

## حتمية التجارة الالكترونية وأثارها الاقتصادية

### The inevitability of electronic commerce and its economic effects

قاشي علال<sup>(1)</sup> عشير جيلالي<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> جامعة البليدة 2 علي لونيبي (الجزائر)

*gachiallel2018@gmail.com*

<sup>(2)</sup> جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة (الجزائر)

*d.achir@univ-dbkm.dz*

تاريخ النشر:

2021/10/31

تاريخ القبول:

2021/09/29

تاريخ الارسال:

2021/06/24

#### الملخص:

تسعى هذه الورقة البحثية إلى الوقوف على أهمية التجارة الإلكترونية وضرورتها الملحة في إبرام العقود والصفقات عن بعد، وزاد الموضوع أهمية ظهور جائحة -كوفيد 19- التي فرضت أنماطا حياتية مختلفة، ولذلك فإن هذه الورقة تهدف إلى تحديد الإطار القانوني لمفهوم التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية على حد سواء مع بيان العوامل التي ساعدت على نمو التجارة الإلكترونية في العالم، كما تهدف أيضا إلى إبراز قدرة التجارة الإلكترونية على القيام بوظائف عديدة في عمليات التبادل التجاري، وذلك من خلال مرورها بمراحل هامة تساعدها على تكوين بيئة ملائمة لممارسة مختلف الأنشطة الاقتصادية، كما تهدف هذه الورقة في الأخير إلى الوقوف على الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية ومدى أهميتها سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى قطاع الأعمال. الكلمات المفتاحية: العقد الالكتروني؛ الخدمة؛ النقود الالكترونية؛ الأنترنت؛ قطاع الأعمال.

#### Abstract:

This paper identifies the importance of electronic commerce and its necessity in concluding contracts and transactions through distance, especially after the emergence of the pandemic Covid 19, which imposed a certain specific behaviors. The present paper aims to define the legal framework of the concept of e-commerce in both Arab and foreign legislations and indicate the factors that helped the growth of e-commerce in the world. Also to highlight the ability of e-

المؤلف المرسل : قاشي علال

commerce to carry out many functions in trade exchange operations to create the appropriate environment for various economic activities .In addition the paper deals with the economic impacts of e-commerce and its importance at the level of individuals or the business sector in general.

**Key words:** electronic contract; service; digital currency; internet; business sector.

في هذا العصر تتميز حياة الإنسان بممارسة أنشطة عديدة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تتسم بسرعة ووفرة المعلومات، ومما أقره هذا التطور هو ظهور مصطلحات جديدة تعدت الحدود المادية والجغرافية، وألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملاته، ومن بين هذه المصطلحات الجديدة هو مصطلح التجارة الإلكترونية.

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية فجأة بل كان نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات، وخاصة بعد نمو واستخدام شبكة الأنترنت وشبكة المعلومات والاتصال في العالم. فقد شهدت البشرية في نهاية القرن العشرين وبداية هذا القرن تطورا كبيرا في وسائل الاتصال وتقنياته جعلت السلوك الإنساني في تغير دائم ومستمر من مختلف الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والقانونية أيضا، وقد ساعد التطور المستمر لوسائل نقل المعلومات وتقنيات الاتصال على إيجاد روابط أكثر سرعة وأقل تكلفة بين الأفراد في شتى بقاع العالم.

فأول تطبيق لمفهوم التجارة الإلكترونية كانت في بداية 1970 من خلال عملية التحويل النقدي للأموال (TFE) بطريقة إلكترونية من منظمة لأخرى، إلا أن توسع المفهوم إلى أن يشمل عمليات النقل وإرسال الوثائق إلكترونيا (EDI).

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع إلكتروني، وفي عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية لمنظمات أعمال المستهلك لتشمل منظمات الأعمال، وفي عام 2001 لتشمل منظمات الأعمال وموظفي هذه الشركات، وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني.

إن التجارة الإلكترونية تساهم من خلال ميزتها في خفض التكاليف في توسع الأسباب وكذا توفر المعلومات عن الأسواق والأسعار تمنح للمستهلك الحرية في الاختيار ومقارنة السعر وسوف تحسن كفاءة العملية التجارية، فالتجارة الإلكترونية ما هي إلا سوق عالمي عبر أجهزة الكمبيوتر تجمع البائعين والمستهلكين في معارض أو مراكز تجارية، فلقد ساهمت التجارة الإلكترونية بشكل كبير باستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية لتحل مكانها دعائم إلكترونية.

إن الاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية التقليدية سوف يوفر في كمية الورق هذا بعد أن تكشفت سلبيات العمل بالمستندات الورقية التقليدية والتي من بينها بطء حركة المستندات الورقية، واحتمال تأخير إجراءات الجمارك، تعرض البضاعة لخطر الفساد والتلف وصعوبة تداولها.

لقد اكتسبت التجارة الإلكترونية أهمية بالغة وقد بدأت تفرض وجودها على جميع الاقتصاديات وأصحاب الأعمال في العالم فقد بلغت حدود عالية في انتشارها لدى الدول الغربية، وحتى الدول العربية تفتنت لأهميتها باعتبارها أسلوب حديث للتجارة ونمط جديد للاستهلاك، وعلى الجزائر أن تواكب هذا التطور وذلك بتشريع وسن قوانين تنظم وتضبط المعاملات الإلكترونية، ومما سبق نطرح الإشكالية التالية: ما المقصود بالتجارة الإلكترونية؟ وفيما تختلف عن التجارة التقليدية وما أثارها؟ للإجابة على هذه الإشكالية عالجتنا الموضوع وفق منهج تحليلي وتاريخي ومقارن في العناصر التالية:

### المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

لقد شهدت شبكة الأنترنت انتشارا هائلا، مما جعل مفهوم التجارة حذف ويتوسع ليشمل عمليات أوسع من البيع والشراء. حيث أن الآفاق التي تفتحتها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تتوقف عند حد معين والسبب من وراء ازدهارها هو اعتماد تلك المؤسسات على تكنولوجية متطورة.

والتجارة الإلكترونية تطبقا لفكرة العولمة Globalisation، فالعلاقات القانونية الناشئة عن هذه التجارة ليست مقيدة بدولة معينة لكنها تناسب عبر الدول بل هي علاقات عابرة للقارات.

وعليه فإن مفهوم التجارة الإلكترونية يكون على أي نوع من أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية.

### المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وطبيعتها

لقد حظيت التجارة الإلكترونية بعدة تعريفات، غير أنه ليس هناك تعريفا شاملا ومحددا لها.

وعليه، نذكر أهم التعريفات وأكثرها دلالة وسهولة للفهم وبعدها سنتطرق إلى تصنيف الطبيعة القانونية للعقود والمعاملات التي تنبثق من مصطلح التجارة الإلكترونية، بحيث تمر عبر شبكة الأنترنت يوميا الآلاف من العقود التي تبرمها الأطراف المتعاقدة والأمر الذي يدعونا إلى تحليل هذه العقود وإمعان النظر في طبيعتها القانونية.

### الفرع الأول: التعريف بالتجارة الإلكترونية

إن تعبير التجارة الإلكترونية يقسم إلى قسمين:

**القسم الأول: التجارة،** هو مصطلح يعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومة والمؤسسات والأفراد في إطار منظم وقواعد متفق عليها.

**القسم الثاني: إلكترونية،** هي مجال أداء النشاط المحدد في المقطع الأول أي التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية<sup>(1)</sup>.

والآن نتعرض لأهم التعريفات التي قيلت بشأن التجارة الإلكترونية:

#### أولا: التعريف الفقهي

لقد وردت تعريفات كثيرة في التجارة الإلكترونية: فقد عرفها جانب من الفقهاء: «تلك التجارة التي تشمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات، هي تقديم خدمات الأنترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات، أي تسليم المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الأنترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم شراء السلع عبر الشبكة، ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني»<sup>(2)</sup>.

