

الفصل الثاني

التعريف بالتجارة الإلكترونية وأنواعها ومجالاتها.

قبل الخوض في عقود التجارة الإلكترونية وطرق إثبات المحررات الإلكترونية، كان لابد من بيان ماهية التجارة الإلكترونية، وبهذا تناول الباحث في هذا الفصل تعريف التجارة الإلكترونية وتاريخ نشأتها في المبحث الأول، وبين في المبحث الثاني خصائص ومعوقات تطبيق التجارة الإلكترونية، والمبحث الثالث أنواع ومجالات استخدام التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وتاريخ نشأتها.

تعتبر التجارة الإلكترونية عن العديد من الأنشطة، وهي ليست حديثة العهد بكل ما تتضمنه وتعنيه تلك الكلمة، فهي كمصطلح تعتبر حديثة، حيث بدأ تداول هذا المصطلح عام 1995م، ولكنها كمفهوم نجده بدأ يتبلور منذ بضعة عقود، وفي مجالات محددة وإجراءات معقدة، لأن تكاليفه عالية، حيث كان أول من استخدم هذا النظام شركات الطيران العالمية، وكما استخدمت في البنوك على شكل تحويل الإلكتروني للأموال¹، ولذا سأتناول في المبحث الأول تعريف التجارة الإلكترونية وتاريخ نشأتها، وذلك في

المطلبين التاليين:

¹ اللقمان، سمير. 2003م. منظمة التجارة العالمية. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع. ص62

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية:

مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات العربية، وترجمتها باللغة الإنجليزية

(Electronic Commerce) ، ونعد التجارة عبر الإنترنت جزءاً من التجارة الإلكترونية، غير أنه اعتاد

العالم إطلاق اللفظين بطريقة تبادلية، لأن معظم نشاطات التجارة الإلكترونية تتم عبر الإنترنت²، وهذا

المصطلح مركب من اللفظين، و معرفة حقيقة المصطلح المركب تتوقف على معرفة أحاد ألفاظه.

أولاً: مفهوم التجارة لغة: من تجر تجر تجراً وتجاراً: باع واشترى، وكذلك: التجّر³. هو افتعل، فهو

تاجر. والجمع تجار⁴. تجراً وتجاراً: مارس البيع والشراء وبُغِل تجراً في كذا (تاجر) فلان فلاناً التجّر معه

(التجّر) تجر (التاجر) الشخص الذي يمارس الأعمال التجارية على وجه الاحتراف بشرط أن تكون له

أهلية الاشتغال بالتجارة⁵.

ثانياً: التجارة اصطلاحاً: هي التقلب في المال المملوك معاوضة، لغرض الربح، مع نية التجارة⁶،

والمقصود منها الربح فلا تقتصر على البيع والشراء، كما رآه البعض من باب التغليب لهذا عرفت بأنها:

تقلب المال وتصريفه لطلب النماء⁷. وعرفت التجارة بأنها: اسم واقع على عقود المعاوضات المقصود بها

طلب الأرباح، فتشمل عقود المبيعات، والإيجارات، والطلبات المشروطة فيها الأتعاض، ونحوها، لأن

المبتغى في جميع ذلك في عادات الناس تحصيل الأتعاض⁸.

² أبو مصطفى، سليمان عبد الرزاق. 2005م. التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي. (دعيت ماجستير). غزة: الجامعة الإسلامية. ص 37.

³ ابن منظور، محمد بن مكرم. 1414هـ. لسان العرب. بيروت: دار صادر. ط 3. ج 4. ص 89.

⁴ الفارابي، أبو نصر. 1987م. الصحاح. باب تجر. بيروت: دار العلم للملايين. ط 4. ج 2. ص 600.

⁵ مجمع اللغة العربية القاهرة. د. ت. المعجم الوسيط. القاهرة: دار الدعوة. ج 1. ص 82.

⁶ عبيد، الخاقنة كوكب. 1986م. فقه العادات على المذهب المالكي. دمشق: مطبعة الإنشاء. ج 1. ص 287.

⁷ النووي، يحيى الدين. د. ت. تهذيب الأسماء واللغات. بيروت: دار الكتب العلمية. ج 3. ص 40.

⁸ الجصاص، أحمد بن علي أبوبكر الرازي. 1405هـ. أحكام القرآن. بيروت: دار إحياء التراث العربي. ج 3. ص 129.

ثالثاً: التجارة في الاصطلاح الفقهي: قال الله تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا﴾⁹ والبيع معاوضة المال بالمال، ويجوز بيع كل مملوك فيه نفع مباح، ولا يجوز بيع ما ليس بمملوك لبائعه إلا بإذن مالكه أو ولاية عليه، ولا بيع ما لا نفع فيه كالحشرات، ولا ما نفعه محرم كالخمر والميتة، ولا بيع معدوم كالذي تحمل أمته أو شجرته، أو مجهول الحمل، والغائب الذي لم يوصف ولم تتقدم رؤيته، ولا معجوز عن تسليمه كالآبق والشارد والطير في الهواء والسماك في الماء، ولا بيع المغصوب إلا لغاصبه أو من يقدر على أخذه منه، ولا بيع غير معين كعبد من عبده أو شاة من قطيعه إلا فيما تتساوى أجزأؤه كقفيز من صبرة.¹⁰

رابعاً: مفهوم الإلكترونيّة: تعتبر كلمة الإلكترونيّة من الكلمات المعربة عن أصل إنجليزي وهي (Electronic)، والتي تعني التحكم في تلافق الشحنات الكهربائية في بعض الأجهزة الكهربائية¹¹، ولا يخرج المعنى الاصطلاحي هذا المفهوم عن معناه اللغوي. عرف فقهاء القانون الإلكتروني بأنه: تقنية استعمال وسائل كهربائية أو كهرومغناطيسية، أو بصرية، أو أي شكل آخر من وسائل التقنية المشابهة¹². وهذا يعني التجهيزات التي تستخدم كوسائط تعمل بصفة تلقائية وذاتية من نفسها، ودون اعتماد على الجهد البشري، سواء كانت هذه القدرات كهربائية مثل الحاسب الآلي، أو أي شكل آخر من وسائل التقنية المشابهة مثل: الأجهزة والأدوات ذات القدرات الرقمية كالحاسب المحمول، وذات

⁹ القرآن. سورة البقرة. 2:275.

¹⁰ الراحي، عبد العزيز بن عبد الله بن عبد الرحمن. د.ت. شرح عمدة الفقه. ج 27. ص 4.

¹¹ عمر، أحمد محمد مختار. 2008م. معجم اللغة العربية المعاصرة. د. م: عالم الكتب. ج 3. ص 1675.

¹² الشهري، علي بن عبد الله. 1428هـ. "التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت أحكامها وآثارها في الفقه الإسلامي والنظام السعودي". مجلة البحوث الفقهية المعاصرة. الرياض: د. ن. العدد 73. ص 3.

القدرات المغناطيسية أو اللاسلكية كالهاتف العادي أو الفاكس أو الهاتف المحمول¹³، والمقصود استخدام هذه الأجهزة والأدوات وسائط في الأعمال التجارية.

