و الشبكات... وغيرها ". أضاف هذا التعريف عن

سابقه أن سابقه أن ممارسة العمليات التجارية قد تكون أيضا بواسطة أنظمة تقنية شبيهة، شبكة الإنترنت و ذلك كأنظمة الدفع الالكتروني مثلاً.

وعند جانب آخر من الفقه هي عبارة عن: " تبادل المعلومات الالكترونية، هذا التبادل المبني على التقنيات التي تستخدم المعلوماتية عن بعد، كاليانات الحوسبة بالبريد الالكتروني المرسل عبر الإنترنت أو من دونها و الفاكس و التلكس .

أي أن تبادل المعلومات الالكترونية هنا بخصوص إنجاز المعلومات التجارية المتنوعة يكون بأقل التكاليف ودون التقيد بحدود الزمان و المكان.

4- المصطلحات المشابهة بمصطلح التجارة الالكترونية.

يلاحظ اختلاف بين التعريفات المقدمة سابقا حول الوسائل المستخدمة في عمليات التجارة الالكترونية حيث اعتبرها البعض استخدام الإنترنت في إنجاز هذه المعاملات حتى نستطيع وصفها بالالكترونية وعمم آخرون على أنها كل المعاملات التي يتم إنجازها و تنفيذها بأي وسيلة اتصال حديثة.

و عليه، ظهرت ما ندعوه بالمصطلحات المشابهة بمصطلح التجارة الالكترونية.

أ- الفرق بين التجارة الالكترونية و الأعمال الالكترونية.

إن التجارة الالكترونية هي استخدام الوسائل الالكترونية و وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز عمليات تبادل البضائع والمنتجات والخدمات. أما الأعمال الالكترونية فهي استخدام تقنيات العمل بالإنترنت، والشبكات لتطوير أنشطة الأعمال المالية و الإدارية و الإنتاجية و الخدماتية من تخطيط للموارد وإعداد البيانات و الحملات الترويجية، ضمن أنشطة افتراضية .

وعليه فالتجارة الالكترونية هي جزء من الأعمال الالكترونية (علاقة الكل بالجزء)

ب- الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة عبر الإنترنت.

من الأخطاء الشائعة هي أن التجارة الالكترونية و التجارة عبر الإنترنت هما نفس الشيء، وهذا أمر يخالف المنطق والواقع، إذ أن التجارة عبر الإنترنت هي جزء من التجارة الالكترونية، لأن هذه الأخيرة لا تقتصر على الأعمال التجارية فقط بل و تتجاوز إلى كل وسيلة الكترونية منجزة و منفذة للمعاملات التجارية.

ثالثا: خصائص و معوقات و عوامل نجاح التجارة الالكترونية.

لا شك أن التجارة الالكترونية اليوم نالت نصيب الأسد من الاهتمام لما لها من مساهمات كبرى في تضخيم شبكة التبادل التجاري، و دعم الاقتصاد الدولي، و فتح المصارف المتخصصة في التعاملات التجارية بأنظمتها المتطورة (نظام تبادل المعلومات الالكترونية) و كذا حساباتها على شبكة الإنترنت. و بالتالي أصبحت الإنترنت وجهة المستهلكين لعالم التسوق.

وقد قدمت آفاقا واسعة للنهوض بمستوى الأمم، حيث بلغ حجم التبادل التجاري الالكتروني الـ 10 تريليون دولار من أصل 35.4 تريليون دولار للتبادل التجاري العالمي سنة 2017 .
و من هنا سنتناول خصائص التجارة الالكترونية، معوقاتهما، وعوامل نجاحها.

1- خصائص التجارة الالكترونية (الإيجابيات و السلبيات)

إن وصل أي كمبيوتر إلى شبكة الإنترنت لم يعد صعبا، لأن هذه العملية لم تعد تتطلب خبرة كبيرة كما أن الشركات التي تقوم بتزويد خدمات الإنترنت تقدم إرشادات و تعليمات مفصلة عن كيفية تركيب و إعداد برامج الاتصال على وفق نظم التشغيل الموجودة . و عموماً تتميز التجارة الالكترونية بعدة مزايا وسمات تختلف عن التجارة التقليدية، ما يجعلها بحاجة إلى بيئة تنظيمية تشريعية نظرا لما لها من إيجابيات و سلبيات على حد سواء .