كما عُرِّفت أيضا أنها: «تلك عملية التجارة التي تتم بين طرفين البائع والمشتري وتتمثل في عقد الصفقات وتسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت وذلك دون الحاجة لانتقال الطرفين أو لقاءهما بل يتم التوقيع إلكترونيا على العقد La signature Electronique»<sup>(3)</sup>.

(1) رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص 13

(2) أحمد إبراهيم، تقرير الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، القاهرة، 2000، ص 184

(3) عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص 45

## ثانياً: تعريف الأمم المتحدة

بتاريخ 16 ديسمبر 1996 وافقت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي « Uni citral » على نموذج لمشروع قانون موحد للتجارة الإلكترونية، وهذا المشروع رغم تعلقه بالتجارة الإلكترونية إلا أنه يتضمن تعريفاً لها<sup>(1)</sup>. حيث عرف "تبادل المعلومات" وليس "التجارة الإلكترونية" وعرف هذا التبادل بأنه: «النقل الإلكتروني بين جهازين للكمبيوتر، للبيانات باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات».

وقيل أن هذا التعريف ينصرف إلى كل استعمالات المعلومات الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية ذاتها<sup>(2)</sup>.

## ثالثاً: التعريف في القوانين المقارنة (فرنسا، لكسمبورج)

نريد أن نذكر هنا بعض النماذج للتجارة الإلكترونية، كون الجزائر تنتمي إلى العائلة اللاتينية:

1-فرنسا: في فرنسا شكلت مجموعة عمل برئاسة وزير الاقتصاد الفرنسي، حيث انتهت إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية بأنها: «مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات والإدارة».

2-قانون التجارة الإلكترونية دوقية لكسمبورج: كانت المادة الأولى من مشروع قانون التجارة الإلكترونية لدوقية لكسمبورج تعرف التجارة الإلكترونية بأنها: «كل استعمال لوسيلة من وسائل الاتصال الإلكترونية لتجارة السلع والخدمات باستثناء العقود المبرمة بطريق تليفوني شفهي أو باستخدام التصوير»<sup>(3)</sup>.

## رابعاً: التعريف في التشريعات العربية

وهنا نذكر التشريعات العربية التي كانت سباقة إلى تنظيم التجارة الإلكترونية،

وهي:

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، مرجع سابق، ص 24-25

(2) عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص 17

(3) عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، مرجع سابق، ص 25

1- تونس: إن قانون التجارة والمبادلات الإلكترونية التونسي الصادر في 2000/08/09 كان حاسما في هذا الخصوص إذ عرفت المادة 2 منه أن التجارة الإلكترونية هي: «العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية».

وعرف المبادلات الإلكترونية بأنها: «المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية»<sup>(1)</sup>.

2- مصر: ورد في المادة الأولى من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري تعريفا بأنها: «كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية». كما جاءت في دراسة مصرية أيضا، حيث عرّفت التجارة الإلكترونية بأنها: «عملية البيع والشراء عبر الشبكات الإلكترونية على المستويين السلي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج الكمبيوتر وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية»<sup>(2)</sup>.

3- الجزائر: في القانون رقم 05/18 أشار إلى التجارة الإلكترونية في المادة 6 بأنها النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد، لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

### الفرض الثاني: المميزات القانونية للتجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص، نذكرها:

**أولا: العقود الإلكترونية هي عقود إذعان**

الإذعان في اللغة معناه الانقياد، فأذعن له بمعنى خضع له وأقر وأسرع في الطاعة<sup>(3)</sup>، وفي القانون فعقد الإذعان هو الذي يضع أحد أطرافه بنوده وما يتحمل به كل من طرفي العقد من التزامات وما لكل من طرفي العقد من حقوق دون أن يكون للطرف

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، مرجع سابق، ص 16

(2) مصطفى سعيد أحمد، التجارة الإلكترونية في القرن القادم، مداخلة ضمن المؤتمر السابق للاقتصاديين والزراعيين، التكنولوجيا والزراعة، جامعة القاهرة، القاهرة، 1999، ص 20-2

(3) عبد العزيز علي الطويلي، عقود التجارة الإلكترونية (طبيعتها، أركانها، ضوابطها)، مداخلة ضمن الندوة الدولية حول المعاملات القانونية الإلكترونية وعقود التجارة الدولية، جامعة دولة الإمارات

العربية المتحدة، دبي، 2007، ص 34

الأخر في العقد حق مناقشة تلك البنود أو ما وضع عليه من التزامات، أو ما استحق له من حقوق<sup>(1)</sup>.

كما عرف أيضا عقد الإذعان بأنه العقد الذي يسلم فيه القابل بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل مناقشته فيها وذلك بما يتعلق بسلمة أو مرفق ضروري وتكون محل احتكار قانوني أو فعلي، وهذا العقد على هذه الكيفية هل يعتبر عقدا من نوع خاص أم كغيره من العقود؟

هناك رأيان رئيسيان حول تكييف هذا العقد فمنهم من يعتبره عقدا من نوع خاص ينشأ بإرادة منفردة وتكون هذه الإرادة هي التي تحدد معالم هذا العقد، ومنهم من يرى أنه كغيره من العقود يخضع للقواعد التي تخضع لها سائر العقود<sup>(2)</sup>.

كما يرى بعض الفقه في القانون الإنجليزي أن عقود التجارة الإلكترونية هي بمثابة عقود إذعان، وإن لم يصرح بذلك صراحة على اعتبار أن المتعاقد لا يملك إلا أن يضبط في عدد من الخانات المفتوحة أمامه في موقع البائع أو المشتري على المواصفات التي يرغب فيها من السلع وعلى الثمن المحدد سلفا الذي لا يملك مناقشة أو المفاوضة عليه مع المتعاقد الآخر، وكل ما يتاح له هو قبول العقد برمته أو رفضه كليا<sup>(3)</sup>.

ثانيا: العقود الإلكترونية هي عقود رضائية

العقد الرضائي هو العقد الذي توضع بنوده والتزامات طرفيه وحقوقهم طبقا لما استقرت عليه المفاوضات التي تمت بين طرفيه دون أن يكون لأي من طرفيه حق فرض شروطه على الطرف الآخر، وهو على العكس من عقد الإذعان فإذا ما كان لطرفي العقد مناقشة بنوده وشروطه بحيث يحافظ كلا منهما على مصالحه وتكون فيه الالتزامات متقابلة ومتكافئة فإن العقد عندئذ يكون عقد رضائي<sup>(4)</sup>.

ومبدأ الرضائية ما زال يسود العقود الإلكترونية على اختلاف أنواعها، وأن حرية الأطراف المتعاقدة لم تتواضع لتكون مجرد الموافقة على الشروط المعدة سلفا، فيجوز

(1) منير محمد الجنبيني، الطبعة القانونية للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008،

ص 14

(2) عبد العزيز علي الطويلعي، المرجع السابق، ص 34

(3) عبد الفتاح الباقي، نظرية العقود والإرادة المنفردة، دون دار النشر، القاهرة، 1982، ص 208

(4) منير محمد الجنبيني، الطبعة القانونية للعقد الإلكتروني، المرجع السابق، 15



لأحد الأطراف شراء السلعة من منتج أو مورد آخر إذا لم تعجبه الشروط المعروضة، لأن هناك عدد كبير من البائعين والمشتريين الذين يتعاملون في السلعة، فإذا ما أراد أحد الأشخاص شراء سيارة فهناك عدد كبير من منتجي السيارات ذات الأشكال والأحجام والقدرات المختلفة وعليه فان تفصيل الشروط التي يضعها العارض إنما هي تحليل للإيجاب أو الدعوة إلى المتعاقد وتبسيطه إلى طلبات وأوامر صغيرة تستجيب لكل صفة من صفات المنتج بغرض تقليل الزمن والمجهود وتسهيل عمليات البيع والشراء التي تتم عادة عن طريق أجهزة الكمبيوتر، فإذا أراد أحد المشتريين شراء سيارة من لون أسود فعليه البحث عن المنتجين الذين ينتجون هذه النوعية من سيارات فولكس فاجن، فيات، بيجو، مرسيدس<sup>(1)</sup>، ثم يجدد اللون أسود، أحمر، أبيض ... ثم يجدد النوع ليموزين، كوبية، 4 أبواب أو بابين أو غيرها، ويضغط على المفتاح المناسب في قائمة الطلبات التي يعرضها المنتج حتى يستقر على نوع السيارة المطلوبة ثم يضغط على مفتاح القبول النهائي بعد ظهور ثمن السيارة المحددة بتلك المواصفات وبذلك تتم عملية البيع والشراء دون تدخل العنصر البشري عادة.

