

العنوان:

إدارة عقود التجارة الإلكترونية دراسة حالة الجزائر

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير

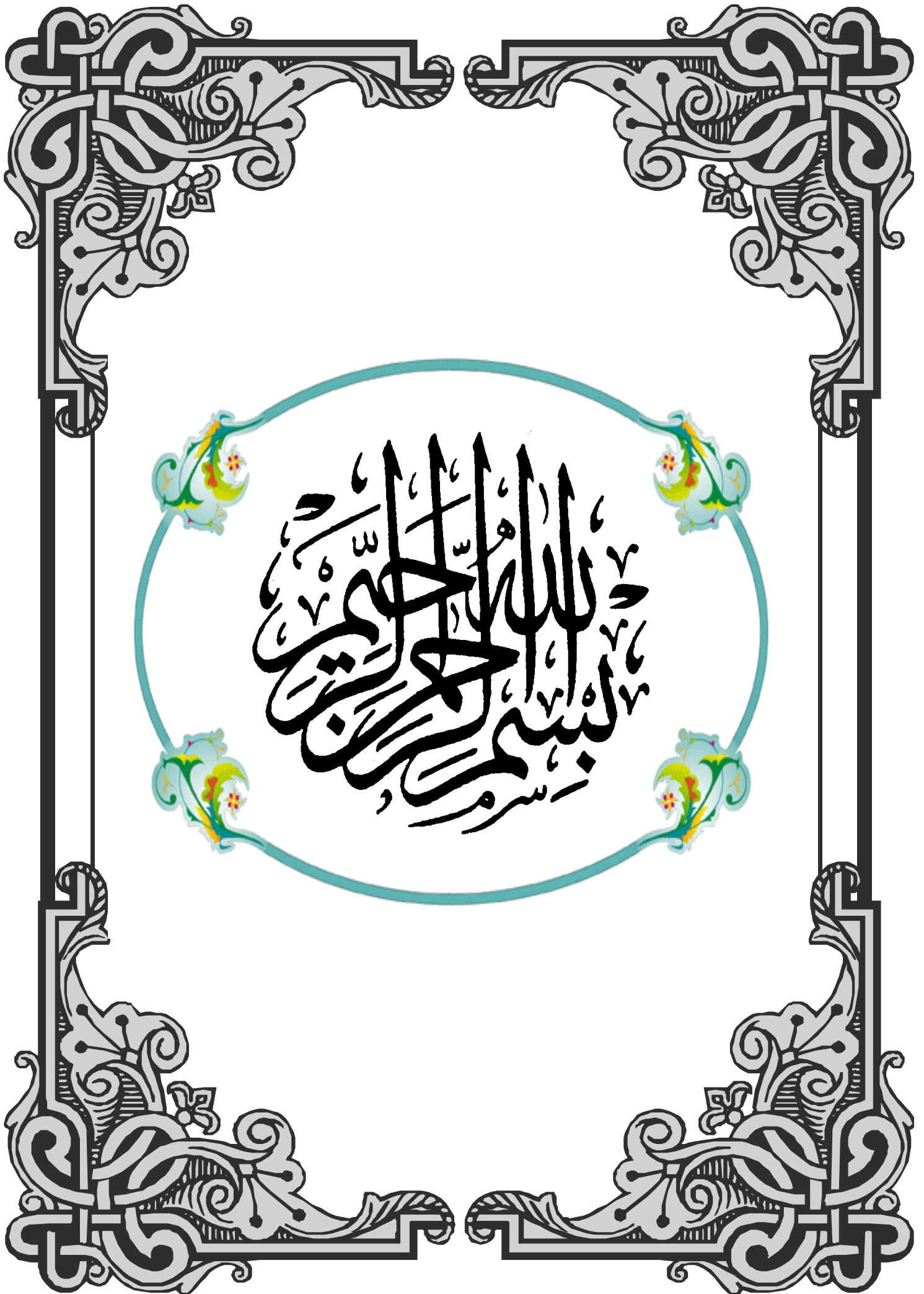
تخصص: إدارة أعمال التجارة الدولية

من إعداد الطالب : دشوشة زين العابدين

أمام لجنة المناقشة المكونة من :

الصفة	الجامعة	الإسم و اللقب
رئيسا	جامعة المسيلة	أ / قراوي أحمد الصغير
مناقشا	جامعة المسيلة	أ / زاوش رضا
مشرفا	جامعة المسيلة	أ/ حميني ياسين

السنة الجامعية : 2015/2014



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك

ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك

ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله جل جلالك

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ... نور العالمين

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى كل من كلله الله بالهيبة والوقار إلى كل من علمني العطاء بدون انتظار

إلى كل من أحمل اسمه بكل افتخار

والذي العزيز

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة

إلى كل من هم أقرب من روعي وبهم استمد عزتي وإصراري أخي وأخواتي.

تحية خالصة إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو بعيد



كلمة شكر وعرفان



قال تعالى: ﴿رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ

وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ﴾ النمل 19

ومصدرافا لفظه تعالى: ﴿لئن شكرتم لأزيدنكم﴾

﴿لَا يَشْكُرُ اللَّهُ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ﴾ رواه أحمد (7755)، وأبو داود (4198)

نتقدم بالشكر لله تعالى على فضله ومنته أن هدانا وأهدانا بالعزم والإرادة لإنجاز هذا العمل المتواضع كما نتقدم بفائق الاحترام والشكر والامتنان للأستاذ المشرف " حميني ياسين " الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة بل تمام هذا العمل على أحسن وجه.

كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة وإدارة فسم علوم التسيير خاصة الأستاذ فروش

عبسي

ونشكر أيضا كل من مد لنا يد العون من قريب أو بعيد من زملائنا الكرام والشكر الجزيل لكل من ساهم في إنجاز هذا العمل.

نقول لهم جميعا جعل الله سبحانه في ميزان حسناتكم



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء

كلمة شكر وعرفان

أ ج	مقدمة عامة.....
8	الفصل الأول : الانترنت والتجارة الالكترونية.....
9	تمهيد.....
9	- المبحث الأول : ماهية الأنترنت
9	المطلب الأول : مفهوم شبكة الانترنت
9	المطلب الثاني : تطور شبكة الانترنت.....
11	- المبحث الثاني : ماهية التجارة الالكترونية.....
11	المطلب الأول : مفهوم التجارة الالكترونية وأنواعها
11	أولا مفهوم التجارة الالكترونية.....
13	ثانيا أنواع التجارة الالكترونية
15	المطلب الثاني : مزايا وعيوب التجارة الالكترونية ومستقبلها.....
15	أولا : مزايا التجارة الالكترونية.....
22	ثانيا عيوب التجارة الالكترونية
25	ثالثا : مستقبل التجارة الالكترونية
25	المطلب الثالث : معوقات التجارة الالكترونية

27.....	خلاصة الفصل الأول
27	الفصل الثاني : عقود التجارة الالكترونية.....
28.....	تمهيد.....
28.....	- المبحث الأول : مفهوم عقود التجارة الالكترونية
28.....	المطلب الأول : تعريف عقود التجارة الالكترونية
29.....	المطلب الثاني : تمييز عقود التجارة الالكترونية عن بعض العقود الأخرى
34.....	المطلب الثالث : زمان ومكان إبرام العقد الالكتروني
38.....	- المبحث الثاني : آثار العقد الالكتروني
39.....	المطلب الأول : الدفع ببطاقات الائتمان المصرفية الالكترونية.....
39.....	المطلب الثاني : الدفع بواسطة النقود الالكترونية.....
40	المطلب الثالث : الدفع بواسطة محفظة النقود الالكترونية.....
40	المطلب الرابع : الدفع بواسطة الشبكات الالكترونية.....
40.....	المطلب الخامس : الدفع بواسطة الاستعانة بوسيط.....
41.....	- المبحث الثالث : انعقاد العقد الالكتروني
41.....	المطلب الأول : الإيجاب في العقد الإلكتروني
43.....	المطلب الثاني : القبول في العقد الإلكتروني
44.....	- المبحث الرابع : إثبات عقد التجارة الالكترونية.....
44.....	المطلب الأول : الكتابة الالكترونية..
44.....	أولا : مفهوم الكتابة.....
45.....	ثانيا : الشروط الواجب توافرها في الكتابة اليدوية للاعتماد عليها في الإثبات.....

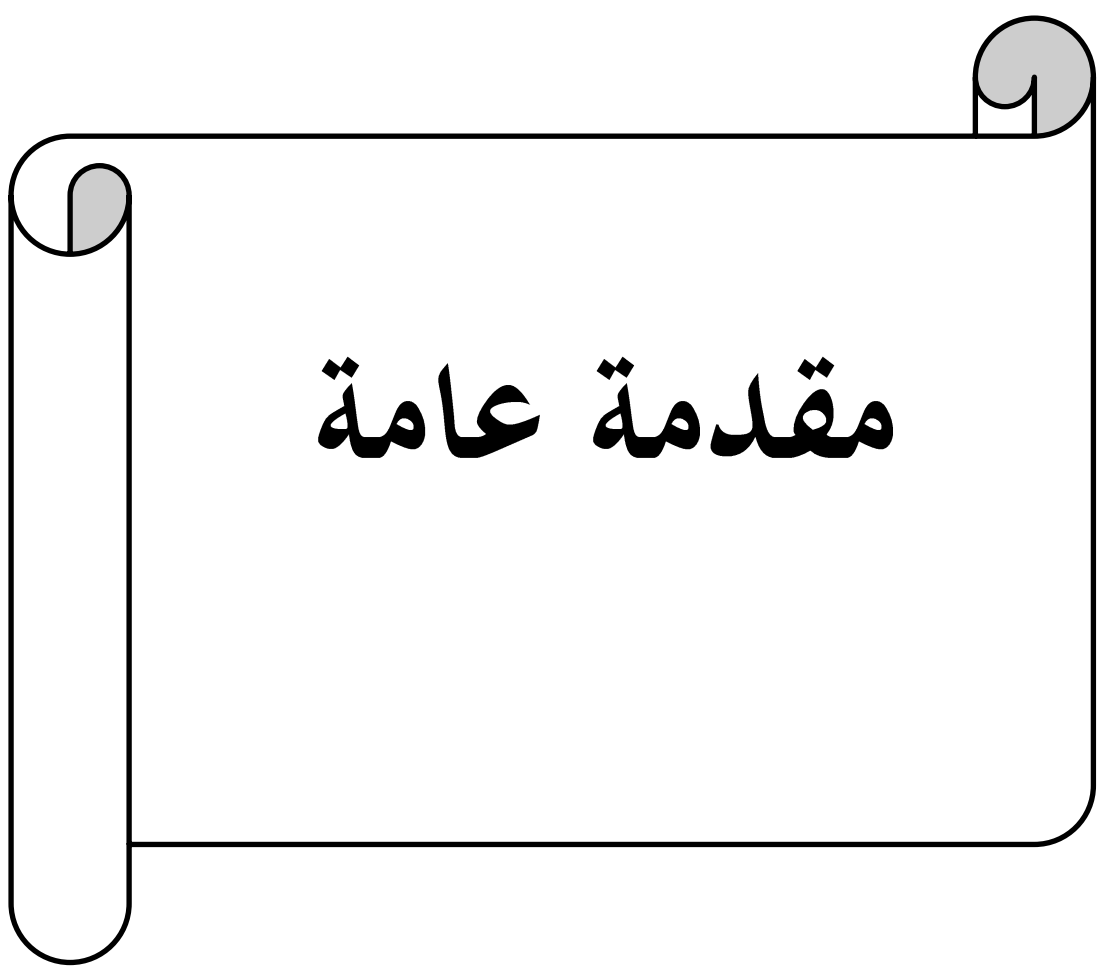
المطلب الثاني : التوقيع الالكتروني.....	48
أولا : مفهوم التوقيع الالكتروني	48
ثانيا : شروط التوقيع الالكتروني.....	48
ثالثا : حجية التوقيع الالكتروني في الإثبات.....	50
رابعا : نطاق قبول التوقيع الالكتروني	53
خلاصة الفصل الثاني	59
الفصل الثالث : إدارة عقود التجارة الالكترونية في الجزائر	59
تمهيد	60
- المبحث الأول : نظرة المشرع الجزائري لعقود التجارة الالكترونية.....	60
المطلب الأول : تصنيفات عقود التجارة الالكترونية في الجزائر.....	60
المطلب الثاني : تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر.....	62
- المبحث الثاني : مشاريع استخدام العقود الالكترونية في الجزائر	64
المطلب الأول : مشروع الجزائر الالكتروني 2013.....	65
المطلب الثاني : المشاريع الهيكلية والمؤسسية	67
المطلب الثالث : المشاريع التنفيذية.....	69
- المبحث الثالث : واقع استخدام العقود الالكترونية في الجزائر.....	69
المطلب الأول : عوائق عقود التجارة الالكترونية في الجزائر.....	70
المطلب الثاني : الحلول المستخدمة لتحسين عقود التجارة الالكترونية في الجزائر.....	73
الخاتمة.....	80

فهرس الجداول:

الصفحة	المحتوى	رقم الجدول
17	فرص وفوائد التجارة الالكترونية للموردين و المستهلكين	01

فهرس الأشكال:

الصفحة	المحتوى	رقم الشكل
13	ماهية التجارة الإلكترونية	01
61	طبيعة الأنشطة الممارسة عبر الانترنت طيلة اليوم	02



مقدمة عامة

مقدمة عامة :

تطور العالم تطورا كبيرا في الحقبة ، وأدى هذا التطور إلى ظهور كثير من وسائل الاتصالات والمواصلات لخدمة المجتمع ، فأصبح بإمكان أي شخص الذهاب إلى أي مكان في العالم ، في وقت لا يكاد يذكر بالنسبة إلى الوقت الذي كان يستغرقه في سفره في الحقبة الماضية .

ورافق تطور المواصلات تطور كبيرا في وسائل الاتصالات ، فأصبح الإنسان لا يتصور المرحلة التي وصل إليها العالم في بعض الحالات جراء هذا التطور الهائل في العالم .

وكان الحدث الأبرز في هذا التطور ظهور شبكة الانترنت وهي الشبكة العالمية التي تمكن الشخص الاطلاع على أحداث العالم لحظة بلحظة ، وهو جالس في بيته ، فأصبح العالم قرية صغيرة ، لا بل بيتا صغيرا ، يرى الإنسان العالم من حوله ، كأنه في قلب الحدث عبر هذه الشبكة العالمية ، وبهذا التطور كان لا بد من تسخير هذه الشبكة لخدمة البشرية والاستفادة من سرعتها ، وقدرتها على الاتصال في أي مكان في العالم .

فأصبح كل إنسان يسخر هذه الشبكة في تحقيق مصلحته الخاصة ، فالتاجر يستخدمها في عرض بضاعته وتسويقها والاطلاع على ما هو جديد من البضائع العالمية ، والتعرف على أشعارها ، وهذا كله أدى به إلى محاولة البيع والشراء عبر شبكة الانترنت ، ومحاولة التعرف على الوسائل التي يمكنه من ذلك ، فاهتدي إلى العقود الالكترونية وهي تعني القيام بإبرام العقود التجارية عبر شبكة الانترنت .

وهذه العقود لا بد من وضع القوانين والأنظمة التي تنظمها في ظل سهولة انتشار المعلومات عبر هذه الشبكة ، ووجود إمكانية لتغييرها ، والتلاعب بها قبل أن يوصلها مستخدموا الشبكة إلى الطرف الآخر، فأصبحت كل دولة تضع القوانين اللازمة لتنظيم هذه العقود وكيفية التعامل بها .

إشكالية الدراسة :

نتيجة للتقدم التكنولوجي والتطور الحاصل في التجارة الالكترونية بما فيها إبرام العقود عبر شبكة الانترنت عاد بالفائدة الكبيرة على العالم وعلى البشرية جمعاء ، وهذا ما أدى إلى تنظيم هذه العقود ، وإيجاد القواعد القانونية التي تنظمها ووضع اتفاقيات دولية في شأنها ، ولكن المشكلة تكمن في أن هذه العقود حديثة النشأة ، وان هناك كثير من

الدول تفتقر إلى كيفية إدارة هذه العقود خاصة في الدول النامية ، لان نشوء هذه العقود كان في الدول المتقدمة ، فهذا ما جعلها السبابة في وضع القوانين المناسبة لها .

ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية :

كيفية ندير هذه العقود إلكترونية ؟

• وبناءا على هذا التساؤل يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية :

- 1- ما مفهوم التجارة الالكترونية ؟ .
- 2- ما معوقات التجارة الالكترونية ؟ .
- 3- ماهية التوقيع الالكتروني في الإثبات ؟ .
- 4- ما هي طبيعة العقود الالكترونية ؟ .
- 5- ما هو القانون الذي يحكم العقود الالكترونية ؟ .
- 6- ما واقع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أثناء التعامل بالعقود الالكترونية ؟ .

فرضيات الدراسة :

للإجابة على مختلف التساؤلات السابقة يمكن تحديد مجموعة من الفرضيات نوجزها فيما يلي:

- 1- تعتبر التجارة الالكترونية عملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة الاتصالات.
- 2- تتعرض التجارة الالكترونية لعدة معوقات لعدم كفاية عنصر الأمان بالنسبة لوسائل الدفع ولحدائيتها وسهولة التلاعب في التعاملات التي تجري من خلالها .
- 3- يعتبر التوقيع الالكتروني واجب وضروري في إثبات العقد الالكتروني حتى يكون بين الطرفين (الإيجاب) .
- 4- تعتبر العقود الالكترونية لإبرام عمليات البيع والشراء عبر شبكة الانترنت ابتداء من الإيجاب حتى القبول .

5- تخضع العقود الالكترونية لعدة قوانين واتفاقيات دولية ، وكل دولة تجتهد في وضع قوانين تحكم هذا النوع من التجارة .

6- تحاول المؤسسات الجزائرية الدخول إلى السوق وبهذا وجب عليها دخول التجارة الالكترونية ومنافسة الشركات الكبرى ، وبهذا وجب عليها حماية مواقعها الالكترونية .

أهمية الدراسة :

نظرا لانتشار العقود عبر شبكة الانترنت ، وقيام كثير من التجار والعاملين بإبرام عقود البيع والشراء عبر هذه الشبكة ، كان من الضروري القيام بهذه الدراسة للتعرف على دراسة هذه العقود وكيفية إبرامها ، وتعد العقود الالكترونية حديثة النشأة نسبيا لذلك فهي بحاجة إلى بحث عميق للاطلاع على القوانين والاتفاقيات الخاصة بها والقواعد التي تنظمها .

وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تحاول تنظيم العقد الالكتروني بكل جوانبه ، ابتداء من الإيجاب والقبول إلى إبرام العقد الالكتروني كيفية إثباته في حالة وجود نزاع معين حول العقد لبيان مدى حجية المحررات ، والتوقيع الالكتروني ، للاعتماد عليها في الإثبات .

أهداف الدراسة :

- إبراز أهمية شبكة الانترنت في عملية البيع والشراء .
- التعرف على التجارة الالكترونية وبيان بعض معوقات ومحاوله معالجتها قدر الإمكان .
- توضيح زمان ومكان العقد الالكتروني .
- بيان كيفية الإيجاب والقبول في العقد الالكتروني .
- كيفية إثبات العقد الالكتروني .
- التأكيد على ضرورة التجارة الالكترونية وطريقة إبرام العقود الكترونيا لتقريب السلعة من المستهلك .

أسباب اختيار الموضوع :

ما دفعنا لاختيار هذا الموضوع هو الأهمية الكبيرة التي تقدمها للأفراد ، المؤسسات والحكومات ، ولما يحمله هذا الموضوع من اهتمام باعتباره حتمية لا بد منها للدخول إلى التجارة العالمية .

ولأن التجارة الالكترونية قد قطعت أشواطاً كبيرة في العالم فهذا جعلنا نعطي الاهتمام إلى هذا النوع من التجارة ونبرم العقود الكترونياً مما يساعد في تحقيق الحاجات بأقل التكاليف .

هيكلية الدراسة :

حتى نعطي الموضوع حقه من التحليل والتدقيق وتبسيط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه قمنا بتجزئة هذا البحث إلى ثلاث فصول :

الفصل الأول يتناول المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتجارة الالكترونية وتوضيح لمفهوم الانترنت باعتبارها البيئة الملائمة للتجارة الالكترونية ، بالإضافة إلى التطرق لمختلف أنواع التجارة الالكترونية والمزايا والعيوب التي تقدمها. أما الفصل الثاني فيتناول عقود التجارة الالكترونية وتوضيح مفهومها زمان ومكان إبرام هذه العقود ، وكيفية إثبات العقد الكترونياً ، ومدى حجية التوقيع الالكتروني في الإثبات .

في حين ركزنا في الفصل الثالث على إدارة عقود التجارة الالكترونية في الجزائر ، من خلال تشخيص وضع هذه العقود في الجزائر الاستراتيجيات التي وضعتها الجزائر لاستخدام وتطبيق العقود الالكترونية ، ومعظم العوائق التي تعارض نموها والحلول التي تزيد من تطورها .

صعوبات الدراسة :

(1) - عدم توفر بيانات ومعلومات دقيقة وحديثة بشأن إدارة العقود الالكترونية في الجزائر ، ما أدى إلى صعوبة قياس مدى تقدم الجزائر في تبني هذه العقود .

(2) - إهمال الجهات المختصة لهذا النوع من العقود بقلة الدراسات والإحصائيات .

(3) - قلة المراجع الحديثة المخصصة في عقود التجارة الالكترونية وخاصة في الجزائر .

الفصل الأول

الأنترنت والتجارة الإلكترونية

تمهيد :

احتلت الانترنت مكانا بارزا في حياة العالم وتطوره ، حتى اصبحت تستخدم في الكثير من مجالات الحياة ،
فيمكن الدخول الى الانترنت للحصول على المعلومات ، والاحبار في اي وقت ، والاستخدام الاحداث للأنترنت هو
ممارسة التجارة عن طريق هذه الشبكة .

المبحث الأول : ماهية الأنترنت

المطلب الأول : مفهوم شبكة الأنترنت

Ente و net اثني هما الأنترنت " مصطلح اجنبي يتألف من مقطعين فالأول تقصد به البنية والثاني يقصد به الشبكة وعند دمج المقطعين تكون الشبكة المتصلة او البنية " (1)

وتعرف الأنترنت بأنها : " مجموعة هائلة من اجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها بحيث يتمكن مستخدموها من المشاركة في تبادل المعلومات والحواسيب والاسلاك ، وانما تحتوي على مجموعة كبيرة من البرامج اللازمة لعمله مثل المعدات والحواسيب والاسلاك والمستخدمين لها " (2)

كما تعرف شبكة الأنترنت بأنها : " احدى اهم الوسائل الاتصال الحديثة للتفاوض وإبرام العقد وتنفيذه، تعتمد على أجهزة الحاسب الآلي في التعبير عن الادارة وتبادل الايجاب والقبول بين الاشخاص في مختلف أنحاء العالم وبسرعة فائقة " (3)

المطلب الثاني: تطور شبكة الأنترنت.

الأنترنت كغيرها من الاختراعات الحديثة التي لم تأت فجأة ، وانما تطورت باستمرار حتى وصلت في العصر الحالي الى شبكة عالمية ، تشمل جميع نواحي الحياة وتعم بالفائدة على العالم جميعه ولها سلبيات ايضا ، ويرجع بعض الفقهاء السبب الرئيسي في تطور شبكة الأنترنت الى سباق التسلح بين الاتحاد السوفياتي وامريكا إبان الحرب الباردة ، (4)

(1) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عمود التجارة الإلكترونية " ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2005 ، ص15.

(2) بشير عباس العلق ، " تطبيقات الأنترنت في التسويق " ، دار المناهج ، عمان ، الأردن ، ط 1 ، 2003 ، ص17.

(3) بشار طلال المومني ، " مشكلات التعاقد عبر الأنترنت ، دراسة مقارنة " ، عالم الكتب الحديث ، 2004 ، ص9.

(4) محمد إبراهيم أبو الهيجاء " التعاقد بالبيع بواسطة الأنترنت " ، الداى العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2002 ، ص44.

ففي عام 1957 اعلى الاتحاد السوفياتي عن اطلاق مركبة سيوتنان القضائية معلنا للعالم عن ولادة نظام اتصالات جديد ، وهذا ما دفع الحكومة الامريكية الى البحث عن نظام اتصال متطور للتحكم بإطلاق الصواريخ عن بعد ن ويستطيع التحكم حتى في حالة تدمير جزء من شبكة الاتصال .⁽¹⁾

وفي عام 1962 وضع احد الباحثين لحساب الحكومة الامريكية ويدعى بال باران اقتراحا بإنشاء نظام من الحواسيب المتصلة ببعضها البعض على شكل عقد ، وتشمل الحواسيب كافة في الولايات المتحدة ، وهذا يكون باستخدام شبكة مركزية ، اذا دمر جزء منها تواصلت بقية العقد اتصالا ديناميكيا .

وقامت وزارة الدفاع الامريكية بدراسة مثل هذا الاقتراح بسبب الحاجة الى مثل هذه الشبكة لأغراض عسكرية ، وقامت بإنشاء وكالة متخصصة للغرض نفسه عام 1969 ، وهي وكالة مشاريع الابحاث "أدبا"⁽²⁾ ومنذ ذلك الحين انتقلت هذه الوكالة الى مسؤولية وزارة الدفاع الامريكية ، وبعد انتهاء الحرب الباردة طرحت هذه الشبكة للاستثمار في القطاع الخاص .

وفي عام 1980 اصبحت الشبكة تعمل في المجالات المدنية ، وتخلت عن الصفة العسكرية ، حتى اصبحت شبكة اتصالات عالمية تحت اسم (INTERNET)

واستمر في هذه الشبكة حتى بلغت درجة حقيقية من التطور ، وأصبحت شبكة اتصالات عالمية ، ولم تعد محصورة فقط على الجامعات ، بل اصبحت شبكة مفتوحة لجميع الناس ، يتم استخدامها في اي وقت ، وفي اي مكان في العالم.⁽³⁾

وحاليا تعتمد على الانترنت بشكل كبير ، فهي تربط الناس ببعضهم البعض وتربط الناس بالمعلومات في جميع أنحاء العالم ، فهي تعد مستودعا للمعلومات ليس متوفرا فقط لدى الجهات الرسمية ، او طلاب العلم ، ولكن لجميع الناس ، فأى شخص عليه الاتصال بالإنترنت ، وباستطاعة الناس التحدث مع بعضهم البعض من خلالها ، وقد ربطت عالم الناس والافكار ، وبهذا فالاعتماد على المؤسسات الكبيرة المختصة تقليديا بالمعلومات ، كالصحف و التلفاز والمكتبات لنشر المعلومات.⁽⁴⁾

(1) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عقود التجارة الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص15.

(2) محمود عبد الرحيم الشريقات ، التراضي في التعاقد بين الأنترنت (دراسة مقارنة) ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2005 ، ص7.

(3) عيسى لافي حسن الصمادي ، "عقد نقل تكنولوجيا الإنترنت عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)" ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2005 ، ص23.