*الإيجابيات:

أ - السرعة والفعالية في إنجاز العملية التجارية: تؤمن شبكة الإنترنت السرعة في التعاقد و تبادل الإيجاب والقبول بأسرع زمن ممكن في أي بلد كان كلا المتعاقدين. وفي هذه الحالة (القبول)، فإنه يتم العقد الكترونيا فورا عن طريق شبك الكتروني أو التحويل الالكتروني للأموال عبر حسابات مختلفة و إصدار قوائم الثمن و إتمام عملية التعاقد .

ب- توسيع نطاق الأسواق التجارية المحلية العالمية: ألغيت الحدود أما دخول الأسواق التجارية، حيث منحت الإنترنت الفرصة للمنتجين و رجال الأعمال و المال لعرض منتجاتهم، و للمستهلكين فرصة الحصول على السلع و فتح مجالات اختيار أوسع لهم في صورة خدمات معروضة أمامهم.

ج- وجود الوسيط الالكتروني: و هو جهاز الحاسوب غالباً (و الهاتف حالياً، بالإضافة إلى كل جهاز رقمي له إمكانية الدخول إلى الشبكة) المتصل بالشبكة العالمية و هو اختصار لعبارة يستعمل من أجل تنفيذ إجراء أو الاستجابة لإجراء بقصد إنشاء أو إرسال أو تسليم رسالة معلومات دون تدخل شخصي الموجود لدى كل من طرفي العقد حيث يقوم كل من الأطراف المتعاقدة بالتعبير عن الإدارة لكل من المتعاقدين في نفس الوقت على الرغم من بعد المسافة .

د- توفير خيارات التسوق الأفضل: إن طبيعة نشاط التجارة الالكترونية تمكن الشركات المنتجة من عرض أفضل المنتجات وبذل الجهود لإشباع رغبات المشتريين من خلال عرض خيارات متنوعة للتسوق وفق تفاصيل دقيقة وصادقة تحقق رضا العملاء.

هـ- غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الالكترونية: حيث يستطيع المستخدم إتمام الصفقة التجارية كاملة دون أن يحتاج إلى استخدام مستندات ورقية. لقد خفف التعامل الالكتروني مشكلة تخزين الأوراق المكتوبة التي تظهر في ميدان السندات التقليدية التي صارت توزن وزنا و لا تعد عددا، ما أدى إلى استبدالها بسندات أخرى الكترونية.

وتعد هذه الأخيرة من الإيجابيات لأنه لا حاجة لهذه المستندات اليوم في إثبات عملية البيع في حالة النصب والاحتيال، و ذلك لوجود الصكوك الالكترونية والقدرة على تعقب مصدرها، و لأنه ببساطة أي شيء يدخل عالم الإنترنت يبقى محفوظا فيه حتى لو تم مسحه من قبل المستخدم.

و- قلة التكاليف المتعلقة بإنشاء المتاجر الالكترونية وكذا المراسلات البريدية، الدعاية، الإعلان.

ز- تطوير معايير المنافسة التجارية والأداء التجاري: و يتم ذلك عن طريق توفير خيارات عديدة للمستهلك بعرض المنتج الأجود بسعر أفضل.

تهيئ التجارة الالكترونية للمؤسسات الصغيرة فرصة المنافسة مع الشركات الكبيرة للوصول إلى الأسواق المحلية و العالمية ببساطة لما تتيحه هذه الأساليب من أسس متعادلة و فرص متكافئة للجميع.

ح- دعم وتطوير تقنيات الأعمال المالية و المصرفية: في هذا المجال ظهرت الحاجة إلى الاستعانة بالأساليب التقنية للوفاء السريع مثل بطاقات السحب الالكترونية و البطاقات الذكية و الصكوك الالكترونية وغيرها، وتساعد هذه الوسائل في تطوير التعامل المصرفي التقني، و في هذا دعوة للمؤسسات المالية والمصرفية إلى توحيد و تطوير أساليبها و تقنياتها.

*السلبيات:

أ- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة: حيث تتم التجارة الالكترونية دون وجود مجلس العقد أي دون أن يرى أو يعرف الأطراف المتعاقدة بعضهم البعض، و بالتالي عدم القدرة على رؤية أو فحص البيع و هذا ما تسبب في ابتعاد الكثير من المستهلكين عنها.