الإلكترونية: هي نسبة إلى الإلكترونيات، والمقصود بها النظم الحديثة في الاتصالات. وإنما يراد بها عند وصفها بلفظ تجارة، بأنها شبكة الإنترنت. وشبكة الإنترنت: هي عبارة عن شبكة واسعة من الحواسيب الموصولة بعضها ببعض، والمنتشرة في جميع أنحاء العالم، تخزن كمّاً هائلاً من المعلومات بأشكال مختلفة. وعرفها بعضهم الآخر بأنها: شبكة معلومات عالمية، عبارة عن مجموعة من شبكات الحاسب موصولة بعضها ببعض¹⁴. وقال بعضهم بأنها: وسيلة تواصل عبر الكمبيوترات ليس إلا¹⁵. وقيل هي: شبكة اتصالات علمية مفتوحة وعامة واسعة النطاق، تربط بين عدد ضخم من الشبكات الفرعية. ولذا يطلق عليها "شبكة الشبكات"¹⁶.

التجارة الإلكترونية لم تعرف سابقاً في الفقه الإسلامي، إذ إنها مصطلح حديث بدأ تداوله في أواخر القرن العشرين، وعرفها خبراء الاقتصاد بتعريفات عدة، وسنعرض بعض هذه التعريفات لكي نخلص بتعريف جامع مانع لها. عرفها البعض بأنها: توزيع السلع والخدمات وتسويقها وبيعها وتسليمها بالوسائل الإلكترونية¹⁷. ويؤخذ على هذا التعريف أنه غير مانع لدخول تسليم المبيع من سلع وخدمات

¹³ حجازي، عبد الفتاح. 2003م. النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في دولة الإمارات. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي. ص 67.

¹⁴ ريان، أحمد. 1997م. خدمات الإنترنت. أبوظبي: منشورات الجمع الثقافي. ص 19.

¹⁵ الجنكو، علاء الدين بن عبد الرزاق. 2004م. التقاض في الفقه الإسلامي وأثره على البيوع المعاصرة. عمان: دار النفائس. ص 334.

¹⁶ العيسوي، إبراهيم. 2003م. التجارة الإلكترونية. القاهرة: المكتبة الأكاديمية. ص 19.

¹⁷ أبو مصطفى، سليمان عبد الرزاق. 2005م. التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي. (بحث ماجستير). غزة: الجامعة الإسلامية. ص 38.

في التعريف، وهي ليست من حقيقته وإنما من الآثار المترتبة عليه. عرف آخرون التجارة الإلكترونية بأنها: تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت¹⁸.

وهذا التعريف ليس تعريفاً حقيقياً للتجارة الإلكترونية وإنما شرح لطريقة إجراء التعاقد بالتجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى أن هذا التعريف غير مانع لدخول معلومية المحل إذ أن العلم بالمحل من شروط العقد وليس من حقيقته، ودخول تسليم المبيع والثمن، وهي من الآثار المترتبة عليه. كما عرفت التجارة الإلكترونية كاسم لعقد جديد بتعريفات متعددة، بحسب المجال الذي يستفيد منها، ومن ذلك:

1. عرفت منظمة التجارة العالمية، بأنها: أنشطة إنتاج السلع والخدمات، وتوزيعها وتسويقها وبيعها، أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية. وتشمل المعاملات التجارية طبقاً لهذا التعريف ثلاثة أنواع من العمليات:

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- عمليات تسليم المشتريات¹⁹.

2. هي استخدام التقنيات الحديثة في المعلومات والاتصالات من أجل إبرام الصفقات وعقد المبادلات التجارية، ومن أجل تطوير التجارة العالمية وتنمية المبادلات²⁰.

3. هي استخدام وسائل الاتصال والمعلومات بين الأطراف التجارية لإتمام الأعمال والصفقات²¹.

¹⁸ سليمان، عبد العزيز. 2004م. التبادل التجاري. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع. ص196.

¹⁹ العيسوي، إبراهيم. 2003م. التجارة الإلكترونية. ص11-12.

²⁰ حجار، وسيم شفيق. 2001م. الإنجازات الإلكترونية. بيروت: دار صادر. ص10.

²¹ عودة، السيد. 2002م. التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي. القاهرة: دار الأمين. ص12.

4. هي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين، أو بين الشركات بعضهم ببعض،

باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات²².

5. كما أنها استخدام لتكنولوجيا المعلومات لإيجاد روابط فعالة بين الشركاء في التجارة²³.

6. هي نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضاً

الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد، مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات

والمعلومات، حيث إن التجارة الإلكترونية تُتيح عبر الإنترنت دعم المبيعات وخدمة العملاء،

ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو

محلات)، والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتُقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو

رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية²⁴.

7. وعرفها البعض الآخر بأنها: نظام تبادل غير ورقي لصفقات ومعلومات تجارية ومصرفية باستخدام

وسائل التكنولوجيا الحديثة²⁵. أن التجارة الإلكترونية ذات مفهوم واسع تشمل كل ما يتصل

بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت، كما تشمل الإعلانات

والمعلومات المتعلقة بالسلع والبضائع والخدمات، وعلاقة العملاء التي تدعم عمليات مابعد البيع،

والتفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري، وعقد صفقات وإبرام العقود، وسداد الالتزامات المالية

ودفعها، وعمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات، والدعم الفني للسلع التي يشتريها

²² رضوان، رأفت. 1999م. عالم التجارة الإلكترونية. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية. ص 14.

²³ سهاونة، مهند وآخرون. 2004م. أسس تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. عمان: مركز تكنولوجيا المعلومات. ص 6-7.

²⁴ الذبي، جمال عبود. 2006م. "حكم التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية". مجلة البحوث والدراسات الإسلامية. العدد الخامس. ص 7.

²⁵ عبد الرحيم، راسم سمح. 1997م. التجارة الإلكترونية في خدمة التجارة والمصارف العربية. القاهرة: مكتبة البنك المركزي. ص 30.

العملاء، وتبادل البيانات إلكترونياً، كتالوجات الأسعار، المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات بيع وشراء، الفواتير الإلكترونية، التعاملات المصرفية²⁶.

يرى الباحث: أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتمحور حول عمليات ترويج وتبادل السلع والخدمات، وإبرام صفقات المعاملات عبر وسائل رقمية أي إلكترونياً غالباً عبر الإنترنت دون الحاجة إلى انتقال المتعاقدين للاجتماع في مكان واحد، وسواء أمكن تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد إلكترونياً مثل دفع قيمة البرامج الإلكترونية، وتحميلها مباشرة عبر شبكة الإنترنت، أو استلزم الأمر تنفيذها بشكل مادي مثل احضار مندوب الشركة السلعة المادية إلى المشتري.

المطلب الثاني: تاريخ نشأة التجارة الإلكترونية:

يرجع مفهوم التجارة الإلكترونية إلى بداية السبعينيات من القرن العشرين باستخدام شركات أمريكية شبكات خاصة تربطها بعملائها وشبكات أعمالها²⁷، وفي أوائل السبعينيات بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية للتحويلات الإلكترونية للأموال (Electronic Fund Transfer) لكن مدى التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض الشركات الصغيرة²⁸، وفي نفس فترة السبعينيات أتى مفهوم تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchan) الذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وامتدت التقنية من مؤسسات مالية إلى مؤسسات أخرى²⁹.