(4) حسين فاروق سيد ، " الأنترنت الشبكة الدولية للمعلومات " ، دار الراتب الجامعية ، بيروت ، لبنان ، 1997 ، ص22.

المبحث الثاني : ما هي التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالية مؤخرا ، والتي تمكنت في فترة وجيزة في الإنتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الإقتصاد الجديد ، وسنتطرق في هذا المبحث حول توضيح هذا المفهوم الحديث ، مع التطرق لمختلف أنواعها مروراً بأهم الميزات التي انفردت بها مع ذكر أهم العيوب التي تعرقل تطورها.

المطلب الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها

تعتبر التجارة الإلكترونية شأنها شأن أي ظاهرة جديدة تكون غامضة وغير مفهومة لدى الكثيرين تسبب حداثة استعمال المصطلح ، ولذلك ظهرت العديد من التعريفات الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والتي عرضت من طرف الباحثين وهيئات علمية ، وسنحاول تعريف بعضها للوصول إلى تعريف واضح وشامل لها.

أولاً : مفهوم التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية عبارة عن مصطلح حديث صار كثير التداول في وقتنا الراهن ، وهو يعني ما يلي :

تعتبر التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال التعامل الذي ينطوي على تعامل الأطراف بحيث يكون التبادل إلكترونيًا بدلاً منه مادياً ، أو مادياً مباشراً. (1)

كما عرفت التجارة الإلكترونية على أنها " أداء الأعمال من خلال ، شبكة الأنترنت ، أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب". (2)

وتعتبر التجارة الإلكترونية " استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والصفقات مع جميع الأطراف.

كما عرفت التجارة الإلكترونية على أنها " أداء الأعمال من خلال شبكة الأنترنت، أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب. (3)

وتعتبر التجارة الإلكترونية " استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والصفقات مع جميع الأطراف ذوي

(1) سعد غالب ياسين ، بشير عباس العلاق ، " الأعمال الإلكترونية " ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2006 ، ص2009.

(2) فريد النجار وآخرون ، " التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع الغرفة ، الدار الجامعية ، مصر 2006 ، ص89.

(3) المرجع نفسه، ص89.

المصالح مع الشركة مثل العملاء، الموردين، المؤسسات الحكومية، المؤسسات المالية، المديرين، الموظفين والجمهور.⁽¹⁾ كما عرفت المنظمة العالمية للتجارة "OMC" على أنها: " مجموعة متكاملة في عمليات إنتاج وتوزيع وترويج جميع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات، ومن الأمثلة الشائعة في السلع الموزعة إلكترونياً: الكتب، القطع الموسيقية".⁽²⁾

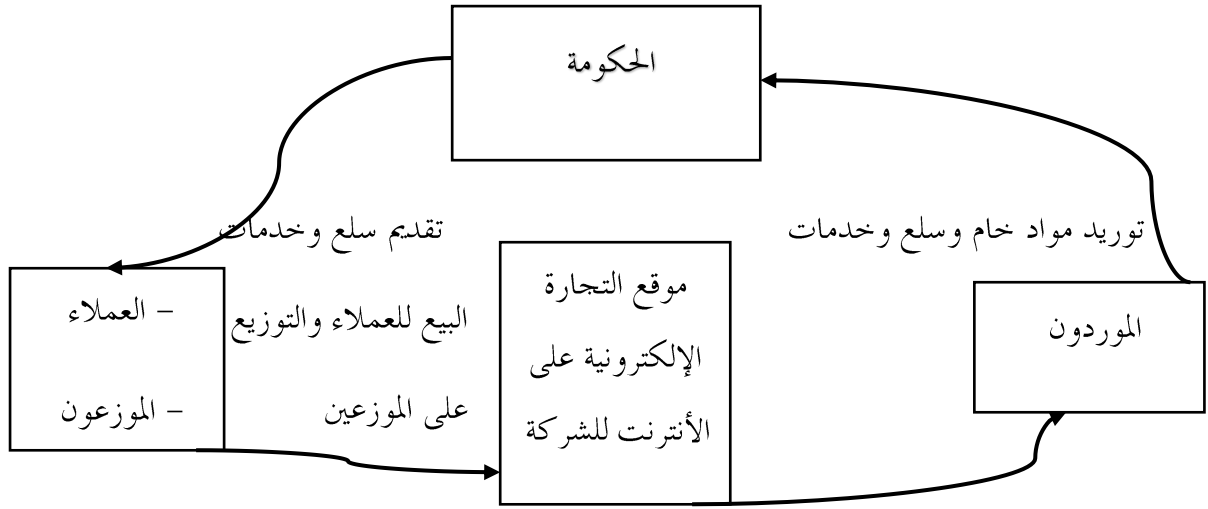
انطلاقاً مما سبق تعتبر التجارة الإلكترونية:

" استخدام الوسائل الإلكترونية المتطورة التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات في إنجاز كافة المعلومات التجارية من بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين وغيرها من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية بدءاً من معلومات ما قبل الشراء وإنهاء خدمات ما بعد البيع".

⁽¹⁾ فواد الشيخ، محمد سلمان عواد، " المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، الخلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2005، ص3.

⁽²⁾ الموقع الإلكتروني لـ OMC على الرابط: www.wto.org/fr/e-commerce 2015/05/26

الشكل (1): ماهية التجارة الإلكترونية

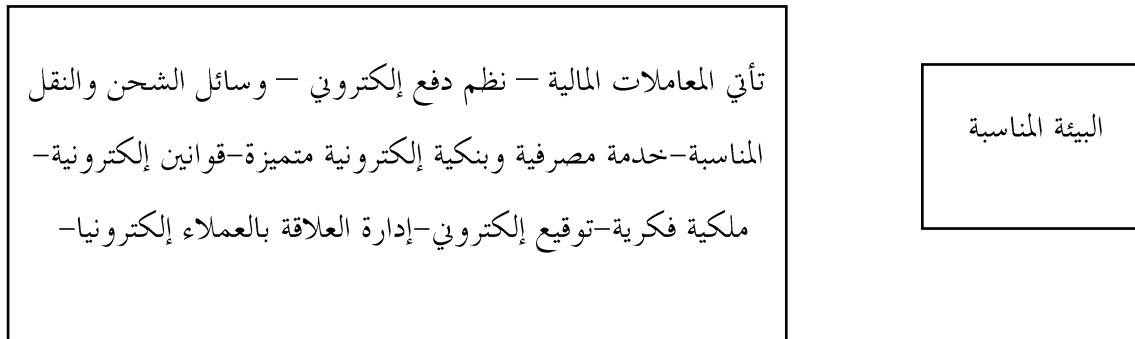


تفاوض وتعاقدات إلكترونية

ودفع إلكتروني واستلام

تفاوض وتعاقدات إلكترونية

وأوامر الشراء



المصدر: فريد النجار وآخرون " التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة "، مرجع سابق، ص1.

ثانيا: أنواع التجارة الإلكترونية:

هناك عدة أنواع للتجارة الإلكترونية فهي ليست نمط واحد، أو عملية واحدة، وإنما تختلف بحسب أطراف العلاقة في التبادل التجارية وهذه الأنواع هي:

1- التجارة الإلكترونية من نشأة الأعمال: 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 ملك التي تستخدم التبادل الإلكتروني للبيانات، من خلال الشبكات الخاصة، أو شبكات القيمة المضافة. (1)

2- التجارة بين الشركات والمستهلكين، أي بين التاجر والمستهلك: وهو الشكل المعتاد للأعمال التجارية، وشم عقبات متعددة تعتري هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية، وهي تتعلق بحماية البائع والمستهلك، والمستهلك نضيف إلى ضمانات سيره البيانات التي أدارتها على الشبكة وهل هو في مأمن من اختراق خصوصيته؟ وما حقيقة التاجر المتعاقد معه؟ وهل يستلم البضاعة التي دفع ثمنها 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 وانتشارها، صدرت عدة توصيات لحماية المتعاملين على شبكة الأنترنت، منها التأكيد على مواقع البيع بضرورة ذكر سائر الأمور المتعلقة بالبيع، كالثمن وذكر أي شروط خاصة للتعاقد، وآليات الوفاء، وتحديد ميعاد تسليم البيع، وحماية الخصوصية للبيانات التي أدلى بها المستهلكون، مع توفير الآليات الفعالة لفض أي نزاع قد ينشأ مع المستهلكين وحث هذه التوصيات المستهلكين على ضرورة اتباع الخطوات المحدد على مواقع البيع، وذكر البيانات الخاصة بهم بكل صدق مع تحديد مواقعهم.

3- الأعمال التجارية مع الحكومة: كالمزايدات والمناقصات والتوريدات الحكومية، والتعاملات الحكومية المتبادلة، وذلك في المجالات التي تستلزم التعامل بين الحكومات. (2)

4- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال والمنظمات الحكومية، وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يعطي التعاملات كافة بين الشركات والمنظمات الحكومية فمثلا في الولايات المتحدة تنشر تفاصيل المشتريات الحكومية عبر الأنترنت، مما يمكن الشركات من الاستجابة لها إلكترونيا، وهذه الفئة من التجارة مازالت 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 الشركات. (3)

5- البورصات الأسواق المالية وعقود الاختيار: لا شك أن الأنترنت الأثر الفعال في تطوير وتعزيز الخدمات الجارية عن بعد، فعلى صعيد البورصات يظهر الواقع بأن عملية التوظيفات تغيرت جذريا بظهور الأنترنت، وتقدم البورصات

(1) بشير عباس العلق، "التسويق في عصر الأنترنت والاقتصاد الرقمي"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2003، ص271.

(2) محمد إبراهيم أبو الهيجاء، "عمود التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق، ص26-28.

(3) بشير عباس العلق، "تطبيقات الأنترنت في التسويق"، مرجع سابق، ص156.

الأمريكية، ولم تعد عمليات البورصة سرية ومحصورة، فأصبحت الإصدارات تنشر جميعها في الكرة الأرضية بسهولة وبات دور الوسطاء التقليديين، وباتت المعلوماتية في أيدي الجميع. (1)

ولا شك أن المضاربة في الأسهم والسندات والتعامل في سوق الأوراق المالية من خلال شبكة الأنترنت والتعامل مع سماسة البورصة والوسطاء من خلال الأنترنت تعكس بقوة التحول إلى الحكومة الإلكترونية في نطاق المال والأعمال بدلا من البورصة في الصورة التقليدية في ظل تغير أسعار الأسهم والسندات بين لحظة وأخرى وبالتالي سوف تحل التعاملات بالحاسب الآلي المتصل بالشبكة محل التلفون 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 التقليدية. (2)

المطلب الثاني: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية ومستقبلها

هناك بعض أوجه التقدم والتطور العلمي والتكنولوجي قد يكون لنا في استخدامه أو عدم استخدامه اختيار ، وبعضها الآخر ليس لدينا في استخدامه اختيار ويجب أن نستخدم هذا النوع من التكنولوجيا الحديثة عاجلا أم آجلا رضينا أم لم نرضى ومع التطورات الهائلة التي شهدتها الاتصالات الدولية وتكنولوجيا المعلومات ، تتحول التجارة الإلكترونية لتحول جزء من الواقع الاقتصادي الدولي ، ولا شك أن هذه التجارة القائمة على الأنترنت مزايا كثيرة حالها عيوب أيضا ، هذا ما يجعل الداخل في هذه العملية متسائل عن مستقبلها ومصيرها وهذا ما سنقوم بإظهاره .

أولا : مزايا التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية فوائد كثيرة للأفراد والمؤسسات أو بالنسبة للاقتصاد بشكل عام .

1- مزايا التجارة الإلكترونية للأفراد :

أ- خدمة مستمرة : مكنت التجارة الإلكترونية المستهلك من الإيجار عبر شبكة الحاسوب والتسوق وإجراء التعاملات الأخرى على مدى 24 ساعة يوميا على مدار العام ومن أي مكان ، حيث ان الاسواق والمتاجر الإلكترونية تعمل باستمرار ودون انقطاع ، بينما من المنظمات التقليدية كثيرا ما يواجه العميل مشكلة مواعيد العمل الرسمية ومواعيد البدء والإغلاق ، لكن مع التطور الذي يشهده الأنترنت أصبح للعميل الحرية الكاملة في اختيار للموعد الذي يناسب

(1) محمد يوسف ياسين، "البورصة"، منشورات الخلي للحقوقية، بيروت، لبنان، 2004، ص130.

(2) عبد الفتاح بيومي حجازي، "الحكومة الإلكترونية ونطاقها القانوني"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص431.

مع غبته وقد انعكس ذلك على رفاهية ورضا العمال وتحقيق رغباتهم ف شراء أي منتج لا يتطلب سوى عدة نقرات بالفأرة مع إدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية.

ب- حرية الاختيار : في عصر التطور والتجارة الإلكترونية أصبحت أسواق العالم يبين يدي العميل بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كامل تفاصيلها ومواصفاتها ، ولعميل أن يختار سبيلها بكل حرية ، مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات ، بحيث لا يمكن لأي شركة أن تصبح محتكرة في هذا العصر ولا يمكنها فرض مستويات جودة أو مستويات أسعار دون مراعاة المنافسة العالمية ففي ظل التجارة التقليدية كان المستهلك يجهل سعر المنتج في منافذ التوزيع المختلفة ، وكذلك المنتجات البديلة المتاحة أمامه ، وبالتالي فإن قرار الشراء قد يكون غير صائب.

أما في ظل التجارة الإلكترونية فقد أصبح قرار الشراء يعتمد على مجموعة من المتغيرات تتوقف على القدرة المالية للعميل ومستوى الجودة المنشودة ودرجة إدراكه وكمية المعلومات التي تتحقق أقصى إشباع له. (1)

ج/ انخفاض أسعار المنتجات : في ظل التجارة الإلكترونية زادت فرصة المستهلكين في الحصول على منتجات وخدمات أقل ثمنا ، فهذه التجارة تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة ومفاضلات بين السلع والخدمات المعروضة عبر " الإنترنت " ونفس المنتجات المعروضة في المتاجر التقليدية فسيجد ان السعر منخفض في الأولى مقارنة مع الثانية ، وذلك لان التجارة الإلكترونية خفضت العديد من التكاليف منها تكاليف النقل من المصنع إلى المصنع (توزيع) المصنع تاجر الجملة تاجر التجزئة منافذ التوزيع المستهلك) وكذلك تكاليف الإعلان التي تمثل نسبة كبيرة من إجمالي التكاليف في ظل المنافسة الشديدة بين المنتجات اليوم ، وأيضا تكاليف الإنتاج وغيرها من التكاليف الأخرى

د/ تحقيق رضا العملاء : من بين الآثار الهامة للتجارة الإلكترونية في إحداث التفاعل بين العملاء والشركات ، فقد أصبح العميل الآن بدخوله على موقع أي شركة يستطيع تلقي معلومات تفصيلية بشأن منتج او سلعة ما في ثواني معدودة بدلا من أيام وأسابيع ، مما يساعده على اتخاذ القرار الصائب بشأن هذا المنتج ، كما تسمح التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع لبعض هذه المنتجات خاصة الرقمية منها ، كما يستطيع العميل الحصول على انواع نادرة من السلع بالاشتراك في المزادات الافتراضية ، كما أن احتواء الكثير من المواقع على أيقونة " اتصل بنا".

(1) / نغلة أحمد فديل ، " التجارة الإلكترونية ، المرشد للمدير العصري ، رؤية شوقية " ، مصر ، 2004 ، ص45.

Contact us (for mor information) ، يسمح للعميل بإعطاء رأيه في السلعة وطرح انشغالاته مما يزيد من التفاعل بين العمل والشركة ، ويفسر المجال للشركة لدراسة سلوك المستهلك والقيام بالتعديلات المناسبة على السلع ، ومنه تكون النتيجة هي زيادة رضا العميل.

ويلخص الجدول أهم فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والعملاء .

الجدول (1) : فرص وفوائد التجارة الإلكترونية للموردين و المستهلكين

المستهلكين (العملاء)	الشركات
خيار عالمي	حضور عالمي
تحسين جودة المنتج	تحسين الوضع التنافسي
تقديم منتجات وفقا لرغبات العميل	التصنيع الضخم للمستهلك
سرعة الاستجابة للاحتياجات	اختصار الدورة التجارية للأعمال
خفض أسعار المنتجات	وفورات هائلة في التكاليف
خدمات ومنتجات جديدة	إيجاد فرص أعمال جديدة

المصدر : سعد غالب ياسين ، بشير عباس العلاق ، " الأعمال الإلكترونية " ، مرجع سبق ذكره ، ص 227 .

● حضور عالمي ، خيار عالمي :

تتميز التجارة الإلكترونية بخاصية الإقليمية ، فهي تتجاوز الحدود والقيود الجغرافية إلى نطاق عالمي ، من خلال التغطية الكبيرة لشبكة الاتصالات ، وبما أن معظم الشبكات في عالمية أبعادها ومجالاتها فإن التجارة الإلكترونية تمكن حتى الشركات الصغيرة من التواجد في الأسواق العالمية ن مما يتيح للمستهلك فرصة أكبر للاختيار من بين المعروض.

● تحسين وضع المنافسين ، تحسين جودة المنتج:

تمكن التجارة الإلكترونية الموردين من تحسين أوضاعهم التنافسية من خلل جعلهم أقرب إلى العميل⁽¹⁾ في طريق تقديم وتطوير خدمات ما قبل وبعد البيع وتوفير المعلومات في المنتجات والأسواق والاستجابة السريعة لطلبات السوق، مما ينعكس على تحسين جودة المنتج التي تفيد المستهلكين.

● التصنيع الضخم للمستهلك ، تقديم منتجات وفقا لرغبات العميل :

⁽¹⁾ رأفت رضوان ، " عالم التجارة الإلكترونية " ، المنظمة العربية الإدارية ، القاهرة ، مصر ، 1999 ، ص40.

يستطيعون من خلال آلية التفاعل الإلكتروني تجميع المعلومات دقيقة عن الحاجات والرغبات الخاصة لكل عميل من عملائهم ، وبالتالي يتم الإنتاج بناء على هذه الطلبات لهؤلاء الأفراد ، أي تفصل السلع والخدمات على مقياس العميل.

● اختصار الدورة التجارية / سرعة الاستجابة للاحتياجات:

من شأن تطبيق التجارة الإلكترونية أن يؤدي إلى الاستغناء عن وظائف الوسطاء ، ستطيل الدورة التجارية بدرجة كبيرة حيث أن عملية الشحن تتم مباشرة من المصنع إلى المستهلك النهائي مما سيقصر أو يلغي سلاسل التوريد التقليدية ، حيث أن الكثير من الشركات .

استطاعت بفضل التجارة الإلكترونية تزويد العملاء مباشرة باحتياجاتهم من السلع والخدمات متجاوزة بذلك تجار الجملة و التجزئة والوسطاء التقليديين الآخرين ، وذلك سوف يؤدي إلى تلبية احتياجات المستهلكين بسرعة وكلفة منخفضة ، ويظهر ذلك بشكل كبير في السلع والخدمات التي تسلمها بشكل الكتروني (مجالات ، جرائد ، أفلام)

● وفورات هائلة في التكاليف / خفض أسعار المنتجات:

إن تقليص تكاليف التبادل التجاري تعد واحدة من ابرز مساهمات التجارة الإلكترونية ، فإذا كانت التكلفة في التبادل التجاري التقليدي نفاس بالدولارات فإنها بالتعامل الإلكتروني تقاس بالسنتات ، حيث ان تحويل التبادل ، التجاري الروتيني الذي ينطوي على استخدام التفاعل الانساني الى تبادل الكتروني من شأنه ان يخفض من التكاليف الناجمة عن الاجراءات الادارية بشكل كبير ، مما ينعكس بالإيجاب على العميل في اسعار منخفضة جدا للمنتجات.

● إيجاد فرص أعمال جديدة ، خدمات ومنتجات جديدة :

توفر التجارة الإلكترونية فرصا إضافية وتقديم منتجات وخدمات جديدة تماما ونجاحة خدمات صيانة الشبكات ، وخدمات الدليل ، وتقديم الخدمات لأطراف العملية التجارية وضمن تأمين إتمامها ، والعديد من خدمات المعلومات عبر الويب.

والواقع أن هذه المزايا والفوائد وإن بدت منفصلة إلا أنها في الواقع متداخلة ومتشابكة، فالتحسن في الوضع التنافسي وفي جودة السلع والخدمات المعروضة تأتي في جزء منه في عملية تفصيل السلع والخدمات على مقياس العملاء، بينما قد تساهم عملية تقصير سلاسل التوريد في تحقيق وفورات كلفوية هائلة وتقليص كبير في الأسعار.⁽¹⁾

2- مزايا التجارة الإلكترونية على مستوى المؤسسات .

أ- تخفيض التكلفة:

مما لا شك فيه إن عملية تأشير موقع افتراضي لمؤسسة ما على شبكة الانترنت ستكون أكثر اقتصادية من تأسيس موقع فعلي (تقليدي) ، ففي حالة الخيار الأول المؤسسات ليست مضطرة لإنفاق مبالغ ضخمة للترويج لمنتجاتها وإقامة معارض والاستعانة برجال البيع .

كما أنه لا توجد هناك ضرورة لتوظيف الكثير من العمال طالما أن معظم العمليات ستم بطريقة إلكترونية بحجة عبر جهاز كمبيوتر ، كما أن تبني الشركة للتجارة الإلكترونية سوف يؤثر على مجموعة من التكاليف لا سيما التكاليف الإدارية ، حيث تنخفض تكلفة وضع ومعالجة وتوزيع وتخزين واسترجاع المكتوبة ، فمثلا في حالة إدخال نظام توريد الكتروني ، بمجرد وصول المتحرون إلى الموردين مما يساهم في تخفيض التكاليف الإدارية . وكذلك تخفض التجارة الإلكترونية تكاليف الإعلانات وتكرارها واستثمارها والرغبة في الوصول لأكثر عدد من المشاهدين ، كما تنخفض تكاليف الشحن الخاصة إذا كانت منتجات وتكاليف معلومات التصميم والتصنيع .

ب- برنامج تسويقي ناجح وفعال:

تقدم تكنولوجيا التجارة الإلكترونية فرصا هامة للشركات لتجاوز حدود المكان والزمان ، فهي تساعد هذه الشركات على النفاذ إلى أسواق جديدة وعرض منتجاتها لشركة كبيرة من الزبائن في مختلف أنحاء العالم طوال 24 ساعة في اليوم ، مما يتيح لهذه الشركات فرص تسويقية عديدة ، ويحقق لها العديد من المزايا التنافسية بأقل جهد وتكلفة.

ج- تعادل الفرص بين الشركات:

⁽¹⁾ سعد غالب ياسين ، بشير عباس العلاق ، " الأعمال الإلكترونية" ، مرجع سابق ، ص 255.

متميزة للوصول إلى أسواق العالم في وقت واحد بأقل تكلفة⁽¹⁾، أي أن التجارة الإلكترونية تمنح فرصاً متساوية للشركات على اختلاف أحجامها للنفوذ إلى الأسواق والمنافسة فيها ، فبقدر قليل من رأس المال تستطيع هذه الشركات بسهولة وسرعة أن تعثر على المزيد من العملاء وأفضل الموردين وأفضل الشركاء في العالم.

د- السرعة :

إذا رغب الفرد ما في الاستثمار بالطرق التقليدية فيجب عليه البحث عن " محل لاستجاره وتهيئته وعرض المنتجات بطريقة جذابة ، ثم الإعلان عن افتتاح هذا المحل وانتظار قدوم الزبائن⁽²⁾ .

كل هذه الأعمال سوف تستغرق الكثير من الوقت وتتطلب الكثير من الجهد ، ولكن في عهد الأنترنت ، بمجرد إنشاء موقع للشركة باستطاعة المستثمر اختصار هذه الدورة وتوفير الوقت والجهد والمال.

ه- التحكم في المخزون :

تسمح التجارة الإلكترونية بتقليل المخزون إلى أقصى حد ممكن مع إمكانية تطبيقه الأسلوب الياباني justin time (التصنيع في الوقت المناسب) ، وجعل المخزون السلعي صعر عند تطبيق مفهوم التجارة الإلكترونية بنجاح ، حيث يكون هناك فرصة أكبر لمراقبة المخزون والسيطرة والتحكم فيه بطريقة إلكترونية.

و- تواصل مستمر مع جميع المتعاملين:

قبل انتشار الأنترنت كان تبادل البيانات يقتصر على الشركات الكبيرة فقط بسبب التكلفة المرتفعة لهذا النظام ، لكن مع الثورة التي أحدثتها الأنترنت ظهرت فكرة الاتصال مع العملاء مثل البريد الإلكتروني أو عبارة " للمزيد من المعلومات

" for mor information"

ز- وفرة المعلومات:

إن تبني التجارة الإلكترونية من طرف الشركة يؤدي إلى تحسن ملحوظ في عمليات الاستخبارات السوقية والتخطيط الاستراتيجي ، حيث تستطيع الشركة الحصول على المعلومات المتعلقة بسوق أو شريك محتمل أو منافس

(1) هلة أحمد قنديل " التجارة الإلكترونية ، المرشد للمدير العصري : رؤية تسويقية" ، مرجع سابق ، ص20.

(2) فريد النجار وآخرون ، " التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة " ، مرجع سابق ، ص95.

وكذلك تحركات الأشعار وصفقات الأعمال بسرعة كبيرة وبدقة متناهية ، كل هذا بالاعتماد على نظام متطور للمعلومات.

3- مزايا التجارة الإلكترونية على المستوى القومي :

من بين إيجابيات التجارة الإلكترونية على مستوى الاقتصاد الكلي :

أ - التجارة الإلكترونية أداة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة :

تمثل المشروعات الصغيرة والمتوسطة محورا أساسيا للتنمية الاقتصادية وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية لتصريف منتجاتها وكسر احتكار المنشآت الأولية لنشاط هذه الأسواق.

وتتيح التجارة الإلكترونية الفرصة أمام هذه المشاريع للنفوذ إلى الأسواق والمشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية، بفضل ما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والإعلان والتوفير في الوقت وعدم الحاجة لإنشاء فروع جديدة للوصول إلى العملاء ، بما يعكس إيجابيا على تنشيط هذه المشروعات.

ب/ التجارة الإلكترونية أداة لزيادة الشفافية الحكومية وتحسين خدماتها :

رغم الاتجاه العالمي للاستغناء في دور الدولة في النشاط الاقتصادي إلا أن ذلك لم لا يتعارض مع أهمية الدولة في الأمور التنظيمية والاجتماعية ، وتتيح التجارة الإلكترونية فرصا غير مسبوقه ، بالنسبة لأجهزة الدولة التشريعية والتنفيذية، حيث أن، أداة الحكومة لأعمالها إلكترونيا يمكن أن يساهم في زيادة نجاحها في تحقيق التواصل مع المواطنين من خلال:⁽¹⁾

- توفير البيانات والمعلومات وإتاحتها للمستثمرين ورجال الأعمال وكافة فئات المجتمع بشفافية كاملة.
- عرض إجراءات وخطوات ونماذج الحصول على الخدمات الحكومية بصورة تحقق سبيل التعامل مع الجهاز الإداري.
- فتح قناة اتصال جديدة بين المواطنين والجهات الحكومية يمكن من خلالها النفاذ إلى مستويات الإدارة العليا لزيادة الشفافية في الأعمال الحكومية.

