

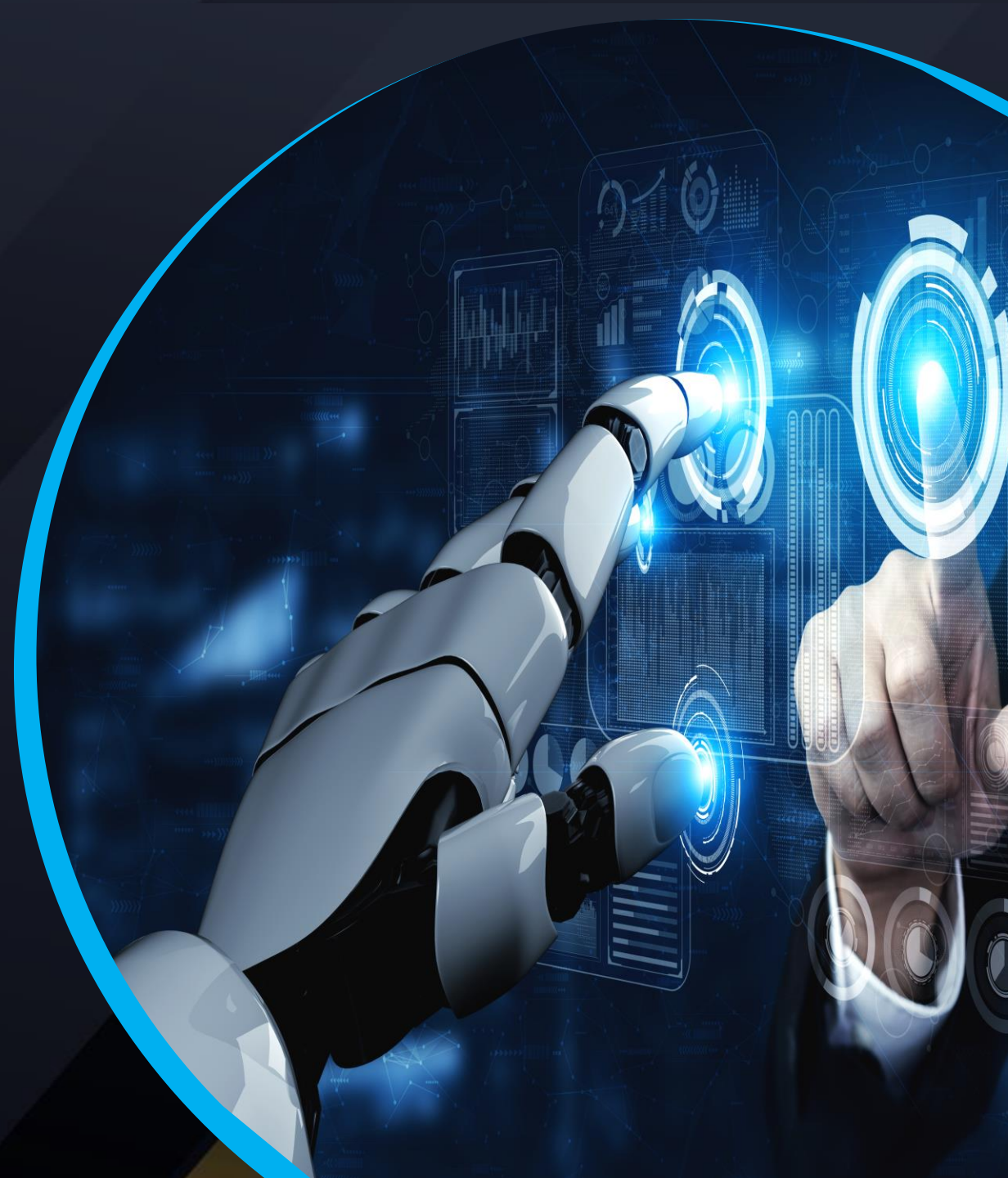
ماجستير القانون الرقمي

Prepared by : Dr. Ahmed Elkhoully

LAW 623

قانون الأعمال

Seventh Lecture





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

ماجستير القانون الرقمي

المحاضرة السابعة
التجارة الإلكترونية

LAW 623
Business Law

Prepared by
Dr. Ahmed Elkhoully

07

محاور المحاضرة

ماهية التجارة الإلكترونية وهي تشمل:

1. تعريف التجارة الإلكترونية و أشكالها .
2. خصائص التجارة الإلكترونية.
3. عيوب التجارة الإلكترونية وتحدياتها.



مقدمة :

لقد أحدث التقدم الهائل في التكنولوجيا وما شهده العالم من تطور كبير في مجال المعلومات والاتصالات إلى ظهور أنماط جديدة في حياة الإنسان الاقتصادية والاجتماعية والعلمية وحيث أن الاقتصاد أصبح يعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا في شتى مجالات الاقتصاد العالمي، هذا الأمر قد أحدث تغيير في طرق ووسائل تنفيذ الأنشطة الاقتصادية، أدى ذلك إلى ظهور نوع جديد من الاقتصاد وهو ما يطلق عليه "الاقتصاد الرقمي" أو اقتصاد المعلومات الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومة الاقتصادية الركيزة الأساسية للاقتصاد.

أوضح صندوق النقد الدولي أن عملية التحول الرقمي تغلغت في الكثير من الأنشطة، وأن المحور الاقتصادي بالكامل يمكن أن يندرج تحت مصطلح "الاقتصاد الرقمي" بالمعنى الأشمل له. وبينما يشير مصطلح "القطاع الرقمي" إلى حدود ثابتة للأنشطة الاقتصادية، فإن مصطلح "الاقتصاد الرقمي" المستخدم كثيراً للإشارة إلى عملية التحول الرقمي (أي استخدام الإنترنت) أصبح أكثر انتشاراً في جميع القطاعات الاقتصادية، بدءاً من الزراعة وحتى أعمال المخازن.



إن الاقتصاد الرقمي هو ذلك الاقتصاد الذي يستخدم المؤشرات الاقتصادية نفسها والأسس الاقتصادية المتعارف عليها من عرض وطلب للصناعات الإلكترونية والخدمات الإلكترونية الناتجة عنها وما يترتب عليها من عمليات نقل المعلومات والمبادلات التجارية من خلال تلك الخدمات الرقمية بشكل تجارة إلكترونية أو صناعات إلكترونية وما يترتب عليه من زيادة في الدخل القومي والناتج المحلي.