وكما أوضحنا أن عقد التجارة الإلكترونية مثله مثل عقود البيع والإيجار لتقديم سلعة أو خدمة، وأن محله هو الخدمة أو السلعة أو ذات طبيعة خاصة، وتتناول ذلك بشيء من التفصيل:

#### 1- العقد الإلكتروني عقد بيع خدمة:

وقد حكمت محكمة الاستئناف في إنجلترا في بعض القضايا بأن عقد بيع برنامج الكمبيوتر المسجل Disk يندرج ضمن عقود بيع البضائع حين أن برنامج الكمبيوتر ذاته Perse لا يعد كذلك لأنه نتاج النشاط الذهني وحق من حقوق الملكية الفكرية لصاحبه. واستندت المحكمة إلى أن التعريف الوارد في قانون بيع البضائع الإنجليزي لعام 1971، وقانون توريد البضائع والخدمات لعام 1982 يسمحان بإدخال الأقراص دون البرنامج على تعريف البضائع الواردة فيهما، إذ يقوم هذا التعريف على التفرقة والتمييز بين القرص كشيء مادي يمكن أن يكون محلاً للتداول كسلعة وبين البرنامج المسجل عليه الذي هو حق من حقوق الملكية الفكرية وهي تفرقة تبدو غريبة وغير منطقية لأنه

(1) سمير برهان، إبرام العقد في التجارة الإلكترونية، مداخلة ضمن الندوة الدولية حول التجارة الإلكترونية ومنازعاتها، جامعة القاهرة، القاهرة، 2006، ص385

لا يمكن الفصل بين البرنامج والقرص المسجل عليه ولاسيما أن القرص والبرنامج المسجل عليه يباع بثمن واحد للمستهلك دون أن يفكر البائع أو المشتري في أن يحدد لأي منهما سعرا مختلفا<sup>(1)</sup>.

## 2- العقد الإلكتروني عقد بيع سلعة:

انتقد الفقه في انجلترا التفرقة التي جاءت في حكم قضية سان البان باعتبارها تفرقة غير منطقية، لأنها تسمح بالتفرقة بين منتجات إلكترونية ذات طبيعة واحدة وإخضاعها لأحكام قانونية مختلفة لمجرد اختلاف وسائط البيع Floppy Disks تعد سلعا، في حين أن البرامج المنقولة مباشرة على شبكة الأنترنت أو في أي نظام اتصالات مشابه تعد خدمة، وقد تداركت محكمة الاستئناف في الولايات المتحدة هذا الخلط في قضية: Advent Systems Limited V.Unisys Corp واعتبرت أن هناك اتجاها قويا لاعتبار كل البرامج والأقراص المدمجة وغيرها، المنتجة لأغراض السوق الكبير، هي بضائع.

## 3- عقد البيع الإلكتروني ذو طبيعة خاصة Sui, Generis

أخذ بهذا المعيار القضاء الاسكتلندي في قضية ltd.v.adobe systems(europe)ltd.beta computer فقد أخذت المحكمة بوجهة النظر الفائلة بأن عقد بيع الأقراص Disks ليس مجرد أقراص وحده وليس عقد تقديم خدمات (معلومات) بوصفها إنتاجا ذهنيا ولكن العقد يعد عقدا مركبا لشراء منتج مركب، يتكون من الوسيط والمعلومات المسجلة عليه أو فيه، والتي تمثل حقوق الملكية الفكرية للمؤلف، وعلى هذا فيعد العقد من طبيعة خاصة.

ونرى أن عقد الملكية الفكرية قد اندمج مع عقد بيع الأسطوانة المرنة وأصبح الاثنان يكونان شيئا واحدا وهو محل العقد الذي يرد عليه عقد البيع<sup>(2)</sup>.

المطلب الثاني: العوامل التي ساعدت على نمو التجارة الإلكترونية ومراحلها في العصر الرقمي Digital Era الذي انتشرت فيه الأنترنت انتشارا هائلا، وشاعت التجارة الإلكترونية بشكل كبير، كما أشارت الدراسات إلى أن حجم المعاملات

(1) سمير برهان، مرجع سابق، ص 385

(2) سمير برهان، مرجع سابق، ص 386

والصفقات الإلكترونية في تزايد مستمر، وهذه نتيجة حتمية لنمو المعرفة التقنية باستخدام شبكة الأنترنت في مختلف دول العالم، وذلك من أهم العوامل التي أدت إلى فتح الطريق نحو عالم التجارة الإلكترونية. بالإضافة إلى عدة عوامل ساعدت على انتشار ونمو التجارة الإلكترونية.

### الفرع الأول: العوامل التي ساعدت على نمو التجارة الإلكترونية

مما لا شك فيه أن العقود الإلكترونية والمعاملات التجارية وكذا انتشار المواقع الإلكترونية التجارية في تزايد مستمر، نتيجة عدة عوامل أثرت بشكل كبير على نمو التجارة الإلكترونية، وعلى وجه الخصوص الانتشار الواسع لشبكة الأنترنت. فبواسطة الأنترنت أصبح المستهلك يستطيع التعامل في الأسواق المحلية والعالمية بضغطة واحدة على جهاز الكمبيوتر لطلب السلعة أو الخدمة المعروضة، ودون حاجة إلى الدخول في علاقة مباشرة مع البائع. هذا، وبالإضافة إلى عدة عوامل أخرى ساعدت بشكل أو بآخر على تقدم وتطور هذا النوع من التجارة.

### أولاً: التوسع في استعمال النقود البلاستيكية

تعد النقود البلاستيكية من أهم العوامل التي ساعدت على انتشار التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، نظراً لسهولة الدفع والسداد وإجراء التحويلات البنكية بمقتضاها، والنقود الإلكترونية على عدة أشكال نذكر منها:

#### 1- البطاقات البلاستيكية الممغنطة:

هي بطاقات مدفوعة سلفاً، تكون القيمة المالية مخزنة فيها، ويمكن استخدام هذه البطاقات للدفع عبر الأنترنت وغيرها من الشبكات، كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية.

#### 2- النقود الإلكترونية البرمجية:

قد تكون المحفظة الإلكترونية بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي وتكون قرصاً مرناً يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية (منه أو إليه) عبر الأنترنت.

والجدير بالذكر أن البطاقة الذكية هي بطاقة بلاستيكية مزودة بشريحة CHIP حسابية هي القادرة على تخزين بيانات تعادل خمسمائة ضعف ما يمكن أن تخزنه البطاقات البلاستيكية الممغنطة<sup>(1)</sup>.

3- الشيكات الإلكترونية: الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية، والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت، ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه<sup>(2)</sup>.

بالإضافة إلى الحماية القانونية التي تكلفها عند ضياع البطاقة الذي يستطيع حامله الاتصال بالبنك أو المؤسسة المصدرة له ووقف استخدامه مما يعطي قدراً من الحماية للحامل الأصلي عند الإبلاغ بضياعه، ويعرض من استحوز عليه بطريق غير مشروع للمسؤولية الجنائية، كما تمنح لحاملها مدة ائتمان يستطيع الحامل أن يسدّد خلالها مسحوباته دون فوائد، على أن تسري الفوائد بعد فترة زمنية معينة (شهر أو 45 يوم)<sup>(3)</sup>..