⁽¹⁾ رأفت رضوان ، " عالم التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص38.

● أداء الخدمات إلكترونيا يوصف بكونه توجهها نحو الحكومة الإلكترونية وبصورة تحقق أعلى درجات الأداء في أقل وحدة زمن ، مثل إمكانية استفادة الأفراد من الوقاية الصحية والتعليم بتكلفة منخفضة ووقت قصير وهو الحاجة إلى الذهاب إلى الطبيب ومركز التعليم.

ج/ التجارة الإلكترونية أداء لتحسين رصيد الميزان التجاري :

إن من بين الآثار السياسية للتجارة الإلكترونية في سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية وإمكانية التسويق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة وكذلك القدرة على تحليل الأسواق ، كل هذا سوف يؤدي بالمتجمع إلى التعرف على مواطن في السلع والخدمات القومية والتي تبدو حالية عند مواجهتها بالمنافسة العالمية وبالتالي القيام بمعالجة هذه العيوب⁽¹⁾ ، مما سوف يمنح للبلد فرصا تصديرية كبيرة تؤدي إلى زيادة الميزان ، التجاري وتدفع العملة الأجنبية.

د/ التجارة الإلكترونية أداة لزيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي:

للتجارة الإلكترونية أثر مباشر في تحسين مستوى الإنتاجية ، والذي يؤدي بدوره إلى تحقيق النمو الاقتصادي ، ويتم ذلك من خلال : تخفيض تكلفة الصفقات والكفاءة في عرض المنتجات ، إزالة القيود المعرقة للولوج إلى الأسواق ، كافية المعلومات والقدرة الكبيرة في الحصول عليها بدقائق معدودة بدلا من أيام وأسابيع⁽²⁾.

ه/ التجارة الإلكترونية أداة لتعظيم الاستفادة من الفرص المتاحة في سوق التكنولوجيا:

إن تطبيق التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة توفر بنية تحتية تكنولوجية من شبكات اتصالات وقواعد المعلومات ، وهذا ما يساهم في خلق مناخ موائى لدخول شركات جديدة في مجال التكنولوجيا المتطورة ، ومنه تعتبر فرصة لخلق صناعات محلية لتكنولوجيا المعلومات قادرة على المنافسة في سوق عالمية كما سوف تؤدي إلى خلق العديد من فرص العمل الحر حيث يمكن إنشاء مشروع تجاري صغير متصل ، مباشر بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية ممكنة ، مما ينعكس إيجابا على تخفيض مستوى البطالة.

ثانيا : عيوب التجارة الإلكترونية:

ينطور تطبيق التجارة الإلكترونية على مجموعة من المخاطر والعيوب والتي لا بد من تكثيف الجهود للتقليل من حدتها نذكرها كالتالي:

1- مشكلة حقوق الملكية الفكرية:

(1) توفيق محمد عبد المحسن ، " التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية " ، دار الفكر العربي ، مصر ، 2004 ، ص499.

(2) محمد نور صالح ، سناء جودت خلف ، " التجارة الإلكترونية " ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2009 ، ص37.

إن الشركات الإلكترونية تستخدم تكتيكات وقدرا اقتصاد المعلومات الرقمية القائمة على التكلفة الصفرية (أو قرب إلى ذلك) في إعادة الإنتاج المنتج المعلوماتي الرقمي وبالتالي الوسع في النسخ المجانية Free Version كوسيلة في الترويج والتغلغل لخدمة الزبون⁽³⁾ ، فيؤدي نشر الأعمال والإبداعات الفنية على شبكة الأنترنت إلى انتقالها بسرعة بدون الترخيص باستخدامها أبو بيعها ، ويعني ذلك القفز على حقوق الملكية في البراءة وحق النشر والتعرض لخطر الإنتهاكات والقرص.

2/ تهديد أنظمة أمان الشركة :

من بين التهديدات الخطيرة التي تواجه الشركة في محاولة المخترقين التسلسل إلى قواعد معلومات هذه الشركات والعبث بواردها (كما في شركة الأموال والمصارف) ، ويقوم غير المرخص لهم باختراق النظم الإلكترونية للشركة الإلكترونية بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلاليتها ، كما قد يقومون بزرع الفيروسات مما قد يهدد بوقف البرمجيات الأساسية التي تسمح للشركة بالاتصال بعملائها والمتعاملين معهم⁽¹⁾ مما قد ينعكس سلبا على القدرات الجهوية للشركة.

3/ عدم جدية التعاملات:

تم التعاملات في التجارة الإلكترونية بين أطراف لا يعرفون بعضهم البعض ، دون الحاجة إلى اتصال مباشر بينهم ، وهو ما يخلق احتمال عدم جدية هذه التعاملات من حيث بنت معلومات غير صحيحة من طرف البائع أو الزبون⁽²⁾، فالتعاملات ما هي إلا بيانات إلكترونية يتم تبادلها بين الأطراف دون أن يكون أي مجال لتحقيق صمن صحتها او من شخصية الأطراف.

فقد يحصل الزبون على سلعة أو خدمة غير مطابقة لتوقعاته أو مخالفة للمواصفات المعلن عنها من خلال الموقع الإلكتروني ، كما قد لا تصل السلعة في الوقت المحدد ، من جهة أخرى قد يتعرض البائع لعمليات نصب واحتيال منظمة من قبل عملائه الذين يعطون معلومات غير صحيحة ، وبالتالي يوافق هذا البائع على القيام بالعمل التجاري لصالحهم بمبالغ كبيرة على أساس تلك المعلومات الخاطئة.⁽³⁾

(3) نجم عبود نجم ، " الإدارة الإلكترونية : الاستراتيجية ، الوظائف والمشكلات "، دار المريخ ، الرياض المملكة العربية السعودية ، 2004/ص59.

(1) منير محمد الخبيبي، ممدوح محمد الخبيبي ، " الشركات الإلكترونية " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، مصر ، 2006، ص18.

عبد القادر بريش ، محمد زيدان ، " دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية : الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، يومي 7-6 مارس 2004.

(3) منير محمد الخبيبي ، ممدوح محمد الخبيبي ، " الشركات الإلكترونية " ، المرجع نفسه، ص17.

4/ الأمن والخصوصية:

من بين المواضيع التي تؤرق العملاء في التجارة الإلكترونية هي المشكلة المتعلقة بأمن تحويل المعطيات والحقوق من التعرض لخطر القرصنة والتجسس الصناعي ، وتظهر هذه المشاكل خاصة في مجال التعامل " b2c " حيث يكون من الصعب إقناع المستهلك بالتجول من التجارة الفيزيائية إلى التجارة الإلكترونية ، وبان التعاملات التي تتم على الشبكة وكذلك الخصوصية مأمونة إلى حد كبير وبأنه لن يتعرض لعمليات غش وخداع على شبكة الانترنت .

5/ تعرض المنافسات إلى مجموعة من الصعوبات :

أ- المنافسة القوية: فالتجارة الإلكترونية أعطت لعدد كبير جدا من الشركات على اختلاف أحجامها، حتى الصغيرة منها إمكانية المنافسة على نطاق عالمي، مما سيشكل تهديدا كبيرا للشركة.

ب- ضغط التكلفة: إن رغبة المؤسسات في ضمان الاستمرار ضمن المجتمع الإلكتروني، يفرض عليها ضرورة تقليل أسعارها وتخفيض تكاليفها وتحسين أدائها.

ج- التغيرات المستمرة في السوق العالمي: تواجه الشركات تغيرات مستمرة وسريعة تفرضها الدول لجعل شركاتها أكثر تنافسية.

د- الضغط التقني: إن التغيرات المسارعة في الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام، فرض عدة ضغوط على قطاع الأعمال الإلكترونية.

المحيرة على مواكبة هذه التحولات التكنولوجية.

هـ- الزبائن : الذين يطلبون المزيد وعلى الشركات تقديم المزيد من الخدمات والمنتجات من أجل إرضائهم.

و- خطر المنافسة العالمية في السوق المحلي:

قد أزال التجارة الإلكترونية الحدود والقيود الجغرافية أمام مختلف الأعمال ، وبالتالي تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي ووضعت الشركات أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس ، فالمستهلك يستطيع المقارنة بين مختلف العروض المقدمة (أي انحياز التبادلات لصالح المشتري على حساب البائع، مما يجعل الشركات تعاني من

مشكلة عدم القدرة على تحقيق عوائد حقيقية وربحية فعلية. ⁽¹⁾ مع إمكانية فقدانها للكثير من المستهلكين التقليديين بسبب المنافسة الشرسة.

ز- صعوبة التكامل بين الموقع المادي والموقع الإلكتروني للشركة: ⁽¹⁾

فإلى جانب ان بعض الشركات ضلت إما مادية تقليدية أو رقمية فإن البعض الآخر أخفق في الجمع بين الاثنين ، وذلك لأن مثل هذا الجمع يتطلب جهودا كبيرة في إدارة الموقع الإلكتروني لصالح الأعمال التقليدية وجهودا كبيرة في توظيف قدرات الويب في التفاعل مع الموردين والبائين لتخفيض التكاليف وتوسيع الأسواق لصالح الأعمال الإلكترونية.

ثالثا: مستقبل التجارة الإلكترونية

تدل المعطيات بأنه مستقبل مشرف وزاهر وستصبح شبة المعلومات الأولية وشبكة الأعمال الإلكترونية المصاحبة لها مثل : الكهرباء ، والهاتف ، وأنه سيستخدمها مليارات الأشخاص حول العالم ، وأنه لن تكون هناك حواجز من أي نوع (حتى اللغة) ، بعد أن أصبح هناك مترجم إلكتروني عبر الأنترنت وإن التراجع الكبير الحاصل حاليا في كلفة الاتصالات سيكون له دور كبير في حفز الأشخاص إلى المزيد من التوجه يعبرون تفائلهم بالفوائد المرجوة من التجارة الإلكترونية ، إذ تسمح هذه التجارة الجديدة للمؤسسات الصغيرة بمنافسة المؤسسات الكبيرة. ⁽²⁾

المطلب الثالث : معوقات التجارة الإلكترونية

اعتبرت التجارة الإلكترونية بعض المعوقات التي أثرت في تطورها ن وهذه المعوقات تمثل السبب في ظهور العيوب أعلاه ، ويمكن حصر أهم هذه المعوقات فيما يلي:

- علبة عنصر المراقبة هذا النوع من التجارة سبب ضعف الثقة لحدائيتها وسهولة التلاعب في المعاملات التي تجري من خلالها ، وتأثير بعض التجارب السيئة عليها والخشية أيضا من اختراق القراصنة شبكة الأنترنت.
- عدم كفاية عنصر الأمان بالنسبة لوسائل الدفع والسداد ⁽³⁾.

(1) نجم عبود نجم ، " الإدارة الإلكترونية ، الاستراتيجية الوظائف والمشكلات " ، مرجع سابق، ص60.

(1) نجم عبود نجم ، " الإدارة الإلكترونية ، الاستراتيجية الوظائف والمشكلات " ، مرجع سابق، ص59.

(2) بختي إبراهيم ، " التجارة الإلكترونية " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون الجزائر ، ط1 ، 2005 ، ص130.

(3) برهم نضال إسماعيل ، " أحكام عقود التجارة الإلكترونية " ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2005 ، ص195.

- عدم إدراك كثير من الشركات لمخاطر الاقتصاد الإلكتروني ، مما جعلها ضحية لمخاطر التجارة الإلكترونية ، ذبك أنها شرعت في التجارة عبر الأنترنت ، دون أن يكون لديها الاستعدادات اللازمة لمواجهة المخاطر الناشئة عن ذلك.
- انعدام طرق العملية وآمنة للتوقيع الإلكتروني ، وحماية الشبكات ومواقع التجارة الإلكترونية من القرصنة والمتطفلين ، والتزوير والتنصت وسرقة أرقام بطاقات الائتمان لزبائن التجارة الإلكترونية وهذا ما يسبب أضراراً فادحة.
- للمستهلكين ، وقد تعطل المواقع على شبكة الأنترنت. (1)
- قيام الوعي اللازم بكيفية إجراء المعاملات عبر شبكة الأنترنت ، مما يجعل المتعاملين فرسية سهلة للقرصنة والمتالين.
- غياب الإطار التشريعي الوافي والواضح المنظم للتجارة الإلكترونية ونجاحته في الدول النامية.
- ضعف قطاع الاتصالات ، ونجاحته في الدول النامية.
- ضعف الإلمام باللغة الإنجليزية مع العلم أن هذه اللغة يتم تداولها عبر شبكة الأنترنت 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 الإلكترونية. (2)

(1) بشير عباس العلق ، " تطبيقات الأنترنت في التسويق "، مرجع سابق، ص187.

(2) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عقود التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص99.

خلاصة الفصل الأول :

كانت التجارة قديما تعتمد على وسائل تقليدية في التعاملات ، إلا أن التطورات السريعة أحدثت الكثير من التغيرات في النشاط التجاري ، وأدخلت البشرية إلى عصر جديد مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا سيما الانترنت لتسهيل التبادلات التجارية وهذا ما تمخض في ظهور التجارة الإلكترونية التي كثر الحديث عنها والاهتمام بها وأصبحت بمثابة محرك جديد للتنمية الاقتصادية نظرا لما تحققه من مزايا .

وقد تم دراسة التجارة الإلكترونية ومعرفة ماهية هذه التجارة ومزاياها وعيوبها ، ومستقبلها في المؤسسات وسهولة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين وبأقل التكاليف ، وكذلك المستهلكين الذين أصبح بإمكانهم اقتناء حاجياتهم بمجرد نقرة زر .

الفصل الثاني

عقود التجارة الإلكترونية

الفصل الثاني: عقود التجارة الإلكترونية

انتشرت شبكة الانترنت في الوقت الحاضر ، ودخلت في ميدان الحياة كافة ، وتولد عنها التجارة الإلكترونية ، وهي تبادل المعلومات والبيانات ، والبحث عن السلع عن طريق هذه الشبكة ، وأصبح لها استعمال كبير في التجارة ، وأصبحت عقود البيع و الشراء تجري عن طريق الانترنت ، ولأهمية هذه العقود و انتشارها وضعت الكثير من الدول في العالم قواعد لتنظيم هذه العقود وإبراز كيفية إدارتها ، وسنطرق في هذا الفصل الى تعريفها وكيفية تمييزها عن العقود الأخرى وطريقة انعقادها وكيفية إثباتها .

المبحث الأول: مفهوم عقود التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: التعريف بعقود التجارة الإلكترونية

اختلفت تعريفات عقود التجارة الإلكترونية ، سواء الفقهية منها أو التشريعية ، بالرغم من جهود الأمم المتحدة التي تسعى إلى توفير قدر من التوحيد القياسي بين تشريعات الدول المختلفة في مجال التجارة الإلكترونية من خلال إصدارها عدة قوانين نموذجية تصب من صميم إشكالات التجارة الإلكترونية.

أولاً: التعريفات الفقهية لعقود التجارة الإلكترونية

تعددت التعريفات الفقهية لعقود التجارة الإلكترونية باختلاف المعايير التي استندت إليها في تعريفها.

عرف العقد الإلكتروني على أنه " العقد الذي يتلاقى في الإيجاب بالقبول عبر شبكة اتصالات دولية باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات ، بقصد إنشاء التزامات تعاقدية".⁽¹⁾

كما عرف عقد التجارة الإلكترونية على أنه " تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية في السلع والخدمات التي تتم بين مشروع تجاري وآخر ، أو بين تاجر ومستهلك ، وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات".⁽²⁾

(1) خالد ممدوح إبراهيم ، " إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)" ، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2008، ص52.

(2) نزيه محمد الصادق المهدي ، " إنعقاد العقد الإلكتروني " ، بحث مقدم إلى مؤتمر المعاملات الإلكترونية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث ، بتاريخ 19-20 ماي 2001، ص190 ، 191.

رغم صعوبة وضع تعريف عام لعقود التجارة الإلكترونية يتجاوز مستوى النقد ، إلا أن الإقرار بهذه الصعوبة لم يمنع بعض الفقهاء في الاجتهاد في هذا الصدد ، وذلك بالتمركز حول عاملين ، أولهما الوسيلة أو التقنية المستخدمة في إبرام العقد الإلكتروني والعامل الثاني هو عامل قانوني بحث ، حيث يشير إلى ضرورة تنظيم قانوني لتبيان كيفية تبادل الإيجاب والقبول ، وتحديد لحظة تطابق هذه الإرادات المتبادلة قانونا في ظل شبه الأنترنت ، وفي ضوء هذه الاعتبارات تم تعريف العقد الإلكتروني بأنه :

«لا تعاقداً بين عائبين لا يجمعهما مجلس عقد واحد يتبادلان التعبير الإرادي فيه بواسطة وسيلة تقنية حديثة للاتصالات مخصصة لنقل الإرادات المتبادلة ، مع استعمال طرق قانونية متعدد تضمن التأكد من إحداث تبادل التعبير الإرادي وأثره في إبرام العقد وتحديد وقت انعقاد العقد قانونا وبد سرعان آثاره القانونية من حقوق والتزامات وغيرها»⁽¹⁾

ثانيا : التعريفات التشريعية لعقود التجارة الإلكترونية

عرف العقد على أنه " الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائل إلكترونية كلياً أو جزئياً" ⁽²⁾

كما عرفت المادة الثانية من التوجيه الأوربي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد : " عقد متعلق بالسلع والخدمات يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية حتى تمام العقد" ، ⁽³⁾ ولما كان العقد الإلكتروني يتم بواسطة الاتصالات الإلكترونية عن بعد ، قد عرفها هذا التوجيه بأنها أية وسيلة تستخدم في التعاقد ما بين المورد والمستهلك دون التواجد المادي والمترايين لها ، وذلك حتى إقام التعاقد.

المطلب الثاني : تمييز عقود التجارة الإلكترونية عن بعض العقود الأخرى

تعتبر الآلية التي تبرم بها عقود التجارة الإلكترونية ، من مرحلة التفاوض إلى مرحلة إبرامه ، وتبادل الإيجاب والقبول ، وأنها تنتمي إلى طائفة العقود التي تبرم عن بعد ، كل هذا يمثل أهم أوجه الخصوصية لهذا العقد و التي تميزه عن غيره من العقود.

(1) نزيه محمد الصادق المهدي ، " انعقاد العقد الإلكتروني" ، مؤتمر المعاملات الإلكترونية ، مركز الإمارات للدراسات والبحث ، أيام 19-20 ماي 2001 ، ص192.

(2) قانون المعاملات الإلكترونية الأردني الصادر في 31 ديسمبر 2001 ، رقم 85 ، نشر 2001.

(3) يحيى يوسف فلاح حسن ، " التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية" ، أطروحة استكمالاً لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح ، فلسطين ، 2007 ، ص16.

العقد الإلكتروني ليس الوحيد الذي يتم إبرامه في البيئة الإلكترونية فهناك عقوداً أخرى تبرم في بيئته ومن الممكن أن تكون محمية بعقد التجارة الإلكترونية ومتلازمة معه ، لأنه من الممكن أن تكون هي الأساس الذي يتركز عليه العقد الإلكتروني،⁽¹⁾ بدونها لا يمكن إتمام المعاملات الإلكترونية ، وسنحاول بيان ما يميز عقود التجارة الإلكترونية عنها.

أولاً: تمييز عقود التجارة الإلكترونية بحسب الطريقة التي تنعقد بها:

يتشابه التعاقد الإلكتروني مع سبل التعاقد الحديثة عن بعد إلا أنه يتميز بكونه يتم من خلال شبكات الاتصال الدولية ، ومن أهمها الأنترنت ، كما أنه تختفي فيه السندات الورقية لتحل بدلا منها المسندات الإلكترونية ، ومن ثم تنفرع لبحث هذه المسألة من خلال النقاط التالية:

1- التعاقد الإلكتروني والتعاقد التقليدي:

تبين التعاقد الإلكتروني مع التعاقد التقليدي في أنهما ينعقدان بتوافق إرادي متعاقدين ، أي تطابق الإيجاب والقبول، إلا أن النوع الثاني من التعاقدين ، أي تطابق الإيجاب والقبول ، إلا أن النوع الثاني من التعاقد يقوم بين شخصين حاضرين من حيث الزمان والمكان، حيث يتم تبادل الإيجاب والقبول في مجلس عقد واحد ، أي التواجد المادي لكل من طرفي التعاقد في مكان واحد.⁽²⁾ وذلك لا يتحقق في التعاقد الإلكتروني ، الذي يتم إبرامه بين متعاقدين موجودين في مكانين منفصلين ، أي انتفاء عنصر الوجاهة في مجلس العقد الإلكتروني ، ومن ثم فإن التعاقد التقليدي هو تعاقد بين حاضرين من حيث الزمان والمكان ، بينما الانفصال المكاني في التعاقد الإلكتروني يجعل منه تعاقد ذو طبيعة خاصة ، أي تعاقد بين حاضرين من حيث الزمان وغائبين من حيث المكان.

2- التعاقد الإلكتروني والتعاقد بالهاتف:

يتشابه كلا العقدين في أن كل منهما تعاقد فوري ومباشر ، حيث يتلاشى عنصر الزمن فيما بينهما، كما أن

كلاهما تعاقد بين غائبين من حيث المكان، إلا أن ما يميز بينهما هو:

- أن التعاقد بالهاتف هو تعاقد شفوي ، قد يتطلب صدور تأكيد كتابي وهذا ما نص عليه القانون الفرنسي الصادر في

(1) محمد فواز المطلقة ، " الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية ، (دراسة مقارنة)" ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008 ، ص31.

(2) خالد ممدوح إبراهيم ، " إبرام العقد الإلكتروني ، دراسة مقارنة " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2008 ، ص92.

1986/06/23 ، نظرا لصعوبة إثبات مثل هذا النوع من التعاقد⁽¹⁾ أما في التعاقد الإلكتروني فلا يحتاج في إبرام العقد إلى إصدار تأكيد كتابي ، بل يعتبر العقد قد تم بمجرد قبول المتعاقد الآخر بواسطة الضغط على عبارة موافق عن طريق لوحة المفاتيح المتصلة بالكمبيوتر.

- في التعاقد الإلكتروني عكس رؤية الرسالة المرسلة على جهاز الحاسب الآلي ، وبالتالي طباعتها على نسخة منها ، كما يمكن تخزينها والاحتفاظ بها في الجهاز ، بينما في التعاقد عن طريق الهاتف تكون الرسالة شفوية.⁽²⁾

- العرض الموجه عبر الأنترنت موجه في العادة لعامة الناس ، بينما في الهاتف عرض موجه لشخص محدد⁽³⁾

ولن يثور التساؤل حول التعاقد عن طريق الهاتف المزود بكاميرا ، حيث ينتقل صوت وصورة المتكلم ، كما هو الحال في التعاقد شفويا أيضا ، بينما في التعاقد الإلكتروني يتم كتابة الاتفاق على مستند إلكتروني.

3/ تمييز عقود التجارة الإلكترونية عن العقود التي تبرم عن طريق الفاكس والتلكس : يختلف التعاقد الإلكتروني عن التعاقد عبر الفاكس والتلكس ، في أن هذا الأخير تميز بالتواجد المادي للوثيقة الورقية ، ولذلك فإن الرسالة المتبادلة عن طريق الفاكس لا تحتاج إلى معالجة بياناتها بلغة الكمبيوتر ، وكل ما يحتاجه الطرف المستقبل للرسالة هو طبعتها على الورق ، في حين أن التعاقد الإلكتروني يتميز بالطبعة الغير المادية ، حيث أن مكونات الاتفاق لا تكون ثابتة على دعامة ورقية مصحوبة بتوقيع الأطراف ، بل تكون مثبتة على دعامة إلكترونية.⁽⁴⁾

ومن جهة أخرى فإنه من السهل التأكد من أصل وصحة رسائل الفاكس عن الرسائل الإلكترونية لكون الأصل الثابت ، على دعائم ورقية⁽⁵⁾ كما يستطيع مكتب التلغراف ، على الأقل من الناحية النظرية التعرف على هوية المرسل.

4/ تمييز عقود التجارة الإلكترونية عن العقود التي تبرم عن طريق الكتلوج :

(1) حمودي ناصر ، " النظام القانوني لعقد البيع الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت ، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم ، تخصص القانون ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2009، ص103.

(2) خالد ممدوح ابراهيم ، " إبرام العقد الإلكتروني " ، مرجع سابق. ص112.

(3) حمودي ناصر ، المرجع نفسه ، ص103.

(4) فاروق الأباصيري ، " عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية " ، دراسة تطبيقية لعقود الأنترنت " ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 ، ص44.

(5) Michael baun et henry Perritt, Electric contracting publishing and edi law , weley law publication new-york,2002,p28.

التعاقد عن طريق الكتالوج أو ما يسمى التعاقد عن طريق المراسلة ، نوع من التعاقد غائبين ، حيث يقوم الموجب بعرض منتجاته وبيان مواصفاتها وأثمانها ليقوم بتوزيعه على العملاء ، لذلك فهو يتشابه مع التعاقد الإلكتروني في مختلف مجلس عقد واحد ، لكن في التعاقد عن طريق الكتالوج نجد الفاصل الزمني ما بين صدور القبول ، كما أنهما يختلفان في طريقة التعبير عن القبول ، حيث يتم ملأ الطلبية أو الاستمارة المرفقة من قبل القابل، ليتم تسليمها فيما يدويا ، أو ترسل عن طريق البريد العادي ، بينما يتم القبول في التعاقد الإلكتروني بطريقة إلكترونية.

الأمر الذي قد يلغى أيضا الفاصل الزمني ما بين الإيجاب والقبول.⁽¹⁾

ثانيا : تمييز عقود التجارة الإلكترونية عن بعض العقود المبرمة في بيئتها

عقد التجارة الإلكترونية ليس الوحيد الذي يتم إبرامه في البيئة الإلكترونية، فهناك عقود أخرى تبرم في محيط البيئة الإلكترونية، ومن الممكن أن تكون محبطة به ومتلازمة معه ، لأنها قد تكون هي الأساس الذي يتركز عليه العقد الإلكتروني ، ولولاه لما ثبتت المعاملات الإلكترونية ، لذا سنتناول تمييزه عن عقد استخدام الشبكة وهي عقد إنشاء موقع ، ثم عن عقد الإيجار المعلوماتي على التوالي:

1- تمييز عقود التجارة الإلكترونية عن عقد استخدام الشبكة:

عقد استخدام الشبكة أو ما يسمى بعقد الدخول إلى الشبكة هو: تصرف قانوني بين طرفي العلاقة العقدية (الموجب والقابل) تكون محلة السماح للطرف الآخر بالانتفاع واستخدام شبكة الأنترنت ، من خلال إتاحة كافة الوسائل التي تمكن المستخدم من دخول الشبكة والتجول بها وإجراء التصفح للمواقع والتعامل مع المواقع⁽²⁾ ، وبالتالي فإن عقد استخدام الشبكة هو الأساس في تواجد العقود الإلكترونية المبرمة عبر الأنترنت ، حيث أنه إذا لم يكن هناك إمكانية استخدام شبكة الأنترنت ، فكيف يمكن أن نقوم بإبرام العقود عبر الأنترنت ، وكافة التصرفات التي يتم القيام بها خلال مراحلها.