ب- التعامل مع شخصيات تعد افتراضية لعدم التحقق من شخصية المتعاقدين كما قد تم تقديم معلومات غير حقيقية (بطاقات الائتمان المسروقة)، وفي هذه الحالة قد تتعرض المعلومات الحقيقية

لأحد الطرفين للإفشاء أو الإساءة أو سوء الاستخدام. هذا ما يمس بالخصوصية و سرية المعلومات لغياب السيطرة على استخدام الشخص لمعلوماته أو معاقبة من يسيء استخدامها .

ج- لا حدود للتجارة الالكترونية، ما يطرح الكثير من التساؤلات القانونية حول القانون الواجب تطبيقه في حالة النزاعات و تحديد الاختصاص القضائي و حماية العلامة التجارية المسجلة و غيرها.

د- الاختراق، من قبل المتطفلين أو المخربين، بالإضافة إلى السرقة أثناء عملية الشراء.

هـ- مخالفة القانون، كالتعاقد على سلع يحظر بيعها في الأسواق المحلية، و خصوصاً ما يتم تسليمه على الشبكة كالأفلام الإباحية ، الأسلحة، المتاجرة بالأعضاء، المخدرات ، والقتلة المأجورين المتوفرين على ما يدعى بالويب Tor. المظلم و الذي يتم الدخول إليه عن طريق موقع مشفر و محمي يدعى

و- التعرض للاحتيال والنصب، دون إمكانية إثبات البيع: و تحدث عندما يتخلص البائع المحتال من الموقع عن طريق مسحه من الشبكة نهائيا بعد استلامه المال، و لعل إعادة استرجاع معلومات الموقع تتطلب جهدا و وقتا

ز- إمكانية التزوير، و بالتالي قابلية تعامل الأطفال مع أشخاص مجهولين منتحلين شخصية الأولياء.

2- معوقات التجارة الالكترونية:

كأي ابتداء جديد يتوغل ما اعتادت عليه المجتمعات، فإن التجارة الالكترونية اليوم تشكل محط تساؤلات عديدة من حيث المعوقات التي أثرت في تطورها. يعزى ذلك إلى التفاوت التقني الهائل بين الدول المتقدمة والنامية في مجال الاتصالات. و تشمل ما يلي:

أ- الأمية و الجهل في معظم أوساط العالم الثالث.

ب- البطء في الشبكة، و الذي يرد لضعف قطاع الإنترنت. و كذا مشاكل النقل البحري و انقطاع سلك الاتصالات كما حدث في الجزائر عام 2015 الذي أكل كابل الإنترنت ما أدى إلى عزلها عن العالم في انتظار الإصلاحات.

ج- ضعف كفاءة قطاع الاتصالات في الدول النامية.

د- غياب البنى التحتية في أغلب الدول التي تتيح الاتصال بشبكة الإنترنت.

هـ- غياب الإطار التشريعي المتعلق بالتجارة الالكترونية.

و- ضعف كفاءة انتشار استخدام الإنترنت في الوطن العربي نظرا للمعتقدات و غيرها.

ز- ضعف الإلمام باللغة الانجليزية، إحدى أهم اللغات المتداولة على شبكة الإنترنت.

ح- عدم وجود تجمعات متخصصة لدراسة أبعاد أسواق التجارة الالكترونية، خاصة عند العرب الذين لوحظت قلة اهتمامهم بهذا المجال بسبب انعدام الثقة.

ط- قلة عدد بطاقات الائتمان المتوفرة لدى الناس، والتي تعد الوسيلة الأكثر استخداما للشراء عبر الإنترنت بسبب الضرائب المفروضة بالعملة الصعبة.

إن هاته العوائق لا تضيف شيئا سوى الفجوة الرقمية بين الدول.

-3 عوامل نجاح التجارة الالكترونية:

تتدخل هنا بعض العوامل المساعدة على التجارة الالكترونية نذكر منها:

أ- إزالة الأمية الجديدة (أمية الإنترنت)، عن طريق الدروس والمؤتمرات والمحاضرات و تقديم الناس إلى كيفية التنقل بين المواقع المختلفة و إبرام العقود من خلالها.

ب- توفير وسائل دفع الكترونية مؤمنة و غير معقدة، بحيث تمنح الثقة في نفس المتعاملين من خلالها كبطاقات الائتمان، بطاقات الحساب، البطاقات المدينة، بطاقات الصراف الآلي والبطاقات الذكية..

ج- وضع تصور شامل مستند إلى دراسات متخصصة حول التجارة الالكترونية.

