

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع:.....

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم.: القانون الخاص

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

## التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي

ميدان الحقوق و العلوم السياسية

التخصص: القانون القضائي

تحت إشراف الأستاذ(ة):

زيغام ابو القاسم

الشعبة: الحقوق

من إعداد الطالب(ة):

نريمان بلهوارى

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ(ة).....حساين محمد.....رئيسا

الأستاذ(ة)..... زيغام ابو القاسم..... مشرفا مقرا

الأستاذ(ة)..... بن بدرة عفيف.....مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020

يوم المناقشة : 2021/07/07

# الدعاء

يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت

و لا أصاب باليأس إذا فشلت

بلذكرني دائما بأن الفشل

هو التجارب التي تسبق النجاح

يا رب علمني أن التسامح هو أكبر مراتب القوة

و أن حب الإنتقام هو أول مظاهر العنف

يا رب إذا جردتني من المال أترك لي الأمل

و إذا جردتني من النجاح أترك لي العناد

حتى أتغلب على الفشل

و إذا جردتني من نعمة الصحة اترك لي نعمة الإيمان

يا رب إذا أسئت إلى الناس اعطيني شجاعة العفو

يا رب إذا نسيت فلا تنسيني في نفسي

# الإهداء

أولاً لك الحمد ربي على كثير فضلك وجميل عطائك و جودك، الحمد لله ربي و مهما حمدنا  
فلن نستوفي حمدك و الصلاة و السلام على من لا نبي بعده.

✓ إلى من ساندتني بصلاتها و دعائها إلى من الجنة تحت أقدامها إلى نبع  
الحب و الرقة و الحنان، إلى التي بحنانها إرتويت و بدفئها إحتमित، و  
بنورها إهتديت و ببصرها إقتديت و لحقها ما وقيت، إلى من سهرت  
الليالي تنير دربي، إلى من شاركتني أفراحي و آساتي، إلى أجمل إبتسامة  
في حياتي إلى أروع امرأة في الوجود حماها الله و حفظها من كل شر و  
أطال في عمرها لتري المزيد من نجاحاتي و مهما قدمت لها لن أوفيها  
حقها إلى أمي الغالية.

✓ إلى درعي الذي به إحتमित، و في الحياة به إقتديت، و الذي شق لي بحر  
العلم و التعلم إلى من إحترفت شموعه ليضيء لي درب النجاح، ركيزة  
عمري، و صدر أمني و كبريائي و كرامتي، إلى من علمني أن الدنيا  
كفاح و سلاحها العلم إلى الذي لم يبخل علي بأي شيء، إلى من سعى  
لأجل راحتني و نجاحي إلى أعظم و أعز رجل في الكون أبي العزيز  
حفظه الله و أطال في عمره و أمده بالصحة و العافية.

✓ إلى الذين ظهرت بهم هدية من الأقدار، إلى من يذكرهم القلب قبل أن  
يكتب القلم إلى من قاسموني حلو الحياة و مرها، تحت السقف الواحد  
إخوتي : أمال- آية- آسيا- يحيى.

✓ إلى من تحييني بسمتها و تميتني دمعتها، إلى مسك البيت جدتي "خيرة"  
أطال الله في عمرها.

✓ إلى من فارقتنا و لا تزال قلوبنا تذكرها، إلى من جعلت بصمة حزن في  
البيت، إلى من هي الآن تحت التراب جدتي الغالية " عودة " رحمها الله و  
جعل قبرها روضة من رياض الجنة.

✓ إلى كل من يحمل لقب " بلهواري " و على رأسهم المقربين أعمامي و  
عماتي، إلى شموع البيت و أنوارها أبناء و بنات أعمامي و عماتي كلهم  
وأخص بذكر " إيمان " و " خديجة ".

✓ إلى كل من يحمل لقب " زرارقي " الأقرب إلى القلب و الروح حفظهما  
الله و على رأسهم كل من أخوالي و خالاتي و كل من أولادهم و أخص  
بالذكر ابنة خالتي " حنان " .

✓ إلى أحسن من عرفني بهم القدر أصدقائي القدامى و أصدقاء الدراسة:  
كريمة، دنيا زاد، حفصة، بتول، بولحلة دنيا زاد، حسنة، عائشة.

✓ إلى كل من لم يدركهم قلبي، أقول لهم بعدتم و لم تبتعدوا عن القلب، و  
أنتم في الفؤاد حضورا.

✓ و أخيرا أهدي هذا العمل المتواضع الى كل من شاركني حلمي و شجعني  
و كان لي سندا و عوننا إلى كل من ترك بصمة جميلة في حياتي.

✓ إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي.

## بسم الله الرحمان الرحيم

"نور على نور يهدي الله لنوره من يشاء و يضرب الله الأمثال و  
الله بكل شيء عليم"

### كلمة شكر

بعد رحلة بحث و جهد و اجتهاد تكالت بإنجاز هذا البحث  
العلمي، نحمد الله عز وجل على النعمة التي منى بها علي فهو  
العلي القدير.

كما أتقدم بجزيل الشكر و خالص الامتتان و جميل العرفان إلى  
الأستاذ و الدكتور " زيغام أبو القاسم " على كل ما قدمه  
من توجيهات ساهمت في إثراء موضوع دراستي.

و تشكراتي إلى الأستاذ "بن بدرة عفيف " الذي لم يبخلني  
بنصائحه و تشجيعاته وجهده و توضيحاته جزاه الله عني كل  
الخير و كل أعضاء اللجنة المناقشة، دون نسيان الأساتذة الذين  
رفقونا طيلة مشوارنا الدراسي.

## قائمة المختصرات:

ص: صفحة.

ص ص: عدد الصفحات.

ط: طبعة.

.Page:P

.Numéro :N

**B2B**: التجارة الإلكترونية بين المنظمات.

**B2C**:التجارة الإلكترونية بين المنظمات و المستهلك.

**B2G**:التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و مستهلك.

**C2C**:التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى المستهلك.

**C2B**:التعاملات فيما بين المستهلكين و الشركات.

**G2G**: التعاملات فيما بين أجهزة الحكومية مع بعضها البعض.

**G2C**: التعاملات فيما بين أجهزة الحكومية و المستهلكين.

**FTP**:برتوكول نقل الملفات.

**ATM**: سحب النقود من الحساب.

**POS**: الإستخدام عند نقطة البيع.

**ADA**: كاردانو.

**FTAS**: إتفاقيات التجارة الحرة في العصر الجديد.

**ASEAN**: الإتفاق الإطاري لرابطة دول جنوب شرق آسيا.

**Cci**: غرفة التجارة الدولية.

**OMC**: منظمة التجارة العالمية.

مقدمة

## المقدمة

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات و التحولات التي أبرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارعت وثيرة نمو الإبتكارات و التقنيات التكنولوجية في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، أدى إلى بروز العديد من التطبيقات و الأنشطة الحديثة حيث تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها.

إن إمتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج و أنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي تعد من أكثر القطاعات إستجابة للتقدم و الإبتكار التكنولوجي و من أكثر إستخدام للتقنيات الحديثة و المتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيا محرر تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير و في سلوك المنتجين و المستهلكين على حد سواء، و بالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية و نجم عنها ظهور نوع حديث من المبادلات التجارية قوامها التدفق السريع للمعلومات و الإستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة و إلغاء النهائي لحدود و القيود المادية و الجغرافية، و هو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية أصبحت التجارة الإلكترونية هي السائدة في علم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم قرية صغيرة و سوقا واحدا تتعامل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على إختلاف أحجامها للإقتحام الأسواق العالمية و ترويج البضائع و السلع بكل سهولة و كذلك الحال بالنسبة للزبائن، حيث أصبح بإمكانهم إقتناء إحتياجاتهم دون الحاجة إلى مغادرة أماكنهم.

و إن المميزات العديدة التي يوفرها النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر الوسيط الإلكتروني يساهم في زيادة إدراك العديد من الدول للأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية تفرد وجودها على جميع الدول، و لكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، فقد إستجابة العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات حسب أوضاعها و خصوصياتها، حيث برغم أن التجارة الإلكترونية بلغة حدود عالية في إنتشارها لدى الدول الغربية و بعض الدول العربية. و لم يكن ذلك ليحصل لولا التطورات المتسارعة التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات و أجهزة الإتصالات السلكية و اللاسلكية، الأمر الذي ساهم بشكل فاعل في التحول الإقتصاد من إقتصاد حقيقي يعني بحركة السلع و الخدمات إلى إقتصاد رمزي يقوم على المعرفة و يعني بحركة رؤوس الأموال بما في ذلك تقلبات أسعار الفائدة و تدفقات الإئتمان.

### أولا- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع التي طرقة إليه فهي تعالج ظاهرة التجارة الإلكترونية، و التي تعد إحدى سمات الإقتصاد القائم على المعرفة و من أبرز ما حققته الثورة التقنية و المعلوماتية في الإقتصاد المعاصر.

وقد أسال هذا الموضوع حبرا لكثير من المفكرين و رجال الأعمال، و لا تزال العديد من الدراسات و النقاشات متواصلة بشأنه خاصة على مستوى الهيئات و المنظمات الإقليمية و العالمية، و هذا نظرا لما له من أهمية قيمة كونه من المداخل المهمة دات العلاقات بالانتمية الاقتصادية، فالتجارة الإلكترونية تلعب دورا فعالا في زيادة النمو الاقتصادي للدول و تعزيز تجارتها الخارجية و النهوض بالعديد من القطاعات المحلية، و تأهيل المؤسسات للخوض في اعالم العولمة و ضمان بقائها و مقدرتها على المنافسة، كما فتحة الأبواب أمام الأفراد للاندماج ضمن الاقتصاد الجديد و إختيار عملية التسويق على الخط.

### ثانيا-أهداف الدراسات:

إن البحث أو الخوض في أي موضوع يهدف إلى تحقيق أغراض عديدة كالكشف عن حقوق أو توضيح غموض أو إقرار حقائق، و نحو إذ نقوم بهذه الدراسة فمن أجل تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- 1-التعرف على تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، و تبين آثارها على المجال التجاري.
- 2-التعرف على ظاهرة حديثة إنتشرة بسرعة في العالم بأسره و هي التجارة الإلكترونية.
- 3-إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في العالم عامة و العالم العربي خاصة، وإستعراض بعض المجهودات الخاصة بتأهيل المجتمعات لتصبح قادرة على التعامل مع التجارة الإلكترونية، و هذا بغية إستخلاص العبرة من التجارة الناجحة.

### ثالثا-أسباب إختيار الموضوع:

- تتبع الحاجة لدراسة التجارة الإلكترونية في العالم من عدة أسباب أهمها:
- ميول و رغبة الباحثة لدراسة هذا الموضوع.
  - زيادة توجه المستهلكين و المؤسسات الدولية و الوطنية للإستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، مما دفع بالباحثة إلى محاولة معرفة مدى إدراك العالم للإستخدامات التجارية لهذه التكنولوجيا، و مدى تطبيقهم و تعاملهم من التجارة الإلكترونية.
  - إستمرار إعتداد التجارة في الدول العربية على الأساليب التقليدية بدلا من الإلكترونية رغم أن التعامل بالتجارة الإلكترونية قطع شوطا كبيرا في العديد من دول العالم.
  - حداثة الموضوع و إحتلاله الصدارة على المستوى الدولي، سواء كان في التقارير أو الملتقيات الدولية.
  - قلة الأبحاث و الدراسات، و نقص الإهتمام بالتجارة الإلكترونية في الدول العربية مما إفترض عناية الباحثة بها بغية توفير دراسة تساهم في تكوين تصور واضح عن واقع هذه التجارة، و تساهم كذلك في تقديم نتائج البحثية و الحلول العلمية الكفيلة بمساعدة الدول العربية على تجسيد مشروع التجارة الإلكترونية.

### رابعاً-إشكالية الدراسة:

لقد أدركت جميع الدول و المجتمعات أهمية المعلومات كمورد إستراتيجي و حيوي في آن واحد لا يقل أهميته عن الموارد الأخرى، حيث أصبح مجتمع المعلومات بديلا عن المجتمع الصناعي.

فالعالم اليوم يواجه تدفقا هائلا و ثورة معلوماتية شاملة ساهمت في نمو و تطور العلاقات و التبادلات التجارية، و هو ما تمخض عنه ميلاد نمط حديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني إصطح على تسميتها: "التجارة الإلكترونية"، و التي تحولت إلى واقع ملموس ليس في البلدان المتقدمة فقط و لكن أيضا في جميع بقاع العالم، و تمكنت هذه التجارة في وقت قصير من أن تلقى رواجاً و إستحساناً كبيراً في معظم الدول.

و في ظل هذه التغيرات العالمية المتعددة، و تأثر العالم كله بالتجارة الإلكترونية، يطفو إلى السطح التساؤل الرئيسي التالي:

-كيف يمكن للتجارة الإلكترونية أن تساهم في تطوير التجارة العالمية؟

### الإشكاليات الفرعية:

- 1- ماهي التجارة الإلكترونية؟
- 2- ماهي أهمية التجارة الإلكترونية في التجارة الخارجية؟
- 3- ماهو واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في دول العالم؟
- 4- ماهي متطلبات نجاح التجارة الإلكترونية في دول العالم؟

### خامساً-فرضيات الدراسة:

- للإلمام بالموضوع و الإجابة عن الإشكالية الرئيسية قمنا بالإستعانة بمجموعة من الفرضيات:
- 1-تتمتع الدول المشاركة في التجارة الإلكترونية بمقومات تسمح لها بقيام التجارة الإلكترونية.
  - 2-بعد إستخدام التكنولوجيا في التجارة مؤشرا للحكم في تحرير التجارة الخارجية للدول.

### سادساً-منهج الدراسة:

مما لا شك فيه أن بناء أي بحث يحتاج إلى منهج يكون الوسيلة التي تحدد للباحث مجالات البحث، و منه تسهل له عملية الإجابة عن التساؤلات التي ينطلق منها في بحثه، و المناهج العملية على إختلاف أنواعها تشكل اللباس المناسب الحقيقي الذي يغطي عناصر البحث.

-و للإلمام بجوانب الموضوع إعتدنا على المنهج الوصفي التحليلي، فيكون و صفيا عند التعرض إلى المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، و عند تشريح و تقييم وضع و مكانة التجارة الإلكترونية في العالم و الدول العربية و التي من بينها الجزائر، و تحليلها لنتائج الدراسات و الأبحاث التي تعرضت لهذا الموضوع و تتجسد الإستعانة بالمنهج الإحصائي من خلال توظيف بعض مقاييس و مؤشرات التجارة الإلكترونية و تقنية المعلومات و الإتصالات، و ترجمة الإحصائيات المتعلقة بالبحث.

و نظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الإعتماد على مجموعة من ادوات الدراسة تجسدت في البحث المكتبي القائم على الإستعانة بالمرجع المتنوعة كالكتب و المجالات الإقتصادية و البحوث الأكاديمية، و التقارير المستسقة من المنظمات و المراكز ذات العلاقة بالموضوع و من أجل إعطاء هذا الموضوع صبغة منفردة تتماشى من المستجدات الراهنة، تم اللجوء إلى مواقع الأنترنت للحصول على المعلومات و المعطيات الرقمية ذات الصلة بالموضوع. و سنتناول في موضوعنا هذا مقسما وفقا للخطة التالية:

## مقدمة

**الفصل الأول: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية.**

**المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.**

**المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.**

**الفرع الأول: التعريف اللغوي و الإصطلاحي.**

**الفرع الثاني: عناصر التجارة الإلكترونية.**

**المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية.**

**الفرع الأول: مزايا التعامل التجاري الإلكتروني.**

**الفرع الثاني: معوقات إنتشار التجارة الإلكترونية.**

**المبحث الثاني: مفهوم السوق الإلكترونية عبر الأنترنت.**

**المطلب الأول: تعريف السوق.**

**الفرع الأول: الأنترنت ركيزة التجارة الإلكترونية.**

**الفرع الثاني: نظام التداول الإلكتروني.**

**المطلب الثاني: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر.**

**الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.**

**الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني.**

**خلاصة الفصل الأول.**

**الفصل الثاني: النظام التجاري الإلكتروني العالمي.**

**المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية.**

**المطلب الأول: ماهية التجارة الخارجية.**

**الفرع الأول: الإتفاقيات الصادرة عن المنظمة العلمية الفكرية wipo بشأن التجارة الإلكترونية**

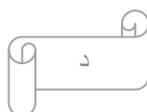
**و التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية.**

**الفرع الثاني: القوانين النموذجية الصادرة عن المنظمة التجارية العالمية wto بشأن التجارة**

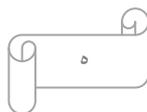
**الإلكترونية.**

**المطلب الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية.**

**الفرع الأول: عموميات حول تحرير التجارة الخارجية.**



الفرع الثاني: خطوات العملية لتحرير التجارة الخارجية.  
المبحث الثاني: تنظيم الدولي للتجارة الإلكترونية.  
المطلب الأول: تنظيم القانوني الدولي للتجارة الإلكترونية.  
الفرع الأول: على المستوى الغربي.  
الفرع الثاني: على المستوى العربي.  
المطلب الثاني: الإتجاهات الدولية للتجارة.  
الفرع الأول: الإتجاهات العالمية لتنظيم التجارة الإلكترونية.  
الفرع الثاني: الإتجاهات العربية لتنظيم التجارة الإلكترونية.  
خلاصة الفصل الثاني.  
الخاتمة.



# الفصل الأول

## الفصل الأول : الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية

لقد ساهم التوسيع في استخدام تكنولوجيات المعلومات و الإتصالات و إتساع الأنترنت من قبل الأفراد والمؤسسات. وذلك لعدد المزايا التي تختص بها هذه الشبكة من تخفيض النفقات و سرعة الإتصال و استخدام أساليب جيدة من أجل قيام بالمعاملات التجارية و التي أصبحت تتم في بيئة إلكترونية عبر الأنترنت و ظهر بذلك ما يسمى بالتجارة الإلكترونية.

إن إستعمال الأسلوب الرقمي في عقد الصفقات و إنجاز الأعمال و الذي أصبح يتم بإستخدام الأجهزة و التقنيات الحديثة في الإتصال. و قد ساعد المنظمات في إيجاد طرق حديثة من أجل تمييز منتجاتها و خدماتها مما سوف ينعكس إيجاباً على جودة أداءها و مركزها التنافسي. و إزاء ما تقدم سوف نحاول إعطاء صورة شاملة عن التجارة الإلكترونية و ذلك بالتعرض إلى أهم المفاهيم المتعلقة بها حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين و هما كالتالي:

### المبحث الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: مفهوم السوق الإلكترونية عبر الأنترنت.

## المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

في الحقيقة إنه ليس هناك تعريف محدد للتجارة الإلكترونية حتى الآن... لذلك لسبب تعدد الجهات و المحافل التي أوردت هذه التعريفات . فالأمم المتحدة في مشروعها بشأن التجارة الإلكترونية أوردت تعريفا لهذه التجارة. كذلك فقد وردت تعريفا لها في بعض الوثائق الأوروبية و منها بعض التقارير الفرنسية. أما التشريعات العربية سواء صدر منها كقانون التجارة الإلكترونية التونسي وما لم يصدر كالمشروع المصري. في شأن التجارة الإلكترونية قد أشارت هذه التعريفات إشارة موجزة و تضمنت تعريفات بالفعل.

سنتناول في هذا المبحث تعريف التجارة الإلكترونية و الفرق بينها و بين التجارة التقليدية و العناصر و الخصائص و الأنواع في المطلب الأول و الأهمية و المعوقات في المطلب الثاني.<sup>1</sup>

## المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

نتطرق في هذا المطلب إلى قضية تعريف التجارة الإلكترونية سواء من الناحية اللغوية أو من الناحية الإصطلاحية، بالإضافة إلى الإسهامات الفقهية أو تبيان الفرق بين التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية.

## الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.

للتجارة الإلكترونية عدة تعاريف لذلك سنقوم بتعريفها لغتا و اصطلاحات و فقها:

### أ- التعريف اللغوي:

التجارة مصدر دال على المهنة. و فعله: تجر بمعنى باع و شرى و تاجر الذي يبيع و يشتريو التجارة: حرفة التاجر. و الجمع تجائر . و تطلق على البضاعة و ما يتجر فيه من الأمتعة و تقليب المال لغرض الربح.

و تطلق أيضا على تعاطي البيع و الشراء للربح. يقال: جعل الرجل هذا الأمر تجارة له أي بابا لكسب. و أيضا من معاني التجارة لغة: "المعاوضة" و منه الأجر الذي يعطيه الباري عوضا عن الأعمال الصالحة التي هي بعض من فضله. فكل معاوضة تجارة على أي وجه كان العوض.

### ب- التعريف الإصطلاحي:

أما التجارة إصطلاحا: فلم يبتعد الفقهاء على المعنى اللغوي في تعريف التجارة، و يظهر ذلك فيما يأتي:

فعند الحنفية هي: "كسب المال ببديل هو المال" أو هي: "إسم على عقود المعاوضات المقصود بها طلب الأرباح".

<sup>1</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية. دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2004. ص32

و عند المالكية هي: "التصرف بالبيع و الشراء لتحصيل ربح"، و الشافعية هي: "تقليب المال بالمعاوضة لغرض الربح" و عند الحنابلة هي: "التصرف في البيع و الشراء للربح".<sup>1</sup>

### ج- تعريف القانوني:

يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها عملية لتبادل السلع و الخدمات عن طريق و سيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني.

و المقصود بالوسيلة أو الوسيط الإلكتروني هنا شبكة المعلومات الدولية على الرغم من أنها يمكن أن تتسع في هذا التعريف لتشتمل إلى جانب ذلك الشبكات الخاصة المغلقة والتي تستخدم من قبل أشخاص داخل أماكن معينة كذلك المستخدمة داخل شركات الطيران و يطلق على هذا النوع من الشبكات إسما لإنترنت" و تشمل كذلك الشبكات التي تصل بين مشتري معين و مجموعة من الموردين لشراء ما يحتاجه من منتجات و لعل من أشهرها ما يربط بين شركات صناعة السيارات و موردي المكونات اللازمة لإنتاجها كما أنها مزيج من التكنولوجيات و الخدمات للإسراع و أداء التبادل التجاري و إيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل الشركة و بين الشركة و الشركات، الأخرى و الشركة و العملاء.

و تعرف منظمة التجارة الدولية للتجارة الإلكترونية بأنها "إنتاج و تسويق و بيع و توزيع منتجات من خلال شبكات الإتصالات".<sup>2</sup>

و هناك من يعرفها أيضا على أنها تتضمن وجود سوق عالمي إلكتروني يتمكن من خلالها جميع العاملين في الحلقات الإنتاجية بالتعامل الآني الفوري مع بعضهم البعض لمصلحتهم المشتركة و المتبادلة و بهذا المعنى فإن التجارة الإلكترونية تخلق بيئة تمكن الزبائن من التحكم بشكل أكثر فعالية في عملية الشراء و كذلك في الحصول على معلومات خاصة و حسب الطلب. فالتجارة الإلكترونية تشكل أرضية للإدارة المتكاملة للعلاقات و ليس لمجرد القيام بحركة واحدة من التعامل التجاري.<sup>3</sup>

و تعتبر التجارة الإلكترونية هي مرادفا للأعمال الإلكترونية بمعنى أنها تتضمن إنجاز الأعمال عبر الشبكات و بإستخدام أنظمة الكمبيوتر، و هذه الأعمال قد تكون أعمالا داخلية تختص بالشركة نفسها كإدارة الإنتاج أو الأفراد و ما إلى ذلك و قد تكون أيضا أعمالا خارجية متعلقة بأعمال الشركة مع غيرها من الشركات، أو فيما بين الشركة و المستهلكين متضمنة كل ما يتعلق بالإعلان و التسويق و التفاوض.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية و أحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر و التوزيع. ص.ص.30، 31، 32.

<sup>2</sup> محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، زهران للنشر و التوزيع 2013 عمان، ص.46.

<sup>3</sup> الدكتور نصار محمد الحلالمة، التجارة الإلكترونية في قانون، الثقافة للتصميم و الإخراج 2012 عمان الأردن. ص.ص.56، 57.

<sup>4</sup> محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، زهران للنشر و التوزيع 2013 عمان، ص.49.

و يتوسع مفهوم التجارة الإلكترونية ليشمل عددا كبيرا من المعاملات التجارية منها التسويق و الترويج و البيع و الشراء و خدمات ما قبل البيع، و هذه المعاملات تتم من خلال موقع الشركة أو المؤسسة على شبكة الإنترنت و الذي يتضمن جميع البيانات و المعلومات المطلوبة بالتفاصيل الدقيقة مثل إسم الشركة و عنوانها و كيفية الإتصال بها و المعلومات عن المنتج الذي نقدمه و سعره و كيفية إستخدامه... و يتم الإتفاق على إتمام الصفقة بين البائع والمشتري عن طريق البريد الإلكتروني.

## 2- التعريف الفقهي:

تقدم أن التجارة الإلكترونية عقد يتم إبرامه بين طرفين، و أي عقد من العقود التي يتم إبرامه من قبل طرفيها لا بد له من تكييف، و لإيجاد التكييف الفقهي المناسب لا بد من تطرق لتعريف التجارة الإلكترونية، نتمكن من خلال التعريف تحديد عقدها، أهو من العقود المسماة - التي أقر التشريع لها أسماء و أحكام خاصة-؟ أم غير المسماة-و هي التي تسمى بإسم خاص يميزها، ولم يرتب لها التشريع أحكام خاصة بها. و من أهمية مكان محاولة تكييف التجارة الإلكترونية في إطار العقود المسماة والتي يمكن مرونتها أن تتسع لتشمل جل العقود الإلكترونية رغم حداثتها لأن ذلك يضعنا في ساحة الأمان لوجود الحل المناسب دائما من خلال القواعد التشريعية العامة فيالعقد.

يتوجب علينا تفسير الإرادة المشتركة للمتعاقدين، لكون الإرادة يمكن أن يفهم منها تكييف العقد الذي تم إبرامه، و يكون للإرادة الدور الأساسي في تحديد مضمون العقد و طبيعته فإذا إنصرفت إرادة كل من طرفي العقد لنقل ملكية سلعة ما قبل مردود مادي فإن إرادة الأطراف إتجهت إلى قيام عملية البيع-و في الآونة الاخيرة قد شاع إستخدام مصطلح "البيع الإلكتروني"، و المقصود هو أن العقد الذي يطبق على التجارة الإلكترونية هو عقد البيع أما إذا إتجهت الإرادة لنقل ملكية منفعة معينة لمدة معينة يتم الإتفاق عليها بين الطرفين،و بالمقابل مالي يتم دفعه للمالك، فإنه يمكن تكييف ذلك العقد بأنه عقد إيجاري و هكذا يمكن تحديد التكييف الفقهي للتجارة الإلكترونية و فقا لما تتجه إليه إرادة المتعاقدين، فيكون بيعا أو إيجارا حسب إرادة الأطراف، و يتم تطبيق قواعد و أحكام العقد المسمى الذي تم ملائمته، مع العقد الذي تم إبرامه.<sup>1</sup>

و هناك من الأساتذة من حاول تقسيم التعريف إلى تعريف ضيق و تعريف موسع: يرتكز أصحاب التعريف الضيق للتجارة الإلكترونية بالدرجة الأولى على الوسيلة المستخدمة في قيام هذا النوع من التجارة التي مثلت تحول جذريا في مفهوم التجارة عموما، و التجارة دوليا خصوصا و بالدرجة الثانية يحاصرونها على نوع محدد من أنواع النشاطات دون سواها أو في جانب من الجوانب العملية فقط.

<sup>1</sup> علي محمد أحمد أبو العز، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 51، 52.

و منهم من يركز على أطرافها و يهمل الجهود العملية ذاتها غير أن إهتمامنا بالتجارة الإلكترونية التي تتم عبر الأنترنت يجعلنا نختار أهم التعاريف التي ركزت على هذه الوسيلة و أهمها التعريف الذي يرى بأن التجارة الإلكترونية هي «جميع المعاملات التي تتم عبر الأنترنت سواء تمتعت بالصفة التجارية اما لا» أو هي "العمليات المتعلقة باستخدام شبكة الأنترنت في إجراء المعاملات التجارية على إختلاف أنواعها و كذلك تبادل المعلومات بشأنها باستخدام ما تتيحه الشبكة من إمكانيات و نجد البعض في تعريفه للتجارة الإلكترونية ينطلق من خصائصها التقنية للأنترنت ذاتها.

و يعرفها بصفة عامة بأنها مجموعة تصرفات لا مادية تجري عن بعد بطرق إلكترونية و يمكننا القول عموما و تبعا لهذا الإتجاه المضيق في تعريف التجارة الإلكترونية بأنها و ببساطة تتمثل في القيام بالنشاطات التجارية التقليدية عبر شبكة الأنترنت دون وسائل الإتصال الأخرى أي كانت صفة القائمين بها<sup>1</sup>.

أما التعريف الموسع و هو إتجاه لا يعير أي إهتمام في التعريف للتجارة الإلكترونية لطبيعة النشاط بحيث لم يحصره في عمليات التجارة فقط و إنما كل الأنشطة التي تقبل الإتمام عبر و سائل الإتصال الإلكترونية و للوسيلة التي تتم من خلالها مثل هذه النشاطات رغبة في الإستفادة من كل التطورات التكنولوجية الحاصلة في تطوير مناحي و مجالات الحياة المختلفة. و يعتبر الإتجاه الفقهي الفرنسي في عمومه هو الذي يحاول دوما تبيان أن فرنسا عرفت التجارة الإلكترونية مع جهاز المنتال قبل ان تعرفها دول أخرى مع شبكة الأنترنت و لا نتطرق كثيرا في التعاريف الموسعة على إعتبار ما يهمننا في موضوع دراستنا هي التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت لكن ما يمكننا الإشارة إليه هو أن كل محاولات الفقهية لا تدعو أن تكون مجرد.

نوع من التوصيف لمصطلح التجارة بحيث هي مجرد نشاطات تجارية تقليدية معروفة تتم بالطرق الإلكترونية التي وفرتها الأنترنت و بناءا عليه يمكننا القول بأن التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت هي القيام بالعمليات التجارية التقليدية عبر شبكة الأنترنت و ذلك عبر تبادل المعطيات الرقمية المعالجة إلكترونيا.<sup>2</sup>

### 3- الفرق بين التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية :

إن طرق الإتصال في التجارة الإلكترونية تختلف على نظيرتها التقليدية ففي الأول وسيلة الإتصال الوحيدة هي الأنترنت التي تتم بالمرونة و بسرعة التحويلات و معالجة الطلبات في حين التجارة التقليدية فتتعدد طرق الإتصال فيها و إختلافها يؤدي إلى صعوبة تنسيق و ترتيب العمليات و هو ما يؤدي عادة إلى إطالة زمن معالجة الطلبات.

<sup>1</sup> عبد الفتاح مراد: " الحكومة الإلكترونية" دون دار النشر و لا سنة النشر ص146

<sup>2</sup> عواطف يونس إسماعيل أمين، انعكاسات التجارة الإلكترونية على الأداء التسويقي للمنظمات الخدمية، رسالة دكتوراه، جامعة الموصل 2014، ص53.

الأعمال الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في مجال الأعمال أي إدخال الأساليب الإلكترونية في الإدارة و في تخطيط الموارد المشروعة و في الإدارة المخزونة و في غيرها من الأنشطة التي تقوم بها الشركات و هو مفهوم إشمال من التجارة الإلكترونية و يدخل في هذا المضمون المصنع الإلكتروني، البنك الإلكتروني، شركة التأمين الإلكترونية، و الحكومة الإلكترونية و حين أن التجارة الإلكترونية يقتصر مجالها على البيع و الشراء للسلع و الخدمات أو تبادل المنتجات و المعلومات بآليات تقنية و ضمن بيئة تقنية<sup>1</sup>. أما التسويق الإلكتروني هو إدارة التفاعل بين المنظمة و المستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة و البيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني تعتمد بصورة أساسية على تكنولوجيات الأنترنت<sup>2</sup>.

أما الحكومة الإلكترونية فتسعى لتقديم الخدمات للأفراد و المؤسسات و الإدارات الحكومية و القطاع الخاص عبر شبكة الأنترنت و الأجهزة الحاسبة، أي بدل من الأسلوب الورقي البيروقراطي. إذ أصبح بإمكان المواطنين الحصول على خدمات و معلومات في منازلهم من خلال التحوار الإلكتروني عبر أجهزة الحاسوب الموصولة بالأنترنت بدل من التنقل إلى الأجهزة الإدارية للحصول عليها<sup>3</sup>.

و من خلال هذه الأنواع يتضح لنا بأن التجارة التقليدية تعني أن يتجه المشتري إلى المتجر لشراء إحتياجاته و متطلباته بينما التجارة الإلكترونية هي سوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون و المشترون و تعرض المنتجات من السلع و الخدمات في صيغة رقمية و تسمى هذه العملية بالتبادل الإلكتروني و التي تختلف كثيرا عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها.