عقد استخدام الشبكة هو أصل كافة العقود الإلكترونية المبرمة عبر الأنترنت ، ذلك لأنه يمكننا من استخدام شبكة الأنترنت والتجول عبر المواقع المتوفرة ، والبحث عن السلع التي يرغب بها المستخدم ، تمهيدا لإبرام العقود من خلال

(1) هوودي ناصر ، " النظام القانوني لعقد البيع الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت" ، مرجع سابق ، ص 104-105.

(2) محمد فوز الماطقة ، " الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية ، دراسة مقارنة" ، مرجع سابق، ص37.

الشبكة ، كما أن هذا العقد من المتوقع أن يكون أحد العقود المبرمة من خلال الأنترنت ، إذا تمت المراسلات وتبادل البيانات من خلال شبكة الأنترنت لإبرام هذا العقد.⁽³⁾

2- تمييز عقود التجارة الإلكترونية عن عقد إنشاء موقع الشبكة:

موقع الويب هو : " هو خدمة تقدم عبر شبكات الاتصال المتعددة وتكون من النصوص والصور الثابتة والمتحركة والأصوات والمعالجة لغة الكمبيوتر خاصة تسمى لغة HTML، والموضوعة تحت تصرف مستخدم الشبكة "، وعقد إنشاء موقع على الشبكة هو العقد الذي يتم بين مقدم الخدمة والعميل ، حيث يطلب العميل إنشاء موقع خاص به ، أو من خلال موقع آخر ، وذلك عن طريق جهاز الحاسب الآلي الذي يملكه مقدم الخدمة ، المتصل بشبكة الأنترنت ، والموقع عبارة عن مكان ثابت للعميل يتمكن من خلاله عرض منتجاته وسلعه وخدماته ، والعميل عندما يطلب إنشاء هذا الموقع من خلال موقع آخر مملوك للغير ، يحقق الاستقرار والاستقلال للعميل.⁽¹⁾

3- تمييز عقود التجارة الإلكترونية عن عقد الإيجار المعلوماتي:

يعتبر عقد الإيجار المعلوماتي نوع من عقود التقديم الخدمات ، ويمكن تعريفه بأنه : " التقاء إرادتين على إبرام عقد محل معلوماتي ، أي بيانات ورسائل يتم تداولها بين مستخدميه هذه المعلومات وإرسالها إلى الغير بأنه وسيلة كانت ، تقليدية أو إلكترونية"⁽²⁾ ، وبذلك هو من العقود الأساسية لتوافر استخدام شبكة الأنترنت ، فمن خلاله تتوفر آلية الاتصال برامج الأنترنت ، فمتى توفرت هذه المواد كان استخدام شبكة الأنترنت سهلا وفي متناول الجميع ، ويتم اجراء كافة التصرفات المباحة خلال الشبكة ، كإبرام العقود الإلكترونية ، والتجول في المواقع ، التسوق والتصفح... إلخ من التصرفات.

عقد الإيجار المعلوماتي يمكن أن يكون من العقود الإلكترونية إذا أبرم كليا أو تمت أي مرحلة من مراحلها عبر وسائل إلكترونية ، فهو يوفر الغاية التي ترغب بها من خلال قنوات المعلومات التي تزودنا بما نسعى إليه من استخدامنا لشبكة الأنترنت.⁽³⁾

⁽³⁾ محمد حسام لطفي ، " عقود خدمات المعلومات "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1994 ، ص 88.

⁽¹⁾ مناني فراح ، " أدلة الإثبات الحديثة في القانون ، دار الهدى للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2008 ، ص 35.

⁽²⁾ محمد فواز المطاوعة ، " الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية ، دراسة مقارنة "، مرجع سابق، ص 39.

⁽³⁾ مدحت محمد عبد العال ، " الإلتزامات الناشئة عن عقود تقديم برامج المعلومات "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2001 ، ص 138-139.

المطلب الثالث : زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني:

الأصل أن العقد يتم إبرامه عند تطابق الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين مع القبول الصادر من الطرف ، ولكن قد تكون هناك فترة زمنية تفصل بين الإيجاب والقبول ، والعقود الإلكترونية ، ومن العقود التي تبرم بين غائبين ، فلا يوجد

تعاصر مادي ما بين طرفي العقد، وهذا يشير إشكالية في تحديد زمان تحديد هذا العقد. (1)

وتوجد أهمية لمكان العقد ، وذلك لمعرفة المحكمة المختصة في أي نزاع سينشأ عنه ، ما لم تتفق الأطراف على غير ذلك.

أولاً: زمان إبرام العقد الإلكتروني

1- نظرية إعلان القبول:

ومقتضى هذه النظرية أن العقد ينعقد في الزمان والمكان اللذين يعلن فيهما القابل قبوله للإيجاب.

فيكفي أن يقرأ القابل رسالة بريد إلكتروني ، تتضمن إيجاباً ويقول : قبلت دون الحاجة للقيام بأي تصرف آخر ودون الحاجة إلى إعلام الطرف الآخر بذلك القبول بأن يرسل رد على الرسالة. (2)

ومن مميزات هذه النظرية أنها تمتزج بالسرعة في التعامل ، وهذا سيستجيب لمقتضيات الحياة التجارية، ولكن يؤخذ عليها أنها تتعارض مع رؤية المشرع باعتبار الإدارة منتجة لآثارها من وقت العلم ، فإذا تم تحديد الرسالة التي تتضمن القبول دون إرسالها إلى الموجب، فكيف يعلم الموجب بهذا القبول ، فلا تعدوا في كونها إدارة منفردة ، لا تنتج آثاراً قانونية. (3)

2- نظرية إرسال القبول:

في هذه النظرية ينعقد العقد عند إرسال القابل قبوله ، ولا يكفي لانعقاد العقد أن يعلن القابل القبول ، وإنما يجب أن يرسل هذا القبول إلى الموجب ، وبذلك يخرج القبول وإرسالها إلى الموجب ، فتخرج الرسالة من سيطرة القابل ،

(1) لورنس محمد عبيدان ، " إثبات المحور الإلكتروني " ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2005 ، ص 49.

(2) محمود عبد الرحيم الشريفات ، " التراضي في التعاقد عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)" ، المكتبة الوطنية ، عمان ، ط 1 ، 2005 ، ص 154.

(3) لورنس محمد عبيدان ، " إثبات المحور الإلكتروني " ، ص 49.

ولا يستطيع بعد ذلك التراجع عن القبول⁽⁴⁾ ومن المآخذ على هذه النظرية أتم قد يحدث خلل في أثناء إرسال الرسالة، يؤدي إلى عدم وصولها إلى الموجب، فيعد الموجب أن القابل رفض الإيجاب الموجه عليه الذي يرى فيه القابل أن الموجب أخذ بالتزامه ولم يوفى بالعقد، والذي حصل بأن الموجب لم يستلم الرسالة لأمر خارج عن إرادته، وهو عدم وصولها إليه.⁽⁵⁾

3- نظرية تسليم القبول:

تعد هذه النظرية أن القبول قد تم في حالة تسليمه للموجب، وأن العقد ينعقد سواء من خلال تسليم رسال للبيانات او النقر على المكان المخصص لذلك.

لا فرق بين علم الموجب بهذا القبول أو عدم علمه، فوصول التقرير إلى القابل بتسلم الرسالة يعد قرينة على علم الموجب بالقبول، وقد تبنت اتفاقية فينا للبيع الدولي للبضائع عام 1980 نظرية تسليم القبول بقولها في المادة 24 منها، " في حلم هذا الجزء من الاتفاقية يعتبر الإيجاب أو الإعلان عن القبول أو أي تعبير آخر عن العقد قد وصل إلى المخاطب عند إبلاغه شفويا أو تسليمه إليه شخصيا بأي وسيلة أخرى أو تسليمه في مكان عمله أو في عنوانه البريدي، أو لدى تسليمه في مكان سكنه المعتمد إذا لم يكن له مكان عمل أو عنوان بريدي".

إضافة إلى نصوص المواد (23، 18، 2) من ذات الاتفاقية، تبين أن اتفاقية فينا تنبت نظرية تسليم القبول، فالعقد ينعقد عند تسلّم الموجب للقبول، بغض النظر علم بمضمون الرسالة أو لم يعلم⁽¹⁾.

ويؤخذ على هذه النظرية عدها الوصول قرينة على العلم بما تتضمنه رسالة البيانات الإلكترونية، فإذا تم إرسال رسالة بيانات الكترونية، وأعطى القابل تقريراً بوصولها إلى الموجب، وعند قيام الموجب بفتحها، تبين أنها تحتوي على رموز معينة لا يستطيع فهمها، وقراءة محتوياتها، فهل تعد هذه الرموز قبولا لها، فالمنطق يقول أنها لا تعد قبولا، لعدم احتوائها على شيء خاص بالقبول يمكن فهمه⁽²⁾.

4/ نظرية العلم المقبول :

(4) محمود عبد الرحيم الشريفات، " التراضي في التعاقد عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)"، مرجع سابق، ص156.

(5) لورنس محمد عبيدات، " إثبات الخور الإلكتروني"، مرجع سابق، ص49.

(1) محمد عبد الرحيم شريفات، " التراضي في التعاقد عبر الأنترنت (دراسة مقارنة)"، مرجع سابق، ص 165.

(2) لورنس محمد عبيدان، " إثبات المحرر الإلكتروني"، مرجع سبق ذكره، ص 50.

تقوم هذه النظرية على علم الموجب بالقبول ، فلا يكفي إرسال رسالة ، ونما على الموجب فتحها وقراءتها ، ومعرفة مطابقتها للإيجاب وهنا ينعقد العقد⁽³⁾ علما أن هذا يطابق موقف القانون المدني المصري المادة (91) بشأن التعاقد بين غائبين ، ينتج التعبير عن الإرادة اثر في الوقت الذي يتصل فيه بعلم من وجه إليه ، ويعتبر التعبير قرينة على العلم به ما لم يقيم الدليل على عكس ذلك ، وفي هذه النظرية لا يوجد ما يجبر الموجب على فتح الرسالة ، وقراءتها والاطلاع على القبول طالما أن وصول الرسالة لا يكفي للانعقاد العقد ، فهذه النظرية تترك الأمر لحرية الموجب ، فمن أراد قراءة الرسالة انعقد العقد إذا لم يقرأ الرسالة لم ينعقد العقد ، ففي نظرية إعلان القبول لا يترك الأمر بيد القابل وحده ، فهذه النظرية لا تستجيب للمعاملات التي تتم عبر الانترنت⁽¹⁾.

ثانيا : مكان إبرام العقد الإلكتروني .

تكمن أهمية تحديد مكان إبرام العقد في تحديد المحكمة المختصة بالنظر في النزاعات التي قد تثار بشأنه ، و العقد يخضع لمحكمة الدولة التي أبرم فيها ، وفقا للقواعد العامة ، ما لم يتم الاتفاق على خلاف بين أطراف .

وفي الانترنت يصعب تحديد مكان إرسال الرسالة الإلكترونية واستلامها فهي إشارات رقمية ترسل عبر الأقمار الصناعية في الفضاء الخارجي⁽²⁾ .

وبسبب ذلك لا يزال مكان إبرام العقد الإلكتروني محل نقاش هل هو مكان إقامة المستهلك ؟ أم مكان استلام الموجب للقبول ؟ أم مكان تسجيل الموقع الإلكتروني ؟

في العودة إلى قانون الاوسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية حيث نص في المادة 15 / 4 منه :

" ما لم يتفق المنشأ والمرسل إليه على غير ذلك ، يعتبر أن رسالة البيانات أرسلت من المكان الذي يقع مقر عمل المنشأ ، ويعتبر أنها استلمت في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه ولأغراض هذه الفقرة :

إذا كان للمنشأ أو المرسل إليه أكثر من مقر عمل واحد كان مقر العمل هو المقر الذي له أوثق علامة بالمعاملة المعنية ، أو مقر العمل الرئيسي إذا لم توجد مثل تلك المعاملة .

⁽³⁾ لورنس محمد عبيدان ، المرجع نفسه ، ص 50 .

⁽¹⁾ محمود عبد الرحيم الشريفات ، " التراضي في التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة) " ، مرجع سابق ، ص 162 .

⁽²⁾ لورنس محمد عبيدان ، " إثبات المحرر الإلكتروني " ، مرجع سابق ، ص 52 .

إذا لم يكن للمنشئ أو المرسل إليه مقر عمل يشار من ثم إلى محل إقامته المعتاد.

وفي الانترنت يصعب تحديد مكان إرسال الرسالة الإلكترونية واستلامها فهي إشارات رقمية ترسل عبر الأقمار الصناعية في الفضاء الخارجي⁽¹⁾.

وبسبب ذلك لا يزال مكان إبرام العقد الإلكتروني محل نقاش هل هو مكان إقامة المستهلك؟ أم مكان استلام الموجب للقبول؟ أم مكان تسجيل الموقع الإلكتروني؟.

في العودة إلى قانون الاوسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية حيث نص في المادة 15 / 4 منه :

" ما لم يتفق المنشأ والمرسل إليه على غير ذلك ، يعتبر أن رسالة البيانات أرسلت من المكان الذي يقع مقر عمل المنشأ ، ويعتبر أنها استلمت في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه ولأغراض هذه الفقرة :

إذا كان للمنشأ أو المرسل إليه أكثر من مقر عمل واحد كان مقر العمل هو المقر الذي له أوثق علامة بالمعاملة المعنية ، أو مقر العمل الرئيسي إذا لم توجد مثل تلك المعاملة .

إذا لم يكن للمنشئ أو المرسل إليه مقر عمل يشار من ثم إلى محل إقامته المعتاد .

يتضح من هذا النص أن قانون اليونسترال النموذجي حدد المكان :

- اتفاق الأطراف فأعطى الأولوية لاتفاق أطراف العقد في تحديد المكان .

- إذا لم يتفق الأطراف ، جعل المكان هو مقر عمل المرسل إليه الرسالة .

- إذا كان للمرسل إليه أكثر من مقر عمل جعل المكان هو مقر العمل الذي له صلة بالمعاملة تحل العقد وإذا لم يوجد جعل مقر العمل الرئيسي هو المكان.

- إذا لم يوجد مقر العمل جعل محل إقامة المرسل إليه المعتاد هو مكان انعقاد العقد.

وقد تبني القانون الأردني موقف قانون الاونسترال النموذجي بشأن مكان القبول في المادة 18 من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001 عندما نص على :

(1) لورنس محمد عبيدان ، المرجع نفسه ، ص 52 .

- تعد رسالة المعلومات قد أرسلت في المكان الذي يقع فيه عمل المنشأ ، استلمت في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه ، وإذا لم يكن لأي منهما مقر عمل يعد مكان إقامته مقرا لعمله ما لم يكن منشئ الرسالة والمرسل إليه قد اتفقا على غير ذلك .

- إذا كان للمنشأ أو المرسل إليه أكثر من مقر لأعماله ، فيعد المقر الأقرب صلة بالمعاملة هو مكان الإرسال ، وعند تعذر الترجيح يعد مقر العمل الرئيسي هو مكان الإرسال ، أو التسليم .

وتمتاز بطاقات الائتمان بعدة فوائد ، وتكمن فوائدها للحامل في سهولة الدفع ، والاستفادة من الاعتماد ، وإمكانية سحب الأموال من الموزعات الأوتوماتيكية ، ومؤسسة الإصدار في مصدر الملاءة التي تمنحها البطاقة لحاملها ، وتؤمن مؤسسة الإصدار السهولة في استيفاء المدفوعات عن طريق الاقتطاع الشهري من حساب العميل، وعند عدم وجود حساب تجري حسب الاتفاق .

وتمنح بعض مؤسسات الإصدار عملائها بعض الامتيازات ، كالتأمين للرحلات الجوية التي تمنحها مؤسسة

أمريكية ، ويستفيد العميل من بعض الحسومات في المخازن ، والمحال التجارية ، ونفقات الانضمام إلى هذه البطاقات تكون زهيدة ، ويستفيد التجار من ضمانات الدفع التي تؤمنها مؤسسة الإصدار ، ويتجنبون في نفس الوقت مخاطر الشبكات بدون رصيد ⁽¹⁾ .

المبحث الثاني : آثار العقد الإلكتروني .

هناك اختلاف في الآثار التي تنشأ عن العقد الإلكتروني بين عقد وآخر وبما أن الباحث تناول في رسالته السمات العامة للعقود الإلكترونية ، فسيقصر البحث في آليات الوفاء كأثر من آثار العقود الإلكترونية .

⁽¹⁾ نضال إسماعيل برهم ، " أحكام عقود التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص 87 .

المطلب الأول : الدفع ببطاقات الائتمان المصرفية الإلكترونية .

بطاقات الائتمان : هي عبارة عن بطاقات بلاستيكية مستطيلة تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها ، وشعارها ، وتوقيع حاملها بشكل بارز على وجه البطاقة ، ورقمها ، واسم حاملها ، ورقم حسابه ، وتاريخ انتهاء صلاحيتها ، ويمكن لحاملها سحب المبالغ النقدية من ماكينات سحب النقود الخاصة بالنقود أو تقديمها كأداة وفاء للسلع والخدمات ، وقد تكون أداة ائتمان ⁽¹⁾ .

وتتضمن هذه البطاقة الرقم السري الذي يتكون من أربعة أرقام ويسلم في ظرف مغلق عند استلام البطاقة ، وسيستخدم في السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي ⁽²⁾ .

المطلب الثاني : الدفع بواسطة النقود الإلكترونية .

النقود الإلكترونية هي عبارة عن أرقام ويتم نقلها من الكمبيوتر الخاص بالبنك إلى الكمبيوتر الخاص بالمشتري ، ثم إلى الكمبيوتر الخاص بالبائع ، عن طريق القرص الصلب المثبت على جهاز الكمبيوتر ، ويقوم المشتري بالحصول على النقود الإلكترونية من البنك " ⁽³⁾ .

ويطلق عليها أيضا البطاقة الذكية ، وهي عبارة عن رقيقة إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها ، كالاسم والعنوان ، وأسلوب الصرف ، والمبلغ المتصرف به ، وتاريخه ، وتشبه هذه الرقيقة جهاز الكمبيوتر الشخصي للتعامل لتضمنها الكثير من المعلومات عنه ، وهي قادرة على تخزين المعلومات ، مما يعطيها المرونة الكبيرة في الاستخدام لتثبيتها على الكمبيوتر الشخصي ، أو قد تكون قرصا يمكن إدخاله في الكمبيوتر الشخصي لنقل القيمة المالية منه ، وإليه عبر الإنترنت ⁽⁴⁾ .

⁽¹⁾ نضال إسماعيل برهم ، المرجع نفسه ، ص 86 .

⁽²⁾ محمد أمين الرومي ، " النظام القانوني للتحكيم الإلكتروني " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، ط 1 ، 2006 ، ص 76 .

⁽³⁾ محمد أمين الرومي ، " النظام القانوني للتحكيم الإلكتروني " ، مرجع سابق ، ص 80 .

⁽⁴⁾ نحلة احمد قنديل ، " التجارة الإلكترونية (المرشد للمدير العصري ، رؤية تسويقية) ، جامعة قناة السويس ، بدون سنة نشر ، ص 83 .

المطلب الثالث : الدفع بواسطة محفظة النقود الإلكترونية .

هي عبارة عن بطاقة مصرفية صالحة الدفع حتى مبلغ معين ، محدد و مدفوع مسبقا ، فهي مشحونة مسبقا بالمبلغ المحدد من الجهة المصدرة لها ، وتعتبر من الوسائل المتكررة التي أوجدتها شبكة الانترنت ، و التي تسمح بالقيام بأعمال دفع في الشبكة ، تركز على تطوير نظام جديد في الدفع عن بعد ، على شكل عملة الكترونية توازي العملة التقليدية ، أو تعادلها ، ويكون لها سعر صرف خاص بالنسبة إلى العملات النقدية الكلاسيكية⁽³⁾ .

ومحفظة النقود الالكترونية تشحن مسبقا برصيد مالي ، ويتم تسجيل هذا الرصيد في بطاقة خاصة ، وإذا تم تسجيل الرصيد على القرض الصلب لجهاز الكمبيوتر الخاص لمستخدم الشبكة تكون محفظة نقود افتراضية ، والنقود الافتراضية تماثل من الناحية الفنية المعلومات المخزنة في ذاكرة الكمبيوتر ، والعمل الذي يرغب في التعامل بهذه النقود باستطاعة التعاقد مع أحد البنوك للسماح له باستعمال النقود الإلكترونية⁽⁴⁾ .

المطلب الرابع : الدفع بواسطة الشكات الالكترونية

الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية ، التي اعتاد الناس التعامل بها ، فهو عبارة عن رسالة الكترونية موثقة ، ومؤمنة يرسلها مصدر الشك إلى مستلم الشك (حامله) ، ليعتمده ويقدمه للبنك العامل عبر الانترنت ، ويقوم البنك بعد ذلك بإلغاء السنتات ، وإعادته الكترونيا إلى مستلم الشيك : (حامله) حتى يكون دليلا على انه تم صرف السنتات فعلا ، وبإمكان مستلم الشيك ، التأكد الكترونيا من تحويل المبلغ لحسابه⁽¹⁾ .

المطلب الخامس : الدفع بالاستعانة بوسيط

أن الخشية من القرصنة التي تطول الأرقام السرية لبطاقات الائتمان التي يتم الدفع بموجبها أدت إلى البحث عن وسائل آمنة للدفع الإلكتروني ، وتمثلت بالاستعانة بوسيط الكتروني ، فالوسيط يتولى إجراءات الدفع بين البائع والمشتري عبر شبكة الانترنت ، ليقوم بالتوسط بين بنك التاجر من جهة ، وبنك الزبون من جهة أخرى ، ويمكن الاستعانة بالوسيط لإتمام عملية الدفع سواء كانت بالنقود الالكترونية ، أو باستخدام بطاقات الائتمان⁽²⁾ .

⁽³⁾ بنشار طلال المومني ، "مشكلات التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة) ، مرجع سابق ، ص 180 .

⁽⁴⁾ نضال إسماعيل برهم ، " أحكام عقود التجارة الالكترونية " ، مرجع سابق ، ص 122 .

⁽¹⁾ جمال نادر ، " أساسيات ومفاهيم التجارة الالكترونية " ، دار الإسراء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2005 ، ص 42 .

⁽²⁾ نضال إسماعيل برهم ، " أحكام عقود التجارة الالكترونية " ، مرجع سابق ، ص 123 .

والطريقة التي يتم التعامل بها الآن بالنسبة للدفع الإلكتروني تتمثل بدفع ثمن البيع عن طريق البنك ، ليقوم بتحويل النقود للبائع ، ثم يأخذ المشتري اتصالاً من البنك ، لإرساله للبائع ، لإتمام عملية الشراء بسرعة ، فهذه الطريقة تشبه التنفيذ بطريق وسيط مباشر ، يكون بمثابة رقيب على عملية دفع الثمن⁽¹⁾ .

المبحث الثالث : انعقاد العقد الإلكتروني

ينطبق على العقد الإلكتروني ما ينطبق على العقود الأخرى من أركان وشروط فلا ينعقد العقد إلا بتوافر أركانه .

المطلب الأول : الإيجاب في العقد الإلكتروني

يعرف الإيجاب حسب التوجه الأوروبي لحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن البعد رقم 7 / 1997 الصادر بتاريخ 20 / 5 / 1997 بأنه " كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه أن يقبل التعاقد مباشرة ، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان ، والإيجاب عبر الانترنت له صورة متعددة ، فإما أن يكون عبر البريد الإلكتروني ، وإما عبر صفحات الويب ، والإيجاب الإلكتروني قد يكون موجهاً إلى الشخص بالذات أو موجهاً للعامة .

وفي القواعد العامة للإيجاب الموجه إلى شخص معين بالذات عبر الشبكة غير ملزم للموجب ، إلا إذا حدد الأخيرة مدة معينة للإيجاب ، فهو ملزم بالإيجاب طوال هذه المدة ، والإيجاب غير الملزم يمكن أن يتم به العقد متى كان هذا الإيجاب مستوفياً لجميع شروطه ، أي محددًا وجازماً وبتاتا .

فالإيجاب عبر البريد الإلكتروني يكون لأشخاص محددين ، يرى التاجر إمكانية اهتمامهم أكثر من العامة ، وتبدأ الفعالية للإيجاب بمجرد العلم الموجه إليه هذا الإيجاب ، وذلك بعد فتح بريده الإلكتروني ، فإما يرفض وإما يقبل هذا الإيجاب ، لهذا يجب أن يتسم هذا الإيجاب عبر البريد الإلكتروني بالدقة ، والوضوح اللازمين .

وإما الإيجاب بواسطة صفحات الويب ، فانه يقدم عرضاً المنتجات معينة ، دون تحديد لشخص معين ، فهنا يستطيع أي شخص يستخدم الشبكة التعاقد من خلال الويب إرسال المعلومات الشخصية ، والبيانات المصرفية التي تحقق الوفاء ، ولكنه قد يشتمل على نسبة مخاطر أعلى من تلك التي تتم عبر البريد الإلكتروني .

(1) لورنس محمد عبيدان ، " إثبات المحرر الإلكتروني " ، مرجع سابق ، ص 43 .

وطريقة الإيجاب بواسطة صفحات الويب يمكن أن تكون وسيلة للمفاوضات ، أو الدعوة للتفاوض من خلال النص على الموقع بان العرض ليس إيجابا نهائيا بل دعوة للتفاوض ، لا يترتب أي ، التزام على العارض (1) .

والخصوصية التي فرضها التعامل الإلكتروني في مجال الإيجاب تكمن في أن يكون باتا و جازما ، فهو يعبر عن إرادة جازمة في إبرام العقد ، إذا اقترن بالقبول في كونه كاملا ومعبرا عن العناصر الأساسية للعقد كافة ، كالمبيع والتمن ، و اقترانه بعلم من وجه إليه هذا الإيجاب (2) .

لهذا يتضح حرص المشرع على توفير القدر الكافي من الثقة والحماية للمعاملات الإلكترونية ، والتابع عن إبرام عقود غالبا ما جهل كل طرف ما يتعامل معه ولا سيما أن اغلب العقود الإلكترونية تتم بالطابع الدولي ، هذا الوضوح والشفافية في الإيجاب بعيدا عن الغموض ، فالصورة المعروضة على شاشة الكمبيوتر يجب أن تعكس الوجه الحقيقي للمبيع .

فالإيجاب عبر صفحات الويب لا يخلو من بعض المخاطر التي قد تظهر وبخاصة عندما يكون الإيجاب عاما موجها لجميع المستهلكين من اجل قبول الإيجاب وإبرام العقود ، وأي مستهلك يستطيع قبول الإيجاب وإرسال البيانات الشخصية والمصرفية بهدف الوفاء بالعقد .