ولقد ظهر مصطلح الاقتصاد الرقمي لأول مرة في عام 1995 على لسان الكاتب الكندي "دون تاب سكوت" Don tap Scott في كتابه المنشور باللغة الإنجليزية بعنوان

The Digital Economy: Promise and Periling the age of Networked Intelligence الاقتصاد الرقمي: الآمال والمخاطر في عصر الشبكة الذكية.

ثم تناوله بالدراسة من بعد ذلك العديد من الكتاب والباحثين، الذين اختلفوا في تسميته، فمنهم من أطلق عليه اقتصاد الانترنت، ومنهم من سماه اقتصاد المعرفة، ومنهم من عرفه بأنه اقتصاد المعلومات وغير ذلك من المسميات، ومن أهم مميزاته أن تتحول البضائع والمنتجات من الشكل المادي المحسوس إلى الشكل الرقمي .



ويساعد انتشار مجتمع المعلومات والمعرفة على تشجيع بناء الحكومة الإلكترونية E.government والتجارة الإلكترونية E.commerce ، والبنوك الإلكترونية E.Banking، والإدارة الإلكترونية E.Management، وكذا الشركة المساهمة الإلكترونية E.corporation. ويحتاج كل ذلك إلى التطوير المستمر في مؤشر مجتمع المعلومات والمعرفة عن طريق زيادة أعداد الحواسيب الإلكترونية ، واستخداماتها في المعاملات والوظائف وزيادة عدد المشتركين في الشبكة الدولية للمعلومات Internet وتطوير استخدام البرمجيات في إدارة الأنشطة الاقتصادية والتجارية والإنتاجية والمالية.



الاقتصاد الرقمي – وفقاً للجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا بالأمم المتحدة (الاسكوا) - هو الاقتصاد القائم على التكنولوجيا الرقمية ويرتكز على عدة مكونات، منها البنية التحتية التكنولوجية، والأجهزة، والبرمجيات، والشبكات، بالإضافة إلى الآليات الرقمية التي تتم من خلالها الأعمال التجارية والاقتصادية، ومنها التجارة الإلكترونية، والمعاملات الإلكترونية التي تتم بالكامل على شبكة الإنترنت.

وهذا ما يعكس أهمية دور الإنترنت في الاقتصاد العالمي، مما حمل البعض على تسمية الاقتصاد الرقمي أحيانا باقتصاد الإنترنت، أو الاقتصاد الجديد، أو اقتصاد الويب.

07

التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد صور الاقتصاد الرقمي - Digital Economy حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين هما التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات Information Technology- IT ؛ فتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري .

07

التجارة الإلكترونية

لقد أصبح الإنترنت محورًا حيويًا للتبادل التجاري ففي ظل تسارع التقدم التكنولوجي الذي نعيشه تظهر التحديات والفرص التي تقدمها التجارة الإلكترونية بوضوح، وخاصةً من المنظور القانوني.

إن التجارة الإلكترونية ليست مجرد مفهوم تقني، بل هي تجسيد لتحويلات ثورية في كيفية نظرنا إلى الأعمال التجارية وعمليات التبادل، نجد الآن أنفسنا أمام عالم أصبح يعتمد على التعاملات الإلكترونية في كل صغيرة وكبيرة، وهنا تبرز أهمية وجود تشريعات وأنظمة قانونية تنظم العالم الجديد الذي نعيشه بما يشهده من تحولات رقمية واضحة ومتسارعة. فلنبدأ رحلتنا في استكشاف عالم التجارة الإلكترونية وماهيتها من وجهة النظر القانونية في سياق القانون، لاكتشاف كيف يمكننا مواكبة الحاضر والاستعداد للمستقبل بما يحقق التوازن بين التقدم التكنولوجي والحماية القانونية.



يتم استخدام مصطلح "التجارة الإلكترونية" بشكل واسع في وسائل الإعلام وفي أوساط المجتمعات التجارية وبين الجميع بشكل كبير، وعلى الرغم من انتشار هذا المصطلح، يبدو أنه لم يتم ربطه بشكل كافٍ بفهم حقيقي لجوهر التجارة الإلكترونية؛ حيث يقتصر تعريف التجارة الإلكترونية، من وجهة نظر بعض الأفراد على أنها التجارة التي تتم عبر الإنترنت.

فالتجارة التقليدية تعتمد على مقومات بسيطة مثل وجود بائع ومكان للبيع ومشتري ومنتج يتم عرضه، في زمان معين، إنها دائرة محدودة تقوم على تلك العناصر الأساسية. أما التجارة الإلكترونية، فتمتد إلى أفق أوسع وأعم، حيث يمكن للمشتري أن يكون من أي مكان في العالم، والبائع يمكن أن يكون في أي مكان آخر، فهي فكرة تشمل منصة للبيع في أي وقت ومن أي مكان، حيث يمكن للمعاملات أن تحدث في دقيقة واحدة على الأكثر، دون الحاجة للتواجد الجغرافي أو تحديد مواعيد محددة، كل ذلك يتم بسهولة وبشكل مجاني، مما يجعل هذا المجال مثيراً للبحث والاستكشاف خاصة من الناحية القانونية، ويدعونا لاستكشاف أسرار التجارة الإلكترونية وتفصيلها الفريدة.



تعود أصول مفهوم التجارة الإلكترونية إلى فترة مبكرة من السبعينات في القرن العشرين، حيث بدأت الشركات الأمريكية في استخدام شبكات خاصة لربطها بعملائها وشركائها التجاريين. في بداية هذه الفترة، كانت تطبيقات التجارة الإلكترونية تقتصر على التحويلات المالية الإلكترونية، ورغم أن هذه التطبيقات كانت حاضرة في السبعينات، إلا أن نطاق التطبيق لم يتجاوز حدود الشركات التجارية الكبيرة وبعض الهيئات.