### الفرع الثاني: عناصر التجارة الإلكترونية

يسمح الأنترنت بإيصال المنتجات أو خدمات للعملاء حول العالم على مدار الساعة و تجعل المنشآت قادرة على منافسة منشأة أكبر حجما حيث تتساوى تقريبا قوانين المنافسة لحد ما على الأنترنت و من اهم عناصر النجاح لبناء أساس متين لموقع المنشأة التجاري الإلكتروني مايلي:

1- إختيار الإسم لنسجي «الشبكي» - أو ما يطلق عليه عنوان الأنترنت "المناسب و الذي من خلاله حققت المنشأة هويتها. و إذا كان الإسم مناسب و رنانا يمكن تذكره بسهولة و إلا يكون كالإبرة في القش بين ملايين عناوين الأنترنت.

2-تصميم موقع جذاب لا يقل أهمية عن واجهة المحل التجاري أو المعرض، و عملية إنشاء موقع على الأنترنت أصبح أسهل من أي وقت مضى بتطور أدوات التصميم المرئية، و لكن

<sup>1</sup> حفيق فوزية، صليحة حقيقي، مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية في الدول العربية الملتقى الدولي الرابع حول عصرة نظم الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية إعتد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، أفريل 2011. ص.ص 26، 27.

<sup>2</sup> يوسف أحمد أبو كارة، التسويق الإلكتروني، ط2، دار وائل، عمان 2007، ص 135.

<sup>3</sup> علاء عبد الرزاق السالمي، الإدارة الإلكترونية E. Management، دار وائل للنشر عمان 2008، ص 87.

تبقى هناك نقاط تصميم و توجيهات فنية يجب أخذها بنظر الإعتبار عند تصميم الموقع ليكون الموقع سهلا و مشوقا للعملاء للإبحار فيه، و هذا يعني بالطبع مبيعات و ربحية أكثر.

3- إيجاد موفر خدمة الإنترنت المناسبة لحوتاء موقع المنشأة، أو خادم شبكي خاص بالمنشأة أو خادم شبكي مشترك مع منشآت أخرى و أهمية موفر الخدمة المناسبة لموقع المنشأة الإلكترونية كأهمية إيجاد الموقع الجغرافي الإستراتيجي للشركة.

4- **ثقة العملاء:** على المنشأة أن تعمل على كسب ثقة العملاء بها في عالم الأنترنت المجهول، فإن العملاء سوف يواصلون المعلومات الخاصة بهم. مثل بطاقة الإئتمان و عناوين الإتصال بهم كالعنوان البريد الإلكتروني و أقارم هواتفهم إلى موقع تجارة المنشأة الإلكترونية فقط في حالة أنهم إطمئنوا أن موقع المنشأة شرعي و قانوني و أن المعلومات التي يرسلوها للمنشأة محمية من إساءة الإستخدام و أن موقع المنشأة آمن من المتطفلين و المخترقين.<sup>1</sup>

5- **تسهيل عملية الدفع بالنسبة للعملاء:** و يجب أن تنشئ المنشأة موقعها الإلكتروني بحيث يكون بإستطاعة العملاء أن يدفعوا مقابل خدماتها أو منتوجاتها بطرق مختلفة أهمها بطاقة الإئتمان. و على المنشأة التأكد من أن يكون موقعها الإلكتروني قادرا على إجراء عمليات الدفع بالبطاقة الإئتمانية بصورة آمنة و أن يكون العميل مطمأن و واثقا بموقعها.

6- من الضروري جدا ان تأخذ المنشأة الوقت الكافي لنقد الذاتي و لفحص موقعها بدقة قبل إطلاق حيا على الهواء. لديها فرصة واحدة فقط للإعطاء الزبائن الزوار إنطبعا أوليا عن موقعها و هويتها، و أية أخطاء و إن كانت بسيطة في نظر المنشأة كالروابط الغير سليمة داخل الموقع و أرقام الهواتف الخاطئة و الأخطاء النحوية و الإملائية ستأثر بلا شك سلبا على هذا الإنطباع.

7- على المنشأة أن تدع العالم يتعرف على موقعها، فالإسم الشبكي المميز و التصميم الفني الرائع للموقع الشبكي، و تنوع الخدمات العالية الجودة، و المنتوجات الجيدة المستوى غير كافية للنجاح إذا كان العملاء لا يتعرفون عن موقع هذا من الضرورة عدم إهمال جانب التسويق الدعائي لموقع المنشأة لجذب المتصفحين و زيادة الزوار.<sup>2</sup>

## 2- خصائص التجارة الإلكترونية:

تتمتع التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص أو السمات التي تجعلها متميزة عن التجارة التقليدية و لعل من أبرز هذه الخصائص مايلي:

أولا- **عدم وجود علاقة مباشرة بين الأطراف المتعاقدة:** حيث يتم التواصل الفاعل، و أداء عملية التجارية بينهما من خلال إستخدام تكنولوجيا المعلومات و شبكة الإتصال في الموقع و الأماكن و الأوقات المختلفة، وذلك على النقيض من التجارة التقليدية القائمة على أساس الإتصال المادي المباشر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>نصار محمد حلالة، مرجع سبق ذكره ص. 75، 76

<sup>2</sup>نصار محمد حلالة، مرجع سبق ذكره ص. 77

<sup>3</sup>علي محمد أحمد أبو العز، مرجع سبق ذكره ص. 57.

**ثانيا-الطابع الدولي العالمي:** تتيح التجارة الإلكترونية للشركات عرض المنتوجات و الخدمات في موقعها الإلكتروني على شبكة العالمية التي تتخطى الحدود الزمنية و المكانية أو الجغرافية، حيث يتم ذلك طيلة ساعات اليوم و في كل أيام السنة دون إنقطاع و تصل خدماتها في مختلف دول العالم في نفس الوقت و يستطيع المستهلك أن يتجول في السوق الإلكترونية بكل حرية مع توفير كم هائل من المعلومات و المواصفات و الأسعار عن سلع المطلوبة و هذا يقدم لمستهلكين خدمات أفضل وتكاليف أقل من ما يستحوذ على رضاهم.

### **ثالثا-الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية:**

إن الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات الكبيرة و الصغيرة أصبحت في التجارة الإلكترونية أقل وضوحا وحدة فأصبح بالإمكان تسليم السلع و الخدمات بالطريقتين التقليدية أو بطريقة الإلكترونية مباشرة على الإنترنت مثل الموسيقى و الأقراص المدمجة و أفلام الفيديو و الأقراص التي تحتوي على برامج الكمبيوتر او معلومات أو دروس، و هذا ما يخلق صعوبة فرد الضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة فهذه الخاصية تلازم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفردها لممارسة التجارة الإلكترونية.<sup>1</sup>

### **رابعا- غياب المستندات الورقية للمعاملات التجارية الإلكترونية:**

عبر بعض الفقهاء الأمريكيين على التجارة الإلكترونية و نظام التبادل الإلكتروني لبيانات تعبيراً بديلاً، وهو التجارة اللاورقية وقد أصبح هذا المصطلح شائعاً في التشريعات التجارية الأمريكية، و هناك العديد من الفوائد الذي نجنيها من غياب المستندات الورقية المادية أهمها حفظ التكاليف الناتجة عن إنشاء و معالجة و توزيع و إسترجاع المعلومات الورقية حيث قدرت تكلفة إنتاج و معالجة الأوراق في الصفقات التجارية 10 بالمئة من قيمة المنتوجات و البضائع . الأثمة الكاملة للصفقات التجارية التي يمكن أن تشمل الإجابة أو القبول و التعاقد و الدفع و التسليم و غيرها.

### **خامسا- عدم الكشف عن هوية المتعاملين:**

إن التعاملات التجارية الإلكترونية تتم بين الأطراف و قد يفصل بينهما آلاف الأميال، كما يختلف التوقيت الزمني بينهم و بالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض و هذا قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة أو تقديم بطاقات إئتمان مسروقة أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل و هذا ما يثير مسألة الخصوصية و سرية المعلومات لكن التقديم الذي تشهده التكنولوجيات الحديثة ستوفر حتما الأمان و النزاهة و الصدق في التعاملات التجارية عبر الأنترنت.

### **سادسا-سرعة تغير المفاهيم و الأنشطة في التجارة الإلكترونية:**

إن إتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية و التغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها و نظرا للإرتباط انشطتها بوسائل الإتصال الإلكترونية و مجالات الإتصالات و المعلومات التي

<sup>1</sup>إبراهيم العيسوي التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة 2003، ص31.

تعرف هي الأخرى تغييرات متسارعة تعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى لتغيير المتسارع.<sup>1</sup>

### سابعا- تطوير وحدات الأعمال في الإتجاه التكنولوجي:

لاشك في أن تطور السريع في مجال التجارة الإلكترونية دفع وحدات الأعمال على التكيف بسرعة حتى تستطيع تلبية إحتياجات العميل وبالتالي يكون للتجارة الإلكترونية أثر كبير على خطط معظم وحدات الأعمال لتصبح هذه التكنولوجيات مألوفة لدى هذه الوحدات على النحو السريع من حيث تعلم و فهم تلك الوسائل التكنولوجيا فهما كاملا إلى جانب فهم قوتها للإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء.

### ثامنا: غياب دور الوسيط التقليدي في التجارة الإلكترونية:

عملت شبكة المعلومات الدولية على تقريب المسافة و إزالة الحواجز بمختلف أشكالها بين المستهلكين و المنتجين، حيث يستطيع كل منهم الوصول إلى الأخر مباشرة دون الحاجة إلى أي وسيط لذلك لأن المستهلك يستطيع من خلال جهازه الشخصي في منزله الوصول إلى كل ما يريد معرفته عن أي شركة و ما تنتجه من منتجات و التعرف على مواصفاتها الدقيقة و أسعارها الأمر الذي إنعكس على حجم الشركات بحيث لم يعد حجم الشركة سواء كبيرة أو صغيرة أو رأس مالها ضخم أو محدود له أي تأثير على قدرتها على الوصول إلى المستهلك أي كان المكان الذي يقيم فيه على عكس الحال في التجارة التقليدية حيث يؤثر موقع الشركة و حجمها على مدى قدرتها على الوصول إلى عملائها.<sup>2</sup>

### 3- أنواع التجارة الإلكترونية:

تصنيف التجارة الإلكترونية حسب طبيعة العمليات أو العلاقات بين الأطراف المشاركة فيها إلى:

#### أولا- التجارة الإلكترونية بين المنظمات B2B:

جميع الجهات المشاركة في هذا النوع من التجارة الإلكترونية هي منظمات أعمال.

#### ثانيا- التجارة الإلكترونية بين المنظمات و المستهلك B2C :

تشمل العمليات مبيعات التجزئة الإلكترونية للمنتجات و الخدمات من منظمات الأعمال إلى المستهلكين.<sup>3</sup>

#### ثالثا- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و مستهلك:

يرمز لها برمز B2G و هذا الشكل إنتشر بشكل كبير و يستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات و الخدمات عن طريق الويب من خلال مراكز التسويق على الأنترنت و هي تقدم

<sup>1</sup> إبراهيم العيساوي، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية القاهرة 2003. ص34.

<sup>2</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره. ص. ص. 63، 64.

<sup>3</sup> محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية معرض مسقط الدولي للكتاب 2009. ص18.

كافة أنواع السلع و الخدمات و يستخدم هذا الشكل من قبل المنشأة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة.

#### رابعاً- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و الإدارة الحكومية:

تغطي جميع التعاملات التي تتم بين وحدات الأعمال و الإدارات الحكومية من خلال عملية دفع الضرائب و الرسوم التجارية و رسوم الجمارك و كذا ما تقوم به الإدارة الحكومية من المشتريات من المؤسسات التجارية الإلكترونية.<sup>1</sup>

#### خامساً- التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى المستهلك:

يعبر عنها C2C و قد ظهر هذا الشكل مع شيوع استخدام الأنترنت و النوع الرئيسي لهذا الشكل و هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الدفع الإلكتروني حيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى المزارد فيستطيع المستهلكون الآخرون أن يزايدوا على ثمن و يقوم الدفع الإلكتروني بالخدمة كوسيط فيجعل من الممكن للعملاء أن يضعوا بضائعهم للبيع على المواقع الإلكترونية الخاصة بالدفع الإلكتروني و هذا الشكل يهدد التجارة الإلكترونية التي تتم بين وحدة الأعمال و المستهلك.<sup>2</sup>

#### سادساً-التعاملات فيما بين المستهلكين و الشركات:

يعبر عنه C2B و تشير إلى التعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم بين المستهلكين و أفراد البائعين و منظمات أعمال المشتري و مثال ذلك عندما يقوم المستهلك الفرد ببيع منزل يمتلكه من خلال الإنترنت إلى منظمة الأعمال المشتريات و تظم هذه التجارة طرف وسيط ثالث، نظرا إلى معظم البائعين من مستهلكين الأفراد لا يمتلكون موقع على الأنترنت لدى يعتمدون على مؤسسات لها مواقع متخصصة على شبكة الأنترنت تقوم بعرض منتوجات للبائعين الأفراد و تلقي طلبات الشراء و ذلك مقابل عمولة أو مجانا.<sup>3</sup>

#### سابعاً- التعاملات فيما بين أجهزة الحكومية مع بعضها البعض:

يعبر عنها G2G و يمكن أن تشمل هذه التعاملات الأجهزة الحكومية و لكن يمكن أن تشمل أعمال ذات طابع تجاري كأن تأجر هيئة الأفاق الأرضية، شقق لوزارة أخرى من وزارة الدولة.<sup>4</sup>

#### ثامناً-التعاملات فيما بين أجهزة الحكومية و الشركات:

تتم باستخدام الأنترنت كالمعلومات التي ترسلها الحكومة الخاصة بالضرائب و الجمارك و الأوضاع النقدية و ما إليها.

#### تاسعاً- التعاملات فيما بين أجهزة الحكومة و المستهلكين:

<sup>1</sup> علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، مداخلة بعنوان آلية التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الرابع لعصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، مركز الجامعي خميس مليانة 26 و 27 أفريل 2011، ص6.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2008، ص160.

<sup>3</sup> طه طارق، التسويق و التجارة الإلكترونية، الإصدار 2- منشأة المعارف للتوزيع مصر 2005، ص.ص. 355، 356.

<sup>4</sup> إبراهيم العيساوي، مرجع سبق ذكره، ص14.

يعبر عنها G2C و تشمل الخدمات إلكترونية التي تقدمها للأفراد كاستخراج البطاقات و رخص السياقة و شهادات الميلاد و دفع الضرائب الإلكترونية.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية.

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية بالأساليب الحديثة التي تتميز بها مقارنة بأساليب التجارة التقليدية.

1- للتجارة الإلكترونية دور كبير في توطيد علاقات الترابط بين القطاعات و الشرائح الاقتصادية المختلفة و يشمل الترابط وحدات العمل بأحجامها المختلفة و العائلة و الأفراد و يعود ذلك إلى انخفاض تكاليف حيازة مستلزمات الإتصال بالإنترنت و توسيع الخدمات و الأجهزة التي يمكن ربطها على هذه الشبكة.

2- مكنت التجارة الإلكترونية من توسيع السوق حتى يصل إلى نطاق دولي و عالمي.

3- إن الإنفتاح الاقتصادي يعتبر من أهم العوامل المساعدة على توسيع التجارة الإلكترونية و نتيجة لذلك فقد أدى تصميم العديد من الوسائل الإلكترونية إلى تشكيل شركات بمختلف الاحجام تعني تكنولوجيات المعلومات ذات العلاقة بالإنترنت.

4- عملت على تخفيض تكاليف إنشاء و معالجة و توزيع و حفظ و إسترجاع المعلومات الإلكترونية.<sup>2</sup>

5- تختصر التجارة الإلكترونية وقت إنجاز الأعمال التجارية بعد أن كان حجم الإنتاج و المسافة -الدليل استراليا - بين المنتج و المستهلك و إجراءات المالية و إدارة الجمركية كلها حواجز تأثر في معظم الحالات سلبا على إنجاز السفقة التجارية و في زمن قصير جاءت التجارة الإلكترونية لتقلص أو تجاوز هذه الإجراءات و الحواجز بصورة جزئية و كلية أحيانا.

6- مكنت التجارة الإلكترونية الشركات من تصنيع منتجاتها و فقا لما يرغبه المشتري الأمر الذي يجعل لتلك الشركة الأفضلية بين الشركات الأخرى.

7- إن للتجارة الإلكترونية تأثيرا على أهمية بعض الحلقات في السوق حيث بدأ يتقلص دور الوسيط التجاري و أصبحت العلاقات بين المنتج و المستهلك مباشرة في معظم الحالات تربط بين ما هو معروض و ما هو مطلوب كذلك المتطلبات الخاصة بتكليف السلعة المعروضة لغرض المطلوب كل ذلك يثم بشكل نقاش مباشر بين الجهات المستفيدة و الجهات العارضة للإنتاجها أو خدماتها.

8- قللت التجارة الإلكترونية من الوقت الفاصل بين دفع المال و الحصول على المنتجات و الخدمات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، مرجع سابق، ص6

<sup>2</sup> نصار محمد الحلامة، مرجع سبق ذكره. ص.ص.61،60.

<sup>3</sup> مراد الشوابكة، 24مايو 2015، نت.

9- يمكن اعتبار التجارة الإلكترونية ببساطة أسلوب مستحدثا من أساليب التجارة و تكمن قدرت هذا الأسلوب المتسارع الذي بدأ ينتشر فيه بفضل طبيعة الوسائل المادية و البرمجية التي تجعل سهولة التراسل مابين الأطراف عبر الأنترنت في أي وقت و من أي مكان في العالم.

10- مكنت التجارة الإلكترونية أصحاب الأعمال و رؤوس الأموال و المستثمرين من متابعة الصفقات التجارية و أدلتها دون تأخير بغض النظر عن مكان إقامتهم أو أوقات العمل أو إختلاف أوقات العطل الأسبوعية.<sup>1</sup>

### الفرع الأول: مزايا التعامل التجاري الإلكتروني.

تنطوي التجارة الإلكترونية على العديد من المزايا التي يمكننا أن نتحصل عليها إذا ما إستغلينا التجارة الإلكترونية بطريقة صحيحة و تنقسم هذه المزايا إلى:

**1- مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للدولة:** يمكننا إجمالاً أن نذكر أهم المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية للدولة فيما يلي:

- أ- تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع نطاق السوق المحلي إلى نطاق دولي و عالمي.
- ب- زيادة الصادرات الوطنية، و هذه الزيادة ترجع إلى مجموعة من الأساليب أهمها:
  - سهولة الوصول إلى مراكز الإستهلاك الرئيسية.
  - إمكانية تسويق السلع و الخدمات عالمياً بتكلفة محدودة.
  - سهولة و سرعة عقد و إتمام الصفقات من خلال التجارة الإلكترونية.
  - القدرة على تحليل الأسواق و من تم الإستجابة السريعة للتغيير في مطالب المستهلكين.
- ج- تمكن التجارة الإلكترونية من خلق فرص جديدة للعامل الحر و ذلك من خلال إتاحتها لفرصة إقامة المشاريع التجارية الصغيرة و المتوسطة و التي يتم إتصالها بالأسواق العالمية بأقل تكلفة ممكنة.<sup>2</sup>

### 2- مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للأفراد:

- **توفير الوقت و الجهد:** إن المواقع الإلكترونية أو الأسواق الإلكترونية تفتح سبعة أيام على سبع و 24/24 ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو إنتظار في الطيور لشراء منتج معين و لا يتطلب شراء أحد المنتوجات أكثر من النقر على المنتج و إدخال بعض المعلومات في بطاقة الإئتمان و يوجد بالإضافة إلى بطاقة الإئتمان العديد من الأنظمة الدفع الملائمة مثل التسديد نقدا عند الإستلام أو إستخدام النقود الإلكترونية.

- **حرية الإختيار:** يمكن للزبون من خلال عمليات الشراء عبر التجارة الإلكترونية المقارنة بين الأسعار أو أشكال السلع و الخدمات المتوفرة عبر الأنترنت و بإمكانها زيارة العديد من

<sup>1</sup>نصار محمد الحلالمة، مرجع سبق ذكره، ص62.

<sup>2</sup>محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره. ص.ص78،77.

المواقع للأختيار الأنسب، كما تنتج بعض المواقع إمكانية تجربة بعض السلع كبرامج الكمبيوتر وألعاب وإمكانية التواصل مع الشركات العالمية خارج النطاق المحلي.<sup>1</sup>

- **خفض الأسعار:** إن التسويق عبر الأنترنت يوفر للمستهلك تجنب تكاليف إضافية و تخفيض نفقاتها مقارنة بالتسويق العادي و هذا ما هو إلا في صالح الزبون كما بإمكانه الإستفادة من عروض كبيرة تطلقها الكثير من الشركات عبر الأنترنت .

- **نيلرضى المستخدم:** تتكفل الشركات المتواجدة عبر الأنترنت بالإجابة و الرد على تساؤلات زبائنها من خلال تخاطب الشخصي أو عبر البريد الإلكتروني توفر الأنترنت ميزة إيجابية على استفسارات الزبائن مما يوفر خدمات أفضل للزبائن و يستحوذ على رضاهم.<sup>2</sup>

### 3- مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات:

- **تسويق أكثر فعالية و أرباح أكثر:** إن خاصية الطابع العالمي في التجارة الإلكترونية تتيح للمؤسسات التغلغل في الأسواق العالمية مما يوسع قاعدة زبائنها عبر العالم و بالتالي جني الأرباح إضافة و هذا طيلة أيام السنة بدون إنقطاع.

- **تخفيض مصاريف المؤسسات:** إستخدام التجهيزات من أجل الترويج و جلب الزبائن في التجارة التقليدية ينتقل ميزانية المؤسسة بالتكاليف إضافية، و كذا صيانة و إعداد المكاتب في حين أنه في التجارة الإلكترونية فهذه العمليات تعد أكثر إقتصادية فوجود قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة هذا سوف يعمل على تقليل عدد الموظفين المكلفين في عملية جرد الإدارة.

- **التواصل مع الشركات و العملاء:** توفر التجارة الإلكترونية فرصة للمؤسسات للإستفادة من البضائع و الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الأخرى (موردين في التجارة الإلكترونية) تقلص المسافات و تعبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.<sup>3</sup>

### 4- مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك:

أ- توفر التجارة الإلكترونية أمام المستهلك العديد من البدائل و تكون لديها فرص الإتصال على العديد من المنتجات التي يعرضها البائعون في أماكن مختلفة من العالم بدل من التقيد بمكان محدد تعرض فيه مجموعة قليلة من المنتجات بالإضافة إلى توفر العديد من المعلومات عن هذه المنتجات من خلال ما يقدمه البائع من معلومات عن الشركة و منتجاته.

ب- تتيح التجارة الإلكترونية للمستهلك السرعة في إيصال رسائل البائع، و كذلك هو الحال بالنسبة لرد عليها و غالبا ما تكون هذه الرسائل متعلقة بطلب تقديم المزيد من المعلومات عن

<sup>1</sup> نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية الاستراتيجية، الوظائف و المشكلات، دار المرجع للنشر و التوزيع، الرياض 2004، ص45

<sup>2</sup> إبراهيم بختي، دور الأنترنت و تطبيقاتها في مجال التسويق، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2003، ص.ص 69، 67.

<sup>3</sup> محمد مداحي، مرجع سبق ذكره، ص5

المنتجات المعروضة كما عرفت ما مدا جودتها و ماهية الضمانات التي يمكن أن يستفيد منها في حال شرائه لهذه المنتجات.

ج- من خلال التجارة الإلكترونية يستطيع المستهلك أن يقلل من العديد من التكاليف الزائدة و التي كان يتكبدها في سبيل حصوله على سلعة أو خدمة و من هذه التكاليف النقل و حمل البضائع...

د- توفر المعلومات للمستهلك عن جميع المنتجات و الخدمات عبر شبكة المعلومات الدولية يقطع أمام الذين يسعون إلى إحتكار السلع و الخدمات بهدف تحقيق الأرباح الطائلة من ورائها.

ه- كون أن التجارة الإلكترونية تعمل على تحويل السوق المحلي إلى عالمي هذا يجعل المستهلك يختار المؤسسة التي يتعامل معها على أساس الخدمات التي تؤمنها له و ليس على أساس جنسيتها.

و- سرعة حصول المستهلك على العديد من السلع و التي كان يحتاج وصولها وقتا طويلا من خلال تحويلها إلى شكل رقمي كما هو الحال عند شراء الكتب أو برامج التي يتم إستلامها عبر البريد الإلكتروني.

## 5- مزايا التجارة الإلكترونية على المستوى القومي:

- دعم التجارة الخارجية: إن التجارة الإلكترونية تؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الإقتصادي من خلال تسويق السلع و الخدمات عالميا و بتكلفة محدودة بالإضافة، خاصة سرعة العقد أو إنهاء الصفقات التجارية و القدرة على تحليل الأسواق و بالتالي الإستجابة تغير متطلبات المستهلكين مما يوفر فرض زيادة معدلات الصادرات.<sup>1</sup>

- دعم التنمية الإقتصادية: نظرا لما تقدمه التجارة الإلكترونية من خفض تكاليف التسويق و الرعاية و الإعلام و توفير الوقت و المكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية، إن إرادة المؤسسات الخاصة المتوسطة و الصغيرة منها و التي تمثل المحور الأساسي في التنمية الإقتصادية و التي تعاني من غياب في الموارد الإقتصادية اللازمة تمكثها التجارة الإلكترونية من الوصول إلى الأسواق العالمية.<sup>2</sup>

- دعم القطاعات التكنولوجية: يؤدي إنتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات و الإتصالات من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية و مع نمو التجارة الإلكترونية و إنتشار إستخدامها تظهر فرصة إستثمار لتوجيه رؤوس الأموال للعمل في تطوير وتحسين و تحديث البنية التحتية الإلكترونية و الإستثمار في الخدمات المصاحبة لها لما يؤدي إلى خلق و توظيف قطاعات تكنولوجية جديدة متقدمة تدعم الإقتصاد القومي.

## 2- فوائد التجارة الإلكترونية:

<sup>1</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 82، 83، 84.

<sup>2</sup> علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر، مرجع سبق ذكره، ص 9

تشمل فوائد التجارة الإلكترونية بما يلي:

### 1- عولمة التجارة:

إن انتشار الواسع للإستخدام شبكة الأنترنت أدى إلى تقليص الحواجز و الحدود الجغرافية و الإقتصادية التي كانت تؤثر على صفقات التجارية التقليدية كما تقلصت التكاليف المالية و الإجراءات الجمركية و الإدارية، و إنعدمت المسافات ليصبح هناك أسلوب إتصال مباشر مابين المنتج و المستهلك دون الحاجة إلى الوسيط و خاصة بالنسبة لمنتجات غير مادية، و أصبح بإمكان المنتجين الدخول للإسواق البعيدة لزيادة حجم مبيعاتهم كما أتيح للمستهلكين بدائل أوسع لتعامل مع المنتجين.

### 2- زيادة المنافسة:

بما أن التجارة الإلكترونية تتيح للمستهلك كافة البدائل للإختيار في النهاية ما يحتاج إليه من منتجات و خدمات المعروضة في الشبكة، فإن فرص المنافسة ما بين المنتجين ستكون أفضل و ستنعزز لتكثيف المنتج أو الخدمة مع رغبات و حاجات المستهلك الفعلية من حيث السعر و النوعية و جودة المنتج او الخدمة المقدمة.<sup>1</sup>

### 3- تعزيز الشفافية:

إن عرض شبكة الأنترنت لقوائم هائلة من جميع أنواع المنتجات و الخدمات في العالم إضافة إلى توفير كم ضخم من المعلومات عن مواصفات هذه المنتجات و الخدمات من حيث النوعية و السعر و شروط التسليم مما يعزز من شفافية و الوضوح في السوق التجارية الإلكترونية و ذلك يجعل المستهلك يعرف مباشرة عروض المنافسين بمختلف أنحاء العالم.

### 4- إتاحة الخيارات التسوق الشامل:

تساعد التجارة الإلكترونية الشركات على تفهم إحتياجات عملائها و إتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع و هذا يحقق نسبة رضى عالية لدى الزبائن لا تتيح و سائل التجارة التقليدية فالزبون يمكنه معرفة الأصناف و أسعار و ميزات كل صنف و المفاضلة و التقييم المنتج من حيث مدى تلبيةه لرغبة و خيارات المشتري.

### 5- زيادة المعرفة التكنولوجية و طول مساحة التطور التقني و الفني:

و ذلك من خلال معرفة ما يطرح الجانب المنافس أو من خلال طلبات المستهلكين عبر مختلف بلدان العالم و إيجاد قنوات إتصال تحسن من المنتج و الخدمة المقدمة.<sup>2</sup>

## الفرع الثاني: معوقات إنتشار التجارة الإلكترونية.

### 1- مجالات التجارة الإلكترونية:

تتمثل هذه المجالات فيمايلي:

### أولا- تجارة التجزئة:

<sup>1</sup>نصار محمد الحلالمة، مرجع سبق ذكره. ص.ص.68،67.

<sup>2</sup>محمد نصار الحلالمة، مرجع سبق ذكره. ص.69.

و هي المبيعات التي يتم التعاقد عليها و يتم دفع قيمتها من خلال شبكة الأنترنت مع إرجاع التسليم مثل تجارة الكتب و المجلات.

#### ثانيا-البنوك و التمويل:

و هي كافة الخدمات التي تقدمها البنوك من خلال شبكة الأنترنت، و منها الإستعلام عن الحساب و التحويلات البنكية و متابعة أسعار البورصات و بيع و شراء الأسهم.

#### ثالثا- توزيع:

و هي المبيعات التي تتم تسليمها على الشبكة مثل الأفلام، البرامج الحاسبة و الأغاني و المعلومات، و تعد هذه المنتوجات هي الأكثر مبيعا في الشبكة.

#### رابعا- التصميمات الهندسية:

و هي الطريقة المثلى للعمل المشترك بين أكثر من شخص لا يجمعهم مكان واحد عن طريق الشبكة مثال ذلك فريق العمل الذي كونته شركة(فورد) لصناعة السيارات و تصميم محركات جديدة حيث كان أعضاء الفريق يتواجدون في أربعة مواقع جغرافية مختلفة.<sup>1</sup>

#### 2- مشاكل التجارة الإلكترونية:

تطرح مسألة تطبيق التجارة الإلكترونية العديد من المشاكل سواء على المدى القريب أو البعيد و لعل من أبرز هذه الإشكاليات ما يلي:

#### أ- مشكلة الأدلة الثبوتية في التجارة الإلكترونية:

تعتبر مشكلة الأدلة الثبوتية مشكلة شاملة لجميع انواع التجارة الإلكترونية و في سبيل مواجهتها يتعين على المستهلك الحفاظ بجميع الأدلة للعمليات التي قام بها عبر شبكة المعلومات الدولية كطبع الصفحة الأولى التي تعرف بالموقع التجاري للأبي شركة يتعامل معها و كذلك طبع نسخة من البريد الإلكتروني الذي يحتوي على الفتورة الإلكترونية، و هنا يتوجب على الإدارة المختلفة أن تقوم بطبع دليل إداري موجه إلى المؤسسات و الأفراد من شأنها أن يعرف لهم الأدلة الثبوتية الإلكترونية المعترف بها حتى يكونوا في مئمن أثناء قيامهم بالعمليات التجارية.

#### ب- مشكلة حماية العلامة التجارية و الملكية الفكرية:

طالت عمليات التزوير العلامات التجارية و عالم التجارة الإلكترونية و أصبحت ظاهرة من الظواهر العالمية و تتفنن المافيا في عمليات التزوير تلك التي طالت الشركات ذات العلامات الجيدة في البلدان النامية و من بين أساليب تزيف و الإحتيال.<sup>2</sup> قيام سارقي العلامات التجارية بالتسجيل المبكر لعلامات الشركات المتميزة في سجلات نطاق شبكة المعلومات الدولية من أجل إمتلاك الأسماء ذات علامات الممتازة تجاريا و من تم بيعها لنفس الشركات و بأثمان

<sup>1</sup> محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع ط1، عمان 2005، ص58.

<sup>2</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره. ص.ص. 87، 88.

مرتفعة عندما يبدو هؤلاء رغبتهم في خلق صفحات تجارية على شبكة المعلومات الدولية بعلاماتهم التجارية و هذه المشكلة ناتجة عن خلاف تشريعي حول معنى العلامة التجارية و الاسم الناطق على شبكة المعلومات الدولية و العلاقات بينهما.

### ج- مشكلة حماية حقوق المستهلك:

يوجد رأيان بخصوص حماية المستهلك الأول هو الأمريكي و الذي يقول إن سوق التجارة الإلكترونية سيخلق آليات بنفسه ليحمي المستهلك فلا سبيل لخلق قوانين تعوق نمو التجارة الإلكترونية، و أما الرأي الثاني فهو الرأي الأوروبي و خاصة الفرنسي و الذي يريد فرض آليات و قوانين عالمية لحماية زبائن شبكة المعلومات الدولية غير أنه و في الوقت الراهن ليس هناك قدرة قضائية لأي دولة كانت على غلق صفحة تجارية على شبكة المعلومات الدولية لأي مزور أو محتال غير أن الشيء الممكن القيام به هو تنبيه المستهلكين و المترددين على هذه المواقع بهؤلاء المحتالين.