د- توفير بنية أساسية قانونية متطورة محمية من شبكة الاتصالات قادرة على العمل بكفاءة.

هـ- اهتمام الشركات بتطوير منتجاتهم وخدماتهم بما يمكنهم من عرضها على الشبكة إلى جانب المنتجات العالمية لما ترده من أرباح تجاوزت التجارة التقليدية.

و- رفع القيود غير الضرورية أمام التجارة الالكترونية.

ز- نشر التوعية في المجتمع بين مختلف الشرائح بأهمية التجارة الالكترونية، و توفير عوامل الشفافية لتوسيع الثقة بين المتعاقدين.

رابعا: أشكال التجارة الالكترونية.

يمكن تشبيه التجارة الالكترونية بسوق الكتروني يتقابل فيه الموردون والمستهلكون والوسطاء، و تقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة رقمية أو افتراضية، و تتعدد أنماط التجارة الالكترونية نظرا لاتجاهات و غايات المستفيدين من هذا النشاط. و تنقسم إلى التجارة بين:

1-وحدة أعمال- وحدة أعمال Business to Business :

يعد هذا النمط وهو التعامل بين التجار بعضهم مع بعض من أقدم أنماط التجارة الالكترونية. ويتم بين وحدة أعمال وأخرى، حيث تتم كافة الأشكال و أطر العمل و التبادل بين الشركات بواسطة وسائل الكترونية، كإجراء المفاوضات، و تبادل المعلومات و البيانات و غيرها .

إن أهم ما يميز هذا النوع من التجارة ألا و هو مجموعة من الصور تتمثل في:
*التسويق الالكتروني.

*التبادل الالكتروني للبيانات.

*التجارة الالكترونية داخل المؤسسة.

2-Business to Consumer-وحدة أعمال- مستهلكين :

أكثر الأنماط أهمية من حيث القيمة المالية و الاقتصادية، لأنه يخول للتاجر أن يتعامل بطريقة مباشرة مع المستهلكين عن طريق ما يسمى الآن بمراكز التجارة للتسوق أين يتم الدفع باستعمال بطاقات الائتمان أو الشيكات الالكترونية أو نقدا عند التسليم. ولعل أشهر المواقع الرائدة في هذا المجال: موقع أمازون، إيباي، نيتفليكس، علي بابا، وجوميا الذي بوشر استعماله في الجزائر مؤخرا فقط.

3-وحدة أعمال- إدارة حكومية -Business to Government:

ويقصد به التعامل القائم بين التاجر و الحكومة، شاملا كل ما له علاقة بالمناقصات و المزايدات و التوريدات الحكومية، والخدمات التي تقدم إلى المواطنين عبر الوسائط الالكترونية ، لقد تم الاتفاق على هته الأنماط الثلاث، ويضيف آخرون الأنماط التالية التي لا تعد ذات قيمة مالية معتبرة، وذلك لعدم دخولها حيز التطبيق بصفة رسمية بعد لعدم المصادقة عليها من قبل الجهات المختصة بعد.

4-مستهلك- إدارة حكومية -Consumer to Government:

يكون في المجالات التي تستلزم التعامل بين الحكومات و GTOG و رغم عدم اعتماده بعد، إلا يرمز له ب أنه من المحتمل عاجلا أو آجلا سيتم التعامل به لدفع الضرائب الالكترونية و تسديد مخالفات المرور، و غيرها من التعاملات الحكومية.

5-مستهلك- مستهلك -consumer to consumer:

وفيه يقوم الأفراد بالبيع و الشراء فيما بينهم، وبشكل مباشر عبر شبكة الإنترنت، و مثال ذلك عندما يقوم أحد المستهلكين بوضع إعلان على موقعه الالكتروني، أو موقع آخر من أجل بيع أحد الأغراض (واد كنيس مثلا).

6-إدارة حكومية- إدارة حكومية -Government to Government:

و ذلك في المجالات التي تستلزم التعامل بين الحكومات .

خامسا: مجالات التجارة الالكترونية و مقوماتها.

1-مجالات التجارة الالكترونية.

مما لا شك فيه أن التجارة الالكترونية مثلها مثل التقليدية، لها مجالات نشير إليها فيما يلي:

أ- تجارة التجزئةRetail:

أشهر أنواع التجارة الالكترونية اين يتم التعاقد على المبيعات و دفع قيمتها، من خلال الإنترنت، مع رجاء التسليم مثل: تجارة الكتب و المجالات. و يتطلب هذا النوع من التجارة عنصري الثقة و الوفاء بين المتعاقدين.

