

التجارة الالكترونية: المداخل النظرية والضوابط القانونية

E-commerce: Theoretical Input and Legal Controls

د. بن عزوق منير، أ. صباح عزوز،² طالب دكتوراه مبروكي فاتح³

¹ جامعة ابن خلدون - تيارت، (الجزائر)، benazzoug1992@gmail.com

² جامعة المسيلة (الجزائر)، sabah.azouz@univ-msila.dz

³ جامعة الوادي (الجزائر)، mabrouri-fateh@univ-eloued.dz

تاريخ النشر: 2021/06/30

تاريخ القبول: 2021/02/19

تاريخ الاستلام: 2021/01/27

الملخص:

شهد القرن الواحد والعشرين تحديات كبيرة منها الثورة التكنولوجية الكبيرة وتوجه اقتصاديات الدول نحو التجارة الالكترونية حيث تلعب الانترنت دورا رئيسا فيها، حيث تدور جميع العمليات التجارية من مفاوضات وصفقات وبيع وشراء وتسويق وتبادل الاموال فيها. وهذا ما جعل التجارة الالكترونية تنمو وتصل إلى ما هي عليه الان ، نظرا لتقدمها العديد من الامتيازات ، لكن هناك العديد من المشاكل والعوائق تقف أمام التجارة الالكترونية، خاصة ما تعلق بالمسائل التجارية وحماية المستهلك ، إضافة إلى اختلاف الانظمة القانونية والتشريعات سواء التجارية أو المالية والضريبة التي تطرح مشكلة عدم التوافق على المستوى المحلي والعالمي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية ، التبادل التجاري ، شبكة الانترنت.

Abstract:

The 21st century witnessed major challenges, including the great technology revolution and the orientation of the economies of countries towards e-commerce in which the Internet plays a major role. As all of the business processes revolve around negotiations, deals, sale, purchase, marketing and exchange of money, e-commerce has grown and reached what it is noticed now because it offers many privileges. However, there are many problems and obstacles stand in the way of e-commerce, especially the ones related to trade issues and consumer protection, in addition to the different legal regulations, commercial or financial legislations and tax that pose the problem of incompatibility at the local and global level.

Keywords: E-commerce, commercial exchange, Internet.

مقدمة

تعتبر تكنولوجيا المعلومات قوة أنية ومستقبلية بالنسبة لجميع دول العالم، ولقد ساهم ذلك في توسيع دائرة حجم التبادل التجاري بين الدول ولقد ساهمت الانترنت باعتبارها من أهم تقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير في تعزيز تنامي حجم التجارة الالكترونية عالميا ،لذلك فقد أيقنت الدول المتقدمة أهمية التجارة الالكترونية باعتبارها مجالا خصبا وعاملا مؤثرا في نمو اقتصادها فقد غدت هاته الاخيرة وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية في تسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين ولمواكبة هذه التطورات بدأت أغلبية الدول في العالم بتهيئة اقتصادها وبيئتها ومؤسساتها للتحول إلى الاقتصاد الرقمي المبني على الانترنت والتجارة الإلكترونية ،للتعرف أكثر عليها جاءت الاشكالية على النحو التالي : ماهي التجارة الالكترونية ؟ وماهي ضوابطها القانونية؟

هدف الدراسة: البحث في ماهية التجارة الالكترونية ،خاصة بعد انتشار هذا النمط من التجارة في العصر الحديث بعد انتشار الانترنت.

منهج الدراسة : المنهج الوصفي التحليلي المناسب لهذا النوع من الدراسة .

1.الإطار النظري للدراسة

المحور الاول : ماهي التجارة الالكترونية .

1- مفهوم التجارة الالكترونية والمفاهيم المشابهة لها.

2- مسار تطور التجارة الالكترونية.

3- أنماط التجارة الالكترونية

المحور الثاني: مزايا ومجالات و أشكال التجارة الالكترونية وتطبيقاتها.

مزايا التجارة الالكترونية .

2-متطلبات التجارة الالكترونية

3- أهم مخاطر التجارة الالكترونية وتحدياتها.

المحور الثالث: التطبيقات القانونية للتجارة الالكترونية.

