

## التكريس الدولي للتجارة الالكترونية وأثرها على الاقتصاد العالمي

*International regulation of electronic commerce and its impact on the global economy*عطار نسيمية، المركز الجامعي مغنية، [nassima.attar@cumaghnia.dz](mailto:nassima.attar@cumaghnia.dz)

مخبر الحقوق والحريات الأساسية - جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان -

محمد رفيق كوركوسوز، جامعة اسطنبول، [mehmetrefik.korkusuz@deu.edu.tr](mailto:mehmetrefik.korkusuz@deu.edu.tr)

تاريخ الاستلام: 2021/03/23 تاريخ القبول: 2021/07/15 تاريخ النشر: 2023/06/10

**ملخص:** أصبح العالم اليوم يعرف ما يسمى الثورة البشرية الثالثة، وهذا بعد الموجة الزراعية والصناعية اللتين شكلتا منعطفًا حاسمًا في مجال الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، وتأثيرها على الاقتصاد الدولي، فالتطور العلمي الذي شهده العالم ولا يزال يشهده في مجال تكنولوجيا المعلومات، كان له الأثر البالغ والإيجابي على مجمل مجالات الحياة، وهذا بالنظر للمزايا المحققة من جراء استعمالها، والممثلة خاصة في سرعة المعاملات، وتعد التجارة الالكترونية أحد روافد التكنولوجيا الحديثة، وهو موضوع مقالنا الذي سنحاول فيه التركيز على جانب التنظيم الدولي للتجارة الالكترونية مبين تحدياتها ومعوقات.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية؛ منظمة التجارة العالمية؛ المستهلك الالكتروني؛

تصنيف JEL: XN1، XN2

**Abstract:** The world today has become known as the so-called third human wave, The scientific development that the world has witnessed and is still witnessing in the field of information technology has had a positive impact on all areas of life, and this is in view of the advantages achieved from its use, especially represented in the speed of transactions, and electronic commerce is one of the tributaries of modern technology. It is the topic of our article in which we will try to focus on the international regulation of electronic commerce, showing its challenges and obstacles.

.keyword: Electronic trade; WTO; Electronic consumer .

JEL classification code : XN1, XN2

المؤلف المرسل: د.عطار نسيمية،

الايمل: [attarnassima@live.fr](mailto:attarnassima@live.fr)

## 1. مقدمة:

في ظل التغيرات العالمية والتحديات الجديدة في إطار العولمة، التي أصبح من خلالها العالم قرية صغيرة، نتيجة تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في شتى المجالات وخاصة قطاع التجارة، الذي أصبح يتطلب سرعة المعاملات من خلال ظهور التجارة الالكترونية. وقد أضحت حتمية مواكبة الركب التكنولوجي هاجس الدول النامية، من خلال سعيها إلى تطوير التجارة الالكترونية، لأنها أصبحت ضرورة حتمية، وذلك لتأثيرها على أسواق وأداء المؤسسات، وقدرتها التنافسية، ومدى مساهمتها في الناتج المحلي والدفع بعجلة التنمية الاقتصادية.

ويرجع ظهور مفهوم التجارة الالكترونية إلى بداية السبعينات من القرن العشرين، وذلك من منطلق استخدام الشركات التجارية الأمريكية لشبكات خاصة، تربطها بعملائها وشركات أعمالها، وفي بداية السبعينات بالضبط بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية للتحويلات الالكترونية للأموال.

لكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة فقط لامكانياتها الكبيرة، وبعض الشركات وفي نفس فترة السبعينات أتى مفهوم تبادل البيانات الكترونيا الذي وسع من تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية، إلى معاملات أخرى، وامتدت هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى أخرى.

وبعدها بدأ انتشار البريد الالكتروني مع العمل الشبكي، وزاد انتشاره في الأعمال منذ أوائل الثمانينات، كبديل فعال وسريع للبريد التقليدي، والفاكس ثم أصبح من أهم الأدوات التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات.