#### ثانياً: التطور الكبير والتوسع في استخدام برامج الحاسبات

يعد التقدم والتوسع في مجال الحاسبات هو الأساس في التقدم التكنولوجي الذي تعيشه البشرية حالياً، فالبرامج المصممة تعمل على جعل كل ما قد يقوم به الإنسان سهلاً بسيطاً، وكافة الأعمال المطلوبة في أقل وقت ممكن<sup>(4)</sup>.

فقد تطورت أجهزة الحاسبات وظهرت أجيال عديدة تتميز بالسرعة والكفاءة والبساطة في الاستخدام، وتكونت شركات متخصصة في إنتاج وابتكار برامج الحاسب التي تستطيع القيام بعمليات كثيرة واستخدامات متعددة في مجالات الزراعة والصناعة

(1) سمير برهان، مرجع سابق، ص 381

(2) إبراهيم بخي، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 182

(3) منير محمد الجنبيني، الطبعة القانونية للعقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 157

(4) منير محمد الجنبيني، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص 168

والتعليم والبحث العلمي والألعاب الترفيهية وغيرها من مجالات الفكر والنشاط الإنساني، وأدى اختراع شركة مايكروسوفت لنظام وبرنامج النوافذ إلى تيسير استخدام الحاسب على الأشخاص العاديين بعد فترة تدريب قصيرة، مما أدى إلى ذبوع استخدام الحاسبات في البنوك والشركات والأجهزة الحكومية وغيرها، وبين الأفراد وطلبة المدارس والجامعات<sup>(1)</sup>.

ثالثاً: اتساع استخدام شبكة الاتصالات الدولية (أنترنت)

نشأت شبكة الأنترنت أول ما نشأت كشبكة معلومات سرية خاصة بالاستخدامات العسكرية للقوات المسلحة في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم انتقلت ملكية الشبكة إلى القطاع المدني وتم توسعتها وزيادة قدراتها وإمكانياتها، واستحداث استخدامات جديد لها مثل البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية المختصة على الشبكة، وقد أتاح إنشاء المواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني على الشبكة سهولة ويسر في الاتصالات بين مختلف المناطق الجغرافية في العالم، مما لفت نظر الشركات والمؤسسات التجارية إلى أهمية استخدام الشبكة في توسيع حجم السوق وتسويق السلع والخدمات عن طريق الأنترنت، واتسع حجم التجارة الإلكترونية بمعدل سريع، وأصبح في إمكان شراء الكتب وأجهزة الموسيقى والسيارات وتقديم خدمات الإسعاف والاستشارات عن طريق شبكة الأنترنت<sup>(2)</sup>.

والأنترنت The Internet هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام في العالم، كما أنها وسيلة يستعملها الأفراد والمؤسسات للتواصل وتبادل المعلومات.

ومن أبرز المشاريع المقدمة شبكة Super net 3، وسيؤدي هذا التطور إلى ثورة في مجال التجارة الإلكترونية، وسيساعد على هذه الثورة طرح العديد من الأجهزة القادرة على الولوج إلى خدمات الأنترنت مثل: الهواتف النقالة والسيارات وسواها<sup>(3)</sup>..

(1) منير محمد الجنببي، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 167

(2) سمير برهان، مرجع سابق، ص 382

(3) منير محمد الجنببي، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 175

رابعاً: الاستخدام الواسع للغة الإنجليزية في أعمال التجارة الدولية وبرامج الكمبيوتر شبكة الأنترنت باتت لغة رجال الأعمال والبنوك المهيمنة والمسيطر على عملياتها المختلفة، وقد ساعد على ذلك بروز الاقتصاد الأمريكي كأقوى اقتصاد عالمي في هذه المرحلة التاريخية من النمو الاقتصادي العالمي، والذي تواكب مع كون أن أكبر الشركات المنتجة للأجهزة الكمبيوتر IBM وكذلك أكبر شركة للبرامج مايكروسوفت، وهما شركتان أمريكيتان<sup>(1)</sup>..

وإن كون شبكة الأنترنت قد صممت العمل باللغة الإنجليزية قد كان له عامل كبير ومؤثر في انتشارها وتوسعها، لكون اللغة الإنجليزية هي اللغة الدولية المتداولة والمتعارف على استخدامها بين كافة شعوب الأرض.

ومن ناحية أخرى فإن شبكة الأنترنت سهلت استخدام أي لغة أخرى كاللغة العربية أو الفرنسية، إذ يوجد الكثير من المواقع على شبكة الأنترنت بلغات أخرى غير اللغة الإنجليزية، وكان هذا عامل مهم في زيادة انتشار وزيادة التوسع للشبكة<sup>(2)</sup>..

#### الفرع الثاني: مراحل التجارة الإلكترونية

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تقوم بوظائف عديدة في عمليات التبادل التجاري من بينها: الإعلان والتسويق، المفاوضة، تسوية المدفوعات والحسابات، منح الامتيازات، إعطاء أوامر البيع والشراء، كما يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتخذ عدة مراحل وهي:

أولاً: توفير المعلومات

دخول كلا من البائع والمشتري إلى السوق الإلكتروني حيث يقوم من خلالها المشتري بالبحث عن معلومات حول مزودي السلع والخدمات وحول تفاصيلها، والخدمات الإلكترونية كعرض قيمة السلع، الثمن وشروط البيع، أما البائع فيبحث عن معلومات حول زبائن لسلعته وخدماته هذه البيئة تشير إلى معنى التسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى الإعلانات وغيرها<sup>(3)</sup>.

(1) منير محمد الجنبيني، الشركات الإلكترونية، المرجع السابق، ص 175

(2) منير محمد الجنبيني، الشركات الإلكترونية، المرجع السابق، ص 176

(3) بلعيد عاشور شافع، العولمة التجارية والقانونية للتجارة الإلكترونية، دار هومة، الجزائر، 2006،

ومن أهم معالم التطور التكنولوجي وأشكال التجارة الإلكترونية التقدم الهائل في مجال المعلومات، ويظهر ذلك في حجم وسرعة تجميع المعلومات وتداولها بين مختلف الدول والأفراد وانتقل شكل التطوير في نقل المعلومات إلى أشكال أخرى مثل الصور المتحركة والرسائل الصوتية. وبالتالي قد أصبحت مصادر المعلومات تخدم قطاعات من المستخدمين وليس فقط المتخصصين، وتساهم ثورة المعلومات في تحقيق العالمية. فقد انتفت الأسواق الوطنية واندمجت جميعها في سوق واحد، وأصبحت عملية التبادل تتم وفقا للمعلومات المتوفرة عالميا على جميع الأسواق وليس السوق المحلي فقط، ومن ثم فالتبادل التجاري يتم مع أي سوق تتوفر فيه السلعة الأرخص والأجود<sup>(1)</sup>.

وإزاء هذه التغيرات الجوهرية والمرتبة على التطور الهائل في مجال المعلومات فإن أداء وهيكل التجارة الخارجية لا بد وأن يتغير وفقا لحجم ونوعية المعلومات المتوفرة عن الأسواق والسلعة، وعلى سبيل المثال تساهم المعلومات في تطوير تبادل المنسوجات والملابس لتتكيف مع التغيرات في الطلب العالمي عليها بشكل مستمر ودائم، مؤدى هذا التطور الهائل في ثورة المعلومات يعتبر أحد الأشكال الهامة للتجارة الإلكترونية، حيث أن توفر المعلومات على شبكة الأنترنت بهذا الكم الهائل يساعد على قيام التبادل التجاري وعقد الصفقات<sup>(2)</sup>.