1-المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الالكترونية .

2-التحديات القانونية العامة لبيئة التجارة الالكترونية .

1. المحور الاول : مفهوم التجارة الالكترونية والمفاهيم المشابهة لها.

1.1.تعريف التجارة الالكترونية :منذ ما يقارب خمسة عشر سنة لم يكن الاستخدام التجاري ممكنا أو مسموحا به فقد اقتصر على مجالات معينة دون سواها وقد انتشرت التجارة الالكترونية كإحدى فرص الاسواق الجديدة ،كما يمكن أن تكون مصدر الاسواق الجديدة ،وهي أيضا أذكى وأرقى النماذج الاقتصادية الجديدة ،كما يمكن أن تكون مصدر المنتجات الجديدة ،كما تعد التجارة الالكترونية الشكل الاول للاستخدامات التجارية للانترنت هناك تعاريف كثيرة وردت حول مفهوم التجارة الالكترونية ولا يوجد تعريف متفق عليه في هذا المجال فيمكن تعريف التجارة الالكترونية (E-commerce) بأنها مفهوم جديد متفق يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها الانترنت .

أوهي نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات كما يتيح أيضا الحركات الالكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات ويمكن تشبيه التجارة الالكترونية بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون والوسطاء والمشترون وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أرقمية كما يدفع ثمنها بالنقود الالكترونية .(سعداوي،2006،ص30)

أما منظمة التجارة العالمية فقد عرفت أنها "مجموعة متكاملة من عقد وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بصورة الكترونية". (صلال صاحب، ص5)

وتبنت إدارة الاحصاءات في سنغافورة تعريف التجارة الالكترونية يغطي كلا من المعاملات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية وخدمات الدعم المتعلقة بالتجارة الالكترونية .

- وتعرف المعاملات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية بأنها أي نوع يجري باستخدام الشبكات الحاسوبية وهي تشمل شراء وبيع المنتجات والخدمات باستخدام الشبكات المفتوحة (الانترنت) والشبكات المغلقة (ذات الاستخدام الخاص). (اللجنة الاحصائية، 2002، ص 2)
- والتجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الاخرى ويشمل ذلك:
- الاعلانات عن السلع والبضائع والمشتري .
- تقديم المعلومات حول السلع و الخدمات.
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع.

1.2. التفرقة بين التجارة الالكترونية والمفاهيم المشابهة لها .

لم يقتصر تأثير ثورة المعلومات على قطاعي التجارة والاعمال فحسب بل تعداه إلى قطاعات كثيرة حتى اقترن مفهوم حرف "e" (أو بما معناه الالكترونية) بمجالات كثيرة مختلفة حيث ظهرت الآن تعريفات ومصطلحات جديدة ما كانت لتظهر لولا تطور الاتصالات والتقنيات الرقمية وانتشار الانترنت ،وقد ارتبطت التجارة الالكترونية وتداخلت مع عدة مصطلحات مرافقة من بينها :