²⁶ الوائلي، خليفة بن عبد الله بن سعيد. 2011م. عقود التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت. مسقط: مكتبة دار الكتاب الإسلامية. ص64.

²⁷ الذيب، جمال عبود. 2006م. "حكم التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية". ص8.

²⁸ حامد، هند محمد. 2003م. التجارة الإلكترونية في المجال السياحي. القاهرة. د. ن. ص36.

²⁹ العلجوني، أحمد خالد. 2002م. التعاقد عن طريق الإنترنت دراسة مقارنة. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع. ص14.

بدأ انتشار البريد الإلكتروني مع العمل الشبكي وزاد إنتشاره في الأعمال منذ أوائل الثمانينات كبديل فعال وسريع للبريد التقليدي والفاكس، ثم أصبح من أهم الأدوات التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات. ومع تحول الإنترنت إلى أداة مالية وربحية في تسعينات القرن العشرين وانتشارها ونموها خارج مصطلح التجارة الإلكترونية ثم تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية بانتشار شبكة الإنترنت ودخولها الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينات، ثم ظهور شبكة ويب خلال النصف الثاني من التسعينات بدأت الشركات تستخدم البريد الإلكتروني مع خدمات استعراض وإنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الإتصال بها وبينها³⁰. نتيجة تطوير وتحسين صفحات شبكة ويب على الإنترنت وسرعة إنتشارها وتزايد عدد المستخدمين وإدراك أهمية الإنترنت قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها فنشرت معلومات الأنشطة وإعلانات الوظائف الخالية وبيانات المنتجات بالرسوم والصور عبر شبكة ويب مع وصلات مرجعية للمنتجات وأقسام الإنتاج والدعم الفني والتراسل إلا أن الوصول إلى المعلومات كان يستغرق وقتاً طويلاً مع صعوبة في الوصول إلى المعلومات بالموقع³¹.

بدأ نمو تطبيقات التجارة الإلكترونية وتطور المعدات والشبكات والبرامج وازدياد حدة المنافسة بين الشركات وظهرت التطبيقات الكثيرة والإعلانات والمزادات ومحارب الوكلاء الافتراضيين والواقع الافتراضي بتطوير النظم التفاعلية وأدوات البرمجة التي تتفاعل مع مستخدم الشبكة والمواقع، انتقلت المواقع من مرحلة الإعلانات إلى البيع بإختيار البضائع ومراسلة البائع الذي يقوم بإرسال البضائع

³⁰ عبد الغني، فتحى محمد. 22 فبراير 2012م. "مقدمة إلى التجارة الإلكترونية وتطوراتها". ابن مصر.

<http://fathyabdelghany.blogspot.com>

³¹ سعد، عامر. 15 سبتمبر 2013م. "المصارف الإلكترونية خدمة مالية خارج حدود الزمان والمكان". نظم المعلومات.

<http://infomag.news.sy/index.php>

وتحصيل قيمتها عند تسليمها³². ونظراً لافتقار الشبكة للتأمين والسرية وتفشي القرصنة وسرقة بطاقات الائتمان ومن أجل حماية معلومات المستخدم واستخدام الشبكة بفاعلية أكبر في ترسيخ أنشطة التجارة الإلكترونية بدأت إجراءات تأمين وتوثيق مواقع الشبكة ووجود قواعد بيانات لحفظ معلومات العملاء واستخدام هذه المعلومات في تحديث قواعد بيانات الموقع. بتطور تقنيات الاتصالات الشبكية والوصول إلى أدوات تأمين تمكن استخدام بطاقات الائتمان في دفع قيمة البضاعة عبر الإنترنت. بدأت الأعمال الإلكترونية بين الشركات عبر الإنترنت لتنتقل إليها الصفقات التجارية بتفاصيلها وأعمالها الإدارية والوثائق كبوالص التأمين وفواتير الشحن والعقود وأوامر التحويل البنكي وعروض الأسعار والاعتمادات المستندية وغيرها إلكترونياً بمفاهيم مختلفة عن الطرق التقليدية³³.

نشأت الأسواق الرقمية كمواقع تلاقى لشركات مختلفة إذ تربط مجموعة كبيرة من المصنعين والموزعين وتجار التجزئة وموردي مكونات الإنتاج في صناعة أو نشاط بشبكة معلومات واحدة تحتوي على بياناتهم وتديرها شركة مستقلة تقوم بإظهار مؤشرات المعلومات والتقارير للمشاركين لتبادل المعلومات التجارية واستثمارها في عقد الصفقات بينهم. ظهرت شركات التجارة، دوت كوم (Dot Com) كمواقع مستقلة متخصصة في التجارة الإلكترونية ليست تابعة لشركات الإنتاج أو شركات البيع تخصص في عرض تجميع منتجات المنتجين ليقوم المستهلك بالتسوق والشراء من خلالها، وتحصل المواقع على نسبة من قيمة المبيعات التي تتم من خلالها. ظهرت بطاقات الائتمان الذكية لتحل محل بطاقات

³² شبكة المعلومات تعرف لغة: مصدر صناعي من معلومات: مجموع التقنيات المتعلقة بالمعلومات ونقلها وخاصة معالجتها الآلية والعقلية بحسب العلم الإلكتروني. عبد الحميد، احمد مختار. 2008م. معجم اللغة العربية المعاصرة. د. م. عالم الكتب. ج2. ص1544.

³³ مجاهد، أسامة أبو الحسن. 2002م. التعاقد عبر الإنترنت. مصر: دار الكتب القانونية. ص3.

الإلتئمان العادية وتتيح سرية للتعاملات المالية عبر الشبكة، ويعتقد أن هذه البطاقة قد تصبح أهم مقومات التجارة الإلكترونية³⁴.

أدركت المؤسسات التجارية أهمية الإنترنت ويمكن إدراك مدى أهمية الإنترنت بالنسبة للشركات التجارية من أن نسبة 76% من عدد المشتركين الجدد في الإنترنت هي من نصيب الشركات والمؤسسات التجارية. وفي البداية واجه مجتمع الإنترنت الشركات التجارية بالعداء بسبب انتماء معظم المشتركين القدامى لطائفة الباحثين والعلماء، لكن التطور شجع الشركات على الدخول في مجال البيع والتجارة والخدمات وسرعان ما تجاوزت معها قطاعات عريضة من المستخدمين³⁵.

³⁴ حسن، محمد على. 17 أبريل 2013م. "التجارة الإلكترونية". موقع اربيجي. <http://arbagi.arabblogs.com/abuali.html>.

³⁵ بسيوني، عبد الحميد. 2003م. التجارة الإلكترونية. القاهرة: دار الكتاب العلمية للنشر والتوزيع. ص 9.

المبحث الثاني: أنواع ومجالات التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول : أنواع التجارة الإلكترونية.