كما بدأ في ذلك الوقت في الظهور مفهوم تبادل البيانات الإلكتروني، الذي وسع نطاق التجارة الإلكترونية من مجرد المعاملات المالية إلى مجالات أخرى، ومع تطور التكنولوجيا امتدت هذه القدرات من المؤسسات المالية إلى مؤسسات أخرى، مما أضاف طابعاً جديداً على مفهوم التجارة الإلكترونية.



يعود الفضل في التطور الحقيقي للتجارة الإلكترونية إلى شاب يدعى « Jeff Bezos » البالغ من العمر حينئذ 29 عام . كان « Bezos » يعمل محلل و مدير مالي في ذلك الوقت ، وفي عام 1994 اتجهت إرادته إلى استخدام الإنترنت في تحقيق الربح المادي. قام " Bezos" بوضع قائمة من عشرون منتج يمكن أن تجد لها سوقاً رائجاً على شبكة الإنترنت، وكنتيجة لتحليل مكثف من قبله وجد أن الكتب تأتي في المرتبة الأولى للمنتجات المعروضة من قبله على الإنترنت. وما قام به " Jeff Bezos" ليعد الخطوة الأولى لانطلاق عملاق في عالم التجارة الإلكترونية يدعى شركة أمازون، والتي يرجع الفضل لها في ظهور التجارة الإلكترونية وتفوقها على نظيرتها التقليدية. وقد بلغ رقم أعمال شركة أمازون لبيع الكتب ٢ مليون دولار في السنة الواحدة،

ومع النمو السريع لشركة أمازون قرر " Bezos" خلق روابط مع شركات بيع الكتب الأخرى من أجل تقاسم الحصة معهم عن طريق مواقعهم. ومع استمرار توسع ونمو الشركة بدأت بحلول عام ١٩٩٨ ببيع الأقراص المضغوطة الخاصة بالموسيقى والفيديو "DVD"، حينئذ أصبحت شركة أمازون تمثل سلة منتجات متنوعة تشمل الإلكترونيات والبرمجيات والأجهزة المنزلية وغيرها من المنتجات الأخرى .

تعددت الجهات التي أوردت تعريفات للتجارة الإلكترونية

- يرى الاقتصاديون أن التجارة الإلكترونية هي استخدام وسائل الاتصال والمعلومات بين الأطراف التجارية لإتمام الأعمال والصفقات، وتشمل خدمة السوق والمشروعات الافتراضية.
- في عالم الاتصالات، يُعرّف هذا المفهوم بوسيلة لنقل المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو شبكات الكمبيوتر أو أي وسيلة أخرى.
- من وجهة نظر الأعمال، تُعتبر التجارة الإلكترونية عملية تطبيق التكنولوجيا لتسريع وتيسير المعاملات التجارية.
- في النهاية، نستطيع أن نقول أن التجارة الإلكترونية تتجاوز الحدود الزمانية والمكانية لتمكين المتعاملين من تنفيذ المعاملات بحرية، وتشمل جميع الجوانب من الأفراد إلى المؤسسات والحكومات.





وكما رأينا أن كل مجال يعرف التجارة الإلكترونية من منظوره؛ فنحن بدورنا ندرس التجارة الإلكترونية لنقف على حقيقة مفهومها من وجهة النظر القانونية.

تباينت التعريفات القانونية التي تناولت مفهوم التجارة الإلكترونية فجاءت أحياناً موسعة وأحياناً مضيقة للمصطلح وهو ما سنتناوله من خلال النقاط الثلاثة التالية:

- مفهوم التجارة الإلكترونية من حيث السعة والضيقة
- الأونسيترال ومفهوم التجارة الإلكترونية
- المفهوم وفق توجيه التجارة الإلكترونية بالاتحاد الأوروبي
- المفهوم في النظام القانوني السعودي

1. مفهوم التجارة الإلكترونية من حيث السعة والضيق

المعاملات الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد أهم المعاملات الإلكترونية بوجه عام، ومما لا شك فيه أننا لم نعد في حاجة للتأكيد على وجود وانتشار التجارة الإلكترونية ، فقد أصبحت المعاملات الإلكترونية _ومن بينها التجارة الإلكترونية_ من أهم سبل التعامل لدى أفراد القانون العام والخاص لما توفره من سرعة وفعالية.

رسالة البيانات الإلكترونية

تعتبر رسالة البيانات الإلكترونية هي حجر الزاوية في المعاملات الإلكترونية، حيث تتم المعاملات الإلكترونية ومن بينها التجارة الإلكترونية عن طريق ما يسمى "رسالة البيانات الإلكترونية" ومن هنا يمكن تعريفها بأنها: الأداة الإلكترونية التي يقوم من خلالها أطراف المعاملة المتباعدين جغرافياً بالتعبير عن إرادتهم.

فالمراد بمصطلح رسالة البيانات تحديداً أنها: "المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة.

ومن خلال الوتيرة المتسارعة لما يشهده العالم من تطور في مجال المعاملات الإلكترونية، سنجد أنفسنا قد انتقلنا من فكرة انترنت الأشخاص إلى انترنت الأشياء الذي يتم فيه المعاملات المختلفة من إبرام وتنفيذ العقود عن طريق الآلات دون أي تدخل بشري على الإطلاق.

فعلى سبيل المثال:

يمكن أن يوجد نظام ذكي لإدارة مخزون المحلات التجارية، فلنفترض أن لدينا متجرًا ذكيًا يستخدم أجهزة استشعار لمراقبة كمية المنتجات على الرفوف، عندما يقل مستوى المخزون لمنتج معين عن الحد المحدد، يقوم النظام تلقائيًا بإرسال طلب للتزويد بالمزيد من تلك المنتجات إلى المورد عبر الإنترنت دون تدخل بشري.

مفهوم التجارة الإلكترونية

يتم تعريف التجارة الإلكترونية بتعريفات موسعة أو مضيقة وفقاً لطبيعة المعاملة التي تدخل في نطاق مفهوم التجارة الإلكترونية، ووفقاً للوسط الإلكتروني لجريان المعاملة.

1. المفهوم المضيق للتجارة الإلكترونية

(أ) وفقاً لطبيعة المعاملة:

المفهوم المضيق لمعاملات التجارة الإلكترونية يرتبط بثلاثة عناصر رئيسية تميزها.