- **الأعمال الالكترونية**: يشيع لدى الكثير استخدام مصطلحي التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية بطريقة تبادلية غيران هذا خطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما ، حيث تعتبر الاعمال الالكترونية المظلة التي تندرج تحتها كل من التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني والحكومة الالكترونية وغيرها من المجالات الالكترونية الاخرى وتعتبر شركة IBM أول من أطلق التعبير اللفظي للأعمال الالكترونية "Electronic Business"، "EB" سنة 1997 وتعرف هذه الشركة ال EB كالتالي :
- " الاعمال الالكترونية هي النتيجة التي تتحصل عليها عند جمع المجال الواسع الذي تمثله الانترنت مع شساعة مصادر أنظمة المعلومات الكلاسيكية ، والنتيجة هي قطاع حيوي وتفاعلي ، أي بمعنى أن الاعمال الالكترونية أسس رابطة فعالة ما بين المعلومات المفيدة والاشخاص الذين هم بحاجة إليها". ومن التعريفات التي أعطيت للأعمال الالكترونية "
- هي استخدام الوسائل **التسويق الالكتروني**: كما يعرف باسم "التسويق الافتراضي" ،"سيبر تسويق" وظهرت عبارة Cyber marketing لأول مرة في كتاب Len keeler سنة 1995 الذي اقترح من خلال التعريف التالي : " السبير تسويق يعني استغلال الشبكة المفتوحة (الانترنت intrant Extrant) للتسويق باستخدام مختلف الوسائل الرقمية .
- التجارة الخارجية الإلكترونية: "electronic trade" وهي القول بأن هذا المفهوم هو اقرب ما يكون إلى التجارة الالكترونية ، الا أن الفرق الجوهرى بينهما يتمثل في كون التجارة الخارجية الالكترونية تهتم بالأسواق الخارجية وتهمل المحلية ، كما أنها تولي أهمية كبيرة لقطاعات الاعمال على حساب الافراد. التجارة عبر الانترنت I-commerce : تم اشتقاق كلمة e-commerce -باللغة الانجليزية من الكلمتين Internet -commerce أي التجارة عبر الأنترنت بينما e-commerce مشتقة من electronic commerce ، وعادة ما يستخدم هذين اللفظين كمترادفتين ولكن يوجد فرق بينهما ، فالتجارة الالكترونية هي مجموعة من الانشطة التجارية التي تعتمد على الوسائط الالكترونية وشبكات

الحاسب الالية والانترنت بينما تشير I-commerce إلى الانشطة التجارية التي يتم تنفيذها عبر شبكة الانترنت تحديداً، أي أن التجارة الالكترونية هي عمل تجاري يتم من خلال تنسيق الالكتروني I-commerce هي عمل الكتروني يتم من خلال تنسيق الالكتروني على الانترنت ، فمن الناحية العملية فإن التجارة عبر الانترنت ليست سوى جانب واحد من التجارة الالكترونية ، لان التجارة عبر الانترنت تركز الاهتمام على جانب واحد من العمليات التي تتم باستعمال وسيط الكتروني وحيد هو الانترنت مع إهمال الوسائل التكنولوجية وشبكات الاتصال والعمليات الأخرى كما أن التجارة الالكترونية لا تقتصر على مجرد إجراء أعمال تجارية عبر الانترنت بل تمتد لتشمل كل الوظائف المساعدة على تنفيذ هذه الاعمال. (ديمش، ص42)

3.1. مسار تطور التجارة الإلكترونية: ظهرت التجارة الإلكترونية تطورت بشكل واسع بعد ظهور شبكة الانترنت العالمية وذلك في عام 1989 ،إما استخدامها التجاري في الاوساط العالمية في عام 1995 ، حيث أضفت الثورة التكنولوجية تغيرات سريعة على الاقتصادات العالمية من أهمها الحاسوب الشخصي والشبكة العنكبوتية والهندسة البيولوجية وغيرها .

- اكتسب موضوع التجارة الالكترونية أهمية كبيرة في السنوات الاخيرة من القرن العشرين نتيجة للتغيرات الرئيسية التي طرأت على الاعمال بفعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات انطلاقاً من قدرتها على دفع المجتمعات إلى حيز متطور قائم على المعلومات يلعب الكمبيوتر والانترنت الدور الرئيسي فيه لقد غير الانترنت من أساليب عمل المنظمات في مجمل أنشطتها الداخلية وتعاملاتها الخارجية وقد دعمت وسائل الاتصال ونقل المعلومات من خلال شبكات معقدة ومتفرغة اساليب التعامل هذه سواء مع الزبائن أو مع المنافسين .
- وقد شاع استخدام أسلوب التجارة الالكترونية " السوق الإلكتروني " لأسباب كثيرة منها تهميش البعدين الزمني والمكاني والتخلص من التعريف التقليدي للسوق باعتبارها مركزاً لجمع قوى العرض والطلب حيث لا ضرورة في ظل التجارة الالكترونية وكذلك تقليل التكاليف الاقتصادية قياساً بالفعاليات التقليدية .

