واقع التجارة الإلكترونية فى العالم
فى ظل قوانين تنظيم التعاملات الإلكترونية

أمانى فوزى*

التجارة الإلكترونية هى إحدى أهم المظاهر الحديثة فى اقتصاد المعرفة والمحرك الأساسى له، وتمثل القطاع الأسرع نموًا فى الاقتصاد العالمى. لذا فإن الهدف من وضع قوانين لتنظيم التعاملات التجارية الإلكترونية هو ضمان صحة المعاملات التى تتم عن طريق الوسائط الإلكترونية، وتركز تلك القوانين بصفة أساسية على وضع المبادئ القانونية التى تسمح بالاعتراف بالمحررات الإلكترونية بديلًا عن الوسائط الورقية التقليدية بالإضافة إلى الاعتراف بالتوقيع الإلكترونى.

مقدمة

نتيجة التغيرات والتطورات التى أفرزتها معطيات التطور التكنولوجى، وتسارع وتيرة الابتكارات والتقنيات التكنولوجية، وظهور العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتى تعتبر المعرفة أهم عوامل نجاحها، حيث إن كل تلك التغيرات والتطورات تعتبر من سمات الاقتصاد الرقمى أو الاقتصاد الجديد القائم على الإنترنت، والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التى تعتبر القوة الحالية والقادمة لجميع الدول، فقد ساهم ذلك فى توسيع دائرة حجم التبادل التجارى بين دول العالم، وأضحى العالم فى سوق إلكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع والخدمات، وأصبحت مجالًا خصبًا أمام الدول للاستفادة منها كوسيلة حديثة لزيادة حجم تجارتها الخارجية وتحقيق معدلات نمو أعلى فى اقتصادياتها.

* مدرس الاقتصاد، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

المجلة الجنائية القومية، المجلد الثالث والستون، العدد الثانى، يوليو ٢٠٢٠.

ففى هذا العصر الرقمى الذى ينتشر فيه الإنترنت انتشارًا هائلًا شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التى تتيح العديد من المزايا، والتى جعلت هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقًا واحدًا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على خلاف حجمها لاقتحام الأسواق العالمية والترويج للبضائع والسلع بكل سهولة ويسر.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة فى عدم توفر الوعى الكافى لدى البعض بأهمية التجارة الإلكترونية وما يمكن أن توفره من فرص جديدة وآفاق واسعة أمام الأفراد والمؤسسات الاقتصادية، خاصةً فى ظل التحولات الهائلة فى عالم الاقتصاد والتجارة وتأثير التقدم التكنولوجى وإحلال التقنيات الحديثة فى كل ميادين النشاط الإنسانى وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطًا لتنفيذ الأعمال ومرتكز للتطور والتنمية.

وعلى الرغم من وجود بعض الدول العربية التى تنبهت مؤخرًا إلى ضرورة الدخول فى عالم الاقتصاد الرقمى، وبدأت بوضع ورصد الإمكانات والسياسات اللازمة لتحقيق هذا الهدف، فإنه توجد دول عربية أخرى حققت تطورات إيجابية فى إمكانية الحصول على نتائج وإنجازات من الممكن أن تساهم فى نقل هذه الاقتصادات العربية إلى عصر الاقتصاد المعلوماتى الرقمى.

وبالتالى لابد من الوقوف على واقع التجارة الإلكترونية وأهميتها ومدى توفر المتطلبات الأساسية اللازمة لتفعيلها باعتبارها أهم صور تطبيقات الاقتصاد الرقمى فى العالم.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية البالغة التى أصبحت تحظى بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصةً فيما يتعلق بمجال الاقتصاد والتجارة الدولية؛ حيث أدت الطفرة التقنية إلى زيادة المعاملات التجارية باستخدام الوسائل والتقنيات التكنولوجية. وتُعد التجارة الإلكترونية أحد أبرز تطبيقات اقتصاد المعرفة ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية فى الاقتصاد المعاصر، بالإضافة إلى كونها من المداخل المهمة ذات العلاقة بالتنمية الاقتصادية؛ فالتجارة الإلكترونية تلعب دورًا فعالًا فى زيادة النمو الاقتصادى للدول وتعزيز تجارتها الخارجية والنهوض بالعديد من القطاعات المحلية، وتأهيل المؤسسات للخوض فى عالم العولمة وضمان بقائها وقدرتها على المنافسة.

أهداف الدراسة

الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على واقع التجارة الإلكترونية فى مصر خاصةً فى ظل قوانين تنظيم التعاملات الإلكترونية، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسى مجموعة من الأهداف الفرعية، تتمثل فيما يلى:

١- التعرف على مفهوم التجارة الإلكترونية ومزاياها وأهميتها.

٢- توضيح تأثير التجارة الإلكترونية على قطاع الأعمال.

٣- التعرف على معايير منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية للإحصاءات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

٤- الوقوف على المتطلبات والأساسيات اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية.

٥- إلقاء الضوء على حجم التجارة الإلكترونية على مستوى العالم.

٦- التعرف على حجم التجارة الإلكترونية فى مصر.

٧- إلقاء الضوء على التحديات والمعوقات التى قد تواجه تطبيق هذا النمط من التجارة.
٨- التعرف على الإطار التشريعى لتنظيم التعاملات الإلكترونية فى مصر وعلى مستوى العالم.

منهج الدراسة

تم الاستناد إلى المنهج الوصفى، لوصف المفاهيم المتعلقة بالدراسة، إذ يتناسب هذا المنهج مع الدراسة الحالية، فالبحوث الوصفية تزودنا بمعلومات عن الوضع الراهن للظواهر المختلفة، كما أن المنهج الوصفى لا يقتصر على جمع البيانات وتبويبها، وإنما يتناولها بعناية بالتحليل والتفسير بهدف الوصول إلى الاستنتاجات المفيدة لتصحيح هذا الواقع واستكماله أو استحداث معرفة جديدة فيه. كما تم الاستناد إلى الإحصاءات التى توفرها النشرات والتقارير والدراسات التى أُجريت فى هذا الصدد.

أولًا: مفهوم التجارة الإلكترونية

يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بأنها عملية بيع وشراء السلع والخدمات على الإنترنت، عبر عقد الصفقات وإبرام العقود ثم سداد القيمة الشرائية عبر الوسائل التقليدية أو شبكات الاتصال الدولية. فالتجارة الإلكترونية هى أى معاملة إلكترونية تتم بواسطة اتصال يستخدم فيه تكنولوجيا المعلومات والتقنيات الإلكترونية بدلًا من النمط الورقى، من خلال سلسلة من الأوامر الإلكترونية الرقمية، وبالتالى إمكانية الاستغناء عن النقود الورقية لتحل محلها النقود الإلكترونية عن طريق تبادل المعلومات بوسائط إلكترونية يأتى فى مقدمتها شبكة الإنترنت(١).

وتعرفها منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية "OECD" بأنها تشمل جميع أشكال المعاملات التجارية التى تتم بين الشركات أو الأفراد، والتى تقوم على أساس التبادل الإلكترونى للبيانات، سواء أكانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة، بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونيًا، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التى تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة[٢].

فالتجارة الإلكترونية هى تطور رقمى للتجارة التقليدية باستخدام وسائط تكنولوجية متطورة، وتتفق القواعد والأطر القانونية الخاصة بالتجارة الإلكترونية مع معظم تلك الخاصة بالتجارة التقليدية فى إطار منظمة التجارة العالمية على وجه الخصوص فى تجارة السلع، وحماية الملكية الفكرية، والاختلاف يظهر فيما يتعلق بتجارة الخدمات، كما يتضح فيما يلى:

- التجارة السلعية: جميع القواعد المطبقة على المنتج تسرى، ولكن تبقى بعض القضايا المطروحة مثل الحد الأدنى للتعريفات الجمركية، إجراءات الجمارك والإفراج الجمركى، سياسة الاسترجاع أو الرد، بالإضافة إلى أسلوب تجميع الضرائب (يتم بشكل جماعى وليس لكل طرد بالنسبة لشركات التوصيل).
- حماية الملكية الفكرية: كل ما ورد عن حماية الملكية الفكرية ركز على حقوق المؤلف فى المنتجات الصوتية والمرئية على وجه الخصوص، وينصب النقاش فى ضوء التجارة الإلكترونية على كيفية التنفيذ أو التطبيق.
- تجارة الخدمات: تختلف التجارة الخدمية عن السلعية فى كون الأخيرة منظورة بينما تجارة الخدمات ليست منظورة، لذلك جاءت التشريعات

لتنظم وتوضح مفهوم المنتج (product) فى حالة التجارة السلعية والتجارة الخدمية[٣].