هناك عدة أنواع للتجارة الإلكترونية، وعدة فئات لها. فهي ليست نمطاً واحداً، أو عملية واحدة، وإنما تختلف بحسب أطراف العلاقة في التبادل التجاري. وهذه الأنواع هي:

أولاً: التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال: وتشمل تحقيقاً تكاملياً لعمليات توريد المنتجات وأداء الخدمات³⁶، وهذه التجارة تتم بين شركة وشركة أخرى، ومن أمثلة هذه التجارة قيام الشركة باستخدام الشبكة للحصول على طلباتها من الموردين، واستلام الفواتير وتسويتها. وهذه الفئة من التجارة الإلكترونية تعد من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات وبخاصة تلك التي تستخدم التبادل الإلكتروني للبيانات، من خلال (الشبكات الخاصة، أو شبكات القيمة المضافة³⁷).

ثانياً: التجارة بين الشركات والمستهلكين: أي بين التاجر والمستهلك، وهو الشكل المعتاد للأعمال التجارية، هذا النمط من التجارة الإلكترونية يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي. وهذا النوع قد

³⁶ أبو الحجاج، يوسف. 2010م. التسويق الإلكتروني. دمشق: دار الوليد. ص17.

³⁷ العلاق، بشير عباس. 2003م. التسويق في عصر الإنترنت والاقتصاد الرقمي. القاهرة : منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

توسع بشكل كبير مع ظهور شبكة الإنترنت³⁸، ويطلق عليها اسم التسوق الإلكتروني³⁹، وثم عقيبات متعددة تعتري هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية⁴⁰.

ثالثاً: الأعمال التجارية مع الحكومة. كالمزايدات، والمناقصات، والتوريدات الحكومية، والتعاملات الحكومية المتبادلة، وذلك في المجالات التي تستلزم التعامل بين الحكومات⁴¹. التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة الحكومية بدأ هذا الشكل في الانتشار في الآونة الأخيرة في كثير من الدول ومثال ذلك دفع الضرائب إلكترونياً كما في ماليزيا⁴².

رابعاً: التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال والمنظمات الحكومية. وتشمل المشتريات الحكومية الإلكترونية⁴³، وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يعطي التعاملات كافة بين الشركات، والمنظمات الحكومية. فمثلاً في الولايات المتحدة تنشر تفاصيل المشتريات الحكومية عبر الإنترنت، مما يمكن

³⁸ القشي، ظاهر. 2003م. مدى فاعلية نظم المعلومات الحاسوبية في تحقيق الأمان والفكرية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية. دمشق: جامعة دمشق. ص22.

³⁹ حسن، محمد علي. 17 أبريل 2013م. "التجارة الإلكترونية".

⁴⁰ عقيبات: تتعلق بحماية البائع والمستهلك فالمستهلك يفتقر إلى ضمانات طريقة البيانات التي أدلى بها على الشبكة، وهل هو في مأمن من اختراق خصوصيته؟ وما هي حقيقة التاجر المتعاقد معه؟ وهل سيستم المبيع الذي دفع ثمنه أم لا؟ ومن ناحية أخرى فإن البائعين يعدون أنفسهم أحق بالحماية. والسبب في ذلك أن مواقع البيع تعود لشركات معروفة، ويجهلون شخص المستهلك، وبخاصة، الكم الهائل من المتطفلين على الشبكة. وفي سبيل الخروج من هذا المأزق، وتفعيل التجارة الإلكترونية واتشارها، صدرت عدة توصيات لحماية المتعاملين على شبكة الإنترنت، منها التأكيد على مواقع البيع بضرورة ذكر سائر الأمور المتعلقة بالمبيع، كالثمن، والخطورة، والاستعمالات، أي تبصير المستهلك بشكل واضح وصريح، ذكر أي شروط خاصة للتعاقد، وآليات الوفاء، وتحديد ميعاد تسليم المبيع، وحماية الخصوصية للبيانات التي أدلى بها المستهلكون، مع توفير الآليات الفعالة لفض أي نزاع قد ينشأ مع المستهلكين. وحثت هذه التوصيات المستهلكين على ضرورة اتباع الخطوات المحددة على مواقع البيع، وذكر البيانات الخاصة بهم بكل صدق مع تحديد مواقعهم. فلاح، يحي يوسف. 2007م. التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية. رسالة ماجستير. نابلس: جامعة النجاح. ص11.

⁴¹ أبو الهيجاء، محمد إبراهيم. 2005م. عقود التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع. ص26.

⁴² إبراهيم، خالد ممدوح. 22 ستمبر 2013م. "الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية". منتدى كلية الحقوق. جامعة المنصورة.

<http://www.f-law.net/law>

⁴³ أبو الحاج، يوسف. 2010م. التسوق الإلكتروني ص17.

الشركات من الاستجابة لها إلكترونياً، وهذه الفئة من التجارة ما زالت مبكرة، ويتوقع توسيعها، وانتشارها في ظل بدء الحكومات باستخدام عملياتها الخاصة، لتعزيز الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية، وضمان ازدهارها. وإضافة إلى المشتريات الحكومية فإن المنظمات الحكومية قد تقوم بعرض خيار التبادل الإلكتروني لعدد من التعاملات، كعوائد ضريبة الخدمة المضافة، أو تسوية ضرائب الشركات⁴⁴.

خامساً: البورصات والأسواق المالية وعقود الاختيار. لا شك أن للإنترنت الأثر الفعال في تطوير، وتعزيز الخدمات التجارية عن بعد، فعلى صعيد البورصات يُظهر الواقع بأن آلية التوظيفات تغيرت جذرياً بظهور الإنترنت، وتقدم البورصات الأمريكية، ولم تعد عمليات البورصة سرية، ومحصورة، فأصبحت الإصدارات تنشر جميعها في الكرة الأرضية بسهولة وبات دور الوسطاء عبر الإنترنت يتجاوز الدور البسيط للوسطاء التقليديين، وبدأت المعلوماتية في أيدي الجميع⁴⁵، ولا شك أن المضاربة في الأسهم والسندات والتعامل في سوق الأوراق المالية من خلال شبكة الإنترنت والتعامل مع سماسرة البورصة والوسطاء من خلال الإنترنت يعكس بقوة التحول إلى الحكومة الإلكترونية في نطاق المال والأعمال بدلاً من البورصة في الصورة التقليدية في ظل تغير أسعار الأسهم والسندات بين لحظة وأخرى وبالتالي سوف تحل التعاملات بالحاسب الآلي المتصل بالشبكة محل الهاتف والشاشة العملاقة في مبنى البورصة ويمكن للمستثمر الدخول إلى الشبكة وإجراء التعاملات الخاصة به عن طريق التصفح دون الحاجة إلى استعمال الهاتف العادي أو التواجد في مبنى البورصة بصورته التقليدية⁴⁶.

⁴⁴ العلاق، بشر عباس. 2003م. تطبيقات الإنترنت في التسوق. ص156

⁴⁵ ياسين، محمد يوسف. 2004م. البورصة . بيروت: منشورات الحلبي. ص130.

⁴⁶ حجازي، عبد الفتاح بيومي. 2004م. الحكومة الإلكترونية ونظامها القانوني. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي. ص431.

سادساً: التجارة الإلكترونية بين المستهلكين⁴⁷: ويستخدم هذا النمط عندما يبيع مستهلك إلى مستهلك آخر سلعة ما بصورة مباشرة ، حيث يمكن للمستهلكين تبادل وبيع السلع والخدمات المختلفة المتوافرة لديهم بصورة مباشرة دون الحاجة إلى تدخل وسيط تجاري بينهما.