### د- مشكلة تسليم البضائع:

هذه المشكلة المطروحة في استعمال البريد الإلكتروني من أجل نقل الوثائق الإلكترونية بصفة آمنة خصوصا وأن شبكة المعلومات الدولية تشهد أعمالا تخريبية من خلال بث بعض الأشخاص لبرامج فيروسية تعمل على تدمير برامج أجهزة الحاسوب و تخريبها، و حسب الدراسات قام بها معهد البحوث بكاليفورنيا وجد أن فيروسات تسببت من بداية عام 1999 و في شهر الصيف يونيو من العام نفسه في خسارة الإقتصاد لمؤسسات تقدر ب 7,6 مليار دولار و تعتبر الدولة المتقدمة أن شبكة المعلومات الدولية هي شريان إقتصاد عالم الغد فاستخدام الشبكة يولد نشاطا إجتماعيا و إقتصاديا لا يمكن التغافل عنه و لذلك و من أجل تبادل المعلومات و بطريقة آمنة عبر هذه الشبكة و عبر البريد الإلكتروني خصوصا لآبد من الإعتدال على أنظمة التشفير و الترميز المتطورة تعمل على حمايتها و مراقبتها و تتبع عناصر التخريب إذا إقتضت الحاجة.

### هـ- المشاكل المطروحة على المدى المتوسط و الطويل:

كل الأخصائيين متفقون على أن التجارة الإلكترونية ستؤثر سلبا في بادئ الأمر على فرص العمل في المؤسسات لفتقارها لقدرات التأطير و التأقلم و لكن في نفس الوقت ستخلق التجارة الإلكترونية فرص أخرى من العمل تتركز على تقنيات.

### و- محدودية الشراء و الإستخدام:

على الرغم من نمو الهائل في إستخدام المعاملات الإلكترونية إلا ان تطبيقها في السوق مازال محدودا إضافة إلى أن العديد من المستخدمين الشبكة يقومون فقط بعمليات إستطلاع أكثر من الشراء الفعلي حيث تشير نتائج إحدى الدراسات في هذا المجال إلى أنه و على الرغم من أن 65% من المستقصات منهم قاموا باستخدام شبكة المعلومات الدولية في عملية المنتجات و مقارنة الأسعار قبل الشراء إلا أن 14% قاموا بالشراء الفعلي عن طريق شبكة المعلومات

الدولية كما أن نسبة 9% فقط قاموا باستخدام بطاقات الائتمان لإتمام معاملاتهم الشرائية عبر شبكة المعلومات الدولية.<sup>1</sup>

### 3- عيوب التجارة الإلكترونية:

1- الطابع اللامادي غير الملموس للتجارة الإلكترونية و التي يؤدي إلى عدم قدرة المشتري على فحص السلعة بطريقة عينية قبل شرائها الأمر الذي قد يتسبب في الحدوث بعض المشاكل بعد الشراء و هنا يستوجب على الدولة التعاون فيما بينها من أجل إيجاد أسلوب أمثل يمنع حدوث هذا النوع من المخالفات و التجاوزات.

2- عدم التحقق من شخصية المتعاقدين و الذي قد يؤدي إلى الوقوع في شراء المحتالين.<sup>2</sup>

3- يتمكن أي فرد من خلال التجارة الإلكترونية من تقديم طلب شراء لبعض السلع المحظورة في السوق المحلية لدولته الأمر الذي يترتب عليه ضياع أمواله في حالة عدم وصولها إليها.

4- إنتهاك خصوصية إذا ما قدمت المواقع بإنشاء أسرار العملاء.

5- إحتمال حدوث تعاقدات مزيفة من خلال شبكة المعلومات الدولية و حدوث حالات من النصب و الإحتيال و ذلك نتج عن عدم القدرة على التحقق من شخصية المتعاملين.

6 - الإختلاف من قبل المتطفلين أو المخربين.

7- يمكن حدوث تلاعب في بيانات النسيج الأصلية الخاصة بطلبات الشراء أو إرسال البضائع و ذلك ناتج عن عدم وجود المستندات الورقية و التوقيع بخط اليد الأمر الذي يهدد مصالح الأفراد و المشروعات على حد سواء.

8- السرقة و ذلك بسرقة أرقام بطاقة العملاء أثناء عملية الشراء.<sup>3</sup>

9- بإعتبار أن شبكة المعلومات الدولية تعتبر ركيزة رئيسية تعتمد عليها التجارة الإلكترونية فإن مشكلة أمن هذه الشبكة يعتبر من أهم عيوبها لأنها بالإمكان إختراق المواقع التجارية على هذه الشبكة الأمر الذي يترتب عليه العديد من المشاكل من أهمها إفشاء أسرار الأفراد و الشركات.

10- السهولة في تزيف و تغيير البيانات في ظل إنعدام الأمن على الشبكة.<sup>1</sup>

11- على الرغم من إتساع و انتشار شبكة المعلومات الدولية إلا أنها مازالت تفتقر إلى عدم وجود حيز كافي للاتصالات السلكية و اللاسلكية على النحو الذي يتناسب مع الكم الهائل من الأنشطة التجارية التي تتم من خلالها.

12- مخالفة القانون كالتعاقد على السلع يخطر بيعها في الأسواق المحلية و خصوصا ما يتم تسليمه على الشبكة كالأفلام الإباحية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص 90.

<sup>2</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره. ص. 85، 84.

<sup>3</sup> لخضر عدوكة، دحدو بن عبيرة، مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية و أثرها الإقتصادية و الملتقى الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية إعتقاد التجارة الإلكترونية في الجزائر المركز الجامعي، خميس مليانة 26-27 أبريل 2011، ص 9

- 13- عدم إمكانية تسويق بعض السلع إلكترونياً مثل سلع الغير محددة بمقاييس معيارية أو سلع التي تحتاج إلى معاينة طبيعية قبل التعامل فيها.
- 14- سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية لأن ذلك يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف السلع وخدمات لم يقم بشرائها.
- 15- صعوبة فض النزاعات الناشئة عن المعاملات التجارية الإلكترونية و ذلك لعدم وجود مستندات ورقية بالإضافة إلى أن طرفي التعامل قد لا يعرف بعضهما الآخر.<sup>3</sup>
- 16- غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء و الشركات و البنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو التلاعب بالفواتير و المستندات عند الطلب.
- 17- قلة عدد الأفراد القادرين على القيام بأعمال التجارية الإلكترونية.
- 18- صعوبة التحقيق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظراً لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم إبرام عقد بين البائع و المشتري و يبعد عنه آلاف الأميال و يختلف عنه في التوقيت الزمني.
- 19- تعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها الدولة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- 20- إستيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية.
- 21- حدوث اختراقات في شبكة الأنترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء و البنوك و الشركات.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: مفهوم السوق الإلكترونية عبر الأنترنت.

هو شكل من أشكال التجارة الإلكترونية و التي تسمح لجمهور المستهلكين بالتسويق عبر الأنترنت و شراء السلع و الخدمات مباشرة من البائع و تعرف عملية التسويق الإلكترونية أيضاً أنها عملية البحث عن منتج ما أو سلع أو خدمات عن طريق زيارة الموقع الإلكتروني الخاص بتجارة هذه السلعة و من تم تقديم طلب الشراء للحصول على منتج المطلوب كما يعتبر أيضاً وسيلة تسويق للمنتجات و السلع و الخدمات عبر الأنترنت و يمكن للشركات بذلك أو أصحاب الأعمال الاستفادة من هذه العملية لتوصيل صورة أو إنطباع عن نفسها للمستهلك.

### المطلب الأول: تعريف السوق.

يعرف السوق الإلكتروني بأنه عبارة عن سوق افتراضي على شبكة الأنترنت، غالباً ما يتمثل بالمواقع الإلكترونية و هو مفهوم مشابه للسوق التقليدي الموجود على أرض الواقع، حيث يقوم الأفراد أو التجار أو المنظمات بعرض ما لديهم من خدمات و منتجات و سلع أو حتى أفكار للبيع، من خلال استهداف فئات معينة من المشتريين المحتملين على الأنترنت، و بالتالي الحصول على أرباح من جهة للبائع، و تلبية المشتري لاحتياجاته من جهة أخرى، و الجدير بالذكر وجود الكثير من مواقع الإعلانات المبوبة التي تقوم بدور الوسيط بين البائع و المشتري

<sup>1</sup> محمد إبراهيم أبو الهجاء، مرجع سبق ذكره، ص 64.

<sup>2</sup> لخضر عدوكة، دحدو بن عبيدة، مرجع سبق ذكره، ص 9.

<sup>3</sup> محمد إبراهيم أبو الهجاء، مرجع سبق ذكره. ص 64.

مما يسهل من إتمام عملية البيع و الشراء إلكترونيا على الأطراف، و من أبرزها منصة السوق المفتوح الرائدة في المجال.<sup>2</sup>  
**أهمية السوق الإلكترونية:**

بات للسوق الإلكتروني مكانة ذات أهمية كبيرة تتفوق على السوق التقليدي، إذ أنه يقوم بتوفير عدد هائل من الخدمات و المنتجات المتنوعة في مكان واحد، الأمر الذي يسهل على الأفراد إنجاز عملية التسوق دون الحاجة لبدل أي مجهود يذكر، حيث لا يتطلب الأمر سوى تصفح المواقع المتخصصة في البيع و الشراء و إختيار الأغراض، ليتم توصيلها إلى باب المنزل مع تحمل المشتري قيمة الشحن أو التوصيل، و ذلك يعتمد على سياسة المتجر الإلكتروني الذي تم شراء منه.<sup>3</sup>

### إيجابيات السوق الإلكتروني:

تتميز الأسواق الإلكترونية بالعديد من الإيجابيات و الفوائد التي جعلتها تتفوق على طرق التسوق التقليدي، و نذكر فيما يلي البعض منها على النحو التالي:  
**أولا- إيجابيات السوق الإلكترونية على المشتري:**

- 1- يعمل السوق الإلكتروني على إلغاء حاجز الزمان و المكان حيث بات بإمكان الأشخاص التسوق من أي مكان محلي أو عالمي.
- 2- متاحة في الخدمة طوال اليوم حيث أنه مفتوح على مدار اليوم خلال جميع أيام الأسبوع، فيمكن للفرد إتمام عملية التسوق في أي وقت يريد.
- 3- لا يوجد في هذا النوع من التسوق أي تأثير من البائع على رأي المشتري المحتمل حيث يوفر كامل الحرية في الاختيار و إتمام عملية الشراء عن قناعة شخصية.
- 4- تتيح للأفراد الدخول بالمزادات الافتراضية أو الإلكترونية و التي يمكن من خلالها الحصول على المنتجات بأسعار زهيدة و منافسة.
- 5- الحصول على الهدايا و جوائز، حيث توفر الكثير من المتاجر الإلكترونية عروض و خصومات و هدايا خلال المناسبات مثل الأعياد.
- 6- تعدد طرق الدفع التي يمكن من خلالها تسديد قيمة المشتريات، حيث يمكن الدفع عند الإستلام أو الفيزا أو ما إلى ذلك.

### إيجابيات السوق الإلكترونية على البائع:

- 1- تقليل تكاليف زيادة الأرباح حيث يعتبر تجهيز متجر إلكتروني أقل كلفة من المتجر العادي نظرا إلى إمكانية الإستغناء من خلالها عن نفقات المعاملات التجارية و فواتير الكهرباء و الماء و ما إلى ذلك.

<sup>1</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص 86.

<sup>2</sup> مقال، مرجع الأنترنت، أبريل 2020

<sup>3</sup> مرجع الأنترنت، السوق المفتوح من أهم طرق التسويق الإلكتروني، الأردن.

- 2- يساهم في زيادة نسبة الزوار و المستهلكين حيث كلما ارتفع عدد الزيارات كان لذلك تأثير إيجابي على معدلات البيع، وبالتالي تحقيق أرباح وإيرادات أفضل.
- 3- تعدد خيارات الدعاية و الإعلان التي يمكن للأصحاب المتاجر العمل بها و تعتبر أقل تكلفة من طرق التسويق التقليدية ناهيك عن وجود بعض الطرق المجانية.
- 4- تساعد أصحاب المتاجر على توسيع أعمالهم، و الوصول إلى شرائح أوسع من المهتمين بالإضافة إلى إمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية، حيث لا وجود لحدود الجغرافية على الأنترنت.<sup>1</sup>

### الفرع الأول: الانترنت ركيزة التجارة الإلكترونية.

- 1- خدمات شبكة الأنترنت: للأنترنت عدة أوجه لإستخدامه، و التي يمكن تسميتها بالتطبيقات أو بالأحرى الخدمات من المنظور التجاري لكننا سوف نقتصر أهم الخدمات.

#### أولا- خدمة البريد الإلكتروني:

- تسمح هذه الخدمة بالإرسال و إستقبال الرسائل الإلكترونية من و إلى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم<sup>2</sup> و يتميز البريد الإلكتروني عبر البريد العادي و المألوف بالميزات التالية:
- السرعة في الإتصال.
  - التكلفة المنخفضة.
  - أرشيف و قتي و آمن بحفظ الرسائل.
  - السرية في الإتصال عند إستعمال التشفير.
  - إمكانية توزيع نفس الرسالة إلى عدد من الصناديق البريدية الإلكترونية دفعة واحدة.
  - الإشتراك في الندوات و المؤتمرات الإلكترونية.
  - إن البريد الإلكتروني يخدم كثيرا الأنشطة التجارية فهو يمكن من إستعلام حول المنتجات أو طلب الفواتير و إرسال الطلبات للموردين، و نظرا لعدد الخصائص التي تميز البريد الإلكتروني فقد حل محل وسائل الإتصال التقليدية كالهاتف و الفاكس و من خلال البريد الإلكتروني و عن طريق خاصية الأرقام يمكن تبادل الرسائل و الوثائق و الصور و اللوحات الإشهارية التسويقية.

#### ثانيا- خدمة البرتوكول نقل الملفات:

- يسمح البرتوكول نقل الملفات<sup>3</sup> (FTP) بتحويل الملفات من الحاسب إلى آخر عبر الشبكة الدولية قد تكون هذه الملفات عبارة عن تقارير أو بحوث أو برامج و بالتالي فهذه الخدمة تعتبر وسيلة تبادل السريع و كذلك يستعانوا بهذه الخدمة في تحديث مواقع الأنترنت.

<sup>1</sup> السوق المفتوح، فرح قساس، 11 شهر.

<sup>2</sup> إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق. ص 27.

<sup>3</sup> file Transfer protocole : ftp برتوكول نقل الملفات و هو يسمح بدعم نقل البيانات داخل الأنترنت.

**ثالثا- خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات:**

يطلق عليها أيضا خدمة (WEB) و هي تعتبر من أهم الخدمات الأنترنت كونها تتمثل أغلبية الخدمات الأنترنت و هي مدعمة بالألوان و الصورة و الصوت ما يسبب إقبال واسع عليها و هي تشمل العديد من المعلومات و الصفحات و تربط بها العديد من المؤسسات العالمية و الصناعية و الحكومية.

-تستخدم شبكة (WWW)كواجهة للعديد من المؤسسات تستخدمها كوسيلة لترويج و الإعلان و الرعاية على مستوى المحلي و الدولي.

**رابعا-خدمة البروتوكول الرابط عن بعد:**

وهو عبارة عن نظام يمكن المستخدم من الإتصال بجهاز الحاسوب الموجود على شبكة الأنترنت أي توفير إمكانية الإتصال عن بعد.

**خامسا-خدمة مجموعات النقاش:**

تمكن هذه الخاصية المؤسسات من عقد مؤتمرات و لقاءات مع جميع متعامليها في العالم و هذا يسمح بتخفيض تكلفة الإتصال كما تمكن المؤسسات من التخاطب الشخصي و الفوري مع زبائنها من خلال التعريف بمنتجاتها.<sup>1</sup>

**سادسا- خدمة الإتصال المباشر:**

هي تمكين المؤسسات من خلال شبكة الأنترنت من عقد لقاءات مع جميع المتعاملين الاقتصاديين الموزعين جغرافيا بغيث تكلفة الإتصال.

**الأنترنت ركيزة التجارة الإلكترونية:**

إن العصر الذي نحيا فيه هو عصر الطريق السريع للمعلومات و التي يتميز بتغيير و سائل ممارسة النشاط التجاري، حيث تزايد الإعتماد على إستخدام الأدوات المتنوعة لتكنولوجية المعلومات و بالمقارنة الأدوات المختلفة يتضح جليا أن الأنترنت بدأ يكسب المعركة و التفوق على باقي الوسائل التكنولوجية فقد أصبح الأنترنت بمثابة الركيزة الأساسية لشكل جديد من التجارة و هي التجارة الإلكترونية فهو من يساهم في ميلادها و خلق الوجود الحقيقي لها فهذه الشبكة مجموعة من الخصائص التي تجعلها تتميز عن باقي الوسائل التكنولوجية الأخرى و تصبح قاعدة التجارة الإلكترونية و يمكننا أن نذكر من بين هذه الخصائص مايلي:<sup>2</sup>

1- الأنترنت يجمع بين العديد من المميزات و الوظائف و الوسائل التكنولوجية الأخرى فهو يسمح بالإتصال المزدوج الإتجاه مثل جهاز الهاتف كما يسمح أيضا بإرسال الوثائق المكتوبة و المطبوعة مثل جهاز الفاكس و التلكس و ذلك فالأنترنت تدمج في وسيلة واحدة بين العديد من التكنولوجيات التي تعمل بشكل مفصل و بما أن التجارة الإلكترونية هي في حاجة إلى توفير كل هذه الخدمات في آن واحد وأصبح من

<sup>1</sup>إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص27.

<sup>2</sup>إبراهيم بختي، دور الأنترنت و تطبيقاته في مجال التسويق، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير جامعة ج.ن.2003.ص.ص.39،38.

الضروري الإعتماد على الأنترنت كأفضل وسيط إلكتروني للإجراء معاملات التجارية الإلكترونية.

2- لكي تتم التجارة الإلكترونية و تستمر فإنها في أمس الحاجة إلى توفير شبكة الإتصالات القوية تكون غير قابلة للتعطيل وسريعة وكل هذه الخصائص تتوفر في شبكة الأنترنت، فلأنترنت هي شبكة لا مركزية بمعنى عدم وجود جهاز كمبيوتر واحد يتحكم فيها و بالتالي فإن خراب أو تحطيم جزء من هذه الشبكة لا يؤدي إلى تعطيل الأنترنت. كما تتميز هذه الشبكة أيضا عن باقي الوسائل التكنولوجية بإعتمادها مبدأ الإرسال عبر الحزم فإن تجزئة المعلومات المرسله إلى مجموعات صغيرة من البيانات يتم إرسالها بصورة مستقلة عبر مسارات مختلفة يعاد تجميعها عند وصولها إلى المرسل إليه مما يتيح نقل هذه المجموعات الصغيرة بشكل سريع جدا .

3- من الأفضل للتجارة عبر الأنترنت إدخالها في وسائل أخرى لأن الأنترنت وسيلة إتصال تعتمد على الوسائط المتعددة فهي تتيح الإرسال المتزامن لثلاثة أنواع من البيانات أي البيانات التي تحتوي في آن واحد على صوت و صورة و نص حيث أن شبكة الأنترنت تستعين بوسائل حديثة و مبتكرة تساعد المؤسسة على إجراء إتصال مباشر صوتي، و مرئي مع عملائها مما يؤدي إلى زيادة التفاعل و التحوار بين الطرفين و بالتالي زيادة القدرة على معرفة انشغالات الزبائن و إهتماماتهم و تفصيل المنتجات على مقاسهم.<sup>1</sup>

4- تمر التجارة الإلكترونية بمرحلة ضرورية هي مرحلة تسوية المدفوعات و لكي تنجح هذه التجارة و تتطور لا بد من تطوير أيضا في كيفية تسوية هذه المدفوعات حتى لا تعرقل النشاط التجاري الإلكتروني فلا بد أن تتم هذه التسوية بالطريقة الإلكترونية و على عكس الوسائل التكنولوجية الأخرى حيث قامت الأنترنت بتوفير وسائل الدفع الإلكتروني اللازمة لتسوية مدفوعات التجارة الإلكترونية و تشمل وسائل الدفع الأشكال المختلفة لبطاقة النقود الإلكترونية.

5- إن التجارة الإلكترونية تسعى إلى إمتداد الإقليمي لتصل إلى مختلف قارات العالم و للأكبر عدد ممكن من العملاء و بأقل تكلفة ممكنة و قد حققت الأنترنت هذه الغاية من خلال فتح المجال أمام إقامة مواقع الشركة في العالم الحقيقي فإن الإتجاه متزايد نحو إستخدام الأنترنت للإشياء مواقع إفتراضية لشركة و بتكلفة جد منخفضة فالأنترنت جعلت من الموقع أقل أهمية و ساوت بين مختلف أحجام المؤسسات.

6- تؤدي الأنترنت إلى التعامل التجاري دون منح أي إعتبار للعامل الزمني للأسواق مفتوحة لمدة 24 ساعة في اليوم و على مدار الأسبوع من أجل ممارسة الأنشطة التجارية الإلكترونية فالوقت أصبح عاملا غير مهم في إتصالات المؤسسة بزبائنهم

<sup>1</sup> إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 37.

- بحيث يستطيع الزبائن التسوق في أي وقت يناسبهم دون أن تعرقلهم أوقات العمل و لا غياب الموظفين، فموقع المؤسسة على الأنترنت يعمل بدون إنقطاع .
- 7- أدت الأنترنت إلى تسهيل كبير للإجراءات التجارية الإلكترونية حيث نشطة هذه الأداة التجارة من حيث سرعتها من خلال قضائها على الوسطاء فاستطاع صاحب موقع التجاري الإلكتروني تلقي المباشر للأوامر الشراء من المستهلكين و التسليم الفوري للبضائع دون المرور بقنوات التوزيع التقليدية.
- 8- إن التطور الهائل لاستخدام الأنترنت جعله يتحول ليكون أكبر شبكة لتبادل المعلومات و إن استخدام المؤسسات التجارية الإلكترونية لهذه الشبكة يساعدها في إيجاد المعلومات الخاصة بأخر إكتشافات و الإبداعات التكنولوجية التي تساهم في تطوير نشاطاتها، كما تحصل أيضا على معلومات حول منتوجات المنافسين و إستراتيجياتهم مما يساعد المؤسسة على الإستعداد لمواجهةهم و الحد من تهديداتهم.<sup>1</sup>
- الفرع الثاني: نظام التداول الإلكتروني.**

**مفهوم التداول:** التداول الإلكتروني هو عملية التداول في الأسواق المالية من خلال الأنترنت بشراء و بيع الأوراق المالية من خلال أجهزة إلكترونية و من مواقع مختلفة و يتم ذلك إما بواسطة وسطاء ماليين، مع إشتراط توفير في المستثمر معرفة أو العلم بقواعد التداول أو المخاطرة.

#### **أهداف نظام التداول الإلكتروني:**

يوجد هدفين يمكن تحقيقهما من وراء إدخال أو إستخدام نظام التداول الإلكتروني في الأسواق المالية و الذين يمثلان فيمايلي:

**أ- توفير السيولة:**

و يتم ذلك من خلال جذب أكبر قدر ممكن من البائعين و المشتريين و يعد توفر السيولة هدف، لأن قدرة السوق على مجموعة الأوامر تعتمد على مدى وجود إلتزامات ثابتة من المتداولين فيها، أو على الأقل مجموعة منها لتوفير السيولة في السوق، كما أن توافر السيولة في السوق معينة يجب على المتداولين الآخرين للإرسال أوامرهم إلى هذه السوق مما يزيد من سيولتها و توجد للسيولة أربعة أبعاد هي .

- 1- **الإتساع:** و هو مقدار الفرق بين أفضل عرض و طلب مضافا عليها عمولة السوق و السماورة المعروضة عند الأسعار المختلفة.
- 2- **الفورية:** و هي سرعة إتمام الصفقة.
- 3- **العمق:** و يتمثل بعدد الأوراق المالية المطلوبة و المعروضة عند الأسعار المختلفة.
- 4- **المرونة:** و هي سرعة رجوع الأسعار لوضعها السابق بعد الصفقة الكبيرة أخلة بتوازن العرض و الطلب و لم تكن مبنية على معلومات خاصة.<sup>2</sup>

1- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق، ص37

2الكاتب: حسان طاهر شريف، تقرورت محمد، أتساعد رضوان، جملة إقتصاديات شمال إفريقيا، 15، Volume1، Numere1، page136، page119.

أ- إكتشاف الأسعار:

يعد إكتشاف الأسعار هدفا رئيسيا لقواعد التداول الإلكتروني لأنه يجعل السوق أكثر كفاءة من حيث قدرتها على دمج المعلومات الجديدة عن الأوراق المالية في أسعارها بأقل وقت ممكن مما يقلل من الفرق بين سعر الورقة المالية و قيمتها مما يزيد ثقة المتداولين في السوق.

مميزات نظام التداول الإلكتروني:

من مميزات نظام التداول الإلكتروني مايلي:

- 1- السرعة القياسية في إجراء عمليات البيع و الشراء و من أي مكان يرتأي المستثمر إجراء عمليات الإستثمارية منها دون الحاجة إلى حضور إلى مبنى السوق.
- 2- الحصول على المعلومات عن الأوراق المالية المتداولة في الأسواق المالية في أي لحظة لتخاذ القرارات الإستثمارية حسب تقديره.
- 3- البيع و الشراء الفوري إستنادا إلى المعلومات التي حصل عليها من خلال الشبكة و مراقبته للأسعار و يمكن تكرار عملية البيع و الشراء في نفس الوقت و ذلك لما تتميز به عملية التداول الإلكتروني من سرعة فائقة في تسوية مقاصة و إستلام شهادة الإستثمار.
- 4- كل ذلك يتم من خلال وسيط مخول من قبل المستثمر و المصرح له من قبل السوق المالية بحيث يقوم المستثمر بإداع الحد الأدنى من مبلغ الإستثمار الذي تحدده تعليمات التعامل مع الأسواق المالية لغرض إجراء عمليات التداول.
- 5- زيادة عدد المستثمرين و زيادة معدلات تداول الأسهم فضلا عن جذب رؤوس الأموال الأجنبية و زيادة سيولة السوق.

سلبيات نظام التداول الإلكتروني:

رغم ما يميز نظام التداول من إيجابيات إلا أنه لا يخلو من السلبيات و التي يمكن حصرها في نقاط تالية:

1- تؤدي الأعطال المحتملة في أجهزة الحاسوب أو حدوث تراحم على الشبكة الإلكترونية نتيجة وجود العديد من الطلبات على المواقع سواء بالبيع أو بالشراء إلا تقليل فرصة إتمام الصفقة أو عدم إمكان تنفيذها من جانب المستثمر و بذلك قد تحدث بعض الخسائر مما يتطلب البحث عن وسائل بديلة للإتمام الصفقة.

2- تتغير السوق المالية في ظل التداول الإلكتروني في سرعة عالية جدا حيث يتطلب أخذ الاحتياطات كي لا يتعرض المستثمر إلى أزمات سيولة أو إلى دفع أكثر مما يرغب.<sup>1</sup>

قواعد التداول الإلكتروني:

نستعرض فيما يلي عدد من القواعد التفصيلية التي تحدد طبيعة آلية التداول الإلكتروني في السوق:

<sup>1</sup>الكاتب: حسان طاهر شريف، تقرورت محمد، أنساعد رضوان، جملة إقتصاديات شمال إفريقيا، 15، Volume1، Numere1، page136، page119.

### 1- الحد الأدنى للتغير في السعر:

يوجد في العديد من الأسواق المالية العالمية حد أدنى للتغير في السعر و قد يكون هذا الحد ثابتا مختلفا حسب الشريحة التي ينتمي إليها سعر الورقة المالية و من مزايا الحد الأدنى للتغير في السعر إنه يقلل من احتمال الخطأ خاصتا في الأسواق المالية التي تكثر فيها الصفقات حيث أنها تقلل من عدد الأسعار الممكنة لحدوث أي صفقة فيجعل المتداولين يركزون على عدد أقل من الاحتمالات و هو كذلك ضروري لتشجيع موفر السيولة على إرسال أوامرهم المقيدة إلى السوق، فإذا كان مقدار هذا الحد كبيرا كان حافزا موفرا للسيولة أكبر لصناعة السوق لأنه يعظم أرباحهم المتمثلة بصفة رئيسية في الفرق و لأنه يعطي من يبادر لتوفير السيولة في ظل أولوية السعر و الوقت، فرصة أولية في التنفيذ يصعب على غيره نيلها إلا بتنازل كبير و هو ما يعد حافز لمن يبادر بعرض السيولة.<sup>1</sup>

### 2- النداء أو الإستمرار :

في سوق النداء يتم تجميع أوامر البيع و الشراء الخاصة بسهم معين ليتم مقابلتها آنيا عند وقت واحد، و هي تولد في الغالب سعرا واحدا يعظم كمية الأوراق المالية المتبادلة بين البائعين و المشترين و تعد سوق النداء أفضل آلية للإفتتاح التداول أو إستئناف بعد توقف عارض للأن الأوامر تكون قد تراكمت مع مرور الوقت مما يحتم تنفيذها في وقت واحد عند سعر عادل. و في الأسواق المستمرة يمكن أن تحدث الصفقة في أي لحظة خلال وقت التداول عندما تتقاطع الأوامر السوقية مع الأوامر المقيدة الموجودة في سجل الأوامر و تناسب هذه السوق الأوراق المالية أكثر نشاطا لأنها تتطلب حجما أكبر من الأوامر لتعمل بكفاءة، و تتميز هذه السوق عن سوق النداء بالفورية و الشفافية فهي تتيح التنفيذ الفوري للمتداولين في أي وقت خلال وقت التداول، بينما لا يمكن ذلك في سوق النداء إلا مرات معدودة في اليوم كما أن معلومات المتداولين تكون أفضل عن وضع السوق في السوق المستمرة ففي ظل هذه السوق يعلم المتداولون تفاصيل العروض والطلبات السائدة و معلومات كل صفقة على حد(سعر، وقت، كمية)حسب درجة الشفافية التي تحددها كل سوق في حين يعلمون فقط مدا حدث في المتوسط.<sup>2</sup>

### 3- أولويات التنفيذ:

تحدد من الذي يستحق أن ينفذ أمره المقيد أولا من بين موفر السيولة، و تعد أولويات التنفيذ من أهم ما يؤثر على مدا تقديم المتداولين للإلتزامات الثابتة بتوفير السيولة و بصفة عامة تعطي الأولوية لما يقدمون أقوى إلتزامات و هم أولئك الذين يعرضون أفضل الأسعار في أسرع وقت و يرغبون في الإعلان عن هويتهم و لهذا تتبع معظم الأسواق أولوية السعر تم الوقت و من الطبيعي أن يحصل الأمر دو السعر الأفضل أما الأولوية الوقت فالهدف منها حماية و تشجيع

<sup>1</sup>الدسوقي محمد عرفة، حاسية الدسوقي، على الشرح الكبير، إحياء الكتب العربية القاهرة.

<sup>2</sup>علي سليمان، أحكام التعامل في السوق المالية المعاصرة، كنوز أشبيلية، ط1، 1436هـ

من يبادر إلى توفير السيولة، فحيث أن قرار إرسال الأمر المقيد ينطوي على مخاطر من جانب هذا التداول الأصيل الذي إختار توفير السيولة فإن أولوية الوقت تكافئه بوضعه بموقع أفضل ممن قد يقلده في التصرف دون أن يتحمل تكلفة جمع المعلومات التي أدت إلى إتخاذ هذا القرار و لكن هذا المقلد قد يسبقه في الأولوية بتقديم سعر أفضل من سعره، و تعتمد التكلفة التي سوف يتحملها المقلد على مقدار الحد الأدنى للتغير في السعر كما سبق بيانه.<sup>1</sup>

**4-درجة الشفافية:**

تعد آلية التداول أكثر شفافية إن كانت هناك معلومات متاحة أكثر عن الأوامر ( العروض، و الطلبات بإختلاف في درجة أفضليتها و حجمها و مدتها، و هوية مرسل هذه الأوامر) و عن الصفقات السابقة و تختلف آليات التداول فيما يتعلق بالشفافية فقد تسمح بعضها بأن يرى المتداولون معلومات كل أمر على حدى أو معلومات كلية عن عدد الأوراق المالية المعروضة عند الأسعار المختلفة و إن علت و عدد الأوراق المالية المطلوبة عند الأسعار المختلفة و إن نزلت، في حين تسمح الأخرى برؤية أفضل عرض و طلب و أفضل عارضين و طالبين فقط. و بعض الآليات قد تعرض سعر الأمر دون حجمه، أو تلزم المتداول بإعلان عن حجمه أو تترك له الخيار في ذلك، و كذلك الأوامر بالنسبة لهويته و فيما يتعلق بالصفقات السابقة تختلف آليات التداول كذلك في مقدار المعلومات التي تعلن وقت إعلانها.