ثانياً: التجارة الإلكترونية بوصفها إحدى ركائز اقتصاد المعرفة

تعتبر التجارة الإلكترونية إحدى الركائز الأساسية لاقتصاد المعرفة، والذى يشير إلى "إحداث مجموعة من التغيرات الاستراتيجية فى طبيعة المحيط الاقتصادى وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجامًا مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعالمية المعرفة، أى الاقتصاد المبنى أساسًا على إنتاج ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات، إذ تُعد المعرفة المحدد الرئيسى للإنتاجية والنمو الاقتصادى من خلال التركيز على دور جديد للمعلومات وللتقنية والتعلم فى تحقيق أداء اقتصادى متميز[٤].

وهذا الاقتصاد بقدر ما يعتمد على تكنولوجيا المعلومات الرقمية خاصةً شبكة الإنترنت، فإنه يعتمد على مجموعة من الأسس والمبادئ والافتراضات الجديدة وذلك على النحو التالى:

١- قانون الأصول الرقمية: إذ أن الأصول الرقمية لا تشبه الأصول المادية ولا تستهلك عند استخدامها، حيث إن الشركات تستطيع أن تنشئ القيمة من استخدام هذه الأصول فى عدد لا متناهى من الصفقات مما يتطلب تغيير الآلية التنافسية فى مجالها، والواقع أن الشركة تتحمل تكلفة الإعداد الأول للمعلومات لتصبح التكلفة الإضافية لإعادة إنتاجها أقرب إلى الصفر وهذا ما يعبر عن قانون تزايد العوائد فى مجال الأصول الرقمية فى مقابل قانون تناقص العوائد فيما يتعلق بالأصول أو السلع المادية.

٢- اقتصاديات الحجم الجديدة: تقوم اقتصاديات الحجم التقليدية على أن إنتاج الحجم الصغير يتم من خلال شركات صغيرة، وكلما زاد الحجم

يصبح من دواعى الجدوى الاقتصادية إنجازها من قبل شركة كبيرة، وهذا لا يكون فى الاقتصاد الرقمى كتقديم خدمات مصرفية للعديد من العملاء فى وقت واحد.

٣- اقتصاديات النطاق الجديدة: إن فضاء الأعمال وتقديم الخدمات عبر الأصول الرقمية، لا يوفر الخدمة للجميع فى نفس الوقت فى مجال أو فى سوق معينة فقط، بل إنه يمكن من تقديم الخدمة فى مجالات والأسواق المختلفة والمتباينة[٥].

ثالثاً: مزايا التجارة الإلكترونية وأهميتها

يرجع الفضل فى تسهيل المبادلات التجارية الدولية- فى السنوات الأخيرة- إلى تطور أدوات الاتصال الإلكترونية بصورة كبيرة. وتحتل التجارة الإلكترونية على المستوى الدولى أهمية كبيرة، لأن الكثير من الخدمات التى تتم على المستوى الدولى أصبح من السهل أن تتم من خلال التجارة الإلكترونية. وتيسرت التجارة عبر الدول بصورة كبيرة وذلك بفضل توفر وسائل متعددة أمام التجارة الإلكترونية لا سيما أجهزة الإرسال الإلكترونى والإنترنت وغيرها[٦].

وباستقراء تعريف التجارة الإلكترونية والأدوات التى تعتمد عليها، يتضح أن هناك فوائد محققة من استخدام أساليب التجارة الإلكترونية فى مجال التجارة الدولية؛ حيث إن استخدام أدوات التجارة الإلكترونية وإتاحة إمكانية تسليم الكثير من المنتجات بصورة إلكترونية سوف يسهل بصورة كبيرة التجارة الدولية، وهناك عوامل متعددة تؤكد أن التجارة الإلكترونية سوف تسهل التجارة الدولية، وتساعد علي نموها وازدهارها، فالهاتف والفاكس يساهمان بصورة كبيرة فى إتمام المبادلات التجارية بين أطراف تجارية تقيم فى دول عديدة. وتساهم

الإنترنت أيضا فى تسهيل العمليات التجارية وذلك من خلال تقديم خدمة الاتصال السريع للغاية وبنفقات قليلة أيضًا.

كما يتيح انتشار التجارة الإلكترونية خلق مناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة فى تقنية المعلومات والاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات تلك التجارة عبر شبكة الإنترنت، ومع تطور التجارة الإلكترونية ونموها تصبح هناك فرصً استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار فى تطوير وتحسين البنية الإلكترونية والاستثمار فى الخدمات المصاحبة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات(٧).

وتتمتع تقنية التجارة الإلكترونية عن غيرها من التقنيات التقليدية بعدة مزايا(٨) من أهمها:

١- اتساع الرقعة: بمعنى أن التجارة الإلكترونية موجودة فى كل مكان وفى كل الأوقات، فالتجارة التقليدية بحاجة إلى سوق ملموس يستطيع المتعامل الذهاب إليه للشراء، أما التجارة الإلكترونية فإنها لا تحتاج إلى سوق ملموس ويستطيع المتعامل من خلالها الدخول إلى هذا السوق غير الملموس فى أى وقت ومن أى مكان بواسطة الكمبيوتر، والدخول على الموقع الذى يرغب بزيارته والإطلاع على المنتج وشرائه.

٢- التداول العالمى: تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها تخطى حدود الدول والتحرر من القيود والوصول إلى أى مكان بالعالم وبضغطة زر بسيطة على الكمبيوتر ودون تكلفة تذكر، على النقيض من التجارة التقليدية التى يقتصر التعامل بها محليا ويصعب على المتعاملين زيارة الأسواق العالمية للتسوق، والأمر يحتاج إلى ترخيص

معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير فى الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن لم يعد أى من تلك الإجراءات ضروريًا.

٣- معايير عالمية: وهى مقاييس أو معايير شبكة الإنترنت، التى يتم من خلالها تعاملات التجارة الإلكترونية وبشكل موحد بين دول العالم، أما التجارة التقليدية فتخضع لمعايير ومقاييس محلية تعتمد على الدولة نفسها، فمقاييس التجارة الإلكترونية تخفض تكلفة الدخول إلى أسواق المنتجات بشتى أشكالها، بينما مقاييس التجارة التقليدية خاضعة لسياسات الدول وتكلفة دخول أسواق تلك الدول تختلف من دولة إلى أخرى.

٤- كثافة وغنى المعلومات: جعلت شبكة الإنترنت المعلومات كثيفة وذات نوعية ممتازة وحديثة، وبشكل مشابه قللت التجارة الإلكترونية من آلية البحث عن المعلومات والتخزين ومن تكلفة الاتصالات من جهة، ومن جهة أخرى زادت هذه التقنية من التوقيت الملائم للمعلومة ودقتها كذلك، ومكنت من الوصول لجميع المستهلكين وفى شتى أنحاء العالم وتزويد المستهلك بمعلومات كثيرة، بواسطة استخدام وسائط التكنولوجيا الرقمية، كالوسائط المسموعة والمقروءة والمرئية، بينما فى التجارة التقليدية كانت آلية تزويد المعلومة تعتمد وبشكل رئيسى على مقابلة المستهلك وجها لوجه.

رابعاً: تأثير التجارة الإلكترونية على قطاع الأعمال

توفر التجارة الإلكترونية مجموعة من الآثار الاقتصادية على مستوى المؤسسات والشركات التجارية، ويمكن عرضها فيما يلى[٩]:

أ- توسيع نطاق السوق: حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلى وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها فى ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت جعلت المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكبر عدد ممكن من المستهلكين. وهذا يتيح حتى للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور فى الأسواق المحلية والدولية، الأمر الذى يمنح فرصة أكبر للمستهلك للاختيار من بين المنتجات المعروضة

ويعد الدخول اليسير والفعال إلى الأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال إحدى الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية التى تعتمد على الإنترنت، ولذلك فإنه بإمكان أى فرد أن يصبح تاجرًا على الإنترنت بتكاليف منخفضة جدًا، وعلاوة على إمكان الوصول إلى الأسواق العالمية، فإن الشركات التى تبنت التجارة الإلكترونية تؤكد وجود فوائد ومنافع أخرى لهذه التجارة مثل تقليص أوقات أو فترات التوريد، واختصار أوقات دورات الإنتاج، وتبسيط عمليات وإجراءات الشراء، بالإضافة إلى إنقاص المخزون، لأن المنتجين والمستهلكين يصبحون قريبين جدا من بعضهم البعض من خلال الاتصال المباشر فيما بينهم، دون تدخل الوسطاء التقليديين مثل الموردين والمصدرين وتجار الجملة والتجزئة.