سابعاً: التجارة الإلكترونية داخل المؤسسات (وظائف دعم الأعمال): هذه تشمل جميع النشاطات الداخلية للمؤسسة والتي غالباً ما تتم على الشبكة الداخلية للشركة (الانترانت) والتي تشمل تبادل المنتجات أو الخدمات أو المعلومات. وهذه النشاطات تمتد من بيع منتجات الشركة إلى الموظفين إلى النشاطات التي تهدف إلى الحد من تكلفة إدارة المؤسسة وتدريب العاملين باستخدام الشبكات⁴⁸.

المطلب الثاني: مجالات التجارة الإلكترونية.

بفضل الأدوات المتقدمة والمتعددة التي أصبحت متاحة للاستخدام في مجال التجارة الإلكترونية فإنه أصبح من الممكن أن توجد مجالات متعددة يمكن أن تمارس من خلال التجارة الإلكترونية، من أهمها.

أولاً: الخدمات المصرفية الإلكترونية: يعد إتمام الخدمات المصرفية إلكترونياً⁴⁹ من أقدم المجالات التي تتم فيها التجارة الإلكترونية، وهي تتقدم بشكل متزايد، ويتم إتمام معظم الصفقات المالية، والملاحظ أن

⁴⁷ العارف، معن ثابت. 20 مارس 2013م. "التجارة الإلكترونية خطوة متقدمة على طريق الأعمال الإلكترونية". <http://www.docstoc.com>. ص 14-15.

⁴⁸ عبد الغني، فتحي محمد. 22 فبراير 2013م. "مقدمة إلى التجارة الإلكترونية وتطوراتها".

⁴⁹ المصارف الإلكترونية: تعني التسليم التلقائي لمنتجات وخدمات المصارف الحديثة والتقليدية إلى يد العميل أو المستثمر بصورة مباشرة عبر الطريق الإلكتروني وقنوات الاتصال التفاعلية. ويستخدم تعبير المصارف الإلكترونية أو مصارف الإنترنت بوصفه تعبيراً متطوراً وشاملاً للمفاهيم التي ظهرت في العقد الأخير من القرن الماضي كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو المصارف الإلكترونية عن بعد، أو المصرف المنزلي، أو الخدمات المالية الذاتية وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريده الزبون. العارف، معن ثابت. 20 مارس 2013م. "الصيرفة الإلكترونية خدمة مالية تجاوزت حدود الزمان والمكان". <http://www.docstoc.com>. ص 5.

قلة من البنوك العالمية الرئيسية هي التي تقدم الخدمات المصرفية بصورة مباشرة، ولكن من المتوقع أن لا يستمر ذلك الوضع كثيرا، حيث أن تكلفة إتمام الصفقة بالطريقة التقليدية إنما تقدر بأكثر من مائة ضعف تكلفة استخدام الإنترنت⁵⁰.

ثانياً: الخدمات المالية الإلكترونية: تساهم المعلوماتية بدور كبير في مجال الخدمات المالية، فالخدمات المالية توجد من أجل حماية الأموال واستثمارها وإدارتها، ومدى الخدمات المالية كبير من البنك الشخصي لإدارة الاستثمارات الدولية المعقدة. وتقوم أنظمة الدفع بنقل المال من المشتري إلى البائع، وأبسط نظام هو التبادل المادي للنقد، ولكن حجم وتعقد الصفقات حتى على المستوى الشخصي له طرق متعددة لنقل الأموال للأغراض التجارية في الشبكات والديون المباشرة وكروت الائتمان والصناديق الإلكترونية وغيرها الكثير⁵¹. ويلاحظ أن معظم الأمور المتعلقة بالأنظمة المالية وأنظمة الدفع تشابك مع المجالات الهامة لسياسة الحكومة، والنظم واللوائح، لا سيما المتعلقة بتدفق العملة ومخاطر العميل. وتثير التجارة الإلكترونية الكثير من الأمور الجديدة في هذا الصدد حيث إنها لا تتطلب فقط طرقاً جديدة للأنشطة المالية التي سبق تنظيمها من قبل والتي توجد السياسات من أجلها، ولكنها تحدد عدداً من المواقف والحالات التي لا يوجد لها حالياً نظام مراقبة إلا بشكل تطوعي. وفي بعض الحالات قد تفضل الصناعة اتخاذ المراقبة الداخلية، وقد يكون التنظيم الخارجي أمراً مطلوباً، وسوف تصبح متطلبات التنظيم الخارجي واضحة أكثر من ذي قبل مع اكتساب الخبرة التنافسية في السوق الإلكتروني⁵².

في بيئة التجارة الإلكترونية، يمكن الحصول على الخدمات المالية والمنتجات المالية (الصرافة،

⁵⁰ عبد الواحد، عطية. 2005م. "التجارة الإلكترونية ومآتى استفادة العالم الإسلامي منها". المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي. جامعة أم القرى. الفترة من 23-25 إبريل. ص10.

⁵¹ أبو مصطفى، سليمان عبد الرزاق. 2005م. التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي. (بحث ماجستير). غزة: الجامعة الإسلامية. ص60

⁵² النعيمي، قاسم. 19 يونيو 2013م. "التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة". كنانة أونلاين. <http://kenanaonline.com>.

التأمين الاستثمار) من أي مكان، ويمكن أن يكون من الصعب على مستخدم هذه الخدمات أن يضمن أن الموردين قانونيون ورسميون، أو أنه يقيم مستوى المخاطر التي قد تكون هناك. وفي السوق الإلكتروني قد يعتقد العميل أنه اشترى منتجاً من شركة مسجلة في بلده (وبالتالي تخضع لقوانينها ولوائحها)، ولكنه يكتشف أن المنتج جاء من الخارج ويحمل علامة الشركة ولكن يخضع لنظام مختلف من الرقابة ولا توجد ضمانته له، وتتفاوت اللوائح المالية كثيراً من بلد إلى آخر ولكن الحقوق والالتزامات لا تقبل التحويل من بلد إلى آخر⁵³، وهذا الوضع لا يوحد فقط المخاطر للعميل، ولكنه أيضاً يحد من فرص شركات الخدمات المالية لتطوير الأسواق المالية باستخدام التجارة الإلكترونية⁵⁴.

ومع أن أنظمة الدفع يمكن أن تحتفظ بدرجة كبيرة من السرية، إلا أنه لا يوجد نظام حالي يوفر السرية الكاملة، وهناك متطلبات قانونية وتجارية لمراجعة أنظمة الدفع، مثل ضمان إمكانية تحديد المصدر والمسار وجهة كل مبلغ مالي، وهناك قلق متزايد من أن التجارة الإلكترونية يمكن أن تزيد من فرص الإجرام، في انتقال الأموال بطريقة غير قانونية من مكان إلى مكان والاشتراك في غسل الأموال، وتزايد هذه المخاوف من سماح بعض التكنولوجيات الجديدة وتكنولوجيا العملة الإلكترونية التي تعتمد على الكارت المغناطيسي بإجراء صفقات سرية تماماً، ويخاف البائعون من أن مشكلات الأمن في أنظمة الدفع السري قد تمنع نموهم⁵⁵.