ب- البنوك و التمويل Banking and Finance:

وهي كافة الخدمات التي تقدمها البنوك من خلال شبكة الإنترنت، و منها الاستعلام عن الحساب و التحويلات البنكية، و متابعة أسعار البورصات، بيع و شراء الأسهم .

ج- النشر Publishing:

وهي المنشورات التي تتم من خلال الإنترنت في شتى المواقع و خاصة منها مواقع التواصل الاجتماعي وأيضاً الجرائد و المجالات (social-media) .

د- التجارة الدوليةInternational Trade:

و تهتم في تسهيل التجارة ، و تجميع بيانات عن الشركاء الحاليين و المنضمين في المستقبل مع تضمين المشروع سائر البيانات التجارية الأخرى، مثل برنامج نقاط التجارة الدولية الذي تم إنشاؤه عام 1992.

هـ- التعاملات التجارية Business Support:

و يقصد بها تلك المعاملات التجارية في الشبكة، كالتبادل التجاري للمنتجات و المعلومات بين الشركات.

و- التوزيع Distribution:

و هي المبيعات الرقمية المتعلقة بالشبكة والتي يتم تسليمها على الشبكة من برمجيات software و أفلام، وأغاني، ومعلومات. وهي الأكثر مبيعا على الشبكة

ز- خدمات متخصصةPersonal Services:

وهي الاستعلامات المتخصصة عن طريق الشبكة، مثل الاستشارات الطبية، والقانونية، والهندسية، والإدارية.

2- مقومات التجارة الالكترونية.

أ- تصميم الموقع: يُعد موقع الويب جوهر و أساس التجارة الإلكترونية، فقد توسعت هذه الصناعة مع زيادة أجهزة الهواتف المحمولة الذكية ، فتصميم الويب يُعتبر حلاً فريداً و هذا لقدرته على تقديم تجربة تسوق موحدة لجميع المستهلكين بغض النظر عن الأجهزة المستخدمة، بحيث يسمح موقع الويب للعملاء العثور على المنتجات التي يحتاجونها، ويفكرون بشرائها بمجرد ضغطة زر.

ب- خدمة المستهلك: معظم الناس يبحثون عن المنتجات، والخدمات التي يريدونها و يحتاجونها على شبكة الإنترنت قبل البدء بعملية الشراء، وعادة ما يقوم المستخدمون بذلك للمقارنة بين الخيارات المتاحة، فإذا كان المنافس التجاري يمتلك أدوات تصفية وتصنيف للمنتجات، ويعمل على توفير مزايا أفضل، فقد يفضل المشتري استخدام موقعه، لذلك فإن من المهم التعرف أكثر على المستخدم واحتياجاته وذلك من خلال طلب حساب مُستخدم بسيط عن طريق البريد الإلكتروني.

ج- عرض المنتج: ينبغي أن تكون طريقة عرض المنتج بسيطة و مركزة و ليست معقدة، وأن يعمل صاحب

المنتج على تحديث طرق العرض من أجل جذب أعداد كبيرة من المتسوقين.

سادسا: فوائد التجارة الالكترونية و مشاكلها و آفاقها و مستقبلها.

للتجارة الالكترونية فوائد تميزها عن التجارة التقليدية، و لها في نفس الوقت مجموعة من المشاكل المستعصية كأي مجال آخر. إلا أن هته المشاكل لا تشكل عائقا مستحيل التجاوز و إنما صعباً فقط كون العديد من المؤشرات تبشر بالمستقبل المشرق للتجارة الالكترونية، لأنها وجدت من أجل أن تبقى .

1- فوائد التجارة الالكترونية.

نالت التجارة الالكترونية استحسان الكثيرين بعد الإقبال الكبير الذي انصب عليها نظرا للفوائد الجمة التي قدمتها للمستهلكين في كل بقاع الأرض عن طريق ربط الشرق بالغرب، و الشمال بالجنوب.

أ- فوائد التجارة للشركات و المؤسسات:

-إلغاء الحدود و القيود أمام الأسواق التجارية بتوسيع نطاق السوق التجارية، بالإضافة إلى تحرير التجارة في البضائع و الخدمات دون مفاوضات و توافق إرادات دولية معقدة.