4.1- أنماط التجارة الإلكترونية: للتجارة الالكترونية مجموعة من الانماط التي تدور حولها حيث يمكن النظر إلى التجارة الالكترونية على أنها مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه واستخدامه في أكثر من نمط وشكل كما يلي:

- **مؤسسة أعمال-مؤسسة أعمال:** وهذا النمط يتم بين مؤسسات الاعمال بعضها البعض من خلال شبكات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وذلك لتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين وتسليم الفواتير واتمام عمليات الدفع ،وهذا النمط من التجارة الالكترونية موجود من سنوات عديدة خاصة في تبادل البيانات إلكترونياً من خلال الشبكات الخاصة .

1- هذا النمط من التجارة الالكترونية يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي وهذا النوع قد توسع بشكل كبير مع ظهور شبكة الانترنت ، فهناك الآن ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق تقدم خدماتها من خلال عرض السلع والخدمات لصالح المؤسسات وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من حيث عمليات الشراء والبيع من خلال شبكات الانترنت ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعاً بطاقات الائتمان أو الشيكات الالكترونية أو نقداً عند التسليم .

2- **مؤسسة أعمال- إدارة حكومية:** هذا النمط يغطي كل المعاملات بين الشركات والهيئات الحكومية فعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة الأمريكية يتم الاعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الانترنت ويمكن للشركات أن تتبادل الردود معها إلكترونياً، وحالياً يعتبر هذا النمط في مرحلة وليدة لكنه سوف يتوسع بسرعة كبيرة إذا قامت الحكومات باستخدام عملياتها بأسلوب التجارة الالكترونية.

3- **مستهلك-إدارة حكومية :** هذا النمط لم يبرز بعد ولكنه ربما ينتشر مع إنباش التعامل الالكتروني ونمو كل من نمط الشركة إلى المستهلك والشركة إلى الهيئة الحكومية .

التجارة الالكترونية وعلاقتها بمعايير المحاسبة ومعايير التدقيق: في أواخر عام 1997 تنبته هيئات المحاسبة والتدقيق المختصة لأهمية التجارة الالكترونية وأصبحت مهنة المحاسبة من المهن الرائدة في تطوير معايير التجارة الالكترونية وذلك لتمكين منتسبيها من توفير التوكيدية بالتعامل بالتجارة لبيئة الاعمال المتعاملة بها.(الشكري، صلال صاحب ،ص05)

2.المحور الثاني : مزايا ومجالات التجارة الالكترونية وتطبيقاتها.

1.2-مميزات التجارة الالكترونية:مميزات التجارة الالكترونية يمكن تحديدها في النقاط التالية .

1 -تعمل التجارة الالكترونية على تقديم جميع المنتجات المتوفرة للمستهلكين وللشركات على مستوى عالمي ككل وعن أسعار هذه السلع والخدمات والشروط التي يتم لها .

2-التخلي عن وجود وكيل في بلد أجنبي وذلك بتقديم خدمات التسويق على الخط للموردين وبذلك يغني عن فتح متجر واستخدام وكيل .

3-نقاط الاتصال والمتاجر الافتراضية الموجودة على الانترنت تسهل الاتصالات وبذلك تستبعد أسباب التأخير في تدفق الامدادات، حيث من شأن توافر هذه الامدادات بسرعة وبطريقة مضمونة أن تمكن الصناعات وتجار الجملة والتجزئة من تقليل الكميات المخزونة لديهم حيث يعتبر ذلك عون كبير للشركات وخصوصا الصغيرة والمتوسطة حيث يساعدهم على التقليل من النفقات .

4-توافق الانماط التجارية مع سمات هذا العصر المعلوماتي وسلوكياته ،فأصبح لدينا وسائل مستحدثة في إدارة النشاط التجاري كالبيع والتجارة الالكترونية بين قطاعات الاعمال .

5-أصبحت المؤسسات التي تعتبر نفسها منعزلة داخل السوق المحلية تعتبر نفسها مؤسسة عالمية لها زبائن في جميع أنحاء العالم، وتحقيق عائد أعلى من عائد الأنشطة التقليدية .حصول الزبائن على جميع المعلومات التي تخص المنتجات التي يرغبون في شرائها عبر الأنترنت طوال 24 ساعة يوميا وتلبية خياراتهم ببسر وسهولة .