وتكون المفاجأة بعجز القابل عن الوفاء بالتزامه بعد إبرام العقد ، وخاصة إذا استلم المشتري المبيع تكون المشكلة اكبر بالنسبة للموجب .

وتكمن المشكلة الأخرى في عدم قدرة الموجب على تنفيذ العقد بعد إبرامه كنفاد المبيع مثلا ، وما سيتكبده البائع نتيجة ذلك من تعويض للمشتري في هذه الحالة ، وما قد يترتب على ذلك أيضا من سوء سمعة المتجر الإلكتروني ، ولفادي الوقوع في هذه المشكلة عمدت بعض المراكز الإلكترونية إلى تخصيص الإيجاب لأشخاص محددين بإرسال بريد الكتروني e-mail منهم لاعتقاده بإمكانية اهتمامهم أكثر من غيرهم بالمنتجات المعروضة (3) .

(1) بشار طلال المومني ، "مشكلات التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة)" ، مرجع سابق ، ص 57 .

(2) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، "عقود التجارة الإلكترونية" ، مرجع سابق ، ص 42 .

(3) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، "عقود التجارة الإلكترونية" ، مرجع سابق ، ص 95 .

المطلب الثاني : القبول في العقد الإلكتروني

تم القبول صراحة وضمنا بحيث نخضع لمجموعة المعلومات التي تحكمه فهو ثاني كلام يصدر من احد العاقدين لأجل إنشاء التصرف وبه يتم العقد .

بينما القبول الإلكتروني يتم صراحة بسبب صعوبة القبول ضمنا ، فهو يتم عن طريق برامج وأجهزة ، الكترونية ، تعمل بشكل آلي ، وهذه الأجهزة لا تستطيع استخلاص إرادة المتعاقدين الضمنية⁽¹⁾ .

فالسكوت لا يكفي إبداء القبول في العقود الإلكترونية ، فلا بد أن يصدر تصرف إيجابي من الموجه إليه الإيجاب ، يبدي من خلاله رغبته في قبول هذا الإيجاب بطريقة الكترونية ، لنعقد العقد بعد ذلك .

فلا يكفي الضغط على علامة القبول التي تفيد الموافقة على الإيجاب ، والواردة على صفحة الموجب ، وإنما اشترط القضاء أن يكون القبول محددًا وواضحًا وجازمًا لذا يجري التعامل على وجوب أن يتأكد القابل موافقته من خلال رسالة بيانات تزود إلى نظام المعلومات ، تعبر عن رغبة جادة في القبول فإذا لم يقم من وجهت إليه رسالة البيانات بالرد عليها ، فلا يعد قابلاً لها حتى لو كانت تتضمن بان عدم الرد يعد قبولاً للإيجاب⁽²⁾ .

والقبول يتم عادة عن طريق الضغط على الأيقونة المختصة للموافقة ، أو على الحاسب الآلي ، ويمكن أن يتم بواسطة طرق أخرى ، مثل غرف المحادثة ، أو البريد الإلكتروني أو هاتف الانترنت⁽³⁾ . وهناك احتمال أن يكون الضغط على أيقونة القبول سهواً ، أو خطأ من غير قصد ، ولمعالجة ذلك هناك برامج الكترونية تتطلب بعض الإجراءات عند عرضها التعاقد ، كي تؤكد القبول ، وتتيقن من صحة إجراءاته ، مثل تكرار الضغط على أيقونة القبول ، أو الرد بالقبول برسالة عن طريق البريد الإلكتروني ، أو الإجابة عن بعض الأسئلة التي توجه إلى القابل أو كتابة بعض البيانات الخاصة ، التي تظهر على شاشة جهاز الحاسب الآلي⁽⁴⁾ .

(1) إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، "الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية" ، لجنة التأليف والتعريب والنشر ، الكويت ، ط 1 ، 2003 ، ص 93 .

(2) لورنس محمد عبيدان ، "إثبات المحرر الإلكتروني" ، مرجع سابق ، ص 47 .

(3) إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، المرجع نفسه ، ص 93 .

(4) إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، "الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية" ، مرجع سابق ، ص 94 .

وأورد العقد النموذجي الفرستي للتجارة الإلكترونية في لبيد السابع من جذوره وجوب التأكد للأمر بالشراء في القبول ، وان القبول وتأكيد الأمر بالشراء يجب أن يتحقق مجموعة من الأوامر على صفحات الشاشة المتعاقبة ، و تتضمن هذه الأوامر صراحة ارتباط المستهلك بشكل جازم (1) .

وتلزم بعض التشريعات مثل : التشريع البريطاني ، الشركات التي تقدم إيجابا على موقعها أن تبين على نفس البريد الإلكتروني للشركة الموحية يتسنى للقبائل أن يستفسر عن أي شيء (2) .

وألزم القانون الموحد لمعاملات المعلومات الأمريكي في المادة (206) القابل بان يقدم قبوله بنفس طريقة الإيجاب فان كل الإيجاب من خلال بريد الكتروني وجب أن يكون القبول من خلال البريد الإلكتروني .

وهناك خصوصية ثانية انفرد بها التشريع الأمريكي ، عندما اشترط في المادة (1/201) إلزام البائع ، إذا كان طرق العلاقة الآخر ليس تاجرا " أي مستهلك " ، بان يؤكد لمشتري تمام إبرام العقد وذلك خلال ، عشرة ايام من إرسال القابل قبوله .

المبحث الرابع : إثبات عقد التجارة الإلكترونية .

المطلب الأول : الكتابة الإلكترونية .

أولا : مفهوم الكتابة .

اشتقت الكتابة من الفعل الثلاثي كتب ، بمعنى خط ، فهو كاتب وجمعها كتاب ، وكتابة ، فالكتابة صناعة الكتاب (3) .

والكتابة كغيرها من الوسائل تطورت على مر العصور فكانت في البداية تتم على جلد الحيوانات ، ثم تطورت ، وأصبحت على الورق إلى أن ظهرت الوسائل المستخدمة في التعاقد كالفاكس و الانترنت (4) .

(1) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عقود التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص 48 .

(2) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " المرجع نفسه ، ص 48 .

(3) مصطفى إبراهيم ورفاقه ، " المعجم الوسيط " ، مطبعة مصر ، 1960 ، ص 780 .

(4) بشار طلال المومني ، " مشكلات التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة) " ، مرجع سابق ، ص 98 .

وعرف قانون تنظيم التوقيع الإلكتروني المصري الكتابة الإلكترونية بأنها "كل حروف ، أو أرقام أو رموز ، أو أي علامات أخرى تثبت على دعامة الكترونية ، أو ضوئية ، أو أي وسيلة أخرى مشابهة ، وتعطي دلالة قابلة للإدراك (5) .

ثانيا : الشروط الواجب توافرها في الكتابة اليدوية للاعتماد عليها في الإثبات .

1/ أن يكون المحرر الكتابي مقروء :

يجب أن يكون المحرر الكتابي مقروءا، حتى ت يتم استخدامه في مواجهة الآخرين ، بمعنى آخر يجب أن يكون مدونا بحروف ، أو رموز معروفة ، ومفهومة لدى الشخص الآخر (1) .

إن فكرة الكتابة قد تطورت بسبب التقدم العلمي ، وظهور وسائل التعاقد المستحدثة ، ولم تعد الكتابة ترتبط بالورقة التقليدية ، وإنما أصبح الفكر القانوني بنادر بالكتابة الإلكترونية المستخرجة من أجهزة الحاسب الآلي والانترنت ، ما دامت هناك إمكانية للتأكد من مضمونها ، لإثبات المعاملات المدنية بين المتعاقدين (2) .

لا فرق بين المحرر العرفي ، والمحرر الإلكتروني في ضرورة توافر هذا الشرط ، ولو تم الرجوع إلى المحرر الإلكتروني ، فإنه يتم عبر وسائط الكترونية بلغة الآلة المكونة من توافيق وتبادل بين الصفر والواحد ، وبالتالي يعجز الإنسان عن فهم هذه اللغة اللوغارتمية المعقدة ، مما دفع إلى إيجاد برامج خاصة تحمل على الحاسوب الآلي ، لتقوم بترجمة لغة الآلة إلى لغة الإنسان ، وتحويل رموز الآلة إلى حروف مقروءة للإنسان ، وشرط القراءة يكون تحقق تبعا لذلك (3) .

وبالرغم أن قراءة المحررات الإلكترونية لا تتم مباشرة ، وإنما تحتاج إلى الحاسب الآلي لقراءتها بالنظر إلى طريقة التدوين والرموز المستخدمة فيه ، إلا أنه يمكن قراءتها ، وهذا يعني أن شرط القراءة قد تحقق بها ، ويمكن فهمها ، واللغة التي تظهر على شاشة الجهاز هي لغة مفهومة ومقروءة للعقاد (4) .

2/ استمرارية الكتابة :

(5) قانون تنظيم التوقيع الإلكتروني المصري رقم 15 لسنة 2004، المادة (1)، نشر هذا القانون في العدد 17 من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ (2004/04/22) في الصفحة 17 .

(1) حسن عبد الباسط جمبجي ، " إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000 ، ص 20 .

(2) بشار طلال المومني ، المرجع نفسه ، ص 12 .

(3) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عقود التجارة الإلكترونية "، مرجع سابق ، ص 64 .

(4) حسن عبد الباسط جمبجي ، المرجع نفسه ، ص 20 .

هذا ما أكدته المادة 01/10/أ من قانون اليونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لعام 1996، جاء فيها :
 " عندما يشترط أن تكون المعلومة مكتوبة تستوفي رسالة البيانات ذلك الشرط إذا تيسر الاطلاع على
 المعلومات الواردة فيها على نحو يتيح استخدامها في الرجوع إليها لاحقاً ."

ولو تم الرجوع إلى طبيعة الورق لوجد أنها تسمح بتحقيق هذا الشرط ، رغم بعض العوامل الاستثنائية التي تحد من
 ذلك كالحرق أو الرطوبة (1) .

وقد لا تتوافر خاصية استمرارية الكتابة في السندات الإلكترونية ، المستخدمة في التعاقد عبر الانترنت ، بسبب
 التكوين المادي والكيميائي للشرائح المغنطة ، وأقراص التسجيل التي تتصف بدرجة عالية من الحساسية تؤدي إلى
 تلفها ، إذا تغيرت قوة التيار الكهربائي ، أو تغيرت درجة تخزين هذه الوسائط ، مما يفقدها القدرة على الاحتفاظ
 بتلك المعلومات المكتوبة إلكترونياً ، واستمرارها ، وقد تم التغلب على ذلك بوجود الأجهزة المتطورة ذات القدرة
 على حفظ المعلومات ، واستمرارها بدرجة كبيرة ، وهذا ما يؤدي إلى تحقيق هذا الشرط في المستندات الإلكترونية (2)

ونصت المادة 9/ أ من القانون المعاملات الإلكترونية الاردني على انها " اذا اتفقت الاطراف على اجراء معاملة

بوسائل الكترونية تقضي التشريع الخاص بهذه المعاملة تقديم المعلومات المتعاقدة بها او ارسالها او تسليمها الى الغير
 بوسائل خطية فيجوز لهذه الغاية اعتبار اجرائها بوسائل الكترونية متفقاً مع متطلبات تلك التشريعات اذا كان المرسل
 اليه قادراً على طباعة تلك المعلومات وتخزينها والرجوع اليها في وقت الحق بالوسائل المتوفرة لديه " وبسبب ما تتميز
 به المحررات الإلكترونية حالياً من القدرة على الاحتفاظ بالبيانات المخزنة لفترات طويلة تسمح بالرجوع اليها في اي
 وقت ، يكون شرط الاستمرارية قد تحقق بالمحرر الإلكتروني ، شأنه شأن المحرر العرفي (3) .

3/ الشباب وعدم القابلية للتعديل.

(1) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عقود التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص 64 .

(2) بشار طلال المومني ، " مشكلات التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة) " ، مرجع سابق ، ص 103 .

(3) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، المرجع نفسه ، ص 65 .

حتى يتم اسباغ الحجية على المحرر الكتابي يجب ان يكون غير قابل للتعديل والتغير في مضمونه ، وان اي تعديل عليه لا يتم إلا بإتلافه ، أو يترك اثر واضح ا عليه ، وهذا الشرط يضمن الثقة على الدليل للاعتماد عليه ، ومنحه الحجية القانونية .⁽⁴⁾

فالعيوب المادية تؤثر على قوة المحرر بالإثبات ، وما أدى ذلك أنقاضها ، أو إسقاطها بحسب الأحوال ، ويفهم من هذا بان المحرر الكتابي يجب أن يكون غير قابل للتعديل أو الإضافة إلا بظهور هذا التعديل ، أو الإضافة ، وتقدر قيمته في الإثبات تبعاً لذلك⁽¹⁾

وأما بالنسبة للمحركات الإلكترونية فقد نص قانون اليونسترال النموذجي في المادة (10/ ب) على انه يشترط فيها التالي :

" الاحتفاظ برسالة البيانات بالشكل الذي أنشأت ، أو أرسلت ، أو استلمت ، أو بشكل يمكن إثبات انه يمثل دقة المعلومات التي أنشأت أو أرسلت ، أو استلمت " .

وهذا يدل على انه يشترط في المحرر الإلكتروني عدم التعديل ، فالمحركات الإلكترونية لها نفس وظيفة المحركات الورقية ، لان الكتابة الإلكترونية تتم معالجتها بطريقة رقمية ، ويتم تخزين البيانات المكتوبة الكترونياً على أقراص cd ، ويمكن لأصحاب الشأن قراءة الكتابة الإلكترونية بشكل واضح ، باستعمال هذه الأقراص عن طريق جهاز الكمبيوتر عندما تظهر على الشاشة في صورة واضحة ، ومقروءة للأطراف .

وعملية تخزين الكتابة على الأقراص ، أو الشرائط تضمن حفظها ، واستمرار وجودها مدة أطول ، ويتم حفظ المحركات الإلكترونية بشكلها النهائي دون إمكانية إجراء أي تعديلات عليها ، وتحفظ في صناديق تحت إشراف جهات موثوق بها من الدولة ، وتتعزيز الثقة في المحركات الإلكترونية إذا ما أضفنا إلى ما سبق أن العلم الحديث قد ابتدع برامج تدوين للمعلومات ، تكون المعلومات المدخلة غير قابلة للتعديل بأي حال ، ويسمى هذا بنظام(acropat) ، وخلاصة الحوار أن الكتابة الإلكترونية تستطيع أن تحل مكان الكتابة التقليدية طالما تضمن

⁽⁴⁾ابراهيم الدسوقي أبو الليل ، " الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص 168 .

⁽¹⁾ حسن عبد الباسط جمعي ، " إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت " ، مرجع سابق ، ص 22 .

كتابة بالمعنى المفهوم في القانون ، وذلك بأن تكون مقروءة وواضحة تدل على مضمون التصرف القانوني ، والمحرم الورقي التقليدي الذي عده القانون حجة لا مانع من إطلاقه على المحرر الكتابي والإلكتروني على حد سواء⁽²⁾.

المطلب الثاني : التوقيع الإلكتروني .

يكون للعقد الإلكتروني قيمة قانونية ودرجة عالية من الالتزام ، إذا تم التوقيع عليه من أطرافه ، والتوقيع بشكل عام (تقليدي أو الكتروني) هو وسيلة يعتبرها احد الأشخاص عن إرادته في الالتزام بتصرف قانوني معين ، وقد يحصل إما بالإمضاء ، أو ببصمة الإصبع ، أو ببصمة الختم .

أولاً : مفهوم التوقيع الإلكتروني .

التوقيع كلمة اشتقت من الفعل الثلاثي وقع ، ووقع العقد ، أو الصك كتب في أسفله اسمه إمضاء له ، أو إقرار به والتوقيع لغة معناه : " ما يعلقه الرئيس على كتاب أو طلب برأيه فيه .

وتوقيع العقد أو الصك أن يكتب الكاتب اسمه في ذيله إمضاء له وإقرار به " (1) .

وقد عرف التوقيع الإلكتروني حسب اقتراح اللجنة الأوروبية المقدم في 16 يوليو والذي اقر في 13 ديسمبر 1999 ، في المادة الثانية منه التي نصت على أن التوقيع الإلكتروني عبارة عن ، " بيانات تحت شكل الكتروني متصلة او مرتبطة منطقياً ببيانات الكترونية أخرى ، وتخدم طريق التوثيق (2) .

(2) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، "عقود التجارة الإلكترونية" ، مرجع سابق ، ص 89 .

(1) مصطفى إبراهيم ورفاقه ، " المعجم الوسيط " ، مرجع سابق ، ص 162 .

(2) عادل أبو هشيمة محمود ، " عقود خدمات المعلومات الإلكترونية في القانون الدولي الخاص " ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004 ، ص .

ويعرف التوقيع الإلكتروني أيضا بأنه " حروف ، أرقام ، رموز أو إشارات لها طابع منفرد ، تسمح بتحديد شخص صاحب التوقيع ، وتميزه عن غيره " (3)

ثانيا : شروط التوقيع الإلكتروني .

هناك مجموعة من الشروط الواجب توفرها في التوقيع حتى يعتد به ، و هذه الشروط هي كالتالي :

1/ دلالة التوقيع على صاحبه والتزامه بمضمون المستند الموقع عليه .

فحتى يتحقق دور التوقيع في الإثبات لابد أن يكون دالا ومحددا لشخص الموقع (4) .

وقد ذهب جانب من الفقه والقضاء في مصر وفرنسا قبل ظهور التوقيع الإلكتروني إلى ضرورة أن يتم التوقيع بخط يد الشخص مصدر التوقيع فلا بد من أن يكتب الشخص اسمه ولقبه كاملين ، فلا يكفي أن يضع علامة مميزة ، أو مألوفة ، أو توقيع مختصر .

فالتوقيع يجب أن يكون واضحا بللا يدع مجالا للشك بأنه صادر من صاحب التوقيع ، واشترط الفقه المصري أن يشتمل التوقيع على اسم الموقع ولقبه بكامل حروفها .

وفي النهاية فانه يكفيان يكون التوقيع مميزا ومحدد الشخص صاحبه بغض النظر عن شكله ، ووسيلة إصداره ولا يشترط كتابة التوقيع بخط من يصدر عنه ، لان الشرط الجوهرى يتعلق بقدرة التوقيع على تحديد هوية صاحبه ، وتميزه عن غيره ، وليس بالاتصال المادي بين التوقيع وصاحبه (1) .

2/ يجب أن يكون التوقيع مقروءا ومستمرا ومباشرا .

يتصف التوقيع بهذه الصفة إذا تم بالحبر الجاف ، أو السائل أو الرصاص ، والتوقيع لا يخرج عن كونه شكلا من أشكال الكتابة ، لذلك يخضع لمل تخضع له الكتابة منة شروط ، لتقدير مدى صحتها ، ومن هذه الشروط أن يكون

(3) محمد إبراهيم أبو الميحاء ، المرجع نفسه ، ص 68 .

(4) حسن عبد الباسط جمبجي ، " إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت "، مرجع سابق ، ص 29 .

(1) حسن عبد الباسط جمبجي ، المرجع نفسه ، ص 31 .

التوقيع مقروءا بشكل مباشر أو باستخدام آلة معينة ، وان تكون استمرارية في القراءة ، وهذا يتحقق الشرط في التوقيع الإلكتروني ، شأنه شأن المحرر الإلكتروني (2) .

فالتوقيع يجب تحريره بشكل يستهل الرجوع إليه طول الفترة اللازمة لاستخدامه في الإثبات (3)

3/ يجب أن يتصل التوقيع بالمحرر الكتابي .

يجب أن يتصل التوقيع اتصالا مباشرا بالمحرر الكتابي ، لتأدية وظيفة في إثبات إقرار الموقع ، بما ورد في مضمون هذا المحرر (4) .

ويتم ذلك بوضوح التوقيع في المستند بحيث يتصل به ، ولا يفصل عنه إلا بالتعديل الذي يسهل كشفه بالخبرة الفنية (5) .

ويتحقق هذا الاتصال بين المحرر والتوقيع بشكل يستحيل فصله عن الورق إلا بإتلاف المحرر ، وهذا يرجع إلى طبيعة كل منهما ، فالأحبار تتكون من مواد كيميائية قابلة للاتصال بشكل وثيق بالورق وقت جفافه (1)

والتوقيع يرد على وجه المستند نفسه ، ويجب أن يوضع في مكان سيستدل أن الموقع أراد الالتزام بجميع ما ورد بالمستند من بيانات لذا فالحل المناسب لوضع التوقيع هو نهاية المستند ، ولا يوجد مانع قانوني من ورود التوقيع في أي مكان آخر من المستند .

ولو أثير سؤال في حالة استيعاب حجم السند (الورقة) لكتابة مضمون التزام الموقع ، فهل يجوز تنظيم السند في عدة أوراق ؟

يجوز تنظيم المستند في عدة أوراق ، ويوقع الملتزم عليها مرة واحدة في نهاية الورقة الأخيرة ، إذا كانت هناك رابطة مادية وفكرية بين الأوراق نجعل منها سنداً واحداً .

(2) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عقود التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص 68 .

(3) حسن عبد الباسط جمبجي ، " إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت " ، مرجع سابق ، ص 31 .

(4) حسن عبد الباسط جمبجي ، المرجع نفسه ، ص 32 .

(5) بشار طلال المومني ، " مشكلات التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة)" ، مرجع سابق ، ص 87 .

(1) محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، " عقود التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص 69 .

ووجود هذه الرابطة تعد من مسائل الواقع التي يعود تقديرها لقاضي الموضوع ، وفي حال عكس ذلك يصبح واجبا عليه أن يوقع على كل ورقة على حدى (2) .

ثالثا : حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات .

للتوقيع أهمية كبيرة في الإثبات ، فلا تقبل المستندات العرفية تبعا لقواعد الإثبات إلا إذا كانت موقعة ، والمستندات غير

الموقعة لا تكون إلا مبدأ ثبوت بالكتابة ، أي أنها بحاجة إلى بنية أخرى لتأكيدتها (3) .

وعند دراسة التوقيع نجد انه مرتبط بالدليل المكتوب ، لذلك يتعين لإسباغ الحجج القانونية للتوقيع ، أن تتوفر بالرسالة أو المستند المراد المصادقة عليه بتوقيع شروط الدليل الكتابي ، إضافة إلى شروط التوقيع نفسه اللازمة لأداء وظيفته في تحديد شخصية الموقع وإقراره بمضمون المحرر ، ونسبته إلى الموقع (4) .

وقضت محكمة النقض المصرية بأنه " يعتبر المحرر العرقي صادرا ممن وقعه ما لم ينكر صراحة ما هو منسوب إليه من خط أو إمضاء أو ختم أو بصمة ، إما الوزان أو الخلف ، فلا يطلب منه الإنكار ويكفي أن يحلف يمينا بأنه لا يعلم .

التطور الناتج عن التقدم العلمي أدى إلى تحول في استخدام التوقيع من التقليدي إلى التوقيع الإلكتروني في التعاملات المدنية مع الحفاظ على الدور الذي يلعبه التوقيع التقليدي ، وهذا ما يسعى إليه الفقه محاولا إيجاد الحجج للتوقيع الإلكتروني ، وما نتج عن تلك المحاولات من قيام بعض الفقهاء بإعطاء الحجج للتوقيع الإلكتروني في الإثبات ، ولكن بعضهم الآخر لم يعط الحجج للتوقيع الإلكتروني ، وذلك سبب غياب الأمن القانوني الكافي لمثل هذا النوع من التوقيعات .

وبصدور القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية أعطيت الحجج لمثل هذا النوع من التوقيع من خلال إصدار شهادات التوثيق من جهات معتمدة ، وهذه الجهات تصدر شهادات التوثيق من جهات معتمدة ، لتوثيقه وإيداعه لديها ، وذلك أدى إلى إعطاء التوقيع الإلكتروني الحجج ، ومنح الحجج القانونية للتوقيع الإلكتروني ذو ارتباط وثيق بدرجة

(2) عباس العبودي ، "السندات العادية ودورها في الإثبات المدني" ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2001 ، ص 53 .

(3) نضال إسماعيل برهم ، "أحكام عقود التجارة الإلكترونية" ، مرجع سابق ، ص 176 .

(4) إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، "الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية" ، مرجع سابق ، ص 129 .

الأمان المتوفرة في هذا التوقيع ، وهذا ما يجعله يرتقي إلى الدرجة التي يمكن معها أن يتجه القانون الثقة والحجية القانونية (1).

كانت بداية الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني عام 1989 في مجال البطاقات الائتمانية ، بإقرار محكمة النقض المرتسية بصحة التوقيع الإلكتروني باعتباره يتألف من عنصري إبراز البطاقة الائتمانية وإدخال صاحبها رقمها السري ، وأكدت المحكمة أن هذه الوسيلة تفوق الضمانات الموجودة في التوقيع اليدوي (2).

وبعد ذلك صدر إرشاد الاتحاد الأوروبي حول التوقيع الإلكتروني في 13 كانون الأول 1999، ونص على الشروط الواجب توافرها في التوقيع الإلكتروني في المادة الثانية منه (3).

وهذه الشروط هي :

- ارتباط التوقيع الإلكتروني بالموقع فقط:

- قدرة التوقيع الإلكتروني على تحديد شخصية الموقع .
- أن ينشأ التوقيع الإلكتروني بوسائل تقع تحت سيطرة الموقع ورقابته .
- ارتباط التوقيع الإلكتروني بالمعلومات التي يوثقها الموقع بطريقة تسمح باكتشاف أية محاولة لتعديل هذه المعلومات، أو التلاعب بها .

ونصت المادة 1/6 من قانون اليونسسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية على ما يلي:

" حيثما يشترط القانون وجود توقيع من شخص يعد ذلك الاشتراط مستوفيا بالنسبة إلى رسالة البيانات إذا استخدم توقيع يقول عليه بالقدر المناسب للغرض الذي أنشأت أو أبلغت من اجله رسالة البيانات في ضوء كل الظروف ، كما في ذلك أي اتفاق ذي صلة " ، ونصت المادة 3/6 من ذات القانون على ما يلي :

" تعبر التوقيع موثقا به للغرض المذكور في الحالات التالية:

- إذا كانت بيانات إنشاء التوقيع مرتبطة في السياق الذي تستخدم فيه بالموقع دون أي شخص آخر .

(1) لورنس محمد عبيدان ، " إثبات المحرر الإلكتروني " ، مرجع سابق ، ص 156

(2) نضال إسماعيل برهم ، " أحكام عقود التجارة الإلكترونية " ، مرجع سابق ، ص 17

(3) نضال إسماعيل برهم ، المرجع نفسه ، ص 17 .