**5-هيكل العمولة:**

يتطلب مقابلة البائعين مع المشترين و تنفيذ الصفقات و تسويتها استثمارا من قبل السوق و السماسرة و شركات التسوية في تقنية الإتصالات و الموارد البشرية التي تقوم بتشغيلها و صيانتها و من الطبيعي أن يتحمل المستفيدون من خدمات هذه التكلفة في أشكال نسبة عمولة التي يحددها هيكل العمولة المفروضة على أطراف الصفقات، و يمكن تصميم هيكل العمولة لتحقيق أهداف معينة يبتغيها المنظم، فمثلا قد تجعل نسبة العمولة متناقصة مع حجم الأوراق المالية المنفذة مما يحفز المتداول على إرسال الأوامر بكميات أكبر، كما يمكن تصميمه لتشجيع، من يقوم تطوعا بتوفير السيولة، و ذلك من خلال تحميل الطرف الذي وفر السيولة بنسبة عمولة أقل، فبالنسبة لكل صفقة يتحمل المتداول الذي وفر السيولة بإرسال أمر مقيد نسبة أقل ممن إستهلكها بإرسال أمر سوقي، و سوف يزداد حافز على توفير السيولة فيما لو ربطت نسبة العمولة التي يتحملها موفر السيولة طرديا بحجم الفرق بين سعر الأمر المقيد و أفضل سعر من جهة أخرى للسوق و عكسيا بكمية الأوراق المالية التي يعرضها أو يطلبها<sup>2</sup>

**6- مواجهة التلاعب:**

يقصد بالتلاعب بالأسواق المالية قيام متداول (أو مجموعة من المتداولين) بإرسال أوامر إلى السوق بهدف التأثير على توقعات السوق و من ثم الأسعار بشكل يجعلهم يربحون على حساب بقية المتداولين، و هو من أخطر ما يواجه السوق، فهو أسوأ حتى من التداول بناء على

<sup>1</sup>السوق المالية السعودية(التداول) موقع سوق على شبكة الأنترنت [www.todourifcom.so](http://www.todourifcom.so) تاريخ زمارة 2008/11/29.

<sup>2</sup>السحبياني محمد بن إبراهيم، 1420هـ نظام التداول الإلكتروني في سوق الأسهم السعودية، المجلة الاقتصادية

السعودية، ط1(4)2000. 11-91.

المعلومات الخاصة و إن كان يؤدي إلى غبن أحد طرفي التداول إلا أنه يقرب سعر الورقة المالية من قيمتها، في حين يؤدي التلاعب إلى الإبتعاد بسعر الورقة المالية عن قيمتها، مما يؤدي إلى تفاحش الغبن و ضعف ثقة المتداولين بالسوق، و ثقة المحللين و الباحثين بالنتائج التي يمكن أن يحصلوا عليها من تحليل البيانات المعلنة و نظرا للأهمية التعامل بناء على المعلومات الخاصة، و إن إشمطت على غبن، في تسريع عملية دمج المعلومات الداخلية و القريبة من حالة تلقي الركبان، كما لهذه المبادلات دور في زيادة كفاءة السوق، و لصعوبة إثبات مثل هذه التعاملات في ساحة القضاء .

#### 7- تقلب الأسعار:

بعد تقليل تقلبات الأسعار غير المبررة إقتصاديا من أحد الأهداف التي يسعى منظمو الأسواق إلى تحقيقها و من الملاحظ أن كبير حجم الفرق بسبب كبير الحجم الأدنى للتغير في السعر أو نقص سيولة السوق يؤدي إلى حدة تقلب الأسعار حول قيمة الورقة المالية فإذا كان هذا هو السبب فإن الحل يمكن بالطبع في تقليل الحد الأدنى للتغير في السعر و حفز المتداولين على عرض مزيد من السيولة و على العكس من ذلك يرى لبعض أن استقرار الأسعار لا يمكن أن يتم إلا من خلال الحد من طلب على السيولة بإستخدام وسائل مثل وقف التداول مؤقتا ثم إستئنافه ببناء، أو وضع حد أعلى للتغير في السعر، و هذه الإجراءات لا يجدها كثير من الإقتصاديين لأنها تؤدي إلى منع السعر من عكس القيمة المالية التوازنية في حينه، مع هذا فإن لها منافع قد تفوق في أحيان معينة تكلفة تقييد السعر، و هذه المنافع تتمثل في أن هذه الإجراءات تعطي المتداولين في السوق فرصة أفضل للتعرف على معلومات الجديدة المتعلقة بالأوراق المالية، و بالتالي تعديل أوامرهم قبل أن تنعكس في الأسعار، وهو ما يقلل من حدة الغبن.<sup>1</sup>

#### 8- التسوية و نقل الملكية:

تعقب التسوية و نقل الملكية مرحلة تنفيذ الصفقات، و في ظل نظام إلكتروني للتداول يمكن أن يكون وقت التسوية و نقل الملكية هو وقت التنفيذ، و لكنها تستغرق في العادة يوما أو يومين، أو أكثر بسبب عوامل أخرى، و تتمثل صعوبة هذه المرحلة في أنها تتطلب تبادل معلومات بين أكثر من جهة (الشركة المساهمة، شركة بتسوية، نظام متداول)، و يسبب أخطار المدفوعات، و تتمثل أخطار المدفوعات في إحتمال وقوع الخطأ، و خطر إعلان الإفلاس بسبب تغير الأسعار بشكل كبير بين وقت التنفيذ و التسوية أو لأسباب أخرى، و خطر حدوث أزمة مالية تترتب عليها عدم إمكانية تسوية عدد هائل من الصفقات.

و لاشك أن استخدام النظام الإلكتروني للتداول سوف يقلل من هذه المخاطر حيث يقل إحتمال الخطأ و يقل الفرق أو ينعدم بين وقت التنفيذ و التسوية، مع هذا يظل هناك مخاطر يتحتم

<sup>1</sup> السحبياني محمد إبراهيم 1419هـ، تصميم آلية التعامل في ظل نظام إلكتروني لتداول الأسهم، بحث قدم في مؤتمر القانون و تحديات المستقبل، جامعة الكويت، أكويت أكتوبر 1999.

مواجهتها بالحلول المناسبة، و من هذه الحلول ضمان مبالغ الصفقات قبل التنفيذ، و توحيد سجل المساهمين في قاعدة البيانات مرتبطة مباشرة بنظام التداول، و التأكد من ملاءة و حسن السمعة السماسرة و تجار الأوراق المالية الذين قد يسمح لهم بالإرتباط بنظام التداول، و أخيرا قد يتطلب الأمر وضع آلية يتم بمواجهتها وقف التداول مؤقتا عندما توقع أزمة مالية.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

تعتبر الجزائر من بين الدول التي مازالت متأخرة و شبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الإلكترونية، و لم تعطى حقها و بعد سبات عميق جاءت الصحة مأخرا.

### 1- نظرة عامة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر:

إن نمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية و الإتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال التردد و المماثلة في التطبيق هذه التجارة و إن محاولة رصد و دراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية و الرغبة في إجلاء الغموض عنها يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع، إلا أنه للأسف يطرح مشكل ندرة البيانات فلا توجد أي إحصائيات عن حجم التجارة الإلكترونية و يرجع لعدم إنطلاقها رسميا و بقائها مجرد حلم ينتظر تطبيقه، و كذلك عدم وجود هيئة أو جهة مختصة تكون مصدر قادرا على توفير البيانات و المؤشرات ذات الدلالة على مدى التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الإلكترونية.

إن هذا النقص في الإحصائيات لا يمنع وجود جوادر أولى للتجارة الإلكترونية الجزائرية فالسلطات العمومية أكدت عملها على تطوير التجارة الإلكترونية و إطلاق سراحها بعد أن طالت سنوات عديدة رهينة صعوبات و تعقيدات متعددة فعلى هامش إفتتاح الصالون الدولي للتكنولوجيا الإعلام و الإتصال 18 ماي 2009 الذي يحمل شعار التجارة الإلكترونية و الاقتصاد المعرفي.<sup>2</sup>

### 2- بعض تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

لا يقتصر مفهوم التجارة الإلكترونية على عملية إمتلاك موقع على الشبكة العنكبوتية العالمية و عقد الصفقات و إقامة الروابط التجارية عبر هذه الشبكة فقط، بل تستعمل هذه التجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات و التي سنتطرق إليها في هذه النقطة و التي تتمثل في الإعلان عبر الأنترنت أولا و مراكز الإتصال ثانيا.

#### أ- الإعلان عبر الأنترنت:

يعتبر الإعلان عبر الأنترنت من أكثر و سائل الترويج جاذبية و انتشارا في ظل الإتجاه نحو التجارة الإلكترونية، و تسويق المنتجات و الخدمات عبر الشبكات، بحيث من خلال توفير بيئة تفاعلية لتزويد الشريحة معينة من المجتمع و هو مستخدمو الأنترنت الجزائريون بالمعلومات اللازمة عن السلع و الخدمات مع إمكانية الطرح المباشر للإستفسارات و الحصول على

<sup>1</sup>المهاجي محمد سكال، أحكام عقد البيع في الفقه الإسلامي المالي، 1422هـ ط1 دار ابن حزم بيروت.

<sup>2</sup> Hocine l'Ombrien, comcementdu e- commerce en avril, journal el watan, n56, 38 de20 mai2009

الإجابات الفورية مع مساعدة هؤلاء المستخدمين على إكتشاف مواقع المتاجر الإلكترونية الجزائرية و من جهة أخرى يساعد هذا النوع من الإعلانات المؤسسات الجزائرية بكل أحجامها دون إستثناء على جذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين بفضل إستعمال الإعلانات لتكنولوجيا عالية.<sup>1</sup>

### ب-مراكز الإتصال:

يشهد جهاز الهاتف إستخدام واسع النطاق من قبل الجزائريين و بالتالي فإن هناك الكثير من الجزائريين من يقوم بالمعاملات تدخل في إطار التجارة الإلكترونية دون أن يدري، فالتعامل مع مراكز الإتصال يعد من التطبيقات التجارة الإلكترونية.

فمراكز الإتصال عبارة عن شركات خدمات عن بعد تتركز جل إهتمامها في مجال خدمة العملاء و تحقيق رضاهم من خلال تلقي مكالماتهم و الإجابة على إنشغلاتهم حول منتوجات و خدمات شركات أخرى. كما تجري هذه الشركات أيضا اتصالات بالعملاء لبيعهم منتجات و تقديم خدمات التسويق بالهاتف.

### 3-بعض مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

عرفت التجارة الإلكترونية في الجزائر نمو متسارع لبعض المواقع و التي يتم التعرف عليها في هذا الفرع و التي تمثل في دار الشهاب أولا، وسوق الجزائر ثانيا، تم سوق واد كنيس ثالثا، تم موقع صنع في الجزائر رابعا، و أخيرا موقع بيت الجزائر خامسا.

#### أ-دار الشهاب:

تعتبر دار الشهاب من أهم المؤسسات الجزائرية التي أدركت مبكرا ضرورة تعظيم الإستفادة من الثروة التكنولوجية الإعلام و الإتصال لتسويق منتجاتها حيث يحتوي هذا الموقع على نظام متكامل للتجارة الإلكترونية يسمح ببيع منتجاتها من خلال الأنترنت داخل و خارج الجزائر يحتوي هذا الموقع على فهرس إلكتروني يقدم معلومات مفصلة و دقيقة حول الكتب المتوفرة (إسم الكتاب، تاريخ النشر، السعر) و المقدر ب12 ألف كتاب موزع على إختصاصات متنوعة، و بعد تسجيل المستهلك في الموقع و تقديمه للمعلومات الشخصية(الإسم، الهاتف، العنوان) يحصل على إسم الدخول و الكلمة السر تمنح له حرية التصفح و إختيار الكتب.<sup>2</sup>

#### ب-سوق الجزائر:

يهتم السوق الجزائر بالمزادات و الصفقات الإلكترونية بين الأفراد، فهو يسعى إلى تحقيق التواصل بين الأفراد الراغبين في البيع أو الشراء سلعة معينة عبر شبكة الويب مقابل رسوم محددة فبعد عرض البائع لسلعة و التي غالبا ما تكون كتاب، برامج، ألعاب، أفلام في القسم المناسب لها يتمكن المشتري صاحب أعلى سعر من الفوز بالمزاد و يربح السلعة تم إتيج له

<sup>1</sup> عفاف خويلد، فعاليات الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات لدى مؤسسة الإقتصادية الجزائرية، مجلة الباحث

عدد87، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2009-2010متوفر على موقع [www.chiheb.com/](http://www.chiheb.com/) hc7u28-3cp238938

<sup>2</sup> [www.chiheb.com/](http://www.chiheb.com/) site/?page,cgv.

الموقع إمكانية التواصل مع البائع للإتفاق على كيفية التسديد قيمة السلعة و طريقة شحنها كما يستطيع المشتري إقتناء السلعة مباشرة إذ كان البائع يستخدم البيع المباشر.

#### ج- سوق واد كنيس:

يعتبر سوق واد كنيس أول مواقع التسوق عبر الأنترنت في الجزائر يهتم بوضع الإعلانات التجارية فهو بمثابة رابط حقيقي بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في البيع أو الشراء و مبادلة مختلف المنتوجات و يحقق هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه سنة 2007 وقد تمكن هذا الموقع من الفوز بالجائزة الثانية لأحسن موقع تسويق الإلكتروني جزائري و التي منحة له على هامش الدورة السادسة للصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام 2009.<sup>1</sup>

#### د-موقع صنع في الجزائر:

هو عبارة عن سوق إفتراضية جزائرية يسمح فيها للشركات بعرض سلعها و خدماتها بطريقة حديثة مما يوفر قاعدة إفتراضية جزائرية بين الشركات و يهتم هذا الموقع بالشركات الجزائرية خاصة المصدرة منها لمساعدتها على ترويج منتوجاتها على عدد كبير من المؤسسات و إتاحة إمكانية التواصل بين العارضين و الطالبين.

#### ه- موقع بيت الجزائر:

تعتبر عملية تصميم و إستضافة و بيع البرمجيات أحد أشكال التجارة الإلكترونية و أكثرها إنتشارا في الجزائر، و كمثال على ذلك الموقع(بيت الجزائر) الذي يقدم خدمات متكاملة تشمل كل الجوانب تجهيز و تشغيل المواقع الأنترنت للشركات و الأفراد على حد سواء، فهو يساعد عدد الراغبين في إنشاء متاجر إلكترونية من خلال تصميم المواقع الإلكترونية بأحدث تقنيات و تزويدها ببرامج سهلة للإدارة الموقع التجاري.<sup>2</sup>

#### الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

إن توفير بنية تحتية متطورة في المجال تطبيق التجارة الإلكترونية يحتاج إلى العديد من العوامل التكنولوجية و المعلوماتية المساعدة على نجاحها.

#### 1-شبكة الأنترنت:

إن رغبة الجزائر في التحول نحو إقتصاد المعرفة و التي تعد التجارة الإلكترونية جزءا منه يفترض لها أن تحقق و تتجسد على أرض الواقع مع نضوج و تطور الأنترنت كوسيط إلكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات و إزالة الحواجز و تخفيض التكاليف و رفع الكفاءات و السرعة في إنجاز المعاملات زاد وعي الدولة الجزائرية بضرورة هذا التحول و كانت أول الخطوات متخذة لتحقيق هذه الرغبة و تعميم تقنية الأنترنت في إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية وربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 لمركز البحث و الإعلام العالمي و التقني.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ahmed gasmai, oued Knies, com. : la belle histoire de l'eBay algerien, ntic magazine N47, september2010, disponible sur le site : www : nitc web, com/ composment/ option, com-net d/wnloads/ id288/ taskdawnload.

<sup>2</sup> [www.dz](http://www.dz) maison, com, op, cit.

<sup>3</sup> أنشأة في أبريل سنة 1986 centre de recherche et d'information scientifique et technique

التابع لوزارة التعليم العالي و البحث العلمي، فكان الإنطلاق الفعلي للإرتباط بالشبكة العنكبوتية في شهر مارس 1994 عن طريق إيطاليا حيث كانت سرعة الخط انداك ضعيفة جدا و لا تتعدى 9،6 كيلو بات(حرف ثنائي/تا و لكن هذه السرعة ما فتئت تنمو و تتطور لتبلغ 1 ميغا بايت/ثا بفضل الرابط الجزائري بواشنطن بالقمر الصناعي الأمريكي سنة 1998 و بعد مرور 10 سنوات تضاعفة هذه السرعة بأكثر من 200 مرة لتبلغ 6530 ميغا بايت/ثا أما فيما يخص تقديم خدمات الأنترنت فقد ظل القطاع محتكر من قبل الدولة حتى صدور قانون 257/98 في 25 أوت 1998 و الذي حرر هذا القطاع و أنهى الإحتكار.<sup>1</sup>

## 2-مزودي خدمات الأنترنت و المقاهي و المواقع الإلكترونية:

إن أهم أحد أركان التجارة الإلكترونية هو توفير بنية تحتية للإتصالات و تشهد هذه الأخيرة نمو نوعيا في الجزائر تجسد إلى أرض الواقع من خلال نمو سوق الأنترنت و زيادة إستخدامه خاصة في المجال التجاري.

### أ- مزودي خدمات الأنترنت:

تشهد السوق الجزائرية تزايد في عدد الشركات التي تقوم بمهمة التزويد بخدمات الأنترنت بعد أن كان مركز البحث في الإعلام العالمي و التقني هو المزود الرئيسي و الوحيد لخدمات الأنترنت في السنة 1998 بصدور المرسوم التنفيذي 254/98 الذي يبين شروط و كيفيات وضح إستغلال خدمات الأنترنت تسمح للمزودين آخرين بالظهور، حيث كان الشرط الأساسي لمنح الترخيص هو الجنسية الجزائرية و تقديم الطلبات لوزير الإتصال فقط.<sup>2</sup>

### ب- مقاهي الأنترنت:

تعرف مقاهي الأنترنت بأنها "مؤسسات علمية تربوية ثقافية تهدف إلى ترقية المعرفة في أوساط الجماهير، و تمثل فضاءات لتنظيم الجماعي و الدائم للمعلومات و الخدمات المتنوعة عبر الشبكة المتاحة للجميع" و يقصد هذه الأماكن مستعملو الأنترنت من مختلف الفئات العمرية ليتمكنوا من الإرتباط بشبكة الأنترنت و الحصول على خدمات متنوعة مثل إستعراض أنترنت، خدمة البريد الإلكتروني، و إنشاء عناوين لهذا البريد، المكالمات الهاتفية من خلال بروتكول الأنترنت بإضافة إلى خدمات المكتب على غرار برامج معالجة النصوص و التصوير المستندات و تصميم الاعمال الثابتة مثل تصميم البطاقات و الشعارات و ما إلى ذلك.<sup>3</sup>

### ت-المواقع الإلكترونية:

<sup>1</sup> إبراهيم بختي، دور الأنترنت و تطبيقاتها في مجال التسويق، مرجع سابق ص 196.

<sup>2</sup> Autorité de régulation de l post et de télécommunication : rapport onnel disponible sur le site : [www.arpt.dz/Fn/doc/pub/raa-2003.pdf](http://www.arpt.dz/Fn/doc/pub/raa-2003.pdf)

<sup>3</sup> محمد كريم فريحة، النوادي الإلكترونية، تحديات و بدائل، دراسة ميدانية بنوادي عنابة، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 27 العراق 2006، متوفرة على الموقع: [www.U/Un, L//b85, htm](http://www.U/Un, L//b85, htm)

شهدت السنوات الأخيرة تزايد و توجه الهيئات و المؤسسات الجزائرية و الأفراد على حد سواء لاكتساب المواقع الإلكترونية بغيت التعريف و التواصل و عرض المنتجات و الإنفتاح على الأسواق العالمية للإطلاع على العروض التجارية المتاحة و عقد الصفقات الإلكترونية بحيث يمكن وصف السوق الجزائرية لمواقع الأنترنت بأنها في إتجاه تصاعدي و أن هذا النمو المذهل لعملية تسجيل العناوين الرقمية الافتراضية على شبكة الأنترنت مؤشر واضح على زيادة التوجه نحو التجارة الإلكترونية من خلال زيادة الوعي و أن ملكية المواقع الإلكترونية من متطلبات الأساسية للأداء النشاط التجاري.

### ج- أجهزة الحاسوب:

من بين المستلزمات تطبيق التجارة الإلكترونية هي توفر أجهزة الحاسوب التي تتيح النفاذ إلى شبكة الأنترنت بشكل مبسط عبارة عن مجموعة من الحسابات المشبوكة ببعضها البعض و التي لها قدرة عظيمة على إنتاج و تخزين المعلومات و بناء جسر للتواصل المعرفي و التجاري بين مختلف المتعاملين بدأ استعمال أجهزة الحاسوب في الجزائر في سنوات الثمانينات إلى أن نسبة الانتشار كانت ضعيفة جدا و إقتصرت استعماله في معالجة النصوص و بعض العمليات الحسابية ثم بدأ استعماله شيئا فشيئا خاصة في مجال البحث العلمي و هو ما عزز استعماله في هذا المجال و السماح بالإتصال المجاني بالأنترنت من خلال إنشاء مصلحة إشتراك بهذه الشبكة، فكان كل الزبائن من أصحاب السجلات التجارية مما إنعكس على نمو عدد الحسابات بمعدل جد عالي.<sup>1</sup>

### الشبكات الهاتفية الثابتة و النقالة:

إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الإلكترونية هو توفير شبكات الإتصالات و يتم من خلالها النفاذ إلى الأنترنت لممارسة التجارة الإلكترونية و التي تتمثل في ما يلي:<sup>2</sup>

### الشبكات الهاتفية الثابتة:

إن نجاح الظاهرة الجديدة المعروفة بالتجارة الإلكترونية يتطلب حد أدنى من الخطوط الهاتفية الأرضية و بأسعار معقولة فالخطوط الهاتفية الثابتة هي السبيل الشائع للإشتراك في شبكة الأنترنت عرفت الجزائر تطور بطيئا و غير ملحوظ و يمكن التفسير تأخرها في هذا المجال بعدة أسباب من بينها: إفتقار الجزائر إلى البنية التحتية للخطوط الثابتة (الكابلات و النحاس) و مردود ذلك إلى الأسباب الجغرافية فأغلبية مساحة الجزائر مناطق صحراوية يصعب ربطها في الخطوط الهاتفية .

### الشبكات الهاتفية النقالة:

<sup>1</sup> تغريد يحي أبو سليم، أبعاد التحول نحو الحكومة الإلكترونية في الدول العربية، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة الجزائر 2005، ص190.  
<sup>2</sup> محمود سحنون، التجارة الإلكترونية و دورها في تسويق الخدمات المالية و المصرفية، حالة الدول العربية، مجلة الإقتصاد و المجتمع عدد 3، دار الهدى للطباعة و النشر، جامعة منثوري قسنطينة 2005، ص80.

يشهد قطاع المواصلات اللاسلكية تطورا باهرا في العالم بأسره، فزيادة على تنامي إستعمال التجاري للإنترنت و من شأنه أن يغير الصورة حول تبني التكنولوجيات الحديثة في الجزائر و يفتح المجال الواسع لإمكانية إستخدام الشبكات النقالة للولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية، كما أن نظام الهواتف المتنقلة توفر الحركية و التشخيص و سهولة الاستخدام و تضع الحد الأقصى لنفقات الإستهلاك النهائي فقد أغرق الجزائريين و أذا إلى زيادة إقبالهم على هذا النوع من الإتصالات حتى أصبح الجوال الأداة المفصلة للكثير من الجزائريين للإتصال و الإرتباط بالعالم الرقمي.

و عرفت الفترة الممتدة من 1994 إلى 2009 زيادة بأسلوب لم يسبق لها مثيل في إمكانية الحصول على خدمات الهاتف المحمول مما يبشر بالدور الهام للجوال في إمكانية تحقيق و تطور التجارة الإلكترونية فقد تضاعف عدد المشتركين في هذه الفترة من 300 مشترك إلى 32 مليون مشترك و يؤكد هذا المعدل أن الهواتف النقالة هي أكثر شكل من أشكال التكنولوجية الحديثة تثبيتا و إنتشارا في الجزائر.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني.

على ضوء التغيرات العالمية التي شهدتها عصرنا الحالي و مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة المستخدمة في كافة مجالات حياتنا إتسع نطاق التجارة الإلكترونية و استحدثته و سائلها حيث تطورت النقود و ظهرت بشكل جديد مناسب تماما لمعاملات التجارة الإلكترونية و أخذت الأساليب التقليدية للدفع تتراجع أمام نمو و إنتشار النظام الإلكتروني للدفع. و تصنف وسائل الدفع الإلكتروني بالإعتماد على توقيت الدفع ضمن ثلاثة أنظمة للدفع إلكترونيا.

### 1-التعريف بالمصطلح الإلكتروني:

عرف هذا المصطلح تشريعات عديدة نذكر منها قانون الولايات المتحدة الموحد و يعرف مصطلح إلكتروني بأنه: "تقنية كهربائية رقمية مغناطيسية، بصرية، الكهرومغناطيسية أو أي شكل من أشكال التكنولوجيا يتم بإمكانيات مماثلة لتك التقنيات".<sup>2</sup> هذا التعريف واسع يشمل كل وسيلة تعمل بالكهرباء أو المغناطيس أو غيرها من وسائل التكنولوجيا.

### 2- التعريف بتقنية الدفع الإلكتروني:

و هذا الجانب أيضا عرفته تشريعات مختلفة منها التشريع الأمريكي و الذي عرف الدفع على تقنين التجاري الموحد الأمريكي و التحويل الصادر عن المصدر المصرفي بأنه: "مجموعة الخطوات التي تبدأ بمجموعة التحويل الصادر عن المستفيد بهدف الدفع للمستفيد من الأمر و ذلك شفويا، إلكترونيا، أو كتابيا" ويشمل ذلك أي أمر صادر عن بنك الأمر أو بنك الوسيط يهدف إلى تنفيذ الأمر و تحويله و يتم النقل بقبول البنك المستفيد دفع قيمة الحوالة لمصلحة المستفيد المبين في الأمر.

<sup>1</sup> سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، نشرة فصيلة رقم1، جويلية 2005 متوفر عن الموقع

الإلكتروني.: [www, or pt dl/ Ar/ doc/ pub/ bult, arpt- baltin-Na-Ar, PDF](http://www.orpt.dl/Ar/doc/pub/bult_arpt-baltin-Na-Ar).

<sup>2</sup> جمال زكي الجرديلي، البيع الإلكتروني للسلع المقلاة عبر شبكة الإنترنت، دراسة فقهية مقارنة دار الفكر الجامعي، مصر

أما التشريع الجزائري فقد عرفها من خلال قانون النقد و القرض في المادة 69 من الأمر رقم 11/03 المؤرخ في أوت سنة 2003 على أنها: "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السن أو الأسلوب التقني المستعمل".<sup>1</sup>

### 1- نظام الدفع المسبق:

إن هذا النظام يسمح بالحصول على النقود مسبقا و سداد ثمنها لكي يتمكن بعد ذلك العميل من إقتناء حاجياته، بحيث يقوم العميل بدفع النقود الحقيقية مقدما ليحصل على وحدات النقد الإلكتروني من البنك بكمية التي يريد، و يقوم بتخزينها سواء على الشريحة الإلكترونية للبطاقة الذكية أو القرص الصلب للكمبيوتر و يشمل هذا النظام النقود الإلكترونية و البطاقات الذكية.

### أولا- النقود الإلكترونية:

شهدت السنوات الأخيرة إنتشارا جد كبير لإستخدام البطاقات الإئتمانية في تسوية المدفوعات الإلكترونية، إلا أن الكثير منهم شعروا بعدم الراحة لإستخدامها نظرا للمشاكل العديدة التي تنجم عنها، مما أدى إلى ظهور عملية نقدية غير مادية تتماشى تماما مع المشتريات عبر الأنترنت يطلق عليها اسم النقود الرقمية، النقدية الإلكترونية، النقود الإلكترونية.

### أ- تعريف النقود الإلكترونية:

يمكننا تعريف النقود الإلكترونية: "أنها مجموعة من البروتوكولات و التواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل المعاملات التقليدية، فالنقود الرقمية هي إلكترونية النقود التقليدية التي إعتدنا تداولها، تتولى مهمة إصدار النقود الإلكترونية البنوك التقليدية أو البنوك الافتراضية و لكن ليست في صورة القطع النقدية الملموسة، و إنما في شكل رسائل مكونة في سلسلة متتالية من أرقام سرية من 0 إلى 1 حيث تكون كل قطعة مميزة و وحيدة أي غير قابلة للتكرار، و على عكس النقود التقليدية فإن النقود الرقمية نستطيع إرسالها عبر الأنترنت أي نقلها إلكترونيا من كمبيوتر المدين إلى كمبيوتر الدائن".<sup>2</sup>

### ب- خصائص النقود الإلكترونية:

ظهرت النقود الإلكترونية لمعالجة نقائص بطاقات الإئتمانية في مجالين إلكترونيين أساسيين هما:

- النقود الإلكترونية تصلح لتسوية ميكرو مدفوعات، أي مدفوعات الأنترنت التي تكلف من سنتات قليلة إلى ما يقارب 10 دولارات وهو الحد الأدنى لمدفوعات بطاقة الإئتمان الإلكترونية قابلة للتجزئة لوحدات صغيرة.

- النقود الافتراضية ملائمة للأشخاص للإستخراج بطاقة الإئتمان بسبب صغر سنهم أو تدني مخولاتهم أو سبب وجود مشكلات لديهم.

<sup>1</sup> عرفتها المادة 66 من الأمر 10/90 من الأمر رقم 11/03 المؤرخ في 62 أوت سنة 2008. مرجع ناقص  
<sup>2</sup> إبراهيم بختي، دور الأنترنت و تطبيقاته في مجال التسويق، دراسة حالة الجزائر، مرجع سابق ص 115.

## 2- البطاقات الذكية:

تعتبر البطاقات الذكية أحدث البطاقات المنتجة على المستوى العالم، حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة ساهمت في الحد من مشاكل السرقة التي تتعرض لها البطاقات البلاستيكية الأخرى كالبطاقة الائتمانية.

### 1- تعريف البطاقة الذكية:

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الإئتمان عليها شريط ممغنط عليه رقم كودي يحمل شريحة (رقيقة) إلكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة بحيث تكون قادرة على أن تخزن و تسترجع و تعالج جميع البيانات الشخصية لحاملها.<sup>1</sup>

### ب- خصائص البطاقة الذكية:

لهذا النوع الحديث من البطاقات مجموعة من الخصائص يمكن إنجازها فيما يلي:  
- هي بمثابة كمبيوتر متنقل للتعامل لاحتوائها على سجل جميع المعلومات الشخصية: الإسم، العنوان، إسم المصرف، مباح المنصرف و تاريخ الحياة العميل المصرفية و تستطيع هذه البطاقات تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات مقارنة بالبطاقات البلاستيكية الأخرى.  
- تعبر عن قيمة نقدية مدفوعة مقدما، أي أن هذه البطاقة قادرة على تخزين نقد إلكتروني يعني حاملها عن الذهاب إلى البنك.

- تساعد على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص، فهي تلعب دور بطاقة الإئتمان و بطاقة الصرف و رخصة القيادة و بطاقة التأمين الصحي و كذلك بطاقة العمل، فهي تجمع بين كل هذه البطاقات متعددة الوظائف في بطاقة واحدة.

- تمثل أفضل حماية ضد التزوير و سوء الإستغلال إذ أن المعلومات التي توجد عليها مشفرة بحيث تستطيع أجهزة قراءة البطاقات للتأكد من أن هذه البطاقة أصلية من خلال التوقيع الرقمي المشفر المخزن في معالج البطاقة.

- انخفاض نسبة الخطأ لنشاط المغناطيسي لهذه البطاقات عند تمريرها على القارئ، حيث تصل هذه النسبة 100 خطأ لكل مليون معاملة مقابل 250 خطأ لكل مليون معاملة بالنسبة للبطاقات الأخرى.

### ج- مبدأ عمل البطاقات الذكية:

إن مبدأ عمل البطاقات الذكية يتمثل في ضرورة تعاملها مع أجهزة تحتوي على مجموعة من المعلومات على الذاكرة الخاصة بها، فيكفي مجرد تمرير البطاقة في جهاز القارئ ليتم قيمة الشراء بطريقة أوتوماتيكية و بكل سهولة من بطاقة المشتري و نقلها إلى جهاز البائع ليتمكن هذا الأخير من نقل قيمة الصفقة إلى حسابه البنكي.<sup>2</sup>

## 4- نظام الدفع الإلكتروني الفوري:

<sup>1</sup> السيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، منشورات المنظمة لتنمية الإدارية القاهرة 2006 ص 182.  
<sup>2</sup> منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، الشركات الإلكترونية، دار الفكر، الجامعي الإسكندرية 2006، ص 85.

يُوحى نظام الدفع الإلكتروني الفوري من نسبية بتسديد قيمة المشتريات لحظة إنجاز الصفقة دون أي تأجيل لتسوية المدفوعات و يشمل هذا النظام بطاقات الدفع الفوري التي ظهرت لتفتح المجال أمام شريحة من المستخدمين الذين لا يمكنهم الحصول على البطاقة الائتمانية (بسبب عدم أهليتهم ماليا) أن يتمكنوا من السداد باستخدام البطاقات البلاستيكية و عرفت المادة 27 من القانون رقم 05/18 على أنه يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، و فقا للتشريع المعمول به.<sup>1</sup>

#### أ- تعريف بطاقة الدفع الفوري:

إن بطاقة الخصم الفوري أو بطاقة السحب المباشر هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة، و بالتالي تحويل القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة على حساب التاجر مباشرة دون تأجيل و دون أن يقوم البنك بالسداد نيابة عن العميل.<sup>2</sup> تتميز هذه البطاقة بعدم تضمنها إئتمانا بل أنها تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك و كل ما يحدث عند الشراء هو خصم قيمة من حساب العميل في البنك خلال يوم أو إثنين.