6-توفير النشرات وكتيبات المعلومات الخاصة بالمنتج والمعلومات عن الاسعار بدون أي اتصال بشري.

7-الحد من استخدام المعاملات الورقية فمثلا طريقة النشر الالكتروني لقيت تقبلا واسعا ،حيث أنها أقل حجما من الموسوعة الورقية ففي المكتبات تم استبدال الموسوعات الورقية الضخمة بوسائل الكترونية حديثة يمكن تخزينها على اسطوانة .

8-تأمين مصادر جديدة للدخل للمؤسسات التجارية، وذلك لان التجارة الالكترونية تسهل قدرة هذه المؤسسات على السوق وتعطيها طرق جديدة للوصول إليها عن طريق شبكات الاتصال المتوفرة للجميع .

9-تعمل التجارة الالكترونية عبر الانترنت على تبسيط التعامل عبر هذه الوسائل الحديثة من صفقات أو غيرها بحيث تعمل على إرسال البيانات المتعلقة بالمنتج في صيغة ذات هيكل معين عن طريق اتصال الكتروني يسمح ببدا الصفقات واتمامها عن طريق أنظمة محاسبية.

10-النفوذ إلى السوق العالمي بسهولة حيث أن كل مستخدم الانترنت يمكن أن يشاهدوا المعلومات الموضوعية عن المنتج أو الخدمة مما يتيح الفرصة لتسويق المنتج أو الخدمة في السوق المحلي والخارجي .

11-وجود فرصة أكبر للاتصالات بوسائل الاعلام .

12-تطوير الاداء التجاري والخدماتي ومثال عن ذلك تتيح شركات متخصصة في التعامل مع الشركات ما لديها عبر الشبكة عن طريق مزادات الانترنت حيث تنبأت شركة" فور ستار للأبحاث " أن هذه المزادات ستحقق مبيعات تتجاوز 7.3 مليار دولار أمريكي.

13-تطوير عمل المصارف وتحويلها من النظام التقليدي إلى النظام الالكتروني.

▪ متطلبات التجارة الالكترونية:

▪ -على المستوى المحلي:

1-توافر شبكة اتصالات محلية جيدة ومتطورة وسريعة وذات إدارة ممتازة تمكنها من توفير اتصالات ذات سرعة عالية دون انقطاع.

2-تقليل تكاليف الوصول إلى شبكة الانترنت لضمان وصولها إلى الجميع.

3-إيجاد القوانين وتشريعات محلية توفر حماية مزدوجة للمتعاملين بالتجارة الالكترونية.

▪ للمستهلك من الغش أو سرقة أمواله.

▪ للشركات من سرقة بعض المستهلكين .

4-وضع القواعد للتعاملات مع البنوك عبر الانترنت واعتماد صيغ لضمان التعامل بين الشركات فيما يخص موضوع التوقيع الالكتروني وتأمين ضمان الصفقات ذات المبالغ الكبيرة .

5-إيجاد القوى العاملة اللازمة والمؤهلة للتعامل مع وسائل تكنولوجيا المعلومات.

6-تنمية الوعي بأهمية تكنولوجيا.

7-تشجيع الاقبال على استخدام الطرائق الالكترونية ومنها التجارة الالكترونية .

▪ - على المستوى الدولي:

1-وضع قواعد ونظم وتشريعات ثابتة للتعاملات التجارية الالكترونية عالميا بحيث يمكن تطبيقها على صفقات الشركة جميعها.

2-توفير الحماية الدولية للبيانات الخاصة بالشركات التي تعمل بالتجارة الالكترونية.

3-التعاون والتنسيق الدولي من أجل حل أي منازعات تنشأ بين شركات عالمية بسبب صفقات الكترونية.

▪ على مستوى الشركة:

1-أجهزة حاسب وشبكة داخلية وغير ذلك من البنى التحتية .

2-ميرمجون ومهندسون لتصميم الشبكات.

3-برامج الحاسب الآلي وأنظمة التشغيل التي تضمن حسن أداء الشبكة.(غندور،2012، ص574)

3.2-أهم مخاطر التجارة الالكترونية وعيوبها.