- إذا كانت بيانات إنشاء التوقيع خاضعة وقت التوقيع لسيطرة الموقع دون أي شخص آخر.
 - إذا كان أي تغير في التوقيع الإلكتروني يجري بعد حدوث التوقيع قابلاً للاكتشاف.
 - إذا كان العرض اشتراط التوقيع قانوناً هو تأكيد سلامة المعلومات يتعلق بها التوقيع ، وكان أي تغير يجري في تلك المعلومات بعد وقت التوقيع قابلاً للاكتشاف .
- ولو تمت العودة إلى مشروع قانون تنظيم التوقيعات الإلكترونية الفلسطيني لسنة 2004م لوجدناه ينص في مادته الرابعة على الآتي:
- " بالإضافة إلى أي شروط أو ضوابط أخرى يكون للتوقيع الإلكتروني للكتابة الإلكترونية ذات الحجية في الإثبات مما يضمن توافر ما يلي :
- ارتباط التوقيع الإلكتروني بالموقع وحده .
 - سيطرة الموقع وحده على أداة التوقيع الإلكتروني وأنظمتها .
 - إمكانية كشف أي تعديل ، أو تبديل في بيانات المحرر ، أو التوقيع الإلكتروني بعد وضعه على أي محرر .
- من الملاحظ بعد استعراض بعض القوانين بشأن منح الحجية للتوقيع الإلكتروني اشتراطها نفس الشروط ، أو تقاربها في الشروط الواجب توفرها في التوقيع لحصوله على الحجية في الإثبات .
- وعلى الرغم من نص المشروع على المساواة بين التوقيع الإلكتروني والتوقيع التقليدي في الإثبات ، إلا أنه أوحى أن يتوافر في التوقيع الإلكتروني شروط معينة سبق ذكرها ، لتحقيق الحجية في الإثبات ⁽¹⁾ .
- وفي النهاية وبما أن التوقيع الإلكتروني اثبت قدرته على أداء مهام التوقيع الكتابي فلا بد من دعوة المشرع لاعتماد هذا التوقيع الإلكتروني ، ومنحه القوة الثبوتية أمام المحاكم ، والجهات الحكومية ، ولا بد من منح المستندات الإلكترونية القوة الممنوحة للمستندات الورقية ، وهذا لا مفر منه في ظل التطورات الحالية في المعاملات التجارية الدولية عبر شبكة الانترنت والتي لا تقبل الأوراق العادية الموقعة بشكل يدوي ، الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني

⁽¹⁾ لورنس محمد عبيدان، "إثبات المحرر الإلكتروني"، مرجع سابق، ص 158 .

والمستندات الإلكترونية مسالة ضرورية مما يمكن الأطراف المتعاقدة من تقديم المستندات بعد استخراجها من الحاسب الآلي وتوقيعها الكترونياً ، وعدها أدلة للإثبات تقدم إلى الجهات القضائية .

وقضت محكمة النقض المصرية بان " ثبوت صحة التوقيع بعد إنكاره صراحة كافية لإعطاء الورقة حجيتها ، في أن صاحب التوقيع قد ارتضى مضمونها والتزم بها ، مؤداه إعطاء الورقة حجيتها .

رابعاً : نطاق قبول التوقيع الإلكتروني في الإثبات

نطاق قبول التوقيع الإلكتروني في الثبات ، أي هل يقبل التوقيع الإلكتروني في كافة المعاملات ، اوان هناك معاملات لا يقبل فيها التوقيع الإلكتروني ؟ بالطبع ليس كل المعاملات يقبل فيها التوقيع الإلكتروني ، وهنا سنذكر المعاملات التي يقبل فيها التوقيع الإلكتروني ، والمعاملات التي لا يقبل فيها التوقيع الإلكتروني سبب الطبيعة الخاصة التي تتميز بها ، والتي تقضي عدم خضوعها للتوقيع ، لذا لا يتم بوسائل الكترونية ، وهذا ما أكدته نصوص القوانين التي حددت هذه المعاملات ، وهذا ما سنذكره .

بالرغم من توافر الحجية القانونية في التوقيع الإلكتروني للاعتماد عليه في الإثبات يتوافر عنصر الأمان وثقة المشروع به إلا أنه لا يقبل في المعاملات كافة ، وفق نصوص القوانين ، فما المعاملات التي يقبل فيها التوقيع الإلكتروني والمعاملات التي لا يقبل فيها ؟

1/ المعاملات التي يقبل فيها التوقيع الإلكتروني.

أ/ المعاملات الإلكترونية الرسمية.

تنص المادة (4) من القانون المعاملات الإلكترونية الأردني على التالي:

- المعاملات الإلكترونية، والسجلات الإلكترونية، والتوقيع الإلكتروني، وأي رسالة معلومات الكتروني.

- المعاملات الإلكترونية التي تعتمد على أي دائرة حكومية ، أو مؤسسة رسمية بصورة كلية أو جزئية .

وعند التمعن في هذا النص نجد المشرع الأردني أعطي الدوائر الرسمية والحكومية الحق في انجاز معاملاتها بصورة الكترونية ، وهذا يعد ممهداً نحو التقدم لتطبيق الحكومة الإلكترونية التي ظهرت حديثاً ، وبدا تطبيقها في كثير من دول العالم ، والتعاملات التي تتم عن طريق الحكومة الإلكترونية تحتاج إلى استخدام التوقيع الإلكتروني المدعم بشهادة

توثيق من الجهات المختصة ، للتحقق من شخص المتعامل معها ، والجهة الحكومية التي يؤدي الخدمة بحاجة أيضا إلى استخدام التوقيع الإلكتروني حتى تكون تامة من الناحية القانونية (1) .

فالمادة الرابعة والخامسة من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني ينطبق على المعاملات الإلكترونية ، سواء أكانت ذات طابع تجاري أم مدني (حكومي) ، وهذا بتوسيع من المشرع في سياق التوجه نحو الحكومة الإلكترونية ، وإدخال المعاملات الإلكترونية في جميع مجالات الحياة للأفراد ، والشركات ، والمؤسسات العامة (2) .

ب/ المعاملات التي يتفق عليها الأطراف .

نصت المادة (5) من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني على التالي : " تطبيق أحكام هذا القانون على المعاملات التي يتفق أطرافها على تنفيذ معاملاتهم بوسائل الكترونية ، ما لم يرد فيه نص صريح بغير ذلك " .

ونلاحظ من هذه الفقرة انه يجوز للأطراف المتعاقدة الاتفاق على عدم استعمال الوسائل الإلكترونية في تنفيذ معاملاتهم ، إلا أن المقصود من هذا القانون هو حث المتعاملين على اللجوء إلى الوسائل الإلكترونية في تنفيذ معاملاتهم ، دون أن

يقوم بإجبارهم على ذلك (1) .

وبالعودة إلى قانون اليونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية نجده ينطبق فقط على المعاملات التجارية دون غيرها من المعاملات كما جاء في نص المادة (1) منه : " ينطبق هذا القانون على أي نوع من المعلومات يكون في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية " .

2 / المعاملات التي لا يقبل فيها التوقيع الإلكتروني .

وردت هذه المعاملات في قانون المعاملات الإلكترونية الأردني (85) لسنة 2001 فقد نص في المادة (6) منه على أنه " لا تسري أحكام القانون على ما يلي :

(1) محمد عبد نصيرات، " التوقيع الإلكتروني في الإثبات (دراسة مقارنة) "، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، عمان ، 2005 ، ص 161 .

(2) عمر حسن المومني، " التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية(دراسة قانونية وتحليلية ومقارنة) "، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2005، ص 100 .

(1) عمر حسن المومني، " التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية(دراسة قانونية وتحليلية ومقارنة) "، ص 100 .

أ / العقود والسندات والوثائق التي تنظم وفقا لتشريعات خاصة بشكل معين او تتم باجراءات محددة ومنها :

- إنشاء الوصية وتعديلها.
- إنشاء الوقف وتعديل شروطه.
- معاملات التصرف بالأموال غير المنقولة كما في ذلك الوكالات المتعلقة بها وسندات ملكيتها وإنشاء الحقوق العينية عليها بإنشاء عقود الإيجار الخاصة لهذه الأموال.
- الوكالات والمعاملات المتعلقة بالأحوال الشخصية .
- الإشعارات المتعلقة بإلغاء أو فسخ عقود خدمات المياه والكهرباء والتأمين الصحي والتأمين على الحياة .
- لوائح الدعاوي ، والمرافقات وإشعارات التبليغ القضائية ، وقرارات المحاكم .

ب / الأوراق المالية إلا ما تضمن عليه تعليمات خاصة تصدر عن الجهات المختصة استنادا لقانون الأوراق المالية النافذ المفعول " .

والمشرع استثنى هذه المعاملات لطبيعتها الخاصة ، وحساسيتها التي تقضي توثيقها كتابة ، وهذه المعاملات وردت شكل حصري ، فلا يجوز التوسع فيها ، أو تجاوزها يفرض قيود على تعاملات تخرج عن هذا الاستثناء ، وهذا محل اجتماع في الأنظمة القانونية المختلفة ، إلا أن هناك بعض الدول تجاوزت هذه الاستثناءات بظهور المحاكم الإلكترونية بها كالولايات المتحدة التي يتم التقاضي فيها بطريقة الكترونية ⁽¹⁾ .

ولكن هناك رأي يرى أن في قصر حجية إثبات التوقيع الإلكتروني على بعض المعاملات دون غيرها نوعا من التقصير لا لزوم له ، وتناقض ليس له داع ، طالما أن التوقيع الإلكتروني يعترف به القانون ، ويجوز الحجية في الإثبات كالتوقيع التقليدي ، لذا فلا يوجد أي داع لقصر هذه الحجية على بعض المعاملات دون غيرها ، فالتوقيع الإلكتروني متى استخدم في أي معاملة لا بد وان يجوز ذات الحجية في الإثبات المقرر للتوقيع التقليدي دون اية نواقص ، لأنه يؤدي إلى تفرقة بين أنواع المعاملات ، وقصور لا داعي له في تطبيق القانون ⁽²⁾ .

(1) عمر حسن المومني ، "التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية ، دراسة قانونية وتحليلية ومقارنة" ، مرجع سابق ، ص 101 .

(2) منير ومحمد ممدوح الجنيبي ، " تزويد التوقيع الإلكتروني " ، دار الفكر الجامعي ، 2006 ، ص 63 .

كما استثنى في تطبيق أحكام قانون المعاملات والأمور المتعلقة بالزواج والطلاق والوصايا وسندات ملكية الأموال غير المنقولة والسندات القابلة للتداول والمعاملات المتعلقة ببيع وشراء الأموال غير المنقولة وأي مستند يتطلب القانون تصديقه أمام كاتب العدل أو القنصل في الخارج أو من ينوب عنه .

والمشرع الأردني قسم هذه الاستثناءات إلى قسمين هما :

- المعاملات الشكلية الخاصة :

• إنشاء الوقف والوصية وتعديلها :

استثنى المشرع الأردني الوقف والوصية وتعديلها في مجال الوسائل الإلكترونية حتى لو استكملت الشروط القانونية في القانون المدني ، فهي تصرفات مدنية وشخصية تخرج من نطاق المعاملات التجارية وهي بحاجة الى توثيق لخطورتها من الناحية الشرعية ، لقيام الموصى له بالاحتياج بالوصية وقيام الموصى بالتوقيع عليها خطيا ، ومنح الورثة هذا الاحتجاج بأن الموصى قام بتعديل الوصية قبل وفاته ، وبذلك لا يجوز سماع الوصية إلا إذا كانت محررة خطيا وموقعا عليها حسب ما ورد في القانون المدني الأردني في المادة (2/27) التي تنص على انه " لا تتمتع عند الإنكار دعوة الوصية أو الرجوع عنها بعد وفاة الموصي إلا إذا وجدت أوراق رسمية محررة بخط المتوفي وعليها إمضاءه أو كانت ورقة الوصية أو الرجوع عنها مصدقا على توقيع الموصى عليها " (1) .

أما الوقف فقد استثناه المشرع في نطاق المعاملات الإلكترونية ، لطبيعة إنشائه وتعديله شروطه التي تخضع للأحكام الشرعية لدى المحاكم المختصة (2) .

وهذا ما أكدته المادة (2/1237) من القانون المدني الأردني التي نصت " على ، انه يتم الوقف أو التغيير في مصارفه وشروطه بإشهار رسمي لدى المحكمة المختصة وفقا للأحكام الشرعية .

ويلاحظ أن القانون اشترط الإشهار الرسمي لدى المحاكم المختصة بالنسبة للوقف ، وليس مجرد القول أو الفعل الضمني الدال على الوقف ، ولكن الإشهار بحاجة إلى إجراءات معينة .

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي ، " مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2003 ، ص 131 .
(2) لورنس محمد عبيدان ، " إثبات المحرر الإلكتروني " ، مرجع سابق ، ص 163 .

- معاملات التصرف بالأموال غير المنقولة وما قد نشأ عنها من وكالات متعلقة بها أو سندات ملكية وإنشاء الحقوق العينية .

تخضع المعاملات التصرف بالأموال غير المنقولة كالأراضي والعقارات و الشقق والبنيات وغيرها وطل ما يتعلق بها من وكالات بيع وشراء وما ينشئ عنها من انتفاع للإجراءات المنصوص عليها في قانونها الخاص⁽³⁾ .

– معاملات الأدوال الشخصية :

يجب أن تخضع هذه المعاملات لقانون الأحوال الشخصية الخاص تنظيمها ، على الرغم من انتشار ظاهرة الزواج عبر الأنترنت ومحاولة إيجاد تنظيم قانوني له ، وقانون الأحوال يوجب حضور الخاطب ، أو نائبه أمام القاضي الشرعي لتنظيم عقد الزواج ، وتحرير وثيقته بمحرر رسمي مكتوب ، لما يترتب عن ذلك من حقوق وأثار اجتماعية واقتصادية لكلا الزوجين⁽⁴⁾ .

وهذا ما أكدته المادة (1) من قانون الأحوال الشخصية الأردني رقم (61) لسنة 1976 بقولها :

1- يجب على المخاطب مراجعة القاضي ، أو نائبه لإجراء العقد .

2- يعقد الزواج مأذون القاضي يوجب وثيقة رسمية ، للقاضي بحكم وظيفته في الحالات الاستثنائية أن يتواتر ذلك بنفسه بإذن قاضي القضاة .

– الإشعارات المتعلقة بإلغاء عقود خدمات المياه والكهرباء والتأمين الصحي والتأمين على الحياة ، أو فسخها :

اشترط القانون في مثل هذه العقود إلى الإثبات خطياً ، أي أنها لا تجوز أن تتم بوسائل الكترونية .

– لوائح الدعاوي والمرفقات وإشعارات التبليغ وقرارات المحاكم.

يقيد قلم المحكمة لائحة الدعاوي يوم إيداعها في سجل القضايا بعد دفع الرسم ، وتعطي رقما متسلسلا ونختم بخاتم المحكمة وبدون التاريخ باليوم والشهر والسنة.

⁽³⁾ لورنس محمد عبيدان ، المرجع نفسه ، ص 163 .

⁽⁴⁾ لورنس محمد عبيدان ، المرجع نفسه ، ص 164.

وهذا اشترط القانون تقديم لائحة الدعاوي شكل مكتوب ، وتحتم هذه المستندات بالخاتم الخاص ، فإذا كانت مقدمة بطريقة إلكترونية فكيف يمكن ختمها؟

- معاملات الأوراق التالية:

استثنت معاملات الأوراق التالية من نطاق قانون المعاملات الإلكترونية وذلك لاعتبارات معينة ، تختص بطبيعتها، وما تتمتع به هذه المعاملات من أهمية وخصوصية احتاط لها المشرع ، فلم يخبر أن تصدر بوسائل إلكترونية حتى لو كانت مستوفية لجميع شروطها ، وذلك لقدرتها على تحقيق الأمان عند إصدارها من خلال وضع شروط وضوابط معينة لإصدار هذه الأوراق بوسائل إلكترونية ، فإذا تحقق عدم قدرة هذه الوسائل الإلكترونية على المبدأ الأساسي ، وهو عدم جواز إصدارها بوسائل إلكترونية.⁽¹⁾

خلاصة الفصل الثاني :

تعتبر عقود التجارة الإلكترونية تجسيد عملي لإجراء معاملات التجارة الإلكترونية ، وهي كسائر العقود حضت بقوانين وتشريعات تحكمها وتبرز كيفية إدارتها ، سواء على مستوى المنظمات العالمية الخاصة بالتجارة الإلكترونية ، أو على مستوى القوانين الداخلية للدولة .

تبرم هذه العقود بمجرد تبادل الإيجاب والقبول بين الطرفين وبمجرد وضع توقيعهما على المحرر الإلكتروني الذي يفيد بالالتزام بمحتواه على الطرفين، وهذا ما اعترف به مجموعة القوانين وزكته وظيفة لإثبات صحة التصرف ، ولدعامة الإلكترونية فإنه لأجل الاعتراف والالتزام بمضمون العقد وجب التوقيع على العقد لإثباته .

⁽¹⁾ لورنس محمد عبيدات ، " إثبات المحرر الإلكتروني " ، مرجع سابق ، ص164.

الفصل الثالث

إدارة عقود التجارة

الإلكترونية في الجزائر

تمهيد:

مع ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة الدولية في إدارة العقود الإلكترونية وإبرام الصفقات التجارية عبر شبكة الأنترنت، لم يترك هذا للجزائر أي مجال في التأخير في تبني العمل بالعقود الإلكترونية والاستفادة من المزايا التي تحققها للمؤسسات والاقتصاد ككل.

وستتطرق في هذا الفصل إلى التعرف على وضعية العقود الإلكترونية في الجزائر في ظل الإنتشار العالمي لها.

الفصل الثالث: إدارة عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر

المبحث الأول : نظرة المشرع الجزائري لعقود التجارة الإلكترونية .

المطلب الأول : تصنيفات عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر

تتجه غالبية معاملات التجارة الإلكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة وهي التعامل بين الشركات والمستهلكين ، والتعامل بين الشركات بعضها مع بعض .

أولا : التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين " B2C " :

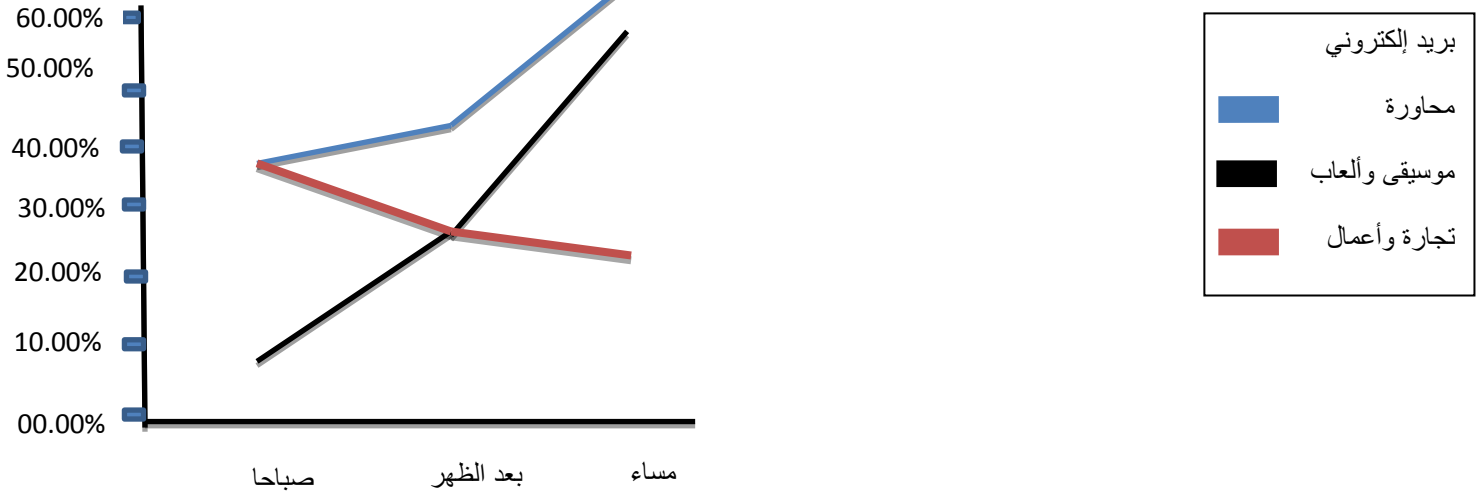
إن التجارة الإلكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة لمختلف الاقتصاديات ، وإن الجزائريين ليسوا بجاهليين لأبجديات هذه اللغة ، فإتساع رقعة استعمال الانترنت من المحيط الجامعي إلى أوساط مختلف فئات المجتمع ، أحدث تغيرات كبيرة في التعاملات التجارية للجزائريين ، وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الانترنت ، واتصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الانترنت ، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الإلكترونية " B2C " التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار ، واقتصاد الوقت والتكاليف .

وما يساعد على فتح آفاق واسعة للمستهلكين الجزائريين ويوجههم نحو التجارة الإلكترونية ، هو اتصال أكثر من نصف المشاركين الذين شملتهم الدراسة (65 %) بالانترنت من بيوتهم ، فالسوق المترامي في طريقه لأن يكون سوقا واعدة عن بعد عن طريق الانترنت ، فبمجرد اتصال المنازل بطريق المعلومات سوف يتصل الكتالوجات إليهم ، وعندما تتاح الفرصة للمستهلكين أن يستعرضوا السلع الموجودة في المركز التجاري الإلكتروني ، ستكون لهم القدرة على الوصول لمنتج الذي يحتاجون إليه⁽¹⁾.

⁽¹⁾ عبد الفتاح بيومي حجازي ، " التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت " ، مرجع سابق ، ص 45 .

من جهة أخرى فقد سبق المؤسسة " Med&com " إنأجرت دراسة لسلوك مستخدم الانترنت الجزائري في سنة 2008 شملت 3980 شخص وضحت فيها أنشطة مستخدم الانترنت كما في الشكل الموالي :

الشكل (2) طبيعة الأنشطة الممارسة عبر الانترنت طيلة اليوم



المصدر:

Ded& cpn , " étude sur le comportement dz l'internaute algérien", disponible sur le sct :www.medncom/rapport/étude-web-résumé PTP.

إن الملاحظ من الشكل السابق هو انتشار الاستخدام التجاري للانترنت ، نسبة مقبولة ومشجعة من مستخدمي الانترنت ارسون التجارة والأعمال خاصة في الساعات الأولى من الصباح ، فقد قدرت هذه النسبة بحوالي 84 % ، لتسجيل هذه النسبة انخفاضا طفيفا في الساعات الأخيرة من النهار ويصل إلى حوالي 22 % وتعوض بأنشطة التسلية والترفيه وكذلك التخاطب والدردشة .

ثانيا : التجارة الإلكترونية بين الشركات " B2C " ؛

إن التطور المذهل الذي أحدثته ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عالم الأعمال والتجارة يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيات (خاصة الانترنت) كقاعدة تجارية ، ويدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الإلكترونية في قنوات عملها اليومية .

وقد بدأت بعض المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الإلكتروني ، ولكن بمستويات مختلفة ، فالإيجار في الشبكة العنكبوتية يجعلنا نكشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الانترنت مع المؤسسات

الأخرى ، إلا أن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الإلكترونية تركز على العلاقة مع الزبائن " B2C " ، في حين هناك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات " B2C " والدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع التكنولوجي لدى مختلف الهيئات الاقتصادية في الجزائر .

وضحت الدراسات أن العديد من المؤسسات الجزائرية لا تهتم بتسويق نشاطاتها الاقتصادية على شبكة الانترنت حيث أن نسبة ضئيلة جدا من المؤسسات تملك مواقع الكترونية يقتصر استغلالها غالبا على تقديم بعض المعلومات العامة عن المؤسسة ومنتجاتها ، بعيدا عن استغلال شبكة الانترنت في إبرام العقود التجارية ، مما لا تتعدى نسبة المؤسسات الجزائرية المتصلة بها 20 % .

وعلى صعيد إبرام العقود الإلكترونية وتسوية الصفقات عبر الانترنت وضح تقرير DEVOS حول الجاهزية الرقمية أن الجزائر احتلت المرتبة الأخيرة 133 فيما يتعلق باستعمال الانترنت للأغراض التجارية (بيع وشراء السلع ، التفاعل مع الزبائن والموردين) ، وسجلت علاقة قدرتها 2.54 على سلم ~~مستوى~~ 7 (وهو ما يدل أن مستوى تطبيق التجارة الإلكترونية المستخدمة من قبل الشركات الجزائرية كان ضعيفا ومتدنيا ولم يتجاوز المستوى البدائي ، حيث ان هذه المؤسسات تستخدم الوسائل التقليدية في تجارتها ، ومازالت بعيدة عن الممارسة الواسعة للتجارة الإلكترونية ، واقتصرت تطبيقات التجارة على الدعاية والترويج للشركة ومنتجاتها دون عقد صفقات تجارية عبر الانترنت ، واكتفت المؤسسات باستعمال هذه التقنية (الانترنت) لأغراض بسيطة كالاتصال والإعلام .

المطلب الثاني : تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر .

لا يقتصر مفهوم التجارة الإلكترونية على عملية امتلاك موقع على الشبكة العنكبوتية العالمية ، وعقد الصفقات وإقامة الروابط الجارية عبر هذه الشبكة ، بل تستعمل هذه التجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات والتي تتمثل في مختلف الأنشطة الممارسة من قبل الشركات من خلال وسائل اتصالات الكترونية ، على غرار عمليات الإعلان عن المنتجات والخدمات ، تقديم المعلومات عن المنتجات عبر الخطوط الهاتفية .

أولا : الإعلان عبر الانترنت .

يعتبر الإعلان عبر الانترنت من اكبر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا في ظل الاتجاه نحو التجارة الالكترونية ، وتسويق المنتجات والخدمات عبر هذه الشبكة ، بحيث يساهم الإعلان التجاري الالكتروني في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال تفصيل المنتجات على مقاس كل زبون وبأقل تكلفة مقارنة مع وسائل الإعلان الأخرى⁽¹⁾ .

بدأ الإعلان عبر الانترنت في الجزائر خلال فترة سبتمبر 2008 ، حيث قامت المؤسسات بإطلاق 141 حملة إعلانية ، وفي طبيعة المنتجات والخدمات التي تخطى بأكبر قدر من الترويج عبر الانترنت من طرف هؤلاء المعلنين ، فقد بنيت هذه الدراسة أن قطاع السيارات فاز بحصة الأسد بـ 17 معلن عبر الانترنت وحصة سوقية مقدرة بـ 29 % متبوعا بقطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي قدرت نسبة عقود المبرمة عبر الانترنت بـ 24 % أما القطاعات الأخرى فقد بدأت تتلمس خطواتها الأولى في هذا المجال على غرار السياحة والمنتجات الغذائية التي قدرت عدد العقود المبرمة عبر هذه الشبكة بـ 03 % .

⁽¹⁾عفاف خويلد ، " فعالية الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية " ، مجلة الباحث ، العدد 07 ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2009 - 2010 .

ثانيا : مراكز الاتصال .

تعتبر مراكز الاتصال شركات خدمات عن بعد تركز معظم اهتمامها في مجال خدمة العملاء وتحقيق رضائهم ، من خلال تلقي مكالماتهم والإجابة عن انشغالاتهم حول منتجات وخدمات شركات أخرى ، كما تجري هذه الشركات أيضا اتصالات بالعملاء لبيعهم منتجات وتقديم الخدمات .