#### ثانياً: عقد الصفقات

خلال هذه المرحلة تتأسس علاقة بين البائع والمشتري، حيث تتضمن قواعد وشروط ملزمة ناشئة عن التعاقد<sup>(3)</sup>.. كما يعد عقد الصفقات والاتفاقيات بين المؤسسات وبعضها أو بين الشركاء والعملاء أحد الأشكال الهامة للتجارة الإلكترونية، حيث تتيح شبكة المعلومات الدولية وسيلة اتصال سريعة بين المتعاملين، حيث يتم الاتصال بين البائع والمشتري من خلال البريد الإلكتروني، ويتم الاتفاق على الصفقات. يتسم نظام البريد الإلكتروني بإمكانية استخدام بين أي أنواع من الأجهزة، ويمكن من خلاله نقل وإرسال كافة الأوراق أو العقود القانونية وكذلك الصور

(1) محمد البنان، العقود الإلكترونية، مداخلة ضمن الندوة الدولية حول عقود التجارة الإلكترونية ومنازعاتها، جامعة القاهرة، القاهرة، 2006، ص300

(2) محمد البنان، مرجع سابق، ص301

(3) بلعيد عاشور شافع، المرجع السابق، ص 176

والرسومات، وبالتالي تتم المراسلات بين المتعاملين سواء للتفاوض أو لإبرام الصفقات، وتتم عملية التفاوض أو الاتفاق النهائي من خلال البريد الإلكتروني بوصول المستندات بسرعة فائقة بالمقارنة مع الوسائل الأخرى، كما يتميز إبرام الصفقات من خلال البريد الإلكتروني بتخفيض التكلفة والوقت، إلى جانب الحفاظ على سرية المراسلات، حيث أن الوسائل الأخرى للمراسلات مثل الفاكس لا تتمتع بنفس الأمان والسرية التي يتسم بها البريد الإلكتروني.

### ثالثاً: التبادل التجاري

يقصد بالتبادل التجاري التبادل الفعلي للسلعة أو الخدمة أو المعلومة المشتراة مقابل مبلغ مالي معين (في صورة مادية Physical أو افتراضية Virtual) أو مقابل التزام معين من قبل المشتري، ويتم ذلك في حدود إطار تشريعي يحكم العلاقة بين طرفي العملية التجارية<sup>(1)</sup>.

### رابعاً: النقود الإلكترونية

تشير النقود الإلكترونية إلى المدفوعات من خلال قنوات الاتصال الإلكترونية مثل الأنترنت وتوجه العديد من الدول الصناعية وبخاصة الولايات المتحدة الأمريكية نحو التوسع في استخدام النقود الإلكترونية وتسوية الحسابات فيما بين العملاء والبنوك إلكترونياً من خلال شبكة المعلومات الدولية.

وقد أدى التوسع في استخدام النقود الإلكترونية إلى اجتماع محافظي البنوك المركزية لمجموعة الدول العشرة في نوفمبر 1995 لوضع قواعد أمان لحماية تسوية المدفوعات من خلال النقود الإلكترونية، كما أصدر بنك التسويات الدولية تقريراً في أغسطس 1996 عن الإجراءات الواجب توفرها في النقود الإلكترونية لضمان السرية<sup>(2)</sup>.

### المبحث الثاني: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتقليدية وآثارها الاقتصادية

تعد التجارة عصب الاقتصاد وتقوم على التبادل الطوعي للسلع أو الخدمات أو كلاهما معاً بين الدول والأفراد، ويدعى المكان والمجال الذي تتبادل فيه السلع والخدمات بالسوق، وحديثاً أصبحت كلمة السوق تدل على المجال الذي يمكن للتاجر بيع سلعته فيه، والمكان أين يمكن للمشتري أو الزبون اقتناء ما يريد، ولم يعد ذلك محصوراً في

(1) محمد البنان، المرجع السابق، ص 302

(2) محمد البنان، المرجع السابق، ص 302



مكان واحد، وإنما يشمل كافة الخيارات المتاحة للبيع، والتجارة هي بيع وشراء السلع والخدمات بهدف الربح.

### المطلب الأول: أوجه التشابه وأوجه الاختلاف

قبل أن نتطرق لما هو مختلف بين التجارة الإلكترونية والتقليدية يجب الإشارة إلى نوعي التجارة ومعرفة أوجه التشابه وأوجه الاختلاف، حيث أننا نعني بالتجارة بالمفهوم التقليدي الشراء والبيع بهدف الربح، كما جاء تعريف ابن خلدون في مقدمته ليعين أن التجارة هي تنمية المال بشراء البضائع ومحاولة بيعها بأعلى من ثمن الشراء<sup>(1)</sup>. غير أن التجارة بالمفهوم القانوني تشمل التجارة للإنتاج والتداول، أما بالمنظور الاقتصادي فلا يعتبر الإنتاج من التجارة، لأن النشاط ينحصر في التداول والتوزيع، كما أن الصناعي هو تاجر بالمفهوم القانوني، في حين لا يعد كذلك من الوجهة الاقتصادية، أي أن مفهوم التجارة قانوناً أوسع مما هو عليه بالمفهوم الاقتصادي.

حيث أنه ومن جهة أخرى نجد التجارة الإلكترونية التي تعتبر جانب من جوانب التجارة والتي ظهرت على مرور السنوات والتطورات التي شهدتها هذا العالم.

كما أن التجارة الإلكترونية تعتبر واحدة من التعابير الحديثة، والتي دخلت في حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية، والتي هي ذات ارتباط بثورة التكنولوجيا والمعلومات والاتصالات.

فالتجارة الإلكترونية هي إحدى الأساليب والنظم الحديثة لإتمام وتنفيذ المعاملات والصفقات التجارية إلكترونياً، حيث تعرض من خلال الشبكات والمؤسسات المختلفة منتجاتها من السلع والخدمات باستخدام وسائل وأدوات العرض، تتيحها تقنيات الحاسب الآلي لتوضيح خصائص المنتجات، وإتاحة الفرصة للمستثمرين في استعراض مزايا استخدامها، ثم يتم الاتصال بالبائع والمشتري عبر شبكة الأنترنت باستخدام البريد الإلكتروني لإتمام الصفقة دونما حاجة إلى الانتقال، وإجراء ما يترتب عليها من عمليات وتسويات مالية<sup>(2)</sup>.

(1) عبد الرحمن بن خلدون، المقدمة، داريعرب، 2004، ص 83

(2) جلول بن عناية ويمينة حواسني، أساسيات حول الأنترنت والتجارة الإلكترونية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى، 2011، 161

### الفرع الأول: أوجه التشابه

إن التجارة تقليديةً كانت أو إلكترونية، فهي تعتبر تجارة واقتصاد ومصدر ربح. فنستطيع القول بأن التجارة الإلكترونية والتقليدية لا يختلفان في العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات والأرباح وتلبية حاجيات الأفراد، فكلاهما يعتبر ملجأ الأفراد للحصول على ما يريدونه<sup>(1)</sup> وعليه، يمكن ذكر نقاط التشابه فيما يلي: أن نقطة بيع وشراء السلع هي مركز تشابه بين التجارة التقليدية والإلكترونية. وأن كلاهما يعتمد في معاملاته مع الناس ببيعهم أشياء تتطلبها حياتهم اليومية، وهذا الأخير يشتري لتلبية حاجياته، فالسلعة تتوفر في كلا المتاجر سواء كانت تقليدية أي على مستوى محل تجاري على أرض الواقع أو محل تجاري إلكتروني عبر مواقع التواصل أو شبكة الأنترنت. كما أننا نجد نقطة أخرى للجمع بين التجارة الإلكترونية والتقليدية وهي الأرباح، فنجد أن كلتا التجارتين هدفهما تحقيق الأرباح وكسب المال من معاملاتها مع الناس. وكلاهما ينطلق من مبدأ البيع للكسب، فكلتا الجهات مريحة فنجد أن الربح قاسم مشترك في التجارات التقليدية كانت أو إلكترونية، ومن هذا تنطلق لفكرة تلبية الحاجيات فهي أيضا وجه من أوجه التشابه بين التجارة التقليدية والإلكترونية، فالأشخاص سواء قضوا حاجياتهم من محل تجاري عادي أو عبر شبكة الأنترنت، فقد لبّوا حاجياتهم واشتروا ما كانوا يريدونه<sup>(2)</sup>.