أولاً: تتم في سياق النشاط التجاري، حيث تعتبر الركيزة الأساسية لها.

ثانياً: تتميز بتحول الوثائق الورقية إلى وسائط إلكترونية، مما يجعلها تعتمد على الاتصالات الإلكترونية دون الحاجة إلى مراسلات ورقية.

وثالثاً: يتضمن فكرة التدويل والتكنولوجيا المتقدمة، حيث تعبر العلاقات القانونية الناتجة عنها الحدود الزمانية والمكانية.



فالتعريف المضيق لمعاملات التجارة الإلكترونية يحددها كأنشطة تجارية تؤدي إلى إبرام تعاقدات عبر الاتصالات عن بعد، دون ضرورة الوفاء بالقيمة المالية لهذه التعاقدات بالوسائل التقليدية. وهناك تعريفاً آخر، يقول أنها تشمل تنفيذ المعاملات التجارية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين المشاريع التجارية وبعضها والمشاريع التجارية والمستهلكين. وهناك رأي يعرف معاملات التجارة الإلكترونية أنها عملية ترويج وتبادل السلع والخدمات وإتمام صفقاتها، باستخدام وسائل الاتصال وتكنولوجيا تبادل المعلومات الحديثة عن بعد لاسيما شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، دون حاجة لانتقال الأطراف والتقاءهم في مكان معين، سواء أكان تنفيذ الالتزامات المتبادلة إلكترونياً أم استلزم الأمر تنفيذها بشكل مادي محسوس.

وخلص هذا الرأي إلى أن عقد التجارة الإلكترونية يتميز بالخصائص الآتية:

- 1- عدم الالتقاء والتواجد المادي للأطراف لحظة تبادل التراضي.
- 2 صدور الإيجاب واقتران العرض به يتم بطريق سمعي بصري، عبر شبكة المعلومات والاتصالات العالمية (الإنترنت)؛ بالتفاعل بين طرفين، يضمهما مجلس واحد حكومي افتراضي، وهو ما يدخل العقد الإلكتروني في دائرة العقود التي تتم بين حاضرين في الزمان.
- 3- أنه غير مثبت على دعامة مادية.
- 4- أن أطرافه قد يتواجدون في دول مختلفة، ويقومون بتنفيذ التزاماتهم إلكترونياً عبر حدود تلك الدول.

(ب) وفقاً لطبيعة الوسط الإلكتروني للمعاملة

أصدرت منظمة "التعاون الاقتصادي والتنمية" تعريفاً مضيقاً للتجارة الالكترونية وجاء مضمونه بأنها "بيع وشراء سلع أو خدمات عبر شبكات الحاسوب الآلي المصممة خصيصاً لإنشاء أو تسليم أوامر الطلبات، ولا يلزم أن يتم الدفع والتسليم عبر الإنترنت، وذلك مع استبعاد الطلبات التي يتم إجراؤها عن طريق المكالمات الهاتفية أو الفاكس أو البريد الإلكتروني المطبوع يدوياً.

يتضح من هذا التعريف أنه لا يتوقف على طريقة محددة للتسليم أو الدفع، إنما يضيق المفهوم من حيث تضيقه للوسط الإلكتروني حيث حدد أن تكون المعاملة عبر شبكات الحاسوب الآلي المصممة خصيصاً لإنشاء أو تسليم أوامر الطلبات واستبعاد الطرق الأخرى للطلبات.

2. المفهوم الموسع لمعاملات التجارة الإلكترونية

(أ) وفقاً لطبيعة المعاملة

- يمكن التوسع في مفهوم التجارة الإلكترونية من حيث طبيعة المعاملة فنجد أنه يشمل كل الأنشطة بغض النظر عن طبيعتها أو كونها تتعلق بسلعة أو خدمة، وتكون العبرة فقط بكون المعاملة تتم عبر شبكات الإتصال عن بعد.
- ف نجد أن هذا التعريف يشمل أي نشاط سواء أكان تجاري أو مدني ، بمهني أن يدخل في سياقه الاستعلامات قبل التعاقد أو خدمة ما بعد البيع، أو الوفاء بقيمة الصفقة.
- ف جاء تعريف التجارة الإلكترونية من قبل منظمة التجارة العالمية تعريفاً موسعاً بأنها "إنتاج أو توزيع أو تسويق أو بيع أو تسليم السلع والخدمات بالوسائل الإلكترونية".
- فالتعريف الموسع للتجارة الإلكترونية وفقاً لطبيعة المعاملة يرى أنها جميع المعاملات التي تتم عبر الإنترنت ولو لم تتمتع بالصفة التجارية.

(ب) وفقاً لطبيعة الوسط الإلكتروني للمعاملة

أصدرت منظمة "التعاون الاقتصادي والتنمية" تعريفاً موسعاً للتجارة الإلكترونية وجاء مضمونه بأنها لا تستلزم بالضرورة أن تتم عبر الإنترنت بالمعنى التقني بل تشمل كل بيع أو شراء للسلع أو الخدمات سواء بين الشركات أو الأفراد أو الحكومات أو غيرها من الهيئات والمنظمات الخاصة التي يتم إجراؤها عبر شبكة الإنترنت وغيرها من الشبكات المغلقة".

ومعنى ذلك أنه وفقاً لهذا التعريف يدخل في سياق التجارة الإلكترونية التعاملات التي تتم بالأنظمة المغلقة والتي يمكن الولوج إليها عبر الهاتف دون استخدام الانترنت مثل "مينيتل" وهو يعتبر من أنجح الخدمات المباشرة التي تمت قبل الانترنت.

2. الأونسيترال وتعريف التجارة الإلكترونية

الأونسيترال (UNCITRAL)

United Nations Commission on
International Trade Law

هي لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية وهي الهيئة القانونية الرئيسية التابعة للأمم المتحدة في مجال القانون التجاري الدولي.

تحديداً في 16 ديسمبر عام 1996 وضعت الأونسيترال قانوناً نموذجياً بحيث يلقي قبولاً من قبل الدول رغم اختلاف أنظمتها القانونية والاجتماعية والاقتصادية، وكان الهدف الأساسي من إصدار هذا القانون هو تسهيل استخدام التجارة الإلكترونية.