▪ -مخاطر التجارة الإلكترونية:

1 -عدم الموثوقية خاصة في هذا النوع من التجارة ما بين الاطراف غير المعروفة بالنسبة لبعضهم البعض والتي لا تتمتع بالشهرة التجارية الكافية .

2-ليست في مأمن من اللصوصية والتطفل في الشبكات العالمية والذي يحصل في مثل هذه المواقع من أجل سرقة المعلومات والوصول للأرقام السرية للحسابات وبطاقات الائتمان.

3-وجود التجسس الدولي من قبل بعض الحكومات والشركات الكبيرة ومتعددة الجنسيات على أعمال وتجارة بعض الشركات ولأفراد تحت ذريعة الاسباب الامنية يتم الحصول على أسرار الصفقات التجارية وتمريضها للعملاء للمنافسين .

4-عملية النصب والاحتيال التي يتم مزاولتها تحت اسماء معروفة وذلك بقصد الابتزاز والحصول على المال من اقصر الطرق.

5-عدم وجود الانظمة والقوانين الملزمة لكافة الدول في العالم ،وإن وجدت في بعض الدول فهي تختلف في تشريعاتها فيما بينها وبالتالي لا تصلح الا في البلد المشرع علما أن هذا النوع من التجارة يتعدى الحدود والاقاليم الجغرافية اختلاف الانظمة والقوانين الدولية في القبول أو عدم القبول في المعاملات التي تجري في شبكات الاتصالات والمعلومات في جميع الدول مما يجعلها مقتصرًا وحكرًا لبعض الدول دون غيرها .

6-تحتاج إلى الكادر الفني والتقني الذي يقوم على إدارتها بالإضافة إلى الكادر المتخصص في إدارتها مما يحملها أعباء إضافية. (أبو رحمة، ص25-26)

2.3-عيوب التجارة الإلكترونية :

- 1-سرقة أو تزييف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف السلع وخدمات لم تقم بشرائها.
- 2-غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركات والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب .
- 3-صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم إبرام عقد بين البائع والمشتري يبعد عنه الاف الاميال ويختلف عنه في التوفيق الزمني .
- 4-استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الاسواق المحلية .
- 5-حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات (صراع، 2014، ص26)

3-المحور الثالث: التطبيقات القانونية للتجارة الإلكترونية.

1.3المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الإلكترونية: يتطلب تحديد المشكلات القانونية للتجارة الإلكترونية تصور العملية من بدايتها حتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي وتعتبر التجارة الإلكترونية في صورتها العامة طلبات سلع أو خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير المكان المطلوب منه (السلعة أو الخدمة) وتتم الاجابة بشأن توفر الخدمة أو السلعة على الخط حيث تكون السلعة أو الخدمة المعروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة أو الشراء من الزبون المتصفح للموقع وعلى الخط أيضا وبالتالي يمثل الموقع على شبكة الانترنت وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثمنه في حالة التجارة عبر شبكة الانترنت وتثير هذه المرحلة

▪ المرحلة الأولى المشكلات والتحديات التالية :

- 1-توثق المستخدم أو الزبون من حقيقة وجود الموقع أو الخدمة (السلعة) .
- 1- مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلات الملكية الفكرية) .
- 2- تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية المحتوى غير المشروع للخدمات واسع المعروضة .
- 3- الضرائب المقررة على عائدات التجارة الإلكترونية ومعايير حسابها ومدى اعتبارها قيد حاد ومانع من ازدهار التجارة الإلكترونية .

نشير إلى أن هذه التحديات ترافق المراحل اللاحقة من خط التجارة الإلكترونية ، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديان يسيران بتوازي مع سائر مراحل التجارة الإلكترونية .