### الفرع الثاني: أوجه الاختلاف

بما أن التجارة الإلكترونية ظهرت بعد عصر التجارة التقليدية وبعد التطورات التي عرفها التاريخ، فإن الاختلاف بينهما في بعض النقاط يكون موجود وإلا فلا يعتبر تطورا اكتُشف على مر الأزمنة، وإما مجرد تقليد وتكرار، وعليه نستطيع القول أن التجارة التقليدية والإلكترونية لا يختلفان في بعض العناصر المتعلقة بشراء وبيع السلع والخدمات، ولكن يختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر، فكلنا يعلم بأن التجارة التقليدية هي التجارة التي يتداولها كل فرد أو تاجر أو هيئة أو شبكة أو مؤسسة في

(1) محمد عبد حسين الطائي، كتاب التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019،

ص 19

(2) مصطفى موسى العطيّات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر،

القاهرة، 2011، ص 231

الحياة اليومية، وكلنا يعلم بأن التجارة التقليدية متعبة ومرهقة ومكلفة<sup>(1)</sup>، فيمكن أن نستخرج بعض الاختلافات مما سبق ذكره في النقاط التالية:

- 1- كيفية تنفيذ أو طريقة البيع والشراء هو نقطة اختلاف بين التجارة التقليدية والإلكترونية، فالتقليدية هي تجارة على أرض الواقع، بحيث تكون من خلال محل يعرض فيه البائع ما يكسبه من منتجات، ليأتي المشتري يقتني ما يلزمه. أما الإلكترونية هي تجارة على الأنترنت من خلال مواقع إلكترونية يطلقها البائع لإجراء جميع معاملاته مع الناس من بيع وشراء السلع. كما أن التكاليف الناجمة عن كلتا التجارتين تختلف، فالتجارة التقليدية مصاريفها كثيرة كإجراء ديكورات ومصاريف الماء والكهرباء والنظافة ومكاتب وأوراق ورواتب الموظفين والمصاريف الإدارية ومصاريف التسويق الباهظة، والتي عادة ما يكون التسويق محليا، أي على مستوى المدينة التي تتواجد فيها المنشأة أو على مستوى الدولة، أما التجارة الإلكترونية فإنها تتبع أسلوب غير تقليدي في الوصول إلى الزبائن غير أن طريقة ونوع التسويق فيها على مستوى العالم يخضع لتكنولوجيات عالية، وهي أيضا تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية. كما أن الإلكترونية تتم من خلال سوق لربط الزبائن بالتجاريتمثل في شبكة الأنترنتMarket Places<sup>(2)</sup> .
- 2- كما أن الإدارة عامل اختلاف بين التجارتين، فإن التجارة الإلكترونية من خلالها يمكن القيام بإدارة أفضل لعمليات الشراء والتوريد والبيع والنقل والتأمين، عكس التقليدية التي تستحق جهدا كبيرا في إدارة الأعمال كما يمكن من خلال التجارة الإلكترونية توفير معلومات يومية عن الزبائن وهذا يؤدي إلى تخفيض تكلفة المعاملات التجارية، لأنها تلغي الوسطاء بين البائع والمشتري كما هو الحال في التقليدية. كما أن الدفع غالبا في التجارة الإلكترونية يكون

(1) إبراهيم جابر، المحاسبة الدولية وعلاقتها بالتجارة الإلكترونية، دارغيداء للتوزيع والنشر، القاهرة، 2006، ص 83

(2) نصار محمد الحلاملة، التجارة الإلكترونية في القانون الأردني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 184

إلكترونية عبر بطاقات الائتمان والتحويل البنكي والشيكات الإلكترونية، عكس التقليدية التي يكون الدفع فيها فوري<sup>(1)</sup>.

3- إلى جانب هذه الاختلافات نجد أن التجارة الإلكترونية تتميز بعدد من الخصائص التي تختلف بها وتتميز عن التجارة التقليدية، كغياب العلاقة المباشرة والحميمية بين الأطراف المتعاقدة، بحيث تدور المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس العقد للاتفاق على تفاصيل العقد المتوقع إبرامه بينهما (عقد البيع / الإيجار/ هبة ... إلخ) وقد يأخذ إبرام العقد جلسة واحدة أو عدة جلسات لحين الانتهاء من الاتفاق على كل التفاصيل اللازمة، أما في عقود التجارة الإلكترونية فلا يكون هناك مجلس للعقد بالمعنى التقليدي أو مفاوضات جارية للاتفاق على شروط التعاقد، لأن البائع يكون في مكان والمشتري قد يبعد عنه آلاف الأميال، كما قد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني المشتري والبائع رغم وجودها على اتصال عن طريق أجهزة الكمبيوتر أو بين إرسال الرسالة الإلكترونية وتلقها من المرسل إليه بسبب عدم إنزال الرسائل من على الشبكة أو التأخر في إرسالها لتعطل الشبكة، بل قد يغيب العنصر البشري تماما، وتتراسل الأجهزة فيما بينها وفقا للبرامج المعدة لها، وهذا معتمد من طرف العديد من الشركات كشركة ميكروسوفت مثلا، حيث ساعدت تلك البرامج على تسهيل عملية البيع والشراء والتخزين والتمويل، وسهّل على الشركات التحول من النظام المكتبي إلى النظام الحاسوبي في كل ما يمكن توفيره من متطلبات<sup>(2)</sup>.

4- السرعة في إنجاز الأعمال وتلافي العديد من الأوراق المكتبية التي كانت تصاحب أوامر البيع والشراء مازال مشكلة قائمة لم يتم التغلب عليها كليا لأن البعض من الأشخاص تخصصوا في الدخول إلى الحاسبات وإرسال الرسائل المغلوطة، وتوافرت لهم المعرفة التقنية التي ساعدتهم على الدخول إلى حاسبات البنوك والحكومات، أو سحب أموال من حسابات العملاء في البنوك بإرسال أوامر إلى

(1) بسام نور، كتاب التجارة الإلكترونية، كيف ومتى، الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت، 2003،

الكمبيوتر المركزي في البنوك لعمل عمليات نقل مصرفي أو غيرها من حساب إلى آخر، أو تحويل أرصدة من داخل البلاد إلى خارجها، بل أن الأمر ذهب إلى أبعد من ذلك بدخول هؤلاء القراصنة إلى أجهزة الحاسبات المركزية لبعض المراكز الحساسة، مثل أجهزة المخابرات والقوات المسلحة<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

قبل قرن من الزمن كانت الزراعة والمجتمع الزراعي هي المسيطر والمهيمن على الاقتصاد وبعدها ظهرت الصناعة وأصبحت هي القوة الاقتصادية المهيمنة أما الآن ومع ظهور تقنية المعلوماتية أصبحت المعلومات هي الاقتصاد بعينه والمجتمع المعلوماتي هو القوة الاقتصادية القادمة لدول العالم، وبالتالي تحول الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد جديد يطلق عليه اقتصاد المعلومات، ومع دخول وسائل الاتصال الجديدة مثل الأنترنت وتطبيق التجارة الإلكترونية من خلال هذه الأخيرة، أصبحت تلعب دورا هاما من خلال الآثار والفوائد الناتجة عن تطبيقها، وهذا سواء على مستوى الأفراد (المستهلكين) أو قطاع الأعمال، أو على مستوى الاقتصاد ككل، حيث من آثار الاقتصاد أنه يتمثل في العديد من المميزات النسبية التي تحققها التجارة الإلكترونية للاقتصاد الوطني للدولة وأهمها:

1- دعم التجارة الخارجية للدولة، إذ توفر التجارة الإلكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، وإمكانية عقد الصفقات التجارية وإنهاءها بسرعة فائقة. وكذلك إمكانية تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين، ويبدو أثر التجارة الإلكترونية أكثر وضوحا في تجارة الخدمات بين الدول، ما يؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي في هذا المجال، حيث يمثل قطاع الخدمات نسبة مهمة تقدر بنحو 60% من إجمالي الإنتاج العالمي لا يتجاوز 20% من التجارة الدولية، وربما يعود ذلك إلى أن أداء الكثير من الخدمات يتطلب وسيلة اتصال، كما يتطلب القرب الجغرافي بين المستهلكين والمنتجين، وبذلك أسهمت في زوال العقبات الجغرافية لكثير من الخدمات.