UNCITRAL

UNITED NATIONS COMMISSION
ON INTERNATIONAL TRADE LAW

07

لم يرد في هذا القانون تعريفاً محدداً للتجارة الإلكترونية رغم أنه جاء ينظمها، ولم يكن هذا سهواً بل عن قصد من واضعيه باعتبار أن ذلك من باب التوسع في مفهوم التجارة الإلكترونية، وجاء القانون يشمل مجموعة متنوعة من استخدامات التبادل الإلكتروني للبيانات المتصلة بالتجارة وقد يشار إليها عموماً تحت عنوان "التجارة الإلكترونية".

فجاء نطاق تطبيق هذا القانون النموذجي يشمل كل أنواع المعلومات التي تكون في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية، ومن باب التأكيد على التوسع أكثر أكد هذا القانون في الهامش أن يجب تفسير مصطلح "الأنشطة التجارية" تفسيراً واسعاً ليشمل العلاقات ذات الطابع التجاري سواء أكانت تعاقدية أم لا، بل والأكثر من ذلك عندما ذكر المعاملات التجارية التي تدخل في مفهوم التجارة الإلكترونية ذكرها على سبيل المثال لا الحصر، ومنها توريد وتبادل السلع والخدمات، الاستشارات الهندسية، الأعمال المصرفية والتأمين، نقل البضائع أو الركاب براً وجواً وبحراً، إلخ...

3. المفهوم وفق توجيه التجارة الإلكترونية بالاتحاد الأوروبي

أدركت دول الاتحاد الأوروبي أهمية تطور معاملات التجارة الإلكترونية؛ لما توفره من فرصاً للعمل والتوظيف ونشاطاً للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، وأنها سبيلاً مهماً لتعزيز الميزة التنافسية للشركات الأوروبية.

تحديداً في 8 يونيو عام 2000 صدر التوجيه رقم 2000-31 بشأن بعض الجوانب القانونية لخدمات مجتمع المعلومات والتي من بينها التجارة الإلكترونية وسمي هذا التوجيه "توجيه التجارة الإلكترونية".

فكان هدف هذا التوجيه هو إزالة كل العقبات القانونية التي من شأنها أن تعرقل سير العمل في خدمات مجتمع المعلومات وعلى رأسها التجارة الإلكترونية.

ومن أمثلة هذه العقبات تباين التشريعات ، وحالة عدم اليقين القانوني في النظم القانونية التي تنظم التجارة الإلكترونية، وغياب التنسيق بين دول أعضاء الاتحاد الأوروبي بشأن التشريعات المتعلقة بخدمات مجتمع المعلومات ومن بينها التجارة الإلكترونية.

وفي شأن تعريف توجيه التجارة الإلكترونية للاتحاد الأوروبي لمعاملات التجارة الإلكترونية ذكر أن خدمات مجتمع المعلومات تشمل طائفة واسعة من الأنشطة الاقتصادية التي تجري عبر الإنترنت وسرد منها ما يلي:

1. الخدمات التي تؤدي لإبرام العقود عبر الإنترنت، مثل بيع السلع عبر الإنترنت.
2. الخدمات التي لا تؤدي إلى إبرام العقود عبر الإنترنت، لكنها تشكل إلى حد ما نشاط إقتصادي مثل الخدمات التي توفر المعلومات عبر الإنترنت أو الاتصالات التجارية فيدفع الحاصلون عليها مقابلًا.
3. الخدمات التي تشمل المعلومات عبر شبكة الاتصالات، مع الأخذ في الاعتبار أن الخدمات التليفزيونية والبريد الإلكتروني لا تدخل ضمن خدمات مجتمع المعلومات لأنها لا تقدم بناء على طلب فردي.

4. المفهوم في النظام القانوني السعودي

كان لابد للتطورات والحدثة في عالم التقنية ونظم المعلومات والاتصالات أن تنعكس على الأنظمة القانونية لا سيما القوانين والتشريعات في الدول العربية.

جاءت بعض التشريعات محددة نصوصها في تنظيم التجارة الإلكترونية وجاءت شاملة لكل المعاملات الإلكترونية.



التجارة الإلكترونية في النظام السعودي

كانت السعودية قد أصدرت - في البدء- نظاماً بشأن التعاملات الإلكترونية ؛ حيث صدر المرسوم الملكي رقم (م/18) للعام 2007، وجاء فيه تعريف التعاملات الإلكترونية بأنها: "أي تبادل أو تراسل أو تعاقد، أو أي إجراء آخر يبرم أو ينفذ_ بشكل كلي أو جزئي_ بوسيلة إلكترونية.

ووفقاً للمادة الثالثة يطبق على التعاملات والتوقيعات الإلكترونية يستثني من أحكامه ما يلي:

1. التعاملات المتعلقة بالأحوال الشخصية.

2. إصدار الصكوك المتعلقة بالتصرفات الواردة على العقار (ما لم يصدر من الجهة المسؤولة ما يسمح بإجرائها إلكترونياً وفق ما تضعه هذه الجهات من ضوابط مع وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات).

ثم رأي المنظم السعودي الحاجة إلى إصدار نظام خاص بالتجارة الإلكترونية للعام 2019، مع الإبقاء على نظام التعاملات الإلكترونية ويؤكد هذا ما تنص عليه المادة الرابعة والعشرون_ نظام التجارة الإلكترونية على أن فيما لم يرد بشأنه نص خاص في النظام، تسري على التجارة الإلكترونية أحكام نظام التعاملات الإلكترونية والأنظمة الأخرى ذات الصلة.

وطبقاً للمادة الأولى من نظام التجارة الإلكترونية؛ يُقصد بالتجارة الإلكترونية كل نشاط ذو طابع اقتصادي يباشره موفر الخدمة والمستهلك بصورة كلية أو جزئية_ بوسيلة إلكترونية؛ من أجل بيع منتجات أو تقديم خدمات أو الإعلان عنها أو تبادل البيانات الخاصة بها. ويُقصد بالبيانات كل بيان_ مهما كان مصدره أو شكله_ يُستخدم بشكل مباشر أو غير مباشر عند التعامل بالتجارة الإلكترونية.