▪ **المرحلة الثانية:** والمتمثلة في إبرام العقد ، حيث يتلاقى الايجاب والقبول على الخط أيضا ويتم ذلك بصورة عديدة حسب محتوى النشاط التجاري ووسائل التعاقد المقررة على المواقع وأشهرها العقود الإلكترونية على الويب والتعاقد بالمراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني وبوجه عام بتلاقي إرادة الزبون ببرم العقد ، وهنا تظهر مشكلتين رئيسيين :

- 1- توثق كل طرف من صفة وشخصية ووجود الطرف الآخر(التوثق من سلامة صفة المتعاقد) ،ومن بين وسائل حل هذا التحدي إيجاد جهات محايدة تتوسط المتعاقدين لجهة ضمان التوثيق منهم وجود كل منها وضمن أن المعلومات تتبادل بينهما حقيقية .
- 2- حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الالزامية لوسيلة التعاقد.

▪ **المرحلة الثالثة:** والمتمثلة في تنفيذ المتعاقدين لالتزاماتهما ، مورد الخدمة ملزم بتنفيذ الخدمة والزيون ملزم بالوفاء بالثمن ،ولهذين الالتزامين تحديات هي :

1- الالتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم أو تأخره إضافة مشكلة اختلاف مواصفات الاتفاق وهي تحديات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان التقليدية .

2- إشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقة الائتمان أو تزويد رقم البطاقة على الخط إذ يثير أسلوب الدفع هذا مشكلة أمن المعلومات المنقولة وشهادات الجهات لعملية الوفاء.

3- تحديات الأنشطة الاجرامية في ميدان اساءة استخدام بطاقات الائتمان الاستلاء على رقمها وإعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع .

3.4 -التحديات القانونية العامة في بيئة التجارة الالكترونية: أثارت التجارة الالكترونية جملة من التحديات والمشكلات القانونية التي تطلبت وتتطلب تنظيماً قانونياً في جانب منها لعدم تعرض القوانين القائمة لتنظيمها أو تتطلب إعادة تقييم للقواعد القائمة لتتلاءم مع الطبيعة الخاصة للتجارة الالكترونية وهذه التحديات القانونية هي :

1- التعاقد بالطرق الالكترونية: حيث تواجه التجارة الالكترونية صعوبات من حيث اعتراف القوانين التقليدية بقانونية إبرام العقود بهذه الوسائل ،ومسائل الايجاب والقبول ومعيار إبرام العقد وطريقة التعبير عن الارادة وما يتصل بذلك من مسائل تحديد زمان ومكان إبرام العقد.

3- البيانات : تثير التجارة الالكترونية تحدي حجية وقانونية الدليل والبيئة بصيغتها الرقمية ، وفي إطارها يظهر الموضوع الالهم " التواقيع الرقمية " ويرتبط بها موضوع التشفير ويتصل بالإثبات مسألة الموقف القانوني من الرسائل الالكترونية باعتبار أن عدم الاعتراف بقانونية هذا النمط من الرسائل يضعف إمكانية الاعتراف والتنظيم الكافي للتجارة الالكترونية على نحو ما في التنظيم القانوني لوثائق التجارة الورقية التقليدية وهذه المشكلة تؤثر على تطبيق قوانين التجارة التقليدية في بيئة التجارة الالكترونية على نحو يتسبب في إعاقة تطور التجارة الالكترونية .

4- أنظمة الدفع الالكتروني والمال الالكتروني والبنوك الالكترونية : تثير التجارة الالكترونية تحديات في حقل الوفاء بالثمن مقابل الخدمة ، وتتصل هذه التحديات بمفهوم النقود الالكترونية ، الحوالات الالكترونية وآليات الدفع النقدي الالكتروني وما يتصل بذلك من مسائل الاعتراف بهذه الوسائل وتحديد مسؤوليات الاطراف ذوي العلاقة .

5- المسؤولية القانونية للجهات الوسيطة في أنشطة التجارة الالكترونية : مثل مسؤولية مزودي خدمة شبكة الانترنت ومسؤولية الجهات القائمة بخدمة التسليم المادي ومسؤولية جهات الاعلان ومسؤولية جهات الاعلان ومسؤولية جهات التوثيق وإصدار الشهادات .

6- البنية التحتية : وتعلق بالتنظيم القانوني لخدمات الاتصال وتزويد خدمة الانترنت وجهات الاشراف على التجارة في الدولة المزودة لحلونها وروابطها ،وما يتصل بهذا التنظيم من معايير ومواصفات وقواعد ومسؤوليات قانونية .