#### ب- خصائص بطاقة الدفع الفوري:

هي بطاقة متعددة الإستخدامات، حيث تستعمل لسداد المشتريات كما تستعمل لسحب النقود من الحساب فهي تجمع بين نظام ATM و الإستخدام عند نقطة البيع POS. هي بطاقة متجددة حيث يمكن إعادة تحميلها بمبالغ مالية أخرى عن طريق إيداع نقود في البنك. توفر الوقت و الجهد من خلال الحسم المباشر من حساب العميل بصورة فورية بمجرد تقديم البطاقة.

#### ج- مبدأ عمل بطاقة الدفع الفوري:

يتم التسديد باستخدام بطاقة الدفع الفوري من خلال طريقتين هما:

- طريقة مباشرة و تتمثل في إدخال البطاقة في جهاز القارئ لدى البائع ليتمكن من تبين صلاحية هذه الأخيرة و توفر الرصيد الكافي فيها، و بعد أن يتم التأكد من البطاقة و بأن الطرفين مرخص لهما يعقد الصفقة فإن المبلغ يتم خصمه و تحويله مباشرة من حساب العميل إلى حساب التاجر.

- طريقة غير مباشرة و تمر هذه الطريقة بمجموعة من المراحل و هي:
- عندما يختار المشتري حاجياته يقدم بطاقته إلى البائع لتسوية المدفوعات.

<sup>1</sup>المادة 27 من القانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018 يتعلق الأمر بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية /العدد 28.

<sup>2</sup>محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، مصر 2009 ص316

- يقوم مسجل النقد الإلكتروني للبائع بتسجيل كل بيانات المشتري و كذلك بيانات البنك و مصدر البطاقة و مبلغ الصفقة.
- يرسل بيانات الصفقة إلى بنكه و يقوم بدوره بالمطالبة بالسداد من بنك المستهلك.
- يتأكد بنك المستهلك من البيانات المرسله و من توفر الرصيد الكافي للدفع و يرسل موافقته على الصفقة لبنك البائع و الذي يريد المبلغ في حساب البائع.

#### 5- نظام الدفع الإلكتروني المؤجل:

في نظام الدفع الإلكتروني المؤجل يتم الشراء الفوري و الدفع الأجل، بمعنى عدد إقتناء السلعة أو الخدمة لا يسدد المستهلك تمناها في الحين بل يحصل عليها و الدفع يتم فيها بعد من طرف البنك و ينطوي ضمن هذا النظام كل من بطاقة الإئتمان و البنك الإلكتروني.

أ- البطاقة الإئتمانية:

هي البطاقة البلاستيكية التي تصدرها المؤسسات المالية و المصرفية في حدود مبالغ معينة و تستخدم هذه البطاقة كضمان و الذي لا يمنحها البنك إلا بعد القيام بدراسة دقيقة و معمقة لملائمة العميل و موقعه المالي، و هذا بغرض تجنب المخاطر الناجمة عن عدم قدرة العميل على سداد ديونه و كما يبين إسمها فإن البطاقة الإئتمانية تتمثل في منح البنك لقرض أو إئتمان لحاملها بغية مساعدته على إنتقاء حاجياته و يتولى البنك سداد نيابة عنه لقيام العميل فيما بعد بتسديد هذا القرض خلال مدة منفق عليها.

#### ب- خصائص البطاقة الإئتمانية:

-تتيح بطاقة الإئتمانية إمكانية شراء السلع و الخدمات دون دفع قيمتها حالا، فهي تسمح بالشراء الفوري للدفع للأجل.

-تساعد هذه البطاقة على تنشيط السوق و زيادة السيولة من خلال خلق النقود المصرفية لأن المبدأ الأساسي لهذه البطاقات يتمثل في منح قروض للعملاء دون أن يكونوا مطالبين بسداد الإئتمان فوراً و إنما خلال خلق النقود المصرفية لأن المبدأ الأساسي لهذه البطاقات يتمثل في منح قروض للعملاء دون أن يكونوا مطالبين بسداد الإئتمان فوراً و إنما خلال أجل متفق عليه.

-تتميز بالقبول الواسع على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي، بحيث يستطيع حاملها أن يدفع مقابل مقتنياتها بإستخدام هذه البطاقات بأي مكان في العالم.

-تتمثل البطاقات الإئتمانية مصدر دخل جيد للبنوك من خلال حصولها على الرسوم مقابل الخدمات المقدمة للعملاء (رسوم إصدار العمولة عن كل عملية دفع) أو مقابل فوائد تأخير في السداد المفروضة على العملاء و كذلك العمولة المقتطعة من المبلغ المدفوع من البنك إلى التاجر.

-تتضمن هذه البطاقات صورة مجسمة لحاملها بغية القليل من التزوير و السرقة.<sup>1</sup>

#### ج- مبدأ عمل البطاقة الإئتمانية:

يمكن إستخدام البطاقة الإئتمانية بعدة طرق من بينها:

<sup>1</sup> أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية: أفاق الحاضر و تطلعات المستقبل، المكتبة العربية، مصر 2004، ص310.

- الدفع في مواقع البيع
- الدفع عن بعد عبر الأنترنت.

#### 6- الشيك الإلكتروني:

الشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية مؤمنة و موثقة تحمل إلتزاما قانونيا بالدفع هو ذات الإلتزام في الشيكات الورقية، أي أنه وثيقة إلكترونية تحل محل الشيكات الورقية و لكن بشكل منسق إلكترونيا، حيث يتم إرسال هذه الرسالة عبر البريد الإلكتروني المؤمن من مصدر الشيك إلى حامله، و هذه الأخيرة يتحمل المرسل تبيعها على مستحقته بعد تقديم الشيك للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت، حيث يحمل الشيك الإلكتروني نفس بيانات و المعلومات الموجودة في الشيك الورقي.

#### أ- خصائص الشيك الإلكتروني:

- تتميز الشكات الإلكترونية بانخفاض كبير في التكلفة المقاسة مقارنة بالشيك التقليدي حيث تبلغ التكلفة ما بين 25-35 سنا بينما تبلغ الثانية ما بين واحد دولار إلى 8،5 دولار مما يجعل هذا الشيك جد متميز في مجال التجارة الإلكترونية التي تتم بين المنظمات الأعمال أي (B2B).<sup>1</sup>

- إن الشيك الإلكتروني يحمل توقعات رقمية مشفرة يصعب تزويرها مما يمنح المزيد من الحماية و الأمان للمستخدمين، كما يستعمل هذا النظام بروتوكول يوفر شهادات إلكترونية تضمن شخصية المدين و بنكه و هذا البروتوكول هو (SEI).

- إن الشيك الإلكتروني هو وثيقة إلكترونية يتم الدفع بواسطتها من خلال تحميل برنامج خاص من طرف الزبون و دون الحاجة إلى إستعمال دفتر الشيكات الورقي.

#### ب- مبدأ عمل الشيك الإلكتروني:

يعتمد مبدأ عمل الشيك الإلكتروني على وجود وسيط بين البائع و المشتري لتسهيل المعاملات البنك أو جهة التخليص.

#### 7- المحفظة الإلكترونية:

تكون المحفظة الإلكترونية عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة حوسبية) يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي، أو تكون قرص مرن يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي، يتم نقل القيمة، المالية منها عبر الأنترنت.<sup>2</sup> فالمحفظة الإلكترونية هي برنامج يمكن تحميله بسهولة، يستخدم لتخزين المعلومات الخاصة بالشحن و الفواتير و أسماء المستهلكين و العناوين الدقيقة.

#### أ- خصائص المحفظة الإلكترونية:

<sup>1</sup> السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، مرجع سبق ذكره، ص181.  
<sup>2</sup> منير محمد الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص53.

-ملئ نماذج الفحص أوتوماتيكيا يتطلب الشراء عبر الأنترنت ضرورة ملئ المتسوق نماذج المعلومات الشخصية في كل معاملة مما يكلف كثيرا و يستغرق وقتا طويلا و قد ظهرت المحفظة الإلكترونية لتحمل هذه المشكلة عن طريق إدخال المعلومات أوتوماتيكيا.

- توفير مكان التخزين المحفظة الإلكترونية كما يشير إسمها فلها وظيفة أساسية تتمثل في حفظ الوثائق الإلكترونية (كبطاقات الائتمان، و النقد الإلكتروني) و محاولة توفير مخزن أمن لها.

**ب-مبدأ عمل المحفظة الإلكترونية:**

يتم استعمال المحفظة الإلكترونية و فقا لخطوات التالية:

-يدخل المتسوق إلى الموقع مقابل التعامل بالمحافظ الإلكترونية و يختار السلع التي تليها حاجياته.

- عند توجيه المتسوق إلى مكان الفحص الإلكتروني يطلب منه الموقع تحديد كيفية إدخال البيانات و المعلومات، سواء يقوم بطباعتها مباشرة أو يدخلها مباشرة من المحفظة التي تقوم بملئ المعلومات الضرورية أوتوماتيكيا داخل الموقع.

- تتكفل المحفظة موقع البائع بمهمة إتمام الصفقة و لا يطبع المتسوق شيئا حتى تقوم المحفظة بتتبع المشتريات و الحصول على إيصالات عن هذه المشتريات.

#### **8- نظام البنكي حديث الدفع:**

تماشيا مع التقدم التقني المذهل، طور الكثير من المصارف التقليدية و الإلكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي يمكن تلخيصها في الهاتف المصرفي و الأنترنت المصرفي و أوامر الدفع المصرفية و خدمات المقاصة الإلكترونية.

#### **أ- الهاتف المصرفي:**

هو نظام يعمل 24/24 و 7/7 أيام و خلال أيام العطل و قد أنشأ هذا النظام البنوك بغية تمكين عملائها من الحصول على توضيحات و إستفسارات خاصة عن حساباتهم عن طريق الإتصال بهذه المصارف و إستخدام رقم سري خاص لكل عميل، كما تمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات و تحويلها لسداد بعض الإلتزامات كالكمبيالات و الفواتير فضلا عن إمكانية الحصول على قرض.

#### **ب- الأنترنت المصرفي(البنك على الخط):**

يمكن للعميل في هذا النظام أن يصل للفرع الإلكتروني للبنك بطرق سهلة و بالتالي يحصل على خدمات المصرفية التي يحتاجها عبر الأنترنت و هو جالس في منزله و يتحاور مع موظف البنك، دون الذهاب شخصيا إلى هذا البنك، فبدلا من توسع البنوك في إنشاء مقر عقاري جديد لها، فإنها إتجهت نحو إنشاء موقع على شبكة الأنترنت.

#### **ج- أوامر الدفع المصرفية و الخدمات المقاصة الإلكترونية:**

في الماضي كان العميل يصدر أوامر الدفع لشخص ما بطريقة يدوية، أما الآن فأصبحت تتم في بعض المصارف من خلال نظام (خدمات المقاصة الإلكترونية المصرفية) و تسمح هذه الخدمة بتحويل النقود من حساب العميل إلى حسابات الأفراد الآخرين أو المنظمات أخرى في

أي وقت و في أي فرع لأي مصرف في الدولة، و تتولى خدمات المقاصة الآلية مؤسسة تقوم بتنفيذ عمليات المدفوعات و التحويلات النقدية بين البنوك المختلفة أو بين فروع البنك الواحد على أساس إلكتروني.<sup>1</sup>

### 9-تعريف العملات الإلكترونية:

يتم تعريف العملات الإلكترونية بأنها مجموعة من العملات التي تتم تعدينها و صناعتها بواسطة أجهزة الحاسوب بشكل إلكتروني، حيث يتم تداول هذه العملات في الوظائف الإلكترونية و شبكة الأنترنت، و تعتبر العملات الإلكترونية الأكثر حداثة في التعاملات المالية في العصر الحاضر و ذلك لزيادة الإقبال على العمل من خلال شبكة الأنترنت و في الوظائف الإلكترونية.

#### أ- فوائد العملات الإلكترونية:

تعتبر العملات الإلكترونية من الوسائل المالية الأكثر تداولاً في الوقت الحاضر باعتبارها العنصر الأساسي للتعاملات المالية الإلكترونية التي تحصل من خلال شبكة الأنترنت و سوف نذكر أهم الفوائد:

- اللامركزية و عدم الكشف عن الهوية، حيث تمتاز المعاملات المالية التي تتم عن طريق العملات الإلكترونية بنسبة عالية من الأمان باعتبارها عملات مشفرة.
- تسهيل المعاملات المالية، حيث تتم عن طريق العملات الإلكترونية، إجراء المعاملات المالية الإلكترونية بسهولة لما فيها من شفافية و عدم التعقيد.
- لا يمكن تزوير العملة الإلكترونية، حيث تمتاز العملة الإلكترونية بالشفافية بعكس العملات الورقية التي يتم تزويرها بسهولة.
- العملة الإلكترونية غير مرتبطة بأسعار الصرف، و أسعار الفائدة، ورسوم المعاملات المالية.
- تتم المعاملات المالية عن طريق العملات الإلكترونية بنفس السرعة و بصرف النظر عن مكان وجود المرسل و المستقبل.
- في المعاملات المالية المتعلقة بالعملات الإلكترونية، لا يمكن التصرف بها بشكل تعسفي من قبل المرسل حيث يمكن إسترداد تكاليف بطاقة الإئتمان بسهولة.

#### ب- أنواع العملات الإلكترونية:

**البيتكوين:** و تعتبر احد أشهر و أهم العملات الإلكترونية باعتبارها أول عملة إلكترونية غير مركزية في العالم.

**الإيثريوم:** و تعتبر ثاني أشهر العملات الإلكترونية بعد البيتكوين، حيث ظهرت هذه العملة للمرة الأولى في عام 2015.

**البيتكوين كاش:** حيث إستطاعت البيتكوين كاش تحقيق المركز الثالث من حيث القيمة السوقية للعملات الرقمية، و ذلك بالرغم من حداثة حيث تم إصدارها في منتصف عام 2017.

**الريبيل:** حيث حتل عملة الريبيل المركز الرابع من حيث القيمة السوقية للعملات الرقمية.

<sup>1</sup>منير محمد الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص63

الليتكوين: حيث تمتاز هذه العملة بسرعة معالجة و تسجيل المعاملات المالية.  
كاردانو: حيث تبلغ القيمة السوقية لهذه العملة 10.7 مليار دولار أمريكي، و يتم الترميز لها في منصات التداول بAda.<sup>1</sup>

## 10- المستهلك الإلكتروني:

يمكننا التعريف بالمستهلك بأنه:"الشخص الذي يلتحق بشبكة الشبكات و يسبح في فضاء الأنترنت، و يطفو من وقت لآخر على الويب بقصد الحصول على المعلومات المتعلقة بالسلع و الخدمات أي أن المستهلك هو الشخص الذي يتجول في الأنترنت و يزور مختلف مواقع الويب التجارية بحثا عن السلع و الخدمات التي تشبع حاجياته، بمعنى آخر المستهلك هو كل من يتعاقد إلكترونيا بقصد إشباع رغباته كما عرفته المادة 6 من قانون رقم 05-18 "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإستخدام النهائي".<sup>2</sup>

### أ- خصائص المستهلك الإلكتروني:

- هو شخص طبيعيا كان أو معنويا، الذي يبرم العقود المتعلقة بسلع أو خدمات للإنتفاع بها فقط دون أن يكون لديه نية لإستخدامها في المضاربة.  
- تختلف طبيعة السلع التي يتعاقد عليها المستهلك، فقد تكون سلع لتلبية حاجات شخصية كالمأكل و الملابس، أو خدمات مالية كالتأمين، أو فكرية كالتعليم، أو إستشارية قانونية.  
- هو الشخص الذي يستخدم وسيط إلكتروني لإتمام المعاملات التجارية.  
- هو الشخص الذي لا يملك القدرة الفنية للحكم على السلعة أو الخدمة الإستهلاكية محل التعاقد كما يمكننا تصنيف المستهلكين الذين يزورون مواقع التجارية ضمن ثلاث شرائح أساسية هي:  
أولاً- **مستهلكون عرضيون:** و هم الأشخاص الذين يزورون موقع الشركة بين الحين و الآخر، و لكن بشكل غير منتظم، فقد يزورون الموقع مرة واحدة فقط.  
ثانيا- **مستهلكون دائمون:** و هم الأشخاص الذين يبحرون في شبكة الأنترنت بشكل يومي أي يدخلون كل يوم لموقع الشركة على الويب بهدف معرفة آخر التطورات و التحسينات في هذه المنتجات.

ثالثا- **مستهلكون منتظمون:** و هم من يسعون إلى تلبية حاجياتهم بشكل متكرر و منتظم، فقد يزورون الموقع التجاري مثلا كل نهاية الأسبوع.<sup>3</sup>

### ب-إلتزامات المستهلك الإلكتروني:

وضحته المادة 16 من القانون رقم 05-18 ما لم ينص العقد الإلكتروني على خلاف ذلك، يلتزم على المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه.

<sup>1</sup> بواسطة: يوسف عبد الجبار، آخر تحديث: 13:26، 26 مايو 2019.

<sup>2</sup> المادة 6 من القانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية/ العدد 28.

<sup>3</sup> نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن 2005، ص132.

و وضحته المادة 17 كذلك من نفس القانون يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني توقيع وصل إستلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني:

- لا يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يرفض توقيع وصل الاستلام
- تسلم نسخة من وصل الإستلام و جوبا للمستهلك الإلكتروني.<sup>1</sup>

### خلاصة الفصل الأول:

تواصل التجارة الإلكترونية نموها لتقضي شيئاً فشيئاً على الأساليب التقليدية فقد لخصنا من خلال ما تقدم أنها حققت زيادات عالية ولا تزال آخذة في النماء و إستقطاب قدرا كبيرا من إهتمام الدول على الصعيد العالمي، مما يؤكد أهميتها المتسارعة و دورها في تنمية التعاملات التجارية و الإقتصادية الحالية، و ينتشر بمستقبل واعد لهذا النشاط التجاري. و كانت التجارة قديما تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات، إلا أن التطورات و التحولات السريعة أحدثت الكثير من التغيرات في النشاط التجاري، و ادخلت البشرية في عصر جديد تصاحب مع تزايد الإستخدام للإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، لاسيما الأنترنت لتسهيل التبادلات التجارية و قد حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء

<sup>1</sup>المادة 16 و المادة 17 من القانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية/ العدد 28.

الضوء على ظاهرة الحديثة المعروفة باسم التجارة الإلكترونية و إزالة الغموض عنها بإستعراض أدوات تكنولوجيا الإعلام و الإتصال المساهمة في ظهورها، و معرفة ماهية هذه التجارة و أهم أشكالها و إنعكاساتها الإيجابية على المؤسسات التي تمكنت من إختراق الأسواق العالمية و الوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين بأقل التكاليف، و كذلك المستهلكين الذين أضحى بإمكانهم إقتناء حاجياتهم بمجرد نقرة زر.

## الفصل الثاني

## الفصل الثاني: النظام التجاري الإلكتروني العالمي.

تمكنت شبكة الأنترنت منذ نهاية القرن الماضي و بداية القرن الحالي من فرض نفسها كأساس قوي حيث أحدث ثورة تكنولوجيا و معلوماتية بكل أبعادها، و مع سيادة النظام الإقتصادي العالمي الجديد نشأت التجارة الإلكترونية التي تعد من أبرز هذه التحولات في مجال الأعمال حيث هناك إتفاقا عاما حول الدعم الكبير الذي تقدمه اليوم للتبادل التجاري، و أصبح هناك ضرورة حتمية أمام المؤسسات التي ترغب في الحفاظ على و جودها و موقعها في عالم تسوده المنافسة و تقوده التكنولوجيا أن تتبع هذا النمط الجديد من التجاري.

و من أجل التعرف على ماهية التجارة الخارجية جاء هذا الفصل ليعالج عدة تصورات و ذلك من خلال المبحثين التاليين:

**المبحث الأول:** اعتبار التجارة الإلكترونية كمظهر من مظاهر التجارة العالمية.

**المبحث الثاني:** التنظيم الدولي للتجارة الإلكترونية.

**المبحث الأول: إعتبار التجارة الإلكترونية كمظهر من مظاهر التجارة الدولية.**  
تعتبر التجارة من القطاعات الأساسية في إقتصاد أي بلد. لأنها تعتبر لأحد مكونات النشاط الإقتصادي و هو المبادلة، في الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتحقيق هذا النشاط، وبطبيعة الحال فإن التجارة تطورت مع تطور المبادلة واتساع رقعتها بسبب توفر وسائل الاتصال والمواصلات، فلم تعد مقتصرة بئين أفراد بلد واحد بل تعدى الأمر إلى التبادل التجاري بئين الدول أي التجارة الخارجية.

### **المطلب الأول: ماهية التجارة الخارجية.**

التجارة الخارجية هي عبارة عن مجموعة من النشاطات التي تعتمد على تداول المنتجات بين دولة معينة و دول أخرى، و تعرف بأنها تبادل الخدمات، ورؤوس الأموال، و السلع، عن طريق الحدود الدولية أو الإقليمية، و تشكل التجارة الخارجية جزءا مهما من إقتصاد أغلب دول العالم، كما تؤثر بشكل مباشر على ناتجها المحلي الإجمالي.<sup>1</sup>

### **الفرع الأول: الاتفاقيات الصادرة عن المنظمة العلمية الفكرية (wipo) بشأن التجارة الإلكترونية و التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية.**

تعتبر إتفاقية التريبس أحد أهم الإنجازات التي تضاف إلى إنجازات اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، حيث أوجدت هذه الإتفاقية نظاما قانونيا دوليا يحمي و ينظم حقوق الملكية الفكرية، قبل التوقيع على هذه الإتفاقية، عانت الدول الصناعية الكبرى كثيرا من عدم قيام الدول النامية و المتوسطة بتوفير حماية كاملة لحقوق الملكية الصناعية و الفكرية، و جميع حقوق الملكية الفكرية الأخرى.

حيث لم تكن تتعامل الدول النامية بالحزم الكافي مع المتعدين على تلك الحقوق عند ثبوت هذا التعدي(ضعف التنظيم القانوني المجرم لتلك الأعمال)، على نحو كان يشجع هؤلاء المتعدون على التمادي في الأعمال التي تشكل إنتهاكا لتلك الحقوق، ما يضر في جملة باقتصاديات و مصالح المشروعات التجارية في الدول المتقدمة، كان هذا التوجه السلبي متعمدا في كثير من الأحيان، حيث كانت تمتنع تكلم الدول عن حماية حقوق الملكية بشكل مقصود، رغبة منها في حماية صناعاتها المحلية و تنميتها، حيث كانت تعتقد تلك الدول أن فرض تلك الحماية سيؤدي بالضرورة إلى القضاء على العديد من الصناعات المحلية، لعدم إستطاعة تلك الصناعات شراء حقوق الملكية محل التعدي، و بالذات حقوق الملكية المتعلقة بالصناعات الدوائية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>كتابة محمد مروان، آخر تحديث:13:34، 16 أغسطس 2017.

<sup>2</sup>الدكتور محمود فياض، المعاصر في قوانين التجارة الدولية، النشر و التوزيع الوراق، الطبعة الأولى 2012، ص،ص،370،369.

كما تهتم المنظمة العالمية للملكية الفكرية بحماية حقوق الملكية الفكرية على شبكة الأنترنت لمنع الإعتداء على العلامات التجارية و براءات الإختراع و حقوق التأليف في ضوء المنازعات المرتبطة بالعناوين الإلكترونية، حيث يلعب مركز التحكيم و الوساطة التابع للمنظمة العالمية الفكرية دورا كبيرا في حل النزاعات الناتجة عن التجارة الإلكترونية. و تجسيدا للدور الأساسي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، تبنت تلك المنظمة كلا من الإتفاقية المتعلقة بحماية حق المؤلف و الإتفاقية المتعلقة بحماية حقوق فناني الأداء و التسجيلات الصوتية، تضمنت الإتفاقيات حماية لحق المؤلف و الحقوق المجاورة له في البيئة الإلكترونية.<sup>1</sup>

وافقت الجمعية العامة لليوبو، في إجتماعها المنعقد في سبتمبر 1998 على عدة إقتراحات ترمي إلى تعزيز التنسيق بين مختلف أنشطة المنظمة المتعلقة بأثر التجارة الإلكترونية و الاقتصاد الرقمي في الملكية الفكرية.

**أولا: وصف تحليلي لبرامج الويبو وأنشطتها في مجال التجارة الإلكترونية:**

كما ورد في الوثيقة التي رفعت إلى الجمعية العامة لليوبو أثناء إجتماعها في سبتمبر 1998 بشأن ذلك الموضوع، فإن التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي يؤثران في شتى برامج المنظمة وأنشطتها. وتسهيلا لفهم ذلك الأثر، فقد أعيد بيان تلك الأنشطة المختلفة مع التركيز على التجارة الإلكترونية في هذه الوثيقة

**ثانيا: مواصلة تحديد المسائل وتوسيع نطاق الاشتراك في تلك العملية.**

لا تزال التجارة الإلكترونية في المراحل الأولى من نشأتها، وهي تتطور في محيط التكنولوجيا والأعمال الذي يتسم بسرعة التغيير وعمقه، وفي ذلك السياق، فلا مفر من أن يكون تقييم أثر التجارة الإلكترونية في الملكية الفكرية عملية مستمرة تقتضي رسدا دقيقا للتطورات بغرض البت في أية تدابير ضرورية أو مناسبة من الممكن إتخاذها على الصعيد الدولي للحفاظ على فعالية حماية الملكية الفكرية وتعزيزها وعليه، فإن تحديد المسائل يعتبر جزءا أساسيا من برنامج عمل المنظمة فيما يتعلق بأثر التجارة الإلكترونية في الملكية الفكرية.

و تباشر التجارة الإلكترونية عبر وسيط عالمي لا حدود له هو الانترنت، ومعظم ذلك النشاط، سواء كان بين الشركات أو بين الشركة والمستهلك، يتم على الصعيد الدولي وبين أشخاص يخضعون لأنظمة قضائية مختلفة، وبالمثل كثيرا ما تترتب على العمل التشريعي أو التنظيمي المنجز على الصعيد الوطني في مجال التجارة الإلكترونية عواقب على المستوى الدولي، ونظرا إلى الطبيعة الدولية التي تتسم بها التجارة الإلكترونية والردود عليها، فمن المعتقد أن من المهم أن تسهم المنظمة في توسيع نطاق و اشتراك البلدان

<sup>1</sup> بسام شيخ العشرة واخرة، التجارة الإلكترونية، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية 2018، ص15

النامية في عملية تحديد المسائل الناجمة عن واقع التجارة الإلكترونية والتصدي لها في إطار برنامج عملها (أنظر البرنامج 6- 2 من مشروع البرنامج والميزانية لفترة السنتين 2000 و2001).

### القضايا المستجدة والقضايا الموازية:

#### القضايا المستجدة:

نشهد حالياً عدداً من التطورات التي تحدث على الصعيد الوطني والتي لها علاقة بواقع التجارة الإلكترونية على الملكية الفكرية ومن الممكن اعتبارها جديرة بالاهتمام على الصعيد الدولي كذلك وبصفة خاصة، تجدر الإشارة إلى التطورات الثلاثة الوارد ذكرها أدناه.

- 1- تلك التطورات إمكانية سن تشريعات وطنية تجرم على الصعيد المدني والجنائي إنتهاك الحقوق المترتبة على العلامات التجارية في حالات تسجيل أسماء الحقول على شبكة الإنترنت و الإنفعا بها بشكل تعسفي ("السطو الإلكتروني"). ويجري حالياً النظر في إمكانية سن تشريع من ذلك القبيل في الولايات المتحدة الأمريكية. ويعتبر بعض البلدان الأخرى أن تشريعه الراهن يوفر أساساً كافياً لمعالجة السطو الإلكتروني.
- 2- المجالات المستجدة مسؤولية موردي الخدمات على الشبكات الإلكترونية.

تناولت الولايات المتحدة الأمريكية ذلك الموضوع في تشريعها عن حق المؤلف الرقمي للألفية المقبلة مركزة فيه على إزاء حق المؤلف، وقد ورد تناول ذلك الموضوع أيضاً في التوجيه المقترح على البرلمان الأوروبي والمجلس الأوروبي بشأن بعض النواحي القانونية للتجارة الإلكترونية في السوق الداخلية، ويتناول ذلك الإقتراح. المسألة من زاوية المسؤولية عامة. ويعمل عدد من البلدان الأخرى حالياً على إعداد ردود تشريعية على تلك المسألة.

- 3- المجالات المستجدة ضمان المعلومات الدقيقة و الوثيقة التي تمكن من الاتصال بالأشخاص الذين يعرضون خدماتهم أو يباشرون نشاطهم على الإنترنت. وتكمن أهمية تلك المعلومات من منظور حماية الملكية الفكرية في أنها تحمل إحدى الوسائل القليلة لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية. فأصحاب العلامات التجارية الذين يرغبون في رفع دعوى ضد صاحب إسم حقل على الإنترنت زاعماً أنه يخرق القانون أو أصحاب حق المؤلف الذين يرغبون في العثور على مشغل موقع على نافذة الواب يحتوي على بيانات من المزعم أنها تخالف القانون يحتاجون إلى تلك المعلومات لإتخاذ أي إجراء ضد من يزعمون أنهم يخالفون القانون.

#### القضايا الموازية:

كما يتضح من بعض المناهج المتبعة في تناول موضوع مسؤولية موديري الخدمات على الشبكات الإلكترونية ومن حيث مختلف مصالح الجمهور التي تدفع إلى ضمان

توفير معلومات موثوقة ودقيقة لتمكين الإتصال بأصحاب أسماء الحقول، فإن العديد من القضايا التي يثيرها وقع الاقتصاد الرقمي على الملكية الفكرية يحمل بعدا أفقي، إذ أن تلك القضايا تعني أيضا واضعي السياسات العامة في مجالات أخرى. ويجعل ذلك البعد من الصعب على واضعي السياسات تحديد المنظور المناسب لدى صياغة السياسات (العامة أو الخاصة) في بعض المجالات وتعيين الإدارة الحكومية أو الوكالة المناسبة لرسم تلك السياسات.

وهناك مسألتان عامتان لهما واقع واسع على عدة مجالات تغطيها السياسة العامة كما لها واقع حيوي على حماية الملكية الفكرية، ونظرا إلى ما تأتي به المسألتان من واقع خاص على الملكية الفكرية، فمن المهم للمنظمة أن تتبّع عن كثب التطورات التي تحدث في ذلك الصدد حتى وإن كان ذلك في إطار مختلف لا يخص الملكية الفكرية.

**1-المسألة الأولى:** فهي صلاحية العقود المبرمة إلكترونيا. فمن منظور الملكية الفكرية، يقتضي الترخيص الإلكتروني للملكية الفكرية إطارا قانونيا يقر بصلاحية العقود الإلكترونية. وقد أنجزت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الكثير في هذا الصدد، إذ أصدرت قانونا نموذجيا عن التجارة الإلكترونية يرمي بصفة خاصة إلى تأكيد الطابع القانوني لآثار الإتصالات والعقود الإلكترونية.

**2-المسألة الثانية:** فهي الاختصاص القضائي بل المسائل المتعلقة بتحديد المحكمة المختصة والقانون المطبق في كل حالة. ويكتسي هذا الموضوع أهمية قصوى من حيث إقترانه باستغلال الملكية الفكرية على الإنترنت ولا بد من رصد المناقشات الجارية بشأنه في مختلف المحافل والمناسبات.<sup>1</sup>

### - التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية:

بالرغم من حداثة التجارة الإلكترونية في عالمنا العربي، إلا أن العديد من الدول العربية أدركت الأهمية البالغة لهذا النوع من التجارة، فعملت جاهدة على تهيئة الظروف الملائمة له، خاصة فيما يتعلق بالنواحي التقنية و القانونية حيث عملت على تطوير البنى التحتية اللازمة للتجارة الإلكترونية، ذلك أن تلك التشريعات من شأنها أن تمنح الثقة و الأمان للمتعاملين بهذا النوع من التجارة.

إلا أن بالمقابل نرى عددا من الدول العربية التي ما زالت بعيدة عن تطور التكنولوجيا و التقني نظرا لضعف الإمكانيات، و لقلّة الوعي المعلوماتي.

<sup>1</sup>الويبوwipo، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، الجمعية العامة للويبو، الدورة الرابعة و العشرون(الدورة العادية الرابعة عشرة)، جنيف، من 20 إلى 29 سبتمبر 1999.

و إننا إذا إستعرضنا التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية، فإننا نجد أنها تبنت ما صدر عن لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية الأونسيرال في إعداد تشريعاتها الخاصة بالتجارة الإلكترونية و صياغتها.

و تعد دولة الإمارات العربية المتحدة في مقدمة الدول العربية التي إهتمت بالتجارة الإلكترونية، و سعت إلى إقامة الحكومة الإلكترونية، حيث عملة على تشكيل اللجان المختصة لوضع التشريع الناظم لعمل التجارة الإلكترونية و الإعلام رقم (1) عام 2000، و من ثم صدر قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا و التجارة الإلكترونية الإماراتي رقم (2) عام 2002.