ومع تحول الانترنت إلى أداة مالية وربحية في تسعينات القرن 20، وانتشارها ونموها ظهر مصطلح التجارة الالكترونية، ثم تطورت تطبيقات التجارة الالكترونية، وبدأت الشركات التجارية تستخدم البريد الالكتروني مع انشاء مواقع انترنت، لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الاتصال بها.

وكنتيجة لتطور وتحسن خدمات الانترنت وسرعة انتشارها، وتزايد عدد المستخدمين من جهة، وارتفاع نسبة الوعي بأهمية الانترنت، قامت الشركات التجارية بانشاء وتغيير وتحديث مواقعها على شبكة الانترنت، فنشرت معلومات عن أنشطتها وإعلانات الوظائف

الخالية، وبيانات المنتجات بالرسوم والصور عبر شبكة الانترنت، مع وصلات مرجعية للمنتجات وأقسام الإنتاج والدعم الفني والتراسل، إلا أن الوصول إلى المعلومات كان يستغرق وقتاً وجهداً مع صعوبة الوصول إلى المعلومات بالموقع (djawdat & aldjidaya, 2009, p. 26).

بعد ذلك بدأ نمو تطبيقات التجارة الالكترونية وتطورت المعدات والشبكات والبرامج، وازدادت حدة المنافسة بين الشركات وظهرت التطبيقات الكثيرة، لهذه التجارة مع الاعلانات الالكترونية على المواقع الافتراضية. ومع تطور النظم التفاعلية وأدوات البرمجة التي تتفاعل مع مستخدم الشبكة والمواقع انتقلت المواقع من مرحلة الاعلانات إلى مرحلة البيع باختيار البضائع، ومراسلة البائع الذي يقوم بإرسال البضائع وتحصيل قيمتها عند تسليمها.

ومن خلال هذا التقديم لنا أن نتساءل على واقع التنظيم الدولي للتجارة الالكترونية الدولية باعتبارها حتمية فرضتها التطورات التقنية في هذا المجال؟ كما لنا أن نتساءل عن التحديات والمعوقات التي يمكن أن تتعرض لها التجارة الالكترونية باعتبارها تقنية حديثة الظهور؟ للإجابة على هذه الإشكالية سوف نعتمد على كل من المنهج التحليلي والتاريخي في سرد التطورات المصاحبة لهذه التقنية، إضافة إلى المنهج التحليلي في تحليل وفهم الآثار المترتبة عن التجارة الالكترونية على المستويين الوطني والدولي.

## 2،المبحث الأول: التنظيم الدولي للتجارة الالكترونية

من خلال هذا المبحث سنتعرض إلى كل من مفهوم التجارة الالكترونية (كمطلب أول)، ثم نتعرض إلى التنظيم الدولي لتجارة الالكترونية (كمطلب ثان).

### 1.2.1. المطلب الأول: تحديد مفهوم التجارة الالكترونية ونشأتها

من خلال هذا المطلب سنتعرض إلى مجموع التعريفات الفقهية والقانونية التي قيلت في تعريف التجارة الالكترونية، إضافة إلى التطرق إلى خصائص التجارة الالكترونية.

#### 1.1.2. الفرع الأول: التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية ماهي في حقيقة الأمر إلا مرحلة متطورة من التجارة التقليدية، اعتمد في أساليبها على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في انتاج وتوزيع السلع والخدمات على المستوى العالمي، بهدف خلق محيط تجاري جديد، في وسط الكتروني.

وتعتبر التجارة الالكترونية أحد روافد ثورة المعلومات، في مجالات الحاسب الآلي، ونتيجة غير مباشرة أيضا للنمو السريع في استخدام شبكة الانترنت الدولية، حيث تعتبر هذه الشبكة كوسيلة اعلانية تتسابق العديد من الشركات العالمية على جذب المستهلكين من مستخدمي الانترنت في جميع أنحاء العالم، كترويج للتجارة الالكترونية (souifi, 2002, p. 343). وقد تعددت التعريفات التي قبلت بصدد تعريف التجارة الالكترونية، فهناك من عرفها بأنها تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية، المتعلقة بالسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة لها. وعرفها البعض الآخر بأنها عمليات البيع والشراء الالكتروني، التي تتم عبر شبكة الانترنت (Hossein, 2002, p. 05) وقال آخر بأن التجارة الالكترونية هي عبارة عن مصطلح، يستخدم للدلالة على المعاملات التجارية (عادة التعاقدية)، التي تجري بين اثنين أو أكثر من الأشخاص، الذين يستخدمون البنية التحتية للاتصالات، المعروفة باسم شبكة الانترنت. عرفت أيضا بأنها مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية (ramadan, 2001, p. 12).