ب- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة فى السوق: حيث تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الإلكترونى القريب بين البائع والمشترى الأمر الذى يؤدى إلى تحسين مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجيها فى الأسواق، وكذلك

الاستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدى فى نهاية الأمر إلى تحسين درجة التنافسية فى الأسواق الإلكترونية كما أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية وانخفاض عوائق الدخول في الأسواق من شأنه تقليل بعض الاختلافات فى الأسواق التجارية، وتحريك الأنشطة الاقتصادية والوصول بها إلى أن يكون اقتصادا يعتمد على المنافسة الكاملة.

ج- انخفاض تكاليف العمليات التجارية: تمثل تكاليف الصفقات التجارية المتمثلة فى جمع المعلومات والتفاوض وأتعاب السمسرة وعمولات المبيعات والإجراءات الإدارية وغيرها جزء مهما فى سعر المنتج. وتلعب التجارة الإلكترونية دورًا بارزًا فى تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين وتدفق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال، وكذلك انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشترين المحتملين والبائعين فى السوق، كما تمكن التجارة الإلكترونية مؤسسات الأعمال من تنسيق استراتيجياتها ومواردها ومهاراتها بتكوين علاقات طويلة المدى، لاسيما تلك المؤسسات أو الشركات التكنولوجية كثيفة المعلومات، وذلك من خلال الشبكات الإلكترونية التى تتيح تقاسم المعلومات. ويعتقد بعض الباحثين أن صور هذه الشبكات التى تنظم التجارة الإلكترونية سوف تسود فى المستقبل القريب وتصبح هى الهيكل التنظيمى لكل التعاملات الاجتماعية بين الناس ومن ناحية أخرى تسهم التجارة الإلكترونية فى خفض التكاليف الإدارية لدى مؤسسات الأعمال فى توزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية، وقد يصل خفض التكاليف الإدارية لعمليات الشراء إلى ٨٥٪ مما يؤدى فى نهاية المطاف إلى انخفاض أسعار المنتجات.

د- تحكم أفضل فى إدارة المخزون: تسهم التجارة الإلكترونية فى خفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب فى نظام إدارة سلسلة التوريد، حيث تبدأ العملية بالحصول على الطلب التجارى من المشترى وتزويده بطلبه من خلال التصنيع الوقتى المناسب، وهذا من شأنه العمل على تقليص الدورة التجارية بدرجة كبيرة حيث يتم شحن المنتج مباشرة من المصنع إلى المشترى النهائى، ويظهر ذلك بشكل كبير فى المنتجات الرقمية أى السلع والخدمات التى يتم تسليمها إلكترونيًا، وبذلك تصبح التجارة الإلكترونية أداة مهمة فى إدارة المخزون وانخفاض تكاليف التخزين، وهذا له آثار اقتصادية على المستوى الكلى إذا علمنا أن ١٠٪ من التقلب ربع السنوى فى معدلات نمو الإنتاج تعود نتيجة للتقلب فى الاستثمار فى المخزون. فإذا كانت التجارة الإلكترونية تعمل على تخفيض المخزون إلى حده الأدنى، فإنه من المتوقع أن يكون أحد آثار التجارة الإلكترونية هو تخفيف آثار الدورة التجارية الناجمة عن التغير فى المخزون. ومع تطور تقنية المعلومات والاتصالات وتدفق المعلومات بشكل أفضل فإنه من المتوقع أن ينخفض أثر المخزون على الدورة التجارية إلى حده الأدنى بل ربما ينعدم.

هـ- تعمل التجارة الإلكترونية على تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية بين المنشآت بفعل دخول المعرفة والمعلومات كأصل مهم ورئيس من أصول رأس المال كما تتاح الفرصة لزيادة حجم عمليات البيع من خلال الاستفادة من المقدرة على التسوق عبر الإنترنت طوال ساعات النهار والليل دون أن تزيد التجارة الإلكترونية من الضغوط التنافسية على المنشآت، وذلك بفعل تخفيض تكلفة المنتجات، لأن تطبيق هذا النوع من التجارة سيؤدى إلى زيادة كمية

هذه المنتجات وسعى المنشآت إلى ترويجها فى مناطق جديدة لم تكن تتوجه إليها من قبل (بمعنى أن التجارة الإلكترونية تساعد المنظمات فى دخول الأسواق الدولية والتسويق الدولى). وإلى تقديم أفضل عروض البيع لجذب العملاء، وتقديم تسهيلات كثيرة للمستهلك، مما يؤدى إلى زيادة النفقات العامة الأخرى، وبذلك تفقد المنشآت الأقل كفاءة قدرتها على المنافسة.

و- تؤدى التجارة الإلكترونية بما تحمله من تكنولوجيا متطورة إلى مزيد من تقسيمات العمل وتغيير فى أنماطه وأساليبه والتخلى عن بعض العناصر البشرية (خاصة العمال متوسطى وعديمى المهارة) التى كانت تقوم بهذا العمل، بالإضافة إلى الاستغناء عن بعض الوكلاء والمتاجر سواء متاجر البيع بالجملة أو التجزئة، مما سيكون لهذا كله أثر غير محمود على زيادة معدلات البطالة حتى ولو كانت بطالة مؤقتة ممكن أن تزول على المدى الطويل.

خامساً: معايير منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية للإحصاءات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وقياسها

اقترح فريق الخبراء بأمانة منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية نموذج قياس شامل للتجارة الإلكترونية، يتكون من المراحل التالية:

١- الجاهزية الإلكترونية (أو البنية التحتية الإلكترونية): بمعنى إعداد البنى التحتية الفنية والتجارية والاجتماعية اللازمة لدعم التجارة الإلكترونية.

٢- الكثافة الإلكترونية: حالة استخدام التجارة الإلكترونية، وحجمها وقيمتها وطبيعة المعاملات التى تتم.

٣- التأثير الإلكترونى: ويتعلق بمقاييس الفرق الذى أحدثته التجارة الإلكترونية فيما يتعلق بكفاءة وإنشاء مصادر الثروة الجديدة. وقد تكون هذه التدابير على مستوى الاقتصاد الجزئى أو الكلى[١٠].

سادساً: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية

لابد من توفر مجموعة من المتطلبات والأساسيات لإتمام التعاملات التجارية الإلكترونية[١١]، ومنها ما يلى:

- **البنية التحتية الإلكترونية**، وتشمل البنى التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الإنترنت، ومن أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، وتشمل شبكات الاتصال السلكى واللاسلكى وأجهزة الاتصالات من فاكس و هواتف ثابتة ومحمولة، وكذلك الحاسب الآلى وبرامج التطبيقات والتشغيل، وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشرى المستخدم فى الأعمال والتجارة الإلكترونية، إضافة إلى توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات، فهذه المكونات توفر البنية التحتية الإلكترونية التى تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتهيئ البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية، ويعتبر انتشار الإنترنت عاملًا رئيسًا فى الدخول للتجارة الإلكترونية، لأنها بمثابة القناة الإلكترونية أو السوق الإلكترونى الذى تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية، كما أن انتشار الإنترنت يعتمد على توفر عناصر أساسية منها توفر أجهزة الحاسب الآلى الشخصى والهواتف والحاسبات المضيفة، وإمكانية الدخول إلى الإنترنت من خلال معرفة عدد المستخدمين والمشتركين والمستخدمين المحتملين للإنترنت.