7- حماية المستهلك وتنفيذ القانون : وذلك فيما يتعلق بنصوص التشريعات المتصلة بحقوق وحماية المستهلك أو الجمهور خاصة أن بعضها قد يفرض ويقيم معيقات على التجارة الالكترونية .

8- الملكية الفكرية : تحديات حماية الملك الفكرية : تحديات حماية الملكية الفكرية في بيئة التجارة الالكترونية وتحديد حماية العلامات التجارية وأسماء النطاقات ومحتوى مواقع التجارة الالكترونية من المواد المكتوبة والمرئية والمسموعة ،إضافة إلى حماية برمجيات التجارة الالكترونية وحلولها التقنية خاصة تلك يجري تنزيلها عن المواقع بصورة رقمية .

9- مسائل أمن المعلومات: وتعلق بأنماط اختراق مواقع التجارة الالكترونية ونظمها ومتطلبات امن الشبكات من مختلف صور جرائم الكمبيوتر والانترنت ،وتتعلق بالحق في حماية البيانات الشخصية .

- 11-الضرائب: وتتعلق بالتنظيم القانوني لآليات والقواعد السياسية التشريعية الضريبية والجمركية في بيئة التجارة الالكترونية.
- 12- الجمارك و التعريف: وتنظم مسائل التسليم المادي للمنتجات المباعة على الخط وتتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية والجمركية في بيئة التجارة الالكترونية.
- 13- الاختصاص والولاية القضائية والقانون الواجب التطبيق: إن التجارة الالكترونية باعتبارها تجارة بلا حدود تثير مشكلة الاختصاص القضائي بسبب حقيقة أن القوانين الداخلية ذات نطاق إقليمي محدد بحدود الدولة المعنية ويتصل بالاختصاص مسألة تحديد القانون الواجب الانطباق على العقد ومشكلات تنازع القوانين إلى جانب مشكلات تنفيذ قرارات القضاء والتحكيم الاجنبية (جماني، 2008، ص70-73)

خاتمة:

ومنه نخلص إلى أن التجارة الالكترونية تشير إلى استخدام الانترنت في إتمام عمليات البيع والشراء للمنتجات التي يتم تمويلها إما بشكل مادي ملموس أو من خلال استخدام الارقام، وتعتبر اليوم هي الطريقة التي تواكب تطورات الانترنت و رغم كل النتائج الايجابية التي حققتها طرحت العديد من المشاكل القانونية خاصة مع انتشارها دوليا واختلاف مناطق الاختصاص القضائي.

المراجع:

- 1- أبو رحمة إياد زكي محمد ، أساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية ونظم تسوية المحاسبة عنها (دراسة تطبيقية) على البنوك العاملة في قطاع غزة (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص المحاسبة تطبيقية ، قسم المحاسبة والتمويل ،كلية التجارة ، عمادة الدراسات العليا. 2016) ص21-22.
- 2- الشكري عبد العظيم عبد الواحد، ميامي صلال صاحب ، التجارة الالكترونية العربية وأبعادها الاقتصادية ، الواقع والتحديات ، كلية الادارة والاقتصاد ، قسم الاقتصاد ، جامعة القادسية .ص5.
- 3 -جماني مسعود ، أثر التجارة الالكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة ،دراسة استطلاعية لبعض الوكالات السياسية بمنطقة باتنة ،(مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ،تخصص إدارة الاعمال ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،2008.2007) ص70-73.
- 4 ديمشسية، التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر،(مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة قسنطينة) ،ص42.
- 5 -كريمة صراع، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر،(مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، تخصص استراتيجية ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ، جامعة وهران ،2014، ص26).
- 6- غندور غسان فاروق ،طرائق السداد الالكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الاطراف المتبادلة ، كلية الاقتصاد ، جامعة دمشق ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ، المجلد 28 - العدد الاول ،2012،ص574.
- 7- قياس التجارة الالكترونية ، تجربة سنغافورة ، تقرير أعدته إدارة الاحصاءات في سنغافورة،: اللجنة الاحصائية ، الدورة الثالثة والثلاثون، مارس، 2002، ص2.