## 2.1.2 الفرع الثاني: التعريفات الدولية للتجارة الالكترونية

نشير إلى أنه بالنظر لأهمية التي أصبحت تترعب عليه التجارة الالكترونية في تنشيط حركة التجارة الدولية، فقد اهتمت الدول المتقدمة خاصة، بإدراج موضوع التجارة الالكترونية ضمن مفاوضات مؤتمرات عدة منظمات، وعلى رأسها منظمة الأمم المتحدة، ممثلة في لجنة القانون التجاري الدولي، بوضع المفاهيم الخاصة بعملية التجارة الالكترونية، هذا بالإضافة إلى كل من الاتحاد الأوروبي ومنظمة التجارة العالمية. حيث أدرجت هذه الأخيرة ضمن مفاوضاتها موضوع التجارة الالكترونية، وهذا تكريسا للحماية الواجب تقريرها للتجارة الالكترونية، وكذا دعت إلى ضرورة الاعتراف بها في مختلف أنظمة الدول، وتقرير التسهيلات الرسمية من جانب الأجهزة المعنية بتسهيل حركة التجارة الدولية (zarkin about, 2010, p. 136).

وبالنسبة للجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي فقد وافقت هذه الأخيرة على نموذج لمشروع قانون موحد للتجارة الالكترونية، وذلك بتاريخ ديسمبر 1996، واهتم النموذج

أساسا ببيان الرسائل المستخدمة في إبرام العقود الالكترونية، أكثر من اهتمامه ببيان مفهوم أو وضع تعريف للتجارة الالكترونية (aissa, 2013, p. 20).

وقد تبنت منظمة التجارة العالمية تعريفا موسعا لمضمون التجارة الالكترونية، حيث شملت التجارة الالكترونية أنشطة انتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها، من خلال الوسائط الالكترونية (mohamed samir, 2009, p. 130)، وتشمل المعاملات التجارية طبقا لهذا التعريف ثلاثة أنواع من العمليات هي:

- عمليات الاعلان عن المنتج، وعمليات البحث عنها.
- عمليات تقديم طلب الشراء، وسداد ثمن المشتريات.
- عمليات تسليم المشتريات.

كما عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE بأنها تشمل جميع أشكال المعاملات، والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية على اختلاف أشكالها، سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة (al saaid ahmad, 2008, p. 32).

فمن خلال استقراء هذا التعريف نلمح أنه قد ركز على طبيعة المتعاملين (أفراد، شركات)، وطبيعة البيانات المتبادلة (صورة، صوت)، كما أشار إلى مصطلح بيانات رقمية للدلالة على وجود وسيط الكتروني يسهل عملية التبادل.

كما عرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية OMPI التجارة الالكترونية، بأنها تشمل كل الوسائل الالكترونية المستخدمة لغرض التجارة.

كما عرفها مجلس الاتحاد الأوروبي بأنها كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية، سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حدى وبين الادارة والحكومة (moulay lakhdar & alaoui, 2011, p. 06).

وكخلاصة يمكن القول بأن التجارة الالكترونية يقصد بأنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات، والمعلومات، باستخدام شبكة الانترنت وتشمل بذلك:

- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الاجراءات.
- إبرام العقود وعقد الصفقات.
- التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع.

-تبادل المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.  
-تبادل البيانات الكترونيا بما في ذلك: التعاملات المصرفية، الفواتير الكترونية، الاستعلام عن السلع.