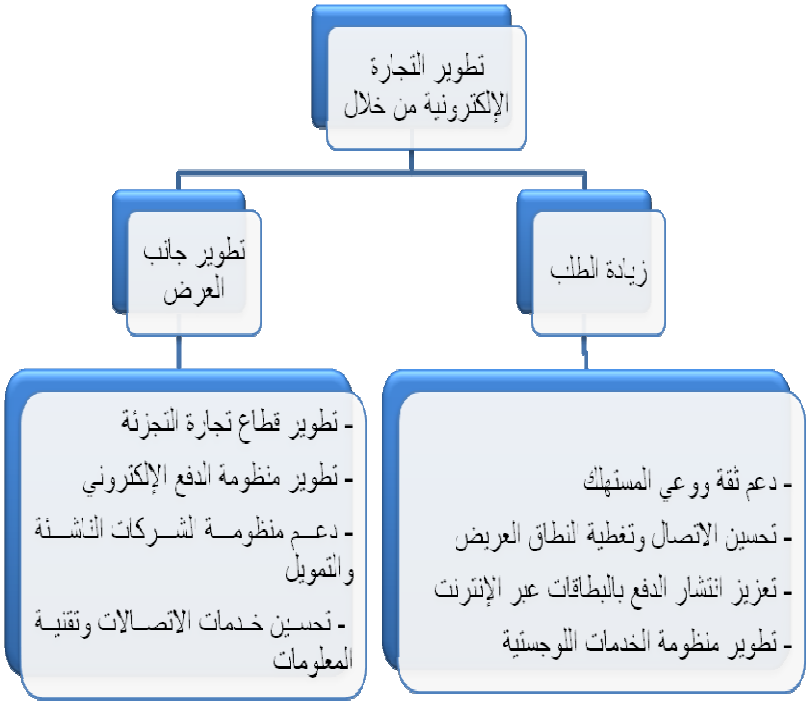
- **التشريعات والقوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية:** وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التى تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت، وتمثل هذه التشريعات الإطار القانونى والتنظيمى الذى يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها، كما يتكفل هذا الإطار القانونى بإيجاد الأدوات القانونية التى تتناسب، والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الإنترنت أو عبر البريد الإلكترونى، والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت فى داخل المجتمع أم كانت بين أطراف فى دول مختلفة، وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجاريًا عبر شبكة الإنترنت، وتشمل أيضا هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، والجرائم الإلكترونية وتحديد مفهوم الضرر الناجم عن تلك الجرائم، والتعامل مع التوقيعات الإلكترونية.
- **توافر الكوادر البشرية:** ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية فى أى مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين فى قطاع تقنيات المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت.

هذا ويمكن القول إنه لتعزيز نمو قطاع التجارة الإلكترونية وتلبية الطلب المتزايد فى الأسواق، لابد من تنفيذ عدد من المبادرات والاستراتيجيات من قبل أصحاب المصلحة والجهات المعنية، وستساعد هذه الاستراتيجيات فى التنوع الاقتصادى ودعم إجمالى الناتج المحلى GDP، كما ستؤدى إلى خلق فرص عمل، وجذب استثمارات، ودعم ريادة الأعمال والابتكار، وتقوية الصناعات المحلية. وبشكلٍ عام، تنقسم الاستراتيجيات والخطوات المطلوب

اتخاذها للتصدى للتحديات التى تواجهها منظومة التجارة الإلكترونية إلى فئتين أساسيتين، كما يتضح من الشكل التالى:

شكل (١)

ركائز تطوير قطاع التجارة الإلكترونية



سابعاً: حجم التجارة الإلكترونية على مستوى العالم

تشير تقديرات الأونكتاد إلى أن مبيعات التجارة الإلكترونية بلغت حوالى ٢٥,٣ تريليون دولار عام ٢٠١٥، من بينها ٢٢,٤ تريليون دولار للتجارة الإلكترونية بين الشركات وبعضها و ٢,٩ تريليون دولار للتجارة بين الشركات والمستهلكين. ومن مؤشرات التوسع والتطور السريع للتجارة الإلكترونية عدد المتسوقين على شبكة الإنترنت فى العالم، والذى زاد من حوالى ٦٠٠ مليون عام ٢٠١٠ إلى نحو ١,٢ بليون عام ٢٠١٦. وتشير بعض التقديرات الحديثة إلى أن هناك

حوالى ٣ ملايين شركة تعمل بالتجارة الإلكترونية فى العالم، منها نحو ١,٣ مليون فى الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، ومعظم هذه الشركات التى تبيع من خلال شبكة الإنترنت تبيع أيضًا خارجها. وإذا كان معظم معاملات التجارة الإلكترونية يتم محليًا، فإن الأفراد والشركات التى تبيع أو تشترى السلع والخدمات على الإنترنت عبر الحدود تسهم في التجارة الدولية. ووفقًا لتقديرات الأونكتاد، فإن التجارة الإلكترونية من الشركات إلى المستهلكين بلغت حوالى ١٨٩ بليون دولار عام ٢٠١٥، منهم نحو ٣٨٠ مليون مستهلك اقتنوا مشترياتهم على مواقع شبكية خارج بلدانهم(١٢).

ويكشف مؤشر التجارة الإلكترونية من الشركة للمستهلك لعام ٢٠١٧ والصادر عن الأونكتاد، وجود فجوة كبيرة فى التجارة الإلكترونية بين الدول؛ فنسبة المتسوقين على الإنترنت فى سكان معظم أقل الدول نموًا تبلغ ٢٪ أو أقل، بينما تتراوح تلك النسبة في العديد من البلدان المتقدمة بين ٦٠٪ و ٨٠٪(١٣).

وتعد الصين هى الرائدة على مستوى العالم فى التجارة الإلكترونية من حيث الإيرادات، ويتضح من الإحصاءات أن ما يقرب من نصف مليار مستهلك يفضلون التسوق عبر الإنترنت فى عام ٢٠١٧، كما أن أعداد المتسوقين باستخدام الهاتف المحمول فى الصين فى ارتفاع مستمر من عام ٢٠١٢ إلى ٢٠١٧. كذلك فإن التجارة الإلكترونية فى إندونيسيا تنمو بمعدلات متضاعفة تتجاوز الدول المجاورة فى جنوب شرق آسيا، ومن المتوقع أن ترتفع أعداد المتسوقين عبر الإنترنت لتصل إلى ٤٢ مليون فى عام ٢٠٢١. وتعد اليابان رابع أكبر سوق للتجارة الإلكترونية على مستوى العالم، وثانى أكبر سوق فى آسيا، وتزداد التجارة الإلكترونية من الشركة للمستهلك فى اليابان بمعدل

متضاعف نتيجة أسعار المنتجات الجاذبة وسهولة التسوق عبر الإنترنت. ومن المتوقع أن يكون نمو هذه التجارة مدفوع بزيادة الإنفاق عبر الإنترنت لكل متسوق، وارتفاع التسوق باستخدام الهواتف المحمولة، بجانب عوامل أخرى كتقليل أوقات التسليم وتعميم أنشطة التسوق على منصات التواصل الاجتماعى وكذلك توسيع نطاق المنتج(١٤).

وفيما يتعلق بحجم معاملات التجارة الإلكترونية فى الدول العربية، يُعد مؤشر "عدد مستخدمى الإنترنت" أحد أهم مؤشرات قياس الوصول لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويعكس واقع وآفاق التجارة الإلكترونية، وبالنظر لوضع الدول العربية إلكترونيًا وفقًا لهذا المؤشر، فإن أحدث إحصاءات البنك الدولى تشير إلى أن ٤٢٪ من إجمالى عدد سكان الوطن العربى (والذى يقارب ٤٠٠ مليون) يستخدمون الإنترنت عام ٢٠١٦، فى حين أن هذه النسبة لم تتجاوز ٣,٥٪ من إجمالى عدد السكان عام ٢٠٠٣. وتعد نسبة الزيادة فى استخدام الأفراد للإنترنت فى الوطن العربى أعلى النسب فى العالم(١٥).

وبالأخذ فى الاعتبار التفاوتات بين عدد سكان الدول العربية، فإن استخدام مؤشر عدد الأفراد المستخدمين للإنترنت كنسبة من إجمالى عدد سكان الدولة يعتبر مناسبًا للدلالة على مستوى التقدم التكنولوجى المدعم بالبنية التحتية الملائمة، وذلك حتى يمكن تحديد الدول التى تتميز بالميزة النسبية بين باقى الدول العربية للتوسع فى مجال التجارة الإلكترونية بها.