ويعتقد الكثيرون حالياً أن الدفع بالعملة الإلكترونية التي تعتمد على الكارت بشكل سري لا يستخدم إلا في الصفقات الصغيرة، وأكثر من هذا فمن خلال تكنولوجيا الكارت الذكي قد تضع بعض

⁵³ محمود، سحنون. 2004م. "النقد الإلكترونية وأثرها على المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية". مؤتمر القانون والحاسوب. الأردن. 12-14 تموز. ص6.

⁵⁴ ناصر الدين، مصطفى. 2000م. "التطورات الحديثة في تقنية المعلومات". المؤتمر العربي الدولي حول اتفاقية تحرير التجارة. أبوظبي. 16/15 شوال. ص13.

⁵⁵ مسعداوي يوسف وسعيد جميل. 25 يوليو 2013م. "وسائل الدفع الإلكترونية". ص7.

الحكومات قيوداً ثابتة على المبالغ المسموح بصرفها في الكروت النقدية وعلى المبالغ التي يسمح بعبورها الحدود، وإحدى النتائج العملية المعلنة فيما يتعلق بالدمج الحديث لماستر كارت، ومودنكس (شركات مالية إلكترونية)، هو أن دمج أنظمة الدفع الفوري والمدين قد يزيد من المراجعة المالية للصفقات الصغيرة وفقاً للحدود التي يضعها المشرعون القوميون. والأهم من كل هذا، هو أن وضع هذه المفاهيم الجديدة الخاصة بالدفع والمتعلقة بالنظام المالي القائم حالياً غير واضحة، والمضمون الاقتصادي والقانوني الأكثر اتساعاً، والذي قد يعمل (ولو جزئياً) خارج نظام الصرف ليس واضحاً تماماً، وهما لهما أهمية كبرى للسياسات المالية والنقدية وتحديد القرارات المالية⁵⁶.

ثالثاً: الخدمات المتخصصة: وتشمل جميع أنواع الاستشارات والخدمات الطبية والتعليمية والحاسوبية، فكل هذه الخدمات أصبحت متاحة وبشكل كبير عبر الإنترنت، وأي خدمة تعتمد عموماً على المعلومات من المحتمل أن تلحق نفسها بالخدمة الإلكترونية، فضلاً عن أن وصول الإنترنت للأفراد والشركات الصغيرة من المحتمل أن يزيد من قدرتها وسيساعد الأعمال التجارية الصغيرة على المنافسة في الأسواق العالمية. هناك منتجات يمكن تسليمها إلكترونياً ومثلها الخدمات الطبية والتعليمية حيث يتم طلبها ودفع ثمنها على الخط، وهناك سلع وخدمات لا يمكن تسليمها إلكترونياً، ولكنها تسلم للمستهلك بشكل ملموس⁵⁷.

وتعد المرحلة الإلكترونية لهذه الصفقات نوعاً من خدمات التوزيع، وينصب الجزء الأكبر من هذا النوع على الأعمال التجارية، فالشركات تبيع وتشتري بصورة متزايدة باستخدام الخط، لكن التسويق

⁵⁶ محمد، أحمد سويسبي. 10 مايو 2013م. "المصارف الإلكترونية". موسوعة الاقتصاد والتسويق الإسلامية. <http://iefpedia.com>.

ص 6.

⁵⁷ الصحن، محمد فريد. 1989م. العلاقات العامة المبادي والتطبيق. الاسكندرية: الدار الجامعية. ص 49-50.

الإلكتروني بواسطة المستهلك العادي يتزايد أيضاً، ومن الناحية القانونية فإن شراء السلع بهذه الطريقة لا يختلف عن طلب السلع ودفع ثمنها بالهاتف أو البريد، وإذا كانت السلع المطلوبة يتم استيرادها فإن الاستيراد يخضع للتعريفات المفروضة والالتزامات الأخرى التي تفرضها الجات⁵⁸.

الخدمات التي لا تسلم إلكترونياً: وهي تتم على الإنترنت بصورة كبيرة، ومثالها: حجز تذكرة السفر وحجز الفنادق، والملاحظ أن بيع وتسويق خدمات النقل الجوي وخدمات نظام الحجز بالكمبيوتر هما نوعان من القطاعات الفرعية لصناعة النقل الجوي التي تغطيها الجات، وهي تعتمد بصورة كبيرة على الوصول للإنترنت⁵⁹.

رابعاً: خدمات الاتصالات: تعد خدمة الاتصالات جزءاً أساسياً من أسس التجارة الإلكترونية وتزداد أهميتها مع التقدم المذهل الحاصل فيها وتوسع مجالاتها. ومن المنتظر أن تمتد التجارة الإلكترونية لمجالات متعددة مثل مجال الصحافة والمجال السياحي وغيرها من المجالات. ومن الملاحظ أن تجارة الخدمات تزداد بصورة كبيرة على المستوى الدولي، فهي تمثل ربع التجارة العالمية، وتزداد بشكل ثابت كنسبة من النشاط الاقتصادي، حيث بلغت الآن أكثر من 60% من إجمالي الناتج القومي في الدول المتقدمة وحوالي ثلثي التوظيف الكلي. إن بوسع المنشآت التجارية، كبيرها وصغيرها، أن تستعمل تكنولوجيا المعلومات

⁵⁸ الجات GATT: هي اختصار عن اللغة الإنجليزية: الاتفاقية العامة للتعريف الجمركي والتجارة وعقدت في تشرين الأول /أكتوبر 1947م، بين عدد من البلدان تستهدف التخفيف من قيود التجارة الدولية وبخاصة القيود الكمية مثل تحديد كمية السلعة المستوردة وهو ما يعرف بنظام الحصص وقد تضمنت خفض الرسوم الجمركية على عدد من السلع. وتشتمل هذه الاتفاقية على بعض أحكام ميثاق هافانا بأن الأمم المتحدة تساعد الدول الأعضاء في الاتفاقية على أدارتها ويرجع اسمها إلى الأحرف الأولى من اسمها بالإنجليزية. تطورت لتصبح اليوم إلى ما يعرف بمنظمة التجارة العالمية WTO. واتخذت من مدينة جنيف في سويسرا مقراً لها وهي اتفاقية غير ملزمة لأعضائها وهي اتفاقية للتجارة في السلع (السلع الصناعية). د. ك. 20 أبريل 2013م. "جات". ويكيبيديا الموسوعة الحرة.

<http://ar.wikipedia.org>

⁵⁹ علي، أواز حكمت محمد. 25 سبتمبر 2013. "تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات". مجلة المعلوماتية. ع21. <http://informatics.gov.sa>

والاتصالات لتشجيع الابتكار وتحقيق مكاسب في الإنتاجية وتخفيض تكاليف المعاملات التجارية والانتفاع بإمكانيات الشبكات. ودعماً لهذه العملية يتعين على الحكومات أن تحفز الإطار التنظيمي، من خلال توفير الخدمات التي تساعد على إيجاد بيئة مواتية، من أجل تشجيع تطبيقات ومحتوى الاستثمار الخاص، على أساس البنية التحتية عريضة النطاق والمتاحة على نطاق واسع.⁶⁰

UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA
جامعة العلوم الإسلامية الماليزية
ISLAMIC SCIENCE UNIVERSITY OF MALAYSIA

⁶⁰ اللبان، درويش شريف. 2000م. تكنولوجيا الإتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص102.