### 3.1,2 الفرع الثالث: خصائص التجارة الالكترونية

تتسم التجارة الالكترونية بعدة خصائص نجملها في النقاط التالية:

-الاعتماد على ركائز الكترونية في تنفيذ المعاملات، حيث أن كافة العمليات تتم بين طرفي المعاملة الكترونيا، دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات (alawadi, 2010). من خلال اتمام صفقة تجارية كاملة بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها الكترونيا، يتم دون تبادل مستندات ورقية على الاطلاق، وهذا ما يدعم هدف التجارة الالكترونية وهو خلق نظام اللاورقية.  
-الانتشار والعالمية حيث يمكن عقد الصفقات وتنفيذ عمليات البيع والشراء، من أي مكان في العالم.

-انعدام التلاقي المباشر بين طرفي التجارة، حيث يتحقق التلاقي الافتراضي أو التلاقي عن بعد فقط.

- التجارة الالكترونية تساعد في إنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر، دون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري، إلى حيثما تعرض هذه المنتجات أو الخدمات (saraa, 2013, p. 21).

-تمتاز التجارة الالكترونية بإمكانيات مطلقة في عرض منتجاتها من السلع على المستهلكين، في وقت واحد على مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين.

### 2.2. المطلب الثاني: التنظيم الدولي للتجارة الالكترونية

لقد نال موضوع التجارة الالكترونية اهتمام القانون الدولي، حيث أكد عليها في العديد من المؤتمرات والاتفاقيات، وكان موضوع اهتمام المنظمات الدولية، مثل منظمة التجارة العالمية.

## 1.2.2 الفرع الأول: قانون اليونسترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية

تعرضت لجنة القانون النموذجي للتجارة الالكترونية لموضوع التجارة الالكترونية بعمومياتها، دون أن يعطي تعريفا لموضوعها، ويعتبر هذا القانون المرجعية المساعدة في وضع القوانين الوضعية الخاصة بتنظيم التجارة الالكترونية. فقد كانت هذه اللجنة سباقة في ميدان تنظيم التجارة الالكترونية، الذي ضم 17 مادة. كذلك أكد هذا القانون على ضرورة اعتماد المسندات الالكترونية، ذات حجة قانونية مساوية للمسندات المكتوبة بالشكل التقليدي، وشجع على ضرورة الاعتماد على التوقيع الالكتروني، والاعتراف له بحجية الاثبات القضائية.

فالقانون النموذجي قد أكد على التكافؤ الوظيفي بين الكتابة الالكترونية والكتابة الخطية، وهو الأمر الذي جسده المشرع الجزائري بتعديله للقانون المدني سنة 2005 بالقانون رقم 10/05 أين أضاف 3 مواد خاصة بالإثبات الالكتروني، اعترف فيها بالكتابة الالكترونية، وعرفها بنص المادة 323 مكرر "ينتج الإثبات بالكتابة من تسلسل حروف أو أوصاف أو أرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم، مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها، وكذا طرق إرسالها".

والملاحظ أن نص مشروع قانون اليونسترال يسري على أي نوع من المعلومات، في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية سواء ذات الطابع التعاقدية أو غير التعاقدية. وقد أصدرت اليونسترال عدة قوانين أهمها:

-ملاحظات قانون اليونسترال النموذجي بشأن التسجيلات الالكترونية القابلة للتحويل سنة 2017.

-اتفاقية الأمم المتحدة المتعلقة باستخدام الخطابات الالكترونية في العقود الدولية سنة 2005.

-التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في منظمة التجارة العالمية.

## 2.2.2 الفرع الثاني: التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في غرفة التجارة الدولية icc

قامت المنظمة بصياغة دليل إرشادي سنة 2003 يتضمن قواعد اختيارية لمساعدة الشركات، في التفاوض الكترونيا، كما أصدرت كتيبات إرشادية أخرى، واستحدثت لجنة تسمى لجنة التجارة الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات (mechtti, 2011).