-تخفيض تكاليف إنشاء و توزيع و معالجة و استرجاع و حفظ المعلومات الورقية ، وكذا عمليات إنشاء وصيانة مواقع التجارة الالكترونية ناهيك عن تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية.

-خصوصية التجارة.

-إمكانية تصنيع المنتج وفق معايير و مواصفات المستهلك، ما يساهم في الأفضلية التجارية للشركة.

-عرض المنتجات طيلة أيام السنة و على مدار 24 ساعة، مما يساهم في أرباح الشركة.

-سرعة تسديد الأموال و بالتالي زيادة حركة الأموال و أيضا الحصول على الخدمات و المنتجات.

-تنظيم العمل الداخلي للشركة إلى جانب تسيير اتصالاتها بالشركات الأخرى.

ب- فوائد التجارة الالكترونية للمستهلكين.

- تقديم خياران غير منتهية، و هذا راجع لقابلية وصول أي سلعة وفق أهواء المستهلك.

-سهولة إرسال البضاعة خاصة في المنتجات الرقمية، مثل الكتب الالكترونية.

-تبادل المعلومات و الخبرات بين المستهلكين بخصوص جودة و نوعية المنتج عبر المنتديات و غيرها.

-تطوير معايير المنافسة فقد أشرنا سابقا إلى توفير خيارات عديدة أمام العملاء لتسويق السلع

و الخدمات، وهذا يساعد على تقديم الخدمة الأمثل وعرض المنتج الأجود وبالسعر الأفضل .

ج- فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع.

-تقليل الوقت المتاح للتسوق بفضل التسوق عبر الإنترنت من المنزل.

-تسمح للناس الذين يعيشون في العالم الثالث من تملك بضائع و سلع غير متوفرة في بلدهم.

و يستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت، أي تستخدم لأغراض تربوية و ثقافية .

-تسيير و توزيع الخدمات العامة مثل الصحة و التعليم بسعر منخفض و بكفاءة أعلى لاسيما عن

طريق الوقاية و الإرشاد .

2-مشاكل التجارة الالكترونية:

إن الوسيلة المستخدمة في إبرام العقود التجارية الالكترونية هي السبب فيما يوجه إليها من نقد لما تثيره

من مشاكل تكون عائقا أمام استخدام و نمو هذا النوع من التجارة. و نذكر من هته المعضلات:

-التساؤلات المطروحة حول المفهوم القانوني لهذه التجارة؟ و هل تخضع للاتفاقيات العامة للتجارة في

البضائع أو الخدمات؟ و الطبيعة القانونية لها؟ و غيرها الكثير.

-عدم ملائمة التشريعات الحالية لعقود التجارة الالكترونية و تبينها لمتطلبات الكتابة و التوقيع الخطيين والأصل لإتمام المعاملات .

-مخاطر التعرض للنصب و الاحتيال من قبل الشركات، أو السطو على المعلومات الخاصة بالعمل.
-التغير السريع و الدائم للبرمجيات و آليات عمل المواقع ما يستدعي التحديث الذي يتطلب عادة مبالغ كبيرة.

-عدم قدرة الزبائن على تحسس البضاعة أو حتى الاطلاع عليها قبل طلبها. كما أنه لا توجد لعملية الاستبدال أو الإرجاع في حالة عدم الرضا بالبضاعة.
-غياب التسليم الفوري للبضاعة، حيث أن المشتري ملزم بالانتظار لبضعة أيام أو حتى أشهر في حالة الدول النامية التي لا تعتمد هذا النوع من التجارة.
-تبييض الأموال.

-عدم القدرة على التأكد من أهلية الطرفين و صحة الرضا .
-مشكلة الأمان والتبادل الالكتروني المتعلق بالمراسلات الالكترونية و حماية المعلومات الخاصة لكلا الطرفين.

-ارتفاع ثمن الحواسيب و كلفة الإنترنت .
-3آفاق التجارة الالكترونية و مستقبلها.

إن عدد الأشخاص العرب عن تفاؤلهم بفوائد التجارة في تزايد مستمر، وذلك لفتح أبواب المنافسة بين الشركات الكبيرة والصغيرة على حد سواء. ومن أجل ذلك تم استحداث العديد من التقنيات لتذليل العقبات التي يواجهها الزبائن.