(1) محمد البنان، المرجع السابق، ص 380

2- دعم التنمية الاقتصادية للمشاريع المتوسطة والصغيرة، بحيث تعد محورا أساسيا في التنمية، لهذا تعد التجارة الإلكترونية إحدى الأدوات التي تحقق لتلك المشاريع القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة، ذلك بسبب ما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات، هذا ينعكس إيجابا طبعا على الاقتصاد. كما أن دعم التوظيف يعكس مشكلة البطالة التي تواجهها جميع دول العالم.

وذلك أن التجارة الإلكترونية أحدثت أثارا على تكنولوجيا المعلومات عموما في بيئة العمل والوظائف، حيث أن المنظمات الدولية حققت التجارة الإلكترونية مميزات للاقتصاد الوطني للدولة في مجال التوظيف حيث تحقق فرصا جديدة للتوظيف، وتوفير فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة، إلا أنه يلاحظ أن استخدام التجارة الإلكترونية من شأنه أن يؤدي إلى الاستغناء عن الوظائف التقليدية وإحلال الوظائف المهارية الجديدة محلها، وهذا يعني أنها تؤثر سلبا على الوظائف اليدوية<sup>(1)</sup>. كما أن دعم القطاعات التقنية راجع إلى انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني للدولة وإلى إيجاد مناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات بالاتصالات.

### الفرع الأول: آثار التجارة الإلكترونية على الأفراد (المستهلكين)

نظرا للنمو الكبير لاستخدام الأنترنت والتطور السريع لهذه الأخيرة، فإنه يصعب تحديد التأثيرات المتوقعة للتجارة الإلكترونية، ويعتبر الدخول اليسير للمنتجين والمستهلكين إلى الأسواق العالمية من الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية، بحيث أن كل شخص يمكنه أن يكون تاجرا على الأنترنت، علاوة على ذلك فإن أي شخص متصل بالأنترنت بواسطة حاسوب ولديه بطاقة ائتمان يمكنه أن يصبح مستهلكا عالميا، كما تساهم التجارة الإلكترونية في العديد من المزايا التي يمكن أن يستفيد منها المستهلكين بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

(1) ثناء أبا زيد، واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربيا ومحليا، مجلة جامعة تشرين

1- سرعة وسهولة التسوق، حيث تتبع خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر شبكة الأنترنت، على مدار الساعة في أي يوم وفي أي وقت، فكل مستهلك إلكتروني ما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح الموقع الإلكتروني المفتوحة عبر الأنترنت.

2- كما تساعد التجارة الإلكترونية على فهم احتياجات العملاء، وبالتالي يمكنهم من التسوق بشكل واسع، وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية، علما أن تزايد عدد العملاء يقابله مساحة أكبر في أسواق الموردين.

3- تخلق التجارة الإلكترونية حافزا كبيرا لزيادة القدرة التنافسية، وتحفز المهتمين بالأبحاث لإيجاد وسائل وأساليب متطورة لاستخدام القسائم والشبكات الإلكترونية، إضافة إلى تحسين درجة التنافسية للموردين في مجال جودة المنتج للعملاء<sup>(1)</sup>.

4- انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتجات، حيث تتعدد وتنوع المنتجات، وزيادة مختلف أنواع المحلات تعمل على تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، وذلك من خلال البحث على المنتج الأقل سعر والأفضل جودة، وهذا لمقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة، مما يمكن المستهلك من الاختيار الأفضل مقارنة بالتجارة التقليدية. إضافة إلى ذلك يوجد على الأنترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار منخفضة مقارنة بالمتاجر التقليدية، لأن التجارة الإلكترونية توفر الكثير من التكاليف المنفقة على السوق التقليدي الذي يتطلب زيادة كل المواقع الجغرافية لمقارنة أسعار ونوعيات المنتجات. أما حصول المستهلكين على المنتجات المطلوبة إلكترونيا فإنه يمتاز بالسرعة، خاصة إذا كانت المنتجات خدمية أو قابلة للتحويل إلى منتجات رقمية مثل الكتب/ الأبحاث/ المجالات وبرامج الحاسب الآلي وغيرها، بحيث يتم الحصول عليها بعد ثوان من إتمام عملية الشراء، وفي ما يخص المنتجات غير الرقمية، فإن الحصول عليها أسرع من الطلب بالطريقة

(1) باسل بن محمد الجبر، التجارة الإلكترونية منطقة عالمية حرة من خلال الأنترنت، تاريخ الاسترداد

2008/03/29 من وزارة التجارة السعودية، عبر الموقع: [www.commerce.gov.sa/econom/arti.asp](http://www.commerce.gov.sa/econom/arti.asp)

التقليدية لأن كافة الإجراءات المتعلقة بالطلب تتم بسرعة وبسهولة بينما يستغرق الأمر أسابيع وربما أشهر إذا تم الطلب بالطريقة التقليدية<sup>(1)</sup>.

5- سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين، حيث تتيح الأنترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية مثل المنتديات وغيرها، مما يوفر البيانات والمعلومات لدى أفراد المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، أي يرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي، في حين قد يتعذر هذا أو يتطلب وقت وجهد أطول في عالم التجارة التقليدية.

### الفرع الثاني: آثار التجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال

تقدم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي يمكن للشركات الاستفادة منها بشكل كبير ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

1- توسيع نطاق التسوق بحث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان يتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية مما يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية، الأمر الذي يمكن المستهلكين الاختيار من بين المنتجات المعروضة من الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية الدخول اليسير والفعال للأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال، مما يمكن أي فرد أن يكون تاجرا على الأنترنت وتكاليف منخفضة<sup>(2)</sup>.

2- تخفيض التكاليف، حيث هناك العديد من الموفورات الممكن تحقيقها من وراء استخدام التجارة الإلكترونية، كتكاليف الشحن وإعلان والتكاليف الإدارية ومعلومات التصاميم والتصنيع وانخفاض تكاليف الفحص وإعادة تصحيح البيانات الخاطئة والاحتفاظ بالأموال السائلة وتكاليف الاتصال، عكس

(1) عبد الخالق السيد أحمد، التجارة الإلكترونية والعملية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 165

(2) عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، الواقع/التحديات/الأمال، مداخلة ضمن المؤتمر العالمي حول الاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2005،



الفاكس أو الهاتف، وانخفاض تكاليف التخزين إلى أقصى حد ممكن، وغيرها من التخفيضات...<sup>(1)</sup>.

3- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق، حيث تعمل التجارة التقليدية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين، أي تتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع والمشتري، مما يحسن مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفر معلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجاتها في الأسواق، وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق، الأمر الذي يؤدي إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية.

4- زيادة الاتجاه نحو التخصص في مجال الأعمال، ذلك أنه مع نمو التجارة الإلكترونية ظهرت الشركات المتخصصة والتي تتعامل في بعض المنتجات دون غيرها، تخصص بعض الشركات في صناعة لعب الأطفال، وبذلك يمكن تلبية رغبة أكبر قدر ممكن من رغبات واحتياجات العملاء.