3.2.2 الفرع الثالث: التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في منظمة التجارة العالمية  
لقد صنفت التجارة الالكترونية عالميا، في إطار مسعى منظمة التجارة العالمية، إلى إيضاح طبيعتها وإطارها القانوني، ضمن مفهوم الخدمات، وقد تقرر ذلك في التقرير الصادر عن مجلس منظمة التجارة الدولي الخاص بالتجارة في الخدمات بتاريخ 1999/03/17، والمقدم إلى المجلس العام لمنظمة التجارة العالمية، حيث ذهب هذا التقرير إلى تزويد الخدمات بالطرق التقنية يقع ضمن نطاق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات، باعتبار أن الاتفاقية تطبق على كافة الخدمات بغض النظر عن طريقة تقديمها، ولأن العوامل المؤثرة على التوريد الالكتروني للخدمات هي نفسها التي تؤثر على تجارة الخدمات (abedrahim, 2012).

### 3. المبحث الثاني: آثار التجارة الالكترونية ومعوقاتها

سنعرض في هذا المبحث إلى أطراف التجارة الالكترونية وأثارها التنموية (كمطلب أول)، ثم نعرض إلى معوقات التجارة الالكترونية (كمطلب ثان)

#### 1.3.1 المطلب الأول: أطراف التجارة الالكترونية والآثار التنموية

يتنوع أطراف التجارة الالكترونية بحسب التقسيم القانوني إلى ثلاثة أنماط (كفرع أول) وللتجارة الالكترونية الأثر التنموي الأکید للاقتصاد الوطني من جهة (كفرع ثان)، والاقتصاد العالمي من جهة أخرى (كفرع ثالث).

#### 1.1.3 الفرع الأول: أطراف التجارة الالكترونية

يمكن النظر إلى التجارة الالكترونية على أنها مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل ويمكن حصر أهم هذه الأشكال في ثلاثة أشكال:

-التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى: وهي أقدم أنواع التجارة الالكترونية، تتم بين التجار فيما بينهم سواء كانوا أشخاص أو شركات. ومن خلال هذا النوع من التجارة الالكترونية تتجز مؤسسات الأعمال الصفقات فيما بينها بتبادل الوثائق الكترونيا باستخدام شبكة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، لتقديم طلبات الشراء إلى الموردين وتسلم الفواتير، وكذلك القيام بعمليات الدفع (aezan, 2006).

-التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال والمستهلك: ويقصد بها في الغالب الأعم العمليات التي بين المستهلك والشركات التجارية أو التاجر. ويطلق عليها أيضا مصطلح التسويق



الالكتروني لأن الصفقة تتم مع المستهلك، حيث تقوم الشركة مثلا بعرض منتجاتها على متاجر الالكترونية افتراضية على شبكة الويب، وتعرض لبضاعته وتروج لها بعقد الصفقات مع المستهلكين الراغبين (aissa, 2013, p. 18).

التجارة الالكترونية بين وحدة الأعمال والحكومة: وهو التعامل بين التاجر أو الشركة والحكومة، ويشمل ذلك المزايدات والمناقصات الحكومية والتوريدات الحكومية.

-التجارة الالكترونية بين الحكومة والمستهلك: وهي تمثل جميع المعاملات البنينة التي تشمل المستهلك والحكومة.

### 2.1.3 الفرع الثاني: أثر التجارة الالكترونية على الاقتصاد الوطني

للتجارة الالكترونية عدة آثار تنعكس على الاقتصاد الوطني نذكر منها مايلي:

#### -1 تخفيض نسبة تكاليف انتاج السلعة أو الخدمة

من أهم الآثار الايجابية للتجارة الالكترونية هو العمل على تخفيض التكاليف للمنتج والمستهلك على حد سواء، نتيجة استخدام التقنيات الحديثة، في التبادل التجاري، وهو الأمر الذي ينعكس على زيادة الربح للمنتج، وانخفاض الثمن المستحق من قبل المستهلك. وتتمثل صور الانخفاض في المنتج في انخفاض تكلفة الاعلان والتسويق، انخفاض شروط الانشاء المادي للشركات، انخفاض تكلفة التوزيع.