وقد ألزم المنظم السعودي التاجر بأن يقيد محله الإلكتروني في السجل التجاري، وفقاً لنظام السجل التجاري والضوابط المنصوص عليها في اللائحة .

وقد نصت المادة الثانية من نظام التجارة الالكترونية على :

" تسري أحكام النظام على كل ممن يأتي:

أ - موفر الخدمة داخل المملكة.

ب - الممارس خارج المملكة الذي يقدم منتجات أو خدمات داخل المملكة من خلال عرضها بطريقة تمكن المستهلك من الوصول إليها.

ج - المستهلك.

ثالثاً : أشكال التجارة الإلكترونية:

- أشكال التجارة الإلكترونية وفقاً للأطراف المتعاقدة: تنقسم التجارة الإلكترونية وفقاً للأطراف المتعاقدة القائمين بالعملية التجارية الإلكترونية إلى مستويات أربع وهم:

1 - التجارة الإلكترونية بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى: "BtoB" Business to Business يعد هذا الشكل الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي في معاملات التجارة الإلكترونية، حيث يمثل هذا النوع نحو 80% من إيرادات الشركات. ويتمثل هذا النوع من التجارة في قيام الشركات بعمليات البيع والشراء من الشركات الأخرى عبر وسائل الإتصال الإلكترونية. وفي الغالب تتم تلك المعاملات التجارية بين تلك الشركات على المستوى الدولي، وهو ما يطلق عليه عمليات الاستيراد والتصدير ومن أبرز الأمثلة على هذا النوع من التجارة الإلكترونية قيام الشركة بتبادل بيانات إلكترونياً، وذلك باستخدام شبكة الإتصالات للحصول على طلباتها من الموردين). ومن الأمثلة على هذا الشكل من التجارة الإلكترونية أيضاً المتاجرة المباشرة عبر شبكة الإنترنت في سلع الصلب والبلاستيك والكيماويات واستلام الفواتير، وكذلك القيام بالسداد الإلكتروني، كما يشمل هذا الشكل أيضاً التحالفات بين شركات صناعة السيارات والطائرات والسفن .

٢. - التجارة الإلكترونية بين شركة تجارية ومستهلك. **"Business to Costumer" BtoC** يطلق على التجارة الإلكترونية بين شركة تجارية ومستهلك مصطلح تجارة التجزئة الإلكترونية، وتتميز هذه التجارة بالانتشار الواسع نظراً لظهور الشركات والمراكز التجارية الإلكترونية الافتراضية على شبكة الإنترنت، وإن كانت أقل حجماً بالمقارنة التعاملات بين الشركات التجارية بعضها البعض. ولقد انتشر هذا الشكل من التجارة الإلكترونية بشكل كبير، ويقوم المستهلك بشراء المنتجات والسلع والخدمات من خلال مواقع التسوق على الإنترنت التي تقدم بدورها السلع والخدمات، وتستخدم الشركات والمنشآت التجارية هذا الشكل رغبة في فتح أسواق جديدة لها. وتمثل الشركات الإلكترونية في هذا المقام دور التاجر، بينما يمثل المستهلك دور العميل أو الزبون وهو الفرض الغالب، كما قد يتخذ التعامل التجاري شكلاً معاكساً بحيث أن يمثل المستهلك دور التاجر، بينما تمثل الشركة دور المستهلك، وذلك في الأحوال التي يقوم فيها الأفراد ببيع منتجات لهم أو خدمات للشركات التجارية من خلال شبكة الإنترنت.

3- التجارة الإلكترونية بين شركة تجارية وبين الحكومة: Business to government (B toG). يتضمن هذا الشكل من التجارة الإلكترونية كافة التعاملات التجارية بين الشركات التجارية من جانب والحكومة من جانب آخر. وتمثل الحكومة في هذا الشكل من التعامل دور التاجر، بينما تمثل الشركة دور العميل. وتكون كافة المعاملات عبر الوسائل الإلكترونية، حيث تعرض الحكومة لخدماتها التي يستطيع كل من الأفراد والشركات تلقيها من خلال شبكة الإنترنت، وذلك بوضع جميع الإجراءات اللازمة للحصول على الخدمات، والإعلان عن الرسوم واللوائح ونماذج المعلومات، دون الحاجة إلى الانتقال لمقر الإدارة الحكومية المختصة .

وعلى الرغم من أن هذا النوع من التجارة الإلكترونية حديث النشأة، إلا أنه يحظى باهتماماً كبيراً من قبل مختلف الحكومات، التي تحرص الكثير منها على استخدام الوسائل الإلكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار ما يعرف باسم "الحكومة الإلكترونية» .

4 - التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك آخر: "CtoC" Costumer to Costumer ويمثل المستهلك في هذا النوع من التجارة التاجر والعميل معاً، وتتم عملية البيع والشراء بصورة مباشرة بين مستهلك ومستهلك آخر، وذلك عن طريق وضع إعلان ما على موقع إلكتروني معين على شبكة الإنترنت، بهدف بيع سلع أو منتجات، وقد تتمثل تلك السلع في الفرض الغالب في بيع المستهلك لبعض أغراضه الشخصية أو ما يملكه من خبرة أو معرفة في مجال معين. ولعل أبرز الأمثلة على هذا النوع من التجارة المعاملات التجارية التي تتم من خلال موقع Olx.

ب - أشكال التجارة الإلكترونية وفقاً لطبيعة المنتج وآلية الدفع والتسليم:
يتم تقسيم التجارة الإلكترونية وفقاً لطبيعة المنتج وآلية الدفع والتسليم إلى تجارة إلكترونية بحتة وتجارة إلكترونية جزئية

- 1- التجارة الإلكترونية البحتة: تكون التجارة الإلكترونية بحتة في الأحوال التي يتم فيها تسليم البضاعة والمنتج ذو الصفة الرقمية، فضلاً عن سداد ثمنه عن طريق شبكة الإنترنت، وذلك دون الحاجة إلى الانتقال من أجل الإستلام أو الوفاء بالثمن، الأمر الذي يترتب عليه القضاء على الفترة الزمنية الواجب توافرها من أجل إتمام عملية البيع والشراء .
- ٢ - التجارة الإلكترونية الجزئية: وتظهر لنا التجارة الإلكترونية الجزئية على سطح المعاملات التجارية في الأحوال التي يكون فيها موضوع المعاملة التجارية خليطاً من الصفة الرقمية والمادية معاً، الأمر الذي أصبح فيه المعاملة التجارية مزيجاً من التجارة التقليدية والإلكترونية. وذلك كما في الأحوال التي يكون الشراء وسداد الثمن عن طريق شبكة الإنترنت، لكن المنتج نفسه محل الشراء لا يجوز تسليمه عن طريق الإنترنت أيضاً، بل يتم إرساله وتسليمه للعميل عن طريق عمليات الشحن والنقل العادية .