وتأتى البحرين فى مقدمة الدول العربية استخدامًا للإنترنت، حيث إن حوالى ٩٨٪ من إجمالى سكانها يستخدمون الإنترنت يوميًا، وفقًا لإحصاءات عام ٢٠١٦، فى حين أن تلك النسبة لم تتعدى ٢٠٪ عام ٢٠٠٣. وتأتى قطر والإمارات فى المرتبتين الثانية والثالثة بنسبة ٩٤٪ و٩٠٪ عام ٢٠١٦، مقارنةً

بنسبة ١٤٪ و٣٠٪ عام ٢٠٠٣ بالترتيب. ويأتى فى منتصف قائمة الدول فى هذا الصدد كل من الكويت ولبنان والسعودية وعمان ثم تونس والجزائر ومصر، وأخيرًا العراق وليبيا فى آخر القائمة؛ حيث لا تتعدى نسبة مستخدمى الإنترنت فى هذه الدول ٢٠٪ عام ٢٠١٦. وتُعد التجارة الإلكترونية بين الشركات والأفراد وبين الشركات وبعضها البعض أكثر أنماط التجارة الإلكترونية تداولًا بالوطن العربى، ووفقًا لأحدث إحصاءات الأونكتاد عن معدل التجارة الإلكترونية من الشركات للأفراد، نجد أن الإمارات تحتل الصدارة عربيًا فى هذا المؤشر، وتحتل المرتبة ٢٥ عالميًا لعام ٢٠١٦ بمعدل ٧٣,٤. تليها البحرين فى المرتبة الثانية عربيًا و٣٢ عالميًا بمعدل ٦٦,٥. ثم تأتى الكويت ولبنان بالمرتبة الثالثة والرابعة عربيًا والمرتبة ٤٠ و٤٨ عالميًا، مرورًا بالسعودية وتونس والأردن فى المرتبة ٨٠ عالميًا، حتى الانتهاء بمصر والجزائر والعراق فى المرتبة ١٢٧ عالميًا بمعدل ١٤,٣[١٦].

ويعزى بعض الاقتصاديين النمو السريع لقطاع التجارة الإلكترونية العالمى إلى مجموعة من العوامل التى تشكل أهم المحركات الأساسية لقطاع التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، منها ما يلى:

- الزيادة السريعة فى انتشار الإنترنت حيث تضاعف الانتشار العالمى للإنترنت والإقبال على الخدمات المعتمدة عليه، وذلك نتيجةً لتقدم تقنيات الإنترنت المتنقل والهواتف الذكية والنطاق العريض. وبالمعدل الحالى لزيادة انتشار الإنترنت، يُتوقع ارتفاع عدد مستخدمى الإنترنت حول العالم من ٣,٢ مليار (بمعدل انتشار عالمي يبلغ ٤٣٪ من إجمالى سكان العالم) إلى ٣,٨ مليار مستخدم بحلول عام ٢٠٢٠، ما يعنى ارتفاع معدل الانتشار العالمى إلى ٤٩٪.

- النمو فى استثمارات التجارة الإلكترونية: نما الاستثمار فى شركات التقنية (وشركات التجارة الإلكترونية) بشكلٍ كبير خلال الأعوام الأخيرة. وتدفق الكثير من هذه الاستثمارات إلى آسيا، حيث جرى استثمار أكثر من ١٠٦ مليار دولار فى شركات التقنية والتجارة الإلكترونية منذ عام ٢٠١٢ علاوة على ذلك فإن عدد حاضنات الأعمال[١٧] ومسرعاتها والجهات الممولة لها قد ارتفع بشدة، ما أدى إلى زيادةٍ سريعة في معدلات ريادة الأعمال.
- الابتكارات المغيرة لسوق وسائل الدفع: تطور شركات التقنية المالية (أى الشركات التى تطبق الابتكار التقنى على وسائل تقديم الخدمات المالية) الشكل التقليدى لسوق وسائل الدفع، حيث تضع الابتكارات فى سوق الأجهزة المحمولة ونقاط البيع نهايةً لاستخدام المحافظ التقليدية مع صعود عدد متزايد من المحافظ المتنقلة الرقمية. بالإضافة إلى ذلك فإن التقنيات البديلة فى طريقها نحو إحداث تغيير جذرى فى منظومة المدفوعات، وبما أن سهولة الدفع تمثل اعتبارًا أساسيًا بالنسبة للمتسوقين عبر الإنترنت؛ فإن التطورات فى هذا المجال ستدفع سوق التجارة الإلكترونية قدمًا[١٨].

هذا وتتكون منظومة التجارة الإلكترونية من جهات داعمة مثل الهيئات التنظيمية والحكومية، ومقدمي خدمات المدفوعات، وشركات الخدمات اللوجستية، ومقدمى خدمات التقنية، وأصحاب رأس المال، والمستثمرين . وتوفر كل هذه الجهات صور الدعم والتمكين والمنصات الضرورية لدفع نمو وتطوير التجارة الإلكترونية فى العالم.

ثامناً: التجارة الإلكترونية فى مصر

إدراكًا لأهمية الدخول إلى عصر العولمة وزيادة قدرتها التنافسية والوصول إلى المستهلك العالمى أينما كان عن طريق تطبيق التجارة الإلكترونية تم تشكيل اللجنة القومية للتجارة الإلكترونية من المختصين فى مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة مجلس الوزراء المصرى، ووزارة التجارة، ووزارة العدل، والغرف التجارية، واتحاد بنوك مصر، والجمعية المصرية للإنترنت، وذلك لبحث كيفية تطبيق هذه التجارة ووضع الضوابط الفنية والتشريعية والاقتصادية والمعلوماتية اللازمة وتوفير الحماية اللازمة للمعلومات المتبادلة من خلال الشبكة الدولية خاصة المعلومات الخاصة بالعملاء فى البنوك وغيرها من المعلومات التجارية والمالية.

وتولى مصر للتجارة الإلكترونية اهتمامًا كبيرًا باعتبارها من التطورات العالمية الجديدة المرتبطة بالعولمة والنظام الاقتصادى العالمى الجديد، وقامت بتكوين لجنة للتجارة الإلكترونية عام ١٩٩٧ تابعة للجمعية المصرية للإنترنت وذلك من أجل وضع رؤية مستقبلية لوضع مصر على خريطة التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، وقامت بتشكيل لجنة تشريعية دائمة تحت إشراف وزارة العدل وتضم فى عضويتها وزارات قطاع الأعمال العام، ومركز معلومات مجلس الوزراء، واتحاد الصناعات، ووزارات التجارة الخارجية، وقطاع التعاون الدولى، وذلك من أجل وضع تصورات قانونية وإجرائية لتطبيق التجارة الإلكترونية والاستفادة من مزاياها والحد من مخاطرها.

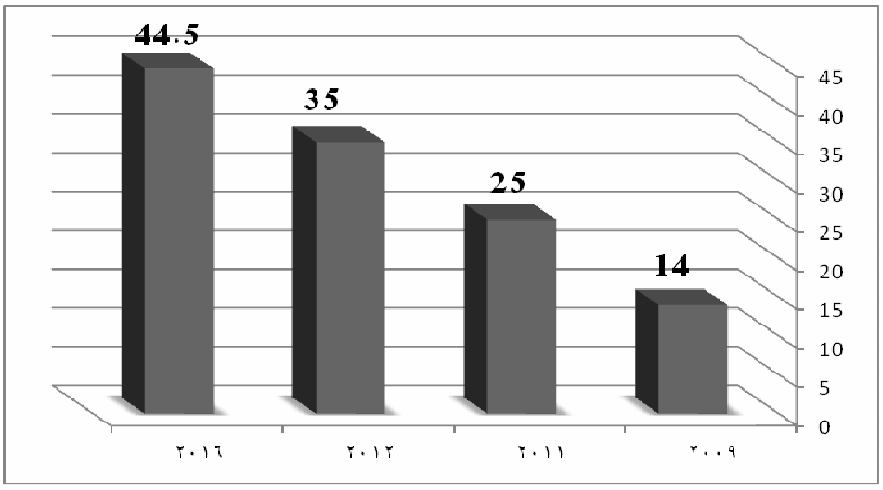
وفيما يخص واقع التجارة الإلكترونية فى مصر فلا توجد إحصاءات دقيقة لحجمها، ولكن هناك توقعات وتقديرات فى هذا الصدد، حيث يمكن القول إن مصر من بين الدول التى لها مكان فى التجارة الإلكترونية، فأصبحت تمثل

جزءًا من اقتصادها حيث من المتوقع أن يرتفع معدل نمو التجارة الإلكترونية المصرية إلى ٤٠٪، وهذا راجع لتزايد عدد المستهلكين الذين يتوجهون للتسوق عبر الإنترنت، وفيما يلى يوضح الشكل رقم (٢) حجم التجارة الإلكترونية فى مصر خلال الفترة من ٢٠٠٩- ٢٠١٦، وذلك وفقًا للإحصاءات المتاحة[١٩].