إلى أين يأخذنا كل هذا؟ إلى أين نحن ذاهبون؟ بالطبع ستدخل التكنولوجيا في مرحلة النضوج و تقتحم عالم الصناعات الرئيسية كما هو متوقع. و هذا سيكون شرط ألا يكون معدل الإقبال متساويا في أنظمة الميادين الأربعة الرئيسية التابعة للتجارة الالكترونية.

أ- أنظمة البيع بين مؤسسة تجارية و أخرى، وهي خاصة بالموردين والموزعين.

ب- أنظمة الشراء بين مؤسسة تجارية و أخرى ويتعلق بالمؤسسات التي تمارس عمليات الشراء على نطاق واسع.

ج- أنظمة البيع بين المؤسسة التجارية و المستهلك وتختص بحالات البيع بالتجزئة.

د- حلول المجتمع التجاري: نظرا للاهتمام الجدي الذي ناله هذا الميدان، و الذي سمح للأطراف المهمة من مستثمرين، و موردين معتمدين بالتوجه لممارسة التجارة داخل مجتمع شبه مغلق. يلاحظ مما قيل حقيقة مفادها أن ثقافة المعلومات يمكنها أن تؤدي إلى زيادة الإنتاج و تحسين نوعية المنتج و تخفيض كلفته في مجالات عديدة إذا ما أحسن استخدامها.

الخاتمة:

شكلت التجارة الالكترونية أهم المواضيع في العديد من المؤتمرات العالمية، والدولية، و الوطنية ليس بسبب انتشارها السريع فحسب وإنما لمنحها طبيعة قانونية عادلة كونها جزء من العالم الافتراضي الذي لا تحكمه قوانين العالم الواقعي. ولطالما شكل هذا الموضوع جدلا فيما يخص الماهية، جنبا إلى جنب مع الطبيعة القانونية، فتحت التجارة الالكترونية آفاقا مستقبلية نحو عصر جديد من التجارة والاقتصاد عن طريق زعزعة الأساليب التقليدية، و نيلها استحسانا كبيرا لسهولة التعامل عن طريقها.

الهوامش:

- (1) د. فائق الشماع، التجارة الالكترونية، دراسات قانونية، مجلة تصدر عن قسم الدراسات القانونية في بيت الحكمة، السنة الثانية، العدد الرابع، بغداد، 200، ص 38.
- (2) انظر: د. رأفت عبد العزيز غنيم، دور الجامعة العربية في تنمية و تسيير التجارة الالكترونية بين الدول العربية، ملحق أول، الأمانة العامة، منشورات الجامعة العربية، 2002، ص 4،3.
- (3) شونار، التجارة الالكترونية، مجلة البنوك، باريس، العدد 275، 1990، ص 68.
- (4) محمد ابراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط2، 2011، ص 40.
- (5) سلطان عبد الله محمود الجوّاري، عقود التجارة الالكترونية و القانون الواجب التطبيق: - دراسة قانونية مقارنة-، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2010.
- (6) محمد ابراهيم أبو الهيجاء، المرجع السابق، ص 40.
- (7) سلطان عبد الله محمود الجوّاري، المرجع السابق، ص 27.
- (8) سلطان عبد الله محمود الجوّاري، المرجع نفسه، ص 28.
- (9) كامل أبو صقر، المعلومة التجارية و الإدارية و القانونية: الأساليب و الآليات و النظم، دار الهلال، بيروت، ط1، 2001، ج2، ص 186.
- (10) د. أسامة أبو الحسن مجاهد، الوسيط في قانون المعاملات الالكترونية، الكتاب الأول، دار النهضة العربية، 2007.
- (11) الفصل الثاني من الباب الأول: أحكام عامة لقانون المبادلات و التجارة الالكترونية التونسي رقم 83 لسنة 2000.
- (12) المادة 02 من قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا و التجارة الالكترونية و الإعلام رقم 1 لسنة 2000.
- (13) المادة 02 من قانون المعاملات الالكترونية الأردني رقم 58 لسنة 2001.
- (14) المادة 06 من القانون الجزائري رقم 05/18 المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالبريد و الاتصالات الالكترونية.
- (15) محمد إبراهيم أبو الهيجاء، المرجع السابق، ص 40. انظر: عماد الحداد، التجارة الالكترونية، إعداد اللجنة العلمية للتأليف و النشر و التحرير، دار الفاروق، ط1، 2004، ص 3. و انظر: لزهري بن سعيد، عقود التجارة الالكترونية، دار هومة، الجزائر، ط2، 2014، ص 21.
- (16) سلطان عبد الله محمود الجوّاري، المرجع نفسه، ص 36.
- (17) باسيل يوسف، " الجوانب القانونية للعقود التجارية عبر الحواسيب و شبكة الإنترنت و البريد الالكتروني"، مجلة دراسات قانونية، بيت الحكمة، بغداد، العدد 4، السنة 2، 2000، ص 48.