وشهد سوق مراكز الاتصال في الجزائر نموا متسارعا ، رغم كونها حديثة العهد ، فقد باشرت هذه المراكز حديثها سنة 2006 ، بعد إصدار المرسوم رقم 06 / 76 في 18 فيفري 2006 والمعدل المرسوم رقم 03 / 27 الصادر في 13 جانفي 2003 المحدد لشروط فتح مراكز الاتصال ، حيث تم تخفيض قيمة الاشتراك السنوي من مبلغ تعجيزي قدره 10 ملايين دينار جزائري إلى مبلغ رمزي قدره 10 آلاف دينار جزائري⁽¹⁾ ، مما سجع على نمو عدد مراكز النداء ، فحسب إحصائيات لسلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية و اللاسلكية بلغ عدد هذه المراكز 6 سنة 2006 ، تم تضاعف عدد هذه المراكز بسرعة فائقة خلال 4 سنوات ليبلغ عدد الرخص الممنوحة من طرف هذه السلطة إلى مراكز الاتصال حوالي 62 ، ومنها حوالي 30 مركز اتصال تنشط بشكل فعلي ، وان انخفاض عدد هذه المراكز النشطة يدل أن خدمة مراكز الاتصال الجزائرية لا تزال في أطوارها الأولى ، ولا تزال هذه التقنية جديدة بالنسبة للمجتمع الجزائري .

تلعب مراكز الاتصال دورا كبيرا في التطور المستقبلي لعقود التجارة الإلكترونية الجزائرية ، خاصة إذا رافق هذا التطور نمو الوعي عند الشركات الجزائرية بمدى كفاءة هذه المراكز .

المبحث الثاني : مشاريع استخدام العقود الإلكترونية في الجزائر .

لضرورة التطورات التكنولوجية ، توصلت الجزائر إلى حتمية مشاريع الكترونية واضحة المعالم بغية إيجاد إطار عمل منظم والدخول الى العالم الرقمي ، وبالتالي التحفيز على إبرام العقد التجاري بشكل الكتروني .

⁽¹⁾Kamzl rahmouni , " Centre d'appel en Algérie : ARPT modifie le cahier décharger ", ntic magazine N°50 , www . ntic web . com / component/ option, com -rok downloads/ id,293/task, download.

المطلب الأول : مشروع الجزائر الالكتروني 2013 .

في إطار مساعيها لمواكبة التغيرات الالكترونية والاقتصادية ، مجابهة مرحلة ما بعد البترول ، تعكف الجزائر على تركيز مقومات الالامادي وتأسيس مجتمع المعرفة من خلال تطوير مشروع أطلق عليه اسم " الجزائر الالكترونية 2013 " ، والتي تركز على تنمية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، نظرا لدوره الفعال في تحريك الاقتصاد الوطني ، وجعله اقتصاد الكتروني .

وقد بدأت الجزائر جهودها الرامية لتحسيد مجتمع معلوماتي منذ مطلع سنة 2000 ، مركز على مجال البريد والاتصالات ، إلا أنها لم تضع خطة وطنية شاملة ذات رؤية متعلقة بالتكنولوجيا الحديثة حتى ديسمبر 2008 ، كانت انطلاقة المشروع الوطني المتعدد لقطاعات ، بعد استغراقها 6 اشهر من طرف 300 خبير وإطار جزائري (1) .

وتتضمن مشروع الجزائر الالكترونية مجموعة من النقاط تركز على الإدارة الالكترونية ، المؤسسة الالكترونية ، المواطن الالكتروني ، وتم تحديد لكل نقطة من نقاط المشروع مجموعة من الأهداف نموذجها كالتالي :

أولا : تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة .

يسعى مشروع الجزائر الالكتروني من خلال هذا العنصر إلى تحقيق غايتين أساسيتين هما : عصرنة الإدارة بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وتقريبها من المواطن .

ولتحقيق هذين الهدفين الرئيسيين ، تم وضع عمليات وأهداف خاصة تتعلق بالجوانب التالية :

- 1- استكمال البنية الأساسية المعلوماتية من خلال إقامة الشبكات المعلوماتية المختلفة واقتناء التجهيزات .
- 2- إقامة نظم المعلومات من خلال رقمنة المعلومات والتسيير الالكتروني للمستندات ، ووضع مكتبة الكترونية تتبع الوصول إلى الوثائق والمعلومات في أي زمان ومكان .

(1) حمزة منير ، " آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجزائر : مشروع الجزائر الالكترونية 2013 نموذجاً " ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العالمي للإدارة الالكترونية : نحو إدارة الكترونية فعالة للمجتمع الجماهيري ، الجماهيرية العربية الليبية الاشتراكية العظمى ، طرابلس 1- 4 / 06 / 2010 .

3- تنمية الكفاءات البشرية من خلال عمليات التكوين .

4- تطوير تشكيلة واسعة من الأنشطة والخدمات الإلكترونية لفائدة المواطنين (G2C) ، و المؤسسات

(G2B) ، والإدارات الأخرى (G2G) .

ثانيا : تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الشركات .

هناك مجموعة من الأهداف لهذه الإستراتيجية بذكرها كالتالي :

1- تطوير عرض الخدمات الإلكترونية تجاه الشركات من اجل حمل الشركات على استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق خدمات الكترونية .

2- التركيز على تحسين أداء الشركات المنتمية للمجالات التي لا تستخدم كثيرا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كالزراعة .

3- دعم تملك الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا الاتصال والإعلام عن طريق إعداد تحليل مستمر لاحتياجات هذه المؤسسات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومنتجها للحوافز المتتالية لتسهيل اعتماد هذه التكنولوجيات⁽¹⁾ .

ثالثا : تطوير الكفاءات البشرية .

تتم عملية التطوير من خلال إدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كافة المناهج التعليمية ، سواء في التكوين المهني والمتطوعة التربوية ، أو التعليم العالي ، بالإضافة إلى إنشاء مؤسسة دولية للتكوين العالي في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

⁽¹⁾ وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، " الجرائد الإلكترونية " ، ديسمبر 2008 ، متوفر على الموقع : WWW.mptic.dz

رابعاً : تدعيم البحث ، التطوير والابتكار .

تشكل عملية البحث والابتكار العمود الفقري للاقتصاد المعرفي ، ولهذا فان الرغبة في تطوير منتجات وخدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال تستدعي ضرورة تطوير أنشطة البحث والتطوير والابتكار من خلال إعداد برامج وطنية وشبكات بحث وابتكار .

خامساً : الإعلام والاتصال .

يتم هذا المشروع عن طريق إنشاء وتمويل جمعيات نشاطها الأساسي هو التحسيس بأهمية مجتمع المعلومات .

سادساً : تميم التعاون الدولي .

لا تزال الجزائر تلتزم أولى خطواتها في مجال التحول إلى مجتمع المعلومات ، ولا يمكنها تسريع هذا التحول دون طلب المساعدة من الدول التي قطعت أشواطاً كبيرة في هذا الميدان ، ولهذا تسعى الجزائر إلى تملك التكنولوجيا والمهارات من خلال إقامة شراكات إستراتيجية والمشاركة الفعالة في الحوار والمبادرات الدولية .

سابعاً : الموارد المالية .

إن تجسيد برنامج الجزائر الإلكترونية يتطلب رصد أغلفة مالية معتبرة لإقناع وتشجيع الأفراد والمؤسسات على تملك تكنولوجيا الإعلام والاتصال والاستفادة من خدماتها وبالتالي التحول إلى الاقتصاد الرقمي .

المطلب الثاني : المشاريع الهيكلية والمؤسسية .

حتى تستطيع الجزائر مواكبة التطور الحاصل في التكنولوجيا ووجب عليها تطوير مجتمع المعلومات ، وهذا التطوير يستدعي إعادة هيكلة للمؤسسات لمحاكاة تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

أولاً : خطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية " ARPT " .

قامت الجزائر بإنشاء هيئة مستقلة تمنع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي لعام 2001 أطلق عليها اسم " سلطة الضبط للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية " ، تتواتر الشهر على تنفيذ التوجهات الوطنية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وقد كلفت هذه الهيئة بتطبيق خطط الدولة المعلنة لتحرير سوق البريد والاتصالات وانفتاحه على المنافسة ، وجذب الاستثمارات إليه وحماية حقوق المستهلكين .

وتم إنشاء هذا الجهاز بموجب القانون رقم 2000 - 03 المؤرخ في 05 أوت 2000 والذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، وحددت مهام سلطة الضبط في المادة 13 كالآتي :⁽¹⁾

1) إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من خلال توفير بيئة تنافسية فعالة بين مختلف متعاملي هذا القطاع .

2) مواكبة الثورة التكنولوجية الجديدة وعدم التأخر عما يجري ، والسعي للتعاون والتنسيق مع مختلف الهيئات الدولية والوطنية بغية اقتراح كل ما من شأنه النهوض بهذا القطاع .

3) سلطة الضبط هي الهيئة المخولة قانونا باتخاذ القرارات العقابية ، كفرض الغرامات ، وسحب الرخص من المتعاملين في حالة مخالفة القوانين المؤطرة للسوق .

4) القيام بمهمة التحكيم لغض التراعات الناشئة بين المتعاملين بعضهم مع بعض او مع المستعملين .

ثانيا : وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال .

باشرت الجزائر بداية سنة 2000م إصلاحيات في قطاع الاتصالات ، بداية من تحويل وزارة البريد والمواصلات الى وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، بهدف تنظيم هذا القطاع .

وتعمل هذه الوزارة على مجموعة من المهام :⁽²⁾ .

1) إعداد إستراتيجية لتطوير المواصلات السلكية واللاسلكية والمعلوماتية والتقنيات السمعية البصرية .

2) المشاركة في تحديد إطار تشييد مجتمع المعلومات الجزائري .

3) اقتراح كل التدابير المساهمة في تطوير البحث التطبيقي في ميدان المواصلات السلكية واللاسلكية والمعلوماتية .

4) تنفيذ سياسة الحكومة في مجال الخدمة العامة للمواصلات السلكية واللاسلكية .

⁽¹⁾ - القانون 2000 - 03 المؤرخ في 05 أوت 2000، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، الجريدة الرسمية 06 أوت 2000 ، العدد 48 ، ص 8 .

⁽²⁾ - وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، على ، على الموقع : www.mptic.dz

ثالثا : اللجنة الالكترونية .

يترأسها الوزير الأول وتضم تشكيلة من الوزراء في قطاعات مختلفة وقد أعدت هذه اللجنة عام 2008 خطة وطنية للاتصالات وتقنية المعلومات تتضمن رؤية الجزائر فيما يتعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وتم إنشاء لجنة تقنية تعني بتوفر الدعم التقني للجنة المركزية .

وساهمت الجزائر في عدة مشاريع ذات مستوى عالي لتأهيل الموارد البشرية لجعلها قادرة على مواكبة التطورات التكنولوجية كمجال البنوك والمجال القضائي وغيرها من مشاريع الهيكلية والمؤسسية .

المطلب الثالث : المشاريع التنفيذية .

تسعى الجزائر جاهدة لإحراز مراكز مشرفة على سلم المجتمع المعرفي من خلال بعث العديد من المبادرات والمشاريع الرامية إلى تحقيق العديد من الغايات ، على غرار تطبيق عقود التجارة الإلكترونية منها :

أولا : برنامج كمبيوتر شخصي لكل عائلة .

قامت وزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال سنة 2005 بتوقيع اتفاقية مع مجموعة من البنوك الجزائرية وموزعي أجهزة الحاسوب والبرامج بفرض إطلاق مشروع " كمبيوتر لكل بيت " ، والمسمى أسرتك ، والهادف لتزويد المواطنين بالحواسيب.

وأطلق على هذه العملية تسمية " أوراق Aures " والتابعة لشركة satim ، بحيث تعد الأولى من نوعها في الجزائر ، وتكون بمثابة وسيط بين التاجر وحامل البطاقة ، فقد أصبح بإمكان حامل البطاقة إبرام العقود والصفقات عبر الأنترنت ودفع تكاليف شراء المقتنيات في محيط مؤمن ضد عمليات الغش والقرصنة لوجود التوقيع الإلكتروني والرمز السري للتأكد من الهوية.

المبحث الثالث: واقع استخدام العقود الإلكترونية في الجزائر

تسعى الجزائر جاهدة في اللحاق بالتطورات التكنولوجية العالمية وفي تطوير التقنيات الخاصة بإبرام العقد الإلكتروني إلى أن هناك بعض القيود والعراقيل التي تعرقل نموها وتطبيقها فلا تزال فتية البشرية بالنسبة للمستوى العالمي ، ومع ذلك فهي تحاول جاهدة في تخطي تلك المعوقات وإيجاد الحلول المناسبة لترقية الصفقات والعقود الإلكترونية الجزائرية.

المطلب الأول: عوائق عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر

وبالرغم من كل الإيجابيات التي تقدمها العقود الإلكترونية للمستهلك ، التاجر والاقتصاد الوطني إلا أن هناك بعض العوائق التي تمنعها من الارتقاء إلى المستوى العالمي ، نوجزها كآآتي:

أولاً: العوائق التقنية والتجارية

تشتمل في ما يلي:

1- ضعف البيئة التمية التكنولوجية:

يتطلب نجاح العمليات التجارية الإلكترونية إنشاء بيئة تكنولوجية متطورة ، تساعد على انتشار استخدام الأنترنت ، وتوفر البيئة المناسبة والداعمة لعقود التجارة الإلكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية.

وتبني الإحصاءات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لإبرام العقود الإلكترونية هذا في التأخر الذي تشهده الجزائر في الأنترنت لأنها العامل الأول في إبرام الصفقات الإلكترونية.

بالإضافة إلى عدم وجود خدمة عالية للأنترنت في معظم المناطق الجزائرية ، فشبكة الاتصالات البطيئة تضيع وقت المستعملين ، حيث أن عملية التنقل بين المواقع واستغراقها وقتا طويلا يجعل من هذه العملية مملة وشاقة ، مما قد يؤثر على رغبة المستخدم في إبرام الصفقات عبر هذه الشبكة. (1)

2- تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تعتبر صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الإلكترونية وتوسع نطاقها ، وتعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع والخدمات المتصلة تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، فالجزائر لا تولي اهتمام كافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا ، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى ، ولميل هذه المنظمة إلى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة والعقارات ، بالإضافة إلى ضعف القاعدة البشرية التي تستند

(1) فريد كورتال ، " واقع التجارة الإلكترونية بالبلدان العربية وسبل تطويرها - إشارة خاصة لجزائر "، الملتقى العلمي الدولي الأول : الشفافية ونجاعة الأداء للاندماج في الاقتصاد العالمي ، الأوراسي ، ماي ، جوان 2003.

إليها صناعة المعلومات ، وصعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المشاعة للإبتكارات التكنولوجية.

و لم يتعدى رقم أعمال قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال 9.05% من الناتج الداخلي الخام سنة 2008 ، بحيث قدر رقم أعمال هذا القطاع بحوالي 278.01 مليار دينار جزائري فيما يخص الاتصالات و 84.4 مليار دينار جزائري فقط فيما يخص تكنولوجيا الإعلام (برمجيات - خدمات - معلوماتية) ⁽¹⁾

3- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع:

إن تدني المسؤول مستويات الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار إبرام العقود الإلكترونية فإن فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنية المعلومات في قطاع الأعمال ، وهذا الضعف فسر في جانب منه استشار ظاهرة " الأمية المعلوماتية" والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي ، فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، ويقلل من ممارسة الصفقات التجارية الإلكترونية ، فخلال سنة 2008 لم تتجاوز نسبة العائلات الجزائرية التي تملك جهاز الحاسوب 12.30% و لم يزد عدد الأفراد الذين يملكون حاسوبا شخصا عن جزائري واحد من أصل 100، مما يوحي تدني مستويات الثقافة الرقمية في حقوق المواطنين الجزائريين.

4- نقص الكفاءات المؤهلة في مجال التجارة الإلكترونية: ⁽²⁾

يفسر هذا الفقر في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها:

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات.
- ضعف إمكانية البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من الأعمال التجارية التي تبرم عن طريق الأنترنت ، كما أنه قد تم تقدير البنك

⁽¹⁾ سالي جمال ، " أثر التنمية المستدامة في تحسين فرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة "، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية " وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، ديومي 09/ مارس / 2004.

⁽²⁾ عبد الوهاب بوكرواح ، " 60% من المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يغادرون الجزائر "، جريدة الشروق ، العدد 155531 ليوم 2008/09/23، متوفرة على الموقع:

الدولي لاتفاق الجزائر على أنشطة البحث والتطوير بـ 0.07% من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي سنة 2005.

- هجرة الأدمغة والكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة لاستقطابها بتوفير كل الظروف الملائمة لاستقرارها وتقدر نسبة المتخصصين في تكنولوجيا الإعلام الذين يغادرون الجزائر بـ 60%.

ثانيا : العوائق القانونية والتشريعية

رغم انطلاق استخدام أجهزة الحاسوب في ثمانيات القرن الماضي في الجزائر وولوج هذه الأخيرة عالم الأنترنت سنة 1994 ، والتطور الكبير الذي شهده سوق الهواتف النقالة ، إلا أن خارطة تشريعات الجزائر قد دخلت من أي تشريعات ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية وقد تأخر كثيرا صدور قوانين لتنظيم الشبكة العنكبوتية عكس الشبكة الاتصالية فقد غيرت الفترة من 1980 إلى 1990 بالسباق إلى اقتناء العتاد وإنشاء خصائص أجهزة الكمبيوتر ، وأعطيت أولوية كبيرة للعتاد على حساب إصدار القوانين المنظمة ، حتى سنة 2004، ثم تسد الفراغ التشريعي بإصدار بعض القوانين التي تطبق بشكل خاص على نظام المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وذلك بدءا بإصدار القانون 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004⁽¹⁾ ، الذي ينص على حماية الأنظمة المعلوماتية من خلال تجريم كل الأنواع الاعتمادات التي تستهدف أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات ، وخلال سنة 2009 تم تدعيم القانون السابق بقانون آخر رقم 04/04،⁽²⁾ المتعلق بكفاءة الجرائم الإلكترونية بالإضافة إلى اعتراف بالكتابة والتوقيع الإلكتروني سنة 2005.

إلا أن المشرع الجزائري قد جاء ببعض النصوص القانونية المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية دون التعرض للنظام القانوني الذي يحكم العقد الإلكتروني، ولم يتطرق إلى تعريفه، فالمشرع الجزائري لم يقف وقفة شمولية أمام آثار إفرازات عصر المعلومات على الجوانب القانونية، حيث تم اعتماد تشريعات وحلول جزئية.

وتم معالجة التحديات بشكل غير شامل، حيث تتعرض التشريعات الموضوعية لبعض النقاط فقد التي تبدوا أكثر أهمية دون أن تعطي الكثير من الجوانب الخاصة بعمليات العقود الإلكترونية، بالإضافة إلى كون هذه

⁽¹⁾ القانون 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 ، يعدل ويتم الأمر رقم 156-66 المؤرخ في 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات ، الجريدة الرسمية ليوم 10 نوفمبر 2004، العدد 71 ، ص ص 8 - 12.

القانون رقم 04/09 المؤرخ في 05 أوت 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجزائر المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها ، الرسمية 16 أوت العدد 27.

⁽²⁾

التشريعات الصادرة يشوبها الكثير من الغموض من نواحي عديدة تتمثل في آلية التطبيق وتحديد جهات الاختصاص المعنية بها.

كما وضحت الممارسات العملية ان عدم إصدار تشريعات تنظم العقود الإلكترونية والاكتفاء بصلاحيات أدوات التجارة الإلكترونية وحجميتها، لا يكفي لقبول هذه العقود، فالعقد الإلكتروني في الجزائر يتطلب عنصر أساسي، هو وجود نص قانوني خاص ينظمه، ويعرف بالحجية القانونية ويزيد في ثقة جميع الأطراف في هذا النمط الحديث في المعاملات.

ثالثا: العوائق التجارية:

هناك مجموعة من العوائق يمكن تلخيصها في الآتي:

1/ عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الإلكترونية: ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء عقود التجارة الإلكترونية، فلا يستطيع أغلبية الشركات.

الحصول على التمويل الكافي لتغطية نفقات وتكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فلا زالت هذه الشركات تعتبر تكاليف إقامة مواقع التجارة الإلكترونية مرتفعة بعض الشيء، خاصة أن نجاح الموقع يتوقف بدرجة كبيرة على مدى اللمسات الاحترافية في تصميمه وإدارته، مما يتطلب تقنيين ذو خبرة وتكلفة عالية، وحتى بعد إنشاء الموقع تبرز مشكلة أخرى وهي ضرورة مراقبة وصيانة الموقع وتجديده كل مرة لكي تواكب التكنولوجيات المتطورة التي تحدث بخطى مسارعة في هذا الميدان.

ويعتبر الارتفاع الكبير لتكاليف توصيل خدمات الاتصال بالإنترنت سبب في انخفاض عدد مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

2/ ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية، مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية.

3/ الانعكاسات السلبية لظاهرة المعلومة على المؤسسات الحاسبة المختصة في مجال المعلوماتية والتي أصبح يقتصر دورها على الاستهلاك فقط، نظرا لاهتمام الشركات متعددة الجنسيات للأسواق الحاسوبية، فهي تقوم بتزويد هذه الأسواق لمنتجات تلائم خصوصياتها.

4/ إحجام المستهلكين عن التسوق عبر الأنترنت، بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار في التجارة الإلكترونية والتقليدية مما يؤدي إلى انخفاض حجم الأعمال الإلكترونية الموجهة للمستهلك، وبالتالي تتجنب الشركات الاستثمار في هذا النوع من المعاملات التجارية الإلكترونية.

المطلب الثاني: الحلول المستخدمة لتحسين عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر

هناك مجموعة من الحلول نذكرها كالآتي:

أولاً: الأساليب التوعوية:

لنجاح هذه الأساليب، سيستدعي تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدامات الأنترنت في إدارة عقود التجارة الإلكترونية وتحسين الجمهور بفوائد وسرعة هذا النوع من إبرام العقود ومدى حجيتها في الإثبات.

1-التنقيب التكنولوجي:

يتم نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسته حول عملية إبرام العقود الإلكترونية، وعملية توظيف الأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني.

ومن جهة أخرى لا بد من إنشاء مصالح ومكاتب خاصة تتولى مهمة التخاطب مع الجمهور، وتقوم بالرد على كل التساؤلات والاستفسارات المطروحة بشأن إبرام العقود الإلكترونية.

2-اعتماد الحكومة للتجارة الإلكترونية (إبرام الحكومة للعقود إلكترونياً):

إن تزايد إدراك صناع القرار الاقتصادي مدى فاعلية العقود الإلكترونية وترجمته في الواقع ، سوف تكون له آثار إيجابية على زيادة وعي مجتمع الأعمال بفوائد ومزايا إبرام العقود إلكترونياً ، فباعتماد الحكومة لإبرام الصفقات التجارية إلكترونياً في نمط (G2B) ، (G2C) ، (G2G) ودخولها المشتري حقيقي في هذا السوق ، ومبادرتها في عرض مشترياتهما والحصول على عرض الشراء في المهمتين بواسطة إبرام الصفقات الإلكترونية من شأنه أن يشجع الشركات على تبني هذا النوع من إبرام العقود وما تحقيقه من قدرة تنافسية أفضل للمؤسسات الكبيرة وحتى الصغيرة والحديثة في المجال.

3-تثمين دور التعليم:

يتم هذا عن طريق تعزيز مبادرات محو الأمية بالإضافة إلى العنصرين التاليين.

- دمج محاور التجارة الإلكترونية في العملية التعليمية:

- لا بد من دعوة كافة المؤسسات التعليمية لتبني آخر المستجدات في مجال التقنيات الحديثة ، ومحاوله جذب الأشياء الجديدة إلى المعلوماتية من خلال تحسين نوعية الشباب المتمدرس في كافة المراحل بقيمة تكنولوجيا

الإعلام والاتصال وإدارة العقود إلكترونيا ، حيث تعدل المناهج القديمة ويتم التوجه إلى تدريس العلوم المرتبطة بالتجارة الإلكترونية في المدارس والثانويات والجامعات والمعاهد ومراكز التكوين المهني، كما يتم استحداث تخصصات جديدة في إدارة عقود التجارة الإلكترونية ، ومعاهد عليا مخصصة في هذا النوع من التجارة ، تقوم بتوعية وتطوير الكوادر المناسبة لتوسيع هذا النوع من المبادلات الإلكترونية.

- التعليم الإلكتروني:

يعتبر التعليم الإلكتروني أحد أهم وأبجح الطرق لنشر المعرفة وتوظيفها في تنمية القدرات البشرية، حيث أن تفعيل ودعم الجامعات للتعليم عن بعد وربطها بشبكات متطورة وإقامة جامعات افتراضية من شأنه تقوية قدرات الأفراد وتحقيق نتائج مذهلة ومتفوقة أحيانا على النظام الحضوري بفضل خاصية وميزة تعليم عدد كبير من الطلاب دون اعتبار أن للقيود الزمانية والمكانية ، وتزويدهم عن طريق الشبكة بما يحتاجونه من معارف في مختلف الموارد المنتقاة بغرض رفع المستوى العلمي والتأهيلي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال بالإضافة إلى نشر المكتبات المتعددة الوسائط في المدارس والجامعات والتي تساعد على توفير مراجع حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانيا: الأساليب التكنولوجية

تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية بالنهوض بإدارة العقود الإلكترونية بالعناصر التالية:

- تعميم استخدام الأنترنت:

تسعى الجزائر إلى تحسين وتوزيع الشبكات من خلال إصلاح الخطوط الهاتفية المتقدمة، وتبني نظم وشبكات جديدة متطورة في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية ذات سرعة وكفاءة واستجابة عالية، كما لا بد من المحافظة على التوازن بين أسعار خدمات الأنترنت ومستوى الدخل، وجعل هذه التكاليف معقولة وفي متناول غالبية المواطنين، فضلا عن إنشاء نقاط نفاذ عمومية للأنترنت معتمدة على تكنولوجيا السعة العالية النطاق وتكون متاحة ومجانية الاستخدام، أو ذات أسعار منخفضة وملائمة لمختلف شرائح المستخدمين.

2- تحرير سوق خدمات الاتصالات:

إن من بين ما يجد من تطور وتطبيق إدارة عقود التجارة الإلكترونية هو انغلاق أبواب المنافسة في أسواق خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولهذا لا بد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار، من أجل خلق بيئة وسوق تنافسي تتعادل فيه الفرص، ويكون حافزا ومشجعا على

تطوير وتوسيع شبكات الاتصالات وزيادة معدلات الانتشار وتخفيض تكاليف الحصول على الخدمات، فضلا عن تطوير وتحسين النوعية والجودة.

3- خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تعتبر عملية تطوير صناعة الجزائر لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أحد الأركان الأساسية في مستقبل العقود الإلكترونية في الجزائر، فلا يجب التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة، بل العمل من أجل إقامة تحقيقه في مجال هذه الصناعة، تكون النتيجة مباشرة تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر ونشر تطبيقاتها.