#### -2 التجارة الالكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية

توفر التجارة الالكترونية أدوات ووسائل تصيف إلى القدرة التنافسية للمنتجين، مما يمكن زيادة الصادرات وذلك من خلال: سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، امكانات التسويق للسلع والخدمات عالميا، وبتكلفة محدودة، القدرة على سرعة عقد الصفقات وإنهائها، القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتعزيز متطلبات المستهلكين (zarkin aboud, 2010, p. 149).

#### ر التجارة الالكترونية في توفير مناصب عمل حرة

تمكن التجارة الالكترونية في التقليل من نسبة البطالة في المجتمع، حيث تخلق مناصب عمل حرة، من خلال إتاحة فرصة العمل لدى المشاريع التجارية الصغيرة والمتوسطة خاصة لكل ذوي خبرة فنية وتقنية في عملية انشاء البرمجيات التي تجتاح السوق العالمية بمجرد النقر والولوج إليها، التي أصبحت بمثابة أسواق عالمية ذات أبعاد وحدود واسعة (a said ahmad, 2000, p. 25).

#### 4-تشجيع ظهور وسطاء جدد

في ظل عدم وجود كوادر بشرية مدربة بالقدر الكافي على مستوى الشركات أو المشروعات التجارية، فإن التجارة الالكترونية تعمل على ظهور فئة جديدة من الوسطاء، هم عبارة عن شركات تتبنى مواقع تجارية على مستوى شبكة الانترنت، مهمتها هو تجميع المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات، وتلبية طلبات المستهلك.

#### 3.1.3 الفرع الثالث: أثر التجارة الالكترونية على الاقتصاد الدولي

للتجارة الالكترونية عدة آثار كذلك على الاقتصاد الدولي نجلها فيما يلي:

##### 1-أثر التجارة الالكترونية على الصادرات

تعد التجارة الالكترونية عاملا مشجعا ومحفزا في زيادة حجم التجارة الخارجية، وخاصة الصادرات، وذلك من خلال تقنية تسهيل الوصول إلى الأسواق العالمية، وعقد صفقات تجارية بسهولة وبسرعة، دون أية قيود ادارية أو تجارية. وتعمل التجارة الالكترونية على زيادة تجارة الخدمات بين الدول، والتي تمثل نسبة 60% من إجمالي الانتاج العالمي.

##### 2-أثر التجارة الالكترونية على سوق رأس المال:

تعمل على زيادة فاعلية بورصات الأوراق المالية، حيث يتم إبرام عقد الشراء والبيع للأوراق المالية المتداولة في البورصة، وامكانية الحصول على المعلومات عن هذه الأوراق المتداولة بسرعة، وإصدار أوامر بالبيع أو الشراء للسماسرة، وكل هذه العمليات تتم عن طريق شبكة الانترنت (chada).

##### 3-أثر التجارة الالكترونية في تشجيع الاستثمارات

تعمل التجارة الالكترونية على تشجيع انشاء المشاريع الاستثمارية خاصة في مجال قطاع الخدمات لنقل التكنولوجيا ووسائل الاتصال، لأنها تؤدي دورا هاما في البنية التحتية للتجارة الالكترونية.

#### 2.3. المطالب الثاني: التحديات والعقبات التي تواجه استخدام التجارة الالكترونية

تواجه التجارة الالكترونية العديد من العقبات والتحديات التي تحد من انتشارها ورواجها، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

### 1.2.3 الفرع الأول: المعوقات التقنية والتكنولوجية

تمثل المعوقات التقنية والتكنولوجية في ضعف البنى التحتية الالكترونية من جهة ونقص الوعي التكنولوجي من جهة أخرى.

1- ضعف البنى التحتية الالكترونية: ويقصد بها أهمال تطوير نوعية الأجهزة الالكترونية، لرفع سرعة وسائل الاتصال ونقل المعلومات، ومدى توافر القطع التقنية لنقل المعلومات مثل الحواسيب والأقراص والمرنة وأجهزة الهواتف الرقمية وغيرها، والتي تعد من الوسائل الأساسية التي تسهل عملية الولوج إلى شبكة الانترنت واستعمالها أحسن استعمال (zarkin aboud, 2010, p. 114) أكثر من هذا فإن ضعف البنى التحتية الالكترونية وضرورة النهوض بها يرتبط به تحد آخر هو ضرورة بناء وتطوير الكوادر البشرية، في حقل المعرفة التقنية وتحديات استراتيجيات إدارة مشاريع المعلوماتية، من خلال تطلب التجارة الالكترونية الخبرات اللازمة في مجال تصميم مواقع التجارة الالكترونية ونظم الدفع الالكترونية وغيرها من تقنيات الالكترونية.