المبحث الثالث : خصائص ومعوقات التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية.

تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تختلف بها وتميز عن التجارة التقليدية ومن هذه الخصائص:

1- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدين: التلاقي بين طرفي التجارة يكون عن بعد، حيث انعدام العلاقة المباشرة لأن التلاقي يتم من خلال شبكة الاتصالات⁶¹، تكون غير مباشرة، أي لا يحدث تلاقي بين طرفي التعاقد⁶²، تدور المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس العقد للاتفاق على تفاصيل العقد المتوقع إبرامه بينهما (عقد البيع، إيجار، 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 العقد بالمعنى التقليدي، أو مفاوضات جارية للاتفاق على شروط التعاقد، لأن البائع يكون في مكان والمشتري قد يبعد عنه بآلاف الأميال، كما قد يختلف التوقيت الزمني أيضاً بين مكاني المشتري والبائع رغم وجودهما على اتصال عن طريق أجهزة الكمبيوتر أو بين إرسال الرسالة الإلكترونية وتلقيها من المرسل إليه بسبب عدم إنزال الرسائل من على الشبكة أو التأخر في إرسالها لتعطيل الشبكة. بل قد يغيب العنصر البشري تماماً وتراسل الأجهزة بينهما ونفا للبرامج المعدة لها التي تقوم في بعض الشركات بمجرد المخزون من سلعة معينة وتضع أوامر جديدة للشراء للموردين، إذا نقص

⁶¹ رضوان، رأفت. 1999م. الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية. ص17.

⁶² حميدة، كريمة، 5 مايو 2013م. "التجارة الإلكترونية". شبكة الألوكة . <http://www.alukah.net/Spotlight/>.

المخزون عن حد معين وتقوم أجهزة الكمبيوتر لديهم باستلام أوامر الشراء وتنفيذها وإرسال فواتير البيع دون تدخل العنصر البشري⁶³.

2 - وجود الوسيط الإلكتروني: وهو جهاز الحاسب (الكمبيوتر) لدى كل من الطرفين المتعاقدين، والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم تباعد المكان والموطن الذي يقيمون فيه. وعادة ما تصل الرسالة في ذات الوقت إلى المرسل إليه إلا أنه إذا حدث عطل في الشبكة أو انخيار لها فقد لا تصل الرسالة أو تصل مغلوبة أو غير مقروءة⁶⁴، وقد تخصص عدد من الشركات في إعداد البرامج المتوافقة مع أجهزة الكمبيوتر في مجالات المحاسبة والإعلان والتسويق وخدمات البيع والعديد من الخدمات الأخرى التي لا تقع تحت حصر، مما ساهم في سرعة إنجاز الأعمال بأقل تكلفة ممكنة وسهل على الشركات والأفراد التحول من النظام المكتبي الروتيني إلى استخدام الكمبيوتر في كل ما يمكن توفيره من عمليات. السهولة في إبرام الصفقات، فمن خلال النقر على مفاتيح الحاسوب، يعقد العقد⁶⁵.

3- سرعة الاتصالات بين أطراف العقد مما يوفر الوقت والجهد⁶⁶: فالتجارة الإلكترونية تمتاز بالسرعة في الاتصال بين الأطراف، وفي تبادل البيانات والاتفاق في أسرع وقت ممكن. وتمتاز بالسرعة في إنجاز الأعمال وتلافي العديد من الأوراق المكتبية التي كانت تصاحب أوامر البيع والشراء وشحن البضاعة⁶⁷، غير أن الأمان في إرسال الرسائل عن طريق الكمبيوتر ما زال مشكلة قائمة لم يتم التغلب عليها كلياً، لأن البعض تخصصو في الدخول على الحاسبات وإرسال الرسائل المغلوطة، وتوافرت له

⁶³ الذيب، جمال عبود. 2006م. "حكم التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية". ص12.

⁶⁴ عمار، انور. 5 مايو 2013م. "التجارة الإلكترونية". مجلة المصري. ع 26. <http://www.bankofsudan.org/arabic>.

⁶⁵ فلاح، يحي يوسف. 2007م. التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية. ص13

⁶⁶ تيشوري، عبد الرحمن. 25 أبريل 2013م. "التجارة الإلكترونية وأثرها المتوقعة". الحوار المتمدن. العدد 1377.

<http://www.ahewar.org>

⁶⁷ الكسواني، عامر محمود. 2008م. التجارة عبر الحاسوب. عمان: دار الثقافة. ص35.

المعرفة التقنية التي ساعدتهم على الدخول إلى حاسبات البنوك والحكومات، أو سحب أموال من حسابات عملاء في البنوك بإرسال أوامر إلى الكمبيوتر المركزي في البنوك لعمل عمليات نقل مصرفي أو غيرها من حساب إلى آخر وتحويل أرصدة من داخل البلاد إلى خارجها، بل إن الأمر ذهب إلى أبعد من ذلك بدخول هؤلاء القراصنة إلى أجهزة الحاسبات المركزية لبعض المراكز الحساسة مثل أجهزة المخابرات والقوات المسلحة⁶⁸.

4- الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية: أو بالأحرى الوسائط الإلكترونية التي تجري من خلالها أنشطة هذه التجارة، لا سيما الإنترنت، لاتعرف الحدود المكانية أو الجغرافية. إمكانية إجراء المخاطبة الفورية بالصوت والصورة، بلا حواجز، أو قيود، وهذا يؤدي إلى زيادة حجم التجارة الإلكترونية⁶⁹.

5- غياب المستندات الورقية: حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدءا من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونيا دون تبادل مستندات ورقية⁷⁰. الاعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات، بحيث أن كافة العمليات تتم بين طرفي المعاملة إلكترونيا دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات⁷¹.

⁶⁸ الذيب، جمال عبود. 2006م. "حكم التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية". ص13.

⁶⁹ المومني، عمر حسن. 2003م. التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية دراسة قانونية وتحليلية مقارنة. الأردن: دار وائل. ص29

⁷⁰ العيسوي، إبراهيم. 2003م. التجارة الإلكترونية. ص31-32.

⁷¹ العوضي، أحمد عبد الله. 2010م. "العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية". مجلة الاقتصاد والمجتمع. الجزائر: جامعة منتوري. العدد6. ص169.

6 - قلة تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية: مقارنة بـ تكلفة إنشاء المتاجر التقليدية، فلا يحتاج إنشاء المتجر الإلكتروني إلى تكاليف عالية، كإنشاء مباني، ومخازن، وآلات، وإنما يحتاج إلى إنشاء موقع على شبكة الإنترنت، لعرض السلع والبضائع للمستهلكين، وترويجها⁷².

7 - التجارة الإلكترونية تفتح مجالات واسعة للمنافسة: وهذا يُهيئ المستهلك إمكانية اختيار أفضل البضائع بأقل الأسعار⁷³، وهو ما يريده المستهلك. فهو دائم البحث عن أفضل السلع، ولكن يهمله أيضاً ثمن هذه السلع مما يدفعه إلى البحث عن السعر الأقل. وهذا يكون في باب المنافسة بين الشركات التي تقوم بإعطاء أفضل الأسعار للمستهلكين، فكان تخفيض الأسعار من فوائد التجارة الإلكترونية⁷⁴.