ثالثاً: خصائص التجارة الإلكترونية ومميزاتها

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص الفريدة التي تمنحها فعالية ومرونة في التعامل التجاري عبر الإنترنت.

أحد الجوانب البارزة لهذه الخصائص هو الطابع القانوني الذي يحكمها، حيث تعتبر قوانين ولوائح تجارة الإنترنت جزءاً حيوياً من هذا النظام التجاري الديناميكي



في هذا السياق، يمكن التعرف على بعض الخصائص المميزة:

- التوسع العابر للحدود
- التواصل الفوري والشفاف
- الكفاءة في العمليات
- التنوع في وسائل الدفع
- الابتكار والتكنولوجيا
- الحماية القانونية: تتيح القوانين واللوائح المتعلقة بالتجارة الإلكترونية حماية للأطراف من التحايل والاحتيال الإلكتروني، فتوفر أطر قانونية واضحة يعزز الثقة بين المتعاملين ويوفر آليات فعالة للتعامل مع النزاعات وحماية الحقوق.



فوائد ومزايا التجارة الإلكترونية فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات:

- توسيع نطاق السوق:
 - تمكّن التجارة الإلكترونية الشركات من التوسع إلى أسواق دولية وعالمية بسهولة وسرعة، مما يزيد من فرص العثور على مزيد من المستهلكين وشركاء الأعمال الملائمين.
- إدارة النشاط التجاري:
 - تتيح التجارة الإلكترونية إمكانية خلق نماذج جديدة لإدارة النشاط التجاري، مثل البيع عبر الوسائل الإلكترونية والتجارة بين قطاعات الأعمال، مما يؤدي إلى تحسين شامل في طريقة تقديم الخدمات وعرض المنتجات.
- تقليل التكاليف:
 - يقلل التجارة الإلكترونية التكاليف المتعلقة بإنشاء ومعالجة وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات بشكل فعال.

- فهم احتياجات العملاء:

- تمكّن التجارة الإلكترونية الشركات من فهم احتياجات عملائها وتوفير خيارات تسوق واسعة، مما يؤدي إلى تحقيق نسب رضا عالية للعملاء بشكل يفوق وسائل التجارة التقليدية.

- إنشاء تجارات متخصصة:

- توفر التجارة الإلكترونية الفرصة لإنشاء تجارات متخصصة تلبي احتياجات فئات معينة من العملاء.

- تقليل الفترة الزمنية:

- تختصر التجارة الإلكترونية الوقت بين دفع الأموال واستلام المنتجات والخدمات، مما يسرع عمليات التعامل.



- تقليل تكاليف الاتصالات:

- تقل التجارة الإلكترونية تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية، حيث يكون الإنترنت أرخص بكثير من شبكات القيمة المضافة.

- تطوير أداء المؤسسات:

- توفر التجارة الإلكترونية الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في ميادين متعددة، وتُقدم خدمة كبيرة في تقييم الوضع الحالي وكفاءة الموظفين وسلامة وفعالية بنيتها التحتية والتقنية وبرامج التأهيل.





فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين:

- حرية اختيار الوقت:
 - تتيح التجارة الإلكترونية للمستهلكين القدرة على التسوق أو إنهاء معاملاتهم على مدار 24 ساعة في اليوم، ومن أي مكان على وجه الأرض.
- توفير منتجات متنوعة:
 - تُقدم التجارة الإلكترونية مجموعة واسعة من المنتجات للمستهلكين التي قد لا تكون متوفرة بالقرب منهم.



- **تقليل الفساد وزيادة المنافسة:**

- تُقلل التجارة الإلكترونية نسبة الفساد مقارنة بالتجارة التقليدية، وزيادة المنافسة تكون دائماً في صالح المستهلك.

- **أسعار مقارنة وتوفير:**

- يُمكن للمستهلكين مقارنة الأسعار بين الشركات بسهولة، مما يتيح لهم الحصول على أفضل عروض وتوفير المال.

- **سرعة التسوق والإرسال والدفع:**

- يُمكن للمشتريين إرسال الطلب بسرعة وسهولة إلى البائع، مما يسرع عمليات التسليم والتسلم، مع وسائل الدفع الإلكترونية.



- سهولة الحصول على المعلومات:
 - يُمكن للزبائن الحصول على المعلومات اللازمة في ثوانٍ أو دقائق عبر التجارة الإلكترونية.
- تبادل الخبرات والآراء:
 - تُتيح التجارة الإلكترونية تبادل الخبرات والآراء بين الزبائن عبر مجتمعات إلكترونية كالمنتديات.

فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:

- تقليل الازدحام والتلوث
 - يسمح التسوق عبر الإنترنت للأفراد بالعمل في المنزل، مما يقلل من الازدحام في الشوارع ويخفض نسبة تلوث الهواء.
- تحسين مستوى المعيشة:
 - يقدم التجارة الإلكترونية بعض البضائع بأسعار مخفضة، مما يتيح للأفراد ذوي الدخل المنخفض شراء هذه البضائع ويسهم في رفع مستوى المعيشة.



- تخطي الحدود الجغرافية:

- تُزيل التجارة الإلكترونية الحدود أمام دخول الأسواق التجارية، مما يحول العالم إلى سوق مفتوح للمستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري.

- تمكين دول العالم الثالث:

- تُتيح التجارة الإلكترونية للأشخاص في الدول النامية امتلاك منتجات غير متوفرة في بلدهم والحصول على خدمات تعليمية عبر الإنترنت.

- توفير رأس المال:

- لا تحتاج منصات التجارة الإلكترونية إلى رأس مال كبير للإنشاء، مما يسهل إقامة متجر إلكتروني بتكلفة أقل.