الأمر الذي سيؤدي لا محالة إلى تشكيل قاعدة أساسية مساعدة في اتساع ورواج نطاق المعاملات الالكترونية بشتى مجالاتها، كذلك ضعف الثقافة التقنية والوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع، حيث تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الالكترونية دورا هاما في انتشارها وتطورها، لاسيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الالكتروني.

### 2.2.3 الفرع الثاني: معوقات رفض الخروج من أسلوب التجارة التقليدية

إن موضوع استعمال والاعتماد على التجارة الالكترونية كبديل للتجارة التقليدية، يعد أمرا بعيد التحقيق لدى الكثير من المؤسسات والمشروعات التجارية في العديد من البلدان، خاصة البلدان العربية منها، فكثير من الشركات التجارية في البلدان العربية مرتبطة ارتباطا وثيقا منذ نشأتها، بأنماط التجارة التقليدية في عملياتها التجارية محليا وخارجيا، الأمر الذي يجعل التحول إلى أسلوب التجارة الالكترونية يتطلب أولا قناعتها بأهميتها وفائدتها. ويتجسد تخوف الشركات من التحول إلى نمط التجارة الالكترونية، لعدة أسباب نجعلها في كل من:

-نقص وضعف الخبرات التجارية والفنية المشجعة، على ضرورة التحول إلى الأعمال التجارية الالكترونية.

-محدودية حجم التجارة الالكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها وبين مورديها المحليين أو حتى بينها وبين المستهلكين المحليين. صف إلى ذلك فإن الكثير من المتاجر الالكترونية هي متاجر غير كاملة، أي أنها تقوم بعمليات العرض والإعلان فقط، أو أن عمليات الدفع والتحويل تتم بوسائل أخرى.

### 3.2.3 الفرع الثالث: المعوقات التشريعية

إن أساس تنظيم أي معاملة في مجتمع يسوده النظام والأمن، هز ضرورة إحاطته بمجموعة من التنظيمات والقوانين، التي تضيفي الطمأنينة والثقة لدى المتعاملين بهذا النوع من المعاملات. وعليه فإن الأطر القانونية المتعلقة بتنظيم التجارة الالكترونية تشكل أحد أهم البنى التحتية.

وبالنظر للطابع الحديث لنشأة التجارة الالكترونية، فإن معظم دول العالم وخاصة النامية منها، تفتقر إلى التنظيم القانوني لها، وحتى وإن نصت قوانينها على إيجاز هذا النوع من المعاملات، إلى أنها تبقى ناقصة من حيث الإحاطة بجميع مجرياتها ومتطلباتها، وهذا بالرغم من تأكيد الاتفاقيات الدولية، وجهود المنظمات الدولية على تكريس الاعتراف القانوني بالتجارة الالكترونية، وإحاطتها بالقوانين اللازمة لحماية جل معاملاتها.

ومن هذا المنطلق فقد وجب التركيز على اعتبار الوثائق المنقولة الكترونياً، من قبيل الوثائق التي يعتد بها للثبات القانوني، ذلك أن أهم عائق في التجارة الالكترونية هو مشكل عدم اعتراف المحاكم في بعض البلدان بمصادقيتها، صف إلى ذلك مسألة التحكيم الالكتروني، والافتقار إلى التنظيمات والقوانين المنظمة له، باعتباره الأسلوب الأكثر توافقاً خاصة مع التجارة الالكترونية الدولية.