ثالثا: الأساليب التشريعية:

إن تشاريع تطبيق وازدهار العقود الإلكترونية أوجد رغبة لدى المشرعين الجزائريين لتكييف قواعد قانونية تحكم القواعد التكنولوجية، إلا أن هذه القواعد لا مازالت دون الطموحات لطبيعة العقود الإلكترونية، ولذلك لا بد من مراجعة التشريعات القانونية القائمة وفتحيتها وإدخال عليها تعديلات لإثرائها ولجعلها أكثر فعالية واستجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية.⁽¹⁾

تمس التشريعات والتعديلات الجديدة مجموعة من الجوانب نوجزها كالتالي:

1- التعاقد الإلكتروني:

في إطار التجارة الإلكترونية تتم عملية البيع والشراء وإبرام العقود بين طرفين لا يعرفان بعضهما البعض، ويتواجدان في أمكنة متباعدة.

ولهذا لا بد من تعديل القانون المدني ليتضمن مواد تعتمد العقود المبرمة من خلال التجارة الإلكترونية، وتحدد أطراف العلاقة في هذا النوع من العقود.

فمن الضروري إيجاد البيئة القانونية المعرفة بالعقود الإلكترونية، والمنظمة المسألة والإيجاب والقبول، ولا بد من الاعتراف بجواز استخدام وسائل الاتصالات بشكل ملائم على شاشة الحاسوب، كطريقة الإعراب على الموافقة.⁽²⁾

(1) اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، "بناء الثقة بالخدمات الإلكترونية في منظمة الإسكوا"، 2009، متوفرة على الموقع:

www.escwa.un.org/informayion/puplications/edit/upload/ictd-09-4-a-pdf

(2) إلياس بن ساسي، "التعاقد الإلكتروني والمسائل القانونية المتعلقة به"، مجلة الباحث، ال عدد2، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2003، ص65.

2- الإثبات والتوثيق:

تسعى الجزائر جاهدة في تعديل القوانين المتعلقة بالإثبات والتوثيق في العقد الإلكتروني لتتلاءم مع التعاملات الإلكترونية الدولية، حيث تعدد التشريعات المعدلة أساليب توثيق العقود الإلكترونية.

3- حماية المستهلك:

لا بد من تعديل قانون العقوبات والإجراءات الجزئية لتتضمن تجريم كافة عمليات النصب والغش، مع تبين الطريقة المتبعة لجمع الأدلة في هذا النوع من الجرائم لتحديد المسؤولية الجنائية.

4- الخدمات المصرفية:

لا بد من وضع تشريعات متعلقة بالأموال الإلكترونية وتكنولوجيا الخدمات المالية والمصرفية، حيث تغطي هذه التشريعات كل المجالات المتعلقة بنظم التحويل الإلكتروني والبطاقات المصرفية المتنوعة والمصارف الإلكترونية.⁽¹⁾

رابعاً: الأساليب الاقتصادية والمالية:

هناك مجموعة من الأساليب والسبل الاقتصادية والمالية لتحسين تطبيق عقود التجارة التطبيقية في الجزائر منها:

(1) تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى تطبيق العقود الإلكترونية:

يوجد اتفاق عالمي أن القطاع الخاص يلعب الدور الفاعل في ازدهار العقود الإلكترونية، إلا أن ما يميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التي تستفتح لها آفاق واسعة، ولهذا يجب أن تلعب الحكومة الجزائرية دوراً مشجعاً لهذه الشركات لتعظيم استخدامها لتطبيقات التجارة الإلكترونية وإبرام العقود عبر شبكة الأنترنت، ورفع مستوى الوعي لديها بالعرض التي تشكلها هذه العقود.⁽²⁾

وحتى تدعم الحكومة هذه الأنواع من العقود يجب تبني مشروعات المؤسسة التي تقوم بإبرام العقود إلكترونياً بتقديمها مساعدات مالية والتسهيلات اللازمة للحصول على القروض بأقل الفوائد لهذه المؤسسات.

(1) يوسف أحمد أبو فارة، "التسويق الإلكتروني-عناصر المزيح التسويقي عبر الأنترنت"، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2004، ص51.

(2) زادي بلقاسم، طوباش علي، "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة"، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 288، لبنان، فيفري 2003.

2-رفع معدل الاتفاق على أنشطة البحث والتطوير:

تميل البحث والتطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي، فالدخول في اقتصاد المعرفة وتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية سيستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على أنه لا يحقق قيمة مضافة، وتجسيد ذلك بوضع خطة بحث وتطوير في تقنية المعلومات الاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين والاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية واستعمالها في إنتاج وتطوير منتجات وخدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

3-تطوير نظام الدفع الإلكتروني:

إن من بين المتطلبات الرئيسية لإبرام العقود الإلكترونية في الجزائر ضرورة استعمال النظام التقليدي للدفع والسداد، بنظام إلكتروني يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة، فلا بد على الدولة الجزائرية أن تسارع بتخصيص الأوضاع الراهنة وتحديد احتياجات هذا النظام الإلكتروني الحديث، وتبني عليه تقوم تنفيذ برنامج أو خطة شاملة لعصرنة وتطوير الأساليب الشاذة الاستعمال لتسديد المدفوعات.

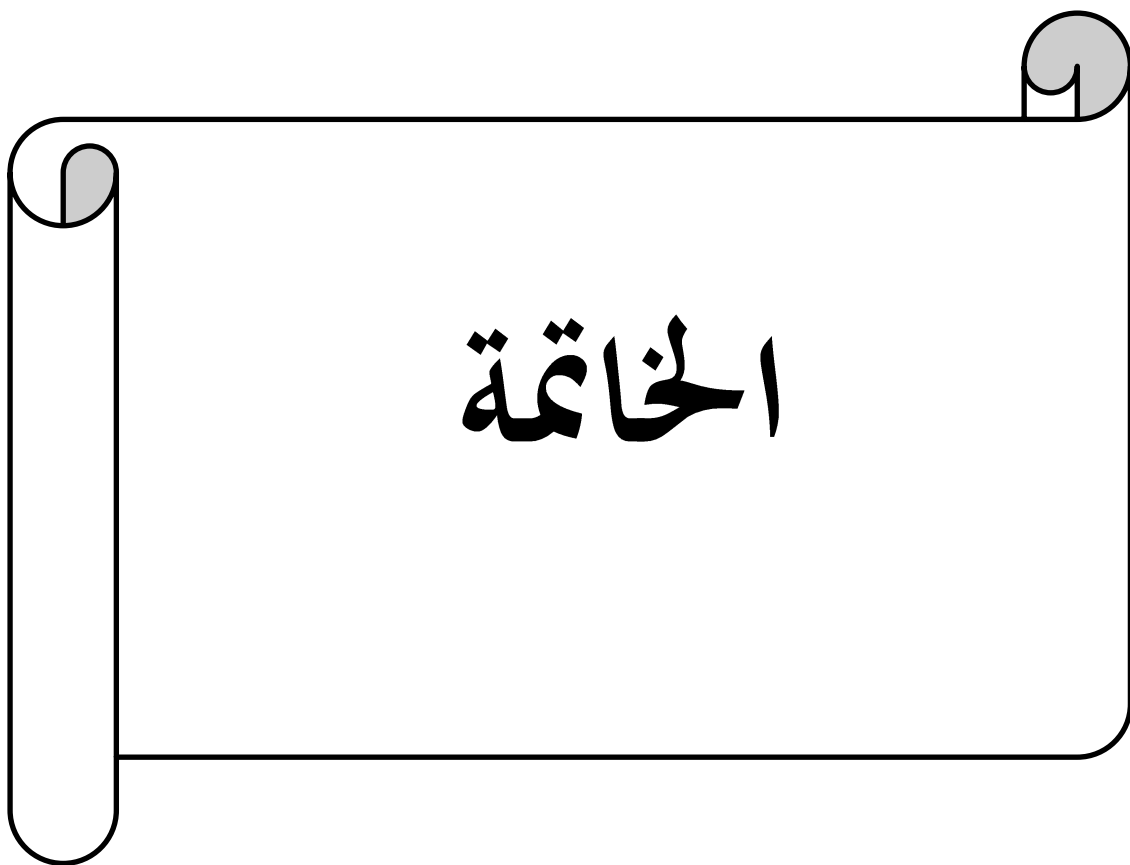
4-تخفيض التكاليف:

لا بد أن تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخدمات النفاذ إليها من خلال حوصلة قطاع الاتصالات وفتح الباب للمنافسة، ومنح إعفاءات ضريبة للشركات العاملة في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإبرام العقود والصفقات إلكترونياً، وتخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستورد ليتاح معظم فئات المجتمع الحصول عليها خصوصاً مع زياد التوجه نحو استيراد هذه المنتجات بدل تصديرها.⁽¹⁾

(1) كمال زريق، فارس منصور، "التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة"، الملتقى الوطني الأول: الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، البلدة، يومي 21-22 ماي 2002.

خلاصة الفصل:

في ظل الثورة التكنولوجية وانفتاح الأسواق العالمية، أصبح من الصناعات الراسخة أن إدارة عقود التجارة إلكترونية استراتيجية هامة لدعم قدرة الاقتصاد الوطني على الاندماج الفعال في الاقتصاد المعرفي. ولتفعيل هذا النوع من إبرام العقود والصفقات لا بد أن تدرك الجزائر أن يجب عليها جملة من التغيرات، فمن الضروري التركيز على نهجها للوصول إلى درجة الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية.



خاتمة:

تعتبر إدارة عقود التجارة الإلكترونية تطبيق لمعاملات التجارة الإلكترونية وتجسيدها على أرض الواقع، بوضع تشريعات وقوانين تحكمها، ولقد قامت الجزائر بتطوير هذا النوع من العقود لتلحق بالدول المتطورة ، وتجعل اقتصادها يتماشى مع متطلبات السوق العالمي فقد وضعت الجزائر عدة مشاريع لتحسين و تطبيق ادارة العقود الالكترونية مثل مشروع الجزائر الإلكتروني 2013 وغيرها...

النتائج :

- (1) - تعتبر التجارة الإلكترونية كغيرها من الوسائل التي سخرها الإنسان لخدمته ، فلها العديد من الايجابيات ، ولا يغر من حقيقة أن لها بعض السلبيات التي يسعى الإنسان لتحسينها والتخلص منها بشكل مستمر .
- (2) - تحوز المحررات الالكترونية نفس حجية المحررات العادية في الإثبات بسبب استيفائها شروط المحررات التقليدية للاعتماد عليها في الإثبات ، وهذه الشروط هي أن يكون الدليل الكتابي مقروءا ومستمرا ، وان يتسم بالثبات وعدم القابلية للتعديل .
- (3) - هناك عدة شروط يجب توافرها في التوقيع للاعتماد عليه في الإثبات ، وهي دلالة التوقيع على صاحبه بالتزامه بمضمون السند ، وان يكون مقروءا ومستمرا مباشرا ، واتصال التوقيع بالمحرر الكتابي ، فلا ينفصل عنه إلا بالتعديل أو الإتلاف ، وهذه متوفرة في التوقيع الإلكتروني .
- (4) - يقوم المتعاقدان عند إبرام العقد الإلكتروني بتبادل الرسائل والمعلومات والاتفاق على العقد بشكل مشفر ، وذلك بقيام كل طرف بتشفير الرسالة قبل إرسالها إلى الطرف الثاني من خلال جهة التوثيق التي تقوم بدورها بفك التشفير وفق تعليمات الطرف المرسل للرسالة ومهمة التشفير المحافظة على سرية المعاملة خوفا من القرصنة والمحتالين.
- (5) - تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة المبرمين للعقود الكترونيا وهذا التخلف البنية التحتية التكنولوجية، و ارتفاع تكاليف خدمات الاتصالات والمعلومات والتجهيزات المرافقة لها.
- (6) - زعم تأخر الجزائر في مجال إدارة العقود الالكترونية إلا انه هناك مؤشرات على إمكانية تحسين القطاع في حال تم وضع تشريعات لتنمية وتطوير هذا الشكل من العقود.

التوصيات:

- منح التوقيع الالكتروني الحجية في الإثبات أمام المحاكم والجهات الحكومية وإعطائه حجية المحررات الورقية في الإثبات.
- إيجاد الوسائل اللازمة لتحقيق الثقة بين المتعاقدين بإيجاد الضمانات اللازمة لتنفيذ العقود الالكترونية.
- لا بد من قيام المشرع الجزائري بإقرار قانون المبادلات بالعقود الالكترونية والقيام بتطبيقه.
- الإسراع في تجسيد مشروع الجوائر الالكتروني ، الذي يوفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر شبكة الانترنت بسرعة كبيرة، وما سيكون لذلك من آثار ايجابية على عقود التجارة الالكترونية ، وزيادة الوعي بان التعامل بهذه الطريقة من إبرام العقود أمر ضروري.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

I- المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- 1- الأباصيري فاروق ، " عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية "، دراسة تطبيقية لعقود الأنترنت "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003.
- 2- إبراهيم خالد ممدوح ، " إبرام العقد الإلكتروني ، دراسة مقارنة "، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2008.
- 3- أبو الليل إبراهيم الدسوقي ، " الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية "، لجنة التأليف والتعريب والنشر ، الكويت ، ط 1 ، 2003.
- 4- أبو الهيجاء محمد إبراهيم " التعاقد بالبيع بواسطة الأنترنت " ، الداى العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2002.
- 5- أبو الهيجاء محمد إبراهيم ، " عقود التجارة الإلكترونية " ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2005.
- 6- أبو فارة يوسف أحمد ، " التسويق الإلكتروني-عناصر المزيج التسويقي عبر الأنترنت"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2004.
- 7- بختي إبراهيم ، " التجارة الإلكترونية "، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون الجزائر ، ط 1 ، 2005.
- 8- برهم نضال إسماعيل، " أحكام عقود التجارة الإلكترونية "، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2005.
- 9- بيومي حجازي عبد الفتاح ، " الحكومة الإلكترونية ونطاقها القانوني "، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية، 2004.
- 10- جميعي حسن عبد الباسط ، " إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الأنترنت "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000.
- 11- الجنبيهي منير محمد ، الجنبيهي ممدوح محمد ، " الشركات الإلكترونية " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، مصر ، 2006.

- 12- حجازي عبد الفتاح بيومي ، " مقدمة في التجارة الالكترونية العربية " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2003.
- 13- رأفت رضوان ، " عالم التجارة الإلكترونية " ، المنظمة العربية الإدارية ، القاهرة ، مصر ، 1999.
- 14- الرومي محمد أمين ، " النظام القانوني للتحكيم الالكتروني " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، ط1 ، 2006.
- 15- سعد غالب ياسين ، العلاق بشير عباس ، " الأعمال الإلكترونية " ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2006.
- 16- سيد حسين فاروق ، " الأنترنت الشبكة الدولية للمعلومات " ، دار الراتب الجامعية ، بيروت ، لبنان ، 1997.
- 17- الشريفات محمود عبد الرحيم ، التراضي في التعاقد بين الأنترنت (دراسة مقارنة) ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2005.
- 18- صالح نور محمد ، جودت خلف سناء ، " التجارة الإلكترونية " ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2009.
- 19- الصمادي عيسى لافي حسن ، عقد نقل تكنولوجيا الإلكتروني عبر الأنترنت ، دراسة مقارنة) ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2005.
- 20- عبد المحسن توفيق محمد ، " التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية " ، دار الفكر العربي ، مصر ، 2004.
- 21- العبودي عباس ، "السندات العادية ودورها في الإثبات المدني " ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2001.
- 22- عبيدان لورنس محمد ، " إثبات المحور الإلكتروني " ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2005.
- 23- العلاق بشير عباس ، " التسويق في عصر الأنترنت والاقتصاد الرقمي " ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر ، 2003.
- 24- العلاق بشير عباس ، " تطبيقات الأنترنت في التسويق " ، دار المناهج ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2003.
- 25- فريد النجار وآخرون ، " التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع الغرفة ، الدار الجامعية ، مصر 2006.
- 26- قنديل نهلة أحمد ، " التجارة الإلكترونية ، المرشد للمدير العصري ، رؤية شوقية " ، مصر ، 2004.

- 27- لطفي محمد حسام، " عقود خدمات المعلومات "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1994.
- 28- محمود عادل أبو هشيمة، " عقود خدمات المعلومات الالكترونية في القانون الدولي الخاص "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004.
- 29- مدحت محمد عبد العال، " الإلتزامات الناشئة عن عقود تقديم برامج المعلومات "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2001.
- 30- مصطفى إبراهيم ورفاقه، " المعجم الوسيط "، مطبعة مصر ، 1960.
- 31- المطالقة محمد فواز ، " الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية ، (دراسة مقارنة)"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، 2008.
- 32- مناني فراح ، " أدلة الإثبات الحديثة في القانون ، دار الهدى للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2008.
- 33- المومني بشار طلال ، " مشكلات التعاقد عبر الأنترنت ، دراسة مقارنة " ، عالم الكتب الحديث ، 2004.
- 34- المومني عمر حسن ، " التوقيع الالكتروني وقانون التجارة الالكترونية (دراسة قانونية وتحليلية ومقارنة)"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1 ، 2005.
- 35- نادر جمال ، " أساسيات ومفاهيم التجارة الالكترونية "، دار الإسراء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2005.
- 36- نجم عبود نجم ، " الإدارة الإلكترونية : الاستراتيجية ، الوظائف والمشكلات"، دار المريخ ، الرياض المملكة العربية السعودية ، 2004.
- 37- نصيرات محمد عيد ، " التوقيع الالكتروني في الإثبات (دراسة مقارنة) "، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، عمان ، 2005.
- 38- ياسين محمد يوسف ، " البورصة"، منشورات الحلبي للحقوقية-، بيروت، لبنان، 2004.

ثانيا: رسائل الماجستير

- 1- حسن يحيى يوسف فلاح ، " التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية"، أطروحة استكمالا لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح ، فلسطين ، 2007.

ثالثا: أطروحات الدكتوراه

1- حمودي ناصر، " النظام القانوني لعقد البيع الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت ، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم ، تخصص القانون ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2009.

رابعا: المجلات والمؤتمرات الوطنية والدولية

1- بريش عبد القادر ، زيدان محمد ، " دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية :، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، يومي 6-7 مارس 2004.
2- بلقاسم زايدي ، علي طوباش ، " طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة" ، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 288، لبنان، فيفري 2003.

3- بن ساسي إلياس ، " التعاقد الإلكتروني والمسائل القانونية المتعلقة به" ، مجلة الباحث، ال عدد2، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2003.

4- بوكروح عبد الوهاب ، " 60% من المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يغادرون الجزائر" ، جريدة الشروق ، العدد 155531 ليوم 2008/09/23، متوفرة على الموقع:
www.echorouk.com/are/files.php?file=PDF/2008/09/Edition-23092008-15531.pdf

5- جمال سالي ، " أثر التنمية المستدامة في تحسين فرص إندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة "، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية " وفرص الإندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، ديومي 09 / مارس / 2004.
6- خويلد عفاف ، " فعالية الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية "، مجلة الباحث ، العدد07 ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2009 - 2010 .
7- زريق كمال ، منصور فارس ، " التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة" ، الملتقى الوطني الأول: الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، البليدة، يومي 21-22 ماي 2002.
8- الشيخ فؤاد ، عواد محمد سلمان ، " المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2005.
9- كورتل فريد ، " واقع التجارة الإلكترونية بالبلدان العربية وسبل تطويرها - إشارة خاصة لحلة الجزائر " ، الملتقى العلمي الدولي الأول : الشفافية ونجاعة الأداء للاندماج في الاقتصاد العالمي ، الأوراسي ، ماي ، جوان 2003.

10- محمد الصادق المهدي نزيه ، " إنعقاد العقد الإلكتروني " ، بحيث مقدم إلى مؤتمر المعاملات الإلكترونية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث ، بتاريخ 19-20 ماي 2001.

11- منير حمزة ، " آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجزائر : مشروع الجزائر الالكترونية 2013 نموذجاً " ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العالمي للإدارة الالكترونية : نحو إدارة الكترونية فعالة للمجتمع الجماهيري ، الجماهيرية العربية الليبية الاشتراكية العظمى ، طرابلس 1- 4 / 06 / 2010 .
الموقع الإلكتروني لـ OMC على الرابط: www.wto.org/fr/e-commerce

12- وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، " الجرائد الالكترونية " ، ديسمبر 2008 ، متوفر على الموقع :
WWW.mptic.dz

خامسا: المواد القانونية والتقارير

- 1- القانون 2000 - 03 المؤرخ في 05 أوت 2000، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، الجريدة الرسمية 06 اوت 2000 ، العدد 48 .
- 2- القانون 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 ، يعدل ويتم الأمر رقم 156-66 المؤرخ في 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات ، الجريدة الرسمية ليوم 10 نوفمبر 2004، العدد 71.
- 3- قانون المعاملات الإلكترونية الأردني الصادر في 31 ديسمبر 2001 ، رقم 85 ، نشر 2001.
- 4- قانون تنظيم التوقيع الإلكتروني المصري رقم 15 لسنة 2004، المادة (1)، نشر هذا القانون في العدد 17 من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ (2004/04/22) .
- 5- القانون رقم 04/09 المؤرخ في 05 أوت 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجزائر المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها ، الرسمية 16 أوت العدد 27.
- 6- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، "بناء الثقة بالخدمات الإلكترونية في منظمة الأسكوا"، 2009، متوفرة على الموقع: www.escwa.un.org/informayion/puplications/edit/upload/ictd-09-4-a-pdf
- 7- وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، متوفرة على الموقع : www.mptic.dz

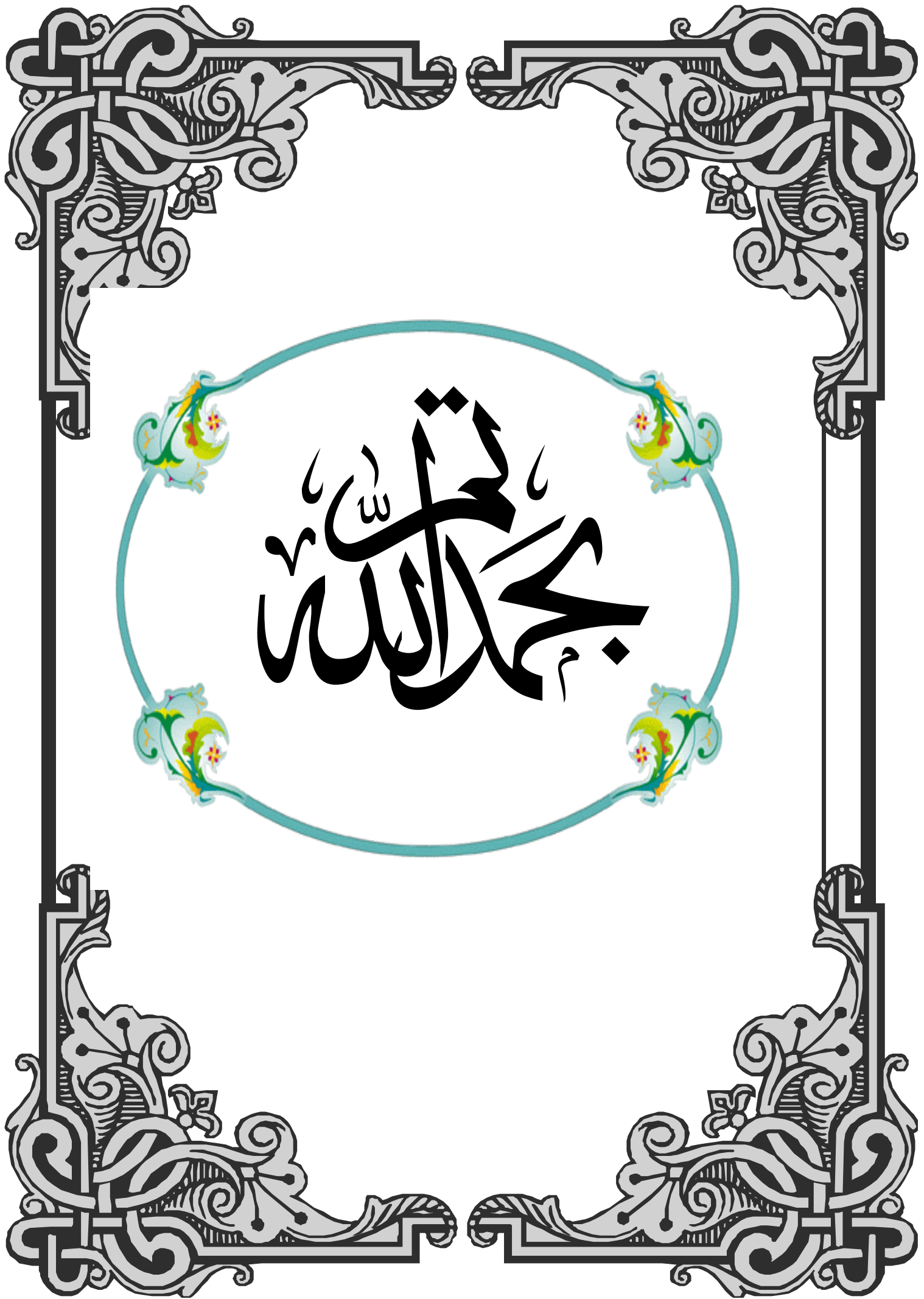
II المراجع باللغة الأجنبية:

أولا: باللغة الفرنسية

1- Kamel rahmouni , " Centre d'appel en Algérie : ARPT modifie le cahier décharger", ntic magazine N°50 , [www . ntic web ,com / component/ option, com. -rok downloads/ id,293/task, download.](http://www.nticweb.com/component/option,comdownloads/id,293/task,download)

ثانيا: باللغة الإنجليزية

1- Michael baun et henry Perritt, Electric controcting publisihing and edi law ,weley law publication new .



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الملخص:

تعتبر عقود التجارة الإلكترونية تجسيد عملي لإجراء معاملات التجارة الإلكترونية ، بحيث حظت بقوانين وتشريعات تحكمها وتبرز كيفية إدارتها سواء على المستوى العالمي أو المحلي، ولتفعيل دور هذا النوع من العقود في الجزائر لا بد من إدراك جملة من التغيرات ومن الضروري التركيز على نهجها للوصول بالتجارة المحلية إلى مستوى العالمية.

كلمات مفتاحية : التجارة الإلكترونية / توقيع الإلكتروني / إدارة عقود التجارة الإلكترونية

Résumé:

Contrats E-commerce sont considérés comme l'incarnation de la pratique d'effectuer des transactions de commerce électronique, de sorte que les lois et règlements observés régies en mettant en évidence la façon de gérer ce soit au niveau global ou local, et d'activer le rôle de ce type de contrat en Algérie doivent être conscients d'un certain nombre de changements, il est nécessaire de se concentrer sur son approche pour atteindre le commerce local niveau mondial.

Mots-clés: e-commerce –mail / signature e-commerce de gestion de contrat