- (18) مصطفى موسى حسن العطيات، التجارة الالكترونية الدولية و آثارها على استخدامات العلامات التجارية، رسالة دكتوراه حقوق، القاهرة، 2007، ص 20.
- (19) www.aleqt.com/2018/08/28/atricle_1441656.html
- (20) بحث منشور مجلة الكمبيوتر و الاتصالات و الالكترونيات، بيروت، 1988، ص 99. نقلا عن د. عباس العبودي، الحجية القانونية لوسائل التقدم العلمي في الإثبات المدني، الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع و دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 140.
- (21) سلطان عبد الله محمود الجوارى، المرجع السابق، ص 31.
- (22) عادة ما تصل الرسالة الالكترونية في ذات الوقت إلى المرسل إليه إلا أنه إذا حدث عطل في الشبكة أو انقطاع لها فقد لا تصل الرسالة أو قد تصل مغلوطة أو غير مقروءة.
- (23) يونس عرب، الدراسة الشاملة حول التجارة الالكترونية، الجزء الأول، مجلة البنوك الأردنية، العدد 8، المجلد 18، 1999، ص 28.
- (24) العيسوي إبراهيم، التجارة الالكترونية، ط 1، القاهرة، مصر، 2003، ص 33.
- (25) سلطان عبد الله محمود الجوارى، المرجع نفسه، ص 35.
- (26) سلطان عبد الله محمود الجوارى، المرجع نفسه، ص 34.
- (27) هبة ثامر محمود عبد الله، عقود التجارة الالكترونية: دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، بغداد، ط 1، 2011، ص 64.
- (28) د. حمدي عبد العظيم، التجارة الالكترونية، أبعادها الاقتصادية و التكنولوجية والمعلوماتية، بحث مقدم إلى مركز البحوث الأكاديمية، 2001، ص 13.
- (29) أصدرت الأونكتاد تقريراً عام 2011، ذكرت فيه الدول النامية ترى في التجارة الالكترونية خطراً يواجه اقتصادياتها، و بالتالي فإنه يجب الابتعاد عنها و تجنبها.
- (30) محمد إبراهيم أبو الهيجاء، المرجع السابق، ص 66.
- (31) محمد إبراهيم أبو الهيجاء، المرجع نفسه.
- (32) زهر بن سعيد، المرجع السابق، ص 26.
- (33) زهر بن سعيد، المرجع السابق، ص 27.
- (34) د. إيهاب السنباطي، الموسوعة القانونية للتجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، سنة 2008، ص 188.
- (35) سلطان عبد الله محمود الجوارى، المرجع السابق، ص 38.
- (36) هبة ثامر محمود عبد الله، المرجع السابق، ص 28.
- (37) عمرو زكي عبد المتعال، التجارة الالكترونية و القانون في مصر، ورقة بحث، دون بلد، دون تاريخ، ص 30.
- (38) محمد إبراهيم أبو الهيجاء، المرجع السابق، ص 58.
- (39) د. هشام صلاح الدين زكي، تأثير التجارة الالكترونية على البنوك، ورقة بحث مكان تقديمها غير معروف، ص 61-62.
- (40) <https://vapulus.com/blog/ar/> ما-هي-مقومات-التجارة-الالكترونية-؟/
- (41) هبة ثامر محمود عبد الله، المرجع نفسه، ص 75.
- (42) هبة ثامر محمود عبد الله، المرجع نفسه، ص 79.
- (43) هبة ثامر محمود عبد الله، المرجع نفسه.
- (44) العلواني فؤاد و الربيعي جمعة موسى، التفاوض و التعاقد عبر الإنترنت، عقود البيع الدولية وفقاً لأحكام قواعد الأنكوترمز لعام 2000، ط 1، بغداد، 2003، ص 67.
- (45) هبة ثامر محمود عبد الله، المرجع نفسه، ص 84.
- (46) هبة ثامر محمود عبد الله، المرجع نفسه، ص 88.
- (47): هبة ثامر محمود عبد الله، المرجع نفسه، ص 92.