و لحقت الدول العربية الأخرى بالركب الحضاري و التكنولوجي الرائد، فكان القانون التونسي الخاص بالمبادلات و التجارة الإلكترونية رقم /83/ لسنة 2000، و قانون التجارة الإلكترونية البحريني رقم /7/ لسنة 2002، و قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم /15/ لسنة 2004، و قانون التوقيع الإلكتروني السوري رقم /4/ تاريخ 2009/2/25، و مشروع قانون المعاملات و التجارة الإلكترونية السوري، و غيرها من التشريعات العربية الخاصة بالمعاملات التجارة الإلكترونية، التي كانت ضرورة حتمية لتأمين الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية و توفير الثقة و الأمان للمتعاملين بها.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: القوانين النموذجية الصادرة عن منظمة التجارة العالمية بشأن التجارة الإلكترونية.

منظمة التجارة العالمية هي المنتدى الحضري للتفاوض على القواعد العالمية التي تحكم التجارة عبر الحدود في السلع والخدمات وتطبيقها. أظهرت الدراسات أن النظام القائم على القواعد والذي يشمل السلع و الخدمات وحقوق الملكية الفكرية يمكن أن يساعد في ضمان وجود نظام تجاري شفاف و قابل للتنبؤ للتجارة الإلكترونية، وأنه ليس من السهل على الدول الأعضاء العودة من الالتزامات التي تعهدت بها في منظمة التجارة العالمية، وفي سبتمبر 1998، إعتد المجلس العامل منظمة التجارة العالمية برنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

و في إطار برنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وافق أعضاء منظمة التجارة العالمية على مواصلة ممارسة عدم فرض الرسوم الجمركية على عمليات إرسال الإلكترونيات. و في المراحل الأولى من برنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية، أعد مجلس التجارة في السلع، ومجلس التجارة في الخدمات، ومجلس تريبس، و لجنة التجارة والتنمية و رقاقات معلومات أساسية، كما قدمت الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أوراق إلى المستقبل. وشملت المناطق التيلا يمكن لأعضاء منظمة التجارة العالمية الوصول إلى توافق

<sup>1</sup>سمير حامد عبد العزيز الجمال- التعاقد عبر تقنيات الإتصال الحديثة (دراسة مقارنة)- الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر 2006، ص 56.

في الآراء فيها تصنيف المنتوجات الرقمية (مثل الموسيقى والكتب الإلكترونية، وما إلى ذلك) كسلع أو خدمات، وتمديد الوقف الاختياري للرسوم الجمركية على الإرسال الإلكتروني بسبب المخاوف المتعلقة بالخسائر في الإيرادات أثّرت بشكل خاص من قبل الدول النامية.

### 1- مؤتمر سنغافورة الوزاري في ديسمبر 1966

و في ديسمبر 1996، تم إبرام ita في مؤتمر سنغافورة الوزاري مع 29 بلدا عضوا في منظمة التجارة العالمية، بما في ذلك الهند تلتزم بإلغاء التعريفات على عدد من منتجات تكنولوجيا المعلومات، و الآن تجاوز عدد المشاركين في منظمة التجارة العالمية أكثر من 80 عضوا، و إنضم عدد من الدول المنظمة حديثا إلى الإتفاقية.<sup>1</sup>

**المؤتمر الوزاري الأول في سنغافورة عام 1996:** إشتراك في هذا المؤتمر وزراء التجارة و الخارجية و المالية، و الزراعة أكثر من 120 عضوا في منظمة التجارة العالمية، و كان أول مؤتمر منذ دخول المنظمة حيز التنفيذ في جانفي 1995، و شمل هذا المؤتمر إجتماعات قانونية و جلسات عمل ثنائية و جماعية بين الدول الأعضاء، و ناقشت هذه الإجتماعات و الجلسات المسائل المتعلقة بجدول أعمال المنظمة خلال السنتين الأولين من نشاط و تنفيذ إتفاقات جولة أورغواي.

و كان على جدول أعمال المؤتمر الوزاري موضوعات مطروحة كثيرة و صل عددها إلى أكثر من 20 بندا.

كما يوجد إعلانات صادرة عن المؤتمر الوزاري الأول لدعم المنظمة كمنتدى للتفاوض و مواصلة تحرير التجارة ضمن نظام القواعد المعمول به في المنظمة، و كذلك مراجعة و تقييم السياسات التجارية و خاصة من أجل تقييم تنفيذ إلتزاماتنا بموجب إتفاقات و قرارات منظمة التجارة العالمية، و مراجعة المفاوضات المستمرة و جدول الأعمال، متابعة التطورات في التجارة الدولية، مواجهة تحديات الإقتصاد العالمي المتطور.<sup>2</sup>

### 2- مؤتمر الدوحة 9-13 نوفمبر 2001.

في نوفمبر 2001، عندما تم إطلاق جدول أعمال الدوحة للتنمية (جولة الدوحة)، كان بمثابة منصة لتقديم إلتزامات جديدة وصياغة إلتزامات جديدة لتسهيل التجارة الإلكترونية. وقد أدرج جدول أعمال المناقشة الأولى مواضيع حول تصنيف محتوى بعض الإرساليات الإلكترونية، والمسائل المتعلقة بالتنمية، الأثار المالية للتجارة الإلكترونية، و الإختصاص القضائي. كان برنامج عمل منظمة التجارة العالمية خلال

<sup>1</sup>Arpita Mukerjee Avantika Kapoor; Trade Rules in E-commerce: Wto and India; workingPaper No.354; INDIAN COUNCIL FOR RESEARCH ON INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS; March 2018; P 18; 19: [http://icrier.org/pdf/warking\\_paper\\_354.pdf](http://icrier.org/pdf/warking_paper_354.pdf).

<sup>2</sup>المؤتمرات الوزارية لمنظمة التجارة العالمية، مؤتمرات و ندوات/ قطر، 3-10-2004.

هذه الفترة مدفوعا في المقام الأول بالإتصالات من عدد قليل من البلدان المتقدمة مثل الولايات المتحدة وأستراليا والمفوضية الأوروبية واليابان.<sup>1</sup> في مؤتمر عام 2001، إتفق وزراء التجارة على إجراء جولة جديدة تماما من المفاوضات والخدمات التجارية متعددة الأطراف.<sup>2</sup> أصدر الوزراء إعلانين الأول، الإعلان الرئيسي طوى المفاوضات الجارية في الزراعة والخدمات في جدول أعمال أوسع، و الذي يعرف عموما بإسم جولة الدوحة للتنمية، بالإضافة تضمن جدول أعمال الدوحة موضوع التعريفات الصناعية، و الموضوعات التي تهم البلدان النامية، و التغييرات في قواعد منظمة التجارة العالمية، و غيرها من الأحكام، الإعلان الثاني تناول إتفاقية الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية (إتفاق تريبس) و السماح للحكومة بأن تكون مرنة فيما يتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة للتعامل مع المشكلات الصحية.<sup>3</sup> عقد الإجتماع بعد شهرين فقط من هجوم مركز التجارة العالمي، و نتيجة لذلك دعا بعض المسؤولين الحكوميين إلى مزيد من التماسك السياسي و رأوا في المفاوضات التجارية وسيلة لتحقيق هذه الغاية، يعتقد بعض المسؤولين أن جولة جديدة من المفاوضات التجارية متعددة الأطراف يمكن أن تساعد الإقتصاد العالمي الذي أضعف بسبب الركود و عدم اليقين المرتبط بالإرهاب.<sup>4</sup>

### 3- إتفاقيات التجارة الحرة في العصر الجديد (FTAS):

بين عامي 2000 و 2010، قام عدد من البلدان بتخفيض التعريفات الجمركية من جانب واحد و دخلت في إتفاقيات تجارية أدت إلى تخفيض التعريفات على منتجات تكنولوجيا المعلومات. ومع ذلك، في الوقت نفسه، بدأ عدد التدابير غير الجمركية أو الحواجز التجارية ذات الصلة بالمعايير، وإصدار الشهادات، واللوائح التنظيمية، وما إلى ذلك، في الزيادة. وفي الخدمات أيضا، حيث أزال البلدان القيود المفروضة على الوصول إلى الأسواق عن طريق تحرير نظام الإستثمار الأجنبي المباشر، جعلت الأنظمة المحلية صارمة والحواجز التنظيمية صعبت في التجارة. وبالتالي، بدأت المناقشات في منظمة التجارة العالمية بالتركز على التدابير غير التعريفية، و التأخير التنظيمي، والوصول غير التمييزي، والشفافية، إلى جانب الوصول إلى الأسواق.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Arpita Mukherjee Avantika Kapoor ; op. cite ; p 22,23.

<sup>2</sup> فيرجسون، إيان ف.(18-01-2008)، مفاوضات منظمة التجارة العالمية: أجندة الدوحة للتنمية (بي دي إف). خدمة أبحاث الكونغرس، مؤرشف من الأصلي (بي دي إف) في 25 يوليو 2008، تم الإسترجاع 2008-07-26.

<sup>3</sup> المؤتمر ينتهي بالإتفاق على برنامج جديد، منظمة التجارة العلمية 2001-11-14، تم الإسترجاع 2008-07-31.

<sup>4</sup> فيرجسون، إيان ف.(18-01-2008)، نفس المرجع، ص 2.

<sup>5</sup> Arpitamukherjeeavantika Kapoor ; op. Cite ; p23, 24

و أدى التقدم البطيء في جولة الدوحة إلى انتشار الإتفاقات و الإلتزامات التجارية الثنائية والإقليمية بموجب هذه الإتفاقات، وهي أفضل بكثير من التزمات جولة أوروغواي. كما بدأت إتفاقيات التجارة الحرة في العصر الجديد (FTAs) التي تشمل السلع والخدمات و الاستثمار و حقوق الملكية الفكرية وتيسير التجارة والتعاون الجمركي في إدراج أحكام بشأن التجارة الإلكترونية. وبالإضافة إلى الوصول إلى الأسواق، والوقف الاختياري للمنتجات المعفاة من الرسوم الجمركية ولمعاملة المتساوية، عالجة العديد من إتفاقيات التجارة الحرة قضايا مثل التوثيق والتصديق على التوقيعات الإلكترونية، والشهادات الإلكترونية والتداول اللامركزي، وحماية المستهلك عبر الإنترنت والبيانات الشخصية. بدأت الولايات المتحدة، على وجه الخصوص، في الدفع باتجاه التجارة الحرة في التجارة الإلكترونية من خلال إتفاقياتها التجارية الثنائية، التي لديها على النحو متزايد قواعد شاملة والتزمات أقوى في الفصل الخاص بالتجارة الإلكترونية.

#### 4- الإتفاق الإطاري لرابطة دول جنوب شرق آسيا (ASEAN) المؤرخ في 24 نوفمبر 2000:

كما بدأت دول مثل أستراليا و مناطق مثل رابطة دول جنوب شرق آسيا (ASEAN) بالتركيز على قواعد التجارة الإلكترونية في إتفاقياتها التجارية. تعمل الدول الأعضاء في الرابطة على موائمة تشريعاتها المحلية بشأن التجارة الإلكترونية بموجب الإتفاق الإطاري لرابطة دول جنوب شرق آسيا (ASEAN) المؤرخ في 24 نوفمبر 2000، و قد أنشأ لجنة تنسيق التجارة الإلكترونية للأسيان في نوفمبر 2016، و تعمل الأسيان من أجل رابطة دول جنوب شرق آسيا، إتفاق التجارة الإلكترونية، الذي سيكون أولوية في رئاسة سنغافورة في الأسيان 2018، في إتفاق الشراكة الاقتصادية بين المفوضية الأوروبية و المنتدى الكاريبية ودول المحيط الهادي (cariforum)، الذي تم توقيعه في 15 أكتوبر 2008، و وضع الطرفان مبادئ معينة حول قضايا مثل تصنيف عمليات التسليم من قبل الوسائل الإلكترونية كخدمات لم يتوصل بعد بشأنها برنامج عمل منظمة التجارة العالمية إلى توافق في الآراء، تتضمن هذه الإتفاقية أيضا نص للحوار حول القضايا التنظيمية التي تثيرها التجارة الإلكترونية و تتضمن الإتفاقات الإقليمية الضخمة مثل tpp و ttip أحكاما شاملة لتسهيل التجارة الإلكترونية، و التي تجاوزة نطاق المناقشات في برنامج عمل منظمة التجارة العالمية، مثل الولايات المتحدة، الصين هي مصدر رئيسي للتجارة الإلكترونية، و مع ذلك بدأت الصين في استخدام إتفاقيات التجارة الحرة لتنظيم التجارة الإلكترونية فقط عام 2006.

### 5- في أكتوبر 2013 Gats plus إتفاقية:

في أكتوبر 2013، قدمت مجموعة من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ورقة تحتوي على تفاصيل حول إطار تم الإتفاق عليه بين المجموعة للتفاوض على إتفاقية التجارة في الخدمات، و في وقت لاحق تم إطلاق مفاوضات، الهند ليست جزءا من هذه المفاوضات متعددة الأطراف، و التي تضم 23 عضوا بما في ذلك الولايات المتحدة و الإتحاد الاوروبي و أستراليا و كندا و اليابان و هونغ كونغ(الصين) و المكسيك و الشيلي و باكستان.

في 14 فبراير 2013، قدمت لجنة التجارة والتنمية مذكرة أساسية عن "تطوير التجارة الإلكترونية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" والتي ناقشت كيف يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة الاستفادة من التجارة الإلكترونية، وما هي قضايا البنية التحتية والسياسة على سبيل المثال (الاختراقات في إمدادات النطاق العريض، واختراق الإنترنت البطيء، والمخاوف الأمنية، والافتقار إلى المهارات التقنية، والحماية القانونية غير الكافية للمشتريات عبر الإنترنت، وما إلى ذلك) التي تقيد الشركات الصغيرة و المتوسطة من استخدام الكامل للتجارة الإلكترونية.

### 6-المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية الذي عقد مؤخرا في بوينس آيرس، من 10 إلى 13 ديسمبر 2017:

في المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية الذي عقد مؤخرا في بوينس آيرس من 10 إلى 13 ديسمبر 2017 تقرر أن يستمر برنامج العمل بشأن التجارة الإلكترونية على أساس الولاية الحالية، و وافق الأعضاء على الحفاظ على الممارسة الحالية المتمثلة في عدم فرض الرسوم الجمركية على الإرسالات الإلكترونية حتى الدورة المقبلة، هي التي من المقرر أن تنعقد في يوليو 2019. 95 قدم عدد من الدول الأعضاء في المنظمة التجارية العالمية بما في ذلك الهند الإتصالات في ديسمبر 2017 قبل المؤتمر الوزاري مباشرة، تغطي المقترحات مجموعة من المواقف، بما في ذلك الحفاظ على برامج العمل الحالي، و صياغة المناقشات المخصصة في إطار برامج العمل الحالي و إنشاء مجموعة عمل جديدة لتوحيد جميع المناقشات حول التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية.

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف التحرير التجاري، شروط نجاحه و آثاره، التوجهات الحديثة للتجارة الخارجية تم نتعرض إلى الخطوات العملية لتحرير التجارة العالمية الخارجية.

<sup>1</sup>Arpitamukherjeeavantika Kapoor ; op. Cite ; p25, 26

## الفرع الأول: مفهوم تحرير التجارة الخارجية و شروط نجاحها. أولاً: مفاهيم تحرير التجارة الخارجية.

يعني التحرير التجاري: "التخلي بشكل عام عن قيود التجارة وأسعار الصرف" كما يمكن تعريف سياسة تحرير التجارة الخارجية على أنها جملة الإجراءات والتدابير الهادفة إلى تحويل نظام التجارة الخارجية تجاه الحياد، بمعنى عدم تدخل الدولة اتجاه الواردات أو الصادرات وهي عملية تستغرق وقتاً طويلاً،<sup>1</sup> وعليه يمكن القول أن تحرير التجارة الخارجية، يعني التخلي التام عن وضع القيود على التجارة الخارجية وأسعار الصرف، من خلال وضع جملة من التدابير و الإجراءات الهادفة إلى تحويل نظام التجارة الخارجية تجاه الحياد.

### 1-أسباب تحرير التجارة الخارجية:

إن برامج تحرير القطاع الخارجي في الغالب هي جزء من برنامج متكامل لإصلاحات هيكلية تنتهجها الدول، وذلك بغية دفع عجلة النمو في الإقتصاد وهذا التوجه مرده إلى أسباب مترابطة منها:

أولاً: تدهور شروط التبادل التجاري خصوصاً فيما يتعلق بزيادة أسعار البترول واتجاه أسعار المواد الأولية الأخرى نحو الإنخفاض.

ثانياً- الضغوط التي تمارسها المؤسسات الدولية وبعض الدول الغربية، وذلك بعد تفاقم أزمة المديونية في الدول النامية عام 1982، حيث أجمعت الدول الغربية والمؤسسات الدولية على أن تحرير التجارة الخارجية هو عنصر أساسي لإنعاش الإقتصاد العالمي، و مارست المنظمات الدولية ضغوطها على الدول النامية من خلال قروضها الشريطة.<sup>2</sup>

### 2- مزايا تحرير التجارة الخارجية:

تؤدي عملية تحرير التجارة الخارجية إلى العديد من المنافع والمزايا للدول النامية منها:

**تشجيع المنافسة في الأسواق المحلية:** يؤدي تحرير التجارة الخارجية إلى إزالة العوائق في المبادلات الخارجية وهذا بدوره يقود إلى إحداث آثار تنافسية هامة في الإقتصاد.

<sup>1</sup>قدي عبد المجيد، مدخل إلى السياسات الإقتصادية الكلية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 249.

<sup>2</sup>حسان لخطر، برامج إصلاح التجارة الخارجية و تقييمها، على الموقع: [www.arab-ari.org/cour25/pdf](http://www.arab-ari.org/cour25/pdf)

ص، ص، ص، 17، 16.

**التقليص من التزامات الحكومة:** والناجمة عن قيامها بإجراءات التجارة الخارجية من جهة وتحملها لتكاليف ناجمة عن التحديد الإداري لأسعار الصرف، مما يجعل الحكومة تتصرف لمهام أخرى<sup>1</sup>.

### 3- شروط نجاح التحرير التجاري وأثاره:

#### شروط نجاح التحرير التجاري:

تعتمد سياسة تحرير التجارة الخارجية على مجموعة من الأدوات أهمها (تغيير نظام الأسعار، تغيير نمط تدخل الدولة في التجارة الخارجية، تغيير أسعار الصرف....) و إستنادا إلى التجارب السابقة التي عرفتتها مختلف دول العالم في سياستها لتحرير تجارتها الخارجية فإنه ثمة متطلبات يجب توفيرها من أهمها:

أ- يتطلب تحرير التجارة الخارجية وجود سياسة إقتصادية كلية سليمة، وأسعار صرف واقعية تعكس الواقع الإقتصادي.  
ب- أن تكون السياسات المتعلقة بالاستثمار والأسعار والبطالة تعمل في إتجاه التحرير ودعمه.

ج- من المفيد الابتداء في التحرير بإلغاء الحصص و القيود الكمية المماثلة و التي يمكن في البداية استبدالها بتعريفية جمركية، لأن التعريفية تضيف نوعا من الشفافية على الحماية، فتبني المنفعيين من الحماية وحجم هذا الانتفاع<sup>2</sup>.

### 4- أثار تحرير التجارة الخارجية:

هناك العديد من الآثار التي تنجم عن جراء إتباع الدول لبرامج تحرير التجارة الخارجية، حيث تؤثر هذه البرامج على العديد من الجوانب الإقتصادية و الإجتماعية و غيرها:

أولا- **الآثار الإقتصادية:** تؤثر برامج تحرير التجارة الخارجية على الجانب الإقتصادي من خلال:

1- **رفع معدلات نمو الإنتاج وتحسين الإنتاجية:** إن تحرير التجارة أو رفع الحماية يسمح بتحقيق معدلات نمو أكبر من خلال توفر موارد أكبر، وتحسين إنتاجية عناصر الإنتاج، ولقد أثبتت الكثير من الدراسات على وجود علاقة طردية بين الإنفتاح و النمو الإقتصادي.

<sup>1</sup>حسان لخطر، برامج إصلاح التجارة الخارجية و تقييمها، مرجع سبق ذكره، ص21.  
<sup>2</sup>قدي عبد المجيد، مدخل إلى السياسات الإقتصادية الكلية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص، ص251، 252.

2- **إستغلال وفرات الحجم:** إن الإِنفتاح على الخارج خاصة من حيث رفع الحماية من شأنه الحد من القوى الإحتكارية، ويسمح باستغلال و فرات الحجم، وقد أثبتت الدراسات المتوافرة فبهذا المجال وفي معظمها للدول المتقدمة، وجود علاقة واضحة يُبين درجة الإِنفتاح و استغلال وفرات الحجم.

3- **رفع معدلات التصدير وتنويعه:** يلعب تشجيع التصدير وتنويعه دورا هاما في برامج تحرير التجارة الخارجية، إذا أن إرتفاع الصادرات يضمن عائداً من العملة الصعبة، وبالتالي سياسة تشجيع التصدير تضمن تحسناً فيوضع ميزان المدفوعات و إرتفاعاً في معدلات النمو الإقتصادي.<sup>1</sup>

**ثانيا- الآثار الإجماعية:** تعتبر الآثار الإجماعية من أصعب الجوانب من حيث التقييم. حيث تكتسب هذه الآثار أهمية خاصة نظراً لأن أي برنامج يؤثر سلباً على توزيع الدخل وعلى الطبقات الفقيرة، ونظراً للمصاعب التي تواجهها هذه الآثار، اعتمدت الدراسات التي قيمت الآثار الإجماعية لبرامج تحرير التجارة الخارجية بعض المؤشرات منها:

- 1- **حصة الأجور في الدخل الوطني:** إن تراجع حدة الأجور في الدخل الوطني تشير إلى تفاقم البطالة وتدني مستوى المعيشة، حيث يتسبب رفع الحماية في تفهقر بعض الشركات أو القطاعات التي لا تستطيع أن تواجه المنافسة الخارجية، ويؤدي ذلك إلى تسريح العمالة، خاصة غير المتخصصة مما ينجم عنه إرتفاع معدلات البطالة.
- 2- **مستوى الإستهلاك للفرد الواحد:** حيث يعبر مستوى الإستهلاك للفرد الواحد عن مستوى الرفاهية، فتدني مستوى الإستهلاك الحقيقي يعني تدهور في مستوى المعيشة.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: الخطوات العملية لتحرير التجارة الخارجية:

يجب على الراغبين في الحصول على إحدى شهادات التوافق البيئي لتحرير التجارة العالمية الدولية، ان يضعوا مجموعة من العوامل في الاعتبار يتمثل اهمها في:

#### أولاً- تحديد المنتجات الرئيسية:

شهادات الإيكونو تنطلق بوجه عام على خطوط الإنتاج أحادية المنتج، ولذا فإن المنتجين يركزون و نفي البداية على منتج التصدير الرئيسي، حيث أن أي خسارة في حصة السوق نتيجة لعدم وجود علامة التوافق البيئي يكون لها عواقب مالية وخيمة، قد تدل إلى حد الخروج من السوق بالكامل، فبعض الدول من المانيا تضع شروط واضحة وقوية ترتبط بالمتطلبات البيئية تمنع أي منتج لا يحمل علامة تفيد بالتوافق البيئي من الدخول لأسواقها مما يعني ان هذه الشهادات أصبحت الآن بمثابة جواز المرور للمنتجات عرب

<sup>1</sup>ناجي تواتي، السياسات التنظيمية لقطاع الخدمات، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2001، ص7.

<sup>2</sup>حسان لخطر، برامج إصلاح التجارة الخارجية و تقييمها، مرجع سبق ذكره، صص، 12، 8.

الأسواق الدولية، لذلك فلا بد من دراسة أي منتج سيتم تنفيذ إجراءات الحصول على شهادة التوافق البيئي عليه أولاً، كذلك في محاولة من المصدرين للحفاظ على حصصهم التي يستحوذون عليها في أسواق التصدير الرئيسية خاصة وأن المنافسة أصبحت أكثر ضراوة في مثل هذه الأسواق، هذا فضلاً عن وجود المنافس القادر على توفيق أوضاعه بيئياً والوفاء بأي متطلبات أخرى يرغب المستورد في تحقيقها رغبة من الإستحواذ على حصة أكبر في هذه الأسواق.

### تحليل متطلبات السوق:

إن تحليل متطلبات السوق تختلف من مشتري لآخر، ومن دولة لأخرى حيث أن المصدر الرئيسي لمثل هذه المتطلبات لا ينبع من المستوردين أنفسهم وإنما هو في الأصل نابع من قاعدة المعلومات التي يحتفظ بها المستورد عن تفضيلات ورغبات المستهلكين، ولذلك يمكن القول بأنه عند دراسة وتحليل أي من شهادات التوافق الدولي للتوافق البيئي سيتم السعي في إجراءات الحصول عليها، وهنا يتم تلك الشهادة التي تتميز بالقبول العام لدى الكثير من المستوردين أو تلك الشهادة التي تحاول الوفاء بأكثر المتطلبات شيوعاً بين المستوردين، وتجدر الإشارة إلى أن شهادة التوافق البيئي ليست هي نهاية المطاف بالنسبة للمتطلبات البيئية التي يرغب المستورد في تحقيقها، وإنما من الممكن أو من المتوقع أن يكون للمستورد طلبات أخرى إضافية، و لكن تعتبر شهادات التوافق البيئي هي نقطة الإنطلاق التي يمكن من عندها بداية المفاوضات بين كل من المستورد و المصدر، و التي لا يمكن التحدث عن أي متطلبات إضافية.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: التنظيم الدولي للتجارة الإلكترونية.

عند الحديث عن التجارة الإلكترونية لابد من تسليط الضوء على المسائل القانونية المرتبطة بهذه التجارة حيث تبذل جهود عديدة من أجل إثبات صحة المستندات الإلكترونية و قبول أو اعتماد التوقيعات الإلكترونية على هذه المستندات، خاصة أن تعامل التجارة الإلكترونية لابد و أن يخضع للقانون الدولي.

<sup>1</sup>جميل محمد خالد، أساسيات الاقتصاد الدولي، الأكاديميون للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2004، ص،ص، 208، 207.

### المطلب الأول: التنظيم القانوني الدولي للتجارة الإلكترونية.

تتير التجارة الإلكترونية الكثير من المشكلات ذات الطبيعة القانونية نظرا لما قد تسببه من إرتكاب للجرائم من خلال أطرافها أو أحدها بارتكاب جرائم تزوير أو سرقة أو تحايل أو غير ذلك، وما يهمننا في هذا المجال التنظيم القانوني الدولي للتجارة الإلكترونية.<sup>1</sup>

#### الفرع الأول: على المستوى الغربي.

#### 1- مشروع منظمة الأمم المتحدة لقانون التجارة الإلكترونية.

وافقت لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية و التي يطلق عليها (الأونسترال) أو نموذج لمشروع القانون الموحد للتجارة الإلكترونية في 16-12-1996 و على الرغم من أن مشروع القانون لم يعرف ( التجارة الإلكترونية) و اكتف بتعريف تبادل المعلومات الإلكترونية و من ضمنها التجارة الإلكترونية فقد عرف تبادل المعلومات بأنها النقل الإلكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات بإستخدام نظام متفق عليه للإعداد المعلومات، و قد رأت اللجنة أن هذا التعريف، يغطي كل إستعمال المعلومات الإلكترونية في التجارة و التي أطلق عليها بالتجارة الإلكترونية، و بناء على ذلك يعد من و سائل الإتصال التي تغطي التجارة الإلكترونية، و التي يسعان فيها بالوسائل الإلكترونية النقل من الكمبيوتر للكمبيوتر لمعطيات تجارية و فقا لنظام عرض موحد ( شكل موحد) و نقل الرسائل الإلكترونية بإستعمال قواعد عامة أو قواعد قياسية و النقل بالطريقة الإلكترونية كإستخدام الأنترنت و يلاحظ أن مشروع قانون الأونسترال للأمم المتحدة لها سلبيات و إيجابيات يمكن بيانها بخصوص موضوع التجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

و بالنسبة لسلبيات الملاحظة في هذا المشروع أنه لم يعطي تعريفا عاما للتجارة الإلكترونية خاصتا و أن هذا الأخير لم يحدد لها الفقه تعريفا واضحا و دقيقا و لذلك كان من الأولى إعطاء تعريف عام للتجارة الإلكترونية حتى يمكن الإسترشاد به في العمل ضمن التجارة الإلكترونية مما يعني أن عدم وجود تعريف زاد صعوبة في الأمر.

فضلا عن ذلك، إن مشروع القانون توسع جدا في أساليب التعامل الخاص بالتجارة الإلكترونية أي أنه تناول تفعيل و سائل التجارة الإلكترونية بصورة واسعة و واضحة و بالتالي فإن المشروع جاء بتعريف الوسائل دون تعريف التجارة الإلكترونية نفسها.

<sup>1</sup>مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية(دراسة مقارنة) القاهرة، دار النهضة العربية للنشر، 2001، ص

61.

<sup>2</sup>إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص33

أما بالنسبة لإيجابيات هذا المشروع فيمكن تلخيصها بالآتي:  
أولاً: إن مشروع قانون الأمم المتحدة للتجارة الإلكترونية يجوز الأخذ به واحداً من الأمثلة على التعاون الدولي في وضع إطار قانوني دولي مشترك، بغية العمل على تنظيم التجارة الإلكترونية بما يساعد الدول على الأخذ بهذا القانون و الإسترشاد به في وضع القوانين الوطنية الخاصة بالتجارة الإلكترونية و يسمح لإطلاع الدول على الرؤية الدولية التي يجب أن تكون متناسبة مع إهتمامات الدول.  
ثانياً: إن القانون النموذجي للأمم المتحدة يضع قواعد محددة بشأن التجارة الإلكترونية و التوقيع الإلكتروني، إذ يتجه هذا المشروع إلى إثبات صحة المستندات المستخدمة في المعاملات التجارية الإلكترونية من الناحية القانونية الدولية، مما يساعد على العمل على إعطاء فرصة واضحة لأدراك أهمية تلك المستندات في ظل غياب التشريعات الوطنية و الإقليمية اللازمة في عملية تقنين التجارة الإلكترونية.<sup>1</sup>

و الملاحظ أنه و من نص مشروع قانون الأمم المتحدة فإنه يسري على أي نوع من المعلومات في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية، و قد بين المشروع أن المقصود بالأنشطة تفسير واسع بحيث يشمل المسائل الناشئة عن جميع العلاقات ذات الطابع التجاري سواء كانت تعاقدية أو لم تكن و تشمل العلاقات ذات الطابع التجاري التي أوردها القانون على سبيل المثال المعاملة التجارية لتوريد البضائع و السلع و الخدمات، التمثيل التجاري، منح الترخيص و غيرها و مهما يكن من أمر فإننا نرى أن القانون الأونيسترال يعد خطوة مهمة نحو التعاون الدولي بين الدولة في وضع إتفاق دولي (إتفاقية شارعة) تعد أحد مصادر القانون الدولي و العمل على إقامة تشريع دولي يعمل على تنظيم التجارة الإلكترونية، فلقد جاءت لجنة الأونيسترال لتضع مشروع قانون التجارة الإلكترونية إنطلاقاً من إدراك أهميتها بوصفها تختلف عن غيرها في حاجتها إلى قواعد موحدة عالمياً إذ يسجل لها الرياضة في هذا المجال، من أجل توحيد القواعد القانونية التي تنظم التجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

## 2- منظمة التجارة العالمية و التجارة الإلكترونية:

بالنسبة لدور منظمة التجارة العالمية و موقفها من التجارة الإلكترونية فقد أصدرت هذه المنظمة في مطلع عام 1998 الدراسة الخاصة حول التجارة الإلكترونية ( آليات التجارة الإلكترونية و ما يتعلق بمباشرتها إستخدام الأنترنت) إذ توصلت في هذه الدراسة إلى إعتبار التجارة الإلكترونية ضمن الأنشطة التجارية التي تستوعبها و تطبق عليها الإتفاقية دولية خاصة بالتجارة في الخدمات، أما بالنسبة لتحديد موقفها الرسمي فضلاً

<sup>1</sup> علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2005، ص54.

<sup>2</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سبق ذكره، ص41.