المطلب الثاني: عيوب ومعيقات التجارة الإلكترونية.

أولاً: عيوب التجارة الإلكترونية: عيوب عامة مردّها الخوف الناشئ من استخدام الإنترنت في التعاقدات عن بُعد لدى المتعاملين، لأن الكثير منهم لا يزالون يعتبرونها بيئة غير آمنة وذلك لكثرة المشاكل التي تواجههم كمستخدمين للشبكة⁷⁵ ويمكن حصر هذه العيوب في النقاط الآتية:

1- التجسس والسرقة والاختلاس والخوف من تدمير البيانات والمعلومات.

⁷² أبو الهيجاء، محمد إبراهيم. 2005م. عقود التجارة الإلكترونية. ص 31.

⁷³ فلاح، يحي يوسف. 2007م. التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية. ص 13.

⁷⁴ حميدة، كريمة، 5 مايو 2013م. "التجارة الإلكترونية".

⁷⁵ مسعداوي يوسف وسعيد جيلة. 25 يوليو 2013م. "وسائل الدفع الإلكترونية". موسوعة الاقتصاد والتمويل الإسلامي.

7. <http://iefpedia.com/arab>.

2- القدرة على التزوير والاختراق عن طريق ما يعرف بالقرصنة الإلكترونية⁷⁶.

3- ظهور مشاكل في حقوق المتعاملين بالتجارة الإلكترونية نتيجة عدم تهيئة البيئة القانونية بشكل

يتناسب مع التجارة الإلكترونية ويحفظ حقوق البائع والمشتري⁷⁷.

أحياناً قد تقوم المواقع الإلكترونية بإفشاء أسرار العمل. ومن شأن هذا أن يؤدي إلى انتهاء خصوصية المتعاملين⁷⁸.

ثانياً: معوقات التجارة الإلكترونية: صاحبت التجارة الإلكترونية بعض المعوقات⁷⁹، وهذه المعوقات تمثل السبب في ظهور العيوب أعلاه، ويمكن حصر أهم هذه المعوقات في التالي:

1- غلبة عنصر المخاطرة في هذا النوع من التجارة بسبب ضعف الثقة لحداتها وسهولة التلاعب في المعاملات التي تجري من خلالها، وتأثير بعض الجوانب السيئة عليها والخشية أيضاً من اختراق قراصنة شبكة الإنترنت⁸⁰.

2- عدم كفاية عنصر الأمان بالنسبة لوسائل الدفع والسداد⁸¹.

⁷⁶ الوائلي، خليفة بن عبد الله بن سعيد. 2011م. عقود التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت. ص70.

⁷⁷ الماحي، حسين. 2003م. "نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية". المؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية. الإمارات العربية المتحدة. الفترة من 26-28 أبريل. ص163.

⁷⁸ فلاح، يحي يوسف. 2007م. التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية. ص14.

⁷⁹ على رغم من كل هذه العيوب التي تؤخذ على التجارة الإلكترونية إلا أن العالم يشهد اليوم تطوراً كبيراً وملحوظاً في مجالي هذا وهناك زيادة فعلية وواضحة في حجم التجارة الإلكترونية بصورة تفوق الخيال والتوقعات لكل الشركات المتخصصة في مثل هذا المجال من الدراسات والتحليل وإعداد التنبؤات. الأمر الذي أدى إلى حدوث تفاوت كبير بين الأرقام الصادرة من المراكز البحثية المختلفة عن نفس الفترة الزمنية للمنطقة نفسها تحت الدراسة. هذا الأمر أحدث إرباك في عمل هذه المراكز المتخصصة، والتي أصبحت في الوقت الراهن تصدر عدة نشرات (تقارير) للتنبؤات بشكل دوري. والمتابع لهذه الدوريات يلحظ الاختلاف الكبير في أرقام هذه الإصدارات المتتالية. النعيمي، قاسم. 19 يونيو 2013م. "التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة". كنانة أونلاين. <http://kenanaonline.com>.

⁸⁰ أبو الهيجاء، محمد إبراهيم. 2005م. عقود التجارة الإلكترونية. ص32.

3- عدم إدراك كثير من الشركات لمخاطر الاقتصاد الإلكتروني، مما جعلها ضحية لمخاطر التجارة الإلكترونية، ذلك أنها شرعت في الإنجاز عبر الإنترنت دون أن يكون لديها الاستعدادات اللازمة لمواجهة المخاطر الناشئة عن ذلك⁸².

4- انعدام طرق عملية وآمنة للتوقيع الإلكتروني، وحماية الشبكات، ومواقع التجارة الإلكترونية من القرصنة، والمتطفلين، والبرورين، والمتنصتين، وسرقة أرقام بطاقات الائتمان لزبائن التجارة الإلكترونية وهذا ما يسبب أضراراً فادحة للمستهلكين، وقد تعطل المواقع على شبكة الإنترنت⁸³.

5- غياب الوعي اللازم بكيفية إجراء المعاملات عبر شبكة الإنترنت، ما يجعل المتعاملين فريسة سهلة للقرصنة والمحتالين⁸⁴.

6- عوائق قانونية تتعلق بالأنظمة والقوانين من حيث توفرها وتطبيقها بين الدول⁸⁵، وغياب الإطار التشريعي الوافي والواضح المنظم للتجارة الإلكترونية، وبخاصة في الدول النامية⁸⁶.

⁸¹ برهم، نضال إسماعيل. 2005م. أحكام عقود التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر. ص19.

⁸² صالح، إقبال سعد. 15 يونيو 2013م. "التجارة الإلكترونية". موقع جامعة الملك عبد العزيز. <http://www.kau.edu.sa>.

⁸³ العلاق، بشر عباس. 2003م. تطبيقات الإنترنت في التسوق. عمان: دار المناهج. ص187.

⁸⁴ أبو الهيجاء، محمد إبراهيم. 2005م. عقود التجارة الإلكترونية. ص32.

⁸⁵ سهاونة، مهند وآخرون. 2004م. أسس تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ص9.

⁸⁶ فلاح، يحي يوسف. 2007م. التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية. ص15.

7- ضعف قطاع الاتصالات، وخاصة في الدول النامية. وعدم توفر البنية التحتية التي تحتاج إليها شبكات الاتصالات والمعلومات في جميع الدول مما يجعلها مقتصراتاً وحكراً لبعض الدول في العالم دون

غيرها⁸⁷.

8- ضعف الإلمام باللغة الإنجليزية مع العلم أن هذه اللغة يتم تداولها عبر شبكة الإنترنت بنسبة 89.5% مقارنة مع اللغات الأخرى. وكذلك انتشار الأمية، والجهل بالقراءة والكتابة، والأمية المعلوماتية

في المجتمع، وهذا من شأنه أن يحد من انتشار التجارة الإلكترونية⁸⁸.

⁸⁷ النعيمي، قاسم. 19 يونيو 2013م. "التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة".

⁸⁸ أبو الهيجاء، محمد إبراهيم. 2005م. عقود التجارة الإلكترونية. ص33.