شكل (٢)

حجم التجارة الإلكترونية فى مصر خلال الفترة

٢٠٠٩- ٢٠١٦ (بالمليون دولار)



المصدر: بيانات الشكل مأخوذة من: بدر زيدان، "واقع التجارة الإلكترونية فى الدول العربية دراسة حالة: الجزائر- مصر"، مرجع سابق، ص ١٠٥.

ويمكن تفسير هذا التطور فى حجم التجارة الإلكترونية إلى التوسع الهائل فى استخدام الإنترنت الذى بلغت نسبة نموه ٣٤٪ سنويًا، وأن ٣١ مليون مستخدم للإنترنت فى مصر يقومون بالشراء مباشرةً بنسبة ٤٤,٥٪ من إجمالى عدد المستخدمين للإنترنت فى مصر.

تاسعاً: المعوقات التى تواجه التعاملات التجارية الإلكترونية

هناك العديد من القيود والمعوقات التى قد تواجه تطبيقات التجارة الإلكترونية فى بعض الدول وتشمل الحواجز الاقتصادية، وعدم ملاءمة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها، ومحدودية استخدام بطاقات الائتمان، بالإضافة إلى بعض الحواجز الاجتماعية والسياسية، وضعف الأطر القانونية والتنظيمية، والجهل بالتشريعات التى تنظم تلك التعاملات الإلكترونية، ويشمل ذلك أيضًا عدم العدالة فى المنافسة التجارية نتيجة وجود بعض القوانين الضريبية المطبقة على معاملات التجارة التقليدية وغير المطبقة على معاملات التجارة الإلكترونية، وبالتالى وجود جزء من الاقتصاد الرقمى غير مدرج فى الاقتصاد الرسمى للدولة، مما يؤثر على الحصيلة الضريبية. كما تشمل العوائق المعرفية نقص المهارات والمستويات المتدنية فى مجال الإلمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والوعى والمعرفة المتعلقة بتقنيات التجارة الإلكترونية؛ حيث تمثل مهارات استخدام التقنيات الحديثة الأداة الرئيسية للتجارة الإلكترونية[٢٠]. هذا بالإضافة إلى عنصر المخاطرة فى التجارة الإلكترونية واختراق المواقع التجارية وعدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد والدفع الإلكترونى، والقصور فى تطبيق قواعد حماية الملكية الفكرية[٢١].

عاشراً: التطور التشريعى فى مجال التجارة الإلكترونية

أ- على مستوى العالم:

إذا كانت التجارة الإلكترونية وسيلة مهمة للوصول إلى أسواق العالم فى أسرع وقت ممكن وبأقل مجهود وأدنى تكلفة، فإن أمام هذه التجارة الإلكترونية تحديات ومعوقات، إذ ترتب على الأهمية المتزايدة لها ظهور مشكلات عملية وقانونية تتعلق بفروع القانون المختلفة كالقانون المدنى والقانون التجارى

والقانون الدولى الخاص، وبصفة خاصة فى القانون الجنائى إذ أصبحت التجارة الإلكترونيــة عرضــة لاعتـداءات إجراميــة متزايـدة علــى نحــو يهـدد التنميــة الاقتصادية، ممـا أدى إلـى ضـرورة إقرار الحمايـة الجنائيـة للتجـارة الإلكترونيـة للتصدى للجريمـة المعلوماتيـة التـى تهدد النشاط التجارى الذى يتم عبر وسائل الاتصال وخصوصًا الإنترنت.

ومـن الناحيـة العمليـة والتطبيقيـة فـالواقع يؤكد تزايـد حركـة التعـاملات التجارية الإلكترونية، مما يتطلب حمايتها جنائيًا من الجرائم والاعتداءات، كما يقتضى الأمر حماية المستهلك الذى أصبح يعتمد فى الحصول على كثير من السلع والخدمات على تلك التعاملات الإلكترونية.

نظرًا لأهمية الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية وضعت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجارى الدولى قوانين نموذجية لمتطلبات التجارة الإلكترونية كالقــانون النمــوذجى للتجــارة الإلكترونيــة لعــام ١٩٩٦، والقــانون النمــوذجى للتوقيعات الإلكترونية لعام ٢٠٠١، كما أصدر الاتحاد الأوربى مجموعة من التوجيهــات كالتوجيــه الأوربــى رقــم ٢٠٠-٣١ المتعلــق بالتجــارة الإلكترونيــة والتوجيه رقم ٩٧-٠٧ المتعلق بحماية المستهلك فى العقود عن بعد والتوجيه الأوربى رقم ٩٧-٤٨٩ بشأن الدفع الإلكترونى، والتوجيه رقم ٩٩-٩٣ بشأن التوقيع الإلكترونى. كما اهتمت بعض الدول بحماية التجارة الإلكترونية كفرنسا التى أصدرت قانون رقم (٩١-١٣٨٢) المتعلق بأمن الشيكات وبطاقات الدفع كما أصدرت بعض الدول العربية قوانين للتجارة الإلكترونية كقانون المبادلات والتجـارة الإلكترونيـة التونـسى لعـام ٢٠٠٠، وقـانون رقـم (١٥-٢٠٠٤) لعـام ٢٠٠٤ بشأن التوقيع الإلكترونى[٢٢].

وتعد جرائم الاعتداء على مواقع التجارة الإلكترونية من أخطر الجرائم المعلوماتية، ذلك أن أغلب الجرائم لا يمكن ارتكابها إلا بعد الدخول إلى النظام لذلك أولت لها التشريعات اهتمامًا كبيرًا أبرزها التشريع الأمريكى المتعلق بجرائم الحاسوب الصادر سنة ١٩٨٤ المعدل فى سنة ١٩٩٦ والتشريع الفرنسى الصادر بالقانون رقم ١٩/٨٨ الصادر فى سنة ١٩٨٨ والمعدل فى ١٩٩٤ وكذلك بعض التشريعات العربية كالتشريع الجزائرى بالقانون رقم ١٥/٠٤ نوفمبر ٢٠٠٤ المعدل بالقانون رقم ١٥٥/٦٦ المتضمن قانون العقوبات، والتشريع التونسى أيضًا بالقانون رقم ٨٩ لسنة ١٩٩٩[٢٣].

ب- التشريعات المصرية:

تتسم تقنيات وتطبيقات التجارة الإلكترونية بعدم وجود مستندات ورقية للمعاملات التجارية لإثبات المعاملات وإتمامها، بل تتم بوسائل إلكترونية ذات تقنية عالية بدءًا من تبادل البيانات عبر البريد الإلكترونى بين المتعاملين، أو التفاوض التجارى، أو إصدار الفواتير إليكترونيًا، وحتى التعاملات المصرفية الإلكترونية، والمتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات وغير ذلك، وهذه الوسائل تُعد السند القانونى لإثبات المعاملة التجارية أو العقد التجارى الإلكترونى وهو ما يتطلب تشريعات قوانين خاصة بها لغرض حمايتها[٢٤].

لذا لم تقف مصر بمعزل عن ذلك التطور الحادث فى مجال التنمية التكنولوجية بوجه عام والتجارة الإلكترونية بوجه خاص، ومن الناحية التشريعية كان الحرص على إعداد تشريع متكامل ينظم مختلف جوانب هذا النوع من التجارة مسترشدة فى ذلك بما سبق وضعه من تشريعات نموذجية صادرة من الهيئات الدولية المعنية أو تشريعات بعض الدول التى كان لها السبق فى هذا المجال على النحو السابق الإشارة إليه فى الفقرة السابقة.

ومن هذا المنطلق أصدر السيد المستشار وزير العدل القرار رقم ٧٠٥ لسنة ١٩٩٩ بتشكيل لجنة لإعداد مشروع قانون بتنظيم التجارة الإلكترونية على أن تضم اللجنة مستشارين من وزارة العدل وخبراء من وزارة التجارة والتموين ومصلحة الجمارك ووزارة الخارجية ووزارة المالية بالإضافة إلى أعضاء اللجنة الاستشارية للإصلاح التشريعى.

وقد انبثقت عن هذه اللجنة لجنة مصغرة بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار برئاسة مجلس الوزراء صدر بتشكيلها قرارًا من السيد رئيس المركز ضمت فريقًا قانونيًا وفنيًا جمع الخبرات القانونية المتميزة فى مصر فى كل النواحى المرتبطة بالقانون التجارى، كما جمع الخبرات الفنية فى مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار مما أسهم فى وضع مشروع متكامل للتجارة الإلكترونية جمع بين الرؤية الواضحة والدقيقة للمسائل القانونية والمواكبة الواقعية للتطورات التكنولوجية الدائمة والمتسارعة.