عن الدراسة أنفة الذكر فقد بينت في مؤتمر منظمة التعاون الإقتصادي المنعقد في أوتوا في 1998، إذ أشار مدير المنظمة (روننوروجيرو) إلى أن المنظمة التجارية العالمية لتسعى لوضع قواعد جديدة خاصة بالتجارة الإلكترونية، إنما تسعى إلى إستخدام التنظيم القانوني القائم و المحدد ضمن إتفاقية (جات) الخاصة بالتجارة و قد كان للمنظمة التجارية العالمية عقد إتفاقية عالمية ضمت 3 إتفاقيات رئيسية الأولى كانت عام 1995 و هي (28) إتفاقية عالمية تأطرها 3 إتفاقيات الأولى (الإتفاقية العامة للتعريف و التجارة) و الثانية الإتفاقية التجارية و الخدماتية (جات) 26 و التي جرى وضعها لمواجهة النشاط التجاري المستجد في ميدان خدمات النقل و خدمات المالية و الإتصالات و الخدمات التقنية و الإستشارية و الإتفاقية الثالثة، إتفاقية جوانب التجارة المتعلقة بالملكية الفكرية، و التي تتعلق بمسائل حقوق المؤلف و العلامات و إسرار التجارة و براءة الإختراع و القواعد العامة المتصلة بالملكية الفكرية و علقها بالتجارة العالمية.<sup>1</sup>

### 3- منظمة التجارة الحرة الأمريكية- نافتا:-

إتفاق التجارة الحرة للدول الأمريكية أوجد إطار من الخبراء للعمل على إعداد مشروع خاص بالتجارة الإلكترونية لدول الأطراف، و قد عملت مجموعات الخبراء على كافة مسائل هذه التجارة مركزة جهودها على الإستثمار المشترك في هذه الميادين و الإطار القانوني الموحد للدول الأعضاء، و قد ناقشوا الأعضاء وثيقة البرنامج النهائي للتجارة الإلكترونية في لقائهم أواخر عام 1999، و قد جرى تقييم بتنفيذ الخطط و التوصيات في نهاية 2000.<sup>2</sup>

### 4- غرفة التجارة الدولية CCI:

منظمة عالمية مختصة تهدف إلى و ضع قواعد قانونية موحدة في ميادين العمل التجاري عبر ما يعرف بنشرات الغرفة، و تركز على توحيد القواعد ذات العلاقة بالأنشطة القانونية القائمة عبر الحدود بين الدول، و لها قطاع آخر من النشاط و العمل يتمثل بالقيام بأنشطة فض المنازعات التجارية الدولية عن طريق التحكيم ففي ميدان التجارة الإلكترونية فقد كان للغرفة دور قيادي و رائد في مؤتمر منظمة التعاون الإقتصادي و التنمية المشار إليه أعلاه و ذلك عبر تقديم الأدلة الإرشادية و نماذج القوانين و الدراسات البحثية التي كان لها دور الأكبر في تعميق مسائل البحث في المؤتمر و الدور الأكبر في صياغة نتائج و

<sup>1</sup>د. علي شريف الزهرة، التنظيم الدولي للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، 7 مايو 2018.  
<sup>2</sup>محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت ، ط1، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ص43.

توصياته، و يعد دليل التجارة الإلكترونية الصادرة عن غرفة أحد أهم الأدلة الشاملة التي تتيح مساعدة فاعلة في ميدان الأنشطة التشريعية و التنظيمية اللازمة لهذه التجارة.<sup>1</sup>

## 5- التجارة الإلكترونية في ظل الإتحاد الأوروبي.

بالنسبة للإتحاد الأوروبي، فهو تنظيم إقليمي أوروبي يحرص على التعامل مع التجارة الإلكترونية ضمن تطوراتها التقنية و لذلك فإن الإتحاد الأوروبي و منذ العام 2000 بدأ التوجيه نحو إدراج تعريف للتجارة الإلكترونية، إذ عرف توجيه البرلمان و المجلس الأوروبي رقم 97/7 الصادرة في مايو عام 1997 في شأن حماية المستهلكين في مجال العقود عن بعد في مادتها الثانية العقد عن بعد بأنه) كل عقد يتعلق بالبضائع أو الخدمات إبرام بين مورد و مستهلك في نطاق نظام البيع او لتقديم خدمات عن بعد نضمه المورد الذي يستخدم، لهذا العقد، تقنية أو أكثر لإتصال عن بعد لإبرام العقد أو تنفيذه) كما عرف هذا التوجيه تقنية الإتصال عن بعد بأنه) كل وسيلة دون وجود مادي و زمني للمورد و المستهلك، يمكن أن تستخدم للإبرام العقد بين طرفيه)، و يلاحظ أن أبرز الأمثلة التي أوردها التوجيه لتقنيات الإتصال منها المطبوعات غير معنونة و الخطبات و الدعايات و الحساب و المراسلات الإلكترونية.<sup>2</sup>

أما التوجيه البرلمان و المجلس الأوروبي رقم 2000/31 الصادر في الثامن من جوان من عام 2000 بشأن بعض الجوانب القانونية لخدمات شركة المعلومات و بصفة خاصة للتجارة الإلكترونية لسوق الوطنية و الذي يطلق عليها ( توجيه التجارة الإلكترونية) في المادة الثانية، الإتصالات التجارية بأنها كل شكل من أشكال الإتصال يستهدف تسويق بصورة مباشرة أو غير مباشرة، بضائع أو خدمات أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهمة المنظمة، و فضلا عن ذلك، فقد أشار هذا التوجيه إلى ضرورة أن تقوم دولة الأعضاء بالسماح لأنظمتها القانونية بإبرام العقود بالطرق الإلكترونية، بحيث لا تمثل هذه الأنظمة عائق لإستعمال العقود الإلكترونية و لا تحد من أثرها و فعاليتها لمجرد أنها تتم بالطريق الإلكترونية.<sup>3</sup>

و يلاحظ أن الإتحاد الأوروبي، و من خلال هذين القرارين أو ما يطلق عليهم (التوجيهين) قد أعطوا تعريفا للإتصال التجاري أي التجارة الإلكترونية، و هذا التعريف إنما يحاول أن يعطي توصيفا قانونيا للتجارة الإلكترونية، خاصتا و أن الدولة الأوروبية تشهد التجارة الإلكترونية و لذلك فقد حاولت الدولة الأوروبية وضع تعريف للتجارة الإلكترونية لتحديدها و تنظيمها و يمكننا أن نقدم دولة ( فرنسا) بوصفها أحد أعضاء

<sup>1</sup> عبد الفتاح البيومي الحجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي ، القاهرة، 2002، ص56.

<sup>2</sup> محمد عبد حسين الفرج الطائي، مدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2005، ص63.

<sup>3</sup> إبراهيم العسوي، مرجع سبق ذكره، ص 61.

الإتحاد الأوروبي المؤسسين، إذ أشار التقرير الذي قدمه لورنتيز عام 1998 لوزير الإقتصاد الفرنسي إلى التجارة الإلكترونية و عرفها بأنها) باختصار مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية، بين المشروعات بعضها البعض، و بين المشروعات و الأفراد، و بين المشروعات و الإدارات) و يلاحظ على هذا التعريف الفرنسي أنه قد توسع في تعريف التجارة الإلكترونية لتشمل مجمع الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات و التعاملات المتعلقة بالبضائع و التجهيزات أو بضائع الإستهلاك التجاري، و كذلك يشمل الخدمات مثل خدمة المعلومات و الخدمات المالية و القانونية.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: على المستوى العربي.

لا يقل إهتمام الدول العربية عن غيرها من الدول في التجارة الإلكترونية، خصوصا و أن الدولة العربية تدرك أهمية التجارة الإلكترونية، و يظهر ذلك جليا من خلال مجلس الوحدة الإقتصادية التابعة لجامعة الدول العربية فضلا عن مشاريع القوانين العربية التي حولة إعطاء تعاريف، فضلا عن دور مجلس الوحدة الإقتصادية التابعة لجامعة الدول العربية<sup>2</sup> و كالاتي:

إذ يقوم المجلس بالإجراءات اللازمة من أجل تأمين الحماية اللازمة للتجارة الإلكترونية العربية بعد تزايد عمليات القرصنة و الجرائم المتعلقة بالمعلوماتية في العالم، و يقدر المجلس معدل نمو في التجارة الإلكترونية عربيا بنحو 15 بالمئة مقابل 30 بالمئة عالميا، إذ يبلغ حجم التجارة الإلكترونية قبل عدة أعوام بنحو ثلث مليارات دولار مقارنة بحوالي 135 مليون دولار عالميا، إذ كان المتوقع أن يبلغ معدل حجم التجارة الإلكترونية 5 مليارات دولار عام 2003 مقابل 31 ترليون دولار عالميا.

و يؤكد مجلس الوحدة الإقتصادية على ضرورة إيجاد تشريعات قانونية لتنظيم التجارة الإلكترونية عربيا من أجل المحافظة على مصالح الدولة العربية للحد من عمليات القرصنة و سرقة المعلومات، خصوصا أن كثير من الدول العربية أصبح يمتلك الفرصة في مجال الصناعة البرمجيات و نظم المعلومات و إبتكار البرامج و تطويرها إذ يسعى المجلس إلى تأسيس شركة عربية لتأمين المعلومات و الإتصالات برأس مال 5 ملايين دولار و تتصدر دول مجلس التعاون الخليجي و من تم مصر الدول العربية في التجارة الإلكترونية، و جهود المجلس تأتي ضمن الإهتمام بالتجارة الإلكترونية لدول العربية و الوصول إلى حجم تبادلات متطورة فيها.<sup>3</sup>

كما ورد في إحدى التقارير الإقتصادية تحدير للأنظمة التجارية العربية يقول: " إنه يجب أن يعلم رجال العالم العربي بأن التجارة الإلكترونية لن تكون ضمن جهاز الكمبيوتر

<sup>1</sup> إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص74.

<sup>2</sup> علي شريف الزهرة، التنظيم الدولي للتجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره.

<sup>3</sup> صالح المنزلاوي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية،

و لكنه في غضون سنين سيكون التلفاز الرقمي و الجيل الثالث من الأجهزة النقلة" (الهاتف المحمول)، ستكون قنوات فعالة للإنتشار استخدام الإنترنت مما يعني قفزة كبيرة في إعداد المستخدمين و حجم التجارة الإلكترونية و يجب أن ننص أيضا أن الكثير من الشركات الأجنبية موجودة على الأرض الآن و لكنها جعلت أدواتها التسويقية و الخدماتية و الإتصالاتها الرئيسية عبر الإنترنت فنحن لا نطالب بإلغاء الشركات الموجودة، فوجودها مهم و لكن يجب حثها على أن تجعل التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية إستراتيجية لتجارتها المحلية و العالمية و المستقبلية.<sup>1</sup>

**المطلب الثاني: الإتجاهات الدولية للتجارة الإلكترونية.**

كنتيجة للتطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و إنتشار ثورة التجارة الإلكترونية، أصبح موضوع هذه التجارة محل إهتمام العديد من المؤسسات والمنظمات الدولية، فقد تحققت جهود واسعة على المستوى الدولي للإلمام بكافة جوانب هذا الموضوع.

الفرع الأول: الإتجاهات العالمية لتنظيم التجارة الإلكترونية.

**أولا: جهود منظمة التجارة العالمية "OMC".**

إن التنامي المتسارع لنوع حديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني وفي إطار واسع من الحرية التجارية وإزالة تامة للحواجز الجغرافية بين مختلف البلدان، لفت إنتباه المنظمة العالمية للتجارة إلى ضرورة الإهتمام بهذه التجارة، ودراسة أبعادها و إتخاذ الإجراءات اللازمة بشأنها.

**1-التعامل التجاري إلكتروني في إطار منظمة التجارة العالمية:**

إن " OMC " هي المنظمة العالمية التي تسعى جاهدة منذ أمد بعيد إلى محاولة تنظيم المبادلات التجارية وتحريرها، ولقد تجسدت جهودها في مجال التعاملات الإلكترونية في الخطوات والقرارات والبرامج التالية :

**أ-الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات : General Agreement on trade in "gats" services**

لقد تشكلت منظمة التجارة العالمية سنة 1994 بموجب إتفاقية مراكش، كوريث جديد للإتفاقية القديمة "gats" General Agreement on trade in services ، التي أبرمت سنة 1947 و التي عرفت تتابع ثمان جولات من المفاوضات التجارية، إنطلاقا من جنيف

<sup>1</sup> عمر عدنان العويثاني، في تقريره " العرب و التجارة الإلكترونية و مخاوف الدوت كوم"، منشور بالملحق الإقتصادي لجريدة الخليج الإماراتية ، العدد 2001، 116، ص 42.

سنة 1947 بجولة الأوروغواي التي امتدت من 1986 إلى 1994، و كانت حصيلتها ميلاد المنظمة العالمية للتجارة.<sup>1</sup>

### ب-اتفاقية الجوانب التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية trade related intellectuals "right" trips:

لقد شهدت السنوات الأخيرة تراجعاً ملحوظاً للصناعات التي تعتمد على عناصر الإنتاج التقليدية، مقابل بروز نوع جديد من الصناعات المعتمدة بشكل أساسي على عنصر المعلومات والمعرفة، مما أعطى بعداً جديداً وأهمية كبيرة لحقوق الملكية الفكرية في إطار العلاقات التجارية، ولهذا السبب تطرقت جولة الأوروغواي لهذه النقطة، وكانت محور نقاش إنتهى بإبرام إتفاقية الجوانب التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية.

لقد بدأ مفعول هذه الإتفاقية والتي تغطي تقنين المحتوى المعلوماتي سنة 1995،<sup>2</sup> وتشمل هذه الإتفاقية: حقوق الاستنساخ والحقوق المصاحبة الأخرى، العلامات التجارية والمعلومات السرية وغير المباح بها ( مثل الأسرار التجارية).

### ج-اتفاقية تكنولوجيا المعلومات Agreement Information technology:

لقد أدرك أعضاء المنظمة العالمية للتجارة الدور الذي تلعبه تجارة منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الصناعة المعلوماتية، والتي يكون بدورها لها أثر كبير على تحقيق النمو الاقتصادي والرفاهية العالمية. ولهذا سعى هؤلاء الأعضاء إلى محاولة تحقيق الحد الأقصى من الحرية في هذه التجارة عن طريق إصدار بيان حول التجارة في منتجات تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات (إتفاقية تكنولوجيا المعلومات) أثناء المؤتمر الوزاري الأول لمنظمة "Omc"، و الذي إنعقد في 13 ديسمبر 1996 في سنغافورة.<sup>3</sup>

### ثانيا- جهود منظمة التعاون الإقتصادي و التنمية:

كرست المنظمة أعمالها في عام 1998 بشكل رئيسي للتجارة الإلكترونية، منطلقة من قناعة عبرت عنها أجهزتها مرارا مفادها أن التجارة الإلكترونية تتطلب حلاً دولياً في مرحلة تنظيمها لأن الحلول المتباينة لا تتفق مع الطبيعة الكونية لهذا النمط من الأعمال، و لأن التباين قد يقيم حدوداً لا تقبلها التجارة الإلكترونية، و من أبرز أنشطة هذه المنظمة في ميدان التجارة الإلكترونية المؤتمر العالمي للتجارة الإلكترونية الذي عقد في الفترة من

<sup>1</sup> Organisation mondiale du commerce, le commerce électronique et le rôle de l'OMC, dossiers spéciaux. Disponible sur le site : [www.Wto.Org/french/res\\_f/publication/special\\_studies2\\_f.htm](http://www.Wto.Org/french/res_f/publication/special_studies2_f.htm).

<sup>2</sup> سمير لقمان، المنظمة العالمية للتجارة، أثارها السلبية و الإيجابية على أعمالنا الحالية و المستقبلية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع الأردن، 2004، ص105.

<sup>3</sup> عبد الإله الديوة جي، تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في إطار المنظمة العالمية للتجارة، أوراق موجزة للإعداد للمؤتمر الوزاري الخامس لمنظمة التجارة العالمية، كانكون، المكسيك، 10-14 سبتمبر 2003، منشورات الأسكوا، 2003، ص8.

7-9 أكتوبر 1998 في مدينة أوتاوا، و يعد أوسع مؤتمر في هذا الإطار، حيث حضره نحو ألف مندوب يمثلون الدول الأعضاء في المنظمة و شارك عنها الوزراء و كبار المسؤولين عن التجارة و الإقتصاد في هذه الدول، و يمثلون عن 12 دولة ليست عضوا في المنظمة، و 12 منظمة دولية، و ممثلو الإتحادات النوعية التجارية و الصناعية، و ممثلو مجموعات المستهلكين، و المنظمات غير الحكومية الإقتصادية و الإجتماعية، و قد ناقش المؤتمر على مدى يومين.

و مسائل بناء الثقة لدى الزبائن و المستخدمين، و تحديدا معايير و قواعد حماية الخصوصية و البيانات الشخصية المخزنة في النظم المتبادلة بين شبكات المعلومات، و مسائل أمن المعلومات التجارية على الخط و سياسات التشفير لمعلومات و بيانات القطاعين الخاص و العام، و مسائل حماية المستهلك و تحديدا قواعد الإختصاص القاضي و حل النزاعات و حقوق الإعلان و الأنترنت و الحماية من الأنشطة غير القانونية و الزائفة، و تناول المؤتمر مسائل التي من شأنها أن تجعل التجارة الإلكترونية، عبر تنظيمها القانوني المحكم، مشابهتها تماما للتجارة التقليدية و ما تكرر ضمنها من قواعد كفلت قبولها و الثقة فيها، و تناول المؤتمر وسائل الدفع النقدي و التحويلات المالية عبر شبكات الإتصال و الإنترنت و حماية و سائل الدفع الإلكتروني و مسائل العقود الإلكترونية و التوافق الإلكتروني و السياسات الضريبية المتصلة بالتجارة الإلكترونية و دور القطاعين العام و الخاص في تنظيم أعمال التجارة الإلكترونية، و توقف المشاركون في المؤتمر أمام المتطلبات التقنية للتجارة الإلكترونية و الخطط و الإستراتيجيات اللازم إتباعها في ميدان صناعة التقنية و الإتصال و ضمان البنية التحتية الأمانة لهذه الأنماط من الأنشطة المستجدة، و عرج المشاركون على مسائل تعظيم منافع التجارة الإلكترونية و تجاوز مشكلاتها عبر الإستراتيجيات الوطنية الشاملة لحماية المعلومات و ضمان سلامة و أمن الأنشطة التجارية، و التنظيم القانوني لمشكلات التسليم المادي للبضائع و التنفيذ المادي للخدمات غير التقنية.<sup>1</sup>

### ثالثا: جهود المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

تأتي الملكية الفكرية في هذا القرن الحادي و العشرين بمثابة محرك قوي يدفع عجلة التنمية الإقتصادية، و يساهم ربطها بتنمية رأس المال البشري في تكوين أفراد مثقفين و ماهلين و متحمسين للعمل إذ تشكل مزيجا حيويا يساعد على حفز الإبداع و الابتكار و توليد العائدات و تشجيع الاستثمار و تعزيز الثقافة و الحد من " هجرة الأدمغة" و تغذية الجهاز الإقتصادي ككل.

وتكتسي الملكية الفكرية أهمية حقيقية في تكوين الثروات و تنمية الاقتصادات، و مع ذلك فإن الهوة لا تزال تفصل بين الأمم المتقدمة و الأمم النامية من حيث امتلاك أصول الملكية

<sup>1</sup>مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان للطباعة و النشر و التوزيع، سوريا، دمشق، جرمانا، 2009، ص،ص،111،110.

الفكرية والانتفاع بها. ولا يرجع ذلك إلى افتقار متوطن إلى القدرة الإبداعية أو الابتكارية بل يعزى أساساً إلى قلة المعلومات حول الملكية الفكرية والطاقات الكامنة فيها كأداة للتنمية الاقتصادية. وإذا همت جميع الأمم وقادتها بإدراج سياسات استراتيجية خاصة بالملكية الفكرية ضمن خططها الرامية إلى تكوين الثروات فإن الهوة التي تميّز القوى القائمة على الثروات المعرفية عن غيرها سوف تتقلص في غضون بضعة عقود.

ويلاحظ في بعض قطاعات البلدان المتقدمة أيضاً نقص في فهم طبيعة الدور الذي تؤديه الملكية الفكرية في النهوض بتكوين الثروات. وتستفيد بعض الشركات من "أداة الملكية الفكرية" بفعالية في حين قد لا تملك بعض الشركات الأخرى، ولا سيما الصغيرة والمتوسطة، المعلومات اللازمة لذلك. والويبو عازمة، بسبب ذلك، على مواصلة الحملة التي أطلقتها السنة الماضية بغية رفع الغموض عن الملكية الفكرية وجعلها أقرب منالاً إلى الجميع.<sup>1</sup>

ومن بين النقاط التي أولتها هذه المنظمة أهمية خاصة، هي محاولتها وضع الإجراءات والمقاييس الضرورية لحماية براءات الاختراع والعلامات التجارية وحقوق المؤلف في ميدان النوع الحديث من التجارة المعروف بالتجارة الإلكترونية، فقد أجمعت معظم التشريعات على أن الشرط الأساسي لحماية الملكية الفكرية هو تسجيل هذه الأفكار والتعبير الجديدة على حوامل فيزيائية مثل الأشرطة والمطبوعات، إلا أن في عصر الاقتصاد الرقمي يصعب هذا التسجيل، كما تكون هذه المعلومات أكثر عرضة للنسخ والقرصنة بطريقة سهلة وغير مكلفة وغير مكشوفة، وهو ما إنكبت هذه المنظمة على دراسته وإيجاد الحلول المناسبة له. فقد أدركت المنظمة العالمية للملكية الفكرية وأكدت أن التجارة الإلكترونية لا يمكن أن تتم وتنجح في ظل الاقتصاد الرقمي دون حماية ودعم حقوق الملكية الفكرية، فأغلبية المنتجات المتداولة في معاملات التجارة الإلكترونية محمية بهذه الحقوق، مثل الكتب، برامج الحاسوب، الموسيقى...، كما أن هذه الحقوق تساهم بدرجة كبيرة في حماية وتطوير البنى التحتية والتجهيزات اللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

#### رابعاً- جهود لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي.

نتيجة للتغيرات في التعاملات التجارية وتطور تكنولوجيا المعلومات بشكل عام والتجارة الإلكترونية بشكل خاص، إتفتت بعض الدول والمنظمات الدولية إلى أهمية التحديات التي تعرقل التجارة الإلكترونية، والتي تتمثل في عدم توفر أطر قانونية متفق عليها دولياً لتنظيم هذا النوع من التجارة. ولقد أتى الإهتمام الأكبر بهذه الإشكالية من قبل لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، التي قامت بوضع قانونين أساسيين ينظمان التجارة الإلكترونية:

<sup>1</sup>المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو: <https://www.Wipo.Int>  
<sup>2</sup>سمير لقمان، المنظمة العالمية للتجارة، مرجع سبق ذكره، ص106.

### القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية:

قامت الأمم المتحدة في 17 ديسمبر 1966<sup>1</sup> بوضع لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي لتكون هذه اللجنة بمثابة الكيان القانوني والأداة الوحيدة لنظام الأمم المتحدة التي تستطيع بواسطتها لعب دور فعال في مجال قانون التجارة الدولي. وقد ركزت هذه اللجنة عملها في مجال القانون التجاري على عدة مواضيع تم هيكلتها في ثلاث فرق عمل أساسية: برنامج العمل في مجال العقود الدولية، برنامج العمل في قوانين الإعسار (العجز عن سداد الديون)، برنامج العمل في التجارة الإلكترونية.

و بعد مرور 30 سنة بالضبط على تشكيل هذه اللجنة، قامت هذه الأخيرة في 16 ديسمبر 1996<sup>2</sup> بوضع إطار قانوني لتنظيم التجارة الإلكترونية وضبط التعاملات ذات الصلة بها، أطلقت عليه تسمية " قانون الأونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية".

### مزايا القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية:

يعتبر هذا القانون من أكثر الحركات التشريعية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية توفيقاً من أكثر من زاوية، وهذا نظراً لتمتعته بالمزايا التالية:

1- **الأسبقية:** فور تحول الأنترنت إلى الإستعمال التجاري (سنة 1995) بادرت الأمم المتحدة قبل غيرها من المنظمات الأخرى (سنة 1996) بإصدار قانون ينظم التجارة التي تتم عبر هذه الشبكة.

2- يعد هذا القانون مرجعاً للدول المختلفة لصياغة تشريعاتها الجديدة الخاصة بالتجارة الإلكترونية، أو تعديل وتدارك قصور التشريعات المتوفرة. فهو بمثابة القانون الأم الذي خرجت من عباءته أغلبية قوانين التجارة الإلكترونية و القضايا ذات الصلة بها.

3- يساعد هذا القانون على تحقيق التنسيق و الانسجام الدولي للعلاقات الاقتصادية، من خلال قبوله الواسع في مختلف الدول ( فهو لا يفرض تطبيقه كمجموعة واحدة وإنما تبعاً لأحوال كل دولة ) ومن خلال توحيد القوانين المطبقة في هذا المجال، وإزالته للحواجز والتناقضات الناجمة عن تباعد القوانين الوطنية.

4- لتركيز والاختصاص في الأنشطة التجارية دون سواها من الأنشطة الأخرى، فهذا القانون النموذجي ينطبق عندما يستخدم التوقيع الإلكتروني في المجال التجاري، ولا ينطبق في المجالات الأخرى.

<sup>1</sup> لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولي، "القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية"، متوفر على الموقع: [www.uncitral.org/pdf/arabic/texts/electcom/ml-ecomm-a\\_book.pdf](http://www.uncitral.org/pdf/arabic/texts/electcom/ml-ecomm-a_book.pdf)  
<sup>2</sup> منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 147.

### خامسا- جهود الإتحاد الدولي للاتصالات:

إن الإتحاد الدولي للاتصالات هو المنظمة العالمية المسؤولة عن تنظيم المعاهدات و الإتفاقات الدولية المتعلقة بقطاع الإتصالات، والتي تغطي جميع مناطق ودول العالم دون إستثناء و تجمع هذه المنظمة بين القطاع العام و الخاص على حد سواء، و تتيح لهم فرصة التعاون بغرض تطوير قطاع الإتصالات.

و إنطلاقا من إدراك هذه المنظمة أن التجارة الإلكترونية تتميز عن غيرها في حاجتها إلى قواعد موحدة لحمايتها عالميا، فقد كان الإتحاد الدولي للاتصالات أكثر وعيا لأهمية تطوير معايير تحمي الخصوصية و المعلومات الشخصية المتداولة في العالم الرقمي، وذلك بتطوير نماذج لتقنيات تشفير الإتصالات مثل المعيار، و نموذج المفتاح العمومي للبنية التحتية<sup>1</sup>.

ولقد كان للدول النامية نصيب كبير من إهتمام الإتحاد الدولي للاتصالات، فقد قام هذا الأخير بدعم تطبيقات التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لهذه الدول من خلال تقديم المساعدة التقنية اللازمة، كما وحد الإتحاد جهوده مع غرفة التجارة الدولية ومنظمات أخرى بغرض إنشاء وتطوير أسواق للتجارة الإلكترونية في الدول المختلفة. كما قام هذا الإتحاد بعقد ثلاثة مؤتمرات إقليمية في إفريقيا سنة 1999 حول موضوع التجارة الإلكترونية بالتعاون مع البنك الدولي و مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية، و من حين لآخر يقوم الإتحاد بإصدار دراسات وطنية في بلدان إفريقيا مختارة حول عراقيل و فرص التجارة الإلكترونية.

وإن الدور المميز الذي يلعبه الإتحاد الدولي للاتصالات في تطوير التجارة الإلكترونية يظهر بشكل رئيسي في محاولته لتنمية وتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، من خلال تقديم مؤشرات غير مباشرة عن مدى إستخدام التجارة الإلكترونية. وأول خطة قام بها هذا الإتحاد هي تنظيمه للقممة العالمية لمجتمع المعلومات بمرحلتها، الأولى في الفترة 10-12 ديسمبر 2003 بجنيف ( سويسرا) و الثانية في الفترة 16-18 نوفمبر 2005 في تونس العاصمة<sup>2</sup>.

ويستمر هذا الإلحاد في تحسين عمله بشأن الإحصاءات من خلال إصداره لمنشورين هما: المنشور الأول " قياس مجتمع المعلومات" والذي يعمل على قياس معقولية أسعار خدمات تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في البلدان. أما المنشور الثاني هو " دليل الإتحاد الدولي للاتصالات لقياس النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و إستعمالها من

<sup>1</sup>Oecdemergingmarketeconomy forum on electronic commerce, international and regional bodies : activités and initiatives on électronique commerce, op.cit.

<sup>2</sup>اللجنة الاقتصادية و الإجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا)، "نشرة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات للتنمية في غربي آسيا"، العدد 2010، 14، متوفر على الموقع

الإلكتروني: [www.escwa.un.org/information/publications/edit/upload/ictd-10-2-a.pdf](http://www.escwa.un.org/information/publications/edit/upload/ictd-10-2-a.pdf)

جانبا الأسر والأفراد"، وقد أعد هذا الدليل لدعم البلدان في جهودها من أجل قياس ورصد التطورات في التحول إلى مجتمع المعلومات، ويوفر للبلدان أداة عملية لاستعمالها في إعداد الإستقصاءات الأسرية بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: الإتجاهات العربية لتنظيم التجارة الإلكترونية.

أدت التحولات التكنولوجية الأخيرة إلى دخول البشرية عصرا جديدا تصاحب مع تزايد إستخدام الوسائط الإلكترونية لإبرام الصفقات التجارية، وفي ظل هذه التطورات العالمية بات بديهيا أن تدرج المنظمات والحكومات العربية ضمن مشاريعها ضرورة تنظيم هذا النوع من الصفقات الإلكترونية، ومحاولة التصدي لعراقيلها.

### أولا-مجهودات على الصعيد الإقليمي:

لقد بذلت محاولات عديدة من طرف المنظمات والهيئات العربية لوضع الأسس السليمة للتجارة الإلكترونية:

### 1-جهود جامعة الدول العربية:

تم تأسيس جامعة الدول العربية في منتصف سنوات الأربعينيات لتجسيد فكرة إقامة تنظيم عربي واحد يجمع شمل الدول العربية، ويساعد على تطويرها في جميع الميادين، ويزيد من وزنها الدولي.

وإن ما يشهده العالم في السنوات الأخيرة من نقلة نوعية و متميزة في ميدان تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، من خلال تطوير البنية الأساسية و عصرنتها وتطبيقها في المجال التجاري ( التجارة الإلكترونية)، قد فرض على الجامعة رهان إرساء القواعد اللازمة لمواكبة حركة التقدم والتطور في مجال الإتصالات وتقنية المعلومات.

ومن بين الجهود المبذولة لجامعة الدول العربية لتحقيق هذا التطور مايلي:

### أ- تأسيس مجلس الوزراء العرب للاتصالات و المعلومات:

تم إنشاء مجلس الوزراء العرب للاتصالات و المعلومات سنة 1992<sup>2</sup> من طرف مجلس جامعة الدول العربية بغرض تحقيق غاية جوهرية، وهي تطوير قطاع الإتصالات في الدول العربية، من خلال وضع الإستراتيجية اللازمة لذلك والسعي لتحقيق التعاون وتنسيق الجهود المبذولة من طرف الدول الأعضاء، وتوحيد تشريعاتها. ويتولى هذا المجلس مهمة الإشراف الكامل على جميع الجهات العربية العاملة في مجال الإتصالات وتقنية المعلومات.

<sup>1</sup>الإتحاد الدولي للاتصالات، "الإجتماع العالمي السابع المعني بمؤشرات الإتصالات/ تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، 3-5 مارس 2009، القاهرة. متوفر على الموقع الإلكتروني: [www.itu.int/itu-d/ict/wict09/material/os-ar.html](http://www.itu.int/itu-d/ict/wict09/material/os-ar.html)

<sup>2</sup>رأفت عبد العزيز غنيم، دور جامعة الدول العربية في تنمية و تسيير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية، 2002، متوفر على موقع جامعة الدول العربية: [www.arablaegueonline.org](http://www.arablaegueonline.org)

### ب- تأسيس منتدى الأعمال العربي لتكنولوجيا المعلومات:

لعل من أبرز قرارات مجلس جامعة الدول العربية في دورته 13 من القمة العربية المنعقدة في مارس 2001 بعمان الأردنية، هي النهوض بصناعة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في البلدان العربية من خلال إنشاء " منتدى الأعمال العربي لتكنولوجيا المعلومات" ومقره القاهرة، ويضم في عضويته مؤسسات القطاع الخاص و الحكومات بالإضافة إلى مراكز الأبحاث المختصة في ميدان تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات. و بالفعل تم إنشاء هذا المنتدى بمبادرة من مجموعة متنوعة من رؤساء ومديري الشركات العربية العاملة في هذا القطاع.

و منذ تأسيس هذا المنتدى وهو يسعى إلى تفعيل التحالف والتعاون بين قطاعات الأعمال الخاصة والعامة العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات داخل البلد الواحد أو بين البلدان العربية، مما سيؤدي إلى الإستفادة من القدرة الإستثمارية للقطاع الخاص العربي في تنفيذ مشروعات تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، وخلق وسائل فعالة لإقامة البنى التحتية والخدمات اللازمة لتطور التجارة الإلكترونية. ومن جهة أخرى ساعدت هذه الشراكة على تنسيق مواقف هذه المؤسسات المتنوعة بغية تفعيل المشاركة في المحافل الدولية (على غرار القمة العالمية لمجتمع المعلومات) وإبداء وجهة النظر العربية اتجاه القضايا الدولية المعروضة.

### ج- تأسيس المنظمة العربية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

بعد التشاور بين الدول العربية بخصوص ضرورة إنشاء منظمة حكومية تتولى شؤون تنمية قطاع تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في الدول العربية، قررت جامعة الدول العربية تأسيس " المنظمة العربية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات" سنة 2001 ، وتم إختيار مدينة تونس العاصمة كمقر لها.<sup>1</sup>

### ثانيا- جهود مجلس التعاون الخليجي:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية اليوم أحد أبرز إهتمامات الإقتصاد الرقمي، مما علق عليها الكثير من الآمال وعزز الجهود الدولية للإهتمام بها، على غرار الجهود المبذولة من طرف دول مجلس التعاون الخليجي لمواكبة عصر المعلومات المفتوح على مصارعيه والذي من أبرز مخرجاته التجارة الإلكترونية. فقد أدرك خبراء دول مجلس التعاون الخليجي أنه لا يمكن تحقيق إنطلاقة حقيقية في التجارة الإلكترونية ما لم تهتم دول الخليج بوضع الأسس السليمة لمعالجة العديد من القضايا الشائكة.