### 4. الخاتمة

للتجارة الالكترونية الأثر الكبير في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، وهذا موازاة مع كل من الزراعة والصناعة، فبعد أن عرف العالم الثورة الزراعية، ثم الثورة الصناعية وما كان لهما من أثر في الدفع باقتصاديات دول العالم نحو الرقي والتطور، ظهرت الثورة المعلوماتية التي أثرت في مجمل مجالات الحياة ومن التي من بينها التجارة الالكترونية

التي أصبحت مطلب أساسي، خاصة بعد الوضع الذي عرفه العالم من جراء مخلفات و آثار جائحة كورونا التي حولت العالم إلى نقطة سكون، ساهمت فيه برفع معدل الوعي بأهمية تطوير أساليب وتقنيات التجارة، وتحويلها من تقليدية إلى الكترونية، وهو المطلب الذي عانت منه العديد من اقتصاديات دول العالم، ويرجع سبب انخفاض استخدام التجارة الالكترونية في عدة دول، لعدة أسباب نوجزها فيما يلي:

عامل اللغة، حيث أن جل مواقع التجارة الالكترونية تتعامل باللغات الأجنبية، إضافة إلى نقص في استخدام وسائل الدفع الالكتروني، في معظم التعاملات التجارية. عدم تشجيع استعمال التجارة الالكترونية، خوفا من انخفاض نسبة الضريبة في بعض المهن.

-ضعف التشريعات الحكومية والقانونية، التي تحمي المتعاملين في ظل التعاملات الالكترونية، في أغلب البلدان.

-ضعف البنية التحتية للتجارة الالكترونية، خاصة ما يتعلق بالتقنيات الرقمية. وعليه يمكن الخروج بالتوصيات التالية:

- العمل على تشجيع التعامل الالكتروني، وجعله أمر وجوبي في الحياة اليومية.
- إدخال البرامج والتطبيقات الالكترونية في جوانب الحياة الادارية للمواطن من أجل التعود عليها.
- تدعيم المعاملات الالكترونية بجملة من الضمانات والتسهيلات الاثباتية قضائيا.
- سن قوانين داخلية تنمashi والاتفاقيات الدولية الموقع عليها.

## 5. قائمة المراجع

1. -a said ahmad, a. l. (2000). the economic importance of electronic commerce. cairo: mansoura university publications.
2. abedrahim, w. (2012). evaluation of trade electronic and its spread acorss the world. journal of diligence for legal and economic studies (01), 237.
3. -aezan, a. (2006). towards a legal rgulation of electronic commercz. arab research and studies journal (46), 174.

4. -aissa, s. h. (2013). *legal provisions of electronic commerce (a comparative study)*. egypt: arab renaissance house.
5. -al saaid ahmad, a. k. (2008). *electronic commerce and globalization*. cairo: publications of the Arab Organization for administrative development.
6. -alawadi, a. a. (2010). *factors affecting marketing and commerce electronic*. *journal of economics and society* (06), 169.
7. -chada, k. (n.d.). *trade electronic is revolutionizing the global economy*. Retrieved 2021, from link center for terearch and strategic studies <https://rawabetcenter.com/archives/61602>: 21:75
8. -djawdat, s., & aldjidaya, m. n. (2009). *electronic trade*. oman: hamed publishing house.
9. -Hosseini, B. (2002). *Eléctronic commerce Principles And Practice*. USA: Academic press.
10. -mechtti, a. (2011). *trade electronic*. *journal of legal and political research and studies* (13), 148.
11. -mohamed samir, a. (2009). *marketing electronic*. oman: dar al-maysara fr publication and distribution.
12. -moulay lakhdar, a., & alaoui, m. l. (2011, april 26-27). *electronic commerc mechanism as a tool to activate itra- arab trade . the age of the payment system in algerian banks*, university center khemis miliana, algeria.
13. -ramadan, m. (2001). *electronic criminal protection*. egypt: house nahda.
14. -saraa, k. (2013). *the reality and prospects of electronic commerce in algeria*. *majister . oran*, college of economics and management science and trad, lalgeria.
15. -souifi, A. h. (2002). *trade electronic*. cairo: assiut university publications.
16. -zarkin aboud, c. d. (2010, january). *enhancing the role of electronic commerce in the development of arab economies*. *journal of the new economy* (02), p. 136.