- تصدى المشروع المقترح لهذا الموضوع باستحداث نصوص تتعامل مع التجارة الإلكترونية دون تعديل القوانين المنظمة للقواعد العامة وذلك بغرض التيسير وتفادى إطلاق يده بالتعديل فى نصوص الأصل فيها أن تكون ثابتة، مع ترك المسائل التقنية المتغيرة لتشريع خاص بحيث يسهل مراجعته من آن إلى آخر فى ضوء المتغيرات المتلاحقة.
- توجد لائحة تنفيذية تفصل فيها الضوابط التقنية للمعاملات الإلكترونية بصورة تسهل على واضعها الإضافة إليها كلما كان ذلك مناسبًا لضمان أعلى حماية تقنية للمتعاملين إلكترونيًا.
- وقد استند المشروع فى أحكامه أساسًا إلى القانون النموذجى الذى وضعته لجنة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCITRAL، وقد نهل

منه واضعو المشروع باعتباره قانونًا نموذجيًا حظى بموافقة تلك اللجنة الدولية.

- وقد استعان واضعو المشروع فى عملهم بقوانين التجارة الإلكترونية العربية والدولية مثل قانون سنغافورة الصادر عام ١٩٩٨، وقانون الهند الصادر عام ١٩٩٨، وقانون لوكسمبورج الصادر عام ٢٠٠٠ والقانون التونسى الصادر عام ٢٠٠٠، وقانون الولايات المتحدة الأمريكية فى شأن التوقيع الإلكترونى فى التجارة العالمية والوطنية الصادر عام ٢٠٠٠، فضلًا عن استعانتهم بالقرارات الصادرة فى إطار الجماعة الأوروبية وهما القرار رقم ١٩٩٩/٩٣ الصادر فى ١٣ ديسمبر ١٩٩٩، والقرار رقم ٢٠٠٠/٣١ الصادر بتاريخ ٨ أغسطس ٢٠٠٠، كما استقى المشروع أيضًا من القانون النموذجى الصادر بقانون الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم ١٦٢/٥١ بتاريخ ١٦ ديسمبر ١٩٩٦ فضلًا عن التعديل الجديد للتقنين المدنى الفرنسى الصادر بالقانون رقم ٢٣٠ لسنة ٢٠٠٠ فى شأن أحكام قانون الإثبات مع تقنيات المعلومات والتوقيع الإلكترونى.

وفى إطار مكافحة جرائم الإنترنت استحدثت مصر أيضًا الإدارة العامة لمباحث الأموال العامة، والإدارة العامة للتوثيق والمعلومات، وكذلك الإدارة العامة للمصنفات الفنية، وكذلك الإدارة العامة لمكافحة جرائم الحاسب وشبكات المعلومات، التى تم إنشاؤها بالقرار رقم ١٣٥٠٧ لسنة ٢٠٠٢، وهى تابعة للإدارة العامة للتوثيق والمعلومات وتعد الإدارة العامة لمكافحة جرائم الحاسب وشبكات المعلومات من أهم الأجهزة المتخصصة، وتتكون من ضباط

متخصصين فى تكنولوجيا الحاسبات والإنترنت. وتقسم هذه الإدارة إلى قسم العمليات، وقسم البحوث والمساعدات الفنية، وذلك على النحو الآتى:

- قسم العمليات: مع الجهات المختصة لإجراء التحريات وأعمال الضبط وهو قسم يختص بالاشتراك مع الأجهزة المختصة بمكافحة جرائم الحاسوب والإنترنت والتنسيق.
- قسم البحوث والمساعدات الفنية: ويقوم بإعداد البحوث الفنية والقانونية فى مجال تأمين نظم وشبكات المعلومات، ودراسة الظواهر الإجرامية المتعلقة بجرائم الحاسوب والإنترنت، ويقوم بتقديم الدعم الفنى فى القضايا المرتبطة بجرائم الحاسوب والإنترنت[٢٥].

كما صدر القانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤ والمسمى بقانون تنظيم التوقيع الإلكترونى، وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات[٢٦]، وفيه تم توضيح بعض المصطلحات مثل: الكتابة الإلكترونية، المحرر الإلكترونى، التوقيع الإلكترونى، الوسيط الإلكترونى، الموقع، شهادة التصديق الإلكترونى، الهيئة والوزارة المختصة، الوزير المختص.

ويعتبر هذا القانون هو أول تشريع مصرى لتنظيم المعاملات الإلكترونية، سواء المعاملات الحكومية أو التجارية أو الإدارية، ويمكن من خلال هذا التشريع استخدام الوسائل الإلكترونية فى تحرير وتبادل وحفظ المستندات، بما يحفظ حقوق المتعاملين ويضمن مصداقية وقانونية المعاملات الإلكترونية، وذلك بهدف زيادة حجم التجارة الإلكترونية فى الاقتصاد القومى وزيادة الصادرات المصرية والدخول لأسواق جديدة فى إطار الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية.

وقد نص القانون على إنشاء هيئة عامة تسمى "هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات" تكون لها الشخصية الاعتبارية وتتبع الوزير المختص، ويكون مقرها الرئيسى محافظة الجيزة، ولها إنشاء فروع فى جميع أنحاء جمهورية مصر العربية.

وتهدف هذه الهيئة إلى تحقيق الأغراض الآتية:

- تشجيع وتنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- نقل التكنولوجيا المتقدمة للمعلومات وتحقيق الاستفادة منها.
- زيادة فرص تصدير خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ومنتجاتها.
- الإسهام فى تطوير وتنمية الجهات العاملة فى مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- توجيه وتشجيع وتنمية الاستثمار فى صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- رعاية المصالح المشتركة لأنشطة تكنولوجيا المعلومات.
- دعم البحوث والدراسات فى مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتشجيع الاستفادة بنتائجها.
- تشجيع ودعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة فى مجال استخدام وتوظيف آليات المعاملات الإلكترونية.
- تنظيم نشاط خدمات التوقيع الإلكترونى وغيرها من الأنشطة فى مجال المعاملات الإلكترونية وصناعة تكنولوجيا المعلومات[٢٧].

كما نص القانون على أن تباشر الهيئة الاختصاصات اللازمة لتحقيق أغراضها، وذلك على النحو التالى:

- إصدار وتجديد التراخيص اللازمة لمزاولة أنشطة خدمات التوقيع الإلكترونى وغيرها من الأنشطة فى مجال المعاملات الإلكترونية وصناعة تكنولوجيا المعلومات، وذلك وفقا لأحكام القوانين واللوائح المنظمة لها.
- تحديد معايير منظومة التوقيع الإلكترونى بما يؤدى إلى ضبط مواصفاتها الفنية.
- تلقى الشكاوى المتعلقة بأنشطة التوقيع الإلكترونى والمعاملات الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات واتخاذ ما يلزم فى شأنها.
- تقييم الجهات العاملة فى مجال أنشطة تكنولوجيا المعلومات وتحديد مستوياتها الفنية بحسب نتائج هذا التقييم.
- تقديم المشورة الفنية بشأن المنازعات التى تنشأ بين الأطراف المعنية بأنشطة التوقيع الإلكترونى والمعاملات الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات.
- تقديم المشورة الفنية إلى الجهات العاملة فى أنشطة تكنولوجيا المعلومات، وتدريب العاملين فيها.
- إقامة المعارض والمؤتمرات والندوات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخليًا وخارجيًا.
- إنشاء الشركات التى تساعد فى تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو المساهمة فيها.
- إيداع وقيد وتسجيل النسخ الأصلية لبرامج الحاسب الآلى وقواعد البيانات، التى تتقدم بها الجهات أو الأفراد الناشرون والطابعون

والمنتجون لها للمحافظة على حقوق الملكية الفكرية وغيرها من الحقوق[٢٨].