كما يرى هؤلاء الخبراء أن عدم إنتشار التجارة الإلكترونية الخليجية بصورة واسعة النطاق مرده إلى ضعف البنى التحتية و إنعدام الأطر القانونية المنظمة لهذه التجارة، و إنخفاض

<sup>1</sup> للمزيد من المعلومات حول أنشطة هذه المنظمة، الرجاء زيارة موقعها الإلكتروني: [www.aicto.org](http://www.aicto.org)

الثقة الممنوحة للمعاملات عبر شبكة الشبكات. وقد حاول الخبراء الخليجيون حل القضايا الشائكة وتدارك هذه النقائص من خلال مناقشتها وبحث سبل معالجتها في المؤتمرات المتتالية المنعقدة من طرف " المنتدى الخليجي للتجارة الإلكترونية"<sup>1</sup>. و قد نظم المنتدى الخليجي للتجارة الإلكترونية عدة ملتقيات و ندوات لتدارس موضوع التجارة الإلكترونية، و تم عقد أول مؤتمر بدولة البحرين في الفترة 26-27 نوفمبر 2007، بهدف تنمية التجارة الإلكترونية في الدول الخليجية من خلال التركيز على السياسات و الإستراتيجيات و القوانين المنظمة لهذه التجارة. و كذلك التعرف على البنى التحتية و التكنولوجيا الحديثة اللازمة للتجارة الإلكترونية. بالإضافة إلى إستعراض تجارب الدول الأعضاء و سبل معالجة العقبات التي تواجهها عند تطبيق المعاملات التجارية الإلكترونية، مع الإشارة إلى تجارب دول العالم الخارجي و محاولة التنسيق معها. و من أهم الانجازات التي تمت مباشرة بعد إنتهاء المؤتمر، هي محاولة تأهيل المجتمع وتدريبه لممارسة أنشطة التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال الإتفاق مع الجامعة العربية المفتوحة بالبحرين لتدريس برامج أكاديمية في إقتصاد المعرفة، و الإتفاق مع معاهد عالمية لتقديم برامج اعتماد مهني للمديرين.<sup>2</sup>

### ثانيا: مجهودات على الصعيد الوطني:

بدأت الكثير من الدول العربية الإهتمام بالتجارة الإلكترونية، وقد إتخذت العديد من التدابير التشريعية والتنظيمية لهذه التجارة.

#### 1- المملكة العربية السعودية:

في خصم التحولات التكنولوجية التي يشهدها عصرنا الحالي (خاصة تطور شبكة الأنترنت)، سعت المملكة العربية السعودية إلى الإستفادة من هذه التحولات و إستغلالها في الجانب التجاري، وبالتالي تطوير ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، وضبط إستراتيجية شاملة لها.

ووعيا منها بهذه الرهانات، كانت الحكومة السعودية من أوائل الحكومات التي أعطت أهمية خاصة لتنمية التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال التركيز على النقاط التالية:

#### أ-إنشاء اللجنة الفنية الدائمة للتجارة الإلكترونية:

إن أول خطوة قامت بها المملكة العربية السعودية لتكريس وتجسيد إهتمامها الفعلي بالتجارة الإلكترونية، كان تأسيسها للجنة الفنية الدائمة للتجارة الإلكترونية سنة 1999

<sup>1</sup> مجلس التعاون الخليجي، المؤتمر السنوي الثاني للمنتدى الخليجي للتجارة الإلكترونية- أمن التعاملات الإلكترونية و الجاهزية، 24-25 نوفمبر 2008، متوفر على الموقع: [www.gef.bh/gef08\\_files/gef\\_brochure\\_ist\\_issue.pdf](http://www.gef.bh/gef08_files/gef_brochure_ist_issue.pdf)

<sup>2</sup> للمزيد من المعلومات حول محاور المؤتمر و توصياته الرجاء زيارة الموقع: [www.gef.bh](http://www.gef.bh)

بإشراف من وزارة التجارة، و قد تضمنت في عضويتها ممثلين عن عدة جهات رسمية حكومية على غرار مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، مؤسسة النقد العربي السعودي<sup>1</sup>. وكلفت هذه اللجنة بتسليط الضوء على آخر المستجدات العالمية في مجال التجارة الإلكترونية بغية مواكبتها و إستخلاص الدروس من التجارب العالمية الناجحة في هذا المجال. كما تولت هذه اللجنة أيضا مسؤولية تقدير المتطلبات الأساسية لانطلاق تطبيقات التجارة الإلكترونية في هذه الدولة.

### ب- التنظيم التشريعي السعودي للتجارة الإلكترونية:

إن إثارة التجارة الإلكترونية لتحديات قانونية لم يسبق للنظم القانونية السعودية التصدي لها، دفع بهذا البلد إلى إرساء إطار قانوني متكامل ينظم هذا النوع من المعاملات ويضمن أمنها، ويسد أوجه القصور التشريعي، فقد قامت الحكومة بسن قانونين في غاية الأهمية سنة 2007، هما قانون المعاملات التجارية الإلكترونية وقانون الجرائم الإلكترونية<sup>2</sup>.

### ج- جمهورية مصر العربية:

ما فتئت جمهورية مصر العربية تساند بقوة فكرة التعجيل في تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية، وبذلت جهودا كبيرة في توجيه المجتمع وتنمية قطاعات التكنولوجيات الحديثة اللازمة لتطبيق هذه التجارة. وفي سبيل تحقيق هذه الغاية كان لابد من إعادة النظر في الأطر القانونية و التشريعية لكي تشمل التجارة الإلكترونية.

بالفعل أعدت مصر مشروعا لقانون التجارة الإلكترونية، والذي ورد في المادة الأولى منه تعريف هذه التجارة بأنها: " كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية"<sup>3</sup>، و قد ركز المشرع المصري في هذا التعريف على أن التجارة الإلكترونية هي عبارة عن تعاقد بين غائبين، و بالتالي تنحصر أمورها التنظيمية في جانب الإثبات و بالتحديد التوقيع الإلكتروني، و لهذا لم يصدر قانون التجارة الإلكترونية كاملا حتى الآن، و صدر فقط الجزء المتعلق بالتوقيع الإلكتروني منه برقم 15 لسنة 2004.

وإن سن مصر لقانون التوقيع الإلكتروني ساهم بقدر كبير في نشر بنية تحتية ناجحة للتجارة الإلكترونية، لأن هذا القانون يعتبر من المتطلبات الأساسية للتجارة الإلكترونية، وتحديدًا في ميدان حماية المعلومات و الموثوقية و ضمان الوفاء بالالتزامات<sup>4</sup>.

## خلاصة الفصل الثاني:

<sup>1</sup> بسام بن حمد بسام، التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية، ندوة تشريعات التجارة الإلكترونية و دورها في دعم و تنمية الصناعة العربية، 19-21 أبريل 2006، تونس، متوفر على الموقع الإلكتروني: [www.cepax.nat.tn](http://www.cepax.nat.tn)

<sup>2</sup> اللجنة الاقتصادية و الإجتماعية لغربي آسيا، الملامح الوطنية لمجتمع المعلومات في المملكة العربية السعودية، 2007، متوفر على الموقع: [www.escwa.un.org/wsis/reports/docs/ksa-07-a.pdf](http://www.escwa.un.org/wsis/reports/docs/ksa-07-a.pdf)

<sup>3</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

<sup>4</sup> اللجنة الاقتصادية و الإجتماعية لغربي آسيا ( الأسكوا)، مرجع سبق ذكره.

رغم المؤشرات المتفائلة بشأن مستقبل هذه التجارة إلا أنه يتضح لنا منافع التجارة الإلكترونية غير موزعا توزيعا عادلا على الصعيد العالمي، حيث يظهره التفاوت بين البلدان العالم المتقدم و على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية التي لا تزال ساعية على إنجاز عملية إنتقال تجارتها من التقليدي إلى الإلكتروني.

و إن تأثير التجارة الإلكترونية على تحرير التجارة الخارجية، يعد تأثير بعيد المدى و مؤثر للغاية، حيث أن لها لتأثير كبير و عميق بالنسبة للشركات الموجودة في جميع أنحاء العالم، و هي أقوى من العديد من الموارد التقليدية المختلفة التي إعتمدتها غالبية الشركات العالمية مع مرور الوقت، تمكنت التجارة الإلكترونية من إزالة العوائق العالمية بنجاح بين الشركات و العملاء من مختلف بلدان، مما يساعد العملاء على تحديد مواقع البائعين و الإتصال بهم بسهولة مع حد الأدنى من المتاعب.

الخاتمة

## خاتمة

في عالم طغت فيه المعرفة، أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، وأصبح تطور الأمم وازدهارها يقاس بمدى تبنيتها لهذه التكنولوجيا، وهو ما جعل العديد من الدول العالم تدرك أهمية هذه التكنولوجيا، و تسعى لتسخيرها لخدمة الاقتصاد بأسره، لا سيما الجانب التجاري منه.

و إن النهوض بالتجارة الإلكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام و الإتصال يستدعي توفر إرادة حقيقية لدى تطوير هذه التجارة لابد من دعم الإستعداد الإلكتروني لكافة فئات المجتمع و تشجيعهم على التحول إلى التجارة الإلكترونية و ذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الإلكترونية، و كذلك لا بد من تحول التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني و كذا تطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق.

إن الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية يوفر خدمات للمواطنين و الشركات عبر الشبكة بسرعة و سهولة، و ما سيكون لذلك من آثار إيجابية في دفع التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي بان التعامل بهذه التجارة ليس خيارا بل أمرا ضروريا. إن الإهتمام بالتجارة على الوسيط إلكتروني دليل على وعي إقتصادي واضح، هذه التجارة التي كانت مجرد حلم فرضت اليوم نفسها في تحديد المستقبل الإقتصادي للدول، و أصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري، فقد نمت حجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء المعمورة بسبب المزايا العديدة التي توفرها خاصة إختصارها للزمن و المسافات و إختزالها للتكاليف.

و قد توصلنا من خلال تشخيصنا و تحليلنا لموضوع العصر إلى النتائج التالية:

- ❖ التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام و الإتصال خاصة الأنترنت لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.
- ❖ بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في سنوات التسعينات من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى تشمل مجموعة من التطبيقات و الأنشطة التي تمارسها الشركات بواسطة وسائل الإتصالات الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية لا تقتصر على عملية إمتلاك موقع على شبكة الأنترنت فقط، بل تمتد إلى الإعلان الإلكتروني، النشر الإلكتروني، شراء الأسهم و السندات، الصرفة الإلكترونية، الإستشارات القانونية.
- ❖ إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا و الأعباء، في تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون إعتبار لحجمها لولوج الأسواق

العالمية بأقل وقت و تكلفة، كما تساعد الأفراد على الخيار العالمي للمنتجات و بأرخص الأثمان غير أن هذه التجارة تفرض تحمل أعباء و مخاطر و سلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها.

❖ تخلف البنية التحتية التكنولوجية، و ارتفاع تكاليف خدمات الإتصالات و المعلومات و التجهيزات المرافقة لها.

❖ عدم إنتشار الوعي الكافي بأهمية التجارة الإلكترونية أدى المؤسسات التجارية و الأفراد و عدم إيلائها الأهمية الكافية لتطويرها من طرف الدولة.

❖ غياب البيئة المصرفية و النقدية المناسب للعمليات الناجمة عن التعاملات الإلكترونية.

رغم كل العراقيل التي تواجهها ، إلا أن النهوض بالتجارة الإلكترونية و دفع تحدي الذي تفرضه ثروة تكنولوجيا الإعلام و الإتصال يستدعي توفير إرادة قوية لدى دول لتطوير التجارة، و هذه التجارة لا تحقق الأهداف المرجوة ما لم تكن مدعومة بالعمل الجاد، و لعل من أهم الإقتراحات و التوصيات التي توصلنا إليها نذكر ما يلي:

❖ دعم الإستعداد الإلكتروني من كافة فئات المجتمع و تشجيعهم على التحول إلى التجارة الإلكترونية، و ذلك من خلال تركيز على تنمية العنصر البشري كأحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الإلكترونية، حيث يتم تبصير الأفراد و المؤسسات بأهمية هذه التجارة بإتباع مجموعة أساليب من بينها الحملات الإعلامية و التنويرية المرسخة لثقافة التسوق عبر الأنترنت، برامج و ورش التدريب للأفراد و الموظفين، تحديث مناهج التعليم بغية تأهيل الكفاءات للتعاطي مع تحديات الإنتقال للتجارة الإلكترونية.

❖ تحول التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني، لا بد أن يصاحبه بنية تحتية قوية مكونة من شبكات الإتصال ذات سرعة فائقة و قدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات و توفير تجهيزات آلية، و تطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق ، و لا بد من العمل على تأمين نفاذ جميع الفئات المجتمع إلى خدمات تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، و معالجة قضايا التسعير من خلال إعادة النظر في الأسعار لتتناسب مع مستويات دخل المواطنين .

❖ الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية التي توفر الخدمات للمواطنين و الشركات عبر الشبكة بسرعة و سهولة، و ما سيكون لذلك من آثار إيجابية في دفع التجارة الإلكترونية و زيادة الوعي بأن التعامل بهذه التجارة ليست خياراً ترفيهياً بل أمر ضروري.

❖ تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي مسير و مسهل للتجارة الإلكترونية من خلال التطوير التحويل الإلكتروني الأموال و تعميم وسائل الدفع الإلكتروني

باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع ضرورة الحفاظ على حقوق الأطراف من خلال التأكد من السرية و الامن في هذه العمليات

و من خلال دراسة هذا الموضوع نجد أن التجارة الإلكترونية تساهم في فتح أسواق جديدة أمام صادرات الدول و ذلك بزيادة حصتها السوقية و التنافس بمنتجاتها المحلية على مستوى الأسواق العالمية، و تحرير تجارتها الخارجية، و كذلك تحسين الخدمات حيث يكون تقديمها باقل التكلفة و في أسرع وقت، و نجد أن الدول الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، و الصين تحتل مراتب متقدمة من بين الدول العالم من ناحية توفرها على البنية التحتية التكنولوجية و المتمثلة في الأنترنت خطوط الهاتف الثابت و النقال، و هذا ما ساعدها على ممارسة التجارة الإلكترونية التي ساهمت في زيادة حجم صادراتها، و تحسين خدماتها من ناحية التكلفة و إستغلال الوقت و كذا الإشهار و الترويج للمنتجات، فضلا عن ذلك فإن التعامل بالتقنيات الحديثة و التكنولوجيا المتطورة و إستخدامها في التجارة يزيد من تحرير التجارة الخارجية لتلك الدول، و يجعلها تحتل مواقع مميزة من ناحية التطور التكنولوجي.

قائمة

المصادر و المراجع

أ- قائمة المراجع باللغة العربية:

أولاً-الكتب:

- 1-عبد الفتاح البيومي حجازي، التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2004.
- 2-علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية و أحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر و التوزيع.
- 3-محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، زهران للنشر و التوزيع 2013، عمان.
- 4-نصار محمد الحلالمة،التجارة الإلكترونية في القانون، الثقافة للتصميم و الإخراج 2012، عمان الأردن.
- 5-يوسف أحمد أبو كارة، التسويق الإلكتروني، ط2، دار وائل، عمان 2007.
- 6-علاء عبد الرزاق السالمي، الإدارة الإلكترونية E. Managements، دار وائل للنشر، عمان 2008.
- 7-إبراهيم العيساوي، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة 2003.
- 8-خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2008.
- 9-نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات، دار المرجع للنشر و التوزيع، الرياض 2004.
- 10-محمد إبراهيم أبو الهجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط1، عمان 2005.
- 11-إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2005.
- 12-الدسوقي محمد عرفة، حاسبة الدسوقي، على الشرح الكبير، إحياء الكتب العربية القاهرة.
- 13-آل سليمان، أحكام التعامل في السوق المالية المعاصرة، كنوز أشبيلية، ط1، 1436هـ.
- 14-المهاجي محمد سكمال، أحكام عقد البيع في الفقه الإسلامي المالي، 1422هـ، ط1، دار ابن حزم بيروت.
- 15-السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، منشورات المنظمة لتنمية الإدارية القاهرة، 2006.
- 16-منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2006.

- 17-محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، مصر 2006.
- 18-أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية، أفق الحاضر و تطلعات المستقبل، المكتبة العربية، مصر 2004.
- 19-نضال إسماعيل إبراهيم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن 2005.
- 20-محمود فياض، المعاصر في قوانين التجارة الدولية، النشر و التوزيع الوراق، الطبعة الأولى، 2012.
- 21-بسام شيخ العشرة واخرة، التجارة الإلكترونية، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2018.
- 22-جميل محمد خالد، أساسيات الإقتصاد الدولي، الأكاديميون، للنشر و التوزيع، عمان الأردن 2004.
- 23-علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان 2005.
- 24-محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت، ط1، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية.
- 25-عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، القاهرة 2002.
- 26-صالح المزلاوي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2006.
- 27-سمير لقمان، المنظمة العالمية للتجارة، أثار السلبية و الإيجابية على أعمالنا الحالية و المستقبلية، الطبعة الاولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن 2004.
- 28-مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان للطباعة و النشر و التوزيع، سوريا، دمشق، جرمان، 2009.
- 29-محمد عبد حسين الفرج الطائي، مدخل إلى النظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان 2005.
- 30-محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، معرض مسقط الدولي للكتاب 2009.
- 31-قدي عبد المجيد، مدخل إلى السياسات الإقتصادية الكلية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003.

32- طه طارق، التسويق و التجارة الإلكترونية، الإصدار 2 منشأة المعارف للتوزيع، مصر 2005.

32- عبد الفتاح مراد: "الحكومة الإلكترونية" دون دار النشر و لا سنة النشر.

ثانيا- الرسائل و المذكرات الجامعية:

أ-رسائل الدكتوراه:

1- عواطف يونس إسماعيل أمين، إنعكاسات التجارة الإلكترونية على الأداء التسويقي للمنظمات الخدمية، رسالة الدكتوراه، جامعة الموصل 2014.

2- إبراهيم بختي، دور الأنترنت و تطبيقاتها في مجال التسويق، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2003.

ب-مذكرات الماجستير:

1- تغريد بحي أبو سليم، أبعاد تحول نحو الحكومة الإلكترونية في الدول العربية، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2005.

ثالثا-المجلات:

1- عفاف خويلد، فعاليات الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات لدى مؤسسة الإقتصادية الجزائرية، مجلة الباحث عدد 87، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2009-2010، متوفر على الموقع: [hc7u28-3cp238938](http://www.hc7u28-3cp238938).

2- محمد كريمة فريجه، النوادي الإلكترونية، تحديات و بدائل، دراسة ميدانية بنوادي عنابة، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 27 العراق 2006، متوفر على الموقع: [www/u/un,l//b85,htm](http://www.u/un,l//b85,htm).

3- السحيباني محمد إبراهيم، نظام التداول الإلكتروني في سوق الأسهم السعودية، مجلة الإقتصادية السعودية، ط1(4)91، 2000-11.

4- محمود سحنون، التجارة الإلكترونية و دورها في تسويق الخدمات المالية و المصرفية، حالة الدول العربية، مجلة الإقتصاد و المجتمع عدد 3، دار الهدى للطباعة و النشر، جامعة منثوري قسنطينة 2005.

رابعاً- الملتقيات و المؤتمرات:

أ- الملتقيات:

1- حفيق فوزية، صليحة حقيقي، مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية في الدول العربية، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خمس مليانة، أفريل 2011.

2- علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، مداخلة بعنوان آلية التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الرابع لعصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية

و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، مركز الجامعي خميس مليانة 26 و 27 أبريل 2011.

3- محمد مداحي، مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية و واقع إستخدامها على المستوى الدولي و العربي، ملتقى الدولي الرابع حول عصرنه النظام في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة 26 و 27 أبريل 2011.

4- لخضر عدوكة، دحدو بن عبيرة، مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية و أثرها الإقتصادية، الملتقى الدولي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة 26 و 27 أبريل 2011.

#### ب- مؤتمرات:

1- السحبياني محمد إبراهيم، 1419هـ، تصميم آليات التعامل في ظل النظام إلكتروني لتداول الاسهم، بحث قدم في مؤتمر القانون و تحديات المستقبل، جامعة الكويت، أكويت أكتوبر 1999.

2- الوييو wipo، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، الجمعية العامة للوييو، الدورة الرابعة و العشرون (الدورة العادية الرابعة العشر)، جنيف من 20 إلى 29 سبتمبر 1999.

3- المؤتمرات الوزارية لمنظمة التجارة العالمية، مؤتمر و ندوات/قطر، 3-10-2004.

4- فريجسون، إيان ف(18-01-2008)، مفاوضات منظمة التجارة العالمية: أجندة الدوحة لتنمية (بي دي أف)، خدمة أبحاث الكونغرس، مؤرشف من الأصلي (بي دي أف) في 25 يوليو 2008، تم إسترجاع 26-07-2008.

5- المؤتمر ينتهي بالإتفاق على برنامج جديد، منظمة التجارة العالمية 14-11-2001، تم إسترجاع 31-07-2008.

6- عبد الإله الديوة جي، تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في إطار المنظمة العالمية للتجارة، أوراق موجزة للإعداد للمؤتمر الوزاري الخامس للمنظمة التجارة العالمية، كانكون، المكسيك، 10-14 سبتمبر 2003، منشورات الاسكوا 2003.

6- مجلس التعاون الخليجي، مؤتمر السنوي الثاني للمنتدى الخليجي للتجارة الإلكترونية،

أمن المعاملات الإلكترونية و الجاهزية 24-25 نوفمبر 2008 متوفر على

موقع: [www.gef.bh/gef/08-files/gef-brochurecnteissue.bdf](http://www.gef.bh/gef/08-files/gef-brochurecnteissue.bdf)

7- للمزيد من المعلومات حول محاور المؤتمر و توصياته الرجاء زيارة

الموقع: [www.gef.bh](http://www.gef.bh)

خامسا-تقارير و دراسة:

أ-تقارير:

- 1-حسان ظاهر شريف،تقرورت محمد،أتساعد رضوان، جملة إقتصاديات شمال إفريقيا،15،volume1,numere1،page136، page119.
- 2-file Transfer protocole، برتكول نقل الملفات وهو يسمح بدعم و نقل البيانات داخل الأنترنت.
- 3-حسان لخضر، برامج إصلاح التجارة الخارجية و تقييمها، على الموقع:www.arab-ari.org/cour25/pdf.
- 4-اللجنة الإقتصادية و الإجتماعية لغربي آسيا (الأسكوا)، "نشرة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات للتنمية في غربي آسيا"،العدد 2010،14، متوفر على موقع الإلكتروني:  
www.escuar.un.org/information//publication/adit/wpoload/ictd-10-2-a.pdf.
- 5-الإتحاد الدولي للإتصالات،"الإجتماع العالمي السابع المعني بمؤشرات الإتصالاتو تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات 3-5 مارس 2009، القاهرة،متوفر على موقع الإلكتروني:www.itu.int/itu-d/ict/wict09/matrail/as-ar,html.
- 6-رأفت عبد العزيز غنيم، دور الجامعة الدول العربية في تنمية و تسير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية،2002، متوفر على موقع جامعة الدول العربية:www.Arable-egueonline, org.
- 7-بسام بن حمد سام، التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية، ندوة تشريعات التجارة الإلكترونية و دورها في دعم و تنمية الصناعة العربية،19-21 أبريل 2006، تونس، متوفر على الموقع الإلكتروني: www.cepax.not.tn
- 8-اللجنة الإقتصادية و الإجتماعية لغربي آسيا الملامح الوطنية لمجتمع المعلومات في المملكة العربية السعودية، 2007متوفر على الموقع:www.exwa.un.org/wsis/reports/docs/ksa-07-a.pdf.
- 9-سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلوكية و اللاسلوكية، نشرة فصيلة رقم 1، جويلية 2005،متوفر على الموقع الإلكتروني:-www.ar.pt.dl/ar/doc/pub/bult,arpt-balim-na-ar,pdf.
- 10-ناجي تواتي، السياسات التنظيمية لقطاع الخدمات، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2001

ب-دراسات:

- 1-جمال زكي الجرديلي، البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الانترنت دراسة فقهية مقارنة، دار الفكر الجامعي، مصر 2008.
- 2-سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الإتصال الحديثة، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر 2006.
- 3-مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، القاهرة، دار النهضة العربية للنشر، 2001.

سادسا- النصوص القانونية:

- 1-المادة 66 من الأمر 10/90 من الأمر رقم 11/03 المؤرخ في 62 أوت سنة2008.
- 2-المادة 6 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ الموافق ل 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 28.
- 3-المادة 16 و 17 من القانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 28.

سابعا- الجريدة:

- 1-عمر عدنان العوبتاني، في تقريره: "العرب و التجارة الإلكترونية و مخاوف الدول كوم"، منشور بالملحق الإقتصادي لجريدة الخليج الإماراتية، العدد 116، 2001.

ثامنا- المواقع الإلكترونية:

- 1-مراد الشوابكة، 24 مايو 2015.
- 2-مقال مرجع الأنترنت، أبريل 2020.
- 3-السوق المفتوح، من أهم طرق التسويق الإلكتروني، الأردن.
- 4-السوق المفتوح، فرح قساس، 11 شهر.
- 5-السوق المالية السعودية،(التداول) موقع سوق على شبكة الأنترنت [www.todourif.so.com](http://www.todourif.so.com) تاريخ زمارة 2008/11/29.
- 6-[www.chihed.com.site/?page, cgv](http://www.chihed.com.site/?page, cgv).
- 7-[www.Dzmais, com., op, cite](http://www.Dzmais, com., op, cite).
- 8-بواسطة: يوسف عبد الجبار، آخر تحديث:13:26، 26 مايو 2019.
- 9- كتابة محمد مروان، آخر تحديث، 13:34، 16 أغسطس 2017.
- 10- المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو: <https://www.wipo.int>.

11-لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية: " القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية"،  
متوفر على الموقع

الإلكتروني:- [www.un.citral.org/pdf/arabi/texts/election/ml-ecomm-a-book-pdf](http://www.un.citral.org/pdf/arabi/texts/election/ml-ecomm-a-book-pdf)

12- للمزيد من المعلومات حول أنشطة هذه المنظمة، زيارة الموقع  
الإلكتروني: [www.icto.org](http://www.icto.org)

### ب-مراجع باللغة الأجنبية:

1-hocine l'Ombrien, comment du-e- commerce en avril, journal el watan, n56, 38de 20mai2009.

2-ahmed gasmai, oued Knies, com.: la belle histoire de l'eBay algérien, ntic magazine N47, septembre 2010, disponible sur le site : [www.nit.web.com/composment/option,com-net d/w nloods/ id 288/task downloadé](http://www.nit.web.com/composment/option,com-net d/w nloods/ id 288/task downloadé).

3- أنشأة في أبريل سنة 1986 centre de recherche et d'information scientifique et technique.

4-autorite de régulation de l'post et de télécommunication : rapport onnud disponible sur le site : [www arbt,dz/Fn/doc/pub/raa-2003,pdf](http://www.arbt,dz/Fn/doc/pub/raa-2003,pdf).

5-arpitr Mukerjee avantika Kapoor, Trade rules E-commerce :wto and india, warkingpaper no354,indiancouncil for reseach on international económico relation ,  
march2018,p18,p19 :<http://icrier.org/PDF/warking-paper354.pdf>.

6-organitation mondial du commerce, le commerce électronique et le rôle de l'OMC, dossiers spéciaux, disponible sur le site : [www.wito.org/ french/RES-f/publication/spécial- studies2-f.htm](http://www.wito.org/ french/RES-f/publication/spécial- studies2-f.htm).

7-oecd émergent Marleen économie forum on électronique commerce, international and régional bodies : activités and initiatives on électronique commerce, op .cite.

# الفهرس

|    |  |
|----|--|
| أ  | مقدمة.....   |
| 07 | الفصل الأول: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية.....    |
| 08 | المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.....             |
| 08 | المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.....             |
| 08 | الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.....              |
| 08 | 1- التعريف اللغوي و الإصطلاحي.....                       |
| 09 | 2- التعريف القانوني.....                                 |
| 10 | 3- التعريف الفقهي.....                                   |
| 12 | 4- الفرق بينها وبين التجارة التقليدية.....               |
| 13 | الفرع الثاني: عناصر التجارة الإلكترونية.....             |
| 14 | 2- خصائص التجارة التقليدية.....                          |
| 16 | 3-أنواع التجارة الإلكترونية.....                         |
| 17 | المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية.....            |
| 18 | الفرع الأول:مزايا التعامل التجاري الإلكتروني.....        |
| 21 | 2-فوائد التجارة الإلكترونية.....                         |
| 22 | الفرع الثاني: معوقات إنتشار التجارة الإلكترونية.....     |
| 22 | 2-مجالات و مشاكل التجارة الإلكترونية.....                |
| 24 | 3-عيوب التجارة الإلكترونية.....                          |
| 26 | المبحث الثاني: مفهوم السوق الإلكترونية عبر الأنترنت..... |
| 26 | المطلب الأول: تعريف السوق.....                           |
| 28 | الفرع الأول: الأنترنت ركيزة التجارة الإلكترونية.....     |
| 31 | الفرع الثاني: نظام التداول الإلكتروني.....               |
| 36 | المطلب الثاني: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر..... |
| 39 | الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.....    |

|         |  |
|---------|--|
| 42..... | الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني   |
| 52..... | خلاصة الفصل الأول  |
| 54..... | <b>الفصل الثاني: النظام التجاري الإلكتروني العالمي</b>   |
| 55..... | المبحث الأول: إعتبار التجارة الإلكترونية كمظهر من مظاهر التجارة الدولية  |
| 55..... | المطلب الأول: ماهية التجارة الخارجية   |
|         | الفرع الأول: الإتفاقيات الصادرة عن المنظمة العلمية الفكرية wipo بشأن التجارة الإلكترونية و التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية |
| 55..... | الفرع الثاني: القوانين النموذجية الصادرة عن منظمة التجارة العالمية wto بشأن التجارة الإلكترونية  |
| 59..... | المطلب الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة الخارجية   |
| 63..... | الفرع الأول: عموميات حول تحرير التجارة الخارجية  |
| 64..... | الفرع الثاني: الخطوات العملية لتحرير التجارة العالمية  |
| 66..... | المبحث الثاني: التنظيم الدولي للتجارة الإلكترونية  |
| 67..... | المطلب الأول: التنظيم القانوني الدولي للتجارة الإلكترونية  |
| 68..... | الفرع الأول: على المستوى العربي  |
| 68..... | الفرع الثاني: على المستوى العربي   |
| 72..... | المطلب الثاني: الإتجاهات الدولية للتجارة الإلكترونية   |
| 73..... | الفرع الأول: الإتجاهات العالمية لتنظيم التجارة الإلكترونية   |
| 73..... | الفرع الثاني: الإتجاهات العربية لتنظيم التجارة الإلكترونية   |
| 79..... | خلاصة الفصل الثاني   |
| 83..... | الخاتمة  |
| 85..... | قائمة المصادر و المراجع  |
| 89..... | الفهرس   |

## ملخص المذكرة

ملخص:

لقد عرف عصرنا الحالي تطورا كبيرا في المجال التكنولوجي سواء محليا أو دوليا و هذا الشيء الذي أثر على التجارة بصفة مباشرة و ذلك بالنظر إلى فوائد الإعتبارية الكثيرة سواء فيما يخص نوعية الخدمات أو من حيث جودتها أو سرعة أدائها و قد إستطاعت هذه التجارة أن تنتشر في وقت قصير، و تزايدت أهميتها و حظيت بقبول عام، كما أخذت مكانتها الدولية في العلاقات التجارية الدولية بأسرع مما كان متوقعا إلا أن تعميم إستعمال وسائل الإتصال الحديثة و التجارة الإلكترونية لم تخلو من التعقيدات خاصة فيما يتعلق بمستوى الهيئات القاعدية المكرسة لبعث التجارة الدولية إلكترونية كإقتناء التكنولوجيات الحديثة اللازمة لذلك، و أيضا إصدار القوانين التي تحمي المستهلك الإلكتروني و الانخراط في الإتفاقيات الدولية الخاصة بتنظيم التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي

### الكلمات المفتاحية :

1/ التجارة 2/ الالكترونية 3/ انترنت 4/ مستهلك 5/ دولية 6/ اتفاقيات

### **Abstract :**

Our current era has witnessed a great development in the technological field, whether locally or internationally, and this thing has affected trade directly, in view of the many legal benefits, whether in terms of the quality of services or in terms of their quality or speed of performance

This trade was able to spread in a short time, its importance increased and gained general acceptance, and it gained its international place in international trade relations faster than expected.

However, the generalization of the use of modern means of communication and electronic commerce was not without complications, especially with regard to the level of the grassroots organizations dedicated to sending international electronic commerce, such as the acquisition of modern technologies necessary for this, as well as issuing laws that protect the electronic consumer and engaging in international agreements related to the regulation of electronic commerce at the level international

### key words :

1/ Commerce 2/ Electronic 3/ Internet 4/ Consumer 5/ International 6/ Agreements