ثالثاً: عيوب التجارة الإلكترونية وتحدياتها

الصعوبات التقنية والتكنولوجية:

- ضعف البنية التحتية الإلكترونية:

يشمل ضعف الوسائل التقنية والتكنولوجية، مثل جودة وسرعة وسائل الاتصال ونقل المعلومات والربط الإلكتروني، وتوفر قطع التكنولوجيا الحيوية.

- عمليات القرصنة والهجمات الإلكترونية:

يؤدي انتشار الهجمات وعمليات القرصنة إلى شكوك في أمان وحماية وسائل الاتصال الإلكتروني، مع صعوبة متابعة الإنترنت وحظر هؤلاء المهاجمين.

- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني:
 - يُعتبر مستوى ونوعية التعليم في التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية هو عامل رئيسي في نشر وتطوير هذه الصناعة.
- قصور الكوادر البشرية المتخصصة:
 - يمثل نقص الموارد البشرية المدربة في مجال تكنولوجيا المعلومات تحدياً رئيسياً في تطبيقات التجارة الإلكترونية.
- فلسفة وثقافة التجارة الإلكترونية:
 - تفتقر الوعي بفلسفة التجارة الإلكترونية في بعض الأماكن، مما يؤدي إلى قلة المعرفة حول البيع والشراء عبر الإنترنت وكيفية اختيار وسائل الدفع والشحن.

الصعوبات التجارية:

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية:
 - يعيق ضعف الخبرات والمساعدات التقنية تحويل الأعمال التجارية التقليدية إلى أعمال إلكترونية.
- قلة أسواق رأس المال:
 - تعوق قلة التمويل ورؤوس الأموال الحصول على فرص للأفراد الراغبين في تنفيذ مشروعات تجارية إلكترونية.
- فكرة الحسابات البنكية الإلكترونية:
 - الارتباك بشأن الحسابات البنكية الإلكترونية بسبب عدم وجود هيئة تربطها بالبنوك الواقعية، مما يزيد من قلق الأفراد حول عمليات الدفع عبر الإنترنت.

العقبات الحكومية:



- سياسات حكومية غير فعّالة:
 - تتأثر انتشار التجارة الإلكترونية بسبب السياسات التي قد تكون متداخلة وتؤثر على بنية التجارة الإلكترونية.
- عجز الاستراتيجيات الحكومية:
 - يشير العجز في استراتيجيات الدعم للمشروعات التجارية الوطنية إلى صعوبة تحقيق النجاح في المنافسة الدولية.
- الأنظمة بيروقراطية في لتصدير والاستيراد:
 - تعتبر الأنظمة البيروقراطية للتصدير والاستيراد عائقًا لتسهيل عمليات التجارة الإلكترونية.



- طول مدة إتمام العمليات الجمركية وزيادة الرسوم:
 - تُعتبر فترات التخليص الجمركي طويلة أحيانًا عائقًا أمام التجارة الإلكترونية الفعّالة.
- قيود على الصادرات والواردات:
 - يشمل قيودًا مفروضة على الصادرات والواردات، مثل التراخيص ونظام الحصص، تشكيل تحدٍ أمام أنشطة التجارة الإلكترونية.

العقبات التشريعية والقانونية:

- عدم كفاية القوانين لحل النزاعات التجارية:
 - يشير هذا إلى عدم كفاية القوانين والتشريعات في معالجة النزاعات التجارية الناشئة نتيجة للتعامل عبر الإنترنت.
- صعوبة تحديد السلطة القانونية:
 - تعتبر صعوبة تحديد الجهة التي تمتلك السيادة أو السلطة لمحاكمة الأطراف التي انتهكت القوانين أو ارتكبت جرائم عبر الإنترنت تحديًا، نظرًا لارتباطها بأماكن مختلفة وتنازع القوانين والاختصاصات.



- حجية المستندات الإلكترونية:
 - يتناول هذا التحدي قضايا الصحة القانونية للمستندات الإلكترونية، وصحة التوقيعات والعقود الإلكترونية، مع التركيز على كيفية ضمان صحة البيانات والحفاظ عليها وتأمين وصولها إلى الأطراف المعنية.
- عدم حماية الأنشطة التجارية من التدخلات الإلكترونية:
 - يستعرض هذا التحدي عدم قدرة الأنشطة التجارية على حماية نفسها من تدخل المخترقين في أنظمة الكمبيوتر والشبكات، والذي يُعرف بجرائم الإنترنت.
- عدم وجود اختصاص قضائي لفض المنازعات:
 - يُسلط الضوء على غياب اختصاص قضائي يعالج المنازعات بين الأطراف المتعاقدة، مما يجعل الحلول القانونية لهذه المنازعات أمرًا صعبًا.

07

التجارة الإلكترونية

في ختام هذه المحاضرة، ندرك أن التجارة الإلكترونية تشكل تحولاً هاماً في عالم الأعمال، حيث تتجاوز حدود الزمان والمكان، وتتسم بخصائص فريدة تعززت بالأمن القانوني.

ورغم مزاياها العديدة من كفاءة في العمليات وتوسع دولي، إلا أنه ينبغي أيضاً التنويه إلى أهمية التفاعل مع التحديات القانونية المستجدة وضمان استفادة جميع الأطراف من فوائد هذا النموذج التجاري الإلكتروني.

بتبني أطر قانونية واضحة وآليات لتسوية النزاعات، يمكن أن تسهم التجارة الإلكترونية في بناء بيئة تجارية مستدامة ومنصفة، مما يعزز الثقة ويحفز على التطور المستمر والابتكار في عالم الأعمال.



قائمة المراجع الموصى بها :

د.حسين الماحي، أطر قانونية في معاملات التجارة الإلكترونية، دار الأهرام للنشر والتوزيع والإصدارات القانونية، 2024

أ. مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية ، دار ومؤسسة رسائل للطباعة والنشر والتوزيع، 2010

د. نبيلة عبد الفتاح قشطي، تشريعات التجارة الإلكترونية ومدى إمكانية تجاوز عوائقها وتطويرها، كلية الحقوق، جامعة عجلون الوطنية، 2019.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

Thank You