5- تحسين خدمة العملاء وذلك من خلال سرعة الاستجابة لرغبات العملاء، وسرعة الرد على استفساراتهم، وتحسين العلاقة مع العملاء. ومما لا شك فيه أن هذا سوف ينعكس على ولاء المستهلك للعلامة التجارية للمنشأة الاقتصادية وما تقدمه من سلع وخدمات<sup>(2)</sup>.

#### الخاتمة:

وفي ختام هذه الورقة البحثية، توصلنا إلى أن التجارة الإلكترونية أصبحت في وقتنا الحالي محركا فعالا لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه من أفراد ومؤسسات وإدارات، لما تمنحه من انفتاح لخلق أسواق كبيرة تُعرض فيها منتجات المؤسسات، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أنجح لتحقيق أكبر أرباح عن طريق قنوات الترويج، والبحث عن زبائن وأسواق جديدة عبر الوسائل الإلكترونية بالاعتماد على نظم الدفع والسداد الحديثة. ومن خلال هذه الخاتمة يمكن استخلاص النتائج التالية:

(1) أسامة المجدوب، العولمة الإقليمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص 07

(2) عابد بن عابد العبدلي، المرجع السابق، ص 15-16

- أن التجارة الإلكترونية أصبحت ضرورة حتمية تفرض وجودها اليوم، وخاصة بظهور جائحة كوفيد 19، على جميع أصحاب الأعمال والمؤسسات الاقتصادية في العالم لذلك وجب على الجزائر السعي أكثر لملاحقة التطورات السريعة والمتلاحقة في مجال تكنولوجيا الحديثة إلا أنه لازالت تواجهنا بعض المعوقات التي تقف أمام توسع وازدهار التجارة الإلكترونية، كما لا توجد سرية نقل المعلومات الخاصة بالمواطنين خلال عملية الشراء عن طريق الأنترنت.
- أن المستهلك العربي ليس لديه الكثير من الوعي الكامل عن هذه التجارة التي أصبحت لها أهمية كبيرة بالإضافة إلى عدم وجود الثقة الكافية في الوثائق الرقمية والتعامل خلال الأنترنت
- أن التجارة الإلكترونية تساهم من خلال ميزتها في خفض التكاليف في توسع الأسباب.
- أن التجارة الإلكترونية توفر المعلومات عن الأسواق والأسعار وتمنح للمستهلك الحرية في الاختيار ومقارنة السعر.
- تحسين الكفاءة العملية التجارية، بحيث أن التجارة الإلكترونية ما هي إلا سوق عالمي عبر أجهزة الكمبيوتر تجمع البائعين والمستهلكين في معارض أو مراكز تجارية، فساهمت بشكل كبير الاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية لتحل مكانها دعائم إلكترونية.
- وبناء على ما سبق نقترح ما يلي:
- سن قوانين وأنظمة وتشريعات تشمل انتشار أعمال التجارة الإلكترونية وذلك بإيجاد البنية التشريعية وتطوير الأطر القانونية لتعزيز الثقة في الاقتصاد الشبكي من خلال حماية المستهلكين وتأمين الاتصالات الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية.
- وضع برامج دعم وتحفيز لمساعدة الأفراد والشركات للمشاركة في التجارة الإلكترونية بتنمية التدريب والخبرة الفنية اللازمتين للاشتراك بفعالية في التجارة الإلكترونية.

- زيادة الاستثمار في مجال تأهيل الموارد البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والشبكات والاتصال وتطوير البحث العلمي.
- نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية وتعزيز الثقة في استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وذلك من خلال تكثيف الحملات التحسيسية وإجراء البحوث والدراسات المتعلقة بسبل الاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية.
- وأخيرا يجب علينا أن نتعامل مع التجارة الإلكترونية بشكل واعي يحقق المصلحة العامة والخاصة للجميع ولذا على الدول العربية أن تقوم بالإتحاد والنهوض الاقتصادي ورفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيايات الاتصال، لذا وكون الجزائر إحدى دول العالم العربي فعليا أن تفتح المجال للتجارة الإلكترونية وأن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى اختراق الأسواق العالمية، وكذلك تحديث المؤسسات المصرفية خاصة فيما يتعلق بأساليب الدفع الإلكترونية.
- ضرورة الإسراع في إصدار النصوص التنظيمية للقانون رقم 05/18.
- ضرورة حماية المستهلك من خلال التجارة الإلكترونية.
- ضرورة وضع نظام قانوني يمكن من تحصيل الضرائب على التجارة الإلكترونية مهما كان شكلها.

#### قائمة المصادر والمراجع

#### قائمة المراجع

#### أ-الكتب:

- 1- إبراهيم بخي، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008
- 2- إبراهيم جابر، المحاسبة الدولية وعلاقتها بالتجارة الإلكترونية، دار غيداء للتوزيع والنشر، القاهرة، 2006
- 3- أحمد إبراهيم، تقرير الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، القاهرة، 2000
- 4- أسامة المجدوب، العولمة الإقليمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001

- 5- بسام نور، «كتاب التجارة الإلكترونية، كيف ومتى»، الموسوعة العربية للكمبيوتر والأنترن، 2003
- 6- بلعيد عاشور شافع، العوامة التجارية والقانونية للتجارة الإلكترونية، دار هومة، الجزائر، 2006
- 7- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999
- 8- عبد الخالق السيد أحمد، التجارة الإلكترونية والعوامة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006
- 9- عبد الرحمن بن خلدون، المقدمة، داريعرب، 2004
- 10- عبد الفتاح الباقي، نظرية العقود والإرادة المنفردة، دون دار النشر، القاهرة، 1982
- 11- عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004
- 12- عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002
- 13- محمد عبد حسين الطائي، كتاب التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019
- 14- مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، القاهرة، 2011
- 15- منير محمد الجنبيني، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية
- 16- منير محمد الجنبيني، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008
- 17- نصار محمد الحلامة، التجارة الإلكترونية في القانون الأردني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012

#### ب-المقالات في المجالات:

- 1- ثناء أبا زيد، «واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربيا ومحليا»، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سوريا، المجلد 27، العدد 4، 2005، ص73-88

#### ج-المقالات في الملتقيات والندوات:

- 1- جلول بن عناية ويمينة حواسني، «أساسيات حول الأنترن والتجارة الإلكترونية»، الملتقى الدولي حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى، 2011
- 2- سمير برهان، «إبرام العقد في التجارة الإلكترونية»، الندوة الدولية حول التجارة الإلكترونية ومنازعاتها، جامعة القاهرة، القاهرة، 2006

- 3- عابد بن عابد العبدلي، «التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، الواقع/التحديات/الآمال»، المؤتمر العالمي حول الاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2005
- 4- عبد العزيز علي الطويلي، «عقود التجارة الإلكترونية (طبيعتها، أركانها، ضوابطها)»، الندوة الدولية حول المعاملات القانونية الإلكترونية وعقود التجارة الدولية، جامعة دولة الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2007
- 5- محمد البنان، «العقود الإلكترونية»، الندوة الدولية حول عقود التجارة الإلكترونية ومنازعاتها، جامعة القاهرة، القاهرة، 2006
- 6- مصطفى سعيد أحمد، «التجارة الإلكترونية في القرن القادم»، المؤتمر السابق للاقتصاديين والزراعيين، التكنولوجيا والزراعة، جامعة القاهرة، القاهرة 28-29 يوليو 1999

د-المقالات على مواقع الأنترنت:

- 1- باسل بن محمد الجبر، «التجارة الإلكترونية منطقة عالمية حرة من خلال الأنترنت»، تاريخ الاسترداد 2008/03/29 من وزارة التجارة السعودية، الرابط: [www.commerce.gov.sa/econom/arti;asp](http://www.commerce.gov.sa/econom/arti;asp)