وأخيرًا يمكن التأكيد على أن الهدف من وضع قوانين لتنظيم التعاملات التجارية الإلكترونية هو ضمان صحة المعاملات التى تتم عن طريق الوسائط الإلكترونية والتى يتم استخدام الوسيط الإلكترونى فيها لتحرير أو نقل أو تخزين البيانات والعقود المتعلقة بهذه المعاملات. ومن أجل تحقيق هذا الهدف فإن قوانين التجارة الإلكترونية تركز بصفة أساسية على وضع المبادئ القانونية التى تسمح بالاعتراف بالمحررات الإلكترونية بديلًا عن الوسائط الورقية التقليدية بالإضافة إلى الاعتراف بالتوقيع الإلكترونى والمساواة بين المحررات الإلكترونية والتوقيع الإلكترونى من حيث الحجة فى الإثبات القانونى وبين المحررات الورقية والتوقيع التقليدى الذى يتم على وسيط ورقى.

الخاتمة

التجارة الإلكترونية هى أحد أهم المظاهر الحديثة فى اقتصاد المعرفة والمحرك الأساسى له، وتمثل القطاع الأسرع نموًا فى الاقتصاد العالمى. وقد أصبحت واقعًا ملموسًا فى ظل البيئة الحالية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها بشكل كبير نظرًا لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال. وتستخدم التجارة الإلكترونية أنماطًا مختلفة فى تطبيقها مثل الاتصال والتبادل بين الشركات Business To Business ونمط الاتصال والتبادل بين الشركة والزبائن Business To Consumer، كما أن الطبيعة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبعضها تحوِل العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافى للبائع أو المشترى. وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية والزيادة فى معدل مستخدمى

الإنترنت سرعة انتشارها بين كثير من المنتجين والمستهلكين وإحداث تطور فى حجم التجارة الإلكترونية على المستوى العالمى.

هذا ويمكن القول إن هناك مجموعة من المتطلبات الرئيسة التى لابد أن تتوفر لتحقيق النمو والتطور فى التجارة الإلكترونية، حيث لابد من أن يكون هناك تعاون وتنسيق بين جميع الأطراف المعنية فى الدولة، وذلك لتحسين البنية التحتية لتقنيات الاتصالات والمعلومات، وتهيئة البيئة التشريعية والتنظيمية، وتحسين مناخ الأعمال، وتطوير صناعة الاتصالات والعمل على زيادة المنافسة والشفافية فى أسواقها، وتطوير الخدمات المساندة لهذا القطاع، تنمية وتأمين وسائل الدفع الإلكترونية، وتطوير الكوادر البشرية المؤهلة فى مجال المعرفة التقنية وتكنولوجيا المعلومات، وتنمية الوعى المجتمعى، بمعنى نشر الوعى بين المؤسسات والشركات التجارية (خاصةً العربية) بأهمية التجارة الإلكترونية وما تنطوى عليه من خفض للتكاليف وسرعة فى إنجاز الأعمال.

المراجع

١- أمجد صباح، وهيثم عبد الله، أهمية التجارة الإلكترونية ومعوقاتها فى دول مجلس التعاون الخليجى، مجلة الاقتصادى الخليجى، العدد (٢٤)، مركز دراسات البصرة والخليج العربى، جامعة البصرة، ٢٠١٣، ص ٦.

٢- أحمد صالح، التجارة الإلكترونية، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالى، ٢٠١١، ص ١٥.

٣- عبد الحميد ممدوح، التجارة الإلكترونية: البُعد الخاص بالسياسة التجارية فى إطار منظمة التجارة العالمية، المركز المصرى للدراسات الاقتصادية، سبتمبر، ٢٠١٧، ص١.

٤- تقرير اتحاد رجال الأعمال العرب حول: الاقتصاد القائم على المعرفة ودوره فى تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى السادس عشر لمجتمع الأعمال العربى، الأردن، ٢٠١٨، ص ٦.

٥- سارة قائد، دور قانون المعاملات الإلكترونية فى تفعيل خدمة الاقتصاد الرقمى، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقى، الجزائر، ٢٠١٤، ص ١٥.

٦- مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد (٦)، جامعة باتنة، الجزائر، ٢٠١٧، ص ١٨٢.

٧- تقرير فريق الخبراء الحكومى الدولى المعنى بالتجارة الإلكترونية حول: تعزيز المكاسب الإنمائية المتأتية من التجارة الإلكترونية والمنصات الرقمية، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، أبريل، ٢٠١٨، ص ٢.

٨- مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، مرجع سابق، ص ص ١٨٣- ١٨٤.

٩- هناء سيد، أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة فى الأسواق المحلية العربية، المركز الديمقراطى العربى، إبريل، ٢٠١٧، ص ١١.

١٠- تقرير اللجنة الإحصائية بالمجلس الاقتصادى والاجتماعى حول: وضع إحصاءات التجارة الإلكترونية، الأمم المتحدة، مارس، ٢٠٠٢، ص ٥.

١١- إسلام مأمون، المعوقات التى تحد من نجاح التجارة الإلكترونية فى مصر، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالى، المملكة المتحدة، ٢٠١١، ص ص ٢٠- ٢١.

١٢- تقرير فريق الخبراء الحكومى الدولى المعنى بالتجارة الإلكترونية حول: تعزيز المكاسب الإنمائية المتأتية من التجارة الإلكترونية والمنصات الرقمية، مرجع سابق، ص٣.

١٣- المرجع السابق، ص ٣.

١٤- دراسة توجه قطاعات الأعمال نحو التجارة الإلكترونية فى المملكة العربية السعودية، غرفة جدة، ٢٠١٩، ص ص ١٠- ١١.

١٥- سارة الجزار، مجالات ومتطلبات تطوير التجارة العربية البينية من خلال التجارة الإلكترونية، دائرة البحوث الاقتصادية، اتحاد الغرف العربية، إبريل، ٢٠١٨، ص ٨.

١٦- المرجع السابق، ص ص ٩- ١٤.

١٧- أصبحت حاضنات الأعمال من المشاريع المهمة والمتطورة فى عالمنا اليوم والتى تستطيع المساعدة فى إقامة وتعزيز وتطوير مشاريع الإعمال الصغيرة والمتوسطة وحل كل المشكلات التى تواجهها في مرحلة التأسيس، وعرفت الحاضنة على أنها منظومة عمل متكاملة توفر كل السبل والإمكانيات لهذه المشاريع وحل مشاكلها وكذلك عرفت بأنها عبارة عن نظم وإجراءات ذات تقنيات عالية وبنية تحتية وأفراد متخصصة لتغذية وإنماء المشاريع الصغيرة الجديدة من خلال مساعدتها فى مراحلها الأولى لقد قامت الدول الصناعية الكبرى فى إنشاء حاضنات الأعمال من أجل مساعدة المشاريع الصغيرة والمتوسطة التى قد تتعرض إلى الكثير من المشاكل.

١٨- تقرير الاتصالات وتقنية المعلومات حول التجارة الإلكترونية فى المملكة العربية السعودية، هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٧، ص ١٠.
١٩- بدر زيدان، واقع التجارة الإلكترونية فى الدول العربية دراسة حالة: الجزائر- مصر، رسالة ماجستير، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر، ٢٠١٧، ص ١٠٤.
٢٠- تقرير فريق الخبراء الحكومى الدولى المعنى بالتجارة الإلكترونية حول: تعزيز المكاسب الإنمائية المتأتية من التجارة الإلكترونية والمنصات الرقمية، مرجع سابق، ص ١٤.
٢١- إسلام مأمون، المعوقات التى تحد من نجاح التجارة الإلكترونية فى مصر، مرجع سابق، ص ٤٩.
٢٢- صالح شنن، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراة، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، الجزائر، ٢٠١٣، ص٥.
٢٣- المرجع السابق، ص ٦٥.
٢٤- أمجد صباح، وهيثم عبد الله، أهمية التجارة الإلكترونية ومعوقاتها فى دول مجلس التعاون الخليجى، مرجع سابق، ص ١.
٢٥- صالح شنن، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ص ٢٢١-٢٢٢.
٢٦- نص القانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤، الجريدة الرسمية، العدد ١٧، ٢٢ ابريل، ٢٠٠٤.
٢٧- المرجع السابق.
٢٨- المرجع السابق.

The Reality of E-Commerce in the World Under the Laws Regulating Electronic Transactions

Amany Fawzy

E-Commerce is one of the most important modern aspects of the economical knowledge and its main engine, It represents the fastest growing sector in the global economy. Therefore, the aim of establishing laws to regulate electronic commercial transactions is to ensure the validity of transactions that take place through electronic media. These laws focus mainly on developing legal principles that allow the recognition of electronic documents as an alternative to traditional paper media, in addition to the recognition of